

بررسی تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران)

آرزو صفرآبادی

کارشناس ارشد رشته علوم سیاسی، روابط بین الملل

چکیده

تحقیقات نشان می‌دهند که فضای مجازی توانسته بر روی حوزه‌های مختلف زندگی انسان‌ها تأثیر بگذارد که در این میان یکی از حوزه‌هایی که به شدت تحت تأثیر آن قرار گرفته است، مشارکت سیاسی است. هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران می‌باشد. پژوهش حاضر به صورت پیمایشی و با استفاده از پرسشنامه طراحی شده و با حجم نمونه ۲۷۳ نفر در بین ۵۲۰ نفر از کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران انجام شده است. روش انجام این تحقیق بصورت میدانی و با مصاحبه مستقیم با کارکنان و تکمیل پرسشنامه‌ها از آنها است. برای آزمون فرضیه‌ها از روش تحلیل همبستگی پیرسون و رگرسیون توأم استفاده شد. طبق نتایج بدست آمده از تحلیل پرسشنامه؛ بین استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی با مشارکت سیاسی در بین کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این درحالی است که بین استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی آنها رابطه معناداری وجود ندارد. همچنین نتایج حاصل از تحلیل رگرسیون توأم نشان داد که متغیر استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی به‌مراتب سهم بیشتری در مقایسه با متغیرهای دیگر در پیشگویی متغیر وابسته (مشارکت سیاسی) داشته است. زیرا با توجه به برآورد ضریب رگرسیونی استاندارد با یک واحد افزایش شاخص‌های این معیار احتمال مشارکت سیاسی ۰/۳۵ واحد افزایش خواهد یافت. درحالی‌که یک واحد تغییر در شاخص‌های مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی باعث می‌شود مشارکت سیاسی تنها ۰/۲۵ و ۰/۱۳ واحد افزایش می‌یابد.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، مشارکت، سیاست، شهرداری تهران

مقدمه

مشارکت سیاسی به معنای مشارکت شهروندان در نظام سیاسی است که نه تنها شهروندان از طریق آن، نقشی در زندگی سیاسی جامعه خود ایفا می‌کنند، بلکه فرصتی برای مشارکت در تصمیم‌گیری درباره اهداف مشترک جامعه و بهترین راه دستیابی به این اهداف را می‌یابند (فالاد، ۲۰۱۴). امروزه مشارکت سیاسی به عنوان مهمترین شاخص توسعه سیاسی ملت‌ها به امری گریزناپذیر تبدیل شده است. این امر در کشورهای جهان سوم به شکلی حساس تر خود را نشان می‌دهد. دولت‌ها نیز ناچارند برای کسب مشروعیت به مشارکت سیاسی تن دهند. از طرف دیگر میزان بالای مشارکت سیاسی مردم در زمینه تصمیمات و خط‌مشی‌های سیاسی بر فرهنگ توسعه یافته و توسعه یافتگی فرهنگ سیاسی آن جامعه دلالت دارد. سیاسی بودن کارکنان در حدی که در برابر سرنوشت خود و جامعه حساس باشد و نسبت به مسائل داخلی و خارجی و جریان‌های موجود دارای بینش و تحلیل سیاسی باشد، از جمله ضرورت‌های حیات سیاسی کارکنان و لازمه توسعه سیاسی است. همچنین تبیین کارکردهای سازمان‌ها به عنوان یکی از بخش‌های ساختار اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی کشور و نقشی که کارکنان در این زمینه به عهده دارد، به خوبی مبین ضرورت مشارکت سیاسی کارکنان است. از این رو پرداختن به مقوله مشارکت سیاسی از منظر کارکنان می‌تواند روشنگر یکی از ابعاد توسعه یافتگی باشد (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۶۴).

