



بررسی و نقش جایگاه شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی (مطالعه موردی: شهر جیرفت)

محمدحسین رودباری^{۱*}، مهدیه بی نیاز^۲، اسما بارانی^۳، ابوالفضل افشاری^۴، حمیده شهریاری نژاد^۵

- ۱- دانشجوی کارشناسی روانشناسی دانشگاه پیام نور واحد جیرفت
- ۲- دانشجوی دکتری روانشناسی تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس
- ۳- دانشجوی کارشناسی روانشناسی دانشگاه پیام نور واحد جیرفت
- ۴- دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بندرعباس
- ۵- دانشجوی کارشناسی ارشد روانشناسی بالینی دانشگاه آزاد اسلامی واحد سیرجان

*mroudbari9@gmail.com

ارسال: خرداد ماه ۱۴۰۰ پذیرش: مرداد ماه ۱۴۰۰

چکیده

هدف اصلی از انجام این پژوهش بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی بود. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی-همبستگی می باشد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر جیرفت بود که حداقل از یکی از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند. با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود و همچنین آخرین عدد جدول مورگان، تعداد ۳۸۴ نفر بعنوان حجم نمونه آماری مورد مطالعه قرار گرفت. شیوه نمونه گیری در این پژوهش به صورت خوشه ای-تصادفی بود. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده گردید که روایی این ابزار با استفاده از نظرات استاد راهنما، مورد تایید قرار گرفت. پایایی این ابزار با استفاده از ضریب الفای کرونباخ نیز مورد تایید قرار گرفت. برای آزمون فرضیه پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با نرم افزار SPSS23 انجام گرفت. یافته های این پژوهش نشان داد که استفاده از شبکه های اجتماعی رابطه معناداری با ارتقاء فرهنگ شهروندی و ابعاد آن (مدارای اجتماعی، مشارکت جویی، رفتارهای مدنی، اعتماد بین شخصی، عام گرایی، نگرش به مسئولیت پذیری، رفتار نوع دوستی، گرایش به پیروی از قانون) دارد. با توجه به این یافته ها می توان نتیجه گرفت که شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی نقش پررنگی ایفا می کنند.

کلمات کلیدی: فرهنگ شهروندی، شبکه های اجتماعی، شهر جیرفت.

۱- مقدمه

در جهان کنونی، شبکه های اجتماعی به یک پدیده جهانی تبدیل شده است و جمعیت زیادی از مردم سراسر جهان را در سنین، فرهنگ ها، و سطح تحصیلات متفاوت جذب خود کرده است. امروزه، مردم علاوه بر اینکه به طور روزانه پیام و ایمیل های خود را

چک می کنند، مطالب روزانه اتاق های گفتگو و روزنامه ها را مطالعه می کنند یا ابزارهای پیام رسانی را به کار می گیرند، پروفایل های خود را با پیگیری دیگر اشخاص، تغییر وضعیت پروفایل، به روز کردن پروفایل یا زیر نظر گرفتن دیگران، در شبکه های اجتماعی را چک می کنند. پژوهش ها نشان داده است بسیاری از مردم که به سایت های شبکه های اجتماعی متصل میشوند حداقل یک بار در روز پروفایل خود را چک می کنند یا به فعالیت دیگری از خدمات آنلاین میپردازند [۱]. از زمان معرفی وب، برنامه های کاربردی ارتباط و اشتراک مبتنی بر اینترنت مانند وب بلاگها، انجمن ها، و شبکه های اجتماعی، به طور اساسی شیوه جمع آوری اطلاعات را تغییر دادند و تأثیرات عمیقی بر یادگیری و سبک های زندگی گذاشتند [۲]. ارزیابی تکنولوژی اطلاعات و ارتباطات و تأثیرات آن بر رشد شبکه های اجتماعی و تعاملات بین فردی به حوزه های محبوب در پژوهش های سال های اخیر مبدل شده است. شبکه اجتماعی شامل مجموعه ای از اشخاص یا گروه ها هستند که به وسیله یک رابط به هم متصل شده اند، شبکه اجتماعی معمولاً امکان برقراری رابطه یا تعامل بین افراد یا گروه ها را فراهم میسازد [۳].

یکی از سازه هایی که در رابطه با تاثیر شبکه های اجتماعی مطرح می گردد شهروندی و فرهنگ شهروندی می باشد. در خصوص شهروندی باید بیان کرد که به تازگی، شهروندی در کانون توجه نظریات جامعه شناختی و علوم سیاسی قرار گرفته است. شکست توافقات پس از جنگ جهانی دوم و ظهور نگرش های جدید خارجی ستیزی در کشورهای غربی پرسش هایی جدی تری در رابطه با بحث شهروندی و فرهنگ شهروند به همراه آورده است. به باور بسیاری از متفکران، شهروندی نمایانگر میراث سیاسی عصر روشنگری است و چارچوبی است برای دموکراسی سیاسی و استقلال شخصی و همچنین سنت فکری و سیاسی ای است که عصر مدرن را با دوران باستان پیوند می دهد [۴]. شهروندی در زمره مفاهیمی است که از دل تجدد و فرهنگ انسان اجتماعی برخاسته است. این واژه در کشورها و دوره های تاریخی مختلف معانی متفاوتی داشته است. همواره در زمان های متفاوت مفهوم شهروندی از جمله مفاهیم مورد توجه بوده و یک سیر تحولی و تکاملی داشته است. از نیمه دوم قرن بیستم به بعد، تحولاتی در سطح جهانی شکل گرفت از جمله، شکست نظریه ها و برنامه های توسعه اقتصادی، ظهور نظریه ها و برنامه ریزی های توسعه فرهنگ گرا، ظهور تکنولوژی های ارتباطی مانند تلویزیون، ماهواره، اینترنت و اهمیت یافتن رسانه ها، ظهور صنایع فرهنگی مانند صنعت توریسم و صنعت علم، ظهور شهروندی فرهنگی، فرهنگی شدن امر سیاسی که، این تحولات توجه به فرهنگ و مباحث فرهنگی را موجب شده است [۵].

امروزه «با توجه به تحولات چند دهه اخیر در زمینه تکنولوژی های ارتباطی و رسانه های جمعی توجه به مفهوم شهروندی از بعد فرهنگی امری الزامی است و صحبت از حقوق فرهنگی شهروندان به میان می آید». در حقیقت شهروندی موقعیتی است که حقوق و تکالیف افراد جامعه را مشخص می کند و آگاهی از آن برای شهروندان و اداره کنندگان جامعه دارای اهمیت است. بررسی تحقیقات موجود نشان می دهد برای تحلیل این پدیده اجتماعی باید به ابعاد حقوق مدنی، سیاسی، اجتماعی - اقتصادی توجه نمود ولی امروزه با توجه به مسئله جهانی شدن و وجود رسانه های جمعی گسترده و فن آوری های جدید صحبت از حقوق فرهنگی نیز به میان آمده و این حقوق فرهنگی در جوامعی که دارای تنوع فرهنگی، قومی، زبانی، دینی و... هستند دارای اهمیت بیشتری است. پژوهشگران برای بررسی حقوق فرهنگی مردم یک جامعه، از مفهوم شهروندی فرهنگی استفاده می کنند [۶].

مهم ترین حوزه شهروندی با توجه به تحولات چند دهه اخیر، اهمیت یافتن فرهنگ و فرهنگی شدن عرصه شهروندی بوده است. شهروندی با توجه به تحولات چند دهه اخیر، اهمیت یافتن فرهنگ و فرهنگی شدن عرصه شهروندی بوده است. فرهنگ شهروندی ناظر به مجموعه ای از ارزش های اجتماعی همچون مساوات طلبی، آزادی، فردگرایی، مردم سالاری و مسئولیت پذیری مدنی شهروندان است. از نظر فالدکس (۱۳۸۱) رعایت فرهنگ شهروندی در افزایش احساس مسئولیت اجتماعی، اعتمادپذیری و تعهد مدنی مؤثر است، زیرا تعهد مدنی بر توازن بین نفع فردی و جمعی استوار است [۷].

