

The Role of Social Networks in Student Political Contribution

Farzin Farahbod  *

Assistant Professor, Department of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

Mojgan Abdollahi Kalurazi 

Master of Science (MSc), Department of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

Morteza Lotfollahi 

Master of Science (MSc), Department of Public Administration, Rasht Branch, Islamic Azad University, Rasht, Iran

Abstract

The purpose of this study was to explain the political participation of Students at Ardebil University with regard to the role of online social networks. This research was applied in a targeted and survey approach. The research population was 29500 students of Ardebil Islamic Azad University and Ardebil Mohaghegh University. To determine the sample size, 750 people were selected as the sample using the Cochran formula. Non-inferential sampling method was available and a questionnaire was used to fulfill the research goals. SEM analysis and SPSS and AMOS18 software were used to analyze the data. The results showed that there is a significant relationship between the components of the Civic Voluntarism Model and with online and offline political participation of students at Ardabil University. In the meantime, Psychological engagement with a 0.309 multiplier effect has the most impact on online political participation, and Recruitment with a 0.302 multiplier effect has the most impact on the offline political participation of students at the universities of Ardabil. Also, the association between online and offline political participation was also confirmed with a coefficient of 0.293.

Keywords: Online Political participation, Offline Political participation, Social Networking, Civic Voluntarism Model.


* Corresponding Author: Farzinfarahbod @ yahoo.com

How to Cite: Farahbod, F., Abdollahi Kalurazi, M., Lotfollahi, M. (2022). The Role of Social Networks in Student Political Contribution, *Journal of New Media Studies*, 8(31), 363-391.




نقش شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مشارکت سیاسی دانشجویان


استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

فرزین فرحبد * 

کارشناس ارشد، گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

مژگان عبداللهی کلورزی 

کارشناس ارشد، گروه مدیریت دولتی، واحد رشت، دانشگاه آزاد اسلامی، رشت، ایران

مرتضی لطف‌الهی 

چکیده

پژوهش حاضر باهدف تبیین مشارکت سیاسی آفلاین دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل با توجه به نقش شبکه‌های اجتماعی اینترنتی انجام شده است. این تحقیق از نظر هدف کاربردی بود و به روش پیمایشی و از نوع همبستگی صورت گرفت. جامعه آماری پژوهش، ۲۹۵۰۰ نفر از دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل و دانشگاه محقق اردبیلی بودند که برای تعیین حجم نمونه از طریق فرمول کوکران جامعه محدود ۷۵۰ نفر به‌عنوان نمونه انتخاب شدند. روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس بوده و برای تحقق اهداف پژوهش از پرسشنامه استفاده شد. همچنین به‌منظور تحلیل داده‌ها از آزمون معادلات ساختاری و نرم‌افزارهای اسپاس ۲۰ و اموس ۱۸ استفاده گردید. نتایج نشان داد که رابطه معناداری بین اجزای تشکیل‌دهنده مدل اراده‌گرایی مدنی با مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل وجود دارد که در این میان بعد مشارکت عاطفی با ضریب تأثیر ۰,۳۰۹ دارای بیشترین تأثیر بر مشارکت سیاسی آنلاین و متغیر فراخواندن با ضریب تأثیر ۰,۳۰۲ دارای بیشترین تأثیر بر مشارکت سیاسی آفلاین دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل بود. همچنین ارتباط بین مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین دانشجویان با ضریب تأثیر ۰,۲۹۳ تأیید شد.

کلیدواژه‌ها: مشارکت سیاسی آنلاین، مشارکت سیاسی آفلاین، منابع فردی، مشارکت عاطفی، فراخواندن، شبکه اجتماعی، مدل اراده‌گرایی مدنی.

*نویسنده مسئول: Farzinfarabod @ yahoo.com

مقدمه

پیش شرط لازم برای اجرای اثربخش دموکراسی در کشورها آن است که مردم تمایل زیادی به همکاری و مشارکت در عرصه سیاسی داشته باشند. مشارکت سیاسی افراد نه تنها موجب پاسخگو شدن مسئولان شده، بلکه همچنین می‌تواند موجب تقویت بنیان سیاسی کشور گردد (Strömbäck et al., 2018: 1). داهل^۱ مشارکت سیاسی اثربخش را معیاری مهم برای نظام دموکراتیک توصیف می‌کند (Nieuwelink et al., 2018: 2).

نیمی و هانمر (۲۰۱۰) براین باورند در میان مشارکت‌کنندگان، مشارکت قشر دانشجویان بیش از سایرین ضروری است؛ دلیل این دیدگاه آن است که دانشجویان به مناطق جغرافیایی مختلفی رفت‌وآمد می‌کنند و معمولاً در معرض تشکیل هویت سیاسی خود بوده به همین دلیل می‌توانند در ایجاد انگیزه نزد سایر افراد بسیار مؤثر باشند (Niemi & Hanmer, 2010: 319).

در این زمینه استفاده از فضای اینترنت و رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در ترغیب دانشجویان بسیار مؤثر باشد و شواهدی نیز در این زمینه وجود دارد (Xenos et al., 2014; Kim & Chen, 2016; Liu et al., 2013)؛ اما ادبیات نظری در مورد چگونگی تأثیر اینترنت و رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان خیلی غنی نبوده و چندین شکاف در این زمینه وجود دارد؛ اولاً بسیاری از تحقیقات در زمینه مشارکت‌های سیاسی، بر تأثیر رسانه‌های سنتی و یا دیجیتال (مانند تلویزیون، رادیو و...) تمرکز کرده و نقش رسانه‌های اجتماعی و بهره‌گیری از فضای اینترنتی را کمتر مورد بحث قرار داده‌اند (Strömbäck et al., 2018: 2)؛ ثانیاً تعداد کمی از مطالعات به بررسی تأثیر هم‌زمان مشارکت آنلاین و آفلاین سیاسی افراد بر مشارکت سیاسی پرداخته‌اند (Edgerly, 2015; Wolfsfeld et al., 2016: 2096)؛ ثالثاً اکثر تحقیقات تاکنون کمتر به پیش زمینه‌هایی که افراد برای مشارکت از آن استفاده می‌کنند (همانند شاخص‌های مدل اراده‌گرایی مدنی^۲ سی‌وی‌ام)) توجه کرده‌اند (Kim & Khang, 2014: 115).

1. Dahl

2. Civic Voluntarism Model (CVM)

دانشجویان به‌عنوان یکی از اقشار مهم در جامعه می‌توانند در ترغیب مشارکت سیاسی افراد نقش بسزایی داشته باشند. نقش مهم دانشجویان ایرانی در مشارکت سیاسی برای وقایع پیش از انقلاب به‌خوبی نمایان است و بسیار مهم است که از پتانسیل موجود در این گروه همچنان برای تحکیم ستون‌های نظام اسلامی بهره‌مند شد؛ زیرا پویایی مشارکت سیاسی دانشجویان موجب توسعه سیاسی در کشور خواهد شد. دانشگاه به‌عنوان یکی از بخش‌های ساختار فرهنگی در جامعه شناخته می‌شود و نقش دانشجویان در گسترش فرهنگ، مبین توجه به ضرورت‌های مشارکت سیاسی دانشجویان است. در این میان شناختن عواملی که در مشارکت سیاسی دانشجویان نقش دارد و موجب برانگیختن آن‌ها می‌شود، بسیار مهم است. یکی از ابزارهای نوین در تحریک افراد به مشارکت استفاده از رسانه‌های اجتماعی نوین بر پایه وب ۲ است که در آن افراد بتوانند از نظرات یکدیگر آگاه شده و نظرات خویش را نیز به دیگران انتقال دهند. اساس استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای مشارکت درگیری عاطفی و روان‌شناختی، دعوت دیگر دوستان و آشنایان برای مشارکت و مهارت لازم برای استفاده از آن است که این عوامل تحت عنوان شاخص‌های مدل سی‌وی‌ام معرفی می‌شوند. لذا لازم است تا نحوه تأثیرگذاری این شاخص‌ها بر یکی از گروه‌های مؤثر در مشارکت سیاسی کشور مورد بررسی قرار گیرد.

براین اساس برای پاسخ به شکاف‌های موجود، پژوهش حاضر در پی آن است تا نقش پیش‌زمینه‌های مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل را در مشارکت آن‌لاین و آفلاین مورد بررسی قرار داده و میزان اهمیت هر یک از این عوامل را مورد تحلیل قرار دهد.