آن‌گونه که انتظار می‌رود، حق تعیین سرنوشت و مشارکت سیاسی در هر نظام سیاسی، حقی طبیعی است که آوردن دلیل برای آن، شاید ضروری به نظر نرسد. امروز این مسئله با حاکمیت و فراگیر شدن گفتمان مردم‌سالاری و دموکراسی، دیگر به امری بدیهی تبدیل شده که مبانی نظام‌های دموکراتیک دنیا است. اما باوجود این بداهت، باز هم مشاهده می‌شود که معمولاً در انتخابات مختلف در تمامی کشورها و از جمله جمهوری اسلامی، برخی ترجیح می‌دهند تا از این حق قانونی خود استفاده نکنند. بررسی چرایی این مسئله، ما را به آنجا رساند که در مجموع، سه دسته عامل که موجب ناآگاهی، بی‌اعتمادی و نارضایتی است موجب می‌شود که افراد از حضور در پای صندوق‌های رأی اعراض کنند. برای حل این معضل و افزایش مشارکت سیاسی و رسیدن به مشارکت حداکثری که منجر به تقویت نظام‌های سیاسی خواهد شد، سه سیاست ۱- آگاه‌سازی، ۲- اعتمادسازی و ۳- رضایت‌مندسازی پیشنهاد می‌شود که می‌توان در ذیل هر یک از این سیاست‌ها، راهکارهای تفصیلی مختلفی را مورد توجه قرار داد (عابدی اردکانی، ۱۳۹۳: ۱۴۲).

رسانه‌های ارتباط جمعی با در دست گرفتن افکار عمومی، نظارت و هدایت آن، نقشی جدی در عرصه قدرت بازی می‌کنند. به ویژه امروزه که رسانه‌ها از نظر تعداد و کیفیت، تنوع بسیاری پیدا کرده‌اند و طیف گسترده‌ای از رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و الکترونیکی را در بر می‌گیرند و هر کدام، مخاطبان عام و خاص را به خود اختصاص می‌دهند (شهرام نیا و همکاران، ۱۳۹۶). در این بین فضای‌های مجازی از بانفوذترین فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی هستند که همه ابعاد زندگی بشر را تحت تأثیر قرار داده‌اند. شبکه‌های اجتماعی اینترنتی به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی در درون مرزهای ملی، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده و زمینه‌های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده است. در واقع اشکال جدید رسانه‌های الکترونیکی، به اعتقاد بسیاری از اندیشمندان، فضای عمومی جدیدی را برای جامعه ایجاد کرده و حتی جامعه سیاسی نیز به شدت از این تعامل، دستخوش تحول شده است (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰).

شبکه‌های اجتماعی از مهمترین وسایل موجود برای انتقال مفاهیم و مشارکت سیاسی محسوب می‌شوند و همه نظام‌های سیاسی در تلاش هستند آن را در اختیار گرفته و بر آن نظارت کامل داشته باشند و با آن دیدگاه‌ها و نظرات خود را به مردم منتقل کنند. در حالی که به تأثیر شبکه‌ها بر روابط سیاسی بسیار توجه شده است، پژوهش‌های تجربی بسیار ناچیزی برای حمایت از تأثیرات آن‌ها به ویژه درباره مشارکت سیاسی وجود دارد و اینکه چگونه ممکن است به آگاهی سیاسی، بحث‌های سیاسی و انگیزه رأی دادن شهروندان اثر بگذارند (دهقان، ۱۳۸۴). امیدی و مرادی فرد (۱۳۹۷) با بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در استان مازندران بیان نمودند که بین استفاده خبری کاربران با میزان مشارکت سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. مطالعات اشتریان و امیرزاده (۱۳۹۴) در زمینه تأثیر رسانه‌های اجتماعی روی مشارکت سیاسی نشان داد که بین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و میزان مشارکت سیاسی کاربران رابطه منفی و معناداری وجود داشته است. یافته‌های عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) نیز در مطالعه رابطه بین استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک با اعتماد و مشارکت سیاسی شهروندان تبریزی نشان داد که بین مدت زمان عضویت و میزان استفاده از فیس‌بوک با اعتماد و مشارکت سیاسی ارتباط معناداری وجود داشته است. مطالعات مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۰) در زمینه رابطه بین اینترنت و مشارکت سیاسی بین شهروندان اصفهان نشان داد که

بین استفاده از اینترنت با رویکرد و مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود داشته است. یافته‌های عبدالهیان و حقگوئی (۱۳۸۸) درباره میزان و کیفیت استفاده از اینترنت در میان دانشجویان دانشگاه تهران و تاثیر آن بر مشارکت سیاسی بوده است. یافته‌های آنها نشان داد که هر چه میزان و کیفیت استفاده از اینترنت بیشتر باشد سطح مشارکت سیاسی کاربران نیز افزایش می‌یابد.

