

فصلنامه تخصصی علوم سیاسی

سال یازدهم، شماره سی و دوم، پاییز ۱۳۹۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۳/۲۷

تاریخ تصویب: ۱۳۹۴/۶/۱۰

صفحات: ۱۳۷-۱۵۱

تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان

سیستان و بلوچستان در سال تحصیلی ۱۳۹۳-۱۳۹۲*

لیلا خدابخشی**

دانشجوی دکتری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات، گروه علوم سیاسی، ایران، تهران و عضو هیأت علمی گروه معارف دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایرانشهر

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان انجام گردیده است. روش تحقیق، از نوع کاربردی، توصیفی-همبستگی و نمونه پژوهش آن، شامل ۹۰ دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی استان سیستان و بلوچستان بود که با روش نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شدند. ابزار پژوهش عبارت از پرسشنامه محقق ساخته با برآورد آلفای (۰/۶۹) بود. تحلیل رگرسیون چندگانه نیز نشان داد، متغیرهای داشتن وبلاگ شخصی و میزان جوابگو بودن اینترنت به نیاز فرد، ۴۷ درصد واریانس تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی فرد را پیش‌بینی می‌کنند ($P < 0/05$). در مجموع نتایج این پژوهش نشان داده است که تاثیر اینترنت فراتر از آن است که بتوان آن را کنترل نمود، بلکه بایستی جهت حفظ امنیت سیاسی کشور، آموزش‌های لازم به کاربران برای آگاه‌سازی از تاثیرات پنهان اینترنت در جهت اهداف دشمن داده شود.

کلید واژگان

اینترنت، نگرش سیاسی، جنگ نرم، دانشجوی

* لازم به ذکر است این مقاله، مستخرج از طرح پژوهشی مصوب شورای پژوهشی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایرانشهر به شماره ۱۴/۴/۳۴/۲۷۰ است. این طرح با حمایت مالی این دانشگاه انجام گردیده است. لذا محقق بر خود فرض می‌داند از مسولین دانشگاه آزاد اسلامی واحد ایرانشهر نهایت تشکر و قدردانی را بنماید.

** ایمیل: leila.khodabakhshi@yahoo.com

مقدمه

امروزه پدیده انقلاب ارتباطات و محصول کاملاً شناخته شده آن یعنی اینترنت در حال ایجاد تغییرات اساسی و وسیعی در ماهیت، اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع گوناگون اعم از توسعه یافته و در حال توسعه است. و این امر پژوهشگران را به پرسش درباره میزان و چگونگی این تغییرات و تأثیرات کنونی و آتی اینترنت بر زندگی سیاسی جوامع و رابطه بین دولت‌ها و شهروندان وادار نموده است. یکی از عوامل توجه روزافزون پژوهشگران علوم سیاسی و اجتماعی به این پدیده نقشی است که اینترنت می‌تواند در رشد و تقویت دموکراسی، مشارکت سیاسی و نگرش سیاسی (خوش‌بینانه-بدبینانه) در جوامع داشته باشد. تأثیر اینترنت با دلیل داشتن چند ویژگی خاص از جمله: تعاملی بودن، همزمانی ارتباط، فراگیر بودن و متمرکز بودن، از سایر رسانه‌های جمعی متمایز می‌گردد (یزدخواستی، عدلی‌پور و سپهری، ۱۳۹۲: ۱-۲).

در حال حاضر دسترسی به اینترنت، یعنی دسترسی به دنیای مجازی است. دسترسی به اینترنت، کلید ورود به شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها و دسترسی به هزاران سایت یا پایگاه الکترونیکی می‌باشد. اینترنت با تولد کودک نوظهور خود یعنی شبکه‌های اجتماعی، قابلیت‌هایی بیشتری به دست آورد که از جمله می‌توان به قابلیت دسترسی دائم، فرامکانی، فرازمانی، جهانی بودن، سیال بودن، تشدید شدن واقعیت، چندرسانه‌ای بودن و غیره، فضای مناسبی را برای بیان آراء و عقاید در اختیار کاربران قرار می‌دهند. البته امکان گذاشتن اظهارنظر بر روی مطالب این شبکه‌ها توسط دوستان، اهمیت اینترنت، شبکه‌های اجتماعی مجازی را دوچندان می‌کند. به همین خاطر عده‌ای از اندیشمندان علوم اجتماعی معتقدند که شبکه‌های اجتماعی مجازی، ظرفیت و توان شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی را دارا هستند و کاربران آنها می‌توانند از طریق شبکه‌های اینترنتی به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مختلف بپردازند و باعث شکل‌گیری افکار عمومی شوند. در ضمن کاربران می‌توانند در صورت مخالفت یا موافقت با یک مسأله و موضوع اجتماعی و سیاسی دست به کنش مناسب بزنند. به عبارتی نظرات کاربران می‌توانند با ایجاد فضای گفتگو بین افراد و در نهایت شکل دادن به افکار عمومی، منجر به شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی شوند.

۱. مبانی نظری: نظریه حوزه عمومی هابرماس

یکی از مهم‌ترین بحث‌های هابرماس درباره نقش و تأثیر رسانه‌ها در نظام‌های دموکراتیک، اثر معروف او با عنوان «تحول ساختاری حوزه عمومی» است. هابرماس در کتاب تحول ساختاری خود، مفهومی هنجاری از حوزه عمومی ارائه می‌نماید که آن را بخشی از زندگی اجتماعی می‌خواند که در آن شهروندان می‌توانند به تبادل نظر درباره اموری بپردازند که از نظر ایشان برای تامین مصالح عامه اهمیت دارد و از این طریق است که افکار عمومی شکل می‌گیرد (بزدخواستی، عدلی‌پور و سپهری، ۱۳۹۲: ۱-۲). حوزه عمومی در واقع ایده یا مفهومی هنجاری است که در چارچوب کلی نظریات هابرماس درباره کنش ارتباطی و گفتگو جای دارد. حوزه عمومی از منظر هابرماس «قبل از هر چیز قلمرویی از زندگی اجتماعی است که در آن، آن چیزی که به افکار عمومی منجر می‌شود می‌تواند شکل بگیرد». در هر گفتگویی که در آن افراد خصوصی برای ایجاد مجمعی عمومی گرد هم می‌آیند بخشی از حوزه عمومی به وجود می‌آید (Habermas, 1989: 27).

حوزه عمومی وقتی به وجود می‌آید که مردم برای بحث درباره موضوعات مورد علاقه مشترک گرد هم می‌آیند. حوزه عمومی در نگاه هابرماس یک قهوه‌خانه یا سالن سینما نیست، بلکه اومعتقد است حوزه عمومی، جایگاهی برای گفتگو کردن، و تبادل ایده‌ها به منظور شکل دادن به نوعی اجماع عقیده عقلانی است که در آن همه ادعاها از طریق گفتمان عقلانی مورد نقد، قبول یا رد قرار می‌گیرند. حوزه عمومی بخشی از آن فضایی است که در ورای نفوذ عناصر سیستمی به جریان می‌افتد. براین اساس حوزه عمومی را می‌توان نوعی ساختار ارتباطی دانست که در شبکه‌های جمعی جامعه ظهور می‌کند. بنابراین حوزه عمومی، عرصه ارتباطات و شکل‌گیری عقاید است. در حوزه عمومی جریان‌های ارتباطی شکل می‌گیرد و نظرات افراد غربال و ترکیب می‌شود. به روشی که در نهایت منتهی به شکل‌گیری مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و نقطه نظرهای مشترک به نام افکار عمومی می‌گردد.

هابرماس از رسانه‌های جمعی در جامعه به عنوان واحدهای تشکیل دهنده، محافظ و سالم‌سازنده حوزه عمومی یاد می‌کند. او نسبت به نقش تکنولوژی‌های نوین ارتباطی و نظام اطلاع رسانی مدرن در تقویت حوزه عمومی و گفتگوهای آزاد و انتقادی، دیدگاه تائیدآمیزی ندارد، زیرا ارتباطات گسترده معاصر را حاوی مقدار زیادی اطلاعات تحریف شده می‌داند که بر اصول تجاری و سرگرمی‌هایی تکیه دارند که

ابتدال و گریز از واقعیت، محتوای اصلی آنها را تشکیل می‌دهد. به نظر هابرماس، رفع این معضل با گسترش عقلانیت ارتباطی و سیطرل آن بر عقلانیت ابزاری زمینه‌ای ایجاد شود که در آن حوزه عمومی از رشد و پویایی لازم برخوردار شده به طوری که یک وفاق تفاهمی بر سر اصول و قواعد جمعی عام حاصل شود که این امر خود زمینه‌ساز شکل‌گیری نوعی هویت جمعی عام اقناعی، در سطح جهانی خواهد بود (هابرماس، ۱۳۸۰: ۶۷).

عنصر مرکزی و محوری حوزه عمومی هابرماس، گفتگو است. به عبارت دیگر از طریق گفتگو است که افکار عمومی شکل می‌گیرد و می‌تواند به وظیفه اصلی خود که نقد سیاست‌های دولت است، بپردازد و موجب عقلانی شدن آنها گردد (McCarthy, 1987: 77).

۲. اینترنت به عنوان حوزه عمومی

امروزه اینترنت و کاربردهای گوناگون آن، نظیر پست الکترونیکی، وبلاگ شخصی و چت، فرصت‌های جدیدی را برای آشنایی میان افرادی که از یکدیگر شناختی ندارند، فراهم نموده است و دوستی‌های جدیدی را از نوع مجازی به وجود آورده است. اینترنت به عنوان یک تکنولوژی و فناوری نوین، اطلاعات زیادی را از زمان تولد خود تاکنون در اختیار مآرارداده است. لذا بخشی از پیشرفت علوم را مدیون آن هستیم. تاثیر اینترنت بر روابط اجتماعی انسانها و سیاسی دولت‌ها، گستره‌ای فراتر از ابعاد فردی را در بر گرفته است. در حال حاضر اهمیت حضور اینترنت در زندگی به حدی است که تقریباً در اختیار اکثر افراد جامعه می‌باشد و به گسترش فضای مجازی کمک می‌نماید. حضور اینترنت در زندگی ما و دردسرس قرار داشتن آن پیامدهای متعددی دارد به طوری که کینسکی و جومینی استرود (۲۰۰۶) در پژوهش خود نشان دادند بین دسترسی به اینترنت، و آنلاین بودن در زمان انتخاب ریاست جمهوری با مشارکت سیاسی، دانش و آگاهی سیاسی و اثربخشی یا کارآمدی سیاسی ارتباط معناداری وجود دارد. دسترسی به اینترنت و آنلاین بودن آن، باعث می‌شود ما در برابر هجمه اطلاعاتی قرار بگیریم و این مساله می‌تواند به طور موثری بر مشارکت سیاسی شهروندان یک کشور تاثیر معناداری بگذارد (Kenski and Jomini Stroud, 2006: 182-181). جانسون و کی (۲۰۰۳) اقدام به نظرسنجی در میان ۴۴۲ کاربر وب سیاسی نمودند که چقدر آنلاین بودن و اصطلاحات بدست آمده از اینترنت بر منافع

سیاسی، کاندید مورد نظر در انتخابات ریاست جمهوری (سال ۲۰۰۰)، حضور در رای گیری و مشارکت سیاسی آنها تاثیر داشته است. نتایج نظرسنجی آنها نشان داد اینترنت در به صحنه آوردن، شرکت در رای گیری و به طور کلی در سیاست نقش عمده ای دارد. به طوری که اکثر این افراد برای اولین بار کاربر وب سیاسی شده بودند. در ضمن مشارکت سیاسی در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۰ به خاطر استفاده بیشتر از اینترنت از سال ۱۹۹۶ به بعد و اطلاعاتی که در اختیار کاربران قرار می گرفت بیشتر شده بود. چرا که آنها فکر می کردند در تعیین وضعیت سیاسی کشور قدرت دارند (Thomas and Kaye, ۲۰۰۴: ۶۳۸).

پژوهش های زانگ، جانسون، سلترز و بیچاره (Zhang, Johnson and Bichard, 2010: 75-92)، اندیوزا، کانتیجویش و گالگو (Anduiza, Cantijoch and Gallego, 2006: 860-878)، کوینتلا و ویسرز (Kenski and Jomini استورد Quintelier and Vissers, 2008: 411-447)، کنسکی و جومینی استورد (Best and Krueger, 2005: 183-216)، لویپا و فیلیپوت (Stroud, 2006: 173-192)، بست و کروگر (Lupia and Philpot, 2005: 1131) و جانسون و کی (Johnson and Kaye, 2004: 622-642) نشان داده است که اینترنت بر سیاست و ابعاد آن تاثیر مثبت و منفی خود را دارد. اینترنت از یک سو به گسترش فضای سیاسی، مشارکت سیاسی، آگاهی و دانش سیاسی و توسعه سیاسی دولت ها و از سوی دیگر به کاهش اقتدار سیاسی آنها و جهت دهی به نگرش سیاسی مردم و مشارکت سیاسی آنها منجر می گردد. اینترنت مانند هر ابزار دیگر، دارای کاربری مثبت و منفی است. در این پژوهش منظور از تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی، تاثیر کاربری منفی اینترنت بر نگرش سیاسی کاربران آن است که می توان از آن جمله به استفاده سوء از اینترنت به عنوان ابزار تهدید کننده امنیت سیاسی و قدرت سیاسی دولت ها اشاره نمود. که از آن به جنگ نرم یاد می شود. بدخواهان یک ملت تلاش می کنند از طریق اینترنت و سایر ابزارهای خود بر تصمیمات کلان رهبران ملت ها تاثیر بگذارند و آنان را در جهت مورد نظر هدایت کنند. نخبگان را جذب نمایند و بین آنان و نظام سیاسی شکاف ایجاد کنند.

با توجه به تغییر ماهیت روش های منازعه و جنگ میان سردمداران قدرت جهانی و ملت های ضعیف از حالت سخت افزاری گذشته به حالت نرم افزاری (ضابط پور، ۱۳۹۱: ۲۹-۳۷)، و تاکیدات مقام معظم

رهبری در سال‌های اخیر، بر معرفی و تبیین مفاهیمی چون تهاجم فرهنگی، یورش فرهنگی، ناتوی فرهنگی و در نهایت جنگ نرم (عسکری، ۱۳۹۰: ۱۴۵) و اینکه دانشجویان به عنوان سرمایه‌های انسانی کشور، در نوک پیکان جنگ نرم قرار دارند. به نظر می‌رسد جهت استحکام نظام و از دست ندادن نیروی حمایتی مردم، بایستی به بررسی تاثیر رسانه‌ها و در این پژوهش تاثیر اینترنت به عنوان یکی از ابزارهای مهم و کلیدی جنگ نرم بر نگرش سیاسی دانشجویان بپردازیم. تا باشفاف سازی بهتر بتوانیم برای آینده نظام جمهوری اسلامی برنامه‌ریزی مدونی داشته باشیم. لذا هدف از انجام این پژوهش این است که دیدگاه دانشجویان در ارتباط در این پژوهش، نظر دانشجویان در ارتباط با تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی آنها مورد بررسی قرار گرفته است.

۳. اهداف پژوهش

هدف اصلی از انجام این پژوهش تعیین سهم هر یک از متغیرهای پژوهش در پیش‌بینی تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان سیستان بلوچستان است. سایر اهداف این پژوهش عبارتند از: مقایسه تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان برحسب جنسیت؛ مقایسه تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان برحسب داشتن پست الکترونیکی؛ و مقایسه تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان برحسب داشتن وبلاگ شخصی.

۴. سوالات پژوهش

سوال اصلی پژوهش عبارت است از اینکه کدام یک از متغیرهای موردبررسی در پژوهش حاضر(دسترسی به اینترنت، تعداد ساعات استفاده از اینترنت، داشتن پست الکترونیکی، داشتن وبلاگ شخصی، نوع سایت‌های مورد استفاده از اینترنت، میزان مراجعه به اینترنت جهت کسب خبر و میزان جوابگویی اینترنت به نیاز فرد)، پیش‌بینی کننده تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان سیستان بلوچستان است. سایر سوالات مورد بررسی در پژوهش حاضر عبارتند از: آیا بین تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان برحسب جنسیت تفاوت معناداری وجود دارد؟ آیا بین تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان برحسب دسترسی به اینترنت تفاوت معناداری وجود دارد؟ آیا بین تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی آنها برحسب داشتن پست الکترونیکی تفاوت معناداری وجود دارد؟

۵. روش‌شناسی تحقیق

رویکرد تحقیق در این پژوهش از نوع کمی و روش تحقیق آن، کاربردی و پیمایشی است. جامعه آماری مورد مطالعه، شامل کلیه دانشجویان شاغل به تحصیل در واحدهای دانشگاهی دانشگاه آزاد اسلامی استان سیستان و بلوچستان است. جهت نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری احتمالی خوشه‌ای چند مرحله‌ای استفاده گردید. که در این روش در ابتدا از واحدهای دانشگاهی سه واحد (چابهار، ایرانشهر و زاهدان) انتخاب گردیده، و از هر دانشگاه دو کلاس به طور تصادفی انتخاب و سپس پرسشنامه‌ها به نسبت برابر بین سه دانشگاه توزیع گردید. حجم نمونه ۹۰ نفر است. که پس از حذف پرسشنامه‌هایی که به آنها ناقص پاسخ داده شده بود حجم نمونه به ۷۶ نفر کاهش یافت.

۶. ابزار پژوهش

ابزار پژوهش، پرسشنامه محقق ساخته‌ای است که گویه‌های آن به بررسی تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان می‌پردازد. این پرسشنامه شامل ۹ گویه است. که تاثیر اینترنت بر ابعاد مختلف سیاست را مورد نظرسنجی قرار می‌دهد. روش نمره‌گذاری برای همه گویه‌ها به صورت مستقیم (خیلی زیاد=۵، زیاد=۴، متوسط=۳، کم=۲، و خیلی کم=۱) می‌باشد. روایی محتوای گویه‌های این نگرش‌سنج مورد تأیید قرار گرفته است پایایی آن به روش آلفای کرانباخ برابر با ۰/۶۸۹ برآورد گردید. در ضمن میانگین، انحراف معیار و همبستگی درونی هر گویه با نمره کل و آلفای کرانباخ هر گویه در صورت حذف در جدول شماره ۱، آمده است.

در این پژوهش‌های متغیرهای دیگری نیز مورد سنجش قرار گرفته است، که عبارتند از: جنسیت: زن = کد ۱ و مرد = کد ۲. تحصیلات: کارشناسی = کد ۱، کارشناسی ارشد = کد ۲. سن: ۱۸ تا ۲۷ = کد ۱، ۲۸ تا ۳۷ = کد ۲، و ۳۸ تا ۴۷ = کد ۳. دسترسی به اینترنت: بلی = کد ۱، خیر = کد ۲. مدت زمان استفاده از اینترنت: یکسال و کمتر از آن = کد ۱، دوسال = کد ۲، سه سال به بالا = کد ۳. میزان ساعات استفاده از اینترنت در شبانه روز: یک ساعت و کمتر از آن = کد ۱، دوساعت = کد ۲، سه ساعت = کد ۳، و بیش از سه ساعت = کد ۴. داشتن پست الکترونیکی: بلی = کد ۱، خیر = کد ۲. داشتن وبلاگ شخصی: بلی = کد ۱، خیر = کد ۲. نوع سایت‌های مورد استفاده از اینترنت: خبری / تحلیلی = کد ۱، تفریحی / سرگرمی = کد ۲.

علمی / آموزشی = کد ۳، و مذهبی / دینی = کد ۴. میزان مراجعه به اینترنت جهت کسب خبر: خیلی کم = کد ۱، کم = کد ۲، متوسط = کد ۳، زیاد = کد ۴، و خیلی زیاد = کد ۵. میزان جوابگوبودن اینترنت به نیاز شما: خیلی کم = کد ۱، کم = کد ۲، متوسط = کد ۳، زیاد = کد ۴، و خیلی زیاد = کد ۵.

جدول شماره ۱. ویژگی‌های روانسنجی گویه‌های مقیاس تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی

همبستگی هر سوال با نمره کل	اثر حذف گویه بر		میانگین	مقیاس تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی
	انحراف معیار	آلفای کراباخ		
۰/۵۵۷	۰/۶۲۸	۲۸/۱۲	۲۱/۸۹	۱ مقایسه مطالب منعکس شده از رسانه‌های داخلی با انتشار همان مطالب در اینترنت
۰/۴۴۷	۰/۶۴۷	۲۸/۷۴	۲۱/۷۱	۲ میزان اعتبار و مقبولیت پیام‌رسانان سایت‌های مورد استفاده در اینترنت
۰/۳۳۰	۰/۶۷۰	۳۰/۰۸	۲۱/۶۸	۳ میزان اعتقاد به انعکاس اخبار و اطلاعات واقعی و صحیح از سایت‌های خبری
۰/۴۵۹	۰/۶۴۵	۲۸/۶۳	۲۱/۲۹	۴ میزان تمایل به کسب اخبار و تحلیل‌های سیاسی لازم از طریق اینترنت
۰/۳۰۹	۰/۶۷۵	۲۹/۸۸	۲۱/۷۸	۵ میزان ارتباط بین استفاده بیش از حد از اینترنت و کاهش اعتماد به رسانه‌های داخلی
۰/۱۹۰	۰/۷۰۱	۳۱/۱۳	۲۲/۰۶	۶ شرکت در نظرسنجی‌های سیاسی
۰/۱۵۶	۰/۷۰۵	۳۱/۸۷	۲۱/۳۰	۷ میزان تأثیر اینترنت بر گسترش سیاه‌نمایی فضای سیاسی کشور
۰/۵۰۴	۰/۶۳۴	۲۷/۸۴	۲۲/۴۱	۸ میزان آشنایی با گروه‌های سیاسی موجود در فضای اینترنتی
۰/۳۹۳	۰/۶۵۷	۲۸/۳۹	۲۰/۷۱	۹ میزان تأثیر اینترنت بر افکار عمومی

۷. روش تجزیه و تحلیل

جهت آنالیز سوالات این پژوهش محقق از شاخص‌های آمار توصیفی (فراوانی و درصد، میانگین، انحراف معیار، و خطای انحراف معیار) و شاخص‌های آمار استنباطی (ماتریس همبستگی، رآزمون تحلیل رگرسیون خطی چندگانه، مقایسه میانگین دو گروه مستقل و تحلیل واریانس یک‌رله) با استفاده از نسخه

۱۹ نرم افزار SPSS انجام گردید.

۸. یافته‌های پژوهش

نمونه پژوهش شامل ۷۶ دانشجوی دختر و پسر واحدهای دانشگاه/هی دانشگاه آزاد اسلامی در استان سیستان و بلوچستان است. یافته‌های توصیفی پژوهش نشان می‌دهد ۷۹ درصد دانشجویان در مقطع کارشناسی و ۲۱ درصد در مقطع ارشد تحصیل می‌کنند. برحسب دسترسی به اینترنت ۸۵/۵ درصد به اینترنت دسترسی دارند. ۳۸/۹ درصد شرکت کنندگان در پژوهش در حدود یک سال است که کاربر اینترنت هستند. ۵۵/۶ درصد آنها حداقل در شبانه روز یک ساعت و کمتر از آن و ۲ درصد بیش از سه ساعت در شبانه روز از اینترنت استفاده می‌کنند ۵۵/۴ درصد پست الکترونیکی، ۲۸/۹ درصد وبلاگ شخصی دارند. ۳۲/۹ درصد سایت‌های خبری-تحلیلی، ۳۲/۹ درصد علمی-آموزشی، ۲۶ درصد تفریحی-سرگرمی و ۸/۲ درصد مذهبی-دینی را در اینترنت جستجو می‌نمایند. ۴۰ درصد دانشجویان بالاتر از میانگین سایر شرکت کنندگان در پژوهش از اینترنت استفاده می‌نمایند. ۱۳/۳ درصد سایت‌های مورد جستجو به میزان خیلی زیاد، ۴۹/۳ درصد به میزان زیاد، ۹/۳ درصد در حد متوسط، ۱۸/۷ درصد در حد کم و ۹/۳ درصد در حد خیلی کم پاسخگوی نیاز مراجعین خود بوده‌اند.

جدول شماره ۲. شاخص‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	انحراف معیار
سن	۲۵/۶۷	۶/۳۹
مدت زمان استفاده از اینترنت (به سال)	۱/۹۷	۰/۸۷
تعداد ساعات استفاده از اینترنت در شبانه روز	۱/۶۹	۰/۹۴
میزان مراجعه به اینترنت جهت کسب خبر	۲/۹۸	۱/۲۸
میزان جوابگو بودن سایت‌ها به نیاز شما	۲/۶۱	۱/۲۰

جدول شماره ۳، همبستگی بین متغیرهای پیش بین با ملاک را نشان می‌دهد. نتایج حاکی از آن است که بین مدت زمان استفاده از اینترنت، داشتن وبلاگ، میزان مراجعه به اینترنت جهت کسب خبر و میزان جوابگو بودن اینترنت به نیاز شما، با تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی فرد ارتباط مستقیم و معناداری وجود دارد ($P < 0/05$). جهت تعیین متغیرهای پیش‌بینی کننده تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی، از تحلیل

رگرسیون چندگانه به روش گام به گام استفاده شد. نتایج نشان داد داشتن وبلاگ شخصی و میزان جوابگوبودن اینترنت به نیاز فرد ۲۲ درصد از واریانس تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی را تبیین می‌کند و پیش‌بینی کننده آن می‌باشد (جدول شماره ۴).

جدول شماره ۳. همبستگی درونی متغیرهای پیش‌بین با متغیر ملاک

(تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی و اعتقادی)

متغیر ملاک	متغیرهای پیش‌بین	r
	دسترسی به اینترنت	-۰/۱۴۲
	مدت زمان استفاده از اینترنت	۰/۲۷۹*
	داشتن ایمیل	-۰/۰۵۶
نگرش سیاسی	داشتن وبلاگ شخصی	-۰/۳۷۳**
	نوع سایت‌های مورد استفاده	-۰/۱۶۶
	میزان مراجعه به اینترنت جهت کسب خبر	-۰/۳۰۸**
	میزان جوابگوبودن اینترنت به نیاز شما	-۰/۳۴۴**

جدول شماره ۴. شاخص‌های رگرسیون خطی چندگانه با روش گام به گام در پیش‌بینی نظر دانشجویان

در ارتباط با تاثیر اینترنت بر نگرش سیاسی و اعتقادی دانشجویان

متغیر ملاک	گام	متغیرهای پیش‌بین	R	R ^۲	F	P<	β	t	P<
نگرش اول	گام اول	داشتن وبلاگ شخصی	۰/۳۷۳	۱/۱۳۹	۱۰/۵۱۰	۰/۰۰۲	-۰/۳۷۳	-۳/۲۴۲	۰/۰۰۲
سیاسی دوم	گام دوم	داشتن وبلاگ شخصی	۰/۴۷۱	۲/۲۲۲	۹/۱۰۸	۰/۰۰۰۱	-۰/۳۲۶	-۲/۹۱۷	۰/۰۰۵
گام دوم	گام دوم	میزان جوابگوبودن اینترنت به نیاز شما					-۰/۲۹۱	-۲/۶۰۲	۰/۰۱۱

تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی استان سیستان و... ◇

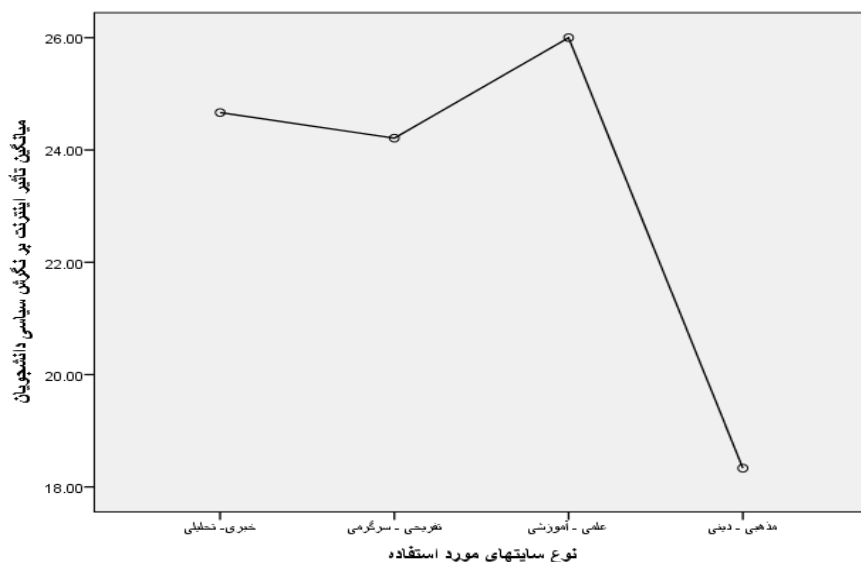
مقایسه میانگین تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی فرد با توجه جنسیت دانشجویان نشان داد بین دانشجویان دختر و پسر از نظر تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی آنها تفاوت معناداری وجود ندارد ($P>0/05$). این مقایسه بر حسب دسترسی داشتن به اینترنت نشان داد تأثیر اینترنت بر نگرش دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند بیشتر از سایر دانشجویان است ($P<0/05$). اما داشتن ایمیل تفاوت معناداری را در تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی نشان نداد ($P>0/05$)، و در نهایت دانشجویانی که وبلاگ شخصی دارند در معرض تأثیر بیشتر اینترنت بر نگرش سیاسی خود قرار دارند ($P<0/05$)، (جدول شماره ۵).

جدول شماره ۵. شاخص‌های توصیفی و استنباطی مقایسه میانگین نظر دانشجویان در ارتباط با تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی با توجه به جنسیت، دسترسی به اینترنت، داشتن ایمیل و داشتن وبلاگ

متغیر	شاخص‌های توصیفی		آزمون نرمال بودن توزیع		آزمون همگنی واریانس‌ها		آزمون مقایسه میانگین دو گروه مستقل		
	N	\bar{X}	P-Value	Z	F	P-Value	t	df	P-Value
جنسیت	۵۲	۲۴/۶۹	۰/۵۸۱	۰/۷۷۷	۰/۲۲۹	۰/۶۳۳	۰/۷۲۰	۷۴	۰/۴۷۴
	۲۴	۲۳/۶۲	۰/۷۸۸	۰/۶۵۲					
دسترسی به اینترنت	۶۵	۲۵/۱۸	۰/۴۳۷	۰/۸۶۹	۰/۳۶۴	۰/۵۴۸	۳/۱۰۰	۷۴	۰/۰۰۳
	۱۱	۱۹/۴۵	۰/۹۸۴	۰/۴۶۱					
داشتن ایمیل	۴۱	۲۵/۲۲	۰/۶۱۹	۰/۷۵۵	۳/۴۱۳	۰/۰۶۹	۱/۰۲۱	۷۲	۰/۳۱۰
	۳۳	۲۳/۸۲	۰/۸۸۷	۰/۹۷۳					
داشتن وبلاگ	۲۲	۲۸/۰۹	۰/۹۰۹	۰/۵۶۳	۴/۷۳۷	۰/۰۳۳	۳/۷۶۵	۷۴	۰/۰۰۰۰۱
	۵۴	۲۲/۸۳	۰/۸۴۷	۰/۶۱۳					

در ضمن مقایسه تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی با توجه به سایت‌های مورد استفاده ($P<0/05$)، حاکی از تفاوت معنادار در تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی دانشجویان با توجه به سایت‌های مورد استفاده است بررسی معناداری آن با استفاده از آزمون تعقیبی شفه نشان داد این تفاوت معنادار بین

مخاطبین سایت-های علمی / آموزشی (با میانگین ۲۶) و مذهبی / دینی (با میانگین ۱۸/۳۳) است به طوری که، تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی مخاطبین سایت های علمی / آموزشی بیشتر از سایر سایتها است (شکل شماره ۱).



بحث و نتیجه گیری

بر طبق نظریه حوزه عمومی هابرماس، حوزه عمومی یک عرصه فضایی-زمانی است که در آن شهروندان فعالانه گرد هم می آیند تا آزادانه به گفتگوی باز سیاسی بپردازند. در واقع، حوزه عمومی عرصه ارتباطات و شکل گیری عقاید است. اگر مؤلفه های اساسی حوزه عمومی را گفتگو، افکار عمومی و واکنش بدانیم، اینترنت نیز به عنوان یک رسانه، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از آنها می باشد. از آن جا که اینترنت به عنوان یک پدیده جهان شمول امکان و فرصتی برابر را برای کاربران فراهم می کند تا بتوانند تمام اطلاعات و خدمات مورد نیاز خود را در هر زمان و مکان و به هر میزان که بخواهند، دریافت کنند. می توان به این نتیجه رسید که در جهان امروز، اینترنت، فراگیرترین و مسلط

ترین ابزار رسانه ای تأثیرگذار در جامعه است (هاشمی، دیندارفرکوش و احمدی مرویلی، ۱۳۹۰، ۲۰۱-۲۰۰). چرا که افراد می‌توانند از طریق اینترنت (سایت‌ها، وبلاگ‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی، پست الکترونیکی، چت و سایر روش‌ها) به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه با یکدیگر بپردازند و از این طریق افکار عمومی به عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می‌توانند در مخالفت با یک مسأله یا موضوع اجتماعی و سیاسی دست به کنش مناسب بزنند. به طوری که بر طبق نتایج پژوهش حاضر، ۸۵/۵ درصد دانشجویان به اینترنت دسترسی دارند، ۵۵/۴ درصد پست الکترونیکی و ۲۸/۹ درصد دانشجویان وبلاگ شخصی دارند؛ ۶۷/۱ درصد دانشجویان معتقدند اینترنت بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد؛ ۴۶ درصد بر این باورند که اینترنت بر گسترش سیاه‌نمایی فضای سیاسی کشور تأثیر دارد و ۴۴/۷ درصد متمایلند اخبار و اطلاعات سیاسی لازم را از طریق اینترنت پیگیری کنند. نتایج آزمون تحلیل رگرسیون در تعیین متغیرهای پیش بین تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی نشان داد دو متغیر داشتن وبلاگ شخصی و میزان جوابگو بودن اینترنت به نیاز فرد از مهم‌ترین پیش‌بینی‌کننده‌های تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی فرد است. این یافته با نتایج بدست آمده از پژوهش جانسون و کی (۲۰۰۳) همسو می‌باشد. آنها در پژوهش خود نشان دادند وب یکی از قویترین متغیرهای پیش‌بینی‌کننده نگرش سیاسی است. از جمله نتایج دیگر این پژوهش که صحنه بر جهان شمول بودن اینترنت به عنوان یک رسانه تأثیرگذار و دنیای مجازی این است دانشجویانی که به اینترنت دسترسی دارند، وبلاگ شخصی دارند و مخاطب سایت‌های علمی / آموزشی هستند نسبت به سایر دانشجویان، میانگین بالاتری در مقیاس نظرسنجی تأثیر اینترنت بر نگرش سیاسی خود کسب نمودند و در معرض تأثیرپذیری بیشتری از اینترنت در حیطه نگرش سیاسی قرار دارند.

از این رو مدیران و مسولین جامعه برای ایمن نگه داشتن جامعه بایستی دانش و آگاهی سیاسی مردم و کاربران شبکه‌های اینترنتی را افزایش داده تا رخنه‌ها و گذرگاه‌های ورود دشمن به حریم جامعه را بسته. مردم ما بیش از هرچیز به صداقت مسولین خود و دانش و آگاهی بالا نیاز دارند. اگر این مسأله جواب داده شود دیگر نباید نگران نفوذ دشمن به حریم سیاسی کشور شد.

منابع فارسی

- ضابط پور غلامرضا و سید محمدجواد قربی (۱۳۹۱)، «مخاطب‌شناسی جنگ نرم با تأکید بر جایگاه دانشگاهیان ارائه راهبردهایی برای صیانت از دانشگاهیان»، *مجموعه مقالات همایش مخاطب-شناسی جنگ نرم با تأکید بر علوم سیاسی*، تهران، وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح، صص ۳۸-۷.
- عسکری محمود (۱۳۹۰)، *ابزارها و اهداف جنگ نرم، جنگ نرم در عرصه دفاع ملی*، تهران، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۰)، *جهانی شدن و آینده دموکراسی-منظومه پساملی*، ترجمه کمال پولادی، تهران، نشر مرکز.
- هاشمی شهناز، فیروز دیندارفرکوش و لیلی احمدی مرویلی (۱۳۹۰)، «مدل مفهومی استفاده از فضای اینترنت توسط مخاطبان»، *فصلنامه مطالعات رسانه‌ای*، شماره ۱۳، صص ۲۱۵-۱۹۳.
- یزدخواستی، بهجت، صمد عدلی پور و آسیه سپهری (۱۳۹۲)، «تحلیل محتوای صفحات و گروه‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک با نظریه حوزه عمومی هابرماس»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، صص ۸۷-۱۱۰.

English Source

- Anduiza, Eva, Marta Cantijoch and Aina Gallego (2006), "Political Participation and the Internet: A field Essay", *Information, Communication and Society*, No. 6, pp. 860-878.
- Best Samuel J. and Brain S. Krueger (2005), "Analyzing the Representativeness of Internet Political Participation", *Political Behavior*, No.2, pp. 183-216.
- Habermas, Jorgan (1989), *The Structural Transformation of the Public Sphere*, Cambridge: The MITP.
- Johnson, Thomas J., & Barbara. K. Kaye (2004), "Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs among Blog Users", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, No. 3, pp. 622-642.

- Johnson, Thomas J., and Barbara K. Kaye (2004), "Wag the Blog: How Reliance on Traditional Media and the Internet Influence Credibility Perceptions of Weblogs among Blog Users", *Journalism & Mass Communication Quarterly*, No. 3, pp. 622-642.
- Kenski, Kate and Natalie Jomini Stroud (2006), "Connections between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge, and Participation", *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, No. 2, pp. 173-192.
- Lupia, Arthur and Tasha S. Philpot (2005), "Views from Inside the Net: How Websites Affect Young Adults' Political Interest", *Journal of Politics*, No. 4, pp. 1122- 1142.
- McCarthy Thomas. A (1987), *The Critical Theory of Jurgen Habermas*, Cambridge and MA: The MIT Press.
- Quintelier, Ellen and Sara Vissers (2004), "The Effect of Internet Use on Political Participation an Analysis of Survey Results for 16-Year-Olds in Belgium", *Social Science Computer Review*, No. 4, pp. 411-447.
- Zhang, Weiwu, Thomas J Johnson, Trent Seltzer and Shannon Bichard (2010), "The Revolution Will be Networked the Influence of Social Networking Sites on Political Attitudes and Behavior", *Social Science Computer Review*, No.1, pp. 75-92.