در واقع، فرهنگ شهروندی ایده ای است که بر اساس درک جدید از شهروندی مبتنی بر زندگی روزمره افراد قرار دارد که از مدل های سنتی شهروندی فراتر می رود. ویلیام گالستون^۱ (۱۹۹۱) از جمله متفکرانی است که با توجه به ایده "شهروند مسئول" به چهار فضیلت شهروندی یعنی فضایل عمومی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی اشاره نموده و بر اهمیت فرهنگ شهروندی و فضایل شهروندی تأکید می ورزد. به باور گالستون برای ایجاد جامعه و دولتی کار آمد، پیوند میان شهروندی و فرهنگ و برجسته شدن نمودهای آن در فضیلت های شهروندی اهمیت خاصی دارد. در این راستا، گالستون بر فضایی مانند وفاداری، ابراز وجود، اخلاق کاری و احترام به حقوق دیگری و... به عنوان پیش زمینه های شکل گیری جامعه باز مبتنی بر برابری و یکسانی تأکید می کند [۸]. به عبارت دیگر سهم دانستن خود در سرنوشت جمعی و ملاحظه خیر جمعی برای منافع کشور یا بهبود جامعه، معرف تعهد مدنی و فرهنگ شهروندی است. در این زمینه و در تلاش برای شناسایی و تثبیت جامعه و سیاستی سالم تر، کارآمدتر و البته مشارکتی تر مبتنی بر فرهنگ شهروندی، محققان و متفکران بر اثرات مثبت سرمایه اجتماعی و ارزش های حاصل از منابع موجود در پیوندهای اجتماعی با سایرین که توصیف کننده ساختار و فرصت های کنش در اجتماعات مختلف است (افینگ^۲، ۲۰۱۱)، تأکید کرده اند [۹]. به باور پاتنام و سایر محققان سرمایه اجتماعی، حجم وافر از سرمایه اجتماعی به تشکیل جامعه مدنی فشرده خواهد انجامید که همگان آن را شرط لازم برای رشد چارچوب ها و قواعد دموکراتیک مدرن فرض کرده اند [۱۰]. بنابراین، چنین نتیجه گرفته شد که وجود سرمایه اجتماعی بالا چه در سطح نگرشی و ارزشی و چه در سطح عینی و ساختاری، اساس و بنیادهای جامعه ای را پی می ریزد که بیشترین قرابت نظری و عملی را با سیستم های دموکراتیک و قواعد اجتماعی و فرهنگی آن دارد. در واقع، گسترش هر چه بیشتر سرمایه اجتماعی و نهادها و سازمانهای غیردولتی و هنجارها و شبکه های مرتبط با آن در حقیقت پرورش شیوه زیست یا خلق و خویی دموکراتیک است که هگل از آن به عنوان «زندگانی اخلاقی» یا شکل خاصی از فرهنگ یا حیات اجتماعی یاد می کند. و حتی فراتر از آن، سرمایه اجتماعی موجب جامعه سالم تر، ایمن تر، ثروتمندتر و قواعد دموکراتیک و فرهنگ شهروندی متناسب و پایدار تشخیص داده شد [۱۱].

به طور کلی رشد رسانه های دیجیتال و شبکه های اجتماعی مجازی در چند سال اخیر، بحث ها درباره شبکه های مجازی و اثرات آن بر حوزه های مختلف اجتماعی از جمله فرهنگ شهروندی را پرشور نموده است. در واقع حضور در شبکه های اجتماعی مجازی به رشد گونه ای از سرمایه اجتماعی و شبکه های ارتباطی انجامیده است که متفکران معتقداند که این اثرات ممکن است فرهنگ شهروندی در جامعه را مورد تأثیر قرار داده و از اثرات مثبت آن به ویژه در حوزه های رفتار مدنی و سیاسی سخن گفته اند [۱۲]. علاوه بر آن، در ایران نیز موضوع و مسأله فرهنگ شهروندی و عناصر کلیدی آن همواره در طول یکصد سال اخیر مورد توجه متفکران علوم اجتماعی، سیاستمداران و سیاست گذاران بوده است. در این راستا، مسائل عمده اجتماعی از جمله تخریب محیط زیست، چالش ها در ترافیک، عدم رعایت حقوق دیگری و به طور کلی توسعه نیافتگی جامعه ایران در راستای نبود و عدم توجه به فضایل شهروندی یا فرهنگ شهروندی تشریح و تبیین می گردد. شهر جیرفت، علیرغم وجود بافت متفاوت فرهنگی با جامعه ایرانی، دارای وجوه همپوشان و هماهنگ با جامعه ایرانی در حوزه های سیاسی و مدنی بوده است. اما، برخی باورهای اجتماعی در میان شهروندان این شهر، این جامعه را دچار پیچیدگی های خاصی نموده است [۱۳]. علاوه بر آن، شهر جیرفت به طور خاص در سطوح پایین توسعه یافتگی اقتصادی و انسانی قرار دارند و این عامل مهم، مسائل عدیده ای در این مناطق به همراه آورده است و از این زاویه نیز به نظر می رسد که مسأله شهروندی و فرهنگ شهروندی در شهر جیرفت از نمود و البته پیچیدگی خاصی برخوردار باشد. همچنین، پایین بودن آگاهی شهروندان چه در ایران و چه در شهر جیرفت، به حوزه شهروندی و فرهنگ شهروندی از جمله مسائلی است که جامعه ایران از آن به صورت جدی رنج می برد. با توجه به تفصیل یادشده، مطالعه حاضر با هدف بررسی و نقش جایگاه شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی صورت خواهد گرفت. از این رو سوال اصلی که در این تحقیق مطرح خواهد شد این است که «آیا شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی تأثیر معناداری دارد یا خیر؟».

¹ William Galston

² Effing

۱-۱- اهداف پژوهش

- بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی
- ۱-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان
 - ۲-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان
 - ۳-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان
 - ۴-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان
 - ۵-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء عام گرایی شهروندان
 - ۶-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان
 - ۷-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان
 - ۸-۱ بررسی تاثیر استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء گرایش به پیروی از قانون شهروندان

۲-۱- فرضیه های پژوهش

- استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی تاثیر معناداری دارد.
- ۱-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۲-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۳-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۴-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۵-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء عام گرایی شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۶-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۷-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان تاثیر معناداری دارد.
 - ۸-۱ استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء گرایش به پیروی از قانون شهروندان تاثیر معناداری دارد.

۳-۱- پیشینه تحقیق

دستفروشان و لطفی (۱۳۹۸)، در پژوهشی به بررسی نقش معلم در تربیت شهروندی در بستر فضای مجازی به دانش آموزان پرداختند. روش این پژوهش توصیفی تحلیلی، به روش جمع آوری از نوع - کتابخانه ای یا اسنادی می باشد که برای گردآوری اطلاعات از ابزار فیش برداری استفاده شده است. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می دهد که معلم به عنوان الگوی کامل می تواند در شکل گیری شخصیت و تنظیم رفتارهای دانش آموزان نقش خارق العاده ای داشته باشد و آموزش شهروندی ملی و جهانی به دانش آموزان موجب افزایش مشارکت و تصمیم گیری درست در زمینه مسائل دور و نزدیک زندگی اجتماعی و فرهنگی می شود، اگر اراده معلم بر ایجاد نگاه مثبت به حاکمیت و ارزش های اجتماعی آن در دانش آموزان باشد این فرایند به راحتی اتفاق می افتد و می تواند تسهیل کننده جامعه پذیری در دانش آموزان باشد که افزایش مشروعیت و مقبولیت نظام اجتماعی را به دنبال خواهد داشت [۱۴].

احمدی و مرادی (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی سرمایه اجتماعی (آنلاین و آفلاین) و فرهنگ شهروندی پرداختند. این پژوهش به روش توصیفی از نوع همبستگی و با کاربرد پیمایش انجام پذیرفته است. پرسشنامه مرکب از پرسش های استاندارد دیمتری ویلیامز و پرسشنامه محقق ساخته برای فرهنگ شهروندی بوده است که مبتنی بر اعتبار و پایایی مناسب و به شیوه نمونه گیری خوشه ای چندمرحله ای در میان ۴۰۰ نفر از پاسخگویان توزیع گردید. یافته ها حاکی از سطح متوسط میانگین فرهنگ شهروندی و توجه بیشتر به مشارکت مدنی بوده است. در میان مولفه های مشارکت مدنی، ابعاد نگرشی و باوری بیش از مولفه های حوزه رفتاری یا عملی مورد توجه شهروندان بوده است. نتایج استنباطی نیز حاکی از آن است که مهمترین بعد سرمایه اجتماعی اثرگذار بر فرهنگ شهروندی، سرمایه اجتماعی برون گروهی موجود در فضای مجازی بوده است [۵].

متانی و همکاران (۱۳۹۷)، در پژوهشی به بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه های جمعی و پایداری به فرهنگ شهروندی (مطالعه موردی: افراد ۱۸ سال به بالای شهر قائم شهر) پرداختند. جامعه آماری پژوهش حاضر تمامی شهروندان ۱۸ سال به بالای شهرستان قائمشهر می باشد، که تعداد ۳۸۴ نفر از آنها به عنوان حجم نمونه مورد بررسی قرار گرفته شده است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بین استفاده از رسانه های جمعی با میزان کل پایداری به فرهنگ شهروندی (۰/۳۰) و ابعاد آن یعنی مشارکت اجتماعی (۳/۶۲)، عام گرایی (۲/۹۱)، مسئولیت پذیری اجتماعی (۳/۴۴)، گرایش به پیروی از قانون (۳/۵۸) ارتباط مثبت و معنادار وجود دارد؛ بنابراین تمامی فرضیه های پژوهش تأیید می شوند [۱۵].

