

## **Political awareness is one of the topics discussed in political sociology**

### **Abstract**

Political awareness is one of the topics discussed in political sociology and is an influential component in democratic societies. Therefore, recognizing the factors influencing the formation and expansion of citizens' political awareness of the necessities of democratic systems. Citizens' political awareness in the age of prevalence and domination of social networks are intertwined as means of information and awareness. In this study, the effect of using the Telegram social network, the most widely used and popular messenger in Iran, on the political awareness of Shiraz citizens has been investigated. This research is a survey and designed using a questionnaire with a sample size of 326 people, among the citizens of Shiraz in order to answer the question of what is the relationship between membership in the Telegram social network and political awareness among the citizens of Shiraz? Pearson correlation analysis and regression were used to test the hypotheses. The results obtained from the analysis of the questionnaire indicate that there is a positive and significant relationship between the duration of use and activity of the Telegram user with political awareness. In fact, the time of use and activity of the user in Telegram has strengthened political awareness.

**Keywords:** Telegram, political awareness, political activity, political institution, political system, political activists, Shiraz.

## بررسی تاثیر تلگرام بر آگاهی سیاسی شهروندان شهر شیراز

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۱/۸

محمد لعل علیزاده<sup>۱</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۶/۰۳

محمد رضا تقوی<sup>۲</sup>

## چکیده

آگاهی سیاسی از موضوعات مورد بحث جامعه شناسی سیاسی و از مولفه‌های تاثیرگذار در جوامع دموکراتیک به شمار می آید. بنابراین شناخت عوامل تاثیرگذار بر شکل گیری و گسترش آگاهی سیاسی شهروندان از ضروریات نظام‌های دموکراتیک است. آگاهی سیاسی شهروندان در عصر رواج و سیطره شبکه‌های اجتماعی، به عنوان ابزارهای اطلاع رسانی و آگاهی بخش به هم پیوند می خورند. در این پژوهش، تاثیر استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام، پرمصرف ترین و محبوب ترین پیام رسان در ایران، بر آگاهی سیاسی شهروندان شیراز بررسی شده است. این تحقیق، پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه طراحی شده و با حجم نمونه ۳۲۶ نفر، بین شهروندان شیراز باهدف پاسخ به این پرسش که رابطه بین عضویت در شبکه اجتماعی تلگرام و آگاهی سیاسی در بین شهروندان شیراز چگونه است؟، اجر گردید. برای آزمون فرضیه‌ها روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون مبنا قرار گرفت. نتایج به دست آمده از تجزیه و تحلیل پرسشنامه بیانگر آن است که بین مدت زمان استفاده و فعالیت کاربر تلگرام با آگاهی سیاسی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در واقع زمان استفاده و فعالیت کاربر در تلگرام، سبب تقویت آگاهی سیاسی شده است.

واژگان کلیدی: تلگرام، آگاهی سیاسی، فعالیت سیاسی، نهادسیاسی، نظام سیاسی، کنشگران سیاسی، شیراز.

<sup>۱</sup> استادیار دانشگاه پیام نور، گروه علوم سیاسی، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

<sup>۲</sup> دانش آموخته کارشناسی ارشد، علوم سیاسی، دانشگاه پیام نور.

در متون و ادبیات سیاسی دموکراتیک، اهمیت و ضرورت افکار عمومی و درک آگاهی سیاسی شهروندان مورد تاکید است. در قرن ۱۹ و در ابتدای گسترش دموکراسی به معنای مدرن آن، آگاهی سیاسی و ارزیابی دموکراسی براساس فعالیت‌های حزبی و انتخاباتی تبیین می‌گردید. اما با ظهور رسانه‌های جدید و گسترش فناوری‌های ارتباطی مدرن نظیر اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جدید در پیوند با اینترنت، شاهد تنوع بخشی در حوزه‌های سیاسی و آگاهی بخش و ساختار شکنی روابط دولت و شهروندان هستیم.

رسانه‌های جدید به منبع و ابزار اطلاعاتی و ارتباطی بی‌واسطه، متنوع، بدون سانسور و آگاهی بخش تبدیل شده‌اند. این کارکرد در نظام‌های دموکراتیک، شبه دموکراتیک و اقتدارگرا به شیوه‌ها و نسبت‌های متفاوتی نقش آفرینی می‌کند و می‌توان گفت ماهیت این رسانه‌ها و شبکه‌های جدید، جایی برای ایجاد و فراگیری رژیم‌های توتالیتر باقی نمی‌گذارد. استفاده و فراگیری شبکه‌های اجتماعی در کشورهای مختلف، ترکیب جدیدی از فعالیت‌ها، رفتارها و کنش‌های سیاسی را متجلی ساخته است. نقش شبکه‌های اجتماعی در تسهیل گسترش جنبش‌ها و افزایش آگاهی در انتخابات (رسولی و غفور یان تبریزی، ۱۳۹۵: ۱۲-۲۲)، اینترنت، جنبش‌های اجتماعی جدید و بسیج اعتراض‌ها (سردارنیا، ۱۳۸۸)، فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی در حوزه امنیت ملی، کارکرد سیاسی شبکه‌های اجتماعی مجازی (عباسی و جهانگیر، ۱۳۹۷)، در این راستا قابل ارزیابی می‌باشند.

کارکردهای فوق از طریق گوشی‌های هوشمند فراگیرتر شده است. کوچک بودن و قابل حمل بودن در کنار سایر ویژگی‌های اینترنت و رسانه‌ها به این ابزارها قدرت بالایی جهت تاثیرگذاری، آگاهی بخشی و سیاسی شدن بخشیده است. گوشی‌های هوشمند برای شهروندان کارکردهای مختلفی نظیر تماس، ارسال پیام، بازی و سایر خدمات رسانه‌های جدید و شبکه‌های اجتماعی را فراهم ساخته است. برنامه‌های کاربردی روی تلفن‌های همراه هوشمند نصب و از طریق آن دستیابی به شبکه‌های اجتماعی جدید تسهیل شده است. ابزارهای موصوف، با قابلیت‌های خود همواره به شهروندان امکان دسترسی به اخبار و اطلاعات را در هر مکان و زمان فراهم ساخته است. این پیام‌رسان‌ها علاوه بر سرگرمی و دریافت اخبار، ابزاری جهت گفتگو، آگاهی بخشی، تعامل، بسیج، تجمع و اعتراض هستند.

انتشار بی‌واسطه و رایگان افکار، ایده‌ها و باورها، سیاسی شدن جوامع و تقویت آگاهی‌های سیاسی شهروندان را در پی داشته است. شبکه‌های اجتماعی جدید و پیام‌رسان‌ها، همواره فرصت بیشتری برای دسترسی آسان به اخبار و اطلاعات سیاسی و تشویق مردم، به منظور مشارکت و درگیری در فرایندهای سیاسی را فراهم می‌کند. تلگرام به عنوان ابزار و تکنولوژی ترکیبی (حاصل به هم آمیختن شبکه، پیام‌رسان و رسانه) نقش مهمی در اشتراک‌گذاری، تولید و ارسال محتوای سیاسی ایفا می‌کند. تلگرام به کاربران خود این امکان را می‌دهد تا پیام‌ها، نگاره‌ها، صداها، ویدئوها و اسناد خود را بصورت خصوصی یا عمومی، در قالب گروه یا کانال به اشتراک گذاشته و یا تما سهای صوتی و پست‌های محرمانه برقرار کنند. اگرچه تلگرام مانند سایر شبکه‌های اجتماعی نوین، از مزایایی چون شبکه‌ای بودن، ساختار افقی و ارتباط دو سویه که به ایجاد اعتماد می‌انجامد برخوردار است، اما به صورت خاص، تلگرام در

شاخصه‌هایی چون سهولت، سودمندی و لذت مورد انتظار کاربران و نیز تاثیرگذاری اجتماعی، در مقایسه با سایر ابزارهای پیام رسان، با اختلاف زیاد در صدر قرار دارد (کرمانی و مظفری، ۱۹۳۱: ۱-۲۳). به ویژه این پیام رسان، پر مصرف ترین و محبوب ترین شبکه اجتماعی در ایران است (کرمانی، ۱۳۹۸: ۱۹۱) که حتی فیلتر کردن آن نیز با وجود کاهش اولیه کاربران، موجب تضعیف و کاهش در بلند مدت استفاده کاربران از این پیام رسان نگردید.

