

شبکه‌های اجتماعی و رفتار رأی‌دهی جوانان در شهر مشهد

سوسن باستانی، منصوره اعظم‌آزاده، فاطمه سلطانی

(تاریخ دریافت ۸۷/۱۲/۲۱، تاریخ پذیرش ۸۹/۲/۱)

چکیده: هدف تحقیق حاضر مطالعه عوامل مؤثر بر رفتار رأی‌دهی جوانان ۱۸-۲۹ سال شهر مشهد با تأکید بر رویکرد تحلیل شبکه‌های فردی است. از جمله اهداف این پژوهش آن است که نشان دهد نه تنها شرکت کردن و یا شرکت نکردن اعضای شبکه در انتخابات، بلکه خصوصیات شبکه‌های فردی نیز بر نحوه رأی‌دهی افراد مؤثر است. به این منظور تعداد ۲۶۲ پرسش‌نامه به روش پیمایش و با استفاده از رویکرد تحلیل شبکه در مناطق مختلف این شهر اجرا گردید. در این مطالعه تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از دو فایل، شبکه و پیوند، انجام شده است. فایل شبکه حاوی اطلاعات مربوط به پاس‌خگویان است و فایل پیوند که ماتریس اطلاعات اعضای شبکه (۱۳۶۰ نفر) می‌باشد. تجزیه و تحلیل نهایی داده‌ها بر مبنای ادغام دو فایل صورت گرفته است. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که ویژگی کارکردی شبکه بر رفتار رأی‌دهی پاس‌خگویان تأثیرگذار است. رفتار رأی‌دهی اعضای شبکه نیز به عنوان متغیر پیش‌بین رابطه معناداری با متغیر تابع دارد. در نهایت نتایج حاصله از پژوهش، بر نقش شبکه‌های فردی در تشریح و تبیین رفتار رأی‌دهی به طور مستقیم صحه می‌گذارد.

مفاهیم کلیدی: رفتار رأی‌دهی، شبکه‌های اجتماعی، جوانان.

مقدمه و بیان مسئله

از لحاظ تاریخی، بحث دخالت عموم افراد در تعیین سرنوشت جامعه خود در قالب انتخابات و آرای عمومی سابقه چندان طولانی ندارد. می‌توان گفت از مهم‌ترین الگوهای جنبش‌های مبارزاتی برای گسترش حقوق و آزادی‌های مدنی در جهان جنبش حق رأی همگانی بود که از سال ۱۷۹۳ در فرانسه و به‌خصوص در جریان انقلاب کبیر فرانسه شکل گرفت. ایجاد حق رأی همگانی فرایندی است که نهادینه شدن مفهوم مشارکت سیاسی را در پی داشت، به طوری که با عمومیت یافتن حق رأی در اکثر کشورهای جهان، مسئله انتخابات به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث نظام‌های دموکراتیک درآمد.

در ایران هم انقلاب مشروطه طلیعه نخستین تجربه انتخابات است، که آغازی برای بسیاری از حرکت‌های اجتماعی، توسعه سیاسی و فرهنگی و نوسازی اقتصادی است. (نوذری، ۱۳۸۱: ۱۵۲) با انقلاب اسلامی در سال ۱۳۵۷ نظام پادشاهی جای خود را به جمهوری اسلامی داد که در آن کاندیداها برای احراز پست‌های مختلف مانند ریاست جمهوری، نمایندگی مجلس، خبرگان رهبری و نمایندگی شوراها به‌صورت مستقیم توسط مردم انتخاب می‌شوند. بعد از انقلاب اسلامی در ایران، لزوم مشارکت سیاسی افراد اهمیتی ویژه یافت. زیرا یکی از علل اصلی وقوع انقلاب، خواست مردم برای دخالت در حکومت و تصمیم‌گیری‌های اساسی بود.

در بسیاری از کشورها به‌خصوص کشورهای پیشرفته، احزاب در جامعه نقش بسیار مهمی دارند و تقریباً تمام مردم به یکی از دو یا چند حزب موجود در نظام سیاسی گرایش دارند، با ایدئولوژی‌ها، اهداف و تمایلات این احزاب آشنایی کامل دارند و در تمام رأی‌گیری‌ها به حزب موردنظر خود رأی می‌دهند. در ایران با توجه به نوظهور بودن احزاب و نقش اندک آن‌ها، متغیر تعلق به احزاب سیاسی تأثیر چندانی بر رفتار رأی‌دهی افراد ندارد و عوامل دیگری در تعیین رفتار سیاسی افراد نقش دارند، که از آن جمله می‌توان به نقش شبکه‌های اجتماعی اشاره داشت. در بینش جامعه‌شناختی، رفتارهای سیاسی و ازجمله رفتار رأی‌دهی، یک کنش اجتماعی محسوب می‌شود و عوامل متعدد اجتماعی در نحوه رأی‌دهی دخالت دارند. یکی از شیوه‌های نسبتاً جدید در حوزه رفتارشناسی سیاسی، بررسی روابط بین کنشگران در شبکه‌های اجتماعی آن‌ها و تأثیر ویژگی‌های شبکه بر رفتار رأی‌دهی کنشگران است.

شبکه‌های اجتماعی^۱ نمای حال جامعه، فرهنگ، سیاست، اقتصاد و علم هستند. با بررسی دقیق روابط افراد و سایر موجودیت‌های اجتماعی در شبکه، ویژگی‌های جامعه مورد نظر را

1. Social Networks

خواهیم شناخت. گرچه تحقیقات مربوط به رفتار رأی‌دهی مدت زمان کوتاهی است که به بحث شبکه‌های اجتماعی متمایل شده‌اند، اما در بسیاری از کشورها خصوصاً کشورهای اروپایی و آمریکایی تحقیقاتی به صورت پیمایش‌هایی در سطح ملی یا جزئی‌تر در این زمینه انجام شده است. در کشور ما با وجود اهمیت بالای مسئله، تحقیقاتی که در حوزه رفتارشناسی سیاسی صورت گرفته است، کمتر به بررسی روابط اجتماعی در شبکه‌ها، که یکی از عناصر اصلی در حوزه جامعه‌شناسی است، پرداخته‌اند. نیاز به واکاوی جامعه‌شناختی دقیق این حوزه ما را بر آن داشت تا به بررسی نحوه رفتار رأی‌دهی جوانان بپردازیم. افراد جوان تأثیرپذیری بیشتری از ساخت محیط پیرامونی خود دارند. در ضمن جوانان درصد قابل توجهی از جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و وزن این گروه جمعیتی در کشور ما بسیار سنگین‌تر از سایر گروه‌های جمعیتی است که می‌توانند در امور سیاسی مشارکت کنند، بنابراین نقش آنان در تحولات سیاسی آشکار است. شرکت جوانان در انتخابات، مشارکت آنان در آینده را نیز تثبیت می‌کند و به تداوم حکومت دموکراتیک می‌انجامد. برعکس عدم تمایل آن‌ها به مشارکت سیاسی، می‌تواند نشانی از ضعف و عدم کارایی نظام سیاسی باشد و به شکل‌گیری مشارکت سیاسی غیرمتعارف و منفی از جمله اعتصاب و شورش بینجامد. بر این اساس، هدف این پژوهش مطالعه رفتار رأی‌دهی جوانان شهر مشهد با تأکید بر رویکرد تحلیل شبکه است.

سؤالات پژوهش

- حضور جوانان شهر مشهد در دوره‌های انتخاباتی به چه میزان بوده است؟
- ویژگی‌های شبکه اجتماعی جوانان چه تأثیری بر رفتار رأی‌دهی آنان دارد؟

مبانی نظری

رفتار رأی‌دهی در نظریه شبکه

تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتار انتخاباتی افراد تا حدودی مضمون تحقیقات کلاسیک در علوم سیاسی و جامعه‌شناسی سیاسی بوده است و فقط به تحقیقات جدیدتر اختصاص ندارد. بیش از ۵۰ سال پیش لازارسفلد^۱، برلسون^۲ و گادت^۳ در مطالعه خود تحت عنوان انتخاب مردم^۴ اهمیت تأثیر شخصی در چگونگی ایجاد رأی در ذهن رأی‌دهندگان را نشان دادند. از نظر آن‌ها ارتباط چهره‌به‌چهره مهم‌ترین تأثیرات انگیزشی را بر تغییر عقیده ایجاد می‌کنند. در مطالعه دیگری که در سال ۱۹۴۵ تحت عنوان رأی‌دهنده آمریکایی توسط برلسون و دیگران انجام شد،

1. Paul Felix Lazarsfeld
3. Hazel Gaudet

2. Bernard Berelson
4. "The people's choice"

بار دیگر به روابط شخصی و نقش آن در مشارکت سیاسی توجه شد و روابط را به عنوان عامل مهمی در تفاوت ترجیحات حزبی و رفتار سیاسی رأی‌دهی بین گروه‌های اجتماعی مختلف نشان دادند. (Nieuwbeerta and Flap, 2000: 313- 314).