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

در سال‌های اخیر رسانه‌های اجتماعی مانند توئیتر، فیس‌بوک، اینستاگرام و... به ابزاری نوین برای شکل‌دهی ارتباطات سیاسی تبدیل شده‌اند. رسانه‌های اجتماعی به افراد اجازه می‌دهد تا شبکه‌هایی از روابط را با یکدیگر ایجاد کنند. رسانه‌های اجتماعی نقش انکارناپذیری در

شکل‌دهی افکار عمومی دارند. به گفته مک کومبز^۱ تصویری که مردم در ذهن خود از دنیای بیرون دارند به‌طور عمده‌ای منبعث از رسانه‌های اجتماعی است (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۸۸). مزیت عمده رسانه‌های اجتماعی نسبت به رسانه‌های سنتی آن است که علاوه بر شکل‌دهی ارتباطات، تسهیل تعاملات بین شبکه ارتباطات را نیز برقرار کرده که از این طریق کاربران می‌توانند اطلاعات بیشتری را با یکدیگر به اشتراک بگذارند (Steinfeld et al., 2009: 245). نظریه‌های گوناگونی شکل‌گیری باورها و نگرش افراد جامعه نسبت به مسائل گوناگون و به‌ویژه مسائل سیاسی را بررسی کرده‌اند. یکی از نظریه‌های مرتبط با مشارکت سیاسی افراد نظریه مدل اراده‌گرایی مدنی است. این مدل یکی از مشهورترین مدل‌ها در زمینه رفتارسیاسی افراد است. این مدل توسط وربا و همکاران (۱۹۹۵) مطرح شده و هدف اصلی آن پاسخ به انگیزه‌های افراد برای داشتن مشارکت سیاسی در جامعه است (Strömblad & Bengtsson, 2017: 4).

مدل سی‌وی‌ام^۲ بیان می‌کند دلایل اصلی که مانع از مشارکت سیاسی افراد می‌شود در واقع «عدم توانایی»^۳، «عدم تمایل»^۴ و «عدم درخواست»^۵ از آن‌ها است. در ادامه وربا و همکاران (۱۹۹۵) در این مدل محرک‌هایی که می‌تواند موجب انگیزش افراد برای مشارکت سیاسی در جامعه شود را مشخص کرده و آن‌ها را سه بعد «منابع فردی»^۶ (شامل پول، زمان و مهارت افراد)، «مشارکت عاطفی»^۷ (شامل درگیری روان‌شناختی افراد) و «فراخواندن»^۸ افراد (شامل درخواست از افراد برای مشارکت) نام‌گذاری می‌کنند که این ابعاد میزان سطوح مشارکت سیاسی افراد را تعیین می‌نمایند (Flanagan, et al., 2017: 190).

بسیاری از محققان تلاش کرده‌اند تا با استفاده از مدل سی‌وی‌ام، نحوه مشارکت

1. McCombs
2. CVM
3. Because They Cannot
4. Because They Do Not Want to
5. Because Nobody Asked
6. Individual Resources
7. Psychological Engagement
8. Recruitment

سیاسی افراد در جامعه را توضیح دهند. در این بین محققان بیان می‌کنند که میزان اهمیت ابعاد سه‌گانه مدل در بحث مشارکت سیاسی آفلاین و آنلاین متفاوت است. برای مثال، کریوگر (۲۰۰۲) در بررسی‌های خود در زمینه مقایسه مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین اعلام می‌کند در مشارکت سیاسی به صورت آفلاین، از بین ابعاد سه‌گانه مدل سی‌وی‌ام، منابع فردی بیشترین تأثیر را در جذب مشارکت سیاسی آفلاین دارد و در بین شاخص‌های این بعد بر دو شاخص پول و زمان تأکید داشته و بیان می‌کند مشارکت سیاسی افرادی که فاقد این دو شاخص هستند، محدود است (Krueger, 2002: 479). در ادامه اونی و همکاران (۲۰۱۷) اظهار می‌کنند با پیشرفت تکنولوژی و به وجود آمدن رسانه‌های جدید، نحوه برانگیختن افراد برای مشارکت سیاسی تغییر کرده (Oni et al., 2017: 319) و از میان ابعاد مدل سی‌وی‌ام دو بعد فراخواندن افراد به مشارکت و منابع فردی می‌توانند نقش مؤثرتری در مشارکت سیاسی افراد داشته باشند. همچنین با گسترش رسانه‌های اجتماعی میزان اهمیت شاخص‌های درونی بعد منابع فردی نیز تفاوت یافته و شاخص مهارت افراد بیش از پول و زمان اهمیت می‌یابد (Junco, 2012; Lenhart et al., 2010).

وربا و همکاران (۱۹۹۵) نیز بیان می‌کنند که با پیشرفت تکنولوژی و توجه به مشارکت سیاسی آنلاین مردم در جامعه، دو شاخص پول و زمان کم‌اهمیت‌تر شده و در این بین شاخص مهارت بیش از سایر اجزا می‌تواند منجر به اثربخشی مشارکت سیاسی شود (Beaumont, 2011: 218). در مشارکت سیاسی آفلاین، مهارت افراد به معنی توانایی نوشتن، برقراری ارتباطات کلامی و فن بیان می‌باشد، اما هنگامی که این شاخص در عرصه مشارکت سیاسی آنلاین مطرح می‌شود، شکل جدیدی به خود گرفته و مهارت‌هایی همانند مهارت مرور اینترنت و جستجو در اینترنت اهمیت می‌یابد (Feezell et al., 2016: 363; Anduiza et al., 2010: 104). همچنین مهارت‌های افراد در استفاده از رسانه اجتماعی، تأثیر زیادی بر شاخص زمان دارد (Strömblad & Bengtsson, 2017: 7). داشتن مهارت‌های اینترنتی، به افراد اجازه می‌دهد در زمان صرفه‌جویی نموده و مشارکت سیاسی آنلاین را جذاب‌تر می‌کند که این به نوبه خود مشارکت سیاسی را افزایش می‌دهد

(Kollmann & Kayser, 2010:54).

لویس و همکاران (۲۰۱۳) درباره بعد فراخواندن افراد به مشارکت بیان می‌کنند که این بعد اشاره به درخواست از افراد برای عضویت در صفحات شبکه‌های اجتماعی دارد که در زمینه سیاسی فعالیت می‌کند. این درخواست می‌تواند از شبکه‌های اجتماعی که فرد در محل کار، خانواده، دوستان، بستگان و سایر شبکه‌های اجتماعی عضو آن است به وجود آید (Lewis et al., 2013: 332).

سومین بعد مدل سی‌وی‌ام مشارکت عاطفی است که به گفته وربا و همکاران (۱۹۹۵) شامل علاقه به مسائل سیاسی، احساس اثربخشی سیاسی، داشتن اطلاعات سیاسی و طرفداری از احزاب خاص است (Kim & Khang, 2014: 116). اونی و همکاران (۲۰۱۷) در این باره بیان می‌کنند هنگامی که کاربر، افراد دیگری را در محیط وب می‌یابد که دارای منافع، نگرانی‌ها و اعتقادات سیاسی مشابه هستند، انگیزه وی برای مشارکت در مسائل سیاسی و تبادل اطلاعات با آن‌ها افزایش می‌یابد (Oni et al., 2017: 319). ممکن است افراد وقت زیادی را در اینترنت صرف کنند ولی به دلیل عدم اطلاع از اهمیت مشارکت سیاسی و یا عدم علاقه‌مندی و دل‌بستگی به این امور مایل به مشارکت سیاسی نباشند؛ اما از طریق ایجاد محیط‌های گفتگوی آنلاین و تقویت عامل عاطفی مشارکت سیاسی می‌تواند افزایش یابد (Strömblad & Bengtsson, 2017:4).

بنابراین امروزه رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان یک راه ارتباطی قدرتمند برای افزایش مشارکت سیاسی و مدنی افراد شناخته شده‌اند. ویژگی اصلی رسانه‌های اجتماعی آن است که افراد به دلیل سهولت استفاده، صرفه‌جویی در زمان و درگیری عاطفی احتمالاً تمایل بیشتری به مشارکت نشان خواهند داد. در این رابطه اسکوریک و همکاران (۲۰۱۶) سه کاربرد مهم برای رسانه‌های اجتماعی برشمرده‌اند: کاربرد اطلاعاتی^۱ (جستجو، جمع‌آوری و به اشتراک‌گذاری اطلاعات)، کاربرد احساسی^۲ (بیان نظرات و ایده‌ها و افکار خود) و کاربرد ارتباطی^۳ (ایجاد، حفظ و تحکیم ارتباط با دیگران) (Skoric et al., 2016: 21).