نیبست لارکینگ^۲ (۲۰۱۰) به بررسی تاثیر رسانه‌ها بر رفتار انتخاباتی در کانادا می‌پردازد و آن را با رفتار انتخاباتی ایالات متحده مقایسه می‌کند. این تحقیق حاکی از وجود تمایزات عمده بین ایالات متحده و کانادا در مورد تبلیغات انتخاباتی در رسانه‌های این دو کشور است و این تفاوت در تبلیغات رسانه‌ها، گویای فرهنگ سیاسی متفاوت این دو کشور است. بدین معنا که تبلیغات انتخاباتی در کانادا حزب محور و موضوع محور هستند ولی تبلیغات انتخابات ایالات متحده بیشتر بر ویژگی‌های شخصیتی کاندیدها متمرکز هستند. کوینتر و همکاران^۳ (۲۰۱۱) در پژوهشی با عنوان "سیاست در گروه همسالان: بررسی رابطه بین تنوع شبکه و مشارکت سیاسی" به بررسی چگونگی تاثیر تنوع قومی فرهنگی و سیاسی در شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در میان ۴۲۳۵ نفر از افراد جوان بلژیک پرداخته‌اند. آنها در تحقیق خود به این نتیجه رسیدند که در اختیار داشتن شبکه‌های گوناگون اجتماعی و سیاسی، مشارکت سیاسی را افزایش می‌دهد و این امر به نوبه خود باعث تماس‌های سیاسی گوناگون با دیگران می‌شود. مطالعات ویسنک^۴ (۲۰۱۲)، در زمینه مشارکت سیاسی در رسانه‌های اجتماعی اروپا با تمرکز بر سیاست‌های اروپا نشان داد که میزان مشارکت سیاسی آنلاین با سن یا موقعیت ایدئولوژیکی شرکت‌کنندگان رابطه معناداری نداشته است. میزان مشارکت سیاسی آنلاین با علاقمندی به سیاست رابطه معناداری داشته، در حالیکه با زمینه ایدئولوژیکی فرد رابطه معناداری نداشته است. همچنین بین میزان مشارکت سیاسی آنلاین با نگرش شرکت‌کنندگان در بکارگیری فیسبوک برای ارتباطات سیاسی رابطه معناداری وجود داشته است. یافته‌های کینسکی و استرود^۵ (۲۰۱۶)، در زمینه رابطه بین دسترسی به اینترنت و اطلاعات آنلاین درباره انتخابات ریاست جمهوری با مشارکت سیاسی، اثربخشی و دانش سیاسی نشان داده که بین میزان دسترسی به اینترنت و اطلاعات آنلاین با اثربخشی داخلی، مشارکت سیاسی و دانش سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود داشته است. همچنین بین میزان دسترسی به اینترنت و اثربخشی خارجی رابطه معنادار و مثبتی وجود داشته، ولی بین دسترسی به اطلاعات آنلاین و اثربخشی خارجی رابطه معناداری وجود نداشته است. با توجه به آنچه بیان شد این تحقیق با هدف بررسی تاثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران انجام شده است.

فرضیه‌های تحقیق

بین استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد.
بین استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد.
بین مدت زمان استفاده از فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد.
بین مدت زمان عضویت در فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد.