بعد از این شروع نویدبخش، دیدگاه شبکه کم‌وبیش در مطالعات مربوط به انتخابات به کار گرفته شد، اما شکل‌گیری نظریات جدید از جمله نظریه انتخاب عقلانی که به رأی‌دهنده به عنوان مصرف‌کننده عقلانی نگاه می‌کند باعث شد تا موقتاً نظریاتی که به فرایندهای اجتماعی در مورد ترجیحات حزبی سیاسی تأکید دارند، مورد بی‌اعتنایی قرار گیرند و تأثیر گفت‌وگوهای رودررو در بین رأی‌دهندگان کم‌اهمیت جلوه داده شود. به علاوه در ایالات متحده و اروپا دیدگاه‌های روان‌شناختی که بر نقش ارزش‌های سیاسی و هویت حزبی تأکید داشتند، بر تحقیقات مربوط به رأی‌دهی تسلط قدرتمندی یافتند. (Ibid: 314) بر طبق این نظریات ارزش‌های سیاسی و حزبی تنها در مراحل ابتدایی زندگی در خانواده از طریق ارتباطات شخصی ایجاد می‌شود، در این دیدگاه تنها به تأثیر شبکه خانواده در مراحل اولیه زندگی توجه شده و به نقش شبکه‌های اجتماعی بزرگسالان در محیط‌هایی مثل محیط‌های کاری و همسایگی توجهی نشده است. تحقیقات در مورد رأی‌دهی تنها اخیراً به سمت شبکه‌های اجتماعی کشیده شده‌اند. از پژوهشگرانی که در این عرصه فعالیت دارند می‌توان به هاگفلد^۱، برت^۲ و نوک^۳ اشاره کرد که در کشورهای مختلف جهان و اکثراً از طریق پیمایش‌های ملی به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی و یا به‌طور خاص رفتار رأی‌دهی پرداخته‌اند.

ویژگی شبکه و مشارکت سیاسی

در خصوص بحث انواع پیوندها و رابطه آن‌ها با مشارکت سیاسی مطالعات و تحقیقات فراوانی صورت گرفته است. یک تقسیم‌بندی عمده در ادبیات سرمایه اجتماعی تقسیم‌بندی گرانوویتر (۱۹۸۳) است. او براساس سه ملاک، مدت زمان برقراری پیوند، صمیمیت پیوند و خدمات متقابل، دو نوع پیوند را از هم تشخیص می‌دهد و به یک دسته‌بندی از اعضای شبکه روابط اجتماعی می‌پردازد. او اعضای خانواده، خویشاوندان، دوستان و همسایگان را جزء پیوندهای قوی و آشنایان و دوستان دور را جزء پیوندهای ضعیف می‌داند. هریک از این نوع پیوندها کارکردهای خاص خود را دارند. پیوندهای قوی امکان دسترسی به منابع بیشتری را در مواقع بحرانی برای اعضای شبکه فراهم می‌کنند. اما گرانوویتر معتقد است که پیوندهای ضعیف

1. Huckfeldt
3. Knoke

2. Burt

قوی‌تر هستند، آشنایان تصادفی (پیوندهای ضعیف) می‌توانند اطلاعات و منابعی را ایجاد کنند که فراسوی اطلاعات و منابعی هستند که از طریق دایره بی‌واسطه دوستان و روابط نزدیک به دست می‌آید، به این دلیل که آشنایان غالباً به‌عنوان پل‌هایی به سایر محیط‌های اجتماعی فراتر از محیط اجتماعی فرد عمل می‌کنند. این پل‌ها به ما ایده‌ها و اطلاعاتی می‌دهند که ممکن است در نبود پل‌ها به آن‌ها دسترسی پیدا نمی‌کردیم. به این ترتیب در حوزه مشارکت سیاسی این بحث این‌طور مطرح می‌شود که پیوندهای ضعیف امکان دسترسی افراد را به منابع و اطلاعات سیاسی فراهم می‌کنند.

هاکفلد و همکارانش از جمله پژوهشگرانی بودند که برای تبیین چگونگی گسترش عقاید سیاسی بر این مبحث تکیه کرده‌اند. آشنایان تصادفی یک فرد احتمالاً از هم‌نشینان او نیستند و بنابراین اطلاعاتی که از طریق این الگوی کنش متقابل منتقل می‌شوند، ممکن است از مسافت‌های طولانی (در ساختار اجتماعی) پخش شوند. در شبکه‌های با پیوندهای قوی، احتمال کسب اطلاعات جدید و متفاوت کمتر است و بدون این اطلاعات، امکان کمتری وجود دارد که افراد برای مشارکت بحث کنند. از طرف دیگر آشنایان برای به دست آوردن اطلاعات از طریق ارتباط با فردی که شبکه‌های متنوع‌تری دارد (که آن‌ها مستقیماً به این شبکه‌ها دسترسی ندارند)، با او بحث می‌کنند. (Harell et al., 2007: 6).

وجود تنوع^۱ در شبکه موقعیت بهتری را برای اعضا فراهم می‌کند و موجب می‌شود که اعضای شبکه به منابع بیشتری از طریق افراد متفاوت و متنوع دست یابند. پاتنام (۲۰۰۰) از جمله کسانی است که تأکید می‌کند که نه تنها تنوع، بلکه ترکیب^۲ شبکه‌های اجتماعی نیز بر خروجی‌های سیاسی تأثیر می‌گذارد. او ادعا می‌کند که کنش متقابل برون‌گروهی^۳ با افرادی از زمینه‌های اجتماعی متفاوت، نسبت به کنش متقابل پیوندهای درون‌گروهی^۴ با افرادی از زمینه‌های مشابه اطلاعات سیاسی بیشتری را منتقل می‌کند. رابینسون^۵ (۲۰۰۵) نشان می‌دهد که احتمال رأی دادن، امضای درخواست‌های سیاسی، شرکت در گفت‌وگوهای سیاسی و تظاهرات یا تحریم‌ها و فعالیت در گروه‌های سیاسی فعال در بین افرادی که شبکه‌های متنوع‌تری دارند، بیشتر است. (Ibid: 6-7)

در نقطه مقابل، دیدگاه‌هایی وجود دارند که بیان می‌کنند که اعضای شبکه متجانس دارای علائق مشابه بیشتری خواهند بود. چنین علائق مشترکی به درک همدلانه و حمایت متقابل

1. Diversity

2. Composition

3. Bonding interaction

4. Bonding interaction

5. Rubenson

می‌انجامد. اشتراک در دیدگاه‌ها و عقاید در شبکه‌های همگون بین اعضای شبکه به دیدگاه‌ها تحکیم می‌بخشد و به شناخت مسائل مشترک منجر می‌شود و کنش دسته‌جمعی را ترغیب می‌کند. نیوبرتا و فلپ^۱ با به‌کارگیری دو نظریه جامعه‌پذیری سیاسی و گروه‌های مرجع، ادعا می‌کنند که «شبکه‌های اجتماعی در صورتی که تجانس بیشتری داشته باشند بر میزان مشارکت سیاسی تأثیر قوی‌تری خواهند داشت. افراد می‌پذیرند که برای دریافت اطلاعات به اشخاصی مراجعه کنند که کنش متقابل بیشتری با آن‌ها دارند و در نتیجه به بحث‌های سیاسی بیشتری با آن‌ها می‌پردازند، به‌علاوه اطلاعاتی که از طریق پیوندهای صمیمانه به دست می‌آید احتمالاً صادقانه‌تر هستند. در این موارد، هر فردی ترجیحات سیاسی و رفتار انتخاباتی مشابهی را با اعضای شبکه خود به‌نمایش خواهد گذاشت.» (Nieuwbeerta and Flap, 2000: 317).

این عقیده فرضیاتی را در مورد شانس رأی دادن یا رأی ندادن در انتخابات ایجاد می‌کند. اگر افراد اطلاعات مبهم و گیج‌کننده‌ای را از محیط شخصی زندگی‌شان دریافت نکنند، کمتر در مورد این‌که به کدام حزب رأی دهند ابهام دارند. این افراد برای رأی دادن در دوره‌های انتخاباتی مختلف آمادگی بیشتری خواهند داشت. همان‌طور که لازارسفلد و دیگران دریافته‌اند افرادی که زیر فشارهای تقاطعی هستند غالباً در مقایسه با دیگران ترجیحات سیاسی خاصی ندارند. (Ibid: 317) نوک نیز با توجه به شکل و دامنه ارتباط دو قضیه را درباره اثرات شبکه‌های فردی بر رأی‌دهی تدوین کرده است:

۱. تأثیرپذیری فرد از دوستان نزدیکش با پیوندهای قوی بیشتر از تأثیرپذیری او از دوستانش با پیوندهای ضعیف است.

۲. بیشتر همگرایان سیاسی با فرد از دوستان نزدیک او هستند، تأثیرپذیری فرد از دوستانش برای انطباق یافتن با آن‌ها بیشتر است. (knoke, 1999: 49)

یکی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی اندازه^۲ آن‌هاست. این خصوصیت شبکه نیز می‌تواند بر مشارکت سیاسی اعضا مؤثر باشد، می‌توان فرض کرد که هرچه اندازه شبکه بزرگ‌تر باشد و عضو شبکه با افراد بیشتری در تماس باشد اطلاعات سیاسی کسب‌شده بیشتر خواهد بود؛ که خود احتمال در گرفتن بحث سیاسی در شبکه‌ها را افزایش می‌دهد. «تحقیقات برخی از محققین در حوزه شبکه‌های اجتماعی مانند هاگفلد و لاک (۱۹۹۸) و نوک (۱۹۹۰ a) نشان می‌دهند که اندازه شبکه‌ها مشارکت سیاسی اعضا را پیش‌بینی می‌کند.» (Mcclurg, 2003: 450).

1. Nieuwbeerta and Flap

2. size

یکی دیگر از مفروضات رویکرد تحلیل شبکه این است که اعضای یک شبکه از طریق تشابه نگرشی به تشابه رفتاری دست می‌یابند. اریکسون^۱ معتقد است:

۱. واحدهای طبیعی تحلیل نگرش‌ها تنها افراد منزوی نیستند، بلکه شبکه‌های اجتماعی هستند.

۲. نگرش‌های فردی موضوعات قائم به ذات نیستند بلکه آن‌ها میزانی از توافق نگرش‌ها هستند که اساساً از طریق فرایندهای غیرشخصی ایجاد شده، حفظ می‌شوند یا تغییر می‌کنند. این فرایندها در میان افراد غریبه اثر کمتری دارند، و در درون مرزهای شبکه‌های اجتماعی اتفاق می‌افتند. به طور مثال دو دوست صمیمی احتمالاً بیشتر در مورد موضوعات مختلف توافق دارند. (Erickson, 1991: 99)

اریکسون برای بیان این مطلب که افراد در شبکه‌های اجتماعی خود به مشابهت نگرشی دست می‌یابند از نظریه مقایسه اجتماعی^۲ بهره می‌گیرد. بر طبق این نظریه افراد به مقایسه اجتماعی افکار، نگرش‌ها و اعمال‌شان با افراد نزدیک خود می‌پردازند. این مقایسه مداوم افراد با دوستان، اعضای خانواده و همکاران باعث می‌شود که آن‌ها در مورد نگرش و اعمال خود (در صورت مشابه بودن با سایرین) اعتماد به نفس لازم را به دست آورند. میزان نزدیکی افراد در شبکه و همبستگی گروهی بین آن‌ها تا حدود زیادی از طریق تشابه نگرشی ایجاد می‌شود. مقایسه اجتماعی بین افراد مشابه علاوه بر قیاس مداوم آرا و عقاید، به نزدیکی و تشابه نگرشی نیز می‌انجامد؛ به این ترتیب افرادی که با یکدیگر تشابه نگرشی پایه‌ای دارند در مورد سایر موضوعات نیز به نگرشی یکسان دست می‌یابند و افرادی که این تشابه نگرشی را ندارند از یکدیگر احساس دوری می‌کنند. (Ibid: 101) براساس مباحث مطرح شده، می‌توان فرضیات زیر را مطرح کرد:

- هرچه اندازه شبکه بزرگ‌تر باشد، احتمال شرکت در انتخابات بیشتر می‌شود.
- ترکیب شبکه اجتماعی افراد بر رفتار رأی‌دهی آنان مؤثر است.
- تنوع در ویژگی‌های اجتماعی اعضای شبکه مانند تحصیلات و سن بر رأی‌دهی افراد مؤثر هستند. هرچه تنوع در شبکه بیشتر باشد احتمال شرکت در انتخابات بیشتر خواهد بود.
- دریافت بیشتر حمایت‌های مشورتی و تشویقی، احتمال شرکت فرد در انتخابات را افزایش می‌دهد.
- شرکت اعضای شبکه فرد در انتخابات، احتمال شرکت فرد در انتخابات را افزایش می‌دهد.

1. Erickson

2. Social Comparison Theory

روش تحقیق

در این تحقیق روش تحلیل شبکه^۱ و روش پیمایش^۲ توأمان به کار گرفته شده است. رویکرد به کار گرفته شده در روش تحلیل شبکه در پژوهش حاضر رویکرد شبکه‌های فردی^۳ است، در این رویکرد از نگاه فرد مرکزی (پاسخگو) به روابط می‌نگریم، اطلاعات نیز از طریق پرسش‌نامه که توسط فرد مرکزی تکمیل می‌گردد، به دست می‌آیند. به کارگیری روش تحلیل شبکه باعث شد تا نحوه بررسی داده‌های این تحقیق کمی با سایر تحقیقاتی که به روش پیمایش انجام می‌شوند، متفاوت باشد. در روش تحلیل شبکه با دو دسته داده سروکار داریم.

۱. اطلاعات مربوط به افراد کانونی (پاسخگویان) و شبکه‌های آن‌ها.

۲. اطلاعات مربوط به اعضای شبکه، پیوندهای فرد کانونی.

برای دو دسته داده‌ها فایل SPSS جداگانه تشکیل می‌شود، در این تحقیق فایل اصلی فایل شبکه است که شامل اطلاعات ۲۶۲ پاسخگو - افراد کانونی شبکه‌های شخصی مورد مطالعه - است. فایل پیوند که ماتریس اطلاعات مربوط به پیوندهای پاسخگویان در آن قرار دارد، دربرگیرنده اطلاعات مربوط به ۱۳۶۰ پیوند است. داده‌های ۱۳۶۰ نفر اعضای شبکه، از طریق فرد کانونی کسب شده است. برای تحلیل داده‌ها از دستور aggregated data در نرم‌افزار SPSS استفاده شده است. فایل شبکه و فایل پیوند دارای یک متغیر مشترک هستند که براساس این متغیر می‌توان از دستور aggregate استفاده کرد. از طریق این منو، فایل دیگری به نام aggregated file ایجاد می‌شود که در آن خلاصه داده‌های فایل پیوند به صورت جمع یا میانگین برای هر متغیر - مانند میانگین سنی اعضای شبکه - برای جمع با داده‌های فایل اصلی شبکه تشکیل می‌شود. سپس با استفاده از دستور match فایل ایجاد شده در فایل شبکه ادغام می‌شود و بر این اساس می‌توان به تحلیل فایل براساس ویژگی‌های روابط افراد پرداخت. بعد از آن این داده‌ها با سایر داده‌های اصلی (متغیر وابسته) از طریق آزمون‌های مناسب در رابطه قرار می‌گیرند.^۴

جمعیت آماری پژوهش را جوانان ۱۸-۲۹ سال ساکن شهر مشهد تشکیل می‌دهند که تعداد آن‌ها بنا بر سرشماری مرکز آمار ایران که در سال ۱۳۸۵، ۶۹۵۳۳۹ است. حجم نمونه با

1. Network Analysis

2. Survey Method

3. Personal Networks, Ego-centered Networks

۴. برای اطلاعات بیشتر درخصوص نحوه کار با اطلاعات تحلیل شبکه مقاله زیر را ببینید
"How to use SPSS to study ego-centered networks,"

استفاده از فرمول کوکران ۲۶۰ نفر برآورد شد. با فرض این‌که جوانان تا حدودی در شرایط مشابهی قرار دارند، نمونه‌گیری در این تحقیق از نمونه‌گیری طبقه‌ای با تخصیص متناسب استفاده شد. بر این اساس با توجه به تعداد جوانان ۱۸-۲۹ سال در هر منطقه، سهم مناطق سیزده‌گانه شهر مشهد در نمونه مشخص شد (جدول شماره ۱).

جدول شماره ۱. توزیع حجم جمعیت و حجم نمونه در مناطق سیزده‌گانه شهر

مناطق شهرداری	جمعیت مناطق	نسبت به کل جمعیت	تعداد کل نمونه
۱	۴۳۷۹۴	٪۶/۳	۱۷
۲	۱۰۹۵۶۸	٪۱۵/۷	۴۱
۳	۸۶۲۵۵	٪۱۴/۴	۳۲
۴	۷۰۰۸۹	٪۱۰	۲۶
۵	۴۲۵۰۸	٪۶/۱	۱۶
۶	۵۷۴۰۰	٪۸/۲	۲۲
۷	۵۵۶۸۶	٪۰/۸	۲۱
۸	۲۸۴۳۸	٪۴	۱۱
۹	۷۵۰۵۰	٪۱۰/۸	۲۸
۱۰	۶۷۴۹۷	٪۹/۷	۲۵
۱۱	۴۹۵۲۹	٪۷/۱	۱۹
۱۲	۸۶۲۵	٪۱/۲	۳
۱۳	۹۰۰	٪۰/۱۳	۱
مجموع	۶۹۵۳۳۹	٪۱۰۰	۲۶۲

معرفی جمعیت نمونه

از میان ۲۶۲ پاسخگو ۵۱ درصد زن و ۴۹ درصد مرد هستند. میانگین سنی پاسخگویان حدود ۲۳ سال است. اکثریت افراد پاسخگو (۷۶/۳ درصد) در مشهد متولد شده‌اند، ۱۲ درصد از آن‌ها نیز در شهرستان‌های دیگر استان خراسان رضوی به دنیا آمده‌اند.

حدود ۵۴ درصد از پاسخگویان تحصیلات دانشگاهی و ۳۹ درصد دیپلم و ۶ درصد تحصیلات پایین‌تر از دیپلم دارند. ۴۱ درصد شاغل هستند، درصد شاغلین در بین مردان دو برابر زنان است.

۶۹ درصد از پاسخگویان مجرد و ۳۰ درصد آنان متأهل هستند. میانگین بعد خانوار پاسخگویان ۵ نفر است.

یافته‌های تحقیق

رفتار رأی‌دهی (شرکت در انتخابات)

رأی‌دهی عملی است که در آن شهروندان با انتخاب نماینده یا نمایندگانی از طریق شرکت در انتخابات در نظام سیاسی مشارکت می‌کنند. این متغیر به‌عنوان متغیر وابسته تحقیق در نظر گرفته شده است که عمل رأی‌دهی افراد را می‌سنجد و شامل ۳ سؤال است. در این سؤالات در مورد رأی‌دهی پاسخگویان در دو مرحله انتخابات سال ۸۶، مشارکت آن‌ها در دوره‌های گذشته انتخاباتی و شرکتشان در انتخابات آینده اطلاعاتی از آنان سؤال شده است. بررسی پاسخ‌ها به سؤال «در انتخابات مجلس شورای اسلامی که در اسفند سال ۸۶ برگزار شد شرکت کردید؟» حاکی از آن است که حدود ۴۷ درصد از پاسخگویان در هر دو مرحله این انتخابات، ۱۶ درصد تنها در یک مرحله شرکت کرده‌اند (جدول شماره ۲). حدود ۳۵ درصد نیز در هیچ‌کدام از دو مرحله انتخابات شرکت نکرده‌اند. به‌طور کلی حدود ۶۴ درصد از پاسخگویان حداقل در یک مرحله از انتخابات مجلس شورای اسلامی شرکت کرده‌اند.

جدول شماره ۲. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب شرکت در انتخابات سال ۸۶

شرکت در انتخابات ۸۶	فراوانی	درصد	درصد تجمعی
در هر دو مرحله	۱۲۴	۴۷/۳	۴۷/۳
در یک مرحله	۴۳	۱۶/۴	۶۳/۷
در هیچ‌کدام از دو مرحله	۹۳	۳۵/۵	۹۹/۲
بی‌جواب	۲	۰/۸	۱۰۰
مجموع	۲۶۲	۱۰۰	

در سؤال شرکت در انتخابات آینده^۱ حدود ۱۵ درصد به‌صورت قطعی اعلام کرده‌اند که در این انتخابات شرکت نمی‌کنند، حدود ۲۷ درصد نیز مردد بودند و نمی‌دانستند که در این انتخابات شرکت می‌کنند یا خیر. ۵۷/۳ درصد نیز اظهار کردند که به‌طور قطع در این انتخابات شرکت می‌کنند. درکل، حدود ۴۲ درصد پاسخگویان نظر مثبتی در مورد شرکت در انتخابات نداشتند و ۵۷ درصد نیز آماده شرکت در انتخابات ملی آینده هستند.

۱. پژوهش در تابستان سال ۱۳۸۷ انجام شده است. لازم به ذکر است که در سؤال انتخابات آینده ذکر نشده است که این انتخابات، انتخابات ریاست‌جمهوری است یا انتخابات مجلس شورای اسلامی.

ویژگی‌های شبکه

اندازه: برای شناسایی اندازه شبکه روش‌های مختلفی وجود دارد. در این پژوهش از پاسخگویان خواسته شده بود که نام افرادی را که بیشترین ارتباط را با آن‌ها دارند مشخص کنند. در تحقیقات موجود در زمینه شبکه، غالباً در مورد ارتباط با ۶ نفری که فرد بیشترین یا نزدیک‌ترین ارتباط را دارد سؤال شده است. در این پژوهش، با توجه به جوان بودن نمونه تحقیق، سقف تا ۱۰ نفر مشخص شد. دلیل محدود کردن تعداد روابط در این تحقیقات، نیازی است که به تکمیل ماتریس روابط و جمع‌آوری اطلاعات درخصوص هریک از اعضای شبکه وجود دارد.

جوانان مورد بررسی، به‌طور متوسط ۵ نفر را به‌عنوان افرادی که بیشترین ارتباط را با آنان دارند نام برده‌اند. اندازه شبکه بین صفر تا ۱۰ نفر ذکر شده است. بیشترین فراوانی مربوط به پاسخگویانی است که ۶ نفر را به‌عنوان اعضای شبکه خود نام برده‌اند (۳۶/۷ درصد). لازم به ذکر است که اندازه واقعی شبکه روابط نزدیک برخی از پاسخگویان مطمئناً بزرگ‌تر از آن چیزی است که اعلام کرده‌اند. اما با توجه به نیاز تحقیق به جمع‌آوری اطلاعات در زمینه فعالیت‌های سیاسی و ویژگی‌های ساختی و کارکردی شبکه، محدود کردن تعداد ضروری است.

جدول شماره ۳. توزیع فراوانی اندازه شبکه پاسخگویان

مجموع	اندازه شبکه											
	۰	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹		۱۰
۲۶۲	۱	۱	۹	۵۳	۵۳	۲۵	۷۰	۱۰	۲۰	۵	۱۵	فراوانی
۱۰۰	۰/۴	۰/۴	۳/۴	۲۰/۲	۲۰/۲	۹/۵	۲۶/۷	۳/۸	۷/۶	۱/۹	۵/۷	درصد
	۱۰۰	۹۹/۶	۹۹/۲	۹۵/۶	۷۵/۴	۵۵/۲	۴۵/۷	۱۹/۰	۱۵/۲	۷/۶	۵/۷	درصد تجمعی

ترکیب: این‌که اعضای شبکه به‌لحاظ ویژگی‌هایی همچون سن، جنس، نوع رابطه (خویشاوندی یا غیر خویشاوندی)، قومیت و... چه ترکیبی را دارا می‌باشند مدنظر است. این ویژگی‌ها در دو دسته کلی مورد بررسی قرار می‌گیرند:

الف. ترکیب اعضای شبکه از نظر ویژگی‌هایی چون سن، جنس، میزان تحصیلات، شغل. مثلاً چند درصد از اعضای شبکه مرد و چند درصد زن هستند.

ب. از نظر نوع رابطه‌ای که با فرد مرکزی دارند، به‌طور مثال چند درصد فامیل، دوست، همسایه و... هستند (باستانی، ۱۳۸۷).

در این پژوهش، منظور از ترکیب نوع رابطه، خویشاوندی یا غیرخویشاوندی، اعضای شبکه

با فرد کانونی است. ۴۰ درصد اعضای شبکه پاسخگویان را اعضای خانواده - اعضای خانواده پدری و همسر - تشکیل می‌دهند. بعد از خانواده دوستان بالاترین سهم (تقریباً ۳۸ درصد) را در شبکه پاسخگویان دارند که در مورد جوانان امری کاملاً طبیعی است. ۴/۳ درصد از دوستان، دوستانی از جنس مخالف هستند. ۴/۳ درصد از دوستان و ۱/۷ درصد کل اعضای شبکه، دوستانی از جنس مخالف هستند.

خویشاوندان دور و نزدیک روی هم ۱۵/۵ درصد از اعضای شبکه افراد را تشکیل می‌دهند. خویشاوندان نزدیک شامل پدر بزرگ، مادر بزرگ، عمو، دایی، عمه و خاله هستند، خویشاوندان دور نیز شامل تمام اعضای فامیل غیر از نسبت‌های نام‌برده هستند. گرچه پاسخگویان با بسیاری از دوستان خود در محل کار ارتباط پیدا کرده‌اند و مرز دقیقی بین دوستی و همکاری مشخص نشده است، با این حال ۴ درصد از اعضای شبکه پاسخگویان نیز از همکاران به‌عنوان اعضای شبکه خود نام برده‌اند. اکثر این روابط، روابط چندوجهی هستند، یعنی همکاران فرد پاسخگو دوستان او نیز محسوب می‌شوند. همسایگان نیز درصد پایینی از اعضای شبکه را تشکیل می‌دهند (۴/۰ درصد).

در مجموع حدود ۵۵ درصد اعضای شبکه افراد پاسخگو را خویشاوندان تشکیل می‌دهد و ۴۴ درصد نیز به غیر خویشاوندان اختصاص دارد که با ویژگی شبکه‌های اجتماعی در کشورهای در حال توسعه منطبق است.

