

***Future Study of the Effects of Virtual Networks on
the Political Orientation
(A Case study of Lorestan Province)***

Afshin Motaghi Dastanai*
Asiye Sepahvand

E-mail: afshin_mottaghi@khu.ac.ir
E-mail: sepahasi@gmail.com

Received: 2024/01/12

Revised: 2024/09/15

Accepted: 2024/09/16

Doi: 10.22034/RJNSQ.2024.435263.1565

Abstract:

Political orientation among Iranian ethnicities is expected to increase due to the huge potential of virtual networks. According to this scenario, the present study analyzes the impacts of virtual networks with a future research approach that may change the political orientations of the Lur people in Lorestan province in the future. Therefore, the purpose of this study is to analyze the impact of virtual networks on the political orientations of the Lur people with a future research approach. The present study is applied, applied, and in terms of the combination (quantitative and qualitative). The statistical population of experts/experts and some people of Lur in Lorestan province. 30 experts were selected to use the useful sampling method, targeted, and theoretical saturation. For data collection and information, the questionnaire was used by the Questionnaire. Micmac software and software were used for data analysis. The results of the study showed that, given the amount of net effect, the convenient expression of political emotions and emotions (+15), the development of ethnic identity over a political party (+11), increased Lur's people's understanding of political issues (+9), Use to collect political information (+5), attachment of people to party and partyism (+5), a sense of closeness to partying among the people of Lur (+4), creating personal interests to political news (+4), repeated political use of social media (+3), creation of ethnic interests for current political affairs (+3) and ethnic participation in future voting and elections (+2), are the most important effects of virtual networks on the political orientations of people in Lorestan province. The results of this research can be used for future planning of the political issues of ethnic groups in the country.

Keywords: Virtual Networks, Political Orientation, Ethnicity, Lurs, Futures Research.

* Associate Professor of Political Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Ph.D. Student of Political Geography, Faculty of Geographical Sciences, Kharazmi University, Tehran, Iran.

آینده‌پژوهی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی (مورد مطالعه: استان لرستان)

نوع مقاله: پژوهشی

افشین متقی دستنایی*

آسیه سپهوند**

E-mail: afshin_mottaghi@khu.ac.ir

E-mail: sepahasi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۱۰/۲۲ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۶/۲۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۶/۲۶

چکیده

هدف این مطالعه واکاوی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها با رویکرد آینده‌پژوهی است. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش، آمیخته (کمی و کیفی) است. جامعه آماری کارشناسان/ خبرگان و برخی افراد لر در استان لرستان است که با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی و به‌صوت هدفمند ۳۰ کارشناس انتخاب شدند. برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات از پرسشنامه تأثیرات متقابل آینده‌پژوهی استفاده شد. جهت تحلیل اطلاعات از مدل ساختاری و نرم‌افزار Miacmac استفاده شد. نتایج پژوهش نشان داد بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی (+۱۵)، توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی (+۱۵)، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی (+۹)، جمع‌آوری اطلاعات سیاسی (+۵)، دل‌بستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی (+۵)، احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر (+۴)، ایجاد علائق شخصی به اخبار سیاسی (+۴)، استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی (+۳)، ایجاد علاقه لرها به امور جاری سیاسی (+۳) و شرکت اقوام در رأی‌گیری و انتخابات آتی (+۲) مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها در استان لرستان است. از نتایج این پژوهش می‌توان برای برنامه‌ریزی آینده‌نگر مباحث سیاسی قومیت‌های کشور استفاده نمود.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های مجازی، جهت‌گیری سیاسی، اقوام، لرها، آینده‌پژوهی.