روش تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است. این تحقیق از نظر دسته‌بندی تحقیقات نیز بر حسب نحوه گردآوری داده‌ها، توصیفی-همبستگی به شمار می‌رود که توصیف ویژگی‌های نمونه و سپس تعمیم این ویژگی‌ها به جامعه آماری پرداخته است. تحقیقات توصیفی خود بر چند دسته هستند که این پژوهش از نوع پیمایشی آن می‌باشد. با توجه به زمان جمع‌آوری داده‌ها، این مطالعه از نوع پژوهش‌های مقطعی می‌باشد. جامعه آماری این تحقیق ۵۲۰ نفر از کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران می‌باشند. حجم نمونه با استفاده از فرمول کوکران (۱۹۷۰) ۲۷۳ نفر تعیین شد.

روش انجام این پژوهش بصورت پیمایشی و با مصاحبه نیمه‌ساختارمند با کارکنان شهرداری منطقه ۵ و تکمیل پرسشنامه‌ها از آنها است. برای تعیین روایی و جهت معتبر سازی محتوای پرسشنامه‌های تحقیق از نظر متخصصان، اساتید راهنما و کارشناسان استفاده گردید و از نظرات آنها

². Nisbitt-Larking

³. Quintelier et al

⁴. Vesnic

⁵. Kenski & Stroud

در اصلاح پرسشنامه استفاده به عمل آمد به نحوی که در این مرحله تعدادی سؤال حذف و تعدادی هم اصلاح گردید و مواردی هم به سؤالات پرسشنامه اضافه شده است. پایداری یا قابلیت اعتماد پرسشنامه از طریق آزمون آلفای کرونباخ سنجیده شد. ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه فضای مجازی ۰/۸۸ و برای پرسشنامه مشارکت سیاسی ۰/۸۹ بدست آمد.

بر اساس اهداف و فرضیات تحقیق تجزیه و تحلیل داده‌ها به صورت زیر انجام شد: الف) برای بررسی رابطه بین ابعاد استفاده از فضای مجازی با مشارکت سیاسی کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران از آزمون همبستگی پیرسون استفاده شد. ب) جهت تعیین سهم هر یک از چهار بعد استفاده از فضای مجازی بر مشارکت سیاسی کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران از آزمون رگرسیون چندگانه توأم استفاده شد. معادله رگرسیون چندگانه توأم به صورت رابطه (۱) است:

$$\hat{Y} = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + \dots + b_n X_n \quad (1)$$

که در این فرمول $\hat{Y}$: مقدار پیش بینی شده متغیر Y (متغیر وابسته)، a : مقدار ثابت یا عرض از مبدأ نقطه تقاطع خط رگرسیون با محور Y ، b = ضریب رگرسیون یا شیب منحنی و X = مقادیر متغیرهای مستقل.

نتایج

توصیف کمی و بررسی شاخص‌های فضای مجازی

درمجموع برای ارزیابی و سنجش متغیر فضای مجازی از چهار معیار استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی، مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی استفاده شده است. این متغیر در مجموع با ۲۰ گویه طراحی شده است. با توجه به جدول (۱) میانگین امتیاز شاخص‌های استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی، مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی به ترتیب ۳/۶، ۲/۸۹، ۳/۲۴ و ۳/۵ است.

جدول ۱- مقادیر شاخص‌های توصیفی در خصوص چهار معیار فضای مجازی (n=۲۷۳)

معیار	میانگین	انحراف معیار	مد	کمینه	بیشینه
استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی	۳/۶	۰/۵۸	۳	۱	۵
استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی	۲/۸۹	۰/۶۳	۲	۱	۵
مدت زمان استفاده از فضای مجازی	۳/۲۴	۰/۵۹	۳	۱	۵
مدت زمان عضویت در فضای مجازی	۳/۵	۰/۵۳	۳	۱	۵

توصیف کمی و بررسی شاخص‌های مشارکت سیاسی کارکنان

در مجموع برای ارزیابی و سنجش متغیر مشارکت سیاسی کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران در مجموع از ۱۴ گویه در سطح سنجش ترتیبی و در قالب طیف لیکرت و به شکل ۵ گزینه‌ای (خیلی کم، کم، مخالفم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد) طراحی شده است. با توجه به جدول ۲ میانگین امتیاز شاخص‌های مشارکت سیاسی برابر با ۳/۷۱، مد برابر با ۳، بیشترین مقدار برابر با ۵، کمترین مقدار برابر با ۱ و با انحراف معیار ۰/۶۵ است.