1. Informational use

2. Expressive use

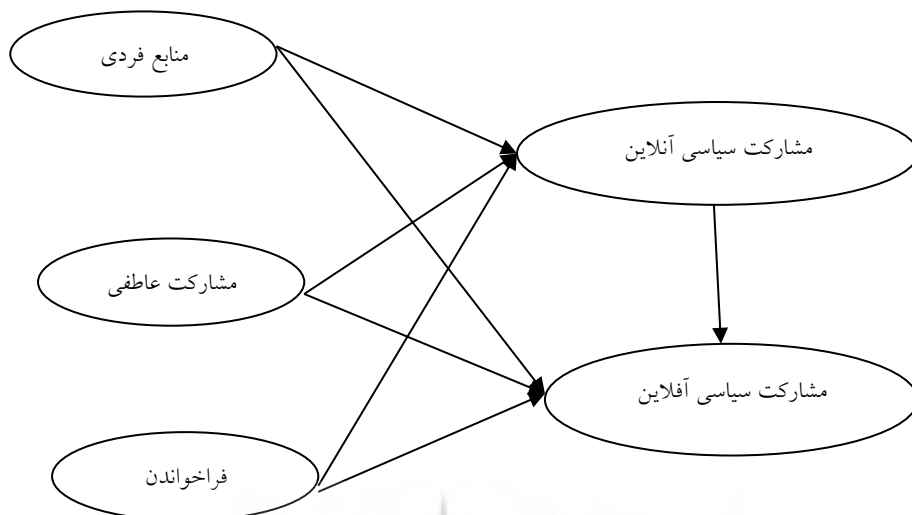
3. Relational use

(Bennett and Segerberg (2012 و Bennett et al., (2014 نیز درباره فواید رسانه اجتماعی بیان می‌کنند که افراد در رسانه‌های اجتماعی این فرصت را دارند تا به سرعت و بدون نیاز به سازمان رسمی خاصی، گروه قابل توجهی از افراد را جذب کرده و اطلاعات مورد نظر خود را درباره فعالیت‌ها و رویدادها منتشر کنند. همچنین مکانیسم تعامل در رسانه‌های اجتماعی افراد را قادر می‌سازد تا به‌طور جمعی در مباحث شرکت کرده و به‌صورت پویا گفتگوها را میان خودشان به اشتراک بگذارند و بحث‌ها را بازخوانی و تفسیر کنند. عقیلی و همکاران (۱۳۹۷) در این باره بیان می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی به‌واسطه برخوردار بودن از برخی ویژگی‌ها مانند فراهم آوردن فضای چندصدایی، رسمیت پایین تر نسبت به رسانه‌های رسمی، تریبون یافتن افراد گوناگون، امکان شنیده شدن و دیده شدن نگاه‌های فراوان‌تر و ماهیت تعاملی آن‌ها به تدریج جایگزین رسانه‌های سنتی خواهند شد (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۰۸).

به دلیل تمایل و توانایی بیشتر جوانان به استفاده از رسانه اجتماعی، این تکنولوژی می‌تواند فرایند مشارکت سیاسی را برای آن‌ها بیشتر تسهیل نماید (Sloam, 2014: 679). علیرغم امکانات موجود، موضوع سهولت در فعالیت‌های آنلاین بحث‌های زیادی را با خود به همراه داشته و منجر به پیدایش مفاهیمی همچون «کنشگر نمایی» شده است. این مفهوم در واقع به معنی شک و تردید درباره آن است که آیا فعالیت‌های آنلاین می‌تواند منجر به بهبود کیفیت و کارایی مشارکت سیاسی شود و آیا رسانه‌های اجتماعی واقعاً در یکپارچگی و اتحاد جوانان موفق بوده است؟ (Christensen, 2012: 3). کیتینگ و ملیس (۲۰۱۷) در این باره استدلال می‌کنند که تنها جوانانی که علاقه‌مند به سیاست هستند از رسانه‌های اجتماعی برای مشارکت سیاسی استفاده می‌کنند؛ همچنین رسانه اجتماعی فقط بستر را برای مشارکت سیاسی افراد فراهم کرده و شیوه مشارکت و جمع‌آوری اطلاعات را تسهیل می‌کند و لزوماً آن‌ها را تشویق به شرکت در فعالیت‌های سیاسی نمی‌نماید (Keating & Melis, 2017: 889).

شاید اصلی‌ترین دغدغه درباره نقش رسانه‌های اجتماعی در مشارکت سیاسی این

است که آیا مشارکت سیاسی آنلاین منجر به مشارکت سیاسی آفلاین می‌شود یا نه؟ شواهد موجود در این زمینه نشان داده است که رسانه اجتماعی می‌تواند بر مشارکت سیاسی آفلاین تأثیرگذار باشد. به‌عنوان مثال پژوهش مرتبط با جنبش عدالت‌خواهی گواتمالا نشان داد که معترضان از طریق فیس‌بوک توانستند به یکپارچگی در اعتراضات دست یابند (Harlow, 2012: 228). همچنین (Chan et al., 2017) در پژوهش خود نشان دادند که استفاده از رسانه اجتماعی برای مقاصد سیاسی (اشتراک اخبار و اطلاعات سیاسی، بحث سیاسی) رابطه غیرمستقیم با مشارکت سیاسی آفلاین دارد و پیش‌بینی‌کننده مهمی برای مشارکت آفلاین جوانان است. نظرسنجی از شرکت‌کنندگان جوان در اعتراضات میدان التحریر مصر نیز نشان داد که رسانه اجتماعی یکی از منابع اصلی دستیابی به اطلاعات در مورد اعتراضات بود (Tufekci & Wilson, 2012: 364). همچنین عبداللّهی نژاد و همکاران (۱۳۹۵) نیز در پژوهش خود بر تأثیر مثبت رسانه‌های اجتماعی در انتخابات ایران تأکید داشتند. درحالی‌که بسیاری از تحقیقات نشان می‌دهد مشارکت سیاسی آنلاین با مشارکت سیاسی آفلاین در ارتباط است، تعدادی از مطالعات نیز نشان می‌دهند که اقدامات آنلاین لزوماً باعث مشارکت سیاسی آفلاین نمی‌شود (Chu & Yeo, 2018). Papacharissi (2016) نیز معتقد است که رسانه‌های اجتماعی فقط به ایجاد و حفظ روابط غیرمستقیم کمک می‌کند و نمی‌تواند تأثیر مستقیم بر مشارکت سیاسی افراد داشته باشد. همچنین رضایی و پورعسکری (۱۳۹۵) با بررسی تأثیر فیس‌بوک بر انتخابات ریاست جمهوری ایران دریافتند که تأثیر شبکه اجتماعی فیس‌بوک می‌تواند منجر به افزایش اطلاعات و انگیزه سیاسی شود اما لزوماً منجر به تغییر نظر و تغییر رفتار انتخاباتی نمی‌شود. براین اساس با توجه به مبانی نظری مدل پژوهش حاضر برگرفته از مدل تحقیق کیم و خانگ^۱ (۲۰۱۴) به صورت شکل ۱ ارائه می‌شود:



شکل ۱. مدل نظری تحقیق برگرفته از کیم و خانگ (۲۰۱۴)

فرضیه‌های پژوهش

با توجه به الگوی نظری پژوهش فرضیه‌های زیر مطرح می‌شوند:

۱. بین منابع فردی و مشارکت سیاسی آنلاین ارتباط وجود دارد.
۲. بین منابع فردی و مشارکت سیاسی آفلاین ارتباط وجود دارد.
۳. بین مشارکت عاطفی و مشارکت سیاسی آنلاین ارتباط وجود دارد.
۴. بین مشارکت عاطفی و مشارکت سیاسی آفلاین ارتباط وجود دارد.
۵. بین فراخواندن و مشارکت سیاسی آنلاین ارتباط وجود دارد.
۶. بین فراخواندن و مشارکت سیاسی آفلاین ارتباط وجود دارد.
۷. بین مشارکت سیاسی آنلاین و مشارکت سیاسی آفلاین ارتباط وجود دارد.

روش پژوهش

پژوهش حاضر، توصیفی، از نوع همبستگی بوده، از نظر کنترل شرایط، یک بررسی پیمایشی، از نظر هدف، یک بررسی کاربردی و از نظر معیار زمان، از نوع بررسی مقطعی است. جامعه آماری این پژوهش دانشجویان دانشگاه دولتی محقق اردبیلی (به تعداد ۱۱۵۰۰

نفر) و دانشگاه آزاد اسلامی واحد اردبیل (به تعداد ۱۸۰۰۰ نفر) در سال ۱۳۹۴ بوده که تعداد کل دانشجویان دانشگاه‌ها ۲۹۵۰۰ نفر به دست آمد. در این پژوهش جهت دستیابی به حجم نمونه از فرمول کوکران جامعه محدود استفاده شد که حجم نمونه ۷۶۹ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری با روش غیر احتمالی در دسترس انجام شد که تعداد ۷۵۰ عدد پرسشنامه قابلیت تحلیل و بررسی را داشتند. برای جمع‌آوری داده‌ها از پرسشنامه استاندارد استفاده شد که مشخصات هریک از پرسشنامه‌ها در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول ۱. مشخصات هریک از پرسشنامه‌های استفاده‌شده

ردیف	متغیر	تعداد گویه	منبع
۱	منابع فردی	۳	اولند و هیولی ^۱ (۲۰۰۹)
۲	مشارکت عاطفی	۹	وربا و همکاران ^۲ (۱۹۹۵)
۳	فراخواندن	۴	کیم و خانگ ^۳ (۲۰۱۴)
۴	مشارکت سیاسی آنلاین	۶	دزانیگا و همکاران ^۴ (۲۰۱۲)
۵	مشارکت سیاسی آفلاین	۱۳	سید امامی (۱۳۸۶)