مقدمه و بیان مسئله

زبان، مذهب و اقوام سه متغیر قدرتمند در انسجام سیاسی هستند. در بین این سه متغیر اقوام نقش پررنگ‌تری دارد؛ چراکه موضوع اقوام در سرفصل منافع ملی دارای جایگاه مهمی است (طولابی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۲: ۲)؛ به طوری که بحث اقوام یکی از مرتبط‌ترین عوامل اجتماعی و جمعیت‌شناختی است که توسعه بحث سیاسی را شکل می‌دهد (گالاندینی و فیلدوس، ۲۰۱۹: ۱۶۵). اقوام از حیاتی‌ترین مسائل یک کشور محسوب می‌شوند که هرچه دارای عوامل همبستگی بیشتری باشند، به همان مراتب وحدت و منشأ قدرت سیاسی و اقتصادی بالا بوده و راحت‌تر می‌توانند هویت ملی را تجلی دهند (فرجی و همکاران، ۱۳۹۴: ۲)؛ هرچند قومیت‌گرایی از پدیده‌های سیاسی عصر جدید است که پس از فروپاشی شوروی و روند شتاب‌زده‌ی جهانی شدن و ظهور گفتارهای پست‌مدرن، ابعاد وسیعی یافته (سیف‌الدینی، ۱۳۹۷: ۳۵)، توجه به قومیت‌ها در مباحث سیاسی بعد از پایان جنگ جهانی دوم بیشتر مطرح شده است (ماسون و گالبریت، ۲۰۱۳: ۵۴۳). امروزه نیز توجه به اقوام از مسائل مهم در مدیریت سیاسی فضایی-جغرافیایی است (افضلی و همکاران، ۱۴۰۲: ۳۳). از موضوعات مهمی که در شکل دادن و جهت‌گیری‌های سیاسی اقوام نقش مهمی دارد تأثیرگذاری شبکه‌های مجازی است (لیگلی و ماتسوبایاشی، ۲۰۰۹: ۸۲۴)؛ چراکه در مباحث سیاسی، نقش شبکه‌های مجازی موضوعی بسیار مهم برای محققان است (تریق و همکاران، ۲۰۲۲: ۸۱).

توسعه ساختار اینترنت و معرفی رسانه‌های اجتماعی علاقه بیشتری را به مطالعه رفتارهای سیاسی در شبکه مجازی برانگیخته است (لیشولتز، ۲۰۲۰: ۱۴۵). شبکه‌های مجازی به طور قابل توجهی بر رفتارها و نگرش‌های سیاسی شهروندان و قومیت‌ها تأثیر می‌گذارد (فاولر، ۲۰۰۵: ۲۶۹). از منظر جغرافیای سیاسی، فضای مجازی، هویت مبحث مهمی در شناسایی گروه‌های انسانی و ملت‌ها تلقی می‌شود که چگونگی حفظ و رشد آن قابل رهگیری است (آمره، ۱۳۹۹: ۱۵۷). بررسی نقش شبکه‌های مجازی و کسب اطلاعات سیاسی و تأثیرات آن می‌تواند بسیج و انطباق این شبکه‌ها با هنجارهای اجتماعی را مشخص کند (گالاندینی و فیلدوس، ۲۰۱۹: ۱۶۷). از سوی دیگر، نگرانی‌های زیادی وجود دارد که وجود فضای مجازی، شهروندان را از مشارکت سیاسی دور می‌کند و منجر به موجی از کاهش مشارکت در سیاست می‌شود. این امر نگرانی‌های عمده‌ای را در مورد آینده سیاسی دموکراتیک کشورها ایجاد می‌کند که ضروری است مورد بررسی قرار گیرد. در این بین، واکاوی و تشریح روندهای اصلی پیش‌بینی‌شده و واکاوی تأثیرات احتمالی و آینده‌نگر در بین قومیت‌های کشور و شناسایی تأثیرات آن در آینده اقوام کشور نیاز به

شناسایی بیشتر دارد. این کار به درک فرایندهای آینده‌نگر و جهت‌گیری سیاسی در آینده کمک خواهد کرد و زمینه‌های چشم‌انداز آینده جهت‌گیری‌های سیاسی قومیت‌ها را برای برنامه‌ریزان، تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران بیان و روشن می‌نماید.