جدول شماره ۴. توزیع ترکیب اعضای شبکه پاسخگویان

درصد معتبر	فراوانی	مجموع	درصد	فراوانی	اعضای شبکه	
					خانواده	دوستان
۵۵/۵	۷۵۵	۴۰/۰	۳۶/۹	۵۰۱	اعضای خانواده پدری	خانواده
			۳/۲	۴۳	همسر	
		۱۵/۵	۹/۷	۱۳۲	خویشاوندان نزدیک	خویشاوندان
			۵/۸	۷۹	خویشاوندان دور	
۴۴/۵	۶۰۴	۳۷/۷	۵۱۳	دوستان همجنس	دوستان	
			۲۳	دوستان جنس مخالف		
		۳۹/۴	۵۳	همکاران	همسایگان	
		۰/۴	۶	همسایگان		
		۰/۷	۴	آشنایان		آشنایان
		۰/۴	۵	معلم و استاد		
		۱۰۰	۱۲۵۹	۱۰۰	۱۰۰	۱۳۶۰

تنوع: این مفهوم بدین معناست که اعضای شبکه چقدر از لحاظ ویژگی‌هایی مانند سن، جنس، میزان تحصیلات و... متفاوت از فرد مرکزی (پاسخگو) هستند (باستانی، ۲۰۰۷). هرچه پراکندگی اعضای گروه از لحاظ ویژگی‌های بیان‌شده بیشتر باشد، تنوع موجود در بین اعضای شبکه بیشتر و تعانس و شباهت کمتر می‌شود. تنوع ممکن است در یکی از ویژگی‌ها مانند سن بیشتر باشد ولی در برخی از ویژگی‌ها مثل میزان تحصیلات کمتر باشد. هرچه شبکه تنوع بیشتری داشته باشد، اعضای شبکه به منابع اطلاعاتی و حمایتی بیشتری دست پیدا می‌کنند. در این پژوهش، تنوع اعضای شبکه در ویژگی‌هایی چون سن و میزان تحصیلات سنجیده شده است. برای سنجش تنوع آماره انحراف معیار به کار رفته است. هرچه انحراف معیار بزرگ‌تر باشد، تنوع موجود در بین اعضای شبکه بیشتر خواهد شد.

اطلاعات مربوط به سطح تحصیلات اعضای شبکه حاکی از آن است که حدود ۸۰ درصد اعضای شبکه، تحصیلاتی در سطح دبیرستان و بالاتر دارند. بیشترین فراوانی میزان تحصیلات در بین اعضای شبکه نیز به سطح تحصیلی دبیرستان و دیپلم اختصاص دارد و بعد از آن تعداد زیادی از اعضای شبکه مدرک بالاتر از دیپلم و لیسانس دارند یا در این مقاطع تحصیل می‌کنند. میانگین انحراف معیار تحصیلات اعضای شبکه پاسخگویان برابر ۲/۳۳ است.

جدول شماره ۵. توزیع فراوانی اعضای شبکه برحسب سطح تحصیلات

سطح تحصیلات	فراوانی	درصد	درصد معتبر	درصد تجمعی
بی‌سواد	۱۳	۱/۰	۱/۰	۱/۰
ابتدایی و سیکل	۲۵۵	۱۸/۷	۱۸/۹	۱۹/۹
دبیرستان و دیپلم	۵۲۷	۳۸/۸	۳۸/۹	۵۸/۸
فوق دیپلم و لیسانس	۴۹۲	۳۶/۲	۳۶/۳	۹۵/۱
فوق لیسانس و دکترا	۶۷	۴/۹	۴/۹	-
بی‌جواب	۶	۰/۴	-	-
جمع کل	۱۳۶۰	۱۰۰	۱۰۰	۱۰۰

شاخص‌های آماری سن اعضای شبکه پاسخگویان نیز حاکی از آن است که به‌طور متوسط میانگین سنی اعضای شبکه‌ها نزدیک ۲۹ سال است. کوچک‌ترین سن عنوان‌شده ۱۷ و بالاترین سن هم ۸۵ سال است. در مجموع از آن‌جا که پاسخگویان ما در سن جوانی قرار دارند، بیش از دو سوم اعضای شبکه آن‌ها نیز در گروه سنی جوان قرار دارند. متوسط انحراف معیار سن اعضای شبکه برابر ۸/۱۵ سال است.

جدول شماره ۶. شاخص‌های آماری سن اعضای شبکه

متغیر	میانگین	میانه	مد	کمینه	بیشینه	بی‌جواب	تعداد اعضای شبکه
سن اعضای شبکه	۲۸/۹۱	۲۵/۰۰	۲۴	۱۷	۸۵	۴۶	۱۳۶۰

حمایت‌های دریافتی از شبکه

ویژگی‌های کارکردی شبکه، بعد حمایتی شبکه را شامل می‌شود. در واقع انواع حمایت‌هایی که فرد از اعضای شبکه دریافت و به آن‌ها ارائه می‌کند مورد بررسی قرار می‌گیرد. نظریه پردازان رویکرد تحلیل شبکه، کارکردهای مختلفی چون حمایت مالی، عاطفی، مشورتی، اطلاعاتی و مصاحبتی را برای شبکه‌های اجتماعی در نظر می‌گیرند (باستانی و صالحی‌هیکوئی، ۱۳۸۶). شناخت کارکردهای مختلف شبکه‌ها به شناخت کامل ابعاد شبکه‌های روابط اجتماعی می‌انجامد.

در بعد کارکردی شبکه‌های اجتماعی با توجه به موضوع تحقیق، سه نوع حمایت اطلاعاتی، مشورتی و تشویقی بررسی شد. به دلیل نقش عمده اعضای خانواده در کارکرد حمایتی شبکه، در بررسی ویژگی کارکردی شبکه، اعضای خانواده به صورت مستقل مورد بررسی قرار گرفت.

حمایت مشورتی: جدول شماره ۷ میزان حمایت مشورتی دریافتی از اعضای شبکه پاسخگویان را در مورد رأی‌دهی نمایش می‌دهد. نتایج حاصله درخصوص مشورت با اعضای خانواده مبین این امر است که حدود ۷۱ درصد از پاسخگویان با پدر خود درخصوص انتخابات مشورت می‌کنند. در بین اعضای شبکه، فردی که بیش از سایر اعضای شبکه مورد مشورت‌خواهی قرار می‌گیرد پدر است. این امر می‌تواند بیانگر جایگاه و نقش رهبری پدر در خانواده باشد. پدران به دلیل ساختار قدرت در خانواده، اقتدار لازم را برای مشورت‌خواهی دارند و ثانیاً به خاطر قرار گرفتن در محیط بیرونی خانه بیشتر در معرض اطلاعات سیاسی قرار دارند و به این ترتیب منتقل‌کننده اطلاعات سیاسی به خانه هستند. ۶۲ درصد پاسخگویان به مشورت با مادر اشاره داشته‌اند. حدود ۶۳ درصد از متاهلین نیز با همسر خود درخصوص رأی‌دهی در انتخابات مشورت می‌کنند. خواهران و برادران نیز تقریباً به یک میزان مورد مشورت‌خواهی پاسخگویان جوان بوده‌اند. در مجموع ۶۴ درصد از پاسخگویان با اعضای خانواده خود در مورد انتخابات و رأی‌دهی مشورت می‌کنند.

جدول شماره ۷. توزیع فراوانی مشورت در مورد انتخابات برحسب نسبت اعضای شبکه

مجموع		نسبت اعضای شبکه					مشورت در مورد انتخابات
		همسر	خواهر	برادر	مادر	پدر	
درصد	فراوانی						
۶۴/۱۵	۳۴۹	۶۲/۸	۶۲/۳	۶۴/۳	۶۲/۱	۷۰/۸	بلی
۳۵/۸۴	۱۹۵	۳۵/۷	۳۶/۷	۳۵/۸	۳۷/۹	۲۹/۲	خیر
		نسبت اعضای شبکه					مشورت در مورد انتخابات
درصد	فراوانی	آشنايان	همسایگان	همکاران	دوستان	خویشاوندان	
۴۶/۱۳	۳۷۶	۵۵/۶	۵۰/۰	۲۸/۳	۴۸/۱	۴۵/۰	بلی
۵۳/۸۶	۴۳۹	۴۴/۴	۵۰/۰	۷۱/۷	۵۱/۹	۵۵/۰	خیر

نتایج مربوط به مشورت با دیگر اعضای شبکه (غیر از اعضای خانواده)، مبین این امر هستند که ۴۵ درصد از پاسخگویان با خویشاوندان خود در مورد این‌که چگونه رأی دهند مشورت می‌کنند (جدول شماره ۷). این مقدار برای دوستان کمی بیشتر است (۴۸ درصد). اما همکاران کمتر مورد مشورت خواهی افراد قرار می‌گیرند و تنها ۲۸ درصد از پاسخگویان اعلام کرده‌اند که با همکاران خود در خصوص رأی‌دهی مشورت می‌کنند. به‌طور کلی اعضای شبکه فرد مرکزی - غیر از اعضای خانواده - کمتر از اعضای خانواده مورد مشورت قرار گرفته‌اند، که حاکی از جایگاه مهم و اصلی خانواده حتی در مسائل سیاسی است.

حمایت تشویقی: در بررسی حمایت‌های دریافتی از اعضای شبکه، از پاسخگویان در خصوص این‌که کدام یک از افرادی که نام برده‌اند آنان را به رأی دادن تشویق کرده‌اند، سؤال شد. در پاسخ به این سؤال حدود ۶۴ درصد از پاسخگویان نام پدر و ۶۲ درصد از آن‌ها نام مادر خود را به‌عنوان مشوقشان در رأی‌دهی ذکر کرده‌اند. ۶۵ درصد از متأهلین نیز همسران خود را جزء کسانی می‌دانستند که آن‌ها را به شرکت در انتخابات تشویق می‌کنند. خواهران و برادران نیز با اختلاف درصد ناچیزی به‌عنوان مشوق اعلام شده‌اند. به‌طور کلی تعداد زیادی از والدین، فرزندان‌شان را به شرکت در انتخابات تشویق می‌کنند. البته مقایسه نتایج حمایت تشویقی با حمایت مشورتی حاکی از آن است که نقش مشورتی خانواده‌ها بیش از نقش تشویقی آنان است (جدول شماره ۸). بررسی نتایج حمایت تشویقی حاکی از آن است که پس از اعضای خانواده، بیشترین میزان تشویق برای شرکت در انتخابات از طرف دوستان صورت می‌گیرد. تعدادی از پاسخگویان هم اعلام کرده‌اند که از طرف همسایگان‌شان برای شرکت در انتخابات تشویق می‌شوند (۱۶/۷ درصد). به‌طور کلی میزان تشویق اعضای خانواده جوانان مورد مطالعه بیش از سایر اعضای شبکه، آنان را جهت رأی‌دهی در انتخابات تشویق می‌کنند.

جدول شماره ۸. تشویق به شرکت در انتخابات برحسب نسبت اعضای شبکه

مجموع		نسبت اعضای شبکه					تشویق به شرکت در انتخابات
		همسر	برادر	خواهر	مادر	پدر	
درصد	فراوانی						
۵۷/۳۵	۳۱۲	۶۵/۱	۵۱/۷	۵۴/۲	۶۲/۱	۶۴/۶	بلی
۴۲/۶۴	۲۳۲	۳۴/۹	۴۸/۳	۴۵/۸	۳۷/۹	۳۵/۴	خیر
مجموع		نسبت اعضای شبکه					تشویق به شرکت در انتخابات
		آشنایان	همسایگان	همکاران	دوستان	خویشاوندان	
درصد	فراوانی						
۳۶/۹۳	۳۰۱	۳۳/۳	۱۶/۷	۳۰/۲	۳۸/۴	۳۵/۵	بلی
۶۳/۰۶	۵۱۴	۶۶/۷	۸۳/۳	۶۹/۸	۶۱/۶	۶۴/۵	خیر

حمایت اطلاعاتی: یکی دیگر از ویژگی‌های کارکردی شبکه حمایت اطلاعاتی آن‌ها برای اعضای شبکه است. در بررسی بعد حمایت اطلاعاتی از پاسخگویان درخصوص منابع اطلاعاتی آنان سؤال شد. پاسخگویان، اعضای خانواده، دوستان و مطبوعات را منبع دریافت اطلاعات مربوط به انتخابات عنوان کرده‌اند. اعضای خانواده و دوستان در فراهم آوردن حمایت اطلاعاتی نقشی مشابه دارند. بیش از نیمی از پاسخگویان تبلیغات کاندیداها و رسانه‌ها را منبع اطلاعات خود معرفی کرده‌اند و مقایسه میانگین پاسخ‌ها حاکی از آن است که پاسخگویان این دو منبع را تا حد زیادی برای کسب اطلاعات انتخاباتی انتخاب می‌کنند. در بین منابع اطلاعاتی، اینترنت کمترین میانگین را دارا می‌باشد و ۵۰ درصد از افراد از اینترنت به‌عنوان منبع اطلاعات سیاسی استفاده نمی‌کنند (جدول شماره ۹).

جدول شماره ۹. توزیع فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از منابع اطلاعات سیاسی

منابع اطلاعات	اصلاً	خیلی کم	کم	تاحدودی	زیاد	خیلی زیاد	جمع	میانگین
خانواده	۱۲/۶	۶/۹	۱۲/۶	۳۳/۶	۲۳/۳	۹/۹	۹۸/۸	۳/۷۹
دوستان	۹/۲	۶/۵	۱۱/۸	۴۰/۸	۲۴/۴	۶/۹	۹۹/۶	۳/۸۶
مطبوعات	۱۱/۸	۰/۵	۱۳/۷	۳۰/۹	۲۶/۰	۱۲/۲	۹۹/۶	۳/۹۱
اینترنت	۵۰/۸	۱۰/۳	۱۷/۲	۱۱/۵	۵/۳	۴/۶	۹۹/۶	۲/۲۴
تبلیغات	۶/۵	۶/۵	۶/۹	۲۶/۷	۳۷/۰	۱۶/۰	۹۹/۶	۴/۳۰
رسانه‌ها	۸/۴	۵/۳	۶/۱	۲۷/۱	۲۹/۸	۲۲/۹	۹۹/۶	۴/۳۴

رأی‌دهی اعضای شبکه

حدود ۶۲ درصد از اعضای شبکه پاسخگویان در انتخابات سال ۱۳۸۶ شرکت کرده‌اند. ۱۸ درصد اعضای شبکه نیز در این انتخابات شرکت نکرده‌اند. پاسخگویان از رأی‌دهی حدود ۱۹ درصد از اعضای شبکه خود اطلاعی ندارند. ۷۵ درصد اعضای خانواده و تقریباً ۵۳ درصد از دوستان پاسخگویان در این انتخابات شرکت کرده‌اند (جدول شماره ۱۰). بالاترین درصد رأی‌دهی در بین اعضای خانواده پاسخگویان دیده می‌شود و کمترین درصد بی‌اطلاعی از رأی‌دهی نیز در مورد اعضای خانواده است که به دلیل نزدیکی مکانی و ارتباط مداوم کاملاً طبیعی است. میزان بی‌اطلاعی از شرکت در انتخابات خویشاوندان و دوستان و به‌ویژه دیگر آشنایان بیشتر است. میزان بالاتر عدم اطلاع از رفتار رأی‌دهی دیگر اعضای شبکه می‌تواند نتیجه ارتباط کمتر فرد مرکزی با آنان باشد.

جدول شماره ۱۰. توزیع فراوانی اعضای شبکه برحسب شرکت در انتخابات سال ۱۳۸۶

وضعیت شرکت در انتخابات	فراوانی	درصد	درصد معتبر
بلی	۸۴۹	۶۲/۴	۶۲/۵
خیر	۲۵۳	۱۸/۶	۱۸/۶
پاسخگو اطلاعی ندارد	۲۵۷	۱۸/۹	۱۸/۹
بی‌جواب	۱	۰/۱	۱۰۰
مجموع	۱۳۶۰	۱۰۰	

آزمون فرضیات

رابطه بین ویژگی‌های ساختاری شبکه و رفتار رأی‌دهی

بررسی رابطه اندازه شبکه و رفتار رأی‌دهی از طریق آزمون پیرسون نشان می‌دهد که اندازه شبکه رابطه‌ای با رفتار رأی‌دهی نشان نمی‌دهد. شاید این نتیجه را بتوان به واریانس پایین اندازه شبکه پاسخگویان نسبت داد.

بررسی ترکیب شبکه مانند تعداد اعضای خانواده، دوستان، همکاران و... در شبکه پاسخگویان نشان داد که تنها تعداد اعضای خانواده در شبکه با رفتار رأی‌دهی رابطه مثبت و معنادار دارد. تعداد دوستان در شبکه رابطه منفی غیرمعناداری با رفتار رأی‌دهی داشت.

جدول شماره ۱۱. رابطه همبستگی بین اندازه شبکه و رفتار رأی‌دهی

متغیرهای مستقل	ضرایب و سطح معناداری	متغیر وابسته: رفتار رأی‌دهی
اندازه شبکه	Pearson Correlation	۰/۱۰۱
	Sig (2.tailed)	۰/۱۰۸
	N	۲۵۷
تعداد اعضای خانواده در شبکه	Pearson Correlation	۰/۱۳۴*
	Sig (2.tailed)	۰/۳۲
	N	۲۵۶

بررسی تنوع در شبکه برای متغیرهای سن و تحصیلات از طریق انحراف معیار این متغیرها (متغیرهای فاصله‌ایی) در بین اعضای شبکه محاسبه می‌شود. نتایج آزمون پیرسون نشان می‌دهند که رابطه‌ای متوسط و مثبت بین این متغیرها و رفتار رأی‌دهی برقرار است. هرچه میزان تنوع در بین اعضای شبکه به لحاظ ویژگی‌هایی چون سن و میزان تحصیلات بیشتر باشد و افراد عضو شبکه از لحاظ این ویژگی‌ها متفاوت از هم باشند، احتمال شرکت افراد در انتخابات بیشتر است.

جدول شماره ۱۲. رابطه همبستگی بین تنوع شبکه و رفتار رأی‌دهی

متغیرهای مستقل	ضرایب و سطح معناداری	متغیر وابسته: رفتار رأی‌دهی
واریانس تحصیلات	Pearson Correlation	۰/۱۲۵*
	Sig (2.tailed)	۰/۴۶
	N	۲۵۶
واریانس سن	Pearson Correlation	۰/۱۳۱*
	Sig (2.tailed)	۰/۳۸
	N	۲۵۳

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

رابطه بین ویژگی‌های کارکردی شبکه و رفتار رأی‌دهی

ازجمله ویژگی‌های کارکردی شبکه که مورد ارزیابی قرار گرفتند، کارکرد حمایتی شبکه ازجمله حمایت مشورتی و تشویقی اعضای شبکه و فرد در مورد انتخابات است. برآیند تحقیق نشانگر آن است که میزان مشورت و تشویقی که اعضای شبکه در مورد شرکت در انتخابات به فرد ارائه می‌دهند، بر رفتار رأی‌دهی فرد کاملاً تأثیرگذار است. بیشترین حمایت مشورتی از طرف اعضای خانواده به‌خصوص پدر در مورد شرکت در انتخابات به فرد

ارائه می‌شود. بعد از اعضای خانواده نیز به ترتیب دوستان و خویشاوندان مورد مشورت خواهی قرار می‌گیرند.

از دیگر ویژگی‌های کارکردی شبکه میزان تشویق صورت گرفته توسط اعضای شبکه برای مشارکت در انتخابات است. اعضای خانواده و دوستان نسبت به سایر اعضای شبکه فرد را بیشتر مورد تشویق برای شرکت در رأی‌گیری عمومی قرار می‌دهند. حاصل تحلیل‌های آماری در این بخش نشان می‌دهد که هرچه میزان تشویق اعضای شبکه برای شرکت در انتخابات بیشتر باشد، فرد بیشتر متمایل به شرکت در انتخابات خواهد بود.

اما تحلیل اطلاعات درخصوص رابطه حمایت اطلاعاتی و رفتار رأی‌دهی حاکی از آن است که اگرچه میانگین استفاده از دو منبع تبلیغات و رسانه‌ها در مورد کسب اطلاعات درباره انتخابات بیشتر از سایر منابع عنوان شده است، با این حال فقط خانواده به‌عنوان منبع اطلاعات سیاسی در آزمون‌های «پیرسون» و «رو اسپیرمن» رابطه مؤثری با رفتار رأی‌دهی دارد، یعنی تنها زمانی که کسب اطلاعات در باب انتخابات از طریق خانواده افزایش می‌یابد، شرکت در دوره‌های مختلف انتخاباتی بیشتر می‌شود.

جدول شماره ۱۳. بررسی رابطه ویژگی‌های کارکردی شبکه و رفتار رأی‌دهی

متغیر مستقل	میزان مشورت اعضای شبکه	میزان تشویق اعضای شبکه	خانواده (منبع اطلاعاتی)
رفتار رأی‌دهی	۰/۱۷۰**	۰/۱۶۹**	۰/۱۷۱*
	۰/۰۰۶	۰/۰۰۷	۰/۰۱۹
	۲۵۷	۲۵۷	۲۵۵

** همبستگی در سطح ۰/۰۱ معنادار است

* همبستگی در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

رابطه بین نحوه رأی‌دهی اعضای شبکه و رفتار رأی‌دهی پاسخگو

نتایج آزمون مربع کای نشان می‌دهد که هرچه اعضای شبکه بیشتر در انتخابات (انتخابات سال ۸۶) شرکت کنند، احتمال رأی‌دهی فرد مرکزی در انتخابات افزایش می‌یابد. ($\text{Chi-square}=25.268$ sig=0.000) به این ترتیب می‌توان نتیجه گرفت که رأی‌دهی اعضای شبکه به‌طور مستقیم بر رفتار رأی‌دهی فرد مؤثر است.

جدول شماره ۱۴. بررسی رابطه رفتار رأی‌دهی و نحوه رأی‌دهی اعضای شبکه

مجموع	رأی‌دهی اعضای شبکه			رفتار رأی‌دهی پاسخگو و رأی‌دهی اعضای شبکه	
	زیاد	متوسط	کم	خیر	رأی‌دهی پاسخگو در انتخابات سال ۸۶
۱۰۰	۵۱/۸	۲۹/۴	۱۸/۸	بلی (حداقل در (یک مرحله)	
۱۰۰	۸۲/۱	۱۱/۱	۶/۸		
۱۰۰	۷۱/۷	۱۷/۴	۱۰/۹	مجموع	
۲۴۷	۱۷۷	۴۳	۲۷		

آزمون کی‌دو=۲۵/۲۶۸ سطح معناداری = ۰/۰۰۰
وی کرامر=۰/۳۲۰ سطح معناداری = ۰/۰۰۰

تحلیل چند متغیره: رگرسیون لجستیک

برای بررسی روابط چند متغیره، از مدل رگرسیون لجستیک استفاده شد. مدل رگرسیون لجستیک جهت پیش‌بینی مقادیر متغیر وابسته تحت عنوان وقوع یا عدم وقوع حادثه، با در نظر گرفتن اثر متغیرهای مستقل به کار می‌رود. در این مطالعه متغیر وابسته، رفتار رأی‌دهی می‌باشد که در دو مقوله اندازه‌گیری شده است: صفر = عدم شرکت در انتخابات، یک = شرکت در انتخابات.

هدف بررسی احتمال شرکت در انتخابات با در نظر گرفتن اثر متغیرهای مستقل از قبیل جنس، سن و سطح تحصیلات پاسخگو و ویژگی‌های شبکه فرد (اندازه، تنوع سنی و تحصیلی و حمایت‌های دریافتی) با استفاده از روش رگرسیون لجستیک است.

ابتدا متغیرهای مربوط به ویژگی‌های فردی پاسخگویان، جنس، سن و تحصیلات وارد مدل شدند. با توجه به نتایج به دست آمده می‌توان گفت رابطه متغیر تحصیلات با احتمال شرکت در انتخابات، رابطه مستقیم و معنادار است. به ازای یک واحد افزایش در متغیر تحصیلات، به اندازه ۱/۳، احتمال شرکت در انتخابات افزایش می‌یابد. در مدل دوم، علاوه بر متغیرهای فوق، متغیرهای مربوط به ویژگی‌های ساختی شبکه شامل اندازه و تنوع سنی و تحصیلی به مدل اضافه شدند. مقدار بتای متغیر تحصیلات با ورود متغیرهای جدید افزایش یافته است. در مدل سوم، ویژگی‌های کارکردی شبکه و رفتار رأی‌دهی اعضای شبکه وارد مدل شدند. تغییر بتای متغیرهای موجود در مدل دوم حاکی از تأثیر قابل توجه حمایت‌های تشویقی و رفتار رأی‌دهی اعضای شبکه بر رفتار رأی‌دهی پاسخگویان می‌باشد. براساس نتایج به دست آمده، به ازای یک واحد افزایش در متغیر حمایت تشویقی از شبکه، به اندازه ۲/۲۸، احتمال شرکت در انتخابات افزایش می‌یابد. همچنین شرکت اعضای شبکه در انتخابات، به اندازه ۱/۰۲، احتمال شرکت پاسخگویان در انتخابات را افزایش می‌دهد.

جدول شماره ۱۵. مقایسه مدل‌های رگرسیون لجستیک

مدل سوم		مدل دوم		مدل اول		
EXP (B)	B	EXP (B)	B	EXP (B)	B	
۰/۱۳۳	-۲/۰۱۸	۰/۶۱۵	-۰/۴۸۶	۰/۶۹۷	-۰/۳۶۱	مقدار ثابت
۱/۳۹۴	۰/۳۳۲	۱/۲۱۵	۰/۱۹۵	۱/۳۳۷	۰/۲۹۰	جنسیت
۰/۹۹۹	-۰/۰۰۱	۰/۹۸۱	-۰/۰۱۹	۰/۹۸۶	-۰/۰۱۴	سن
۱/۳۱۲	۰/۲۷۱	۱/۳۵۳	۰/۳۰۲	۱/۳۴۱	۰/۲۹۴	سطح تحصیلات
۰/۹۳۷	-۰/۰۶۵	۱/۰۴۲	۰/۰۴۱			اندازه شبکه
۱/۰۴۲	۰/۰۴۱	۱/۰۴۴	۰/۰۴۳			تنوع سنی شبکه
۰/۸۴۴	-۰/۱۶۹	۰/۹۰۰	-۰/۱۰۵			تنوع تحصیلی شبکه
۲/۲۸۲	۰/۸۲۵					دریافت حمایت تشویقی
۱/۰۲۷	۰/۰۲۷					درصد رأی‌دهی اعضای شبکه
		۲۵۵/۲۰۹	۳۱۷/۷۹۷	۳۲۹/۰۰۰		-2 Log likelihood
		۲۲/۵۶۹	۹/۱۲۵	۷/۱۳۸		Chi-Square
		۰/۲۷۴	۰/۰۴۹	۰/۰۳۷		Nagelkerke R Square

ارزیابی نیکویی برازش مدل رگرسیون لجستیک با استفاده از آماره -2 Log likelihood مورد بررسی قرار گرفت. آماره برابر ۲۵۵/۲۰۹ است، که نشانه برازش خوب مدل می‌باشد. آماره Nagelkerke R Square که تقریباً معادل ضریب تعیین در رگرسیون خطی است، برابر با ۰/۲۷۴ است. بر این اساس مدل نهایی ۲۷ درصد تغییرات متغیر رفتار رأی‌دهی پاسخگویان را تبیین می‌کند.

ارزیابی برازش مدل از طریق جدول طبقه‌بندی نیز نشان می‌دهد که در مورد ۱۴۳ پاسخگویی که در انتخابات شرکت کرده‌اند و در مورد ۳۵ پاسخگویی که در انتخابات شرکت نکرده‌اند پیش‌بینی ما درست بوده است. در کل ۷۳/۶ درصد پیش‌بینی‌ها درست می‌باشد.

جدول شماره ۱۶. برازش مدل از طریق جدول طبقه‌بندی

درصد	مقادیر پیش‌بینی شده		مقادیر مشاهده شده
	عدم شرکت در انتخابات	شرکت در انتخابات	
۴۳/۲	۱۸	۱۴۳	شرکت در انتخابات
۸۸/۸	۳۵	۴۶	عدم شرکت در انتخابات
پیش‌بینی درست ۷۳/۶			

در مجموع بررسی نتایج رگرسیون لجستیک نشان می‌دهد که تنها متغیرهای مربوط به ویژگی‌های کارکردی شبکه و رفتار رأی‌دهی اعضای شبکه فرد با متغیر وابسته یعنی رفتار رأی‌دهی پاسخگو رابطه معنی‌دار دارند و از جمله متغیرهای مؤثر بر رفتار رأی‌دهی هستند.

نتیجه‌گیری

رویکرد تحلیل شبکه به‌عنوان رویکردی جدید در جامعه‌شناسی عرصه نوینی را برای مطالعه فراهم آورده است. تأکید اصلی پژوهش حاضر بر تحلیل شبکه‌های اجتماعی برای تبیین رفتار رأی‌دهی است. نتایج بخش‌های توصیفی و تحلیلی این مطالعه مبین تأثیر آشکار ویژگی‌های شبکه بر رفتار رأی‌دهی فرد است. بخش توصیفی نشان از اهمیت خانواده به‌عنوان مهم‌ترین مرجع تصمیم‌گیری‌های سیاسی دارد. بیش از نیمی از پاسخگویان خانواده را تا حدود زیادی منبع اطلاعات سیاسی خود می‌دانستند و به همان نسبت هرچه اطلاعات سیاسی آن‌ها از طریق خانواده تأمین می‌شود، حضور آن‌ها در عرصه انتخابات بیشتر می‌شود. قابل توجه آن‌که این رابطه بین دیگر منابع اطلاعات سیاسی حتی دوستان با رفتار رأی‌دهی وجود ندارد. این رابطه حاکی از اهمیت فوق‌العاده خانواده به‌عنوان مهم‌ترین و اولین نهاد جامعه‌پذیری حتی در رفتارهای سیاسی است و این نتیجه تأثیر گفت‌وگوهای سیاسی در بین اعضای خانواده را بیان می‌کند. اطلاعات سیاسی عموماً در گفت‌وگوهای خانوادگی در زمان انتخابات جریان می‌یابد که به تشابه رفتار و دیدگاه‌های سیاسی می‌انجامد و در فشار بر رأی‌دهی اعضای خانواده مؤثر است. برخی از تبیین‌های تئوریک به اثر مثبت تنوع در شبکه بر بسیج سیاسی اشاره می‌کنند. نتایج به‌دست آمده وجود تنوع در شبکه و تأثیر آن بر رفتار رأی‌دهی پاسخگویان را تأیید می‌کند. تنوع تحصیلی اعضای شبکه امکان درگرفتن بحث‌های سیاسی را افزایش می‌دهد و این کنش متقابل اجتماعی به همراه جریان مبادله اطلاعات سیاسی بر گرایش به رأی‌دهی و به‌طور کلی مشارکت سیاسی اثرگذار است. به این ترتیب می‌توان گفت که وجود تنوع در شبکه، امکان دسترسی افراد را به منابع اطلاعاتی بیشتر امکان‌پذیر می‌سازد و به ایجاد بحث‌های سیاسی و تهییج برای شرکت در انتخابات می‌انجامد.

از ویژگی‌های کارکردی مورد بررسی شبکه‌ها، حمایت مشورتی و تشویقی اهدایی اعضای شبکه شخصی پاسخگویان در مورد رأی‌دهی در انتخابات است. رفتار رأی‌دهی پاسخگویان با حمایت مشورتی و تشویقی اعضای شبکه رابطه مثبت و معناداری دارد. این نتیجه نشان می‌دهد که هرچه میزان مشورت افراد با اعضای شبکه درباره انتخابات افزایش یابد و همچنین تشویق دریافتی از اعضای شبکه برای شرکت در انتخابات بیشتر بوده باشد، فرد در دوره‌های انتخاباتی

بیشتری شرکت کرده است. این نتیجه، منطبق با نتایج اکثر تحقیقاتی است که درخصوص تأثیر کنش متقابل بر مشارکت سیاسی صورت گرفته است. اعضای خانواده و دوستان منبع اصلی مشورت‌خواهی جوانان در مورد شرکت در انتخابات هستند و این دو نوع پیوند در مجموع حمایت مشورتی بیشتری را برای فرد مهیا می‌کنند.

همچنین نظریه تشابه رفتاری اعضای شبکه، در حوزه رفتار رأی‌دهی نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد. برپایه این رویکرد، اعضای شبکه غالباً تشابه رفتاری بسیاری درباره ترجیحات سیاسی و رفتار رأی‌دهی دارند و این تشابه هم به دلیل تأثیر مستقیم اعضا بر یکدیگر است و هم ناشی از ویژگی‌های خاص شبکه. در مجموع ویژگی‌های کارکردی شبکه و رفتار رأی‌دهی اعضای شبکه، که بیانگر تشابه رفتاری فرد با اعضای شبکه فردی اوست، بیش از ویژگی‌های ساختی شبکه بر رفتار رأی‌دهی فرد اثر دارند.

در نهایت یافته‌های این پژوهش حاکی از آن است که تحلیل شبکه هم به مثابه یک روش و هم به مثابه یک نظریه در عرصه مطالعات سیاسی می‌تواند باب تازه‌ای در این خصوص باز کند و افق دید پژوهشگران را در مباحث سیاسی و رفتار رأی‌دهی وسیع‌تر گرداند. بنابراین لازم است رویکرد مورد بحث بیش از پیش مورد توجه پژوهشگران قرار گیرد و در کنار سایر نظریات این حوزه به کار گرفته شود.

منابع

- باستانی، سوسن (۱۳۸۷)، «بررسی سرمایه اجتماعی شبکه در ۱۰ محله تهران: بررسی جایگاه روابط محلی در شبکه‌های اجتماعی» مجله مطالعات اجتماعی ایران، دوره دوم، شماره ۲: ۵۵-۷۴.
- باستانی، سوسن؛ صالحی همکوئی مریم (۱۳۸۶)، «سرمایه اجتماعی شبکه و جنسیت: بررسی ویژگی‌های ساختی، تعاملی و کارکردی شبکه اجتماعی زنان و مردان در تهران» مجله نامه علوم اجتماعی: شماره ۳۰: ۶۳-۹۶.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۱)، احزاب سیاسی و نظام‌های حزبی، تهران: نشر گستره، چاپ اول.

Bastani, Susan (2007), "Family comes First: Men's and Women's Personal Networks in Tehran," *Social Networks*, 29: 357-374.

Erickson, Bonnie M., (1991), "The relational basis of attitudes" in *Social Structures: a Network Approach*. Barry Wellman and S.D berkowitz (edit), Cambridge, Cambridge University Press.

Harell, A. Stolle, D., Quintelier, E., (2007), "Network diversity and political participation: A Complication or an Asset?" Working paper, Mc gill University.

Knoke, D., (1990), "Networks of Political Action: Toward Theory Construction," *Social*

Forces, 68: 1041-63.

Mclurg, S.D., (2003), "Social Networks and Political Participation: the Role of Social Interaction in Explaining Political Participation". *Political research quarterly*, 56: 449-464.

Nieuwbeerta, P., and H. Flap (2000), "Crosscutting Social Circles and Political Choice: Effects of Personal Network Composition on Voting in the Netherland". *Social Networks*, 22: 313-335.

Wellman, B., C. Mueller and A. Marin (1999), "How to Use SPSS to Study EgoCentered Networks," *Bulletin de Methode Sociologique*, 69: 83-100.

سوسن باستانی، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا است (نویسنده مسئول).

Sbastani@alzahra.ac.ir

منصوره اعظم‌آزاده، دانشیار گروه علوم اجتماعی دانشگاه الزهرا است.

فاطمه سلطانی، کارشناس ارشد پژوهشگری دانشگاه الزهرا است.

irfatima_S@yahoo.com