به‌منظور سنجش روایی پرسشنامه از روایی محتوا استفاده گردید که برای تأمین آن از شیوه توافق داوران استفاده شد و محقق ضمن مشورت با اساتید مجرب از پیشنهاد‌های ایشان در جهت رفع ایرادهای مربوط به تعاریف اصلی پژوهش و سؤالات مربوط به سنجش آن‌ها، بهره‌مند گردید. برای سنجش پایایی و بررسی همبستگی درونی پرسشنامه و استاندارد بودن سازه‌های تحقیق نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد. با توجه به این که مقدار آلفای کرونباخ برای متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰,۷ شد، لذا پرسشنامه از پایایی برخوردار است و اعتبار آن مورد تأیید قرار گرفت. همچنین برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای اسپس اس اس^۵ و اموس^۶ استفاده شد. جدول ۲ میزان آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

1. Eveland and Hively
2. Verba et al.
3. Kim & Khang
4. De Zúñiga et al.
5. SPSS20
6. AMOS18

را نشان می‌دهد:

جدول ۲. میزان آلفای کروناخ متغیرهای تحقیق

متغیر	تعداد سؤال	ضریب آلفای کروناخ
منابع فردی	۳	۰/۸۲
مشارکت عاطفی	۹	۰/۷۵
فراخواندن	۴	۰/۷۴
مشارکت سیاسی آنلاین	۶	۰/۷۹
مشارکت سیاسی آفلاین	۱۳	۰/۸۵

یافته‌ها

یافته‌های توصیفی پژوهش: به منظور شناخت بهتر ماهیت نمونه مورد مطالعه، قبل از تجزیه و تحلیل آماری، لازم است این داده‌ها توصیف شوند. نتایج مربوط به داده‌های جمعیت شناختی در جدول ۳ آورده شده است.

جدول ۳. ویژگی‌های دموگرافیک اعضای نمونه

متغیر	تعداد	درصد	متغیر	تعداد	درصد	دامنه
جنسیت	زن	۲۴۳	وضعیت تأهل	مجرد	۴۰۱	۵۳,۵
	مرد	۴۹۲		متأهل	۳۴۰	۴۵,۳
	بدون پاسخ	۱۵		بدون پاسخ	۹	۱,۲
سن	زیر ۲۰ سال	۷۶	تحصیلات	کاردانی	۲۸۴	۳۷,۹
	۲۰-۲۵ سال	۴۰۳		کارشناسی	۴۱۵	۵۵,۳
	۲۶-۳۰ سال	۱۵۳		کارشناسی ارشد	۴۳	۵,۷
	۳۱-۳۵ سال	۶۰		دکتری	۵	۰,۷
	بالای ۳۶ سال	۳۲		بدون پاسخ	۳	۰,۴
	بدون پاسخ	۲۶				

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بیشتر اعضای نمونه مرد و از نظر سنی بین ۲۰ تا ۲۵ سال قرار داشتند. همچنین بررسی وضعیت تأهل اعضای نمونه نشان داد که بیشتر اعضا مجرد

نقش شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مشارکت سیاسی دانشجویان؛ فرحبد و همکاران | ۳۷۵

بوده و در مقطع کارشناسی مشغول به تحصیل هستند. همچنین توصیف نوع شبکه اجتماعی مورداستفاده اعضای نمونه نیز نشان می‌دهد که ۶۹/۲ درصد از اعضای نمونه برای کسب اطلاعات سیاسی و شرکت در مباحث سیاسی از تلگرام استفاده می‌کنند و کمترین استفاده با ۱/۳ درصد به ویجت اختصاص دارد. این اطلاعات در جدول ۴ نشان داده شده است.

جدول ۴. توزیع فراوانی برحسب استفاده از نوع شبکه

نوع شبکه	درصد
تلگرام	۶۹/۲
واتساپ	۱/۶
لاین	۱۹/۵
وایبر	۱/۶
اینستاگرام	۵/۱
تانگو	۱/۶
ویجت	۱/۳
کل	۱۰۰/۰

جدول ۵ نیز آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را از نظر میزان میانگین نشان می‌دهد. میانگین متغیرهای موردبررسی عددی از ۱ تا ۵ را در بر می‌گیرد که عدد ۱ کمترین نزدیکی به شاخص و عدد ۵ بیشترین همسویی اعضای نمونه با شاخص را نشان می‌دهد. در این خصوص نتایج بررسی‌های صورت گرفته نشان داد که متغیر مشارکت عاطفی با میانگین ۳,۳۲ بیشترین میانگین را در بین متغیرها دارد؛ بدین معنی که اعضای نمونه بیشتر از طریق عاطفی در مسائل سیاسی کشور مشارکت دارند.

جدول ۵. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعداد مشاهدات	حداقل	حداکثر	میانگین	انحراف معیار	واریانس
منابع فردی	۷۵۰	۱	۴	۱/۸۷	۰/۸۸	۰/۷۷
مشارکت عاطفی	۷۵۰	۲	۵	۳/۳۲	۰/۹۴	۰/۸۹
فراخواندن	۷۵۰	۱	۵	۱/۷۶	۰/۷۹	۰/۶۳
مشارکت سیاسی آنلاین	۷۵۰	۱	۵	۳/۰۱	۱/۲۵	۱/۵۷
مشارکت سیاسی آفلاین	۷۵۰	۱	۴	۲/۰۱	۰/۶۲	۰/۳۸۴

جدول ۶ سازه‌های تشکیل‌دهنده اجزای مدل سی‌وی‌ام^۱ را بر اساس میزان میانگین نشان می‌دهد. با توجه به جدول ۶، سازه زمان صرف شده در شبکه اجتماعی با میانگین ۲,۳۸ برای متغیر منابع فردی، سازه اثربخشی سیاسی با میانگین ۴,۰۲ برای متغیر مشارکت عاطفی و سازه درخواست شرکت در گردهمایی و تحصن سیاسی برای متغیر فراخواندن دارای بیشترین میانگین بودند.

جدول ۶. سازه‌های تشکیل‌دهنده اجزای مدل CVM

متغیر	سؤال یا مؤلفه	میانگین	واریانس	انحراف معیار
منابع فردی	میزان درآمد ماهیانه خانوار	۲/۳۴	۰/۳۹	۰/۶۲
	زمان صرف شده در شبکه اجتماعی	۲/۳۸	۰/۹۵	۰/۹۷
	اندازه شبکه اجتماعی	۲/۲۹	۱/۴۵	۱/۲۰
مشارکت عاطفی	علاقه سیاسی	۲/۲۷	۰/۶۷	۰/۸۲
	اثربخشی سیاسی	۴/۰۲	۰/۹۱	۰/۹۵
	داشتن اطلاعات سیاسی	۲/۰۳	۰/۸۳	۰/۹۱
	معتقد به اثرگذاری و تعیین و تغییر امور سیاسی کشور	۱/۹۳	۰/۶۶	۰/۸۱
	تفکر در امور سیاسی	۳/۹۳	۱/۲۷	۱/۱۳
	اعتماد به دولت و مجلس	۲/۶۸	۲/۳۵	۱/۵۳
	اعتماد به سیاستمداران و احزاب سیاسی	۲/۸۰	۲/۴۳	۱/۵۶
	اعتماد به سیستم‌های نظارتی و قضایی	۲/۸۳	۲/۴۳	۱/۵۶
	اعتماد سیاسی به ارگان‌های امنیتی	۳/۲۲	۲/۷۹	۱/۶۷
	درخواست مشارکت و فراخواندن در مسائل سیاسی	۱/۵۲	۰/۷۸۴	۰/۸۸
فراخواندن	درخواست مشارکت و همکاری در فعالیت‌های انتخاباتی و شرکت در جلسات احزاب	۲/۰۰	۱/۴۴۶	۱/۲۰
	درخواست ارتباط و همکاری با مقام رسمی منتخب سیاسی	۲/۰۱	۱/۴۸۲	۱/۴۸
	درخواست شرکت در گردهمایی و تحصن سیاسی	۲/۲۳	۱/۸۲۸	۱/۳۵

یافته‌های استنباطی پژوهش: جهت انجام آزمون فرضیه‌ها ابتدا آزمون کولوموگروف^۱ - اسمیرنوف^۲ انجام شد تا نرمال بودن متغیر وابسته بررسی شود. همان‌گونه در جدول ۷ مشاهده می‌شود، نتایج این آزمون نشان داد که سطح معنی‌داری آزمون برای متغیرهای تحقیق بیشتر از ۰/۰۵ می‌باشد. در نتیجه متغیرهای تحقیق در نمونه دارای توزیع نرمال هستند. پس می‌توان از روش‌های پارامتریک و تحلیل معادلات ساختاری جهت تحلیل فرضیات تحقیق استفاده نمود.

جدول ۷. نتایج آزمون کولوموگروف-اسمیرنوف*

متغیرهای تحقیق	آماره آزمون	سطح معنی‌داری
منابع فردی	۰,۷۴۱	۰,۶۴۲
فراخواندن	۱۰,۰۰۹	۰,۲۶۰
مشارکت عاطفی	۱۰,۱۷۷	۰,۱۲۵
مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۷۲۴	۰,۶۷۱
مشارکت سیاسی آفلاین	۱۰,۲۴۲	۰,۰۹۱

* سطح خطا ۰,۰۵ می‌باشد

برای انجام بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده شده است. مدل‌یابی معادلات ساختاری، تکنیک تحلیل چندمتغیره بسیار نیرومند از خانواده رگرسیون چندمتغیری خطی است که به پژوهشگر این امکان را می‌دهد مجموعه‌ای از معادلات رگرسیون را به گونه‌ای هم‌زمان مورد آزمون قرار دهد. هنگامی که متغیرهای تحقیق زیاد بوده برای بررسی تأثیر هر کدام از متغیرها بر روی یکدیگر به صورت هم‌زمان از مدل‌یابی معادلات ساختاری استفاده می‌شود. نتایج و مدل عمومی این پژوهش با توجه به تأثیر متغیرها بر روی یکدیگر به صورت هم‌زمان پس از پیاده‌سازی و اجرا در نرم‌افزار اموس ۱۸ به‌طور خلاصه در جدول ۸ آمده است:

1. Kolmogorov
2. Smirnov

جدول ۸. برازش مدل مفهومی تحقیق

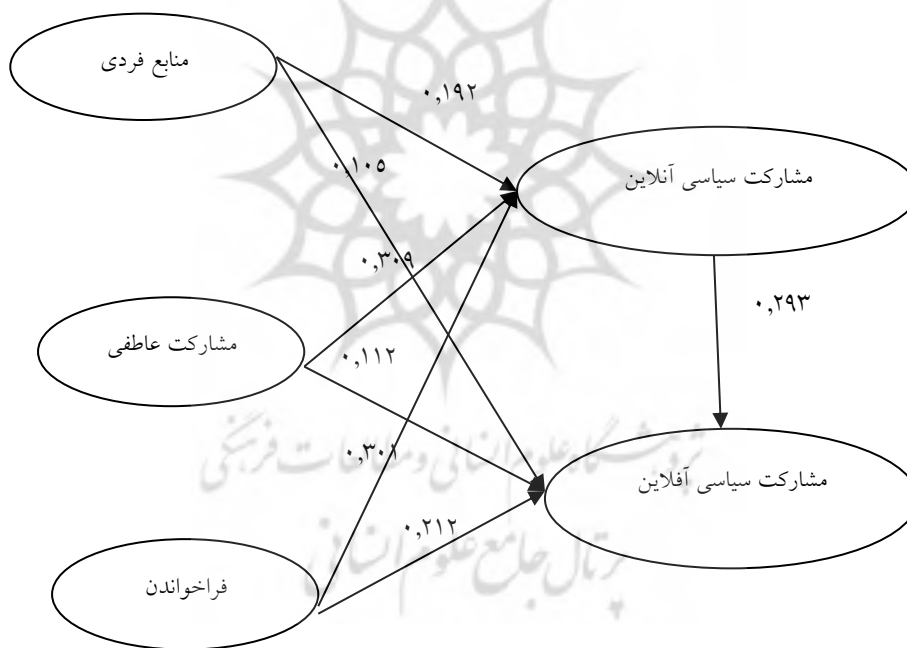
مدل	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI	RMSEA	X^2/Df
تخمین مدل	۰,۹۱۰	۰,۸۲۶	۰,۹۲۱	۰,۸۴۴	۰,۹۱۷	۰,۰۸۷	۲,۱۸۲
میزان قابل قبول	$\geq 0,9$	≈ 1	≈ 1	≈ 1	≈ 1	$< 0,1$	≈ 2
منبع	بنتلر و بانت ^۱ (۱۹۸۰)	هو و بنتلر ^۲ (۱۹۹۹)	هو و بنتلر (۱۹۹۹)	هو و بنتلر (۱۹۹۹)	هو و بنتلر (۱۹۹۹)	قاسمی (۱۳۹۲)	ویتون و همکاران ^۳ (۱۹۷۷)
نتیجه	قابل قبول	قابل قبول	قابل قبول	قابل قبول	قابل قبول	قابل قبول	قابل قبول

در توضیح مقادیر شاخص‌های برازش در جدول ۸ لازم است ذکر شود که شاخص مجذور کای نسبی^۴ شاخص برازندگی مطلق مدل به حساب می‌آید و هر چه از صفر بزرگ‌تر باشد برازندگی مدل کم‌تر است. وقتی حجم نمونه برابر ۷۵ تا ۲۰۰ باشد مقدار مجذور کای^۵ یک اندازه معقول برازندگی است؛ اما برای مدل‌های با N بزرگ‌تر، مجذور کای تقریباً همیشه از نظر آماری معنادار است و این موجب می‌شود که آماره مجذور کای تقریباً همیشه مدل را رد کند. از آنجاکه مجذور کای نسبت به اندازه نمونه بسیار حساس است، بسیاری از پژوهشگران مجذور کای را نسبت به درجه آزادی آن، یعنی مجذور کای نسبی می‌سنجند. نسبت این شاخص اثر اندازه نمونه را بر مدل مجذور کای به حداقل می‌رساند. چنانچه این شاخص کمتر از ۲ باشد برازندگی عالی و چنانچه بین ۲ تا ۵ باشد، برازندگی خوب و چنانچه بزرگ‌تر از ۵ باشد، برازندگی ضعیف و غیر قابل قبول الگو را نشان می‌دهد. چهار شاخص دیگر عبارت‌اند از: شاخص برازش نسبی^۶، شاخص برازندگی فزاینده^۷، شاخص توکر-لوئیس^۸ و شاخص برازندگی تطبیقی^۹ که این چهار شاخص بین صفر و یک قرار دارند و هر چه به عدد یک نزدیک‌تر باشند، کارایی مدل بیشتر خواهد

1. Bentler & Bonett
2. Hu & Bentler
3. Wheaton et al.
4. X^2/df
5. X^2
6. RFI
7. IFI
8. TLI
9. CFI

بود. شاخص دیگر ریشه میانگین مجذورات خطای برآورد^۱ است که هر چه کوچک‌تر از ۰/۱ باشد، مدل کارتر خواهد بود. شاخص نرم شده برازندگی^۲ نیز باید مقداری بزرگ‌تر از ۰,۹ را دارا باشد تا مدل کارایی بالاتری داشته باشد؛ بنابراین با توجه به اطلاعات جدول بالا می‌توان دریافت که مدل از برازش بسیار خوبی برخوردار است.

شکل ۲ نیز نشان‌دهنده مدل تحقیق در حالت استاندارد می‌باشد. منظور از حالت استاندارد، استاندارد شده ضرایب مسیر رگرسیونی است که در این حالت میزان خطاهای متغیر حذف و داده‌ها بر اساس مقیاس استاندارد خواهد شد. میزان ضرایب مسیر در حالت استاندارد بر اساس انحراف از معیار متغیرها خواهد بود. همچنین ضرایب مسیر متغیرها در حالت استاندارد و سطح خطای ۰/۰۵ در جدول ۹ نشان داده شده است:



شکل ۲. مدل ساختاری در حالت استاندارد

1. RMSEA
2. NFI

جدول ۹. ضرایب مسیر در حالت استاندارد

متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	ضرایب مسیر	سطح معنی‌داری	نتیجه	Kim & Khang (2014)	Oni et al., (2017)	عبداللهی نژاد و همکاران (۱۳۹۵)
منابع فردی	مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۱۹۲	۰۰۰	تأیید	۰,۱۴	غیرمعنادار	
منابع فردی	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۱۰۵	۰,۰۰۳	تأیید	۰,۰۱		
مشارکت عاطفی	مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۳۰۹	۰۰۰	تأیید	۰,۲۸	۰,۱۹	
مشارکت عاطفی	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۱۱۲	۰,۰۰۱	تأیید	۰,۱۹		۰,۵۲۳
فراخواندن	مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۳۰۱	۰۰۰	تأیید	۰,۲۰	۰,۱۲	
فراخواندن	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۲۱۲	۰۰۰	تأیید	۰,۳۲		
مشارکت سیاسی آنلاین	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۲۹۳	۰۰۰	تأیید	۰,۳۷		۰,۴۱

همچنین با توجه به تأیید همه فرضیات می‌توان میزان اثر مستقیم، غیرمستقیم و تأثیر کل متغیرها را محاسبه نمود. نتایج این محاسبات در جدول ۱۰ نشان داده شده است:

جدول ۱۰. تأثیرات مستقیم، غیرمستقیم و کل متغیرها

نوع تأثیر	متغیر	فراخواندن	مشارکت عاطفی	منابع فردی	مشارکت سیاسی آنلاین
تأثیر مستقیم	مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۳۰۱	۰,۳۰۹	۰,۱۹۲	۰,۰۰۰
	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۲۱۲	۰,۱۱۲	۰,۱۰۵	۰,۲۹۳
تأثیر غیرمستقیم	مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۰۰۰
	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۰۹۰	۰,۰۹۱	۰,۰۵۸	۰,۰۰۰
تأثیر کل	مشارکت سیاسی آنلاین	۰,۳۰۱	۰,۳۰۹	۰,۱۹۲	۰,۰۰۰
	مشارکت سیاسی آفلاین	۰,۳۰۲	۰,۲۰۳	۰,۱۶۳	۰,۲۹۳

با توجه به جدول ۱۰ و تحلیل اثرهای مستقیم و غیرمستقیم و کل متغیرها در مدل ساختاری می‌توان نتیجه گرفت که بیشترین اثر کل بر روی مشارکت سیاسی آفلاین مربوط به متغیر فراخواندن است. این متغیر با اثر مستقیم ۰,۲۱۲ و اثر غیرمستقیم ۰,۹ در مجموع توانسته اثر کل به میزان ۰,۳۰۲ بر روی مشارکت سیاسی آفلاین بگذارد. همچنین درباره مشارکت سیاسی آنلاین نیز متغیر مشارکت عاطفی با اثر کل ۰,۳۰۹ بیشترین تأثیر را داشت.