ایران نیز کشوری است که ترکیب قومیتی آن از چند جزء مختلف تشکیل شده است (حافظ‌نیا و کاویانی، ۱۳۸۵: ۱۷). لرستان در غرب کشور، به‌عنوان منطقه مورد مطالعه این پژوهش در نظر گرفته شده است. این استان در هزاره سوم، دوم و اول قبل از میلاد تاکنون یکی از مراکز مهم تجمع لرها زبان بوده است. امروزه بیشتر ساکنان جمعیت منطقه لرستان را اقوام ایرانی تبار لر، لر لک، لر بختیاری و لر مینجایی تشکیل می‌دهند که از دیرباز در این منطقه زندگی کرده‌اند. امروزه لرها در مسائل سیاسی کشور ایران، نقش سیاسی پررنگی برعهده دارند و همانند سایر اقوام کشور، مشارکت سیاسی آن‌ها تحت تأثیر فضای مجازی و شبکه‌های مجازی قرار دارد. حال مسئله مهم در مورد تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها در آینده کشور و استان لرستان است؛ چراکه شبکه‌های مجازی و تأثیر آن‌ها در جهت‌گیری سیاسی و مشارکت سیاسی لرها در استان لرستان موضوع مهمی در تبیین آینده مسائل سیاسی آنان است. با توجه به اهمیت این مسئله، در پژوهش حاضر نیز به آینده‌پژوهی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها در استان لرستان پرداخته شده است؛ چراکه شناسایی این تأثیرات در آینده جهت برنامه‌ریزی لازم و ضروری است؛ بنابراین و با توجه به اهمیت این موضوع، هدف پژوهش حاضر آینده‌پژوهی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های آتی سیاسی لرها است.

پرسش پژوهش

مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های آتی سیاسی لرها در استان لرستان کدامند؟

چهارچوب نظری

امروزه جهان درگیر عصر جدید اطلاعات دیجیتال است و در حال حاضر، پدیده مجازی محبوبیت بیشتری پیدا کرده است (متقی دستنایی و همکاران، ۱۴۰۰: ۲۷۱)؛ به طوری که در دنیای معاصر، فناوری ارتباطی سریع، مدرن و تعاملی الگوهای جدیدی از بحث فضای مجازی را مطرح نموده است (خانزوده و ساردوه، ۲۰۱۹: ۱۶۵). فضای مجازی برای اولین بار توسط ویلیام گیمسبون (۱۹۸۲) نویسنده کانادایی رمان‌های علمی تخیلی مورد توجه قرار گرفت. محیط و فضای مجازی برای گیسون در حقیقت فضایی تخیلی است که از اتصال

رایانه‌هایی پدید آمده است (کبیری و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۳۵). در تعریف فضای مجازی آمده است که به دسته‌ای از فضای غیروقعی و اینترنتی گفته می‌شود که در آن بدون واسطه و با امکانات تعامل، اظهارنظر در پروفایل‌ها، ایجاد گروه‌های جدید، پیوستن به گروه‌ها و پرداختن به بحث و گفت‌وگو میسر است (راجاساکران و سیناپان، ۲۰۱۳: ۹۳). همچنین، فضای مجازی به‌عنوان محیطی برساخته از اطلاعات نامرئی تعریف شده که می‌تواند اشکال مختلفی به خود بگیرد (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۱: ۷۴). این فضای مجازی از طریق رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مردم را قادر می‌کند تا اطلاعات را پخش کنند، درباره آن اطلاعات بازخورد دریافت کنند و اطلاعات منتشرشده توسط دیگران را مشاهده کنند (تریق و همکاران، ۲۰۲۲: ۸۳). همچنین، فضای مجازی مفهوم شبکه‌های اجتماعی را ترویج می‌کند، جریان اطلاعات را تسریع می‌کند، انتشار محتوای تولیدشده توسط کاربر را تسهیل می‌کند و از این طریق باعث گسترش مرزهای اطلاعاتی می‌شود (آلمیدا، ۲۰۱۷: ۲۱).

اگرچه بحث‌های اولیه در مورد فضای مجازی در زمینه کسب‌وکار و بازاریابی انجام شد؛ اما این فضا همه زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، زیست‌محیطی و سیاسی را تحت‌تأثیر قرار داد (هالپرن و گیبز، ۲۰۱۳: ۱۱۶۱)؛ به‌طوری‌که در طول دهه گذشته، شبکه‌های مجازی به‌طور گسترده، به محلی برای اهداف و بحث‌های سیاسی و فعالیت‌های سیاسی تبدیل شده است (سروی و مارین لادو، ۲۰۲۱: ۲). در حال حاضر نیز شبکه‌های مجازی از مهم‌ترین وسایل موجود برای انتقال مفاهیم، جهت‌گیری و مشارکت سیاسی محسوب می‌شوند و همه نظام‌های سیاسی در تلاش هستند آن را در اختیار گرفته و بر آن نظارت کامل داشته باشند (شهرام‌نیا و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۹). از جمله مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی که در بستر فضای مجازی، از جمله در ایران، استفاده می‌شود می‌توان به پیام‌رسان‌هایی مانند وایبر، واتس‌آپ، تلگرام، اینستاگرام، لاین و برخی پیام‌رسان‌های داخلی مانند بله، سروش، ایتا و روبیکا اشاره کرد.

همچنین، افزایش شدید پذیرش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) کسب اطلاعات از طریق اشکال تعاملی رسانه‌های اجتماعی را برای مردم جهانی آسان‌تر کرده است (مایکلسن، ۲۰۱۱: ۲۱). نرم‌افزارهای رسانه‌های اجتماعی به ابزارهای ارتباطی مؤثر و تأثیرگذاری در مباحث سیاسی تبدیل شده‌اند (احمد، ۲۰۱۹: ۲۱۵). در مباحث سیاسی، بخش عمده‌ای از جمعیت کشورهای دنیا از طریق رسانه‌های اجتماعی به فعالیت‌های سیاسی می‌پردازند و همان‌طور که استفاده از رسانه‌های اجتماعی در فضای مجازی افزایش می‌یابد، آن‌ها از نظر سیاسی فعال‌تر می‌شوند (محمد و همکاران، ۲۰۲۲: ۵۸۱). در بستر فضای مجازی، فرایند شناختی منسجم از طریق تعامل با رسانه‌های اجتماعی، معیارهای اساسی دموکراسی مشورتی

را برآورده می‌کند (هالپرن و گیز، ۲۰۱۳: ۱۵۹)؛ بنابراین، تأثیر شبکه‌های مجازی بر مشارکت و جهت‌گیری سیاسی در یک دموکراسی مدرن، عاملی مهم و مورد نیاز است.

توسعه فضای مجازی، جامعه و افراد را در معرض محرک‌های سیاسی و اطلاعاتی قرار می‌دهد و نگرش‌ها، انتخاب‌ها و رفتارهای سیاسی افراد را شکل می‌دهد (فاولر، ۲۰۰۵: ۲۷۱). در برخی مواقع، مجالی برای شکل‌گیری اجتماع‌های جدیدی از کاربران نیز فراهم می‌کند که باعث هماهنگی و سازمان‌دهی بسیاری از اقدامات و کسب اطلاعات سیاسی می‌شود (ابولی و همکاران، ۱۴۰۱: ۷۱۳). همان‌طور که گالاندینی و فیلهوز (۲۰۱۹) نشان دادند، قومیت یکی از مرتبط‌ترین عوامل اجتماعی است که ایجاد و توسعه بحث سیاسی را شکل می‌دهد (گالاندینی و فیلهوز، ۲۰۱۹: ۱۷۰). برخی محققان معتقدند که فضای مجازی دسترسی اقوام به طیف وسیع‌تری از اطلاعات سیاسی را فراهم می‌کند (فوز و دی‌رویج، ۲۰۱۷: ۲۸۹). ازسوی دیگر، مشخص شده است که شبکه‌های مجازی تنوع مشارکت سیاسی در بین قومیت‌ها را کاهش می‌دهند (پاتنام، ۲۰۰۷: ۱۳۷). برخی شواهد در مورد تأثیر مثبت همگنی قومی بر توسعه فضای مجازی ارائه شده است تغییر می‌دهند، سطوح بالاتری از مشارکت را نشان داده‌اند (فیلهوز و کانس، ۲۰۰۸: ۵۳۰). با وجود نقش مهمی که قومیت در شکل‌گیری شبکه‌های بحث سیاسی ایفا می‌کند، نظریات کمی در مورد تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی قومیت‌ها ارائه شده است. البته اکثر نظریات ارائه‌شده در مورد تأثیر رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی بر مباحث سیاسی است تا جهت‌گیری سیاسی؛ باین حال، چند نظریه و رویکرد مهم در این رابطه وجود دارد که برخی از آن‌ها آورده شده است.

اول، دیدگاه جهت‌گیری اولیه: در این دیدگاه «مجموعه ویژگی‌های ساختاری، فرهنگی، شناختی و انگیزشی» هستند که جهت‌گیری اولیه مخاطب فضای مجازی به سمت مباحث سیاسی را شکل می‌دهند و این ویژگی‌ها بر پیام‌های دریافت‌شده تأثیر می‌گذارند (مک لئود و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۵). در این دیدگاه، ویژگی‌های ساختاری و انگیزه‌های استفاده از رسانه‌های اجتماعی علاقه سیاسی را در فرد ایجاد می‌کند (چن و چان، ۲۰۱۷: ۸۳). براساس این دیدگاه، هرچند شبکه‌های مجازی برای سرگرمی و ارتباط با دیگران استفاده می‌شوند، ولی ممکن است این شبکه‌ها به صورت ناخودآگاه، جهت‌گیری اولیه افراد به سمت مباحث سیاسی را شکل دهند (بوید، ۲۰۰۸: ۲۴۱)؛ از این رو، این دیدگاه پیش‌بینی می‌کند که نیات افراد برای استفاده از رسانه‌های اجتماعی متفاوت است، ولی استفاده از آن جهت‌گیری اولیه‌ای در آن‌ها را به وجود می‌آورد (باومگارتنر و موریس، ۲۰۱۰: ۲۵)؛ بنابراین، براساس این دیدگاه، شبکه‌های مجازی هرچند با هدف سرگرمی مورد استفاده قرار گیرند، ممکن است در مرحله اولیه جهت‌گیری سیاسی در افراد را تغییر دهد.

دوم، دیدگاه محرک: دیدگاه دوم، محرک‌های پیام‌های رسانه‌ای را نشان می‌دهد. همچنین، با کنترل انتخابی اولیه، فعالیت ذهنی افراد در تصمیم‌گیری را نشان می‌دهد (لی، ۲۰۱۷: ۵). تحقیقات مربوط به اثرات ارتباط سیاسی شواهد فراوانی را مشخص می‌کند که تأثیرات رسانه‌ای مشروط هستند و تأثیرات این شبکه‌ها به جهت‌گیری و قرار گرفتن در معرض محرک‌های محتوای رسانه‌ای بستگی دارند (مک لئود و همکاران، ۲۰۰۹: ۱۸) در این زمینه، ریچرت و پرینت (۲۰۱۷) نشان دادند که قرار گرفتن در معرض محتوای سیاسی در رسانه‌ها باعث تحریک بحث‌های سیاسی می‌شود و باعث بهبود آگاهی در امور سیاسی و اعتماد به نفس سیاسی خواهد شد (رایکرت و پرینت، ۲۰۱۷: ۱۱۶۲). همچنین، برخی محققان استفاده از فضای مجازی و رسانه‌ها را به‌عنوان محرکی برای تعامل سیاسی تشخیص داده‌اند. از همه مهم‌تر، روند روبه‌رشد استفاده از رسانه‌های مجازی به‌عنوان منبع اطلاعات، امور جاری و به اشتراک‌گذاری محتوای تولیدشده توسط کاربر، به‌ویژه در میان افراد جوان به‌عنوان یک محرک برای مشارکت در مباحث سیاسی معرفی شده است (کوشین و یاماموتو، ۲۰۱۳: ۵۵). بنابراین، براساس این دیدگاه، استفاده از شبکه مجازی به‌عنوان محرکی برای تعاملات سیاسی و جهت‌گیری سیاسی بیشتر در نظر گرفته شده است.

سوم، دیدگاه پاسخ: در این دیدگاه، پاسخ به‌عنوان پیامد رفتاری افراد توضیح داده شده و به‌عنوان مشارکت سیاسی شناسایی می‌شود (چو و همکاران، ۲۰۰۹: ۶۶). در این زمینه، اسکوریت و پور (۲۰۱۶) نشان دادند که مشارکت سیاسی افراد پاسخی است در برابر میزان استفاده و نحوه استفاده از این شبکه‌ها است (اسکوریت و ژو، ۲۰۱۶: ۴۱۶). محققان دیگری چون جیل‌دی ژانینگا و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که افراد جامعه دیدگاه‌های آنلاین و آفلاین مشارکت سیاسی را از طریق استفاده از فضای مجازی کسب می‌کنند و نیاز به مشارکت سیاسی پاسخی در برابر کاربرد شبکه‌های مجازی است (جیل‌دی ژانینگا و همکاران، ۲۰۱۲: ۳۲۰)؛ بنابراین، در این دیدگاه، مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین نتیجه رفتارهای ارتباطی (پاسخ) افراد از طریق استفاده از این شبکه‌ها را نشان می‌دهد و مشارکت سیاسی به‌طور مثبت تحت تأثیر سطح کارآمدی سیاسی قرار می‌گیرد.

شایان ذکر است ماهیت فضای مجازی شکل پیشرفته‌ای از رسانه‌ها را معرفی می‌کند که در آن افراد می‌توانند با بیان دیدگاه‌های سیاسی خود، درگیر سیاست شوند (تریق و همکاران، ۲۰۲۲: ۸۴). میزان استفاده از شبکه‌های مجازی میزان آگاهی از جناح‌بندی‌های سیاسی و قوانین انتخاباتی و تقسیمات کشوری را افزایش می‌دهد (کبیری و همکاران، ۱۳۹۸: ۲۴۵). همچنین، حضور افراد در فضای مجازی به‌طور قابل‌توجهی سطح کارآمدی سیاسی و قدرت حزبی و

میزان مشارکت سیاسی را در میان کاربران افزایش می‌دهد (افتیخار و همکاران، ۲۰۲۱: ۱۲۱). به همین دلیل است که در پژوهش حاضر نیز تأثیر استفاده از فضای مجازی بر جهت‌گیری سیاسی، کارآمدی سیاسی، بیان سیاسی، مشارکت سیاسی و حزب‌گرایی را پیش‌بینی نموده است. در شکل ۱ دسته‌بندی و کارکردهای فضای مجازی در جهت‌گیری سیاسی قومیت‌ها که در نهایت به توسعه سیاسی منجر می‌شود در قالب مدل مفهومی ارائه شده است.



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

پیشینه پژوهش

بررسی مطالعات در زمینه اثرات فضای مجازی بر جهت‌گیری سیاسی قومیت‌ها نشان داد که مطالعات کمی در این زمینه انجام گرفته است. با این حال، در لابه‌لای تحقیقات انجام گرفته، هر کدام از محققان از دیدگاه خود تأثیرات شبکه‌های مجازی بر مشارکت سیاسی را مورد بررسی قرار داده‌اند. در خارج از کشور، محققانی چون چن و چان (۲۰۱۷) معتقدند فضای مجازی از طریق تأثیر بر عواطف و احساسات شخصی، بیان سیاسی افراد را تقویت می‌کند. زولکپلی و همکاران (۲۰۱۸) در مطالعه خود نشان دادند که استفاده از فضای مجازی به استفاده هدفمند و مکرر اقوام از رسانه‌های اجتماعی به منظور جمع‌آوری اطلاعات سیاسی و ایجاد درک در مورد مسائل سیاسی کمک می‌کند و از این طریق، جهت‌گیری سیاسی آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گالاندینی و فیلدهوز (۲۰۱۹) در مطالعه خود نشان دادند که فضای مجازی از طریق بسیج و مشارکت رأی‌دهندگان بر جهت‌گیری سیاسی اقوام تأثیر می‌گذارد. لین (۲۰۲۰) معتقد است که رسانه‌های اجتماعی شهروندان را در فضای مجازی بسیج می‌کنند؛ جایی که محدودیت‌های بیان سیاسی توسط دولت‌ها دشوار است. اوهمه (۲۰۲۱) در بررسی اهمیت حزب‌گرایی و انتشار محتوای سیاسی در شبکه‌های مجازی نشان داد که فضای مجازی از طریق گرایش افراد به حزب‌گرایی بر جهت‌گیری سیاسی تأثیرگذار است. لو و لی (۲۰۲۱) با مطالعه ورودی فضای مجازی که بیشتر با استفاده از رسانه‌های اجتماعی آغاز می‌شود به این نتیجه رسیدند که فضای مجازی عامل تغییرات رفتار سیاسی افراد است. محمود و همکاران (۲۰۲۲) در پاکستان به بررسی اهمیت فضای مجازی در طراحی جهت‌گیری سیاسی جوانان پرداختند. از نظر آن‌ها، فضای مجازی جهت‌گیری سیاسی افراد را تعیین می‌کند. تارق و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه خود نشان دادند که فضای مجازی در رابطه با نقش رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های آنلاین و آفلاین اثربخشی سیاسی، مشارکت سیاسی و عوامل تعیین‌کننده‌ای را تشویق می‌کند.

در داخل کشور نیز محققانی چون رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای به بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و گسترش فرهنگ سیاسی دموکراتیک شهروندان پرداختند و به این نتیجه رسیدند که افزایش مدت‌زمان عضویت در شبکه‌های اجتماعی باعث بالا رفتن احتمال میزان گرایش به فرهنگ سیاسی دموکراتیک می‌شود. احمدپور ترکمانی و همکاران (۱۳۹۷) در تبیین جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه‌پذیری سیاسی نشان دادند که شبکه‌های مجازی در راستای جامعه‌پذیری سیاسی غیررسمی و به‌عبارتی، مغایر با آنچه جامعه‌پذیری سیاسی رسمی است، عمل می‌کنند.

جعفری (۱۴۰۰) در بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های مجازی بر مشارکت مدنی و سیاسی شهروندان نشان داد که شبکه‌های مجازی موردبررسی (تلگرام، اینستاگرام، فیسبوک و یوتیوب) بر مشارکت مدنی شهروندان تأثیرگذار است. اینستاگرام بیشترین و فیسبوک کمترین تأثیر را بر مشارکت شهروندان داشته است. ابولی و همکاران (۱۴۰۱) در بررسی تأثیر شبکه‌های مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران نشان دادند که بین استفاده از شبکه‌های مجازی و رفتار سیاسی شهروندان رابطه مثبت وجود دارد؛ هرچه میزان استفاده از شبکه‌های مجازی بیشتر شود، رفتار سیاسی افراد تغییر بیشتری می‌کند. کاظمی‌زاد حیدریاخی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی، تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان را موردبررسی قرار دادند و نشان دادند که راهبرد محافظه‌کارانه و راهبرد تدافعی در مدیریت فضای مجازی، تأثیر معکوس بر مشارکت سیاسی شهروندان دارد و راهبرد تهاجمی و راهبرد رقابتی در مدیریت فضای مجازی تأثیر مثبت بر مشارکت سیاسی شهروندان دارند؛ بنابراین و با توجه به مطالعات انجام‌شده می‌توان گفت که جهت‌گیری سیاسی پس‌زمینه‌ای برای استفاده از فضای مجازی است. فضای مجازی از طریق مفاهیم و عوامل ذکرشده مختلف جهت‌گیری سیاسی افراد را تعیین می‌کند.

روش تحقیق

پژوهش حاضر براساس هدف از نوع تحقیقات کاربردی است. از نظر روش انجام نیز جزء تحقیقات آمیخته (کمی و کیفی) است. ادبیات تحقیق از طریق مطالعه کتابخانه‌ای تدوین شده است. داده‌ها با استفاده از رویکرد آینده‌پژوهشی و پرسشنامه تأثیرات متقابل گردآوری شدند. برای انجام این امر، ابتدا از روش تحلیل محتوا برای شناسایی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی اقوام استفاده شد و برخی تأثیرات شبکه‌های مجازی که با لرها در استان لرستان (در افق ۱۴۱۲) سازگاری بیشتری داشتند بومی‌سازی و استفاده شد. در پرسشنامه آینده‌پژوهی، تأثیرات متقابل شش نوع تأثیرات کلی و ۲۲ تأثیر خرد شبکه مجازی با رویکرد آینده‌نگرانه بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها تهیه شد. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل برخی از کارشناسان مسائل سیاسی و اجتماعی، خبرگان و افراد لر در استان لرستان است که از شبکه‌های مجازی در جهت اهداف سیاسی استفاده می‌کنند. با توجه به نوع تحقیق به صورت نمونه‌گیری غیراحتمالی و هدفمند و با اشباع نظری، