

تأثیر سایبر دیپلماسی امریکا بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی مطالعه موردی: سایت رادیو فردا

سید محمد طباطبائی^۱ - احسان موحدیان^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۵/۲۶ - تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۰/۲۷

چکیده

موضوع نوشتار، مطالعه تأثیر سایبر دیپلماسی امریکا بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی (مطالعه موردی: سایت رادیو فردا) است. دولت امریکا در تلاش است با اجرای برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی و آموزشی در قالب دیپلماسی عمومی اهداف سیاست خارجی خود را بقبولاند. با ایجاد اینترنت، استفاده از آن در دستور کار دولت امریکا قرار گرفت و از آن با عنوان سایبردیپلماسی یاد شد. وزارت خارجه امریکا طرح‌هایی را در حوزه سایبردیپلماسی با هدف تأثیرگذاری بر اذهان ایرانیان و از جمله ایجاد سایت رادیو فردا به اجرا درآورده است. سوال اصلی پژوهش این است: استفاده از سایت رادیو فردا چه تأثیری بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی داشته است؟ برای پاسخ به این پرسش از روش تحلیل محتوای کیفی سایت رادیو فردا و ارسال پرسشنامه برای کاربران اینترنت، استفاده شد. فرضیه آن است که کاربران سایت رادیو فردا، بیشتر تحت تأثیر پیام‌های سایبر دیپلماسی امریکا بوده‌اند و این باعث ایجاد نگرش منفی نسبت به جامعه ایران در آنان شده است.

واژگان کلیدی: دیپلماسی عمومی، سایبر دیپلماسی، ایالات متحده امریکا، اینترنت، رادیو فردا

مقدمه

پس از شکل‌گیری دولت - ملت‌ها و با توجه به ضرورت برقراری ارتباط میان واحدهای سیاسی و انجام تعاملات سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و غیره میان آن‌ها مفهوم دیپلماسی به تدریج در عرصه روابط بین‌الملل پدیدار شد، اما بلوغ جدی آن پس از برگزاری کنفرانس صلح ۱۹۱۹ پاریس آغاز شد (گنجی دوست، ۱۳۸۷: ۱۹۰).

تا چند دهه پیش، عموم تعاریف و برداشت‌های موجود از مفهوم دیپلماسی محدود به درکی سنتی از آن بود و به طور عمده ارتباط و مذاکره میان دولت‌ها از طریق اعزام نمایندگان رسمی سیاسی و تأسیس سفارتخانه و نمایندگی‌های رسمی در خاک کشور طرف مقابل را شامل می‌شد. به‌عنوان نمونه، *رونالد پیتر بارستون* استاد رشته روابط بین‌الملل دانشگاه ری‌دینگ در کتاب مشهور خود به نام «دیپلماسی مدرن» دیپلماسی را چنین تعریف می‌کند: هنر و روش انجام مذاکره میان نمایندگان گروه‌ها یا دولت‌ها (Barston, 2006:1).

با گذشت زمان و افزایش نقش آفرینی و اهمیت افکار عمومی در شکل‌دهی به رفتار دولت‌ها مفهوم دیپلماسی نیز متحول شد و دیگر به ارتباط میان دولت‌ها محدود نماند. از همین‌رو اصطلاح «دیپلماسی عمومی» از دهه ۱۹۶۰ میلادی رایج شد. این اصطلاح در فرهنگ واژگان روابط بین‌الملل وزارت خارجه آمریکا در سال ۱۹۹۵ چنین تعریف شد: «برنامه‌های تحت حمایت دولت که هدف از آنها اطلاع‌رسانی یا تحت تأثیر قراردادن افکار عمومی در کشورهای دیگر است. ابزار اصلی آن نیز انتشار متن، تصاویر متحرک، مبادلات فرهنگی، رادیو و تلویزیون و اینترنت است» (هادیان و احدی، ۱۳۸۸: ۹۱-۹۰).

پیشرفت فناوری و امکان پذیر شدن تبادل اطلاعات و برقراری ارتباط از طریق اینترنت، تأثیر خود را بر دیپلماسی عمومی نیز بر جای گذاشت و منجر به شکل‌گیری شاخه‌ای مهم از دیپلماسی عمومی موسوم به سایبر دیپلماسی یا دیپلماسی دیجیتال شد. شاید مهم‌ترین جلوه دیپلماسی سایبری گسترش و انتشار اخبار و اطلاعات از طریق فناوری‌های نوین ارتباطاتی و رسانه‌های برخط باشد که روابط بین دولت‌ها در عرصه منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی را که پیشتر توسط دیپلمات‌ها انجام می‌گرفت به روابطی چندجانبه تبدیل کرده است. نتیجه این وضعیت آن است که بیشترین تلاش دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی هر کشور به برقراری روابط با ملت‌ها، آن‌هم از طریق رسانه‌ها و در فضای مجازی حاصل از به کارگیری آن‌هاست، به طوری که کارکنان رسانه‌ها و بازیگران غیردولتی بانفوذ به افشاگری می‌پردازند و با انگیزه جلب افکار عمومی در مسائل دخالت می‌کنند (خرازی، ۱۳۸۵: ۸).

با توجه به اینکه سایبر دیپلماسی در این مقاله، زیر مجموعه دیپلماسی عمومی تعریف شده

و هر دو مقوله برای تکمیل دیپلماسی سنتی به کار می‌روند، تفاوت‌های آنان بر مبنای جدول زیر قابل ذکر است (Jiang, 2013:10).

جدول ۱- تفاوت‌های دیپلماسی سنتی، عمومی و سایبری بر مبنای بازیگران، مجاری اجرا، روش‌های اجرا و اهداف

| دیپلماسی سنتی | دیپلماسی عمومی | دیپلماسی سایبری | |
|--|---|--|-------------|
| دیپلماسی سنتی | دیپلماسی عمومی | دیپلماسی سایبری | بازیگران |
| دولت- ملت‌ها | دولت- ملت‌ها، سازمان‌های بین‌المللی، غیردولتی، شرکت‌های تجاری و چند ملیتی و افراد | دولت، ملت‌ها، سازمان، سازمان‌های بین‌المللی، غیردولتی، شرکت‌های تجاری و چند ملیتی و افراد | |
| دیپلماسی سنتی | دیپلماسی عمومی | دیپلماسی سایبری | مجاری اجرا |
| تعاملات رسمی دیپلماتیک | تعاملات رسمی دیپلماتیک، تبادلات رسانه‌ای از طریق شبکه‌های رادیو-تلویزیونی و روزنامه‌ها و سایر نشریات، برنامه‌های آموزشی و تبادل دانشجو و غیره | تعاملات رسمی دیپلماتیک و تبادل اطلاعات با به کارگیری امکانات فضای سایبر و فناوری اطلاعات به خصوص اینترنت | |
| دیپلماسی سنتی | دیپلماسی عمومی | دیپلماسی سایبری | روشهای اجرا |
| مذاکرات و ترغیب چهره به چهره و به صورت رودر رو | مذاکرات و ترغیب از طریق رسانه‌های مختلف چاپی، رادیو، تلویزیونی، آموزش‌های عمومی و برنامه‌های فرهنگی | مذاکرات و ترغیب از طریق اینترنت | |
| دیپلماسی سنتی | دیپلماسی عمومی | دیپلماسی سایبری | اهداف |
| حفاظت از منافع ملی و پیشبرد اهداف سیاست خارجی | حفاظت از منافع ملی و پیشبرد اهداف سیاست خارجی، بهبود وجهه کشور و تأثیرگذاری مثبت بر افکار عمومی | حفاظت از منافع ملی و پیشبرد اهداف سیاست خارجی و تأثیرگذاری مثبت بر افکار عمومی | |

با توجه به جدول بالا، تعریف پذیرفته شده سایبردیپلماسی در این مقاله به شرح زیر است: «پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی با محوریت دولت‌ها و با استفاده از امکانات موجود در فضای سایبری اعم از اینترنت و دیگر شبکه‌های ارتباطی دیجیتال».

ایالات متحده در چند سال اخیر، تلاش قابل ملاحظه‌ای برای استفاده از ابزار سایبردیپلماسی به منظور پیشبرد اهداف سیاست خارجی خود به عمل آورده است. کاخ سفید به خصوص در

مورد رقبا و دشمنان اصلی و جدی خود در نظام بین‌الملل به این ابزار متوسل شده است که از جمله آن‌ها می‌توان به روسیه، چین و ایران اشاره کرد. جلوه‌هایی از کاربرد سایبر دیپلماسی ایالات متحده در قبال ایران عبارتند از: تاسیس سفارتخانه مجازی در ایران، تلاش برای اجرای طرح‌هایی مانند اینترنت چمدانی به منظور مقابله با فیلترینگ اینترنت در ایران، همکاری در طراحی نرم افزارهای مختلف فیلترشکن، فعالیت گسترده وزارت خارجه امریکا از طریق راه اندازی وب سایت‌های فارسی زبان و حضور جدی در شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار مانند فیس بوک و غیره (Fialho & Wallin, 2013: 3-5).

با توجه به این حجم از فعالیت که تسهیل پیشبرد اهداف سیاست خارجی امریکا در قبال جمهوری اسلامی ایران را هدف قرار داده است و با عنایت به تضاد منافع دو کشور در عرصه‌های منطقه‌ای و بین‌المللی در سه دهه اخیر، پی‌بردن به میزان تأثیرگذاری و موفقیت سایبردیپلماسی امریکا در قبال ایران از اهمیت انکارناپذیری برخوردار است. از آنجا که ابزار سایبردیپلماسی به طور عمده شهروندان و بازیگران غیردولتی فعال در فضای مجازی را هدف قرار می‌دهد، هدف این مقاله پرداختن به مسئله بررسی تأثیر فعالیت‌های سایبردیپلماسی ایالات متحده امریکا بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی با تمرکز بر سایت اینترنتی رادیو فردا است. فرضیه مقاله آن است که کاربرانی که از سایت رادیو فردا استفاده می‌کنند، در مقایسه با کاربرانی که از آن استفاده نمی‌کنند بیشتر تحت تأثیر محتوا و پیام‌های سایبر دیپلماسی این کشور بوده و این امر باعث ایجاد نگرش منفی نسبت به جامعه ایران در آن‌ها می‌شود. لازم به ذکر است که تاکنون تحقیقی مشابه با این تحقیق نه تنها در ایران، بلکه در جهان صورت نگرفته است و کتب و مقالات موجود یا به بررسی ابعاد نظری و مفهومی دیپلماسی سایبری پرداخته‌اند یا خط مشی‌های دیپلماسی سایبری کشورهای مختلف را با یکدیگر مقایسه کرده‌اند. همچنین تحقیقاتی که تاکنون برای بررسی دیدگاه کاربران ایران فضای مجازی انجام شده محدود به بررسی دیدگاه‌های آن‌ها در حوزه‌های اجتماعی یا مذهبی بوده و هیچ تحقیقی برای بررسی تأثیر دیپلماسی سایبری امریکا بر روی کاربران ایرانی فضای مجازی در داخل یا خارج کشور صورت نگرفته است.

مبانی و چارچوب نظری

تأثیرات ناشی از شکل‌گیری فضای سایبر و گسترش فناوری اطلاعات و ارتباطات بر علوم اجتماعی بسیار گسترده است که در این رساله بخشی از این تأثیرات در حوزه روابط بین‌الملل که منجر به شکل‌گیری مفهوم دیپلماسی سایبری شده است، بررسی می‌شود. برای بررسی نحوه تأثیرگذاری ابزار سایبر دیپلماسی امریکا بر روی کاربران ایرانی فضای مجازی، کمک گرفتن

از نظریه‌های علم ارتباطات به عنوان مبانی نظری و برای شناسایی عوامل مؤثر بر افزایش و کاهش تأثیر پیام‌ها و مطالب گوناگون بر افراد قابل استفاده است. این عوامل به عنوان متغیرهای دخیل عمل کرده و تعیین‌کننده شدت و ضعف تأثیرگذاری بردیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی هستند. در این زمینه دو نظریه در مورد کنش متقابل رسانه و مخاطبان آن و چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌ها بر مخاطبان قابل استفاده است.

الف) با استفاده از نظریه ساخت‌یابی گیلنر، چنین استنباط می‌شود که هرچه مشارکت کاربران در سایت‌های سایبر دیپلماسی امریکا از طریق اظهارنظر، به اشتراک‌گذاری مطالب و غیره بیشتر باشد، احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است، اما هرچه کاربران منفعل‌تر بوده و رویکرد غیرمشارکتی بیشتری داشته باشند، احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر است. زیرا بر طبق این نظریه، انسان‌ها ساختارها را به وجود می‌آورند، ولی در مراحل بعد تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرند لذا اینترنت و سایت‌های اینترنتی محصول کنش معنادار انسان‌ها بوده و دارای ساختارهایی هستند که توسط انسان‌ها خلق شده‌اند. اما این ساختار پس از شکل‌گرفتن محدودیت‌هایی را بر کاربران (عاملان انسانی) اعمال می‌کند. افراد در رویارویی با اینترنت برخلاف سایر رسانه‌های متعارف، صرفاً در رده تولیدکننده یا مصرف‌کننده قرار نمی‌گیرند، بلکه می‌توانند در صورت تمایل به طور همزمان این دو نقش را داشته باشند و در آن به تولید و بازتولید پردازند، اما افراد در برخورد با این ساختار، میزان فعالیت و مشارکت متفاوتی دارند. در واقع، هر چه افراد در مواجهه با اینترنت، فعالیت و مشارکت بیشتری داشته باشند، احتمال تأثیرپذیری آن‌ها بیشتر است. برعکس هر چه افراد در مواجهه با اینترنت، فعالیت و مشارکت کمتری داشته باشند، احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر است (کوزر و روزنبرگ، ۱۳۷۸: ۲۴۸).

ب) براساس نظریه کاشت یا پرورش می‌توان استنباط کرد که میزان استفاده و میزان واقعی تلقی کردن و اعتماد به محتوای سایت‌های سایبر دیپلماسی امریکا بر نحوه تأثیرگذاری کاربران تأثیرگذار است. به بیان دیگر با افزایش میزان استفاده و واقعی تلقی کردن این سایت‌ها توسط کاربران ایرانی فضای مجازی، احتمال تأثیرپذیری از آن‌ها افزایش می‌یابد و هر چه کاربران کمتر در معرض مواجهه با چنین محتوایی باشند احتمال تأثیرپذیری آن‌ها کمتر است. زیرا براساس این نظریه، مواجهه متمادی با یک رسانه خاص باعث تغییر نگرش و ایجاد دیدگاه‌های موافق با محتوای رسانه در مخاطب می‌شود (سورینوتانکار، ۱۳۸۸: ۳۹۲-۳۸۹).

اما برای درک بهتر کارکرد دیپلماسی سایبری و طراحی چارچوبی نظری در این زمینه می‌توان از نظریه کنشگر- شبکه^۱ کمک گرفت. این نظریه از اواسط دهه ۸۰ میلادی و بر پایه

آثار برنولاتور^۱ و میشل کالون^۲ پژوهشگران فرانسوی و جان لائو^۳ مردم شناس بریتانیایی شکل گرفته است. این نظریه یک چارچوب مفهومی برای بررسی فرایندهای جمعی اجتماعی- فنی است که در آنها هر دو جنبه علمی فناوریانه و مربوط به علوم اجتماعی وجود دارد و به درک جنبش‌ها و فعالیت‌های اجتماعی مبتنی بر شبکه‌های علم و فناوری کمک شایانی می‌کند. یکی از مزایای این نظریه که به درک دیپلماسی سایبر کمک می‌کند آن است که بر مبنای آن تفاوت بنیادینی میان فعالیت علمی و دیگر فعالیت‌های اجتماعی وجود ندارد و لذا نظریه یاد شده نگاهی ترکیبی به تولید علم دارد. به بیان دیگر این نظریه از رویکردهای یک جانبه رئالیستی (تأکید صرف بر امور طبیعی و واقعی) و برساخت‌گرایی اجتماعی (روایت صرفاً فرهنگی از امور و تعریف طبیعت در چارچوب زمینه‌های فرهنگی) اجتناب کرده و تأکید می‌کند که علم فرایند مهندسی ناهمگنی است که برای تولید آن عوامل و مؤلفه‌های اجتماعی، فنی، مهندسی و متنی درهم آمیخته شده یا کنار هم قرار می‌گیرند و سرانجام دگرگون شده یا ترجمه و تفهیم می‌شوند (Williams & Edge, 1996: 857-858).

با تأکید این نظریه بر تلفیق علوم اجتماعی و فناوری، مرزبندی میان جامعه و طبیعت، درست و نادرست، انسان و غیرانسان، متن و محتوی، عاملیت و ساختار، پدیده‌های سطح خرد و سطح کلان، نظریه و داده، داده و کاربرد، امور مهندسی و جامعه شناسی رد شده و شکل‌گیری طبیعت و جامعه، ذهیت و ساختار، واقعیت و خیال همگی ناشی از فعالیت جمعی و شبکه‌ای دانسته می‌شود و فرض می‌شود که همه هستارها^۴ اهمیت خود را از ارتباط با دیگر هستارها کسب می‌کند (اصل موجودیت نسبی^۵) (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۶: ۱۳۰).

قلب این نظریه را کنشگر^۶ و کنشگر فعال یا عامل^۷ تشکیل می‌دهند که روابطی را با یکدیگر شکل می‌دهند. منظور از کنشگر در این نظریه، موجودیت‌های غیرانسانی شامل ماشین‌ها، متون و ترکیبی از آنها است. کنشگران، ترکیبی هستند از اشیاء، هویت‌ها، روابط و احکام که این مقوله‌ها به طور نمادین به آنها تفویض شده و قادرند به درون شبکه‌های ناهمگون دیگر رخنه کنند یا در آنها لانه بسازند. همچنین کنشگر فعال یا مختار کارگزاری^۸ اعم از فردی یا جمعی است که می‌تواند با دیگر کارگزاران در پیوند باشد یا به صورت منفک عمل کند. کنشگران عامل، وارد انجمن‌های شبکه‌ای می‌شوند که به نوبه خود آنها را تعریف و نامگذاری کرده و

1. Bruno Latour
2. Michel Callon
3. John Law
4. Entities
5. Relational Materiality
6. Actor
7. Actant
8. Agent

به آن‌ها مفهوم، تحرک، هدف و فاعلیت می‌بخشد. از سوی دیگر هویت خود را از آن‌ها کسب می‌کنند (Nweke, 2012: 23).

به بیان دیگر شبکه‌ها به کنشگران عامل اجازه می‌دهند ذات، قصد، کنش و ذهنیتشان را معین و مشخص سازند، ولی این کنشگران عامل در فرایند کار علمی، خود به شبکه مبدل شده و تحت عنوان شبکه توسعه می‌یابند و هویت شبکه‌ای پیدا می‌کنند. آن‌ها بنیادی مشخص یا جوهره و ذات پیشینی ندارند و ماهیت آن‌ها از درون شبکه‌هایی منتج می‌شود که به آن‌ها می‌پیوندند (Nweke, 2012: 23).

پس از توضیح جایگاه کنشگر و کنشگر فعال، نوبت به توضیح مفهوم شبکه در نظریه کنشگر- شبکه می‌رسد. این شبکه متشکل از مجموعه‌ای ناهمگون از کنشگران و کنشگران فعال متنی^۱، ادراکی^۲، اجتماعی و فنی^۳ است. پس در این نظریه کنشگر (از هر دو نوع) و شبکه شبکه به هم پیوند زده شده‌اند و تمایزی میان آن‌ها به سبک تمایز ساختار (شبکه) و کارگزار (عامل) در نظریه سازه‌نگاری وجود ندارد. از یکسو عوامل شبکه‌ها را بر ساخته‌اند و از سوی دیگر شبکه‌ها آن‌ها را بر ساخته‌اند و هیچ یک از این دو بدون دیگری نمی‌توانند وجود داشته باشند. نتیجه مهم پذیرش این نظریه در عرصه علوم اجتماعی، این است که زندگی اجتماعی قابل تقلیل به عوامل انسانی یا غیرانسانی محض نیست و ارائه مدل‌های تبیینی در حوزه علوم اجتماعی بر اساس تنها یکی از عوامل انسانی یا غیرانسانی تقلیل‌گرایانه است. جامعه، مجموعه‌ای است از شبکه‌های اجتماعی ناهمگون متشکل از عوامل انسانی و غیرانسانی مانند فضا، اشیاء و غیره (بنی طالبی دهکردی و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۲۲-۱۲۱).

«امر اجتماعی»، عبارت است از تداخل دنیاهای اجتماعی و تکنولوژیک و این دو در یکدیگر لانه کرده، از هم تفکیک ناپذیرند و به طور مداوم در حال تکوین یکدیگر هستند. همچنین توانایی انسان‌ها در تکوین شبکه‌های اجتماعی فقط به خاطر تعامل آن‌ها با عوامل هم نوع یا انسان‌های دیگر نیست، بلکه به سبب تعامل با عوامل ناهمگون و غیرانسانی نیز هست (قاضی طباطبایی و ودادهیر، ۱۳۸۶: ۱۳۳-۱۳۲).

اگر بخواهیم این نظریه را با مباحث خود در مورد دیپلماسی سایبری پیوند دهیم می‌توان گفت که کنشگران فعال یا عامل همان کارگزاران دولتی (دیپلمات‌ها)، افراد و سازمان‌ها هستند و کنشگر نیز اینترنت و زیرمجموعه‌های آن است. لذا در اینجا ما با شبکه‌ای ناهمگون و نامتجانس روبرو هستیم که دارای مؤلفه‌های انسانی و غیرانسانی است. مؤلفه‌های غیرانسانی و

1. Textual
2. Conceptual
3. Technologic

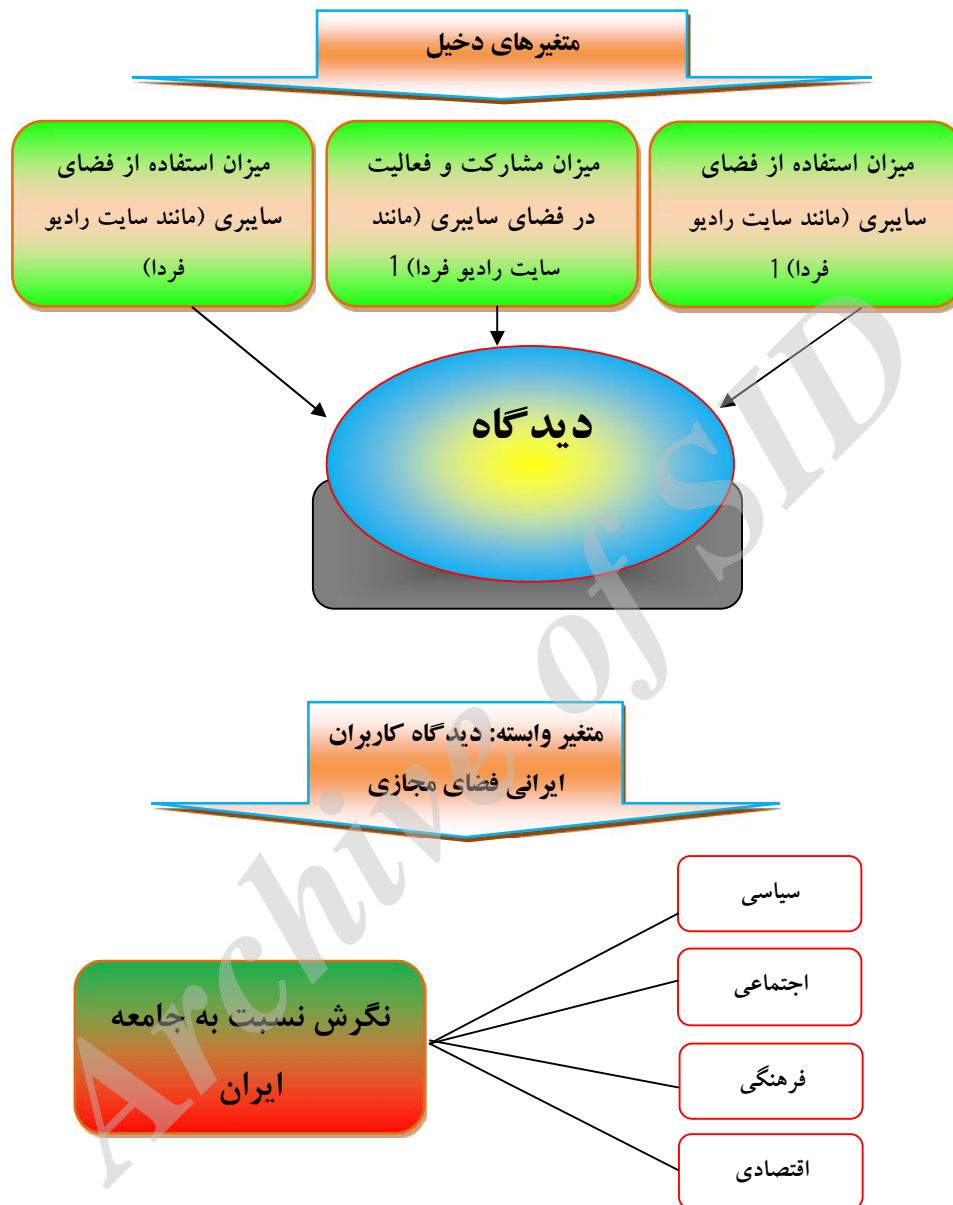
تکنولوژیک نرم افزارها و سخت افزارهای مختلف بوده و مؤلفه‌های انسانی و اجتماعی افرادی هستند که این نرم افزارها و سخت افزارها را طراحی، ساخته و نصب کرده‌اند و همین طور گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای خصوصی و غیردولتی که با استفاده از این شبکه‌ها موجب تداوم حیات آنها می‌شوند (Nweke, 2012: 24).

نظریه مذکور، بازتابی از روابط بین‌الملل در عرصه فناوری اطلاعات و همه‌گیر شدن اینترنت و دیگر خدمات و فناوری‌های دیجیتال است و به خصوص برای تشریح چگونگی استفاده دیپلمات‌ها و نهادهای دیپلماتیک از اینترنت و انواع ابزارهای دیجیتال اعم از رایانه، تلفن همراه، برنامه‌ها و نرم افزارهای مختلف در قالب یک شبکه ناهمگن برای دستیابی به اهداف سیاست خارجی و تأمین منافع ملی در عرصه بین‌المللی قابل استفاده است. تمامی این سخت افزارها، نرم افزارها، دیپلمات‌ها، کاربران عادی اینترنت، نهادهای دولتی دیپلماتیک، سازمان‌های بین‌المللی و غیره به عنوان کنشگران و کنشگران عامل، شبکه‌ای نظام‌مند را به وجود می‌آورند که در بستر اینترنت و فضای سایبر به فعالیت خود ادامه می‌دهد و خروجی آن پیام‌ها و خدمات دیپلماتیک با هدف تأثیرگذاری مثبت بر اذهان مخاطبان و همراه کردن آنان با سیاست خارجی کشور متبوع است.

برای تلخیص بحث و تسهیل درک آن می‌توان از تصویر زیر که نشانگر نحوه تأثیرگذاری متغیرهای مستقل (سایبردیپلماسی ایالات متحده) و دخیل (میزان استفاده، مشارکت و اعتماد به ابزار سایبردیپلماسی) بر متغیر وابسته (دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی) است، کمک گرفت:

متغیر مستقل: دیپلماسی





تصویر ۱- مدل مفهومی پژوهش

محتوای سایت رادیو فردا با هدف ایجاد نگرش منفی نسبت به جامعه ایران تولید می‌شود، فرضیه‌های این پیمایش به شرح زیر است:

۱- فرضیه اصلی: کاربرانی که از سایت رادیو فردا استفاده می‌کنند، در مقایسه با کاربرانی که از آن استفاده نمی‌کنند بیشتر تحت تأثیر محتوا و پیام‌های سایبر دیپلماسی این کشور هستند و این امر باعث ایجاد نگرش منفی نسبت به جامعه ایران می‌شود.

۲- فرضیه فرعی: میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا بر نوع نگرش آن‌ها نسبت به جامعه ایران تأثیر دارد و هر چقدر کاربران بیشتر از این سایت استفاده کنند، نگرش آن‌ها نیز نسبت به جامعه ایران تغییر می‌کند.

۳- فرضیه فرعی: فعالیت و مشارکت در سایت اینترنتی رادیو فردا باعث تغییر نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران می‌شود، به گونه‌ای که هر چقدر فعالیت و مشارکت در این سایت بیشتر باشد، احتمال بیشتری دارد که کاربران نگرشی منفی به جامعه ایران پیدا کنند.

۴- فرضیه فرعی: میزان واقعی تلقی کردن و اعتماد به محتوای سایت رادیو فردا توسط کاربران، بر تغییر نگرش آن‌ها نسبت به جامعه ایران تأثیرگذار است. به گونه‌ای که هر چقدر این محتوا واقعی‌تر تلقی شود، احتمال بیشتری دارد که کاربران نگرش منفی به جامعه ایران پیدا کنند.

باعنایت به این مبنای نظری در مورد سایبر دیپلماسی، بررسی عملکرد و فعالیت‌های کنشگران فعال؛ یعنی سیاستمداران آمریکایی متولی سیاست خارجی این کشور و همین‌طور کنشگر اینترنت و زیرمجموعه‌های آن (به عنوان نمونه سایت اینترنتی رادیو فردا) در بخش بعدی ضروری است.

دیپلماسی سایبری دولت آمریکا در قبال ایران: کنشگران فعال و کنشگر رادیو فردا

استفاده دولت ایالات متحده برای پیشبرد اهداف دیپلماسی عمومی خود در قبال ایران از طریق اینترنت (دیپلماسی سایبری)، اولین بار از دوران ریاست جمهوری جرج بوش آغاز شد. اولین فعالیت قابل ذکر مهم در این زمینه راه‌اندازی یک وب سایت فارسی زبان توسط وزارت امور خارجه آمریکا در سال ۲۰۰۳ بود (Wiseman, 2015:182).

سیاست کلی دولت ایالات متحده در این دوره، گسترش دامنه تماس با مسلمانان از طریق استفاده از فناوری‌های ارتباطی جدید و به خصوص با استفاده از اینترنت بود. دولت بوش برای پیروزی در آنچه که جنگ ایده‌ها می‌نامید، قصد داشت به شیوه‌ای مؤثر از فناوری‌های نوظهور

و اینترنت استفاده کند. اما هدف از کاربرد رسانه‌ها، انتقال یک طرفه مفاهیم و ارزش‌های مورد نظر و بمباران مخاطبان بود و نه تعامل دوجانبه با آنان (Advisory Group on Public Diplomacy (for the Arab and Muslim World, 2003:9

از سوی دیگر، ایرانیان از جمله شهروندانی بودند که به سرعت به استفاده از اینترنت روی آوردند و همیشه با فاصله زیاد از دیگر کشورهای منطقه خاورمیانه رتبه اول کاربران اینترنت را در اختیار داشتند. تا سال ۲۰۰۹؛ یعنی آغاز ریاست جمهوری باراک اوباما، تعداد کاربران اینترنت ایران به بیش از ۴۱ میلیون نفر رسید و مصر با ۱۲,۶ میلیون نفر کاربر در رتبه دوم و عربستان با حدود ۷ میلیون نفر در رتبه سوم بوده است. آمار نشان می‌دهد در آن زمان نیمی از کاربران اینترنت در خاورمیانه را ایرانیان تشکیل می‌دادند (Lydia, 2009).

بنابراین، وبسایت‌های اینترنتی رادیو فردا و صدای امریکا در دولت بوش برای انتقال پیام‌های مدنظر دولت ایالات متحده به بخشی از جامعه ایران که کاربر اینترنت بودند، راه‌اندازی شد. پخش اینترنتی برخی برنامه‌های این دو شبکه، ارائه خدمات آموزش زبان انگلیسی بر روی سایت‌های مذکور نیز به تدریج در دستور کار قرار گرفت (Biener, 2003).

رادیو فردا از اولین روزهای فعالیت در سال ۲۰۰۲ وبسایت اختصاصی خود را راه‌اندازی کرد. با توجه به تمرکز این رادیو بر پوشش اخبار ایران، گردانندگان آن تلاش کردند وبسایت این رادیو را به یک منبع مهم آنلاین برای دریافت اخبار توسط ایرانیان مبدل کنند. آماری که در مورد رتبه این سایت در میان سایت‌های پرتعداد ایرانی در سال ۲۰۰۹ ارائه شد، نشانگر موفقیت نسبی آن در مقایسه با صدای امریکا بود. گرافیک مناسب، آرشیو دقیق و فعال، راه‌اندازی سریع‌تر پخش مستقیم برنامه‌های رادیویی و انتشار نظرات کاربران از جمله دیگر مزایای سایت رادیو فردا نسبت به صدای امریکا بود. رادیو فردا در شبکه‌های اجتماعی هم محبوبیت بیشتری در مقایسه با صدای امریکا دارد و نرم‌افزار تلفن همراه آن برای دریافت برنامه‌های این رادیو از سال ۱۳۹۰ در دسترس قرار گرفته است. چنانچه پیشتر اشاره شد پخش برنامه‌های تلویزیونی رادیو فردا نیز در قالب خبر از سال ۲۰۱۲ آغاز شده که این برنامه‌ها هم از طریق اینترنت در دسترس است (Radio Free Europe/Radio Liberty^۳, 2012).

با روی کار آمدن دولت باراک اوباما، دستگاه سیاست خارجی آن با تغییر رویکرد تلاش کرد برای انتقال ارزش‌ها و مفاهیم مورد نظر و ایجاد همراهی با اهداف سیاست خارجی خود چندجانبه‌گرایی پیشه کند و تعامل با مخاطبان و دریافت نظرات و دیدگاه‌های آنان را نیز مورد توجه

1. Euromonitor.com
2. Rubincenter.org
3. Rferl.org

قرار دهد. اعتقاد دولت او با ما و دموکرات‌ها به کاربرد دیپلماسی و قدرت نرم، نه بر مبنای جنگ ایده‌ها، بلکه در چارچوب چند جانبه‌گرایی و تلاش برای تعامل و تأثیرگذاری بر افکار عمومی مسلمان، آن را از سیاست‌های یک جانبه‌گرایانه بوش متمایز ساخت (آقایی و دیگران، ۱۳۹۵: ۸۱).

به همین منظور هیلاری کلینتون وزیر امور خارجه وقت ایالات متحده، طیف گسترده‌ای از فعالیت‌های جدید برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی کاخ سفید را تحت عنوان «سیاستمداری در قرن ۲۱» آغاز کرد که برخی از آنها عبارت بودند از:

- ۱- برگزاری دوره‌های آموزشی برای پنج هزار فعال مدنی از هجده کشور جهان و آموزش نحوه استفاده از اینترنت برای «ترویج دموکراسی و گریز از شناسایی و تعقیب توسط دولت‌ها در فضای مجازی»؛
 - ۲- راه‌اندازی دوره‌های آموزش زبان انگلیسی از طریق گوشی‌های تلفن همراه در کشورهای کمتر توسعه یافته؛
 - ۳- ارتقای امنیت شبکه‌های رایانه‌ای و ارتباطی وزارت خارجه آمریکا برای مقابله با فعالیت‌های هکری و سرقت اطلاعات؛
 - ۴- اختصاص بودجه ۴۵ میلیون دلاری و فراهم آوردن فناوری‌های پیشرفته برای معترضان سیاسی در کشورهای دیگر از جمله ایران «برای دور زدن فیلترینگ اینترنت و اظهار نظر آزادانه و ارسال محتوای چند رسانه‌ای»؛
 - ۵- استفاده گسترده از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی برای ارسال پیام و دفاع از سیاست خارجی ایالات متحده و تشویق دیپلمات‌های این کشور برای به روزرسانی صفحات خود در فیسبوک و توییتر و بحث و تبادل نظر با کاربران محلی به خصوص نخبگان (Clinton, 2014: 454-464).
- استفاده از اینترنت برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی و دیپلماسی ایالات متحده، کاملاً با تاریخ و فرهنگ سیاسی این کشور که خود را ابرقدرت جهان و مسئول حفظ و برقراری نظم بین‌المللی مستقر می‌داند منطبق است. ارزش‌ها و ایده‌آل‌های دولت آمریکا مانند آزادی، برابری، دموکراسی و حقوق بشر دیپلماسی عمومی این کشور را شکل می‌دهند و ایالات متحده تعقیب این اهداف در سطح جهان را به معنای تحقق منافع ملی خود می‌داند (Bruce, 2011: 361).
- بنابراین، ابتکار عمل «سیاستمداری قرن ۲۱» انعکاسی از این ارزش‌ها و ایده‌آل‌هاست. رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی هم ابزاری برای بسط قدرت ایالات متحده و تحقق همین ارزش‌ها محسوب می‌شوند. پیشبرد چنین طرح‌هایی نیاز به استخدام نیروی کار گسترده دارد. اطلاعات منتشر شده در سال ۲۰۱۲ نشان می‌دهد که ۱۵۰ نفر از کارکنان وزارت خارجه آمریکا

در ۲۵ حوزه کاری مختلف در شهر واشنگتن در زمینه دیپلماسی دیجیتال فعال هستند و ۱۷۵ نفر هم به طور تمام وقت از ابزار دیپلماسی دیجیتال در نمایندگی‌های دیپلماتیک امریکا در خارج از این کشور استفاده می‌کنند (3: Hanson, 2012).

با عنایت به این نگرش، ارتقای عملکرد سایت رادیو فردا نیز در دستور کار وزارت خارجه ایالات متحده قرار گرفت. با توجه به ماهیت رادیویی رادیو فردا و افزایش توجه مخاطبان ایرانی به تلویزیون‌های ماهواره‌ای و اینترنت، این رادیو برای حفظ مخاطبان خود در سال‌های اخیر به تولید برنامه‌های متنوع با مضامین مختلف، ارتقای امکانات و کیفیت وبسایت اینترنتی و تولید برنامه‌های محدود تلویزیونی روی آورده است. از جمله برنامه‌های رادیویی متنوع می‌توان به برنامه‌های مناسبی در سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی، (2010، 'The Broadcasting Board of Governors) پوشش ویژه اینترنتی و رادیویی رویدادها و حوادث سیاسی و اجتماعی از طریق پخش لحظه به لحظه اخبار، با همکاری خبرنگاران رادیو فردا در محل وقوع آن‌ها، مانند مصاحبه‌های تفصیلی با تحلیل‌گران و پوشش آنی مذاکرات هسته‌ای ایران و گروه ۵+۱ (The Broadcasting Board of Governors, 2016) را نام برد.

برنامه‌های جدید و مناسبی رادیو، تنها محدود به مباحث سیاسی و اجتماعی نبوده و حوزه تفریح و طنز و سرگرمی را نیز شامل می‌شود. از جمله این برنامه‌ها می‌توان به پخش کسرت‌های موسیقی برگزار شده توسط خوانندگان ایرانی در کشورهای همسایه، (The Broadcasting Board of Governors, 2011) اشاره کرد.

در زمینه پخش برنامه‌های تلویزیونی هم می‌توان به راه‌اندازی اولین برنامه تلویزیونی آن در دسامبر سال ۲۰۱۲ با همکاری صدای امریکا با عنوان «صبحانه با خبر» اشاره کرد. به گفته استیون کرن^۲ رئیس رادیو اروپای آزاد/ رادیو آزادی، هدف از پخش این برنامه روزانه یک ساعته که در سالگرد ده‌سالگی رادیو فردا راه‌اندازی شد، «انتقال اخبار و اطلاعات سانسور نشده» به ایران است (Radio Free Europe/Radio Liberty, 2012).

اگر چه پخش رادیویی برنامه‌ها کماکان فعالیت محوری رادیو فردا را تشکیل می‌دهد، اما تغییر ذائقه مخاطبان و استفاده روزافزون آن‌ها از تلویزیون و رسانه‌های دیجیتال موجب شد تا تولید محتوای دیجیتال هم به طور جدی در دستور کار قرار بگیرد. استفاده از سایت به اشتراک‌گذاری صدای ساندکلود، برای انتشار فایل‌های صوتی برنامه‌های مختلف و دور زدن فیلترینگ و طراحی برنامه تلفن همراه ویژه برای پخش زنده تصاویر ویدئویی خبرنگاران رادیو اروپای آزاد در سراسر جهان از طریق گوشی‌های هوشمند بر روی وب، نمونه‌هایی از روش‌های خلاقانه برنامه‌سازان این

1. bbg.gov

2. Korn

رادیو است. برنامه تلفن همراه رادیو فردا نیز برای دسترسی به محتوای آن، ارسال عکس و خبر توسط مخاطبان بر روی گوشی‌های هوشمند مختلف در دسترس است. حتی نرم‌افزار خاصی برای مشاهده برنامه‌های تلویزیونی و رادیویی رادیو فردا از طریق تلویزیون‌های هوشمند شرکت سامسونگ طراحی شده است (FY 2015 Congressional Report, 2014: 68).

بررسی تأثیر سایت رادیو فردا بر کاربران ایرانی فضای مجازی

این بخش از سه زیرمجموعه تشکیل شده است. بخش اول شامل توضیحاتی در مورد روش بررسی تأثیر سایبر دیپلماسی دولت ایالات متحده آمریکا بر کاربران ایرانی سایت رادیو فردا در فضای مجازی است.

روش تحقیق

در این پژوهش از روش پیمایش استفاده شده است. ابزار مورد استفاده نیز پرسشنامه می‌باشد.

متغیرهای پژوهش در پیمایش

متغیروابسته: در این پژوهش دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی متغیر وابسته محسوب می‌شود. شاخص‌های بررسی این دیدگاه‌ها در قبال ایران عبارتند از: دیدگاه کاربران ایرانی در مورد جایگاه محیط زیست، وضعیت اقتصادی ایران، نحوه مواجهه ایران با مشکلات بین‌المللی، جایگاه ایران در نظام بین‌الملل، عملکرد نظام سیاسی ایران در ارتباط با تروریسم، دیدگاه کاربران ایرانی در مورد نظام سیاسی و قضایی ایران، وضعیت آزادی بیان، زنان، آزادی فعالیت سیاسی، کارآمدی نظام سیاسی و میزان توجه احزاب سیاسی ایران به منافع ملی. متغیر مستقل: متغیر مستقل این تحقیق سایبر دیپلماسی ایالات متحده امریکاست که شاخص آن سایت رادیو فردا است.

جامعه آماری، شیوه نمونه‌گیری و حجم نمونه

در این پژوهش جامعه آماری عبارت است از: کاربران ایرانی فضای مجازی. با توجه به اینکه محقق به دنبال مطالعه تأثیر سایبری دیپلماسی آمریکا بر کاربران ایرانی سایت رادیو فردا در فضای مجازی است، باید دیدگاه‌های دو گروه از کاربران ایرانی فضای مجازی را از طریق طراحی پرسشنامه با یکدیگر مقایسه می‌کرد: گروهی از کاربران ایرانی فضای مجازی که کاربر

سایبر دیپلماسی امریکا بوده و مطالب منتشر شده در سایت رادیو فردا را مطالعه می‌کردند و گروه دیگری که تنها کاربر ایرانی اینترنت بودند و مطالب سایت یاد شده را مطالعه نمی‌کردند. باتوجه به این که آمار دقیقی در مورد تعداد این کاربران در دسترس نیست، برای انجام پژوهش از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی (غیرتصادفی) استفاده شده است (دواس، ۱۳۹۴: ۸۴-۶۷). در اینجا هم با توجه به این که آمار دقیقی از کاربران دو گروه در اختیار پژوهشگر نیست و تلاش برای کسب آمار دقیق با ارسال ایمیل‌های متعدد به وزارت خارجه امریکا و گردانندگان و خبرنگاران سایت یادشده بی‌نتیجه ماند، به ناچار برای انجام پژوهش از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی استفاده شده که خود به دو شیوه قابل انجام است: نمونه‌گیری راحت (اتفاقی) و نمونه‌گیری سهمیه‌ای. نمونه‌گیری راحت وقتی استفاده می‌شود که مشارکت‌کنندگان افرادی در دسترس باشند. نمونه‌گیری سهمیه‌ای، روش دیگر نمونه‌گیری غیرتصادفی یا غیراحتمالی است. برای انجام این نمونه‌گیری هر عضو گروه درصد مشخصی (مثلاً ۱۰ درصد از کارکنان یک بخش) را پیمایش می‌کند (ادواردز، ۱۳۸۴: ۹۴-۹۳).

باتوجه به این که امکان ارسال پرسشنامه در هر مقطع زمانی برای کلیه اعضای در دسترس و آنلاین دو گروه با استفاده از ایمیل، نرم‌افزارهای ارسال پیام انبوه به تلگرام، مطرح کردن درخواست در شبکه‌های اجتماعی و غیره امکان‌پذیر بوده، شیوه نمونه‌گیری، پژوهش غیراحتمالی راحت (غیرتصادفی اتفاقی) است.

بر اساس فرمول محاسبه تعیین حجم نمونه موسوم به فرمول کوکران، حجم نمونه هر یک از دو گروه مقایسه شونده باید حدود ۳۸۴ نفر باشد. پس از توزیع پرسشنامه، در مجموع ۱۲۲۱ نفر به پرسش‌ها پاسخ دادند که از این تعداد ۸۴۹ نفر کاربر سایت یاد شده نبودند و ۳۷۲ نفر از سایت رادیو فردا استفاده می‌کردند که کاملاً نزدیک به حجم نمونه مطلوب است.

روایی (اعتبار) و پایایی (اعتماد) پرسشنامه

روایی^۱: برای بررسی روایی و اعتبار متغیرهای تحقیق، از اعتبار صوری؛ یعنی میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار استفاده شده است. از این‌رو قبل از اجرای پرسشنامه مقدماتی، پرسشنامه مدون همراه با چهارچوب نظری و تعریف نظری و عملیاتی متغیرها، در اختیار چهار نفر از استادان و پژوهشگران حوزه علوم سیاسی و علوم اجتماعی قرار گرفت، پس از اعمال اظهارات استادان و پژوهشگران و اجرای آزمون مقدماتی، پرسشنامه نهایی تدوین شد.

1. Validity

پایایی^۱: در این پژوهش برای سنجش پایایی داده‌ها از روش توافق درونی^۲ استفاده شده است که مهم‌ترین شاخص آن، ضریب آلفای کرونباخ^۳ می‌باشد. این ضریب همسانی درونی یا ثبات درونی را اندازه‌گیری می‌کند و نشان می‌دهد که سؤالات آزمون تا چه حد توانایی یا خصیصه واحدی را اندازه‌گیری می‌کنند. ضرایب بدست آمده هر یک از مقیاس‌های تحقیق در آزمون مقدماتی و آزمون اصلی به صورت جدول زیر آمده است و با توجه به اینکه ضریب آلفای کرونباخ بالاتر از ۰/۷ شده است، بنابراین بالا بودن این ضریب از یک طرف مهر تاییدی بر اعتماد به پاسخ‌های پاسخگویان است که با توجه به این قابلیت اعتماد، تحلیل‌های آماری علمی و امکان پذیر می‌شود و از طرف مناسب بودن گویه‌ها و معتبر بودن آن‌ها را مورد تأیید قرار می‌دهد.

جدول ۲: ضرائب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

| آزمون اصلی | | آزمون مقدماتی | | متغیرها |
|--------------------|------------|--------------------|------------|-------------------------------|
| ضریب آلفای کرونباخ | تعداد گویه | ضریب آلفای کرونباخ | تعداد گویه | |
| ۰,۷۴ | ۳ | ۰,۶۹ | ۳ | فعالیت و مشارکت در رادیو فردا |
| ۰,۸۹ | ۳ | ۰,۸۶ | ۳ | مقبولیت و اعتماد رادیو فردا |
| ۰,۸۶ | ۲۷ | ۰,۸۲ | ۲۹ | نگرش به جامعه ایران |

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی

میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا

جدول ۳: میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا

| درصد | فراوانی | بازه زمانی |
|-------|---------|--------------------|
| ۴۶,۰ | ۱۷۱ | کمتر از ۱۰ دقیقه |
| ۳۳,۱ | ۱۲۳ | بین ۱۱ تا ۳۰ دقیقه |
| ۵,۱ | ۱۹ | بین ۳۱ تا ۶۰ دقیقه |
| ۱,۳ | ۵ | بیش از یک ساعت |
| ۱۴,۵ | ۵۴ | نمی‌دانم/بی‌پاسخ |
| ۱۰۰,۰ | ۳۷۲ | کل |

1. Reliability
2. Internal Consistency
3. Cronbach's Alpha Coefficient

میزان فعالیت و مشارکت کاربران سایت اینترنتی رادیو فردا

جدول ۴: میزان فعالیت و مشارکت کاربران سایت اینترنتی رادیو فردا

| میانگین ۱ (۰-۴) | بی نظر/ بی پاسخ | اصلا | کم | تاحدی | زیاد | گویه‌ها |
|-----------------------|--------------------|------|------|-------|------|--|
| ۱,۱۷ | ۱۴,۰ | ۶۴,۰ | ۱۴,۸ | ۵,۹ | ۱,۳ | معمولاً به چه میزان مطالب سایت رادیو فردا را برای دوستانتان ایمیل می‌کنید |
| ۱,۳۰ | ۱۲,۴ | ۵۷,۰ | ۲۰,۴ | ۸,۹ | ۱,۳ | معمولاً به چه میزان مطالب سایت رادیو فردا را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذارید |
| ۱,۱۶ | ۱۳,۲ | ۶۸,۰ | ۱۰,۸ | ۵,۶ | ۲,۴ | معمولاً به چه میزان در سایت رادیو فردا کامنت گذاشته و اظهار نظر می‌کنید |

یافته‌های جدول فوق، میزان فعالیت و مشارکت کاربران سایت اینترنتی رادیو فردا را نشان می‌دهد که بر طبق این یافته‌ها، درصد قابل توجهی از کاربران، نه مطالب سایت را برای دوستانشان ایمیل می‌کردند و نه در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک می‌گذاشتند و یا در سایت کامنت نگذاشته و اظهار نظر نمی‌کردند. در خصوص به اشتراک گذاشتن مطالب سایت فردا در شبکه‌های اجتماعی، این میزان اشتراک در بین ۲۰,۴ درصد کاربران رادیو فردا در حد کم، در بین ۸,۹ درصد در حد متوسط و فقط در بین ۱,۳ درصد در حد زیاد بوده است. با توجه به میانگین هر یک از موارد فوق بر روی طیف ۰ تا ۴، پایین بودن میزان فعالیت کاربران کاملاً روشن است. فعالیت کاربران در اشتراک گذاشتن مطالب رادیو فردا در شبکه‌های اجتماعی با میانگین ۱,۳۰ کمی بیشتر از سایر فعالیت‌هاست.

جدول ۵: شاخص فعالیت و مشارکت سایت اینترنتی رادیو فردا

| میانگین از ۱۰۰ | درصد | فراوانی | |
|----------------|------|---------|-------|
| ۳۰,۲۲ | ۶۱,۶ | ۲۲۹ | پایین |
| | ۳۵,۵ | ۱۳۲ | متوسط |

۱. در خصوص میزان مشارکت و فعالیت کاربران شبکه‌های سایبری، گزینه‌های سوالات مربوطه به این صورت کدگذاری و میانگین گرفته شده است: زیاد کد ۴، تا حدی کد ۳، کم کد ۲، اصلاً کد ۱ و بی‌نظر/بی‌پاسخ کد صفر. سپس درصد هر یک از این گزینه‌ها با کد مربوط ضرب و حاصل ضرب بر ۱۰۰ تقسیم شده است.

| | | |
|------|----|-----|
| بالا | ۱۱ | ۳,۰ |
|------|----|-----|

جدول فوق از تلفیق و تجمیع سه گویه در جدول قبلی بدست آمده است، سپس بر طبق فرمول زیر به مقیاس ۰ تا ۱۰۰ تبدیل شده است که همین مقیاس جهت ارائه گزارش توصیفی از شاخص فعالیت و مشارکت سایت رادیو فردا به شاخص ترتیبی تبدیل شده است که بر اساس این شاخص‌سازی می‌توان گفت ۶۱,۶ درصد از کاربران، میزان فعالیت خود را در حد پایین اظهار کرده‌اند یا اصلاً فعالیتی نداشتند. فعالیت ۳۵,۵ درصد در حد متوسط و فقط ۳ درصد کاربران فعالیت زیادی داشتند. میانگین این شاخص از ۱۰۰ که برابر با ۳۰,۲۲ شده است میزان فعالیت پایین کاربران رادیو فردا را به خوبی نشان می‌دهد.

بررسی دیدگاه کاربران در خصوص مقبولیت سایت اینترنتی رادیو فردا و اعتماد به آن

جدول ۶: بررسی دیدگاه کاربران در خصوص مقبولیت سایت اینترنتی رادیو فردا و اعتماد به آن

| میانگین (۰-۴) | بی‌نظر / بی‌پاسخ | اصلا | کم | تاحدی | زیاد | گویه‌ها |
|---------------|------------------|------|------|-------|------|---|
| ۲,۲۸ | ۱۹,۳ | ۶,۵ | ۱۶,۹ | ۴۰,۹ | ۱۶,۴ | تا چه اندازه احساس می‌کنید که گردانندگان سایت رادیو فردا دارای اعتبار و مقبولیت هستند |
| ۲,۵۳ | ۱۶,۱ | ۴,۳ | ۱۱,۶ | ۴۶,۸ | ۲۱,۲ | تا چه اندازه معتقدید سایت رادیو فردا اخبار و اطلاعات را به طور واقعی و صحیح منعکس می‌کند |
| ۲,۴۰ | ۱۸,۸ | ۴,۰ | ۱۳,۴ | ۴۶,۲ | ۱۷,۵ | در صورتی که خبر و اطلاعاتی خاص علاوه بر سایت رادیو فردا در سایت‌های خبری دیگر هم منعکس شوند، شما تا چه اندازه خبر و اطلاعات سایت رادیو فردا را درست و مورد تایید می‌دانید |

یافته‌های مربوط به مقبولیت سایت اینترنتی رادیو فردا و اعتماد کاربران به این سایت نشان می‌دهد که ۱۶,۴ درصد از کاربران معتقدند گردانندگان سایت رادیو فردا در حد زیادی دارای اعتبار و مقبولیت هستند. این مقبولیت در بین ۴۰,۹ درصد آن‌ها در حد متوسط است. میانگین این گویه بر روی طیف ۰ تا ۴، برابر با ۲,۲۸ است که اعتبار متوسط و کمی بالاتر از حد

متوسط رادیو فردا را نشان می‌دهد.

جدول ۷: شاخص مقبولیت و اعتماد سایت اینترنتی رادیو فردا

| میانگین از ۱۰۰ | درصد | فراوانی | |
|----------------|-------|---------|-------|
| ۶۰,۰۶ | ۱۹,۶ | ۷۳ | پایین |
| | ۲۸,۵ | ۱۰۶ | متوسط |
| | ۵۱,۹ | ۱۹۳ | بالا |
| - | ۱۰۰,۰ | ۳۷۲ | کل |

همچنین ۲۱,۲ درصد کاربران گفته‌اند: سایت رادیو فردا، اخبار و اطلاعات را در حد زیادی به طور واقعی و صحیح منعکس می‌کند و ۴۶,۸ درصد دیگر نیز در حد متوسطی به انعکاس واقعی اخبار در سایت رادیو فردا اعتقاد دارند. میانگین ۲,۵۳ نشان می‌دهد که کاربران در کل اعتقاد متوسط به بالایی نسبت به واقعی بودن اخبار رادیو فردا دارند. با توجه به میانگین ۲,۴۰ گویه مورد تأیید بودن اخبار رادیو فردا، باید گفت که درست بودن اخبار این سایت در نزد کاربران بیشتر از حد متوسط است.

تلفیق گویه‌های شاخص مقبولیت و اعتماد سایت اینترنتی رادیو فردا نشان می‌دهد که ۵۱,۹ درصد کاربران اعتماد زیادی به سایت اینترنتی رادیو فردا دارند، ۲۸,۵ درصد در حد متوسط و ۱۹,۶ درصد در حد پایینی اعتماد دارند. با توجه به میانگین ۶۰,۶ از ۱۰۰، می‌توان گفت اعتبار رادیو فردا و تأیید اخبار این سایت در نزد کاربران بیشتر از حد متوسط است.

بررسی نگرش پاسخگویان در مورد وضعیت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جامعه ایران

بررسی نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت اقتصادی جامعه ایران

در این بخش دو گویه «نظام سیاسی ایران برای حفظ محیط زیست تلاش فراوانی به عمل می‌آورد» و «امروزه مشکلات اقتصادی (تورم و بیکاری و ...) در ایران به طور گسترده رواج دارد» با توجه به تحلیل محتوای سایت رادیو فردا طراحی و شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت اقتصادی جامعه ایران به شرح زیر به دست آمد.

جدول ۸: شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت اقتصادی جامعه ایران

| نوع نگرش | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند |
|------------------------|--|---|
| منفی | ۷۰,۰ | ۷۸,۵ |
| بینابین | ۲۷,۸ | ۲۰,۷ |
| مثبت | ۲,۲ | ۰,۸ |
| کل | ۱۰۰,۰ (۸۴۹) | ۱۰۰ (۳۷۲) |
| میانگین از ۱۰۰ | ۲۴,۰۴ | ۱۸,۲۸ |
| مقدار آزمون کای اسکوئر | ۱۱,۶ | |
| سطح معنی داری (Sig) | ۰,۰۱ | |

در جدول فوق، گویه‌های مربوط به وضعیت اقتصادی جامعه ایرانی با یکدیگر تلفیق شده است و شاخص نگرش کاربران نسبت به وضعیت اقتصادی توصیف شده است. بر طبق داده‌ها، ۷۰ درصد کاربرانی که از سایت رادیو فردا استفاده نمی‌کنند نگرش منفی نسبت به وضعیت اقتصادی جامعه ایرانی دارند. این میزان در بین کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند ۷۸,۵ درصد است. میانگین نگرش کاربران از ۱۰۰ هر چقدر به ۱۰۰ نزدیک باشد، مبین نگرش مثبت است. با توجه به میانگین دو گروه فوق، می‌توان گفت که کاربران سایت رادیو فردا نگرش منفی‌تری نسبت به سایر کاربران دارند. تفاوت در نگرش دو گروه فوق توسط آزمون کای اسکوئر نیز معنی دار نشان داده می‌شود.

بررسی نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت سیاست خارجی ایران

در این بخش گویه‌های «ایران صرفاً با پذیرش حضور در ائتلاف‌های جهانی به رهبری امریکا قادر به حل مشکلات مهم بین‌المللی است»، «ایران می‌تواند به تنهایی و بدون همکاری با دیگر کشورها مشکلات بین‌المللی مهم (مانند خطر داعش و دیگر تهدیدات تروریستی) را حل کند»، «ایران تهدیدی برای صلح و امنیت بین‌المللی است»، «هدف ایران از توسعه فناوری هسته‌ای در سال‌های گذشته تولید بمب اتمی بوده است» با توجه به تحلیل محتوای سایت رادیو فردا طراحی شد و شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت سیاست خارجی ایران به شرح زیر به دست آمد.

جدول ۹: شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت سیاست خارجی ایران

| کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند | |
|--|---|----------------------------|
| ۱۹,۶ | ۶,۸ | منفی |
| ۵۸,۹ | ۴۷,۲ | بینابین (نه مثبت، نه منفی) |
| ۲۱,۵ | ۴۵,۹ | مثبت |
| ۱۰۰,۰ | ۱۰۰,۰ (۸۴۹) | کل |
| ۵۰,۰ | ۶۴,۱۳ | میانگین از ۱۰۰ |
| ۸۶,۴۶ | | مقدار آزمون کای اسکوئر |
| ۰,۰۰۰ | | سطح معنی داری (Sig) |

شاخص نگرش پاسخگویان هر دو گروه در خصوص وضعیت سیاست خارجی جامعه ایران شایسته توجه است. ۴۵,۹ درصد کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند نگرش مثبتی نسبت به سیاست خارجی ایران دارند. ۴۷,۲ درصد آن‌ها نیز نظر بینابینی دارند. در مقابل، فقط ۲۱,۵ درصد از کاربران رادیو فردا نگرش مثبت و ۵۸,۹ درصد نظر بینابین داشتند. میانگین نگرش دو گروه از ۱۰۰ نیز نشان می‌دهد که کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند با میانگین ۶۴,۱۳ نگرش مثبت‌تری نسبت به سیاست خارجی ایران دارند.

بررسی نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت اجتماعی - فرهنگی جامعه ایران

در این بخش گویه‌های «عملکرد نظام قضایی ایران عادلانه است»، «در ایران آزادی بیان وجود دارد»، «زنان ایرانی در مقایسه با مردان در جامعه با تبعیض مواجه هستند»، «فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی در ایران به طور آزادانه ممکن است» با توجه به تحلیل محتوای سایت رادیو فردا طراحی شد و شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت اجتماعی - فرهنگی جامعه ایران به شرح زیر به دست آمد:

جدول ۱۰: شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت اجتماعی- فرهنگی جامعه ایران

| کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند | |
|---|--|------------------------|
| ۷۵,۰ | ۴۷,۵ | منفی |
| ۲۱,۰ | ۴۱,۳ | بینابین |
| ۴,۰ | ۱۱,۲ | مثبت |
| ۱۰۰,۰ | ۱۰۰,۰ (۸۴۹) | کل |
| ۲۳,۵۴ | ۳۷,۲۴ | میانگین از ۱۰۰ |
| ۸۰,۳۷ | | مقدار آزمون کای اسکوئر |
| ۰,۰۰۰ | | سطح معنی داری (Sig) |

بر طبق یافته‌های جدول فوق، ۴۷,۵ درصد از کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند، نگرش منفی نسبت به وضعیت اجتماعی و فرهنگی در ایران دارند. ۴۱,۳ درصد آن‌ها نظر بینابینی (نه منفی و نه مثبت) دارند. ۱۱,۲ درصد آن‌ها فقط نظر مثبتی داشتند. در بین کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند، ۷۵ درصد آن‌ها نگرش منفی و ۴ درصد نظر مثبت نسبت به وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران داشتند. میانگین شاخص مزبور از ۱۰۰ در بین دو گروه نشان می‌دهد که به طور کلی نظر منفی‌ای نسبت به اوضاع اجتماعی و فرهنگی ایران وجود دارد هر چند که این نوع نگرش در بین گروه اول کمتر است، اما بین دو گروه کاملاً تفاوت معنی داری وجود دارد.

بررسی نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت سیاست داخلی جامعه ایران

در این بخش گویه‌های «در ایران برای انجام فعالیت سیاسی آزادی وجود دارد»، «نظام سیاسی ایران کارآمد است (تقدم ضوابط بر روابط)»، «جناح‌های سیاسی در ایران منافع گروهی و بانندی خودشان را به منافع ملی ترجیح می‌دهند»، «در حال حاضر ایران با بحران‌های امنیتی متعددی (مانند خطر داعش، حملات تروریستی در مرزها) دست به گریبان است»، «امروزه فساد مالی (به عنوان مثال اختلاس و رشوه‌خواری) در ایران به طور گسترده رواج دارد» و «تخلفات و فساد مالی در ایران کمتر از میزانی است که در رسانه‌های غربی عنوان می‌شود» با توجه به تحلیل محتوای سایت رادیو فردا طراحی شد و شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص وضعیت سیاست داخلی جامعه ایران به شرح زیر به دست آمد:

جدول ۱۱: شاخص نگرش پاسخگویان در خصوص سیاست داخلی جامعه ایران

| کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند | |
|--|---|------------------------|
| ۶۸,۳ | ۴۶,۸ | منفی |
| ۳۰,۹ | ۵۰,۸ | بینابین |
| ۰,۸ | ۲,۵ | مثبت |
| ۱۰۰,۰ | ۱۰۰,۰ (۸۴۹) | کل |
| ۲۴,۱۵ | ۳۳,۳۱ | میانگین از ۱۰۰ |
| ۴۸,۹۲ | | مقدار آزمون کای اسکوئر |
| ۰,۰۰۰ | | سطح معنی داری (Sig) |

همچنانکه در جدول فوق دیده می‌شود، ۴۶,۸ درصد کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند نگرش منفی نسبت به سیاست‌های داخلی ایران دارند و ۵۰,۸ درصد نیز نظر بینابینی داشتند. از بین کاربران رادیو فردا نیز ۶۸,۳ درصد آن‌ها نگرش منفی، ۳۰,۹ درصد نظر بینابین و فقط ۰,۸ درصد نگرش مثبتی داشتند. میانگین دو گروه از ۱۰۰ نشان می‌دهد که کاربران دو گروه نگرش منفی نسبت به جامعه ایران در حوزه سیاست داخلی دارند. اما تفاوت معنی داری در نگرش دو گروه وجود دارد.

جدول ۱۲: بررسی نگرش کلی پاسخگویان نسبت به جامعه ایران

| نگرش نسبت به جامعه ایران | | |
|--|---|------------------------|
| کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند | |
| ۵۹,۱ | ۲۹,۹ | منفی |
| ۳۹,۲ | ۶۲,۷ | بینابین |
| ۱,۶ | ۷,۴ | مثبت |
| ۱۰۰,۰ | ۱۰۰,۰ | کل |
| ۳۰,۹۲ | ۴۲,۲۱ | میانگین از ۱۰۰ |
| ۹۷,۸۷ | | مقدار آزمون کای اسکوئر |
| ۰,۰۰۰ | | سطح معنی داری (Sig) |

بررسی نگرش کلی پاسخگویان نسبت به جامعه ایران

در جدول فوق، تمام گویه‌های مربوطه به حوزه‌های مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران تلفیق شده و شاخص‌های فوق به دست آمده است. با توجه به شاخص‌های کلی نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران در مجموع می‌توان گفت که ۷,۴ درصد کاربران را که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند، نگرش مثبت، ۲۹,۹ درصد نگرش منفی و ۶۲,۷ درصد آن‌ها نگرش بینابینی نسبت به جامعه ایران دارند. میانگین نگرش این دسته از کاربران از ۱۰۰ برابر با ۴۲,۲۱ کمتر از حد متوسط به دست آمده است. در مقابل، ۵۹,۱ درصد کاربران رادیو فردا نسبت به جامعه ایران نگرش منفی و ۳۹,۲ درصد نگرش بینابینی داشتند که میانگین نگرش آن‌ها از ۱۰۰ برابر با ۳۰,۹۲ به دست آمده است. این تفاوت در نوع نگرش دو گروه از کاربران به جامعه ایران از حیث آماری کاملاً معنی‌دار است.

یافته‌های استنباطی و تحلیلی

آزمون فرضیه‌های پژوهش

آزمون فرضیه‌ها

فرضیه فرعی: میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا بر نوع نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران تأثیر دارد، به این معنی که هرچه قدر کاربران از این سایت بیشتر استفاده کنند، نگرش آن‌ها نیز نسبت به جامعه ایران منفی‌تر می‌شود.

جدول ۱۳: تأثیر میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا بر نوع نگرش به جامعه ایران

| نوع نگرش | میزان استفاده ^۱ | کمتر از ۱۰ دقیقه | بین ۱۱ تا ۳۰ دقیقه | بین ۳۱ تا ۶۰ دقیقه | بیش از یک ساعت | کل |
|---------------|----------------------------|------------------|--------------------|--------------------|----------------|----|
| منفی | ۴۹,۰ (۹۴) | ۴۲,۲ (۸۱) | ۷,۸ (۱۵) | ۱,۰ (۲) | ۱۰۰,۰ (۱۹۲) | |
| بینابین | ۵۹,۸ (۷۳) | ۳۴,۴ (۴۲) | ۳,۳ (۴) | ۲,۵ (۳) | ۱۰۰,۰ (۱۲۲) | |
| مثبت | ۱۰۰,۰ (۴) | ۰ | ۰ | ۰ | ۱۰۰,۰ (۴) | |
| ضریب سامرز | | | | -۰,۱۲ | | |
| سطح معنی‌داری | | | | ۰,۰۲ | | |

در این قسمت برای آزمون فرضیه‌ها، از ضریب سامرز استفاده شده است. با توجه به این که

۱. در این قبیل جداول، آن دسته از کاربران که به میزان استفاده خود از سایت‌های مربوطه اشاره نکرده‌اند از تحلیل خارج شده‌اند که البته تعداد آن‌ها چندان قابل توجه نبود.

سطح سنجش هر دو متغیر ترتیبی است و ماهیت فرضیه سنجش تأثیر متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته است، سامرز مناسب‌ترین آزمون چنین فرضیه‌هایی است. بر اساس نتایج جدول فوق، می‌توان گفت که میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا بر نوع نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران به مقدار ۱۲ درصد تأثیر دارد که این تأثیر از لحاظ آماری معنی‌دار است. به این معنی که درصد کسانی که میزان استفاده آنها از رادیو فردا بیشتر است، بیشتر نگرشی منفی به جامعه ایران دارند تا نگرش بینابین. شایان ذکر است که با توجه به نگرش منفی یا بینابین اکثر کاربران به جامعه ایران، تعداد کاربرانی که نگرش مثبتی به جامعه ایران دارند انگشت‌شمار است. بنابراین در جدول فوق نمی‌توان گفت تمام افرادی که نگرش مثبت دارند استفاده کمتری داشتند. بنابراین اولین فرضیه فرعی ثابت شد.

فرضیه فرعی: فعالیت و مشارکت در سایت اینترنتی رادیو فردا باعث تغییر نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران می‌شود به گونه‌ای که هر چقدر فعالیت و مشارکت آنها در این سایت بیشتر باشد احتمال بیشتری دارد کاربران نگرش منفی به جامعه ایران پیدا کنند.

جدول ۱۴: بررسی تأثیر فعالیت و مشارکت در سایت اینترنتی رادیو فردا بر نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران

| Model Summary | | Anova | | Coefficients | | متغیر مستقل |
|-----------------------------------|------|-------|------|--------------|--|-------------|
| R Square (واریانس تیین شده) | R | Sig | F | sig | Beta (ضریب رگرسیونی ^۱) | |
| ۰,۰۱ | ۰,۱۱ | ۰,۰۴ | ۴,۴۰ | ۰,۰۴ | -۰,۱۱ | |

در این قسمت از آزمون فرضیه‌ها، جهت سنجش تأثیر متغیر مستقل بر روی متغیر وابسته که مقادیر آنها فاصله‌ای است از رگرسیون ساده یا جزئی یا تک متغیره استفاده شده است. در مدل فوق، تأثیر میزان فعالیت کاربران سایت اینترنتی رادیو فردا بر نگرش آنها در خصوص جامعه ایران برابر با ۰,۱۱- درصد است، به این معنی که به ازای یک واحد تغییر در متغیر مستقل، ۱۱ درصد تغییر در نوع نگرش کاربران قابل برآورد است. به عبارتی، هر چقدر کاربران از سایت رادیو فردا بیشتر استفاده کنند نگرش آنها نسبت به جامعه ایرانی منفی و هر چقدر کمتر استفاده

۱. ضریب رگرسیون نشان دهنده مقدار تأثیر یک متغیر بر متغیر دیگر است. تفسیر دقیق بنا این است که با تغییر یک واحد در X (متغیر مستقل)، Y یا متغیر وابسته به اندازه مقدار بنا تغییر می‌کند (دواس، ۱۳۹۴: ۱۸۳). به عنوان مثال اگر فرض کنیم اثر رگرسیونی تحصیلات بر درآمد برابر با ۳۰ درصد باشد، فردی که با مدرک دیپلم یک میلیون تومان حقوق بگیرد با افزایش تحصیلات و گرفتن مدرک کاردانی ۳۰ درصد حقوق او افزایش می‌یابد؛ یعنی ۳۰۰ هزار تومان. بنابراین به ازای یک واحد تغییر در تحصیلات، ۳۰ درصد یا ۳۰۰ هزار تومان تغییر در درآمد قابل برآورد هست. اگر علامت ضریب بنا منفی بود ۳۰ درصد تغییر یعنی کاهش در درآمد برآورد می‌شد.

کنند نگرش مثبتی به جامعه ایران پیدا می‌کنند. برای صدق و کذب این میزان تأثیر و ضریب رگرسیونی، از آزمون F استفاده می‌شود که این آزمون نیز معنی‌دار بودن تأثیر فوق را با ۹۵ درصد اطمینان تأیید می‌کند چون سطح معنی‌داری آن کمتر از ۰,۰۵ است. واریانس تبیین شده به این معناست که ۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته مربوط به میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فرداست. ۹۹ درصد باقیمانده مربوط به متغیرهای دیگر است. لذا فرضیه فرعی دوم هم ثابت شد.

فرضیه فرعی: اعتماد کاربران به سایت اینترنتی رادیو فردا، باعث تغییر نگرش آن‌ها نسبت به جامعه ایران می‌شود، به گونه‌ای که هر چقدر این سایت در نزد کاربران دارای اعتبار و اعتماد باشد، احتمال بیشتری دارد کاربران نگرش منفی به جامعه ایران پیدا کنند.

جدول ۱۵: بررسی تأثیر مقبولیت و اعتماد سایت اینترنتی رادیو فردا بر نگرش آن‌ها نسبت به جامعه ایران

| Model Summary | | Anova | | Coefficients | | متغیر مستقل |
|---------------|------|-------|-------|--------------|-------|------------------|
| R Square | R | Sig | F | sig | Beta | |
| ۰,۰۹ | ۰,۳۰ | ۰,۰۰۴ | ۳۶,۱۶ | ۰,۰۰۰ | -۰,۳۰ | مقبولیت و اعتماد |

نتایج تحلیل رگرسیونی در جدول فوق نشان می‌دهد که مقبولیت سایت اینترنتی رادیو فردا و اعتماد به آن توسط کاربران، به میزان ۳۰ درصد بر نگرش آن‌ها نسبت به جامعه ایران تأثیر دارد؛ یعنی هر چقدر مطالب سایت رادیو فردا مورد تأیید کاربران باشد به میزان ۳۰ درصد تغییر در نگرش (منفی) آن‌ها نسبت به جامعه ایران قابل برآورد است. این میزان تأثیر با ۹۹ درصد اطمینان معنی‌دار شده است. واریانس تبیین شده نیز نشان می‌دهد که ۹ درصد از تغییرات نگرش کاربران در خصوص جامعه ایران، مربوط به دیدگاه آن‌ها در خصوص مقبولیت و اعتماد به سایت رادیو فردا است. لذا فرضیه فرعی سوم هم ثابت شد.

فرضیه اصلی: بین کاربران سایت رادیو فردا و کاربرانی که از این سایت استفاده نمی‌کنند نسبت به جامعه ایران نگرش متفاوتی وجود دارد. به این معنا که کاربران سایت رادیو فردا، نسبت به جامعه ایران نگرش منفی دارند و کاربرانی که از این سایت استفاده نمی‌کنند، نسبت به جامعه ایران نگرش مثبت دارند. به عبارتی، نوع نگرش به جامعه ایران در بین هر دو گروه متفاوت و این تفاوت معنی‌دار است.

جدول ۱۶: بررسی و مقایسه نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران

| نگرش نسبت به جامعه ایران | | |
|---|--|------------------------|
| کاربرانی که از رادیو فردا استفاده می‌کنند | کاربرانی که از رادیو فردا استفاده نمی‌کنند | |
| ۵۶,۰ | ۲۹,۹ | منفی |
| ۴۰,۶ | ۶۲,۷ | بینابین |
| ۳,۴ | ۷,۴ | مثبت |
| ۱۰۰,۰ | ۱۰۰,۰ | کل |
| ۱۱۵,۹۴ | | مقدار آزمون کای اسکوئر |
| ۰,۰۰۰ | | سطح معنی داری (Sig) |
| نتایج آزمون T مستقل | | - |
| ۳۲,۴۱ | ۴۲,۲۱ | مقایسه میانگین‌ها |
| ۱۲,۰۳ | | مقدار آزمون |
| ۹,۸ | | تفاوت میانگین |
| ۰,۰۰۰ | | سطح معنی داری (Sig) |

اگرچه یافته‌های توصیفی دو گروه بر حسب نگرش آن‌ها در خصوص جامعه ایران در بخش قبلی گزارش شده است، اما در این قسمت جهت بررسی دقیق فرضیه و اتکال بر تأیید آن، از دو آزمون کای اسکوئر و آزمون تی استفاده شد و همچنان که مشاهده می‌شود نوع نگرش به جامعه ایران در بین دو گروه تفاوت معنی داری دارد. مقایسه میانگین نگرش دو گروه نسبت به جامعه ایران نیز از طریق آزمون تی، تفاوت قابل توجهی را نشان می‌دهد. بنابراین یافته‌ها، می‌توان ادعا کرد که استفاده از سایت رادیو فردا بر نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران تأثیر منفی می‌گذارد. بنابراین فرضیه اصلی مقاله هم ثابت شد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش حاوی نتایج تحقیقی است که برای اولین بار به این شکل به طور عمومی در سطح کشور انجام شده و در قالب نظریه‌ای موسوم به کشگر - شبکه نشانگر تأثیرگذاری فعالیت‌های شبکه دیپلماسی سایبری دولت ایالات متحده بر کاربران ایرانی فضای مجازی است.

بر طبق نظریه فوق، این شبکه ناهمگون، متشکل از کنشگران فعال انسانی (مانند دیپلمات‌های این کشور) و کنشگران عادی و غیرانسانی (مانند سایت رادیو فردا) است. شبکه یاد شده به عنوان متغیر مستقل بر متغیر وابسته؛ یعنی نگرش کاربران ایرانی فضای مجازی نسبت به مقوله‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی جامعه ایران تأثیرگذار است. اما این تأثیرگذاری از طریق متغیرهای دخیل شامل میزان استفاده، میزان مشارکت و فعالیت و در نهایت میزان اعتماد به سایت رادیو فردا صورت می‌گیرد. سه فرضیه فرعی و فرضیه اصلی این مقاله که مبتنی بر چارچوب نظری بالاست نیز به شرح زیر اثبات شد:

فرضیه اصلی: بین کاربران سایت رادیو فردا و کاربرانی که از این سایت استفاده نمی‌کنند نسبت به جامعه ایران نگرش متفاوتی وجود دارد. به بیان دیگر، کاربران سایت رادیو فردا، نسبت به جامعه ایران نگرش منفی دارند و کاربرانی که از این سایت استفاده نمی‌کنند، نسبت به جامعه ایران نگرش مثبت دارند. به عبارتی، نوع نگرش به جامعه ایران در بین هر دو گروه متفاوت و این تفاوت معنی‌دار است. بر اساس محتوای جدول ۱۶ این مقاله، کاربران این سایت در مقایسه با دیگر کاربران ایرانی اینترنت (که کاربر رادیو فردا نیستند) تا حدود دو برابر نگرش منفی تری نسبت به ایران دارند (۵۶ درصد در برابر ۲۹٫۹ درصد) و نگرش مثبت آن‌ها نسبت به ایران هم تقریباً نصف کاربران ایرانی است که به سایت رادیو فردا مراجعه نمی‌کنند (۳٫۴ درصد در برابر ۷٫۴ درصد).

فرضیه‌های فرعی: آزمون این فرضیه‌ها با استفاده از ضریب سامرز و تحلیل رگرسیونی نشان داد که سه متغیر دخیل میزان استفاده، میزان مشارکت و میزان اعتماد به سایت اینترنتی رادیو فردا بر نوع نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران تأثیر دارد، به این معنی که هرچقدر کاربران از این سایت بیشتر استفاده کنند، بیشتر در آن مشارکت کنند و بیشتر به آن اعتماد نمایند، نگرش آن‌ها نیز نسبت به جامعه ایران منفی‌تر می‌شود. محتوای جداول ۱۳ تا ۱۵ نشان می‌دهد که اولاً میزان استفاده از سایت اینترنتی رادیو فردا بر نوع نگرش کاربران نسبت به جامعه ایران به مقدار ۱۲ درصد تأثیر دارد، ثانیاً تأثیر میزان فعالیت کاربران سایت اینترنتی رادیو فردا بر نگرش آن‌ها در خصوص جامعه ایران برابر با ۰٫۱۱- درصد است و ثالثاً مقبولیت سایت اینترنتی رادیو فردا و اعتماد به آن توسط کاربران به میزان ۳۰- درصد بر نگرش آن‌ها نسبت به جامعه ایران تأثیر دارد.

باید توجه داشت در میان ابزار گوناگون دیپلماسی عمومی، سایبردیپلماسی با توجه به ظرفیت‌ها و امکانات مختلفی که از طریق اینترنت در دسترس است، روز به روز بیشتر مورد توجه قرار گرفته است. مسدود بودن روش‌های متعارف و سنتی دیپلماسی عمومی در قبال

ایران، دولت ایالات متحده را به استفاده گسترده‌تر از این ابزار ترغیب کرده و نتایج حاصل از پرسشنامه این مقاله از تاثیرگذاری سایبردیپلماسی بر کاربران ایرانی فضای مجازی که در معرض محتوای آن بوده‌اند، حکایت دارد. می‌توان انتظار داشت در سال‌های آتی با افزایش تعداد کاربران اینترنت در ایران، بیشتر شدن تنوع روش‌های دسترسی به فضای مجازی از طریق گوشی، تبلت، خودروها، تلویزیون‌ها، لوازم خانگی و غیره، ارتقای سرعت اینترنت، کم اثر یا بی‌اثر شدن روش‌های فیلترینگ و مسدود کردن محتوا در فضای مجازی به علت ممکن شدن دسترسی به اینترنت بدون فیلتر شرکت‌های خارجی در کشور، تعداد ایرانیانی که به ابزار سایبردیپلماسی ایالات متحده دسترسی داشته باشند، افزایش یابد. بنابراین، احتمال تأثیرگذاری ابزار مذکور بر مردم ایران بیشتر خواهد شد و این امر می‌تواند به چالشی برای دولت جمهوری اسلامی ایران مبدل شود. زیرا پیام‌های القا شده توسط طرف امریکایی نگرشی منفی نسبت به ایران در ذهن اتباع جمهوری اسلامی به وجود می‌آورد. بنابراین، برنامه‌ریزی برای شناخت دقیق‌تر این پدیده نوظهور و فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از آن ضروری است.

منابع

الف) فارسی

- آقایی، سیدداوود، نورعلیوند، یاسر، ثمودی پیلهرود، علیرضا، باقری، ابراهیم، (۱۳۹۵)، «راهبردهای دیپلماسی عمومی ایالات متحده امریکا در خاورمیانه؛ ارزیابی تطبیقی دوران بوش و اوباما»، فصلنامه راهبرد، سال بیست و پنجم، شماره ۷۸.
- ادواردز، جک، (۱۳۸۴)، تحقیق پیمایشی: راهنمای عمل، ترجمه داود ایزدی و سیدمحمد اعرابی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- بنی طالبی دهکردی، بهاره، رهنمای رودپشتی، فریدون، نیکومرام، هاشم، طالب‌نیا، قدرت‌الله، (۱۳۹۴)، «تبیین نظریه شبکه کنشگران (ANT) در حسابداری از منظر دانش»، فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، دوره ۴، شماره ۱۶.
- چلبی، مسعود و جنادله، علی، (۱۳۸۶)، «بررسی عوامل اجتماعی موثر بر موفقیت اقتصادی»، پژوهشنامه علوم انسانی دانشگاه شهید بهشتی (ویژه‌نامه جامعه‌شناسی)، شماره ۵۳.
- خرازی، رها، (۱۳۸۵)، «سایبر دیپلماسی: رسانه‌ها؛ نهادهای خصوصی دیپلماتیک»، روزنامه همشهری، ۱۶ مرداد، صفحه ۸.
- دواس، دی‌ای، (۱۳۹۴)، پیمایش در تحقیقات اجتماعی، ترجمه هوشنگ نایی، چاپ هفدهم، تهران: نشر نی.
- رادیو فردا، (۲۹ دی ۱۳۹۴)، «اگر اندروید دارید، اپلیکیشن سایفون‌تان را به روز کنید»، وبلاگ رادیو فردا قابل دسترس در <http://www.radiofarda.com/a/f7-update-your-psiphon-app/27495355.html>.
- سورین، ورنر جوزف و تانکارد، جیمز، (۱۳۸۸)، نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- قاضی طباطبایی، محمود و ابوعلی و دادهیر، (۱۳۸۶)، «جامعه‌شناسی علم و فناوری: تأملی بر تحولات اخیر جامعه‌شناسی علم»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۱.
- کوزر، لوییس، روزنبرگ، برنارد، (۱۳۷۸)، نظریه‌های بنیادی جامعه‌شناختی، ترجمه: فرهنگ ارشاد، تهران: انتشارات نی.
- گنجی دوست، محمد، (۱۳۸۷)، «تحولات دیپلماسی در عصر اطلاعات»، فصلنامه سیاست، سال سی و هشتم، شماره ۱.
- هادیان، ناصر. احدی، افسانه، (۱۳۸۸)، «جایگاه مفهومی دیپلماسی عمومی»، فصلنامه بین‌المللی روابط خارجی، دوره ۱، شماره ۳.

(ب) انگلیسی

- Advisory Group on Public Diplomacy for the Arab and Muslim World. (2003). "Changing Minds, Winning Peace", U.S. Dept. of State, Washington D.C. Available at: <http://www.state.gov/documents/organization/24882.pdf>, (Accessed at 1 October 2013).
- Barston, Ronald Peter, (2006), *Modern Diplomacy*, Cambridge: Pearson Education.
- Biener, Hansjoerg, (2003), "The Arrival of Radio Farda: International Broadcasting to Iran at a Crossroads", Rubin Center Research in International Affairs, Available at: <http://www.rubincenter.org/2003/03/biener-2003-03-02/>, (Accessed at 2 March 2013).
- Bruce, Gregory, (2011), "American Public Diplomacy: Enduring Characteristics, Elusive Transformation", *The Hague Journal of Diplomacy*, Vol.6, No.2.
- Clinton, Hillary, (2014), *Hard Choices*, Simon & Schuster Publication, London.
- Fialho, Livia Pontes & Matthew Wallin, (2013), "Reaching for an Audience: U.S. Public Diplomacy towards Iran", The American Security Project (ASP), Available at: <https://www.americansecurityproject.org/ASP%20Reports/Ref%200131%20-%20US%20Public%20Diplomacy%20Towards%20Iran.pdf>, (Accessed at 1 August 2013).
- Hanson, Fergus, (2012), "Revolution @State: The Spread of Ediplomacy". Lowy Institute for International Policy, Available at: http://www.brookings.edu/~media/research/files/reports/2012/3/ediplomacy%20hanson/03_ediplomacy_hanson, (Accessed at 2 March, 2012).
- Jiang, Xiaoying, (2013), "U.S. Internet Diplomacy on China", Master Thesis in China and International Relations, Aalborg University and University of International Relation, Available at: projekter.aau.dk/projekter/files/76941438/U.S._Internet_Diplomacy_on_China_Xiaoying_Jiang.pdf, (Accessed at 19 December 2015).
- Lydia, Gordon, (2009), "Regional Focus: Growing Internet usage in the Middle East and North Africa", Available at: <http://blog.euromonitor.com/2009/08/regional-focus-growing-internet-usage-in-the-middle-east-and-north-africa.html>, (Accessed at 4 August, 2009).
- Nweke, Eugene N, (2012), "Diplomacy in Era of Digital Governance: Theory and Impact", *Information and Knowledge Management*, Vol. 2, No. 3.

- Radio Farda, (2012), "VOA Morning Programs Make the Leap to Television", Radio Free Europe/Radio Liberty, Available at: <http://www.rferl.org/content/pressrelease/24803632.html>, (Accessed at 19 December 2012).
- Radio Free Europe/Radio Liberty, (2012), "Radio Farda, VOA Morning Programs Make the Leap to Television", 19 December 2012, available at <http://www.rferl.org/content/pressrelease/24803632.html>, (Accessed at 14 January 2016).
- The Broadcasting Board of Governors, (2010), "Radio Farda Broadcasts Special Programs for Revolution Anniversary", Available at: <http://www.bbg.gov/blog/2010/03/03/radio-farda-broadcasts-special-programs-for-revolution-anniversary>, (Accessed at 3 March 2010).
- The Broadcasting Board of Governors, (2011), "Banned in Iran: Radio Farda Streamed Nowruz Music Festival from Dubai", Available at: <http://www.bbg.gov/blog/2011/03/25/banned-in-iran-radio-farda-streamed-nowruz-music-festival-from-dubai>, (Accessed at 25 March, 2011).
- The Broadcasting Board of Governors, (2014), "Fiscal Year 2015 Congressional Budget Request", Available at: <https://www.bbg.gov/wp-content/uploads/2015/11/BBG-FY2015-PAR.pdf>, (Accessed at 12 March, 2015).
- The Broadcasting Board of Governors, (2015), "Fiscal Year 2016 Congressional Budget Request", Available at: https://www.bbg.gov/wp-content/uploads/2015/03/FY2016_Budget_CBJ_Final_WebVersion.pdf, (Accessed at 8 March, 2015).
- The Broadcasting Board of Governors, (2016), "BBG Networks Provide Timely News of Iranian Nuclear Deal, Prisoner Swap", Available at: <http://www.bbg.gov/blog/2016/01/21/bbg-networks-provide-timely-news-of-iranian-nuclear-deal-prisoner-swap>, (Accessed at January 21, 2016).
- Williams, Robin & Edge David, (1996), "The Social Shaping of Technology", *Research Policy*, Vol. 25, No. 6.
- Wiseman, Geoffrey, (2015), *Isolate or Engage: Adversarial States, US Foreign Policy, and Public Diplomacy*, Stanford: Stanford University Press.