بیمان (۲۰۱۹) در مطالعه فرهنگ شهروندی، مهاجرت و طبقه متوسط در فرانسه بر آن است که قومیت و نژاد همچنان اثر ماندگار و مهمی بر فرهنگ شهروندی مهاجران فرانسوی دارند. او همچنین بر اهمیت وضعیت اجتماعی- اقتصادی مهاجران بر میزان رعایت فرهنگ شهروندی تأکید می نماید. علاوه بر مطالعات فوق، مطالعه درباره اثر شبکه های اجتماعی آنلاین بر فعالیت مدنی نتایج و بصیرت های نامنسجم و پراکنده ای ایجاد کرده است. نخستین تلاش ها در رابطه با پیوند سرمایه اجتماعی و فضای مجازی درصدد ایجاد مقیاس برای سنجش سرمایه اجتماعی در فضای مجازی بوده اند [۱۶].

سانیا ایویچ (۲۰۱۸) در مطالعه فرهنگ شهروندی از زاویه پست مدرنیسم عقیده دارد که فرهنگ شهروندی در دوره معاصر مؤلفه ها و عناصری دارد که از مؤلفه های دوره مدرن کاملاً متفاوت است. این فرهنگ فهم رایج از دموکراسی را مورد تردید قرار داده و نوع تازه ای از فعالیت سیاسی را ترویج می کند. به باور او فرهنگ شهروندی پست مدرن مجموعه ای از مسئولیت ها و وظایف شهروندان در پاسخ به چالش ها و مسائل مختلف است، بدون توجه و تأکید بر حمایت های دولتی [۱۷].

گود (۲۰۱۰) نیز در مقاله ای با عنوان شهروندی فرهنگی آنلاین، فرهنگ دیجیتالی و اینترنتی، به بررسی ارتباط بین شهروندی فرهنگی و رسانه ای مبتنی بر اینترنت می پردازد. در این پژوهش استدلال می شود که درگیر شدن با کمک های شهروندی فرهنگی مباحث انتقالی فراتر از مفاهیم غلط شکاف دیجیتالی است. گود در این مقاله پیشنهاد می کند که شهروندی فرهنگی، سوالات در دسترس، بینش و شناختن فرهنگ و همچنین تنش های بین درون و برون فرهنگی جامعه باید به صورت آنلاین فراخوانی شود. نتایج نشان داده اند که تحقیق در این زمینه باید اینترنت را به عنوان یک آرشو فرهنگی باز در خدمت بگیرند که شهروندان بتوانند به طور آزاد از آنها استفاده کنند، به عبارت دیگر ادعاهای فرهنگی برای تصدیق فرهنگی، حق حاکمیت و حفاظت را آزادانه به خدمت بگیرند [۱۸].

۲- روش تحقیق

این تحقیق از لحاظ هدف کاربردی و از این جهت که این پژوهش درصدد یافتن رابطه بین متغیرهای پژوهش است در زمره تحقیقات توصیفی-پیمایشی از نوع همبستگی قرار دارد. از لحاظ جمع آوری اطلاعات در زمره تحقیقات میدانی قرار دارد. از سوی دیگر با توجه به اینکه در یک زمان خاص صورت خواهد گرفت از این رو در زمره تحقیقات مقطعی قرار می گیرد. جامعه آماری این پژوهش، کلیه شهروندان بالای ۱۸ سال شهر جیرفت می باشد که حداقل از یکی از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند. با توجه به اینکه اطلاعات دقیقی در خصوص تعداد افراد این جامعه آماری در دسترس نمی باشد، بنابراین با استفاده از فرمول کوکران برای جوامع نامحدود و همچنین آخرین عدد جدول مورگان، تعداد ۳۸۴ نفر بعنوان حجم نمونه آماری مورد مطالعه قرار گرفت. شیوه نمونه گیری در این پژوهش به صورت خوشه ای می باشد. بدین صورت که ابتدا شهر جیرفت به ۵ خوشه تقسیم (ناحیه شمالی، جنوبی، شرقی، غربی و مرکزی) و سپس از بین خوشه های انتخاب شده، به روش نمونه گیری تصادفی، تعداد افراد نمونه آماری انتخاب می گردد. روش گرد آوری اطلاعات در این پژوهش بصورت کتابخانه ای و میدانی بود. در این تحقیق با مطالعه منابع کتابخانه ای و همچنین مقالات و پایان نامه های موجود در زمینه موضوع پژوهش اقدام به تهیه مبانی نظری و ادبیات تحقیق می شود. برای جمع آوری اطلاعات جهت تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق، از سه پرسشنامه استفاده شد. در قسمت ابتدایی این پرسشنامه ها اطلاعات توصیفی از قبیل، جنسیت، وضعیت تاهل، تحصیلات و ... بدست آمد و در قسمت مربوط به متغیرهای تحقیق، اطلاعات

مورد نیاز جهت سنجش فرضیات تحقیق جمع آوری شد. در این پژوهش برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد. در جدول زیر مشخصات پرسشنامه های مورد استفاده در این تحقیق بیان شده است:

۱-۲- پرسشنامه شبکه های اجتماعی

در این پژوهش برای بررسی شبکه های اجتماعی از یک پرسشنامه محقق ساخته در ۱۷ سوال استفاده شده است. در این پرسشنامه سعی گردید حوزه های مختلف شبکه های اجتماعی از جمله تنوع و گستردگی شبکه های اجتماعی، اعتماد داشتن به شبکه های اجتماعی، برقرار ارتباط آسان با دیگر افراد و اطلاع رسانی مورد توجه قرار گیرد. با عنایت به اینکه پرسشنامه شامل یک طیف ۵ گزینه ای لیکرت می باشد یعنی واحد گویه ها از ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ می باشد. برای هر گویه پنج وضعیت وجود دارد که کمترین نمره ۱ و بیشترین نمره ۵ می باشد.

جدول ۱- نحوه نمره گذاری گویه های پرسشنامه

کاملاً موافقم	موافق	نظری ندارم	مخالقم	کاملاً مخالفم
۵	۴	۳	۲	۱

۲-۲- پرسشنامه فرهنگ شهروندی

در این پژوهش برای بررسی فرهنگ شهروندی از پرسشنامه ای محقق ساخته و با کمک از تحقیق همتی و احمدی (۱۳۹۲) استفاده شده است. این پرسشنامه شامل ۳۰ سوال می باشد که ۸ مولفه از مولفه های فرهنگ شهروندی را مورد ارزیابی قرار می دهد. جدول زیر مشخصات کلی این پرسشنامه بر اساس مولفه های آن را نشان داده است:

جدول ۲- مشخصات پرسشنامه فرهنگ شهروندی

متغیر	مولفه ها	تعداد سوالات	شماره سوالات
فرهنگ شهروندی	مدارای اجتماعی	۳	۳-۲-۱
	مشارکت جویی	۳	۶-۵-۴
	رفتارهای مدنی	۶	۱۲-۱۱-۱۰-۹-۸-۷
	اعتماد بین شخصی	۳	۱۵-۱۴-۱۳
	عام گرایی	۳	۱۸-۱۷-۱۶
	نگرش به مسئولیت پذیری	۴	۲۲-۲۱-۲۰-۱۹
	رفتار نوع دوستی	۵	۲۷-۲۶-۲۵-۲۴-۲۳
	گرایش به پیروی از قانون	۳	۳۰-۲۹-۲۸
جمع کل	۳۰ سوال		

با عنایت به اینکه پرسشنامه شامل یک طیف ۵ گزینه ای لیکرت می باشد یعنی واحد گویه ها از ۱، ۲، ۳، ۴، ۵ می باشد. برای هر گویه پنج وضعیت وجود دارد که کمترین نمره ۱ و بیشترین نمره ۵ می باشد.

جدول ۳- نحوه نمره گذاری گویه های پرسشنامه

خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم
۵	۴	۳	۲	۱

۲-۳- روایی و پایایی ابزار سنجش

روایی پرسشنامه ها، توسط اساتید راهنما و چندین نفر از متخصصین و صاحب نظران رشته روانشناسی و علوم اجتماعی مورد بررسی و تایید قرار گرفت. برای بررسی پایایی ابزار سنجش از روش "آلفای کرونباخ" استفاده شده است. آلفای کرونباخ برای محاسبه ی هماهنگی درونی ابزار سنجش از جمله پرسشنامه یا آزمون هایی که خصیصه های مختلف را اندازه گیری می کنند به کار می رود. در

¹ Validity

² Reliability

صورتی که آلفای ابزار سنجش بالاتر از ۰/۷۰ باشد، پرسشنامه دارای پایایی می باشد. بنابراین در این پژوهش برای پایایی ابزار اندازه گیری، از طریق آزمون مقدماتی ۳۰ نفر از نمونه آماری مورد بررسی قرار گرفتند و آلفای آن محاسبه شد. ضریب آلفای ابزار در جدول (۴) آورده شده است.

جدول ۴- محاسبه میزان ضریب آلفای کرونباخ

متغیر	مولفه ها	الفای کرونباخ
فرهنگ شهروندی	مدارای اجتماعی	۰/۷۷۹
	مشارکت جویی	۰/۷۷۶
	رفتارهای مدنی	۰/۷۷۵
	اعتماد بین شخصی	۰/۷۸۲
	عام گرایی	۰/۷۷۳
	نگرش به مسئولیت پذیری	۰/۷۸۴
	رفتار نوع دوستی	۰/۷۸۳
	گرایش به پیروی از قانون	۰/۷۷۵
	کل	۰/۷۷۴
	شبکه های اجتماعی	۰/۷۷۴
	کل	۰/۷۶۸

بر اساس جدول فوق از آنجا که مقدار آلفای مربوط به هر متغیر و آلفای کل از ۰/۷ بیشتر است تمامی متغیرها به طور مجزا و کل متغیرها با یکدیگر دارای پایایی می باشند. پرسشنامه این تحقیق با داشتن آلفای ۰/۷۶۸ دارای پایایی می باشد. تجزیه و تحلیل داده های گردآوری شده از تحقیق حاضر شامل دو بخش کلی به شرح زیر است:

- آمار توصیفی: به منظور توصیف یافته ها، از جداول فراوانی و همچنین نمودارهای میله ای استفاده شد. ضمن این که به منظور توصیف داده ها از شاخص های مرکزی نظیر میانگین و همچنین شاخص های پراکندگی نظیر انحراف معیار و واریانس بهره گرفته می شود. برای این منظور از نرم افزار SPSS23 استفاده شد.

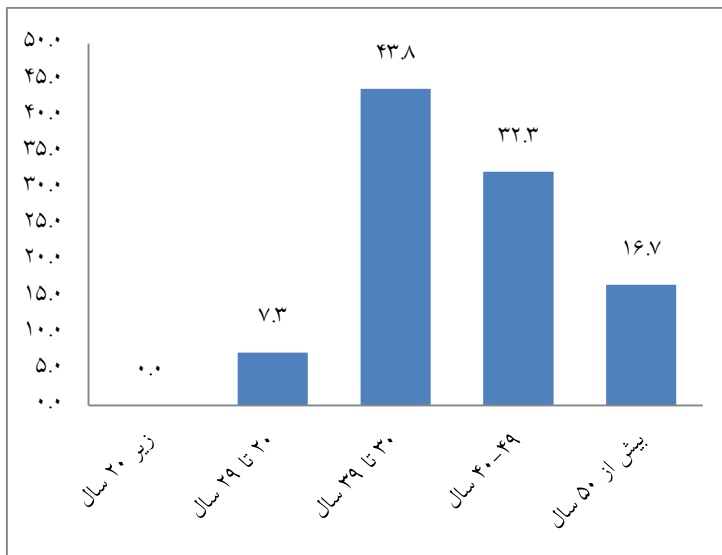
- آمار استنباطی: در راستای تأیید یا عدم تأیید نرمال بودن توزیع داده ها جهت سنجش متغیرها از آزمون کلموگروف- اسمیرونوف استفاده شد. برای آزمون فرضیه پژوهش از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شد. تجزیه و تحلیل داده ها با نرم افزار SPSS23 انجام گرفت.

۳- نتایج و بحث

۳-۱- یافته های توصیفی

الف) ویژگی های فردی پاسخگویان

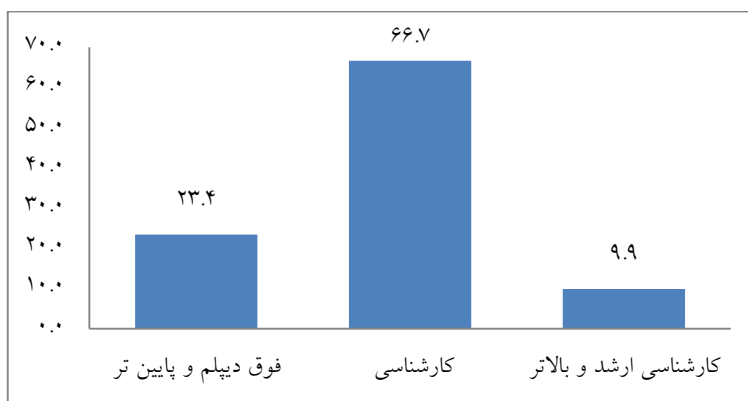
ویژگی های توصیفی پاسخگویان در این پژوهش بر حسب گروه های سنی در نمودار (۱) نشان داد که ۰ درصد از پاسخگویان این پژوهش زیر ۲۰ سال، ۷/۳ درصد این پاسخگویان بین ۲۰-۲۹، ۴۳/۸ درصد بین ۳۰-۳۹ سال، ۲۳/۳ درصد بین ۴۰-۴۹ سال سن و ۱۶/۷ درصد بیشتر از ۵۰ سال سن داشته اند. بنابراین بیشترین پاسخگویان در این پژوهش بین ۳۰-۳۹ سال سن داشته اند.



نمودار ۱- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب گروه سنی

ب) توزیع پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات

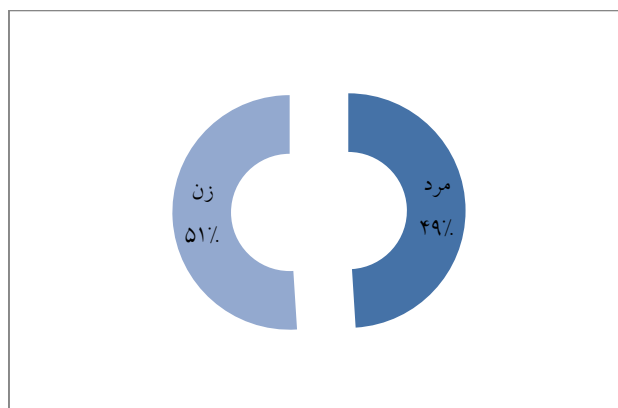
آماره توصیفی پاسخگویان بر حسب تحصیلات نشان داد که ۹-۹ درصد پاسخگویان دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و بالاتر، ۶۶/۷ درصد دارای تحصیلات کارشناسی و ۲۳/۴ درصد دارای تحصیلات فوق دیپلم و پایین تر بوده اند. این نتایج در نمودار (۲) نشان داده شده است:



نمودار ۲- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب سطح تحصیلات

ج) توزیع پاسخگویان بر حسب جنسیت

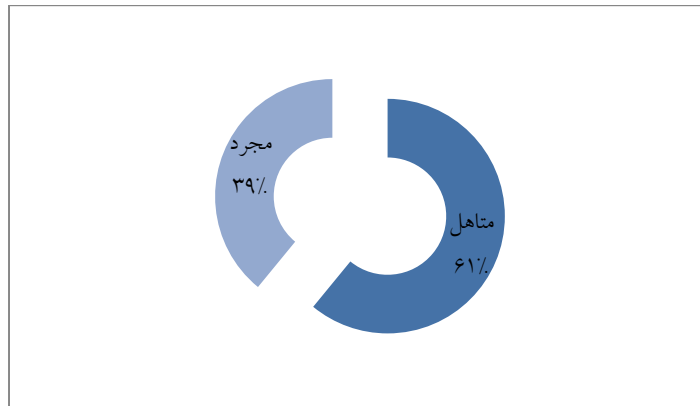
آماره توصیفی در خصوص جنسیت پاسخگویان نشان داد که ۴۹ درصد پاسخگویان در این پژوهش مرد و ۵۱ درصد زن بوده اند. این نتایج در نمودار (۳) نشان داده شده است.



نمودار ۳- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب جنسیت

د) توزیع پاسخگویان وضعیت تاهل

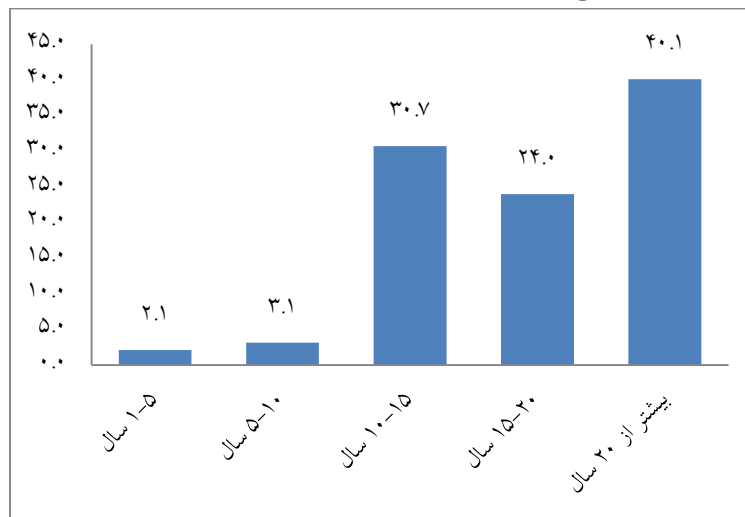
آماره توصیفی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل نشان داد که افراد متاهل در این پژوهش ۶۰/۹ درصد از حجم نمونه و افراد مجرد ۳۹/۱ درصد از حجم نمونه را تشکیل داده اند. نتایج این بخش در نمودار (۴) نشان داده شده است.



نمودار ۴- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل

ه) توزیع پاسخگویان بر حسب مدت سکونت در شهر جیرفت

آماره توصیفی پاسخگویان بر حسب میزان سکونت در شهر جیرفت نشان داد که ۲/۱ درصد از افراد حجم نمونه بین ۱-۵ سال سکونت داشته اند. ۳/۱ درصد بین ۵-۱۰ سال، ۳۰/۷ درصد بین ۱۰-۱۵ سال، ۲۴ درصد بین ۱۵-۲۰ سال و ۴۰/۱ درصد بیشتر از ۲۰ سال در شهر جیرفت سکونت داشته اند. نتایج این بخش را می توان در نمودار (۵) مشاهده کرد.



نمودار ۵- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت سکونت در شهر جیرفت

و) میزان استفاده از اینترنت در روز

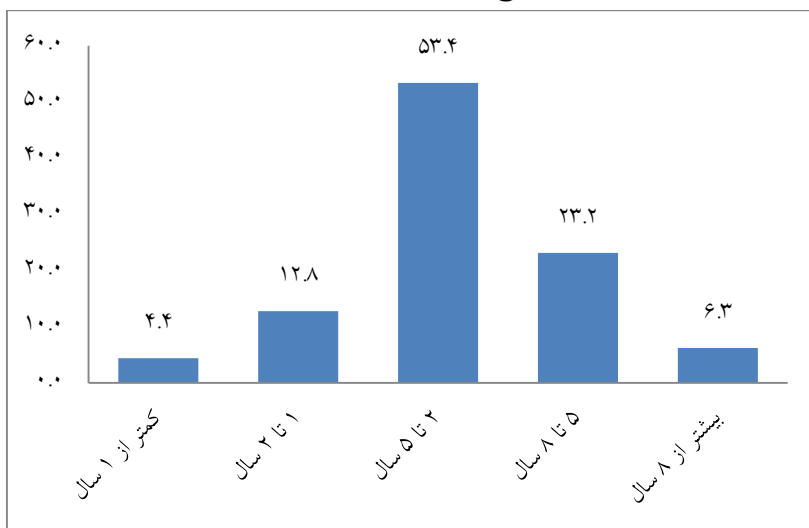
آماره توصیفی پاسخگویان در این پژوهش نشان داد که ۱۴/۳ درصد افراد حجم نمونه این پژوهش در روز کمتر از ۲ ساعت، ۴۷/۴ درصد بین ۲-۴ ساعت، ۱۵/۱ درصد بین ۴-۶ ساعت، ۱۲/۸ درصد بین ۶-۸ ساعت و ۱۰/۴ درصد بیشتر از ۸ ساعت در روز از اینترنت استفاده می کنند. نتایج این بخش در نمودار (۶) نشان داده شده است.



نمودار ۶- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از اینترنت در روز

ز) مدت عضویت در شبکه های اجتماعی

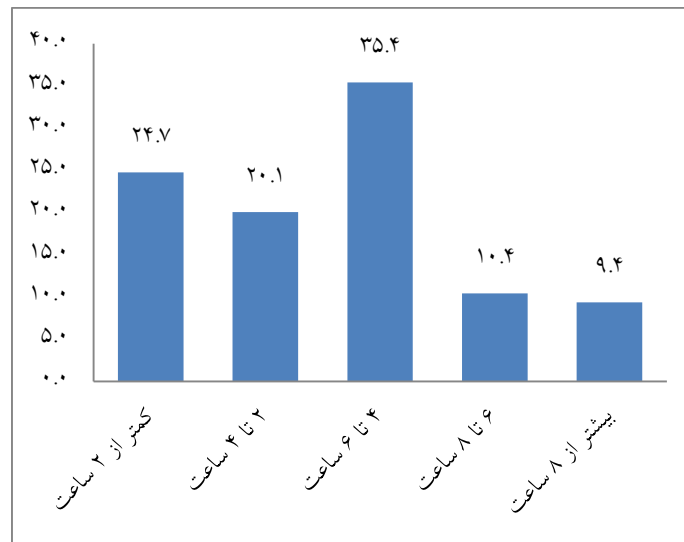
آماره توصیفی افراد نمونه در این پژوهش بر حسب میزان عضویت در شبکه های اجتماعی نشان داد که ۴/۴ درصد از پاسخگویان این پژوهش کمتر از ۱ سال، ۱۲/۸ درصد بین ۱-۲ سال، ۵۳/۴ درصد بین ۲-۵ سال، ۲۳/۲ درصد بین ۵-۸ سال و ۶/۳ درصد بیشتر از ۸ سال عضو شبکه های اجتماعی هستند. نتایج این بخش را می توان در نمودار (۷) مشاهده کرد.



نمودار ۷- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان بر حسب مدت عضویت در شبکه های اجتماعی

ح) میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در روز

آماره توصیفی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در روز نشان داد که در این پژوهش، ۲۴/۷ درصد پاسخگویان کمتر از ۲ ساعت، ۲۰/۱ درصد بین ۲-۴ ساعت، ۳۵/۴ درصد بین ۴-۶ ساعت، ۱۰/۴ درصد بین ۶-۸ ساعت و ۹/۴ درصد بیشتر از ۸ ساعت در روز از شبکه های اجتماعی استفاده می نمایند. نتایج این بخش را می توان در نمودار (۸) مشاهده کرد.



نمودار ۸- توزیع درصد فراوانی پاسخگویان برحسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی در روز

۳-۲- توصیف متغیرهای اصلی تحقیق

الف) شبکه های اجتماعی

بر اساس یافته های این پژوهش، مهمترین شاخص های توصیفی (میانگین، میانه، واریانس و ...) متغیر شبکه های اجتماعی بر اساس نتایج جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول ۵- مشخصات آماری متغیر شبکه های اجتماعی

فراوانی و آماره						متغیر
حداکثر نمره	حداقل نمره	انحراف استاندارد	واریانس	میانه	میانگین	
۸۱	۲۹	۳/۰۱۵	۹/۰۹۳	۶۱	۶۱/۶۹۲	شبکه های اجتماعی

ب) فرهنگ شهروندی

بر اساس یافته های این پژوهش، مهمترین شاخص های توصیفی (میانگین، میانه، واریانس و ...) متغیر فرهنگ شهروندی و ابعاد آن بر اساس نتایج جدول (۶) نشان داده شده است.

جدول ۶- مشخصات آماری متغیر فرهنگ شهروندی و ابعاد آن

فراوانی و آماره						ابعاد	متغیر
حداکثر نمره	حداقل نمره	انحراف استاندارد	واریانس	میانه	میانگین		
۱۴	۴	۲/۹۷۱	۸/۸۳۲	۱۱	۱۲/۳۹۰	۳۸۴	مدارای اجتماعی
۱۴	۳	۳/۱۴۷	۹/۹۰۹	۱۲	۱۱/۹۷۶	۳۸۴	مشارکت جویی
۲۲	۹	۲/۸۳۸	۸/۰۵۷	۱۵	۱۵/۲۲۰	۳۸۴	رفتارهای مدنی
۲۸	۱۱	۲/۷۵۹	۷/۶۱۲	۲۳	۲۲/۰۱۴	۳۸۴	اعتماد بین شخصی
۱۵	۴	۲/۲۰۱	۴/۸۴۴	۱۰	۱۰/۳۸۱	۳۸۴	عام گرایی
۱۰	۲	۱/۷۹۰	۳/۲۰۴	۸	۷/۹۷۶	۳۸۴	نگرش به مسئولیت پذیری
۲۴	۵	۲/۰۰۵	۴/۰۲۰	۱۵	۱۵/۱۱۴	۳۸۴	رفتار نوع دوستی
۱۵	۳	۱/۸۹۱	۳/۵۷۵	۱۱	۱۰/۴۸۵	۳۸۴	گرایش به پیروی از قانون

۳-۳- یافته های استنباطی

در این بخش از تحقیق، ابتدا فرض نرم بودن یا نبودن داده ها با استفاده از آزمون اسمیرنوف- کولموگروف برای مشخص نمودن استفاده از آزمون های پارامتریک و ناپارامتریک انجام پذیرفته است. سپس با توجه به فرضیه های تحقیق به بررسی رابطه میان متغیرها پرداخته می شود. در این راستا با توجه به سطح سنجش متغیرها سعی می گردد تا آزمون های آماری متناسب انتخاب و بر اساس آن به بررسی فرضیه های پرداخته شود.

الف) آزمون اسمیرنف - کولموگروف برای تعیین نرمال بودن یا نبودن داده ها

برای بررسی نرمال بودن داده ها در این پژوهش از آزمون اسمیرنف - کولموگروف استفاده شده است. در این آزمون اگر سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد داده ها از توزیع نرمال برخوردار می باشد و می توان از آزمون های پارامتریک جهت بررسی فرضیه های پژوهش استفاده کرد. همانطوری که نتایج جدول (۷) نشان می دهد تمامی متغیرهای این پژوهش از توزیع نرمالی برخوردار می باشند از این رو برای بررسی روابط بین متغیرهای تحقیق می توان از آزمون پارامتریک استفاده کرد. به عبارت دیگر با توجه به اینکه توزیع نرمات در هر دو مقیاس و خرده مقیاس های آن ها نرمال می باشد، از روش های آمار پارامتریک استفاده می نمایم.

جدول ۷- نتایج حاصل از آزمون اسمیرنف- کولموگروف

نتیجه	(sig مقدار)	مقدار (K-S)	ابعاد	متغیر
نرمال	۰/۳۹۱	۱/۸۷۶	-	شبکه های اجتماعی
نرمال	۰/۰۶۸	۰/۱۱۱	مدارای اجتماعی	فرهنگ شهروندی
نرمال	۰/۲۰۰	۰/۰۹۹	مشارکت جویی	
نرمال	۰/۲۰۰	۰/۰۸۴	رفتارهای مدنی	
نرمال	۰/۶۳۷	۰/۹۰۱	اعتماد بین شخصی	
نرمال	۰/۱۸۴	۰/۴۳۰	عام گرایی	
نرمال	۰/۲۰۸	۰/۳۴۲	نگرش به مسئولیت پذیری	
نرمال	۰/۷۴۳	۰/۵۹۳	رفتار نوع دوستی	
نرمال	۰/۳۳۵	۲/۱۸۵	گرایش به پیروی از قانون	
نرمال	۰/۶۷۰	۰/۷۹۸	کل	

۳-۴- آزمون فرضیه های تحقیق

آزمون فرضیه اصلی: استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی تاثیر معناداری دارد.

H_0 : استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی تاثیر معناداری ندارد.

H_1 : استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی تاثیر معناداری دارد.

جهت بررسی رابطه شبکه های اجتماعی با فرهنگ شهروندی شهروندان شهر جیرفت از ضریب همبستگی استفاده شده است که نتایج آن در جدول (۸) زیر نشان داده شده است.

جدول ۸- ضریب همبستگی بین شبکه های اجتماعی و فرهنگ شهروندی

فرهنگ شهروندی			شبکه های اجتماعی
تعداد	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری (sig)	
۳۸۴	۰/۴۹۴	۰/۰۰۰	

فرضیه اصلی این پژوهش عبارت است از اینکه استفاده از شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی تاثیر معناداری دارد. جهت آزمون این فرضیه از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است، چرا که سطح سنجش متغیرهای مستقل و وابسته فاصله ای می باشد. تجزیه و تحلیل این فرضیه در جدول شماره (۸) نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با فرهنگ شهروندی با سطح معناداری ($sig=0/000$) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین فرض H_0 در رابطه با این دو متغیر رد می شود و فرض H_1 تایید می شود. میزان همبستگی بین شبکه های اجتماعی و فرهنگ شهروندی با مقدار ($r=0/494$) بیانگر همبستگی قوی بین این دو متغیر می باشد. در خصوص بررسی تاثیر شبکه های اجتماعی بر مولفه های فرهنگ شهروندی نیز از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است که نتایج آن در جدول زیر نشان داده شده است.

جدول ۹- ضریب همبستگی بین شبکه های اجتماعی و ابعاد فرهنگ شهروندی

استفاده از شبکه های اجتماعی			تعداد	ضریب همبستگی (r)	سطح معناداری (Sig)
مدارای اجتماعی	۳۸۴	۰/۳۶۸			
مشارکت جویی	۳۸۴	۰/۲۸۹	۰/۰۰۰		
رفتارهای مدنی	۳۸۴	۰/۲۵۸	۰/۰۰۰		
اعتماد بین شخصی	۳۸۴	۰/۱۵۶	۰/۰۲۵		
عام گرایی	۳۸۴	۰/۱۳۳	۰/۰۳۴		
نگرش به مسئولیت پذیری	۳۸۴	۰/۱۸۲	۰/۰۰۸		
رفتار نوع دوستی	۳۸۴	۰/۴۰۲	۰/۰۰۰		
گرایش به پیروی از قانون	۳۸۴	۰/۳۱۴	۰/۰۰۰		

آزمون فرضیه ۱-۱: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان تاثیر معناداری دارد.

در خصوص فرضیه فرعی اول این پژوهش مبنی بر اینکه «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان تاثیر معناداری دارد.» با استفاده از نتایج جدول (۹) مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان با سطح معناداری (Sig=۰/۰۰۰) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۳۶۸ می باشد.

آزمون فرضیه ۲-۱: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان تاثیر معناداری دارد.

یافته های این پژوهش در خصوص فرضیه فرعی دوم مبنی بر این که «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان تاثیر معناداری دارد.» در جدول (۹) نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان با سطح معناداری (Sig=۰/۰۰۰) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۲۸۹ می باشد.

آزمون فرضیه ۳-۱: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان تاثیر معناداری دارد.

در خصوص فرضیه فرعی سوم این پژوهش مبنی بر این که «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان تاثیر معناداری دارد.» با استفاده از نتایج جدول (۹) مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان با سطح معناداری (Sig=۰/۰۰۰) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۲۵۸ می باشد.

آزمون فرضیه ۴-۱: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان تاثیر معناداری دارد.

نتایج تجزیه و تحلیل این پژوهش در خصوص فرضیه فرعی چهارم مبنی بر اینکه «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان تاثیر معناداری دارد.» در جدول (۹) نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان با سطح معناداری (Sig=۰/۰۲۵) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۱۵۶ می باشد.

آزمون فرضیه ۵-۱: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء عام گرایی شهروندان تاثیر معناداری دارد.

در خصوص فرضیه فرعی پنجم این پژوهش مبنی بر اینکه «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء عام گرایی شهروندان تاثیر معناداری دارد.» با استفاده از نتایج جدول (۹) مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء عام گرایی شهروندان با سطح

معناداری ($\text{sig}=0/034$) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء عام گرایی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/133$ می باشد.

آزمون فرضیه ۱-۶: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان تاثیر معناداری دارد.

یافته های این پژوهش در خصوص فرضیه فرعی ششم این پژوهش مبنی بر اینکه «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان تاثیر معناداری دارد.» در جدول (۹) نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان با سطح معناداری ($\text{sig}=0/008$) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/182$ می باشد.

آزمون فرضیه ۱-۷: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان تاثیر معناداری دارد.

در خصوص فرضیه فرعی هفتم این پژوهش مبنی بر اینکه «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان تاثیر معناداری دارد.» با استفاده از نتایج جدول (۹) مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان با سطح معناداری ($\text{sig}=0/000$) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/402$ می باشد.

آزمون فرضیه ۱-۸: استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء گرایش به پیروی از قانون شهروندان تاثیر معناداری دارد.

و در نهایت آزمون فرضیه فرعی هشتم این پژوهش مبنی بر اینکه «استفاده از شبکه های اجتماعی بر ارتقاء گرایش به پیروی از قانون شهروندان تاثیر معناداری دارد.» با استفاده از نتایج جدول (۹) مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء گرایش به پیروی از قانون شهروندان با سطح معناداری ($\text{sig}=0/000$) و ۹۹ درصد اطمینان رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش گرایش به پیروی از قانون شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/314$ می باشد.

۴- نتیجه گیری

یافته های حاصل از نتایج تجزیه و تحلیل داده ها در خصوص فرضیه اصلی این پژوهش مبنی بر رابطه استفاده از شبکه های اجتماعی با ارتقاء فرهنگ شهروندی نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با فرهنگ شهروندی با سطح معناداری $0/000$ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ همچنین ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/494$ بدست آمد. این یافته ها نشان می دهد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش و ارتقاء فرهنگ شهروندی در بین شهروندان شهر جیرفت شده است. در خصوص بررسی رابطه شبکه های اجتماعی با مولفه های فرهنگ شهروندی مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان با سطح معناداری $0/000$ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء مدارای اجتماعی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/368$ می باشد. نتایج نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان با سطح معناداری $0/000$ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء مشارکت جویی (مدنی/اجتماعی) شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/289$ می باشد. مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان با سطح معناداری $0/000$ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء رفتارهای مدنی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر $0/258$ می باشد. نتایج تجزیه و تحلیل این پژوهش در خصوص فرضیه فرعی چهارم نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان با سطح معناداری $0/025$ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های

اجتماعی باعث افزایش ارتقاء اعتماد بین شخصی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۱۵۶ می باشد. در خصوص فرضیه فرعی پنج مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء عام گرای شهروندان با سطح معناداری ۰/۰۳۴ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء عام گرای شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۱۳۳ می باشد. یافته های این پژوهش در خصوص فرضیه فرعی ششم نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان با سطح معناداری ۰/۰۰۸ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش ارتقاء نگرش به مسئولیت پذیری شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۱۸۲ می باشد. مشخص گردید که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء رفتار نوع دوستی شهروندان با سطح معناداری ۰/۰۰۰ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش رفتار نوع دوستی شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۴۰۲ می باشد. و در نهایت آزمون فرضیه فرعی هشتم نشان داد که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی با ارتقاء گرایش به پیروی از قانون شهروندان با سطح معناداری ۰/۰۰۰ رابطه ی معنادار و مثبتی وجود دارد؛ بنابراین می توان بیان کرد که استفاده از شبکه های اجتماعی باعث افزایش گرایش به پیروی از قانون شهروندان می گردد. ضریب همبستگی بین این دو متغیر ۰/۳۱۴ می باشد.

به طور کلی، یافته های فرضیات این پژوهش نشان داد که استفاده از شبکه های اجتماعی، می تواند باعث افزایش ارتقاء فرهنگ شهروندی و ابعاد ان (مدارای اجتماعی، مشارکت جویی، رفتارهای مدنی، اعتماد بین شخصی، عام گرای، نگرش به مسئولیت پذیری، رفتار نوع دوستی، گرایش به پیروی از قانون) گردد. در تبیین نتایج این فرضیه باید بیان کرد که در شبکه های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به شرکت در فعالیت های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت های اجتماعی در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه های خاص ایجاد شده اند. پایگاه های شبکه اجتماعی، مشارکت مخاطب را، از طریق رایانه با اعضای دیگر اجتماع، دوستان یا تماس ها تشویق می کنند. از طریق اجتماعی شدن برخط، کاربران جزئی از شبکه های اجتماعی و عمومی می شوند و به درون اعضای اجتماعات مجازی نفوذ پیدا می کنند. همچنین در شبکه های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به شرکت در فعالیت های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق میشوند که در نتیجه این فعالیت ها، فرهنگ اجتماعی این افراد تحت تاثیر قرار خواهد گرفت. از دیدگاه علوم اجتماعی نیز می توان بیان کرد که بنابراین، ویژگی های شبکه های اجتماعی، معطوف به کنش است. شبکه اجتماعی در واقع توانایی گسترش کنش است و آن را غنی می سازد، در واقع منبع کنش اجتماعی است و نیز محمل و حاصل آن است. شبکه اجتماعی از درون رابطه متقابل اجتماعی به وجود آمده و بی حضور دیگران امکان وجود ندارد. شبکه اجتماعی در واقع جزئی از ساختار رابطه است. بهبود عملکرد شبکه اجتماعی در یک رابطه، باعث پدید آمدن حسن نیت و اعتماد متقابل شده و همگرایی ذهنی و انسجام را تقویت می کند. بنابراین، رشد شبکه های اجتماعی، فرصت هایی را برای کنشگران پدید می آورد که توانمندی های فردی خود را ارتقاء بخشیده و احتمال موفقیت خود را افزایش می دهند. (پاتنام ۲۰۰۰ به نقل از ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۲).

بر اساس نتایج حاصل از فرضیات این پژوهش مبنی بر نقش شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی و ابعاد آن و با توجه به اینکه که در جامعه ما، مجموعه ای از اپلیکیشن های تعاملی اینترنتی یا شبکه های اجتماعی مجازی در اختیار همگان قرار دارد از این رو پیشنهاد می گردد که با اقدامات آموزشی و کنترلی در شبکه های اجتماعی، در جهت نهایی ساختن ارزش های عام و مشترک میان اقشار مختلف شهروندان و خرده فرهنگ های مختلف با تاکید بر عناصر و مولفه های مشترک ملی، تاریخی و هویتی صورت گیرد.

۵- منابع

1. Joinson, A. N. (2008, April). Looking at, looking up or keeping up with people?: motives and use of facebook. In Proceedings of the SIGCHI conference on Human Factors in Computing Systems (pp. 1027-1036). ACM.
2. Chen, B., & Bryer, T. (2012). Investigating instructional strategies for using social media in formal and informal learning. *The International Review of Research in Open and Distributed Learning*, 13(1), 87-104.
3. Lenhart, A., Madden, M., Macgill, A. R., & Smith, A. (2008). Teens and Social Media: The use of social media gains a greater foothold in teen life as they embrace the conversational nature of interactive online media. (2007). Pew Internet & American Life Project. Washington DC Available at: <http://www.pewinternet.org>. Accessed online May, 23.
۴. احمدی، یعقوب، مرادی، سالار. (۱۳۹۷). سرمایه اجتماعی (آنلاین و آفلاین) و فرهنگ شهروندی. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۵(۸۱)، ۱۰۱-۱۳۳.
۵. باقریان، ا. (۱۳۹۰). رسانه‌ها، زندگی شهری و حقوق شهروندان، نخستین سمینار رسانه و آموزش شهروندی، برگزار کننده: اداره کل آموزش‌های شهروندی شهر تهران، ص ۳۷-۶۳.
۶. اذانی، م؛ حاتمی، م؛ حاتمی، ح. (۱۳۹۰). «تحلیلی بر فرهنگ شهروندی در شهر یزد»، مجله علمی تخصصی برنامه‌ریزی فضایی، س ۱، ش ۱، ص ۱۰۲-۸۱.
۷. فکوهی، ناصر. (۱۳۸۳). انسان‌شناسی شهری، تهران، نشر نی.
8. Volpp Leti. (2007). "The Culture of Citizenship" *Theoretical Inquiries in Law* Vol. 8 p. 571-585.
9. Effing, R; Hillegersberg, J; Huibers, T. (2011). Social Media and Political Participation: Are Facebook, Twitter and YouTube Democratizing Our Political Systems?, *International Federation for Information Processing*, pp. 25-35.
۱۰. تاجبخش. کیان و دیگران (۱۳۸۹)، سرمایه اجتماعی، اعتماد، دموکراسی و توسعه، تهران: شیرازه.
11. Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
۱۲. بخارایی، احمد، شربتیان، محمد حسن، کبیری، لیلا. (۱۳۹۶). تحلیل جامعه شناختی وضعیت شهروندی فرهنگی (مطالعه موردی: شهروندان تنکابن). *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۸(۲)، ۱۷۹-۲۱۶.
۱۳. تیمورنژاد کاوه، یوزباشی علیرضا، ابراهیمی مجید. (۱۳۹۶)، عوامل مؤثر بر آموزش شهروندی با تأکید بر توسعه پایدار شهری (مورد مطالعه: شهرداری زنجان). *فصلنامه علمی-پژوهشی اقتصاد و مدیریت شهری*؛ ۵(۱۹): ۷۹-۹۵.
۱۴. دستفروشان، سمانه و زهرا لطفی، (۱۳۹۸)، نقش معلم در تربیت شهروندی در بستر فضای مجازی به دانش آموزان، نهمین همایش انجمن فلسفه تعلیم و تربیت ایران، سیستان و بلوچستان، دانشگاه سیستان و بلوچستان.
۱۵. متانی، مهرداد، رئیسی نافچی، ابوالقاسم، تقی زاده شیاده، نسرین. (۱۳۹۷). بررسی ارتباط بین استفاده از رسانه‌های جمعی و پایبندی به فرهنگ شهروندی (مطالعه موردی: افراد ۱۸ سال به بالای شهر قائم شهر). *علوم اجتماعی، مقالات آماده انتشار، پذیرفته شده، انتشار آنلاین از تاریخ ۲۹ آبان ۱۳۹۷*.
16. Beaman, Jean. (2019). Citizenship as cultural: Towards a theory of cultural citizenship, *Sociology Compass*; Vol 10: 849-857.
17. Ivic, S (2018). Citizenship as Discursive Practice: The Postmodern Culture of Citizenship, *Journal of Philosophy, Culture and Religion, An International Peer-reviewed Journal*, Vol. 19.
18. Goode, I. (2010) "Cultural Citizenship Online: The Internet and Digital Culture", *Citizenship Studies*, 14 (5): 527- 542.

بسمه تعالی

پاسخ دهنده محترم:

با سلام

احتراماً به استحضار می‌رساند، پرسشنامه‌ای که در اختیار دارید مربوط به یک پروژه تحقیقاتی و دانشگاهی با عنوان «بررسی و نقش جایگاه شبکه های اجتماعی در ارتقاء فرهنگ شهروندی» می‌باشد. از جنابعالی تقاضا می‌شود نظر خود را راجع به سؤالات ذیل با توجه به دیدگاه های شخصی خود مرقوم فرمایید. ضمناً اطلاعات پرسشنامه کاملاً محرمانه مانده و نتایج آن فقط در جهت انجام کار پایان نامه مورد استفاده قرار می‌گیرد. از اینکه حوصله به خرج می‌دهید و با دقت یا سؤالات پاسخ می‌دهید سپاسگزاری می‌نمایم.

با تشکر فراوان

لطفاً پاسخ خود درباره هر سوال را با زدن علامت ✓ در مکان مشخص شده بیان نمایید.

لطفاً قبل از تکمیل پرسشنامه اصلی به سؤالات زیر به دقت پاسخ دهید.

۱. جنسیت: مذکر مونث
۲. تحصیلات: فوق دیپلم و پایین تر کارشناسی کارشناسی ارشد دکتری
۳. وضعیت تاهل: مجرد متاهل
۴. سن: کمتر از ۲۰ ۲۰-۳۰ سال ۳۰-۴۰ سال ۴۰-۵۰ سال ۵۰ سال به بالا
۵. میزان سکونت در شهر جیرفت: ۱-۵ سال ۵-۱۰ سال ۱۰-۱۵ سال ۱۵-۲۰ سال بیشتر از ۲۰ سال

آیا از شبکه های اجتماعی مجازی استفاده می‌نمایید؟ (اگر جواب شما "بله" می‌باشد لطفاً به سؤالات زیر پاسخ دهید)

 خیر بله

➤ در روز تقریباً چند ساعت از اینترنت استفاده می‌کنید؟

 کمتر از دو ساعت بین دو تا چهار ساعت بین چهار تا شش ساعت بین شش تا هشت ساعت بیشتر از هشت ساعت

➤ تقریباً چه مدتی است که عضو شبکه های اجتماعی مجازی شده اید؟

 کمتر از یک سال بین یک تا دو سال بین دو تا پنج سال بین پنج تا هفت سال بیشتر از هفت سال

➤ در روز تقریباً چند ساعت از شبکه های اجتماعی مجازی استفاده می‌کنید؟

 کمتر از دو ساعت بین دو تا چهار ساعت بین چهار تا شش ساعت بین شش تا هشت ساعت بیشتر از هشت ساعت

شبکه های اجتماعی					
کاملاً مخالفم	مخالفم	نظری ندارم	موافقم	کاملاً موافقم	گویه ها
					۱. از طریق شبکه اجتماعی مجازی اطلاعات متنوع، متکثر و متفاوتی در اختیار افراد قرار می گیرد.
					۲. تنوع دیدگاه ها در شبکه اجتماعی مجازی باعث افزایش قدرت انتخاب فرد می شود.
					۳. در شبکه اجتماعی مجازی امکان بیان ایده ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده ها، افکار و سلیقه های دیگران وجود دارد.
					۴. شبکه های اجتماعی مجازی اغلب باعث کاهش احساسات در افراد می شود.
					۵. شبکه های اجتماعی مجازی رسانه ای هستند که فرصت برابری را برای گفتگوی افراد با همدیگر فراهم می کنند.
					۶. امکان ناشناس بودن افراد در گفتگوهای اینترنتی به راحت بودن آنها در گفتگوها کمک می کند.
					۷. در شبکه های اجتماعی مجازی هیچ مانع و خط قرمزی برای گفتگو درباره موضوعات مورد علاقه وجود ندارد.
					۸. در فضای اینترنتی هیچ کس نمی تواند نظر خود را به دیگران تحمیل کند.
					۹. شبکه های اجتماعی مجازی در عین حال که ابزار مفیدی برای کسب اطلاعات هستند می توانند مخرب باشند.
					۱۰. حضور در فضای شبکه های اجتماعی مجازی و ارتباط با افراد مختلف و متفاوت باعث تغییرات فکری-ذهنی در من شده است.
					۱۱. افراد می توانند با کمترین هزینه به شبکه های اجتماعی مجازی دسترسی داشته باشند.
					۱۲. از طریق شبکه های اجتماعی مجازی دسترسی به اطلاعات بیشتر و آسان تر شده است.
					۱۳. ارتباط افراد با یکدیگر از طریق شبکه های اجتماعی مجازی بسیار آسان شده است.
					۱۴. شبکه های اجتمه
					۱۵. اعی مجازی بهترین رسانه برای کسانی هستند که مایل اند خارج از نظارت دولت با دیگران گفتگو کنند.
					۱۶. شبکه های اجتماعی مجازی باعث شده اند که ارتباطات من از جوانب مختلف گسترش پیدا کند.
					۱۷. شبکه های اجتماعی مجازی این امکان را برای من فراهم کرده است که با افرادی از سایر کشورها و فرهنگ های مختلف ارتباط برقرار کنم.
					۱۸. شبکه های اجتماعی مجازی برای بسیاری از کاربران ایرانی در حکم دریچه ای رو به جهان مدرن اند.

فرهنگ شهروندی					
خیلی زیاد	زیاد	متوسط	کم	خیلی کم	سوالات پژوهش
					مدارای اجتماعی
					۱. مردم جامعه نباید کسانی را تحمل کنند که افکارشان کاملاً مخالف با اکثریت مردم جامعه است.
					۲. من علاقه ای به ارتباط با افرادی ندارم که قومیت و مذهب شان با من متفاوت است.
					۳. من تمایل دارم با افرادی سر و کار داشته باشم که دیدگاه ها و تفکرات مشابهی با من دارند.
					مشارکت جویی
					۴. تا چه اندازه حاضرید خود را برای انتخاب شدن در شورای محل نامزد کنید؟
					۵. تا چه اندازه حاضرید وظیفه پیگیری و مراجعه به ادارات را برای آسفالت محل یا تامین روشنایی خیابان و موارد مشابه را برعهده بگیرید؟

					۶. تا چه اندازه حاضرید در انتخابات شورای شهر شرکت کنید و به نامزدها رای بدهید؟
					رفتارهای مدنی
					۷. تا چه اندازه به رعایت حقوق فرد پیاده احترام می گذارید؟
					۸. تا چه میزان به حقوق دیگران توجه دارد؟
					۹. تا چه اندازه به رعایت حق تقدم هنگام ایستادن در صف احترام می گذارید؟
					۱۰. تا چه اندازه به رعایت حقوق عبور نکردن از چراغ قرمز احترام می گذارید؟
					۱۱. تا چه اندازه به حقوق عبور نکردن از خیابان های یکطرفه در هنگام رانندگی احترام می گذارید؟
					۱۲. تا چه میزان به حفاظت از درختان و فضای سبز احترام می گذارید؟
					اعتماد بین شخصی
					۱۳. به نظر من بسیاری از مردم قابل اعتماد اند.
					۱۴. به نظر شما مردم تا چه اندازه به قول و قرارهای خود پایبند هستند.
					۱۵. اکثر مردم در معامله با دیگران بی شيله و پيله هستند.
					عام گرايي
					۱۶. اگر احياناً يك دفتر كار بزويد و بخواهيد افراي را استخدام كنيد تا چه اندازه امكان دارد اول دوستان و آشنائيان را استخدام كنيد بعد غريبه ها را؟
					۱۷. اگر احياناً در اداره اي كار مي كنيد و كار ضروري براي يكي از دوستان شما پيش بيابد تا ۲۵,۱
					۱۸. چه اندازه احتمال دارد كار او را خارج از نوبت راه بيانازيد؟
					نگرش به مسؤليت پذيري
					۱۹. با كمك كردن به ديگران مي توان دين خود را به جامعه ادا كرد.
					۲۰. هر كس در قبال رفتارهاي اعضاي خانواده خود مسؤل است.
					۲۱. هر كس موظف است كه مشكلات شهر يا محل خود را به مسؤلين ذيربط اطلاع دهد.
					۲۲. هر كس وظيفه دارد تا جايي كه مي تواند كارش را به بهترين نحو انجام دهد.
					رفتار نوع دوستي
					۲۳. اگر بينم كسي حالش به هم خورده و بزمين افتاده بالاي سرش مي روم.
					۲۴. اگر كسي آدرس يا مسيري از من پرسد بطور دقيق راهنمايي اش مي كنم.
					۲۵. حاضرم به خاطر نيازندان، خون اهداء كنم.
					۲۶. اگر در صف باشم و بينم كسي خيلي عجله دارد جايم را به او مي دهم.
					۲۷. اگر كارمند بانك به اشتباه مقداري زيادتر پول به من بدهد آنرا برمي گردانم.
					گرايش به پيروي از قانون
					۲۸. همه مردم بايد از قانون پيروي کرده و به ان احترام بگذارند.
					۲۹. تخطي از قانون به هيچ وجه قابل توجه نيست و بنابرين بايد خاطيان كيفر داده شوند.
					۳۰. قانون شكنان بايد هميشه تحت تعقيب بوده و مجازات شوند.