بحث و نتیجه‌گیری

مشارکت سیاسی به‌عنوان یکی از انواع مشارکت، از مؤلفه‌های توسعه اجتماعی و سیاسی در کشورها محسوب می‌شود و هرچقدر که افراد در یک کشور مشتاق به مشارکت سیاسی باشند، قدرت آن کشور بیشتر و نظام سیاسی حاکم بر آن مقتدرتر خواهد بود. هدف از این پژوهش بررسی رسانه اجتماعی در مشارکت دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل بود. براین اساس با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش هفت فرضیه ارائه گردید. در رابطه با نتایج تحلیل‌های به‌دست آمده، یافته‌ها نشان داد که پیش‌زمینه‌های انگیزش دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل شامل منابع فردی، فراخواندن و مشارکت عاطفی بر هر دو جنبه مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین تأثیرگذار بود؛ که در این میان متغیر مشارکت عاطفی با ضریب مسیر ۰,۳۰۹ بیشترین تأثیر را بر مشارکت سیاسی آنلاین دانشجویان استان اردبیل داشته است. در این رابطه همسو با نتایج، یافته‌های تحقیق (Gil de Zúñiga et al., 2012) نشان می‌دهد که یکی از عوامل تأثیرگذار بر مشارکت افراد به‌صورت آنلاین عامل مشارکت عاطفی بوده و شاخص‌هایی مانند علاقه‌مندی به سیاست می‌تواند بر میزان مشارکت اثرگذار باشد. (Crowell, 2017) نیز بیان می‌کند درخواست مشارکت و همکاری از افراد در مسائل سیاسی بر مشارکت سیاسی آنلاین تأثیر بسزایی خواهد گذاشت. همچنین (Claassen and Highton, 2009) نیز بیان می‌کنند که داشتن اطلاعات سیاسی به‌عنوان یکی از اجزای مشارکت عاطفی می‌تواند محرک مشارکت در بحث‌های سیاسی آنلاین باشد و لذت شرکت در چنین بحث‌هایی را برای افراد مشتاق دوچندان نماید. (Claassen, 2011) نیز بیان می‌کند که اطلاعات سیاسی و علاقه‌مندی به سیاست،

قصد رفتار افراد را برای شرکت در فعالیتهای سیاسی آنلاین تحت تأثیر قرار می‌دهد. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده باید گفت که گرایش سیاسی و علاقه‌مند بودن به مسائل جاری کشور و معتقد بودن به اثرگذاری و اثربخشی سیاسی همچنین اعتماد سیاسی از عوامل مؤثر بر مشارکت عاطفی محسوب می‌شود که هرچقدر این عوامل در دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل بیشتر باشد افزایش مشارکت سیاسی را در پی خواهد داشت؛ زیرا دانشجویان با استفاده از شبکه‌های اجتماعی عقاید و نظرات سیاسی خود را به اشتراک گذاشته و نظرات سایرین را نیز مطالعه می‌کنند. در صورت عدم اعتماد سیاسی، احساس بیگانگی سیاسی در فرد به وجود می‌آید و به این احساس منجر می‌شود که عمل او اثری بر صحنه سیاسی جامعه ندارد و تأثیری بر تعیین مسیر وقایع سیاسی نمی‌گذارد.

نتایج همچنین نشان داد متغیر فراخواندن با ضریب مسیر ۰٫۳۰۲ بیشترین تأثیر را در مشارکت سیاسی آنلاین دانشجویان دارا است. نتایج تحقیقات مختلف نشان می‌دهد که فراخواندن می‌تواند نقش مؤثری بر مشارکت سیاسی افراد داشته باشد. به‌عنوان مثال (Ha et al., 2013) و (Quintelier & Theocharis, 2013) بیان می‌کنند افرادی که به مدت طولانی در شبکه‌های اجتماعی فعالیت سیاسی دارند احتمال بیشتری دارد که در دنیای واقعی مشارکت سیاسی داشته باشند. نتایج تحقیق عابدی اردکانی و قصبی (۱۳۹۳) نیز بیان می‌دارند که مشارکت سیاسی در بردارنده انواع کنش‌های فردی و گروهی است که در تعیین سرنوشت جامعه و اثرنهادن بر فرایند تصمیم‌گیری درباره امور عمومی تأثیرگذار است.

در این رابطه باید گفت درخواست مشارکت و همکاری از دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل در مسائل سیاسی بر مشارکت سیاسی آنلاین تأثیر بسزایی خواهد گذاشت. (Kim & Khang, 2014) معتقدند فراخواندن (درخواست برای مشارکت) تنها به درخواست‌های مستقیم در مجموعه آنلاین برمی‌گردد. باین‌وجود ممکن است که برای درخواست مستقیم در بافت محیط‌های اجتماعی قابل کاربرد باشد.

نتایج همچنین تأثیر استفاده از رسانه‌های اجتماعی را بر مشارکت سیاسی دانشجویان

دانشگاه‌های اردبیل مورد تأیید قرار داد (۲۹۳، ۰) (Loader et al., 2014)، نشان دادند که استفاده از فضای مجازی می‌تواند مشارکت سیاسی افراد را تقویت نماید. (Halpern et al., 2017) نیز با بررسی دو شبکه اجتماعی فیس‌بوک و توییتر تأثیرگذاری آن‌ها بر مشارکت سیاسی افراد را تأیید نمودند. همچنین ساروخانی و دیگران (۱۳۸۷) نشان دادند که رابطه بین فضای مجازی و کنش اجتماعی برابر با ۰/۳۷ مورد تأیید قرار گرفته است. (Hoffman et al., 2013) بررسی کردند که مردم چه نگرشی نسبت به مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین دارند و دریافتند که افراد به رفتارهای آنلاین و آفلاین به‌عنوان حوزه‌های فعالیتی جداگانه می‌نگرند و فعالیت‌های سیاسی آنلاین خود را به‌عنوان راهی برای کنترل دولت در نظر می‌گیرند. (Bae et al., 2013) انتقال بحث‌های سیاسی آفلاین به آنلاین را بررسی کرده و دریافتند که افرادی که علاقه‌مند به فعالیت‌های سیاسی هستند بیشتر احتمال دارد که بحث‌های خود را به سمت کانال‌های آنلاین گسترش دهند. علاوه بر این آن‌ها دریافتند که نیازهای تکنولوژی سایت‌های آنلاین باعث می‌شود که شهروندان مسن کمتر در بحث‌های سیاسی آنلاین شرکت کنند. (Hyun and Kim, 2015) دریافتند که گفتگوهای سیاسی از طریق رسانه اجتماعی پیش‌بینی کننده مشارکت سیاسی در جهان است و رابطه دو طرفه‌ای بین مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین وجود دارد. مهدی زاده و همکاران (۱۳۹۶) نیز با بررسی نقش تلگرام بر انتخابات ریاست جمهوری ایران بررسی کرده و دریافتند که تلگرام به دلیل شبکه‌ای بودن، در دسترس بودن و سرعت بالایی که دارد می‌تواند بر انتخابات ایران تأثیرگذار باشد.

در تبیین این یافته می‌توان گفت چنانچه اشخاص از طریق شبکه‌های اجتماعی مشارکت سیاسی بیشتری داشته باشند در نتیجه آن مشارکت سیاسی آفلاین نیز افزایش می‌یابد. از آنجایی که افراد در شبکه‌های اجتماعی آنلاین به ابراز عقاید و اطلاعات سیاسی می‌پردازند، این عامل باعث می‌شود تا روحیه همکاری تقویت‌شده و مشارکت سیاسی بیشتری از خود نشان دهند. از آنجایی که هنجارهای حاکم بر جامعه مجازی می‌تواند شکل‌دهنده رفتار افراد در جامعه واقعی باشد، لذا مشارکت افراد در بحث‌های سیاسی

مجازی و کسب دانش و اطلاعات و حتی بازدید از صفحات سیاستمداران و احزاب می‌تواند به‌عنوان محرک در سوق دادن افراد به مشارکت سیاسی در جامعه عمل نماید؛ بنابراین با بالا رفتن میزان مشارکت سیاسی آنلاین بر میزان مشارکت سیاسی آفلاین افزوده می‌گردد و بالعکس با پایین آمدن مشارکت سیاسی آنلاین از میزان مشارکت سیاسی آفلاین کاسته می‌شود.