همان گونه که آمار سایت الکسا (Alexa, ۲۰۱۷)، اشاره دارد ایرانیان به طور دسته جمعی به شبکه اجتماعی تلگرام مهاجرت کردند. ایران رتبه نخست استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام را دارد و ۳۶ درصد از بازدیدکننده های تلگرام را کاربران ایرانی تشکیل می دهد (ندری و بخشایش، ۱۹۳۱: ۱۲۱). تلگرام سیزدهمین سایت محبوب در ایران است. وجود پیام رسان تلگرام در گوشی های هوشمند شهروندان، بر ابعاد آگاهی سیاسی آنها تأثیر داشته است، بنابراین دسترسی به اطلاعات در کانال ها و گروهها می تواند مجرای برای آگاهی سیاسی باشد. شبکه های اجتماعی مجازی به عنوان نمونه ای برجسته از مظاهر فناوری های جدید و از زمان ورود خود به جامعه ایران و گسترش در میان گروهها و قشرهای گوناگون اجتماع همواره منشا اثر و در رویدادها و تحولات سیاسی اجتماعی نقش آفرین بوده اند. از شکل گیری پویش های متفاوت با اهداف زیست محیطی، حمایت از زنان با کودکان کار تا رقابت های انتخاباتی و اعتراضات سیاسی اجتماعی، حضور شبکه های اجتماعی مجازی تأثیر گذار و تعیین کننده بوده است. پژوهش زهره رجبی در سال ۱۳۸۹ با عنوان: «بررسی بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی مطالعه موردی فیسبوک»، نمونه ای از این پژوهش هاست که به واکاوی دلایل خوداظهاری کاربران ایرانی فیسبوک در جریان انتخابات سال ۸۸ می پردازد (رجبی، ۱۳۸۹: ۳۵).

شبکه اجتماعی تلگرام یکی از منحصر بفرد ترین و فراگیر ترین شبکه های اجتماعی است که در ایران کاربران بسیاری دارد. شاخصه ای که تلگرام را منحصر بفرد نموده این است که فرد می تواند اخبار را درباره موضوعات مختلف نه تنها از طریق گروه های کاربران فعال در پیام رسان تلگرام دریافت نماید، بلکه می تواند اخبار دسته بندی شده در موضوعات متعددی را از طریق کانال های تلگرامی دریافت کند که این شاخصه ویژگی رسانه ای کم نظیری را به تلگرام می بخشد، بطوری که اگر سهولت درج و دریافت اخبار و نیز سرعت ارتباط را مورد نظر قرار دهیم می توانیم به جرات بگوییم که شبکه تلگرام کامل ترین رسانه ارتباطی در دسترس حال حاضر، در ایران است. با توجه به آنچه که بیان شد در این هدف این پژوهش پاسخ به این پرسش است که رابطه بین عضویت در شبکه اجتماعی تلگرام و آگاهی سیاسی در بین شهروندان شیراز چگونه است؟

## ۲. پیشینه پژوهش

باتوجه به گسترش استفاده از شبکه‌های اجتماعی و افزایش میزان تاثیرگذاری آن بر حوزه‌های مختلف، پژوهش‌ها و مطالعات در حوزه تاثیر شبکه‌های اجتماعی نیز رواج پیدا کرده است. آثار فراوانی در زمینه تاثیر شبکه‌های اجتماعی (به طور عام) و پیام رسان‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی (به طور خاص) نظیر تلگرام، فیس بوک، توئیتر و ... و تاثیرات آن بر حوزه‌های مختلف سیاسی به رشته تحریر درآمده است. باتوجه به حجم زیاد این آثار و منابع، در ادامه به نزدیک‌ترین منابع و معتبرترین منابع مرتبط به هردو متغیر این پژوهش اشاره می کنیم و از ذکر منابع مرتبط با

یک متغیر خودداری گردید. بررسی ادبیات و پیشینه مرتبط با دو متغیر بیانگر عدم وجود منبع مستقل در زمینه بررسی رابطه تلگرام و آگاهی سیاسی در شهر شیراز می باشد.

۱- کبیری و همکاران در مقاله‌ای با عنوان « بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان » به تاثیر شبکه‌های اجتماعی و اینترنت به طور کل بر آگاهی سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد ارومیه پرداخته است. نتایج این پژوهش نشان می دهد که میانگین آگاهی سیاسی به تفکیک محتوای مصرف شبکه‌های مجازی تفاوت معنی داری داشته است.

۲- گرانمایه پور و نعمتی در پژوهشی با عنوان « بررسی نقش وبلاگ‌ها در شکل‌گیری آگاهی سیاسی- اجتماعی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته ارتباطات ورودی ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز»، به بررسی رابطه وبلاگ‌ها و آگاهی سیاسی و اجتماعی دانشجویان پرداخته اند. نتایج این پژوهش حاکی از نقش وبلاگ‌ها در شکل‌گیری آگاهی سیاسی و اجتماعی دانشجویان است. بدیهی است که امروز وبلاگ‌ها نقشی و تاثیرگذاری در حوزه‌های سیاسی ندارند و تاثیرگذاری آنها در زمان فراگیری و تاثیرگذاری نیز قابل مقایسه با تلگرام نیست.

۳- میناوند در پژوهشی به نام « بررسی قابلیت و امکان عملکرد شبکه اینترنت به عنوان حوزه عمومی سیاسی » عنوان می کند که این پژوهش دارای روش ترکیبی است و اساس روش شناسی آن کاربرد الگوی روش شناسی جامعه شناسی "ماکس وبر" است که در تحلیل رفتارها و پدیده‌های سیاسی و اجتماعی به خلق الگوهایی از پدیده‌های سیاسی و اجتماعی مشاهده پذیر در جریان پژوهش مقایسه کرد.

۴- هر سیچ در پژوهشی به نام " بررسی رابطه فضای مجازی با آگاهی سیاسی: مطالعه موردی شرکت کنندگان دانشگاه شیراز، به بررسی رابطه بین استفاده از فضای مجازی و گرایش به آگاهی در سیاست، میان شرکت کنندگان پرداختند. یافته‌های پژوهش حاکی از این است که بین رسانه‌های مجازی و مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی رابطه مثبت و معنادار قابل مشاهده است.

۵- نیری ۱۳۸۹ در پژوهشی به نام " شبکه‌های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی " میزان تاثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی اینترنتی بر مشارکت سیاسی را با تاکید بر انتخابات ریاست جمهوری دوره دهم مورد بررسی قرار داده است.

### ۳. چارچوب مفهومی و نظری پژوهش

۳-۱. آگاهی سیاسی: کلمه آگاهی از نظر لغوی در فرهنگ فارسی (فرهنگ معین و لغت نامه دهخدا) به معنی خبر داشتن، باخبر، مطلع، هوشیار، بیدار، عارف، و واقف می باشد و در فرهنگ انگلیسی (ویکی پدیا، دانشنامه آزاد) معادل واژه Awareness است که به معنای توانایی، دانا شدن و درک کردن، یا معرفت پیدا کردن از رویدادها و یا به طور گسترده تر به معنای حالت هوشیار بودن کسی یا چیزی می باشد. ولی از نظر اصطلاحی آگاهی به معنای مجموعه داده‌ها، اطلاعات، تصورات، طرز تلقی‌ها، شناخت و معرفتی که هر انسان از خود و دیگران و محیط

اطراف، مکاتب مختلف، نظریات علمی، فرهنگ جوامع، رخدادها، وقایع مختلف اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و شناخت از روابط پدیده های طبیعی و ماوراء الطبیعی دارا می باشد. بنابراین آگاهی سیاسی، شناخت و اطلاع افراد یا گروه ها نسبت به امور عمومی و سیاست جامعه است (کاظمی، ۱۳۷۴: ۶۷).

آگاهی سیاسی عبارت است از آشنایی، مشارکت و حضور افراد در فعالیت های مختلف جامعه و حکومت به طوری که افراد در تمام برنامه ها، تصمیم گیری های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی نقش فعال، مؤثر و سازنده داشته باشند.

**۲-۳. پیام رسان تلگرام:** پیام رسان تلگرام یکی از پرطرفدارترین شبکه های اجتماعی مجازی، به ویژه در بین کاربران ایرانی است. این پیام رسان از بهار ۲۰۱۳ به گوشی ها راه پیدا کرد و تا قبل از اختلال در عملکرد پیام رسان و ابیر کمتر کسی در میان کاربران ایرانی از آن استفاده می کرد، اما این روند ناگهان تغییر کرد و در مدتی کمتر از دو سال، محیرث تلگرام در بین ایرانی ها تا جایی بالا رفت که بیش از ۴۶ درصد کل ترافیک سرورهای تلگرام و ۸۱ درصد از ترافیک سرورهای کانال های تلگرام را کاربران ایرانی اشغال کرده اند. پاول دوروف، مدیر تلگرام با اعلام خبر پیوستن میلیون های افراد به تلگرام، از ۵۰۰ میلیونی شدن تلگرام خبر داد. تلگرام یک میلیارد کاربر را برای سال ۲۰۲۲ پیش بینی کرده است. براساس بررسی انجام شده از سرور مرکزی تلگرام، روزانه در حدود یک میلیارد پیام از طریق این شبکه پیام رسان ارسال می شود (هاشمی و زارع چاهوکی، ۱۳۹۹: ۹۵۵). در پیام رسان تلگرام مثل سایر پیام رسان ها کاربران می توانند گروه ایجاد کنند و چت و گفت و گو در گروه برای کاربران و مخاطبان فعال است. ظرفیت کاربران در هر گروه، امکان ایجاد سوپرگروه با امکانات متفاوت از سایر پیام رسان ها و امکان تاسیس، جستجو و عضویت در کانال های گوناگون توسط مخاطبان، رایگان بودن، سادگی و سهولت ارتباط و سرعت بالای انتقال پیام ها و داده ها، این پیام رسان را کاربردی و محبوب ساخته است. مطابق آخرین آمار منتشر شده از طرف سرویس اطلاع رسانی این پیام رسانه ۴۰ میلیون اکانت ایرانی در تلگرام ثبت شده است، و هر کاربر به طور متوسط در ۱۸ کانال عضو است. هر روزه حدود پانصد کانال به تعداد کانال های تلگرامی افزوده می شود. مطابق آمار های ارائه شده از سوی سرویس اطلاع رسانی تلگرام بیش از ۹۹ درصد کانال های با بیش از ۵ هزار نفر عضو تنها متعلق به کاربران پارسی زبان تلگرام می باشد؛ بالغ بر ده هزار کانال در تلگرام متعلق به فارسی زبانان است و از این تعداد بیش از ۲۰ هزار کانال دارای حداقل ۵ هزار عضو هستند. مطابق این آمار ها، هر کاربر فارسی زبان به طور متوسط ۳۰ هزار مطلب از کانال های تلگرام مطالعه کرده است که با فرض صرف حدود یک دقیقه وقت برای هر مطلب، این کانال ها منجر به افزایش سرانه مطالعه به میزان ۵۰۰ ساعت شده اند (سردارنیا، ۱۳۸۸: ۱۳۵). تلگرام در ارسال و دریافت پیام همان طور که موسسان آن می گویند، بسیار سریع است و همین سرعت بالا موجب شده است روز به روز بر تعداد کاربران این برنامه افزوده شود.

۳-۳. چارچوب نظری: آگاهی و شبکه های اجتماعی

از آنجا که حوزه عمل و تاثیر شبکه های اجتماعی فضای عمومی است به نظر می رسد نظریات هابرماس درباره حوزه عمرمی و فرایندهای جاری در آن می تواند از جهت نظری و تحلیلی به عنوان بخشی از چارچوب نظری باشد. هابرماس در کتاب دگرگونی ساختاری حوزه عمومی درباره نقش رسانه ها در نظام های دموکراتیک توضیح می دهد: مقصود ما از حوزه عمومی قبل از هر چیز قلمرویی از زندگی اجتماعی ماست که در آن، آنچه به افکار عمومی منجر می شود می تواند شکل بگیرد، در هر گفتگویی که در آن افراد جامعه برای ایجاد مجمعی عمومی گرد هم می آیند بخشی از حوزه عمومی زاده می شود؛ هابرماس نقش حوزه عمومی را در رشد افکار عمومی بسیار مهم توصیف می کند.

از دید هابرماس هرچه حوزه عمومی گسترده تر و دامنه آن وسیع تر گردد، احتیاج به یک ابزار معین برای ثبت و انتشار عقاید ضرورت می یابند. شکل و نحوه ی عملکرد این ابزار با توجه به امکانات و تکنولوژی های ارتباطی در هر عصری متفاوت است (هابرماس، ۱۳۸۷). بنابراین در بهترین توصیف، می توان حوزه عمومی را نوعی ساختار ارتباطی تصور کرد که در شبکه جمعی جامعه مدنی ظهور می کند. از نظر وی، از آن جا که تکنولوژی های ارتباطی محدودیت های جغرافیایی و فیزیکی در حوزه عمومی را از بین می برند، توانسته اند به نهاد های اصلی در حوزه عمومی بدل شوند.

اینگلهارت آگاهی سیاسی و آگاهی بین شخصی را زیر مجموعه ارزش های وجودی طبقه بندی می کند. براساس نظر وی، عواملی چون توسعه اقتصادی اجتماعی از طریق پیشرفت در تکنولوژی های ارتباطی و افزایش عضویت افراد در شبکه های اجتماعی قادر هستند. بر آگاهی سیاسی اثر گذاری نمایند. از نظر اینگلهارت فناوری های نوین ارتباطی چون شبکه های اجتماعی قادرند تا پیام ها و عقاید سیاسی را به افراد جامعه انتقال داده و از این طریق بر سطح آگاهی سیاسی آنان تاثیر گذار شوند (اینگلهارت، ۱۳۷۳). از دید وی، افراد با سطح تحصیلات بالاتر اعتقاد بیشتری به ارزش های بیان نفس داشته و تمایل بیشتری دارند که دانش سیاسی خود را از طریق شبکه های اجتماعی به اشتراک گذارند (ولزل و همکاران، ۱۳۸۲).

کاستلز در مواجهه با شبکه های مجازی اطلاعات دیدگاه مثبتی را اتخاذ می کند. به اعتقاد کاستلز امروزه تمام سیاست های جدید از بستر رسانه های الکترونیک عبور می کنند (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲۳). او معتقد است امروزه کنشگران سیاسی از بستر رسانه های جدید برای استمرار حضور خود در جایگاه قدرت استفاده می کنند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۳۹). کاستلز در وسایل و رسانه های جدید ارتباطی، امکانات و قابلیت هایی نرم و دموکراتیک برای ارتباطات و آگاهی می بیند. به نظر او این امکانات و قابلیت ها، توان و ظرفیت بالقوه ی ایدئولوژی غالب را برای اعمال سلطه محدود می سازد. در عوض، افراد قادر خواهند بود که جهان های مجازی خود را بسازند که زیربنای دموکراتیک شدن تصررها و باورها را می سازد (مک کی، ۱۳۸۶: ۵۴). گیدنز در زمینه شبکه های ارتباطی و آگاهی سیاسی اعتقاد دارد که در دهه های اخیر، پیشرفت تکنولوژی های ارتباطی باعث شده اند ساختارهایی که در جوامع سنتی باعث ثبات یک

حاکمیت می شدند متزلزل گردد و مشروعیت شان به خطر بیفتد. او معتقد است گسترش شبکه های ارتباطی و سهولت دسترسی به اخبار حکومت ها و شهروندان را در یک محیط مشترک اطلاعاتی قرار داده است. گیدنز نتیجه گیری می کند که حکومت ها دیگر قدرت این را ندارند که همچون گذشته با کنترل اخبار، دانش شهروندان را محدود نمایند و در مقابل پیشنهاد می دهد که حاکمان باید در نحوه ی برخورد با شهروندان رویه تازه ای اتخاذ نمایند (گیدنز، ۱۳۸۶: ۳۹).

با بررسی و تامل در نظریه های فوق، به نظر می رسد که هیچ یک از دیدگاه های یاد شده به تنهایی قادر نیستند ارتباط عضویت در شبکه های اجتماعی مجازی (تلگرام) و آگاهی سیاسی را تبیین نمایند. با در نظر گرفتن عقاید اینگلهارت که افراد دارای تحصیلات بالاتر را دارای تاکید بیشتری بر بیان نفس می داند؛ می توان مساله را این گونه تبیین نمود: در شرایطی که افراد تحصیل کرده یک جامعه احساس بی قدرتی می کنند و در پی یافتن جایگاه اجتماعی و شغلی متناسب با تحصیلاتشان می باشند شبکه های اجتماعی قادر خواهد بود تا آنان را با یکدیگر حول موضوع تغییر در وضعیت حاکم گرد یکدیگر جمع کرده و به آنان قدرت بسیج کنندگی بدهد.

مطابق دیدگاه های گیدنز آگاهی با عدم آگاهی ما به نظام سیاسی در معرض تاثیر شدید از تجارب ما در نقاط دسترسی و دانش های روزی قرار دارد که از طریق شبکه های اجتماعی سانسور گریز (همچون تلگرام در اختیار افشار تحصیل کرده و با عادی جامعه قرار می گیرد. در واقع به نظر گیدنز رسانه ها به خصوص رسانه های الکترونیکی فضا را برای گفتمان سیاسی و فعالیت بیشتر و بازتابی تر شهروندان باز و فراهم می سازند و به عنوان یکی از اصلی ترین ابزار های در دسترس افراد برای بازاندیشی در نظام های تخصصی خاصه نظام سیاسی حاکم شناخته می شوند. کاستلز اعتقاد دارد امروزه کنشگران سیاسی از بستر رسانه های الکترونیک برای حفظ قدرت خود استفاده می کنند که آنچه که ما امروزه درباره زمامداران کشور در قبال شبکه تلگرام می بینیم تاییدی بر همین مدعاست.

#### ۴. روش شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده است که عام ترین نوع روش در تحقیقات اجتماعی به شمار می آید. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل کلیه شهروندان شهر شیراز می باشد. بر اساس اطلاعات دریافتی از شهروندان شیراز به تعداد ۲۵۰۰ نفر می باشد. به منظور تعیین حجم نمونه در تحقیق حاضر با در اختیار داشتن جامعه آماری از فرمول کوکران استفاده شد. براساس فرمول کوکران با ۵ درصد خطا و ۹۵ درصد اطمینان حجم نمونه نباید از ۳۴۵ نفر کمتر باشد. از تعداد پرسشنامه هایی که در اختیار شهروندان قرار گرفت، ۳۲۶ پرسشنامه قابلیت سنجش را دارا بود و ۱۹ پرسشنامه ناقص بودند که از روند تحلیل کنار گذاشته شدند.



در این مطالعه واحد تحلیل و مشاهده افراد عضو شبکه اجتماعی تلگرام و پاسخ‌های ارائه شده افراد در پرسشنامه‌ها می‌باشد. از ابزار پرسشنامه جهت جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است؛ پرسشنامه‌ای براساس تعریف عملیاتی متغیرها و مفاهیم و سطوح اندازه‌گیری طراحی و تنظیم شد که در قالب سوالات بسته و یا به صورت طیف لیکرت بوده‌اند. این پرسشنامه دارای ۱۶ سوال می‌باشد که در سه بخش تنظیم شده است. سوالات مربوط به مشخصات پاسخگویان، سوالات مربوط به حضور و نحوه استفاده و فعالیت در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام و سوالات مربوط به آگاهی سیاسی از پاسخگویان پرسیده شد.

برای تعیین مولفه‌ها و گویه‌های قابل بررسی درباره شبکه‌های اجتماعی، آگاهی سیاسی و رابطه آنها با یکدیگر، ضمن مطالعه چندین پژوهش مرتبط از پایان‌نامه، مقاله و مصاحبه با چند کاربر فعال سیاسی در شبکه‌ی اجتماعی تلگرام، چهار شاخص برای سنجش شبکه‌های اجتماعی طراحی شد و به منظور تعیین اعتبار در اختیار افراد صاحب نظر قرار گرفت. با تکمیل پرسشنامه نهایی، سنجش پایایی در خصوص آن انجام گرفت و پرسشنامه آماده سنجش پایایی گردید. برای سنجش پایایی از آلفای کرونباخ استفاده شد. این آماره از ۰ تا ۱ تغییر می‌کند. هر چه این رقم بالاتر باشد، قابلیت آگاهی (روایی) مقیاس بیشتر است (دواس، ۱۳۷۶: ۳۳۲).

ضریب آلفای کرونباخ، برای سنجش میزان هم‌بعدی بودن نگرش‌ها و عقاید به کار می‌رود. بر اساس مقیاس لیکرت به هر گویه نمراتی (مثال از ۱ تا ۵ برای مقیاس لیکرت ۵ گویه‌ای) داده می‌شود که مجموعه نمراتی که هر فرد از گویه‌ها می‌گیرد نشانگر گرایش او خواهد بود. کرونباخ ضریب پایایی ۴۵٪ را کم، ۷۵٪ را متوسط و قابل قبول و ضریب ۹۵٪ را زیاد پیشنهاد کرده است. ضریب آلفای کرونباخ برای این مولفه‌ای توسط نرم افزار SPSS محاسبه شده است برابر ۹۰۲/۰، یعنی قابل قبول می‌باشد.

یکی از پرکاربردترین پرسشنامه‌هایی که در سنجش مفهوم آگاهی سیاسی به کار برده می‌شود، پرسشنامه آگاهی سیاسی دارای ۳۰ سوال و ۳ خرده‌مقیاس (نهاد سیاسی، نظام سیاسی و کنشگران سیاسی) می‌باشد. هر سوال با توجه به طیف لیکرت دارای ۵ گزینه می‌باشد که از ۱ تا ۵ نمره‌گذاری می‌گردد. ابزار فوق‌روایی محتوایی مطلوب برخوردار بوده و اعتبار آنها با استفاده از آلفای کرونباخ تعیین شده است. ما در این تحقیق، متناسب با اهداف پژوهش از بعضی سنج‌های این پرسشنامه استفاده کرده ایم.

داده‌ها و اطلاعات تحقیق به وسیله پرسشنامه جمع‌آوری شد. پرسشنامه‌ها در طول ۱ ماه در میان شهروندان شیراز توزیع شد. پرسشنامه‌های تکمیل شده با توجه به دستور العمل هر یک نمره‌گذاری گردید و اطلاعات بدست آمده از آنها وارد نرم افزار SPSS شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار SPSS انجام شده است. پژوهشگر با کاربرد این نرم افزار و داده‌های مستخرج از آن به تحلیل، توصیف و آزمون فرضیات می‌پردازد. آزمون مورد استفاده در تحلیل داده‌های این پژوهش آزمون همبستگی دو متغیره پیرسون می‌باشد.

## ۵. یافته‌های پژوهش

تجزیه و تحلیل داده های جمع آوری شده ، به منظور راهی برای رسیدن به نتایج پژوهش می باشد. در این بخش از پژوهش، پژوهشگران به توصیف حجم نمونه پرداخته و با اجرای آزمون آماری متناسب با سطح سنجش متغیر های تحقیق، در مورد رابطه ها، تفاوت ها و تعمیم نتایج تحقیق اقدام می نمایند. جهت سنجش اهداف تحقیق مجموعاً ۱۶ متغیر مورد سنجش قرار گرفت که ۵ مورد از این متغیر ها، متغیر های زمینه ای؛ ۴ متغیر برای سنجش متغیر وابسته و ۷ متغیر برای سنجش متغیر مستقل می باشند.

#### ۱-۵. توصیف تحلیل تک متغیره

##### ۱-۱-۵. توصیف تک متغیره متغیرهای زمینه ای

**متغیر جنسیت:** در مورد متغیر جنسیت، از کل جمعیت حاضر در نمونه ۳/ ۵۰ درصد پاسخگویان مرد و ۴۹/۷ درصد پاسخگویان زن بوده اند.

**وضعیت تاهل:** ۲/۷۵ درصد پاسخگویان مجرد و ۸/۲۴ درصد پاسخگویان متاهل بوده اند.

**وضعیت اشتغال:** در خصوص وضعیت اشتغال، ۵/۷۸ درصد شرکت کنندگان بیکار و تنها ۲/۲۱ درصد جمعیت مورد مطالعه شاغل بوده اند.

**دورنمای اشتغال:** از شرکت کنندگان بیکار پرسیده شد که در صورت بیکار بودن فکر می کنید بتوانید در آینده شغل مناسبی پیدا کنید؟ از تعداد ۲۵۶ نفر شرکت کنندگان بیکار که ۵/۷۸ درصد کل شرکت کنندگان را تشکیل می دادند ، ۹/۵۳ درصد نسبت به آینده شغلی خود اطمینان نداشتند و ۱/۴۶ درصد نسبت به آینده شغلی خود مطمئن بودند.

**طبقه اقتصادی:** از نظر طبقه اقتصادی ۱/۸ درصد پاسخگویان متعلق به طبقه اقتصادی بالا، ۲/۲۰ درصد پاسخگویان متعلق به طبقه اقتصادی متوسط به بالا، ۳/۶۲ درصد پاسخگویان متعلق به طبقه اقتصادی متوسط، ۲/۱۳ درصد پاسخگویان متعلق به طبقه اقتصادی متوسط به پایین، ۵/۲ درصد پاسخگویان متعلق به طبقه اقتصادی پایین طبقه بندی شده اند.

##### ۲-۱-۵. توصیف تحلیل تک متغیره متغیر مستقل

**مدت زمان روزانه استفاده از پیام رسان تلگرام:** در خصوص مدت زمان روزانه استفاده از پیام رسان تلگرام ۹/۱۶ درصد پاسخگویان اعلام نموده اند که روزانه کمتر از یک ساعت از پیام رسان تلگرام استفاده می نمایند، ۴/۳۰ درصد پاسخگویان مدت زمان استفاده روزانه خود از این پیام رسان را بین یک تا دو ساعت اعلام نموده اند؛ ۱/۳۳ درصد پاسخگویان مدت زمان استفاده روزانه خود از پیام رسان را بین دو تا چهار ساعت اعلام نموده اند و در نهایت ۳/۱۹ درصد پاسخگویان اعلام نموده اند که روزانه بیش از چهار ساعت از وقت خود را به پیام رسان تلگرام اختصاص می دهند.

۱- ارتباط وسیع تر با دوستان و آشنایان: بیشتر پاسخگویان (۴/۳۷ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با ارتباط وسیع تر با دوستان و آشنایان را "زیاد" دانسته اند.

۲- یافتن افراد همفکر و تبادل نظر با دیگران: بیشتر پاسخگویان (۹/۲۷ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با یافتن افراد همفکر و تبادل نظر با دیگران را "متوسط" دانسته اند.

۳- دسترسی به جدیدترین اخبار: بیشتر پاسخگویان (۳۶/۸ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با دسترسی به جدیدترین اخبار را "زیاد" دانسته اند.

۴- دسترسی به اخبار سانسور شده توسط رسانه های داخلی: بیشتر پاسخگویان (۲۵/۵ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با دسترسی به اخبار سانسور شده توسط رسانه های داخلی را "زیاد" دانسته اند.

۵- پیدا کردن یک هویت جدید و مطرح کردن خود: بیشتر پاسخگویان (۴۸/۵ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با پیدا کردن یک هویت جدید و مطرح کردن خود را "خیلی کم" دانسته اند.

۶- رفع نیاز های روحی: بیشتر پاسخگویان (۳۱/۹ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با رفع نیاز های روحی را "خیلی کم" دانسته اند.

۷- طرح اندیشه های نو و آزادی بیان در احساسات و عقاید: بیشتر پاسخگویان (۳۰/۱ درصد) انگیزه خود از استفاده از پیام رسان تلگرام در رابطه با طرح اندیشه های نو و آزادی بیان در احساسات و عقاید را "متوسط" دانسته اند.

**تیین جمعیت مورد مشاهده بر حسب انگیزه استفاده از پیام رسان تلگرام:** در ارتباط با انگیزه استفاده از تلگرام؛ ۲۶/۱ درصد پاسخگویان انگیزه پایین، ۶۴/۱ درصد پاسخگویان انگیزه متوسط؛ و ۹/۸ درصد پاسخگویان انگیزه بالایی را دارا بوده اند.

**داده های توصیفی تنظیمات پروفایل تلگرام پاسخگویان:** ۸۸/۷ درصد کاربران از اسم واقعی خود در پروفایل کاربری استفاده می کنند. ۶۱/۳ درصد از کاربران از عکس واقعی خود در پروفایل کاربری خود استفاده می کنند.

### توزیع جمعیت مورد مشاهده بر حسب گویه های مربوط به آگاهی به پیام رسان تلگرام

۱- عکس ها و فیلم های دوستانه و خانوادگی را در تلگرام قرار می دهم ۴۷/۲۰ درصد پاسخگویان عنوان داشته اند که هیچ گاه از پیام رسان تلگرام برای به اشتراک قرار دادن محتوای تصویری خصوصی از خود

و خانواده شان استفاده نکرده اند، تنها ۷ درصد پاسخگویان عنوان نموده اند که به میزان زیاد یا خیلی زیاد محتواهای تصویری شخصی خود را در تلگرام به اشتراک گذارده اند.

۲- گاهی به افراد ناشناس در تلگرام درخواست دوستی می‌دهم: ۶۹/۹ درصد پاسخگویان عنوان نموده اند که هیچ‌گاه از طریق تلگرام به افراد ناشناس درخواست دوستی نداده اند.

۳- خود را مقید به رعایت اخلاق و هنجارهای فضای مجازی می‌دانم: بالغ بر ۸۴ درصد پاسخگویان خود را در حد بالایی مقید به رعایت اخلاق و هنجارهای فضای مجازی دانسته اند.

۴- نگران هک تلگرام خود توسط هکرها هستم: ۲۵/۸ درصد پاسخگویان هیچ‌گونه نگرانی از بابت احتمال هک شدن نرم افزار شان توسط هکرها نداشته اند، ۱۶/۳ درصد به میزان کم، ۱۸/۱ درصد به میزان تا حدودی، و ۳۹/۹ درصد کاربران نیز نگرانی بالایی از بابت هک شدن حساب تلگرام خود داشته اند.

۵- به امانت داری صاحبان تلگرام در زمینه اطلاعات خصوصی کاربران آگاهی دارم: تنها ۱۹/۹ درصد پاسخگویان عنوان داشته اند که به میزان بالایی به امانت داری صاحبان این پیام رسان در حفظ اطلاعات خصوصی آگاهی دارند.

**فعالیت سیاسی:** نتایج جمعیت مورد مشاهده بر حسب گویه فعالیت سیاسی در تلگرام به صورت زیر قابل تلخیص است:

- ۱- در مورد گویه «شرکت در بحث‌های سیاسی» بیشتر پاسخگویان (۴۳/۳ درصد) عنوان نموده اند که به میزان خیلی کم در این زمینه فعالیت داشته اند.
- ۲- در مورد گویه «تشویق مردم به رای دادن به یک جناح خاص» بیشتر پاسخگویان (۴۳/۳ درصد) عنوان نموده اند که به میزان خیلی کم در این زمینه فعالیت داشته اند.
- ۳- در مورد گویه «پیوستن به کانال‌ها یا گروه‌های سیاسی در تلگرام» بیشتر پاسخگویان (۳۳/۳ درصد) عنوان نموده اند که تا حدودی در این زمینه فعالیت داشته اند.
- ۴- در مورد گویه «پیوستن به کانال‌ها یا گروه‌های اشخاص سیاسی در تلگرام» بیشتر پاسخگویان (۳۳/۷ درصد) به میزان خیلی کم در این زمینه فعالیت داشته اند.
- ۵- در مورد گویه «هواداری از یک جناح خاص و فعالیت در ستاد انتخاباتی» بیشتر پاسخگویان (۴۷/۹ درصد) به میزان خیلی کم در این زمینه فعالیت داشته اند.
- ۶- در مورد گویه «عضویت در تشکل‌های سیاسی دانشجویی» بیشتر پاسخگویان (۷۸/۵ درصد) به میزان خیلی کم در این زمینه فعالیت داشته اند.
- ۷- در مورد گویه «همکاری نزدیک با یک حزب سیاسی» بیشتر پاسخگویان (۸۱/۹ درصد) به میزان خیلی کم در این زمینه فعالیت داشته اند.

با توجه به نتایج بالا در مجموع در ارتباط با گویه فعالیت سیاسی در تلگرام؛ ۶۰/۴ درصد پاسخگویان فعالیت سیاسی کمی در تلگرام داشته‌اند، ۳۴/۴ درصد پاسخگویان فعالیت سیاسی متوسط در تلگرام داشته‌اند؛ و ۵/۲ درصد پاسخگویان فعالیت سیاسی بالایی در تلگرام داشته‌اند.

### ۳-۱-۵. داده‌های توصیفی تحلیل تک متغیره متغیر وابسته (آگاهی سیاسی)

**آگاهی به نظام سیاسی:** نتایج جمعیت مورده مشاهده بر حسب گویه آگاهی به نظام سیاسی به صورت زیر تبیین شده است:

- ۱- ۲۲/۱ درصد پاسخگویان با گویه «از این که در جمهوری اسلامی زندگی می‌کنم، احساس غرور می‌کنم»، موافق بوده‌اند.
- ۲- ۲۲/۲۷ درصد پاسخگویان با گویه «از بیشتر مواضع نظام حاکم در امور داخلی کشور دفاع می‌کنم»، موافق بوده‌اند.
- ۳- ۲۷/۶ درصد پاسخگویان با گویه «اگر حادثه‌ای مانند جنگ اتفاق بیفتد حاضر به دفاع از نظام هستم»، موافق بوده‌اند.
- ۴- ۱۸/۷ درصد پاسخگویان با گویه «در صورت برگزاری دوباره رفراندوم به جمهوری اسلامی رای خواهم داد»، موافق بوده‌اند.
- ۵- ۱۹ درصد پاسخگویان با گویه «اراده مردم در تصمیم‌گیری‌های سران نظام دخالت داده می‌شود»، موافق بوده‌اند.
- ۶- ۱۸/۱ درصد پاسخگویان با گویه «قانون اساسی طوری تنظیم شده که هم دین مردم حفظ شود، هم آزادی و هم مسائل مادی مردم»، موافق بوده‌اند.
- ۷- ۱۲/۹ درصد پاسخگویان با گویه «در کل اعتقاد دارم عملکرد نظام به نفع مردم و آیندگان است»، موافق بوده‌اند.
- ۸- ۱۷/۸ درصد پاسخگویان با گویه «از بیشتر مواضع نظام کنونی در مسائل سیاست خارجی دفاع می‌کنم»، موافق بوده‌اند.

**توزیع جمعیت مورد مشاهده بر حسب گویه آگاهی به نظام سیاسی جامعه مورد مطالعه:** در ارتباط با گویه آگاهی به نظام سیاسی؛ ۳۴/۴ درصد پاسخگویان آگاهی به نظام سیاسی کم، ۳۹/۹ درصد پاسخگویان آگاهی به نظام سیاسی متوسط؛ و ۲۵/۸ درصد پاسخگویان آگاهی به نظام سیاسی زیادی را دارا بوده‌اند

### ۲-۵. آزمون فرضیات

فرضیه اول: بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام (مدت زمان روزانه استفاده) و میزان آگاهی سیاسی (آگاهی به نظام سیاسی، آگاهی به نهاد سیاسی و آگاهی به کنشگران سیاسی) رابطه وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام (مدت زمان روزانه استفاده) و میزان آگاهی سیاسی، با توجه به مقیاس داده‌های مورد بررسی، از ضریب همبستگی دو متغیره پیرسون (Pearson) استفاده شد.

در خروجی SPSS ضرایب همبستگی معنی دار را علاوه بر سطح معنی داری (Sig.) می‌توانیم از روی علامت ستاره (\*) نیز تشخیص دهیم که روش ساده تری است. بدین معنی که ضرایب معنی دار در سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۱، با دو علامت ستاره (:) و ضرایب معنی دار با سطح خطای کوچکتر از ۰/۰۵، با علامت یک ستاره (\*) در بالای مقدار ضریب همبستگی مشخص می‌شوند.

با توجه به نتایج بدست آمده در رابطه با آگاهی سیاسی (ضریب پیرسون: ۰/۰۷۵- و سطح معنی داری: ۰/۱۷۷)، آگاهی به کنشگران سیاسی (ضریب پیرسون ۰/۰۸۰- و سطح معنی داری: ۰/۱۵)، آگاهی به نهاد های سیاسی ضریب پیرسون: ۰/۰۴۸- و سطح معنی داری: ۰/۳۸۶) و آگاهی به نظام سیاسی (ضریب پیرسون: ۰/۰۷۳- و سطح معنی داری: ۰/۱۹۱)؛ می‌توان مشاهده کرد که بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام و میزان آگاهی سیاسی رابطه جدی و معنی داری وجود ندارد و فرضیه اول مقاله رد می‌گردد.

فرضیه دوم: بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام (انگیزه استفاده) و میزان آگاهی سیاسی (آگاهی به نظام سیاسی، آگاهی به نهاد سیاسی و آگاهی به کنشگران سیاسی) رابطه وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام (انگیزه استفاده) و میزان آگاهی سیاسی با توجه به مقیاس داده‌های مورد بررسی، از ضریب همبستگی دو متغیره پیرسون (Pearson) استفاده شد.

با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه انگیزه استفاده از تلگرام با آگاهی به نظام سیاسی (ضریب پیرسون: \*\* ۰/۲۶۷ و سطح معنی داری: ۰/۰۰۰/۰)، می‌توان نتیجه گرفت که بین انگیزه استفاده از تلگرام و آگاهی به نظام سیاسی رابطه منفی، معنی دار و نسبتاً ضعیفی وجود دارد و همچنین با بالاتر رفتن انگیزه استفاده از پیام رسان تلگرام، آگاهی به نظام سیاسی به میزان اندکی کاهش می‌یابد. با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه انگیزه استفاده با آگاهی به نهادهای سیاسی (ضریب پیرسون: ۰/۱۹۱- و سطح معنی داری ۰/۰۰۱)، می‌توان نتیجه گرفت که بین انگیزه استفاده از تلگرام و آگاهی به نهادهای سیاسی رابطه منفی، معنی دار و ضعیفی وجود دارد و با بالاتر رفتن انگیزه استفاده از پیام رسان تلگرام، آگاهی به نهادهای سیاسی به میزان اندکی کاهش می‌یابد. با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه انگیزه استفاده با آگاهی به کنشگران سیاسی (ضریب پیرسون: \*\* ۰/۱۸۸- و سطح معنی داری ۰/۰۲۳)، می‌توان نتیجه گرفت که بین انگیزه استفاده از تلگرام و آگاهی به کنشگران سیاسی رابطه منفی، معنی دار و ضعیفی وجود دارد و با بالاتر رفتن انگیزه استفاده از پیام رسان تلگرام، آگاهی به کنشگران سیاسی به میزان اندکی کاهش می‌یابد. با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه انگیزه استفاده با آگاهی سیاسی (ضریب پیرسون: \*\*\* ۰/۲۳۶- و سطح معنی داری

۰/۰۰۰/۰)، می‌توان نتیجه گرفت که بین انگیزه استفاده از تلگرام و آگاهی سیاسی رابطه منفی، معنی‌دار و نسبتاً ضعیفی وجود دارد و بنابراین با بالاتر رفتن استفاده از پیام‌رسان تلگرام، آگاهی سیاسی به میزان اندکی کاهش می‌یابد. با توجه به مقادیر بدست آمده با استفاده از بررسی همبستگی بین دو متغیر مستقل (انگیزه استفاده) و متغیر وابسته (آگاهی به نظام سیاسی، آگاهی به نهاد سیاسی و آگاهی به کنشگران سیاسی) رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد و فرضیه دوم مقاله تایید می‌گردد.

فرضیه سوم: بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام (فعالیت سیاسی) و میزان آگاهی سیاسی (آگاهی به نظام سیاسی، آگاهی به نهاد سیاسی و آگاهی به کنشگران سیاسی) رابطه وجود دارد.

جهت بررسی رابطه بین الگوی استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام (فعالیت سیاسی) و میزان آگاهی سیاسی (آگاهی به نظام سیاسی، آگاهی به نهاد سیاسی و آگاهی به کنشگران سیاسی) با توجه به مقیاس داده‌های مورد بررسی، از ضریب همبستگی دو متغیره پیرسون (Pearson) استفاده شد.

با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه فعالیت سیاسی در تلگرام با آگاهی به نظام سیاسی ضریب پیرسون:  $0.218$  \* و سطح معنی‌داری:  $0.000$ ، می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت سیاسی در تلگرام و آگاهی سیاسی رابطه منفی، معنی‌دار و ضعیفی وجود دارد و می‌توان گفت با بالاتر رفتن فعالیت سیاسی در تلگرام، آگاهی به نظام سیاسی به میزان اندکی کاهش خواهد یافت. با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه فعالیت سیاسی در تلگرام با آگاهی به نهادهای سیاسی (ضریب پیرسون:  $0.149$  - و سطح معنی‌داری:  $0.007$ )، می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت سیاسی در تلگرام و آگاهی به نهادهای سیاسی رابطه منفی، معنی‌دار و ضعیفی وجود دارد و با بالاتر رفتن فعالیت سیاسی در تلگرام، آگاهی به نهادهای سیاسی به میزان اندکی کاهش خواهد یافت.

با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی رابطه فعالیت سیاسی در تلگرام با آگاهی به کنشگران سیاسی ضریب پیرسون:  $0.096$  - و سطح معنی‌داری:  $0.084$ ، می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت سیاسی در تلگرام و آگاهی به کنشگران سیاسی رابطه آماری معنی‌داری وجود ندارد.

با توجه به نتایج بدست آمده در ارتباط بررسی فعالیت سیاسی در تلگرام با آگاهی سیاسی (ضریب پیرسون:  $0.140$  - و سطح معنی‌داری:  $0.011$ )، می‌توان نتیجه گرفت که بین فعالیت سیاسی در تلگرام و آگاهی سیاسی رابطه منفی، معنی‌دار و ضعیفی وجود دارد و با بالاتر رفتن استفاده از پیام‌رسان تلگرام، آگاهی سیاسی به میزان اندکی کاهش خواهد یافت. با توجه به مقادیر بدست آمده با استفاده از بررسی همبستگی بین دو متغیر مستقل (فعالیت سیاسی) و متغیر وابسته (آگاهی به نظام سیاسی، آگاهی به نهاد سیاسی و آگاهی به کنشگران سیاسی) رابطه معنی‌دار و منفی وجود دارد و فرضیه سوم مقاله نیز تایید می‌گردد.

این پژوهش با هدف بررسی ارتباط استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با آگاهی سیاسی، در بین شهروندان شهر شیراز انجام شد. میزان و مکانیسم های اثر گذاری عضویت در پیام رسان تلگرام بر آگاهی سیاسی، عمده ترین هدف این مکتوب بود. برای انجام این پژوهش، از میان نظریه های مطرح شده در زمینه آگاهی به طور کلی و آگاهی سیاسی به طور خاص، چارچوب نظری تحقیق بر اساس نظریه های گیدنز، کاستلز و اینگلهارت صورتبندی گردید. روش این پژوهش به صورت پیمایشی انجام شد و سوالات تحقیق از طریق پرسشنامه در میان جامعه مورد بررسی توزیع گردید. حجم نمونه با توجه به فرمول کوکران تعداد ۵۰۰ پرسشنامه آماده گردید پس از توزیع در بین شهروندان شیراز، تعداد ۵۰۰ پرسشنامه به صورت کامل و ۱۹ پرسشنامه به صورت ناقص پر شده بودند که از روند تحقیق کنار گذاشته شدند. فرایندهای آماری پژوهش توسط نرم افزار SPSS انجام گردید. مهم ترین یافته های پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی تبیین شد: در بخش توصیفی یافته ها، با بررسی ابزار جمع آوری داده ها و مشورت با پژوهشگران، اطمینان از پرسشنامه، روایی محتوای آن و سنجش گویه ها کسب گردید. علاوه بر روایی، با مطالعه ای مقدماتی و تعیین میزان پایایی پرسشنامه، بعد از استخراج نمرات مربوط به هر پرسشنامه و وارد کردن آن ها در نرم افزار SPSS، با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ به صورت زیر، میزان پایایی و داده ها تبیین گردید.

متغیر	آلفای کرونباخ
آگاهی سیاسی	۰/۸۳
میزان استفاده	۰/۷۲
فعالیت سیاسی	۰/۷۶
میزان اثربخشی	۰/۷۶

ردیف	گویه	خیلی زیاد		زیاد		تاحدی		کم		خیلی کم		میانگین
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱	تا چه میزان برای کسب اخبار سیاسی از تلگرام استفاده	۲۷/۰۲	۱۰۰	۸۳	۲۲,۴۳	۸۷	۲۳,۵۱	۴۰	۱۰,۸۱	۶۰	۱۶,۲۱	۳,۳۳



											می کنید ؟	
۲,۹۰	۲۱,۳۵	۷۹	۱۸,۹۱	۷۰	۲۶,۲۱	۹۷	۱۴,۱۶	۵۵	۱۸,۶۴	۶۹	تا چه میزان در تلگرام زمان صرف می کنید ؟	۲
۳	۲۰,۲۷	۷۵	۲۳,۲۴	۸۶	۲۳,۷۸	۸۸	۲۳,۵۱	۸۷	۹,۱۸	۳۴	روزانه چند ساعت از وقت خود را به پیام رسان تلگرام اختصاص می دهند	۳
۳,۳۲	۱۱,۳۵	۴۲	۱۳,۵۱	۵۰	۲۸,۳۷	۱۰۵	۲۴,۱۶	۹۲	۲۱,۱۹	۸۱	تا چه حد عضویت در پیام رسان تلگرام بر آگاهی سیاسی خود تاثیر دارد	۴

در بخش آزمون فرضیات پژوهش برای آزمون فرضیات تحقیق از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. فرضیه اول مقاله پس از انجام آزمون همبستگی، رد شد.

پس از انجام آزمون همبستگی، فرضیه دوم تایید شد، بنابراین بین انگیزه استفاده از تلگرام و آگاهی سیاسی رابطه

ردیف	گویه	خیلی زیاد		زیاد		تا حدی		کم		خیلی کم		میانگین
		درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	
۱	اخبار موجود در فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام قابل اعتماد هستند.	۲۷/۰۲	۸۳	۲۲/۴۳	۸۷	۲۳/۵۱	۸۷	۴۰	۱۰/۸۱	۶۰	۱۶/۲۱	۳/۳۳
۲	به نظر من اخبار موجود در فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام صرفاً جنبه سرگرمی دارند.	۱۸/۶۴	۵۵	۱۴/۸۶	۹۷	۲۶/۲۱	۹۷	۷۰	۱۸/۹۱	۷۹	۲۱/۳۵	۲/۹۰
۳	به اخبار موجود در فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام اعتماد نمی‌کنم چون افراد زیادی با هویت نامشخص وجود دارند.	۹/۱۸	۸۷	۲۳/۵۱	۸۸	۲۳/۷۸	۸۸	۸۶	۲۳/۲۴	۷۵	۲۰/۲۷	۳
۴	فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام از جمله رسانه‌های نوین هستند، پس باید به اخبار و اطلاعات سیاسی آن‌ها اعتماد کرد.	۲۱/۸۹	۹۲	۲۴/۸۶	۹۲	۲۸/۳۷	۱۰۵	۵۰	۱۳/۵۱	۴۲	۱۱/۳۵	۳/۳۲
۵	من در فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام می‌توانم به فرد موردعلاقه خود در انتخابات دست پیدا کنم.	۱۵/۱۳	۶۹	۱۸/۶۴	۶۹	۳۳/۲۴	۱۲۳	۶۰	۱۶/۲۱	۶۲	۱۷/۸۳	۳
۶	پس از کسب اخبار در فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام آن را در رسانه‌های اصلی بررسی و سپس مورد استفاده قرار می‌دهم.	۱۷/۵۶	۷۱	۱۹/۱۸	۷۱	۱۷/۸۳	۶۶	۱۰۱	۲۷/۲۹	۶۷	۱۸/۱۰	۲/۸۶

منفی، معنی دار و نسبتاً ضعیفی وجود دارد و می‌توان گفت با بالاتر رفتن استفاده از پیام رسان تلگرام، آگاهی سیاسی به میزان اندکی کاهش خواهد یافت.

پس از انجام آزمون همبستگی، فرضیه سوم نیز تایید گردید، بنابراین بین فعالیت سیاسی در تلگرام و آگاهی سیاسی رابطه منفی، معنی دار و ضعیفی وجود دارد و می‌توان گفت با بالاتر رفتن استفاده ابرازی از پیام رسان تلگرام، آگاهی سیاسی به میزان اندکی کاهش خواهد یافت.

پس از طی مراحل تحقیق و انجام آزمون‌های آماری، نتایج بدست آمده نشان از وجود نواقصی در روند اجرای پژوهش داشت؛ بخشی از آن شامل محدودیت‌های ذاتی روش پژوهش و ابزار پرسشنامه می‌شود؛ همچون محدودیت‌های زمانی و نیز محدودیت در دسترسی به شهروندان؛ محدودیت ابزار تحقیق پرسشنامه به لحاظ شکل و مفهوم که به عقیده محقق، ابزار پرسشنامه و سنجش کمی به تنهایی قادر نیست گویه‌های مربوط به آگاهی سیاسی را به طور دقیق شناسانده و پوشش دهد.

- اینگلهارت، رونالد (۱۳۷۳)، **تحول فرهنگی در جوامع صنعتی پیشرفته**، ترجمه مریم وتر، تهران: کوثر.
- دواس، دی، ای (۱۳۸۵)، **پیمایش در تحقیقات اجتماعی**، ترجمه هوشنگ ناییبی، تهران: نی.
- رجبی، زهره (۱۳۸۹)، **بازنمایی گرایش های سیاسی کاربران ایرانی در شبکه های اجتماعی مجازی با مطالعه موردی فیسبوک، پایان نامه کارشناسی ارشد**، دانشگاه علامه طباطبائی.
- رسولی، محمدرضا و غفوریان تبریزی، آزاده (۱۳۹۵)، «بررسی نقش شبکه های اجتماعی در جنبش های اجتماعی جهان»، **فصلنامه علوم خبری**، سال ۴، شماره ۱۷، صص ۱۰-۲۷.
- سردارنیا، خلیل الله (۱۳۸۸)، «اینترنت، جنبش های اجتماعی جدید و بسیج اعتراض ها»، **فصلنامه پژوهش های ارتباطی**، شماره ۴، صص ۱۵۱-۱۷۶.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، **عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه ای**، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- کبیری، افشار و همکاران (۱۳۹۸)، «بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان»، **فصلنامه مطالعات رسانه های نوین**، سال پنجم، شماره ۱۹، صص ۲۶۱-۲۸۹.
- کرمانی، حسین (۱۳۹۸)، «همه جایی شدن تلگرام: مطالعه دلایل جامعه شناختی استفاده کاربران ایرانی از تلگرام»، **مطالعات جامعه شناختی**، دوره ۲۶، شماره ۱، صص ۱۹۱-۲۲۰.
- گرانمایه پور، علی و نعمتی، فاطمه (۱۳۹۳)، «بررسی نقش وبلاگ ها در شکل گیری آگاهی سیاسی - اجتماعی دانشجویان کارشناسی ارشد رشته ارتباطات ورودی ۱۳۹۰ و ۱۳۹۱ دانشگاه آزاد واحد تهران مرکز»، **فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات**، سال ۱۵، شماره ۲۸.
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۶)، **پیامدهای مدرنیته**، ترجمه محسن ثلاثی، تهران: مرکز.
- مک کی، هیو (۱۳۸۶)، **تحقیق در جامعه اطلاعاتی**، ترجمه رامین کریمیان، تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه ها.
- میناوند چال، محمد قلی (۱۳۸۱)، **بررسی قابلیت و امکان عملکرد شبکه اینترنت به عنوان حوزه عمومی سیاسی**، رساله دوره دکتری علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه تربیت مدرس.
- ندری، غلامرضا و بخشایش، احمد (۱۳۹۷)، «بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی ج.ا. ایران با رویکرد سیاستگذاری»، **فصلنامه پژوهش های حفاظتی - امنیتی**، سال ۷، شماره ۲۵، صص ۱۲۵-۱۵۴.
- نیری، هومن (۱۳۸۹)، **شبکه های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی، پایان نامه دوره کارشناسی ارشد دانشگاه تهران**، دانشکده حقوق و علوم سیاسی.

هابرماس، یورگن (۱۳۹۹)، *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی*، ترجمه جمال محمدی، تهران: افکار.

هاشمی، علی، زارع چاهوکی، محمد علی (۱۳۹۹)، بررسی کیفیت سوپر گروه‌های تلگرام مبتنی بر آنالیز رفتار کاربران، دوره ۵۰، شماره ۲، صص ۹۵۵-۹۶۲.

هر سیبج، حسین (۱۳۸۳)، «کسری اعتماد سیاسی: ریشه‌ها و راهکارهای مقابله با آن در نظام مردم سالار دینی»، *دو فصلنامه دانشگاه اسلامی*، شماره ۲۱ و ۲۲، صص ۲۳۹-۲۶۴.

ولزل، کریستین و همکاران (۱۳۸۲)، *توسعه انسانی نظریه‌ای درباره تغییر اجتماعی*، ترجمه هادی جلیلی، تهران: انتشارات طرح ملی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.