جدول ۲- مقادیر شاخص‌های توصیفی در خصوص مؤلفه مشارکت سیاسی (n=۲۷۳)

مؤلفه	میانگین	انحراف معیار	مد	کمینه	بیشینه
مشارکت سیاسی	۳/۷۱	۰/۶۵	۳	۱	۵

تحلیل داده‌ها (بررسی فرضیه‌های تحقیق)

همبستگی بین استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی (فرضیه ۱)

نتایج همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که میان استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. علامت مثبت ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با افزایش استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، مشارک سیاسی کارکنان افزایش می‌یابد (جدول ۳).

جدول ۴-۷- نتایج بررسی همبستگی بین استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی

متغیرها	سطح معنی‌داری	r
استفاده خبری از فضای مجازی با مشارکت سیاسی	۰/۰۰۱	+۰/۶۶

همبستگی بین استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی (فرضیه ۲)

نتایج همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که میان استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود ندارد. (جدول ۴).

جدول ۴-۴- نتایج بررسی همبستگی بین استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی

متغیرها	سطح معنی‌داری	r
استفاده تفریحی از فضای مجازی با مشارکت سیاسی	۰/۳	+۰/۱۲

همبستگی بین مدت زمان استفاده از فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی (فرضیه ۳)

نتایج همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که میان مدت زمان استفاده از فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری در سطح ۹۹ درصد وجود دارد. علامت مثبت ضریب همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که با افزایش مدت زمان استفاده از فضای مجازی، مشارک سیاسی کارکنان افزایش می‌یابد (جدول ۵).

جدول ۵- نتایج بررسی همبستگی بین مدت زمان استفاده از فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی

متغیرها	سطح معنی‌داری	r
مدت زمان استفاده از فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی	۰/۰۰۱	+۰/۵۱

همبستگی بین مدت زمان عضویت در فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی (فرضیه ۴)

نتایج همبستگی پیرسون نشان می‌دهد که میان مدت زمان عضویت در فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی رابطه معنی‌داری وجود دارد (جدول ۶).

جدول ۶- نتایج بررسی همبستگی بین مدت زمان عضویت در فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی

متغیرها	سطح معنی‌داری	r
مدت زمان عضویت در فضای مجازی با میزان مشارکت سیاسی	۰/۰۵	+۰/۲۹

تعیین نوع و میزان سهم هر یک از چهار معیار فضای مجازی بر مشارکت سیاسی

جهت تعیین سهم هر یک از چهار معیار فضای مجازی (استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی، مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی) بر مشارکت سیاسی در بین کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران از آزمون رگرسیون چندگانه توأم (Enter) استفاده شد. با توجه به نتایج مشخص گردید که سه معیار استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی بر مشارکت سیاسی کارکنان مؤثر بوده به صورتی که میزان ضریب تعیین (R^2) ۳۴ درصد و با سطح اطمینان ۹۹ درصد برآورد شده است. همچنین در این تحلیل میزان ضریب همبستگی چندگانه (R) ۵۸ درصد می باشد (جدول ۷).

بر اساس نقش و سهم هر یک از متغیرها بر مشارکت سیاسی در بین کارکنان شهرداری منطقه ۵ تهران می توان معادله رگرسیون را به شرح زیر ارائه داد:

$$\hat{Y} = 39/32 + 1/62 X_1 + 0/06 X_2 + 0/87 X_3 + 0/36 X_4$$

با توجه به جدول (۱۲-۴) سه متغیر مستقل (استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی، مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی) در پیش بینی متغیر وابسته (مشارکت سیاسی کارکنان) تأثیر داشتند. در مورد اهمیت و نقش متغیرهای مستقل در پیشگویی متغیر وابسته از مقادیر ضرایب رگرسیونی استاندارد (Beta) استفاده شد. با توجه به نتایج می توان قضاوت کرد که متغیر استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی به مراتب سهم بیشتری در مقایسه با متغیرهای دیگر در پیشگویی متغیر وابسته (مشارکت سیاسی) داشته است. زیرا با توجه به برآورد ضریب رگرسیونی استاندارد با یک واحد افزایش شاخص های معیار استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی احتمال مشارکت سیاسی ۰/۳۵ واحد افزایش خواهد یافت. درحالی که یک واحد تغییر در شاخص های مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی باعث می شود مشارکت سیاسی تنها ۰/۲۵ و ۰/۱۳ واحد افزایش می یابد.

جدول ۷- بررسی ارتباط بین چهار معیار فضای مجازی بر مشارکت سیاسی به روش رگرسیون چندگانه

R	R^2	F	سطح معنی داری
۰/۵۸	۰/۳۲	۴۳/۴۱	۰/۰۰۱

جدول ۸- تعیین اهمیت نسبی متغیرها و میزان تأثیر آنها بر مشارکت سیاسی

متغیرهای وارد شده به مدل	ضرایب رگرسیونی (B)	ضرایب رگرسیونی استاندارد (Beta)	خطای استاندارد	مقدار t	سطح معنی داری
مقدار ثابت	۳۹/۳۲	-	۲/۵۴	۱۷/۵۲	۰/۰۰۱
استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی	۱/۶۲	۰/۴۳	۰/۱۶	۶/۶۲	۰/۰۰۱
استفاده تفریحی کارکنان از فضای مجازی	۰/۰۶	۰/۰۲	۰/۰۱	۰/۷	۰/۴
مدت زمان استفاده از فضای مجازی	۰/۸۷	۰/۲۵	۰/۱۲	۴/۶۲	۰/۰۰۱
مدت زمان عضویت در فضای مجازی	۰/۳۶	۰/۱۹	۰/۱	۳/۱۲	۰/۰۰۱

بحث و نتیجه گیری

اینترنت بویژه فضای مجازی حجم زیادی از اطلاعات را برای شهروندان با مزایای متعددی نسبت به سایر رسانه‌های سنتی نظیر روزنامه فراهم کرده است. رسانه‌های سنتی با وجود ارائه اطلاعات خود به شهروندان (بصورت یکجانبه)، فضای لازم برای بحث و گفتگو، تولید و ارسال محتوا با مخاطبان خود را نداشته‌اند. در نتیجه سرانه مطالعه و رجوع افراد به این رسانه‌های سنتی برای افزایش آگاهی شهروندان کاهش پیدا کرده و نقش انحصاری سابق آنها از بین رفته است. اما در فضای مجازی، کاربران به عنوان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا با جریان آزاد و دوجانبه اطلاعات مواجه می‌شوند.

این جریان آزاد اطلاعات به کاربر فرصت می‌دهد که درباره موضوعات مختلف اجتماعی- فرهنگی، اقتصادی و سیاسی آگاهی پیدا کند. بعلاوه این ویژگی رسانه‌های اجتماعی از استفاده صرف دولت‌ها از کانال‌های ارتباطی رسمی خودشان (دیدگاه سنتی بالا به پایین) جلوگیری کرده است. لذا جریان اطلاعاتی که از بالا به پایین بوده با چالش جدی روبرو شده است. این امر در حالی است که این فناوری‌ها به کاربران این امکان را داده در فرایند انتقال اطلاعات مشارکت کنند (امیدی و مرادی فر، ۱۳۹۷).

نتایج حاصل از تجزیه تحلیل یافته‌های پژوهش بر اساس آزمون همبستگی نشان داده شد که بین بین استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی با مشارکت سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود داشته و هر چه میزان استفاده کارکنان از فضای مجازی بیشتر شود مشارکت سیاسی نیز افزایش می‌یابد. همچنین استفاده خبری کارکنان از فضای مجازی مهمترین و تأثیرگذارترین متغیر پیش‌بینی کننده مشارکت سیاسی در این پژوهش می‌باشد. این نتیجه با یافته‌های حاصل از پژوهش‌های تجربی گذشته، امیدی و مرادی فر (۱۳۹۷)، مسعودی نیا و همکاران (۱۳۹۰)، کیم و چین (۲۰۱۶) و لیو (۲۰۱۷) همسو است. طبق یافته‌های این پژوهش‌ها، افراد می‌توانند با هر نوع نگرشی، فرصت فعالیت در فضای مجازی را داشته باشند که بدنبال آن مشارکت سیاسی با روند فزاینده‌ای مواجه می‌شود. اینگونه می‌توان بیان کرد که انتقال اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی سبب بحث و گفتگوی گسترده بین کاربران درباره مسائل گوناگون گردیده است. این رسانه‌ها با قابلیت خواندن/نوشتن سبب اطلاع‌رسانی و همکاری بین افراد و گروه‌های مختلف می‌شود. بنابراین از آنجایی که موانع مختلف در ایجاد فعالیت‌های اجتماعی- سیاسی واقعی (غیرمجازی) برای کاربران وجود داشته؛ نتیجتاً فضای مجازی به عرصه‌ای برای گفتگو و تبادل اطلاعات تبدیل شده است. این امر به نوبه خود سبب کاهش هزینه‌های مشارکت سیاسی و افزایش بسیج نیروها نیز می‌شود. این موضوع در مورد کاربران پژوهش حاضر در شهرداری تهران، خصوصاً برهه‌های انتخاباتی، نیز صدق می‌کند.

همچنین نتایج آزمون همبستگی نشان می‌دهد که بین معیارهای مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی با مشارکت سیاسی کارکنان شهرداری منطقه ۵ رابطه معنی‌داری وجود دارد. علامت مثبت ضریب همبستگی نشان می‌دهد که با افزایش شاخص‌های این معیارها، مشارکت سیاسی کارکنان بیشتر می‌شود. بنابراین با توجه به این نتایج می‌توان گفت معیارهای مدت زمان استفاده از فضای مجازی و مدت زمان عضویت در فضای مجازی از مهمترین عوامل تأثیرگذار بر مشارکت سیاسی می‌باشند و ارتباط مستقیمی بین این معیارها و مشارکت سیاسی وجود دارد. این بخش از نتایج با مطالعات عبدالهیان و حقگویی (۱۳۸۸)، عدلی‌پور و همکاران (۱۳۹۳) و امیدی و مرادی فرد (۱۳۹۷) که بیان می‌دارند معیارهای مرتبط با استفاده از فضای مجازی با مشارکت سیاسی مرتبط می‌باشند مطابقت دارد.

فضای مجازی می‌تواند ابزاری کاربردی جهت بهبود مشارکت سیاسی مردم خصوصاً در انتخابات‌ها باشد بنابراین با توجه به نتایج این تحقیق به نظر می‌رسد دولت باید با تعریف و تصویب ضوابط و قوانین مربوطه با استفاده از فضای مجازی، از بار مالی ناشی از هزینه‌های سنگین تبلیغات سنتی در انتخابات بکاهد و همچنین رابطه یکطرفه از بالا به پایین بین نامزدها و مردم تبدیل به رابطه دو طرفه گردد.

منابع

- ۱- ابراهیمی، شهرروز، نجفی، داود، محموداوغلی، رضا و صادقی نقدعلی، زهرا. ۱۳۹۲. رابطه شبکه های اجتماعی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان. فصلنامه راهبرد، ۲۲(۶۶): ۲۶۳-۲۸۴.
- ۲- شهرام نیا، امیرمسعود، ابراهیمی پور، حوا، محمود اوغلی، رضا و ملکان، مجید (۱۳۹۶). سنجش تأثیر شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران. جامعه شناسی کاربردی، ۱۹(۱): ۳۲-۱۹.
- ۳- مسعودنیا، حسین، محموداوغلی، رضا، رهبرقاضی، محمودرضا و فروغی، عاطفه. ۱۳۹۰. مطالعه رابطه استفاده از اینترنت با رویکرد و مشارکت سیاسی (مطالعه موردی شهر اصفهان). علوم انسانی و اجتماعی، ۱۴(۳۴): ۱۷۱-۱۹۲.
- ۴- عابدی اردکانی، محمد و قزوی، زهرا. ۱۳۹۳. نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: مشارکت سیاسی زنان در ایران). ۲۹۸: ۲۹۸-۱۳۸.
- ۵- دهقان، ع.ر. ۱۳۸۴. قماربازی اینترنتی. فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی. ص ۷۲.
- ۶- امید، علی و مرادی فر، سعیده. ۱۳۹۷. تبیین تاثیر رسانه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی استان مازندران). مجله جهانی رسانه. ۱۳(۱): ۲۵۴-۲۷۵.
- ۷- اشتریان، کیومرث و امیرزاده، محمدرضا. ۱۳۹۴. مطالعه تاثیرات شبکه های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران). فصلنامه سیاست، ۴۵(۴): ۸۲۵-۸۴۱.
- ۸- عدلی پور، صمد، قاسمی، وحید، قصابی، رضوان و طاهری، نقی. ۱۳۹۳. تاثیر استفاده از شبکه اجتماعی فیس بوک بر اعتماد و مشارکت سیاسی جوانان. مطالعات فرهنگ و ارتباطات، ۷(۲۸): ۱۹۱-۲۱۲.
- ۹- عبدالهیان، حمید و حقگوئی، حسن. ۱۳۸۸. تبیین رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران. جامعه شناسی ایران. ۱۰(۴): ۱۳۰-۱۵۹.
- 10- Nesbitt-Larking, Paul W. 2010. "The role of the media in electoral behavior: A Canadian perspective," Policy and Society, 29, Available online at www.sciencedirect.com, pp. 53-64.
- 11- Quintelier, Ellen, Dietlind Stolle and Allison Harell. 2011. "Political in Peer Groups: Exploring the Causal Relationship between Networks Diversity and Political Participation, Political Research Quarterly.
- 12- Falade, D. A. 2014. Political Participation in Nigerian Democracy: A Study of Some Selected Local Government Areas in Ondo State, Nigeria", Global Journal of Human Social Science, 32(8), pp.37-41.
- 13- Vesnic-Alujevic, Lucia. 2012. "Political participation and web 4.9 in Europe: A case study of Facebook", Public Relations Review, 18(1), pp.211-279.
- 14- Kenski, Kate and Natalie Jomini Stroud. 2016. "Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge and Participation", Journal of Broadcasting & Electronic Media, 59(4), pp.371-374.
- 15- Liu, Bingyang. 2017. Social Media Use and Political Participation in China: The Mediating Role of Political Efficacy, A thesis Master, School of Advertising and Mass Communications College of Arts & Sciences University of South Florida.
- 16- Kim, Y., & Chen, H.T. 2016. "Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives". Telematics and Informatics, 11(4).

Investigating the Impact of Cyberspace on Political Participation (Case Study: Tehran Municipality District 5 Employees)

Arezoo SafarAbadi

Master of Political Science, International Relations

Abstract

Research shows that cyberspace has had an impact on different areas of human life, including one that has been heavily influenced by political participation. The purpose of the present study is to investigate the impact of cyberspace on the political participation of municipal staff in the 5th district of Tehran. The present study was a descriptive survey using a questionnaire with a sample size of 273 people among 520 municipal employees of district 5 of Tehran. The method of this research is through field interviews and direct interviews with staff and completing questionnaires. Pearson's correlation analysis and regression were used to test the hypotheses. According to the results of the questionnaire analysis, there is a significant and positive relationship between staff news use of cyberspace, duration of cyberspace, and duration of cyberspace membership with political participation among Tehran's 5th municipality staff. However, there is no significant relationship between employees' recreational use of cyberspace and their political participation. Also, the results of regression analysis showed that the variable of employees' news usage of cyberspace was significantly more important than other variables in predicting the dependent variable (political participation). Because the standard regression coefficient estimates increase by one unit, the indices of this criterion will increase the probability of political participation by 0.35. While a single change in the indicators of duration of cyberspace and membership of the cyberspace causes political participation to increase by only 0.25 and 0.13, respectively.

Keywords: Cyberspace, Participation, Politics, Tehran Municipality