پیشنهادها و محدودیت‌ها

نتایج تحقیق نشان داد که از بین پیش‌زمینه‌های مؤثر بر مشارکت سیاسی آنلاین، متغیر مشارکت عاطفی بیش از سایر متغیرها بر مشارکت سیاسی آنلاین دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل تأثیرگذار بود. همچنین در بین ابعاد این شاخص، سازه‌های اثربخشی سیاسی، تفکر در امور سیاسی و اعتماد به ارگان‌های امنیتی دارای بیشترین میانگین بودند. لذا با توجه به این نتیجه پیشنهاد می‌شود که:

۷ مسئولین امر با ایجاد انگیزه در بین دانشجویان از آن‌ها درخواست مشارکت در گردهمایی‌ها و تحصن‌های سیاسی نمایند تا در سایه این امر با احساس هویت و اثربخشی سیاسی، مشارکت سیاسی ارتقا یابد.

۷ با برگزاری جلسات و نشست‌های هم‌اندیشی، اهمیت سیاست و مشارکت سیاسی برای دانشجویان تبیین شود. از این طریق دانشجویان با تفکر در امور سیاسی و داشتن اطلاعات سیاسی بیشتر مشتاق به مشارکت خواهند شد.

۷ مسئولین امنیتی سعی کنند با شنیدن صحبت‌ها و دغدغه‌های دانشجویان فضای باز در دانشگاه‌ها برای دانشجویان ایجاد نمایند؛ چراکه این عامل نشان می‌دهد که مسئولان به آزادی بیان ارزش می‌گذارند. همچنین با مبارزه علنی با فساد و رابطه‌بازی در جامعه اعتماد سیاسی در بین این قشر ایجاد کنند. این امر بر دانشجویان که باید در آینده نزدیک اداره و توسعه کشور را در دست گیرند تأثیر مثبت خواهد گذاشت.

همچنین نتایج تحقیق نشان داد که از بین پیش‌زمینه‌های مؤثر بر مشارکت سیاسی آفلاین، متغیر فراخواندن بیش از سایر متغیرها بر مشارکت سیاسی آفلاین دانشجویان

دانشگاه‌های اردبیل تأثیرگذار بود. همچنین در بین ابعاد این شاخص، سازه‌های درخواست شرکت در گردهمایی و تحصن سیاسی، درخواست همکاری با مقام رسمی منتخب سیاسی و درخواست همکاری در فعالیت‌های انتخاباتی و جلسات احزاب دارای بیشترین میانگین بودند. لذا با توجه به این نتیجه پیشنهاد می‌شود که:

۷ مسئولین به‌طور مرتب نشست‌های عمومی و تخصصی در دانشگاه‌ها برگزار کرده و دانشجویان را تشویق به مشارکت و بیان دیدگاه‌های خود در این زمینه نمایند. همچنین راهکارهای آن‌ها برای برون‌رفت از مشکلات را جویا شوند.

۷ مسئولین رده‌بالای سیاسی، در دفاتر کار خود جایگاهی برای دانشگاهیان و نخبگان دانشگاهی اختصاص دهند و پذیرای نظرات، انتقادات، پیشنهادات و ایده‌های دانشجویان باشند. همچنین به‌صورت دوره‌ای جلسات تخصصی با اقشار مختلف دانشجویی برگزار نمایند.

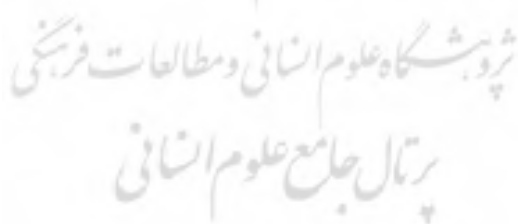
۷ مسئولین کشور دانشگاهیان را تشویق به ایجاد احزاب سیاسی نمایند و گفت‌وگوهای سیاسی را در دانشگاه رواج دهند تا تفکرهای مختلف دانشجویی با یکدیگر بحث و تبادل نظر کرده و شور و اشتیاق سیاسی در آن‌ها بیشتر ایجاد گردد.

همچنین با توجه به این که ۶۹٫۲ درصد دانشجویان از شبکه اجتماعی تلگرام استفاده می‌کنند؛ بنابراین می‌توان نقش این شبکه را در دریافت اطلاعات بسیار بالا دانست. لذا توصیه می‌شود که مسئولین از پتانسیل‌های موجود در این شبکه و سایر شبکه‌های اجتماعی در تقویت بنیان سیاسی کشور و اطلاع‌رسانی به مردم هر چه بیشتر استفاده نمایند.

از طرفی انجام تحقیقاتی از این دست با محدودیت‌های مختلفی مواجه است؛ این پژوهش نیز همانند هر پژوهش دیگری دارای محدودیت‌هایی بوده است، اما این محدودیت‌ها می‌توانند دریچه‌های جدیدی بر روی پژوهش‌های آتی بگشایند. از جمله محدودیت‌هایی که در این پژوهش وجود داشت آن است که این مطالعه در بین دانشجویان دانشگاه‌های اردبیل انجام شده که به دلیل فرهنگ‌های مختلف در سطح کشور، در تعمیم‌پذیری نتایج باید احتیاط نمود. همچنین استفاده از یک ابزار جمع‌آوری داده‌ها از

دیگر محدودیت‌ها به شمار می‌رفت. محققانی همچون گوپتا و بثر^۱ (۱۹۸۲) و اویلو و همکاران^۲ (۱۹۹۱) بیان می‌کنند که هنگام استفاده از متدولوژی تک منبع در جمع‌آوری داده‌ها، اطلاعات به دست آمده می‌تواند تحت تأثیر احساسات و ارتباطات قرار گیرد. همچنین پژوهش حاضر از لحاظ ماهیت نمونه‌گیری به صورت مقطعی انجام شده که می‌تواند محدودیت دیگری در تعمیم نتایج باشد که پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی در بازه زمانی طولانی‌تر انجام گیرد؛ زیرا مطالعات طولی می‌تواند نتایج منتج از این پژوهش را تأیید، تکمیل و گسترش دهد.

در پایان به پژوهشگرهای آتی پیشنهاد می‌شود که متغیرهای دیگری همچون بازاریابی سیاسی، عوامل فرهنگی، باورهای مذهبی، هوش معنوی و ... به مدل اضافه شده و مورد بررسی قرار گیرد. همچنین این پژوهش قابلیت بررسی در استان‌های دیگر را دارد تا از این طریق نتایج تعمیم‌پذیری بیشتری داشته باشد.



1. Gupta and Beehr
2. Aviolo et al.

منابع

- رضایی، محمد؛ پورعسکری، مریم. ۱۳۹۵. «فیس بوک و رفتار انتخاباتی: مطالعه انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲ ایران». *مطالعات رسانه‌های نوین*. سال دوم. شماره ۵. صص ۱-۳۱. بهار.
- ساروخانی، باقر؛ توسلی، غلامعباس؛ سید عربی‌نژاد، عزیزه. ۱۳۸۷. «تأثیر فضاهای مجازی بر کنش اجتماعی جوانان دانشجوی دختر با تأکید بر اینترنت». *پژوهش‌نامه علوم اجتماعی*. سال دوم. شماره ۱. صص ۱۳۱-۱۵۲. بهار.
- سیدامامی، کاووس. ۱۳۸۶. «مشارکت سیاسی دانشجویان ارزیابی برخی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی». *علوم سیاسی*. سال دوم. شماره ۱، صص ۳۳-۵۲. تابستان.
- عابدی‌اردکانی، محمد؛ قضوی، زهرا. ۱۳۹۳. «نقش سرمایه اجتماعی در مشارکت سیاسی، مطالعه موردی: مشارکت سیاسی زنان در ایران ۱۳۶۸-۱۳۸۴». *سیاسی اقتصادی*. شماره ۲۹۸. صص ۱۳۸-۱۵۱. زمستان.
- عبداللهی نژاد، علیرضا؛ قاسمی نژاد، ابوذر؛ صادقی، جواد. ۱۳۹۵. «رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات رابطه استفاده از فیس بوک، تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴». *مطالعات رسانه‌های نوین*. سال دوم. شماره ۵. صص ۳۳-۷۳. بهار.
- عقیلی، سیدوحید؛ روشندل اربطانی، طاهر؛ فرجیان، محمدمهدی. ۱۳۹۷. «نقش رسانه‌های اجتماعی در انتخابات در ایران و تأثیر آن‌ها بر نقش رسانه‌های سنتی». *مطالعات رسانه‌های نوین*. سال چهارم. شماره ۱۳. صص ۱۸۱-۲۱۳. بهار.
- مهدی زاده طالشی، سیدمحمد؛ خالدیان، اقبال؛ فردوسی، مهراوه. ۱۳۹۶. «نقش نرم‌افزار اجتماعی تلگرام در تبلیغات دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از منظر رأی‌دهندگان». *مطالعات رسانه‌های نوین*. سال سوم. شماره ۱۰. صص ۱-۳۹. تابستان.

References

- Anduiza, Eva; Aina Gallego, and Marta Cantijoch. (2010). "Online political participation in Spain: the impact of traditional and Internet resources". *Journal of Information Technology & Politics* 7: 356-368.
- Bae, Soo Young, Nojin Kwak, and Scott W. Campbell. (2013). "Who will cross the border?—The transition of political discussion into the newly

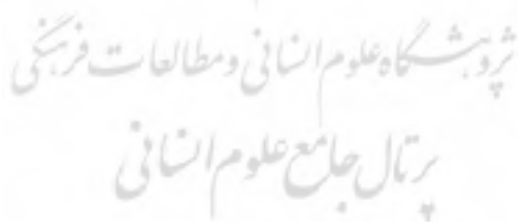
- emerged venues”. *Computers in Human Behavior* 29: 2081-2089.
- Beaumont, Elizabeth. (2011). “Promoting political agency, addressing political inequality: A multilevel model of internal political efficacy”. *The Journal of Politics* 73: 216-231.
- Bennett, W. Lance, and Alexandra Segerberg. (2013). “*The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics.*” Cambridge University Press.
- Bennett, W. Lance, Alexandra Segerberg, and Shawn Walker. (2014). “Organization in the crowd: peer production in large-scale networked protests”. *Information, Communication & Society* 17: 232-260.
- Chan, Michael, Hsuan-Ting Chen, and Francis LF Lee. (2017). “Examining the roles of mobile and social media in political participation: A cross-national analysis of three Asian societies using a communication mediation approach”. *new media & society* 19: 2003-2021.
- Christensen, Henrik Serup. (2012). “Simply slacktivism? Internet participation in Finland”. *JeDEM-eJournal of eDemocracy and Open Government* 4: 1-23.
- Chu, Tsz Hang, and Tien Ee Dominic Yeo. (2018). “Rethinking Social Media and Political Engagement: An Examination of the Disconnective Practices of Politically Active Youths in Hong Kong”. In *Proceedings of the 9th International Conference on Social Media and Society*. Copenhagen, Denmark. July 18.
- Claassen, Ryan L. (2011). “Political Awareness and Partisan Realignment: Are the Unaware Unevolved?”. *Political Research Quarterly* 64: 818-830.
- Claassen, Ryan L., and Benjamin Highton. (2009). “Policy polarization among party elites and the significance of political awareness in the mass public”. *Political Research Quarterly* 62: 538-551.
- Crowell, Jennifer Hause. (2017). “Teaching Note—Fostering Political Awareness in Students Through the Use of Genograms”. *Journal of Social Work Education* 53: 765-770.
- Edgerly, Stephanie. (2015). “Red media, blue media, and purple media: News repertoires in the colorful media landscape”. *Journal of Broadcasting & Electronic Media* 59: 1-21.
- Feezell, Jessica T., Meredith Conroy, and Mario Guerrero. (2016). “Internet use and political participation: Engaging citizenship norms through online activities”. *Journal of Information Technology & Politics* 13: 95-107.
- Flanagan, Constance A., Maria J. Kefalas, and Patrick J. Carr. (2017). “Connecting with the Body Politic: Civic Engagement in Young Adulthood”. *Crossings to Adulthood: How Diverse Young Americans Understand and Navigate Their Lives*, 190.

- Gil de Zúñiga, Homero, Nakwon Jung, and Sebastián Valenzuela. (2012). "Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation". *Journal of Computer-Mediated Communication* 17: 319-336.
- Ha, Shang E., Seokho Kim, and Se Hee Jo. (2013). "Personality Traits and Political Participation: Evidence from South Korea". *Political Psychology* 34: 511-532.
- Halpern, Daniel, Sebastián Valenzuela, and James E. Katz. (2017). "We face, I tweet: How different social media influence political participation through collective and internal efficacy". *Journal of Computer-Mediated Communication* 22: 320-336.
- Harlow, Summer. (2012). "Social media and social movements: Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline". *New Media & Society* 14: 225-243.
- Hoffman, Lindsay H., Philip Edward Jones, and Dannagal Goldthwaite Young. (2013). "Does my comment count? Perceptions of political participation in an online environment". *Computers in Human Behavior* 29: 2248-2256.
- Hyun, Ki Deuk, and Jinhee Kim. (2015). "Differential and interactive influences on political participation by different types of news activities and political conversation through social media". *Computers in Human Behavior* 45: 328-334.
- Junco, Reynol. (2012). "The relationship between frequency of Facebook use, participation in Facebook activities, and student engagement". *Computers & Education* 58: 162-171.
- Keating, Avril, and Gabriella Melis. (2017). "Social media and youth political engagement: Preaching to the converted or providing a new voice for youth?". *The British Journal of Politics and International Relations* 19: 877-894.
- Kim, Yonghwan, and Hsuan-Ting Chen. (2016). "Social media and online political participation: The mediating role of exposure to cross-cutting and like-minded perspectives". *Telematics and Informatics* 33: 320-330.
- Kim, Yeojin, and Hyoungkoo Khang. (2014). "Revisiting civic voluntarism predictors of college students' political participation in the context of social media". *Computers in Human Behavior* 36:114-121.
- Kollmann, Tobias, and Ina Kayser. (2010). "A comprehensive approach to citizen engagement in e-democracy". In *6th International Conference on e-Government-ICEG2006, Academic Conferences and Publishing International, Cape Town, September*.
- Krueger, Brian S. (2002). "Assessing the potential of Internet political participation in the United States: A resource approach". *American*

politics research 30: 476-498.

- Lenhart, Amanda, Kristen Purcell, Aaron Smith, and Kathryn Zickuhr. (2010). "Social Media & Mobile Internet Use among Teens and Young Adults". Millennials. *Pew internet & American life project*. Washington. February 3.
- Lewis, Valerie A., Carol Ann MacGregor, and Robert D. Putnam. (2013). "Religion, networks, and neighborliness: The impact of religious social networks on civic engagement". *Social Science Research* 42: 331-346.
- Liu, Yung-I., Fei Shen, William P. Eveland, and Ivan Dylko. (2013). "The impact of news use and news content characteristics on political knowledge and participation". *Mass Communication and Society* 16: 713-737.
- Loader, Brian D., Ariadne Vromen, and Michael A. Xenos. (2014). "The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement". *Information, Communication & Society* 2: 143-150.
- Musaraj, Smoki. (2018). "Corruption, right on! Hidden cameras, cynical satire, and banal intimacies of anti-corruption". *Current Anthropology* 59: 105-116.
- Niemi, Richard G., and Michael J. Hanmer. (2010). "Voter turnout among college students: New data and a rethinking of traditional theories". *Social Science Quarterly* 91: 301-323.
- Nieuwelink, Hessel, Paul Dekker, and Geert ten Dam. (2019). "Compensating or reproducing? Students from different educational tracks and the role of school in experiencing democratic citizenship". *Cambridge Journal of Education* 49: 275-292.
- Oni, Aderonke A., Samuel Oni, Victor Mbarika, and Charles K. Ayo. (2017). "Empirical study of user acceptance of online political participation: Integrating Civic Voluntarism Model and Theory of Reasoned Action". *Government Information Quarterly* 34: 317-328.
- Papacharissi, Zizi. (2016). "Affective publics and structures of storytelling: Sentiment, events and mediality". *Information, Communication & Society* 19: 307-324.
- Quintelier, Ellen, and Yannis Theocharis. (2013). "Online political engagement, Facebook, and personality traits". *Social Science Computer Review* 31: 280-290.
- Skoric, Marko M., Qinfeng Zhu, Debbie Goh, and Natalie Pang. (2016). "Social media and citizen engagement: A meta-analytic review". *New Media & Society* 18: 1817-1839.
- Sloam, James. (2014). "New voice, less equal: The civic and political engagement of young people in the United States and

- Europe". *Comparative Political Studies* 47: 663-688.
- Steinfeld, Charles, Joan M. DiMicco, Nicole B. Ellison, and Cliff Lampe. (2009). "Bowling online: social networking and social capital within the organization". In *Proceedings of the fourth international conference on Communities and technologies*. June.
- Strömbäck, Jesper, Kajsa Falasca, and Sanne Kruikemeier. (2018). "The mix of media use matters: Investigating the effects of individual news repertoires on offline and online political participation". *Political Communication* 35: 413-432.
- Strömblad, Per, and Bo Bengtsson. (2017). "Collective Political Action as Civic Voluntarism: Analysing Ethnic Associations as Political Participants by Translating Individual-level Theory to the Organizational Level". *Journal of Civil Society* 13: 111-129.
- Tufekci, Zeynep, and Christopher Wilson. (2012). "Social media and the decision to participate in political protest: Observations from Tahrir Square". *Journal of communication* 62: 363-379.
- Wolfsfeld, Gadi, Moran Yarchi, and Tal Samuel-Azran. (2016). "Political information repertoires and political participation". *New media & society* 18: 2096-2115.
- Xenos, Michael A., Ariadne Vromen, and Brian D. Loader. (2014). "The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies". *Information, Communication & Society* 17: 151-167.



استناد به این مقاله: فرحبد، فرزین، عبداللهی کلورزی، مژگان، لطف‌اللهی، مرتضی. (۱۴۰۱). نقش شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در مشارکت سیاسی دانشجویان، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، ۸(۳۱)، ۳۶۳-۳۹۱.
DOI: 10.22054/nms.2022.37702.635



New Media Studies is licensed under a Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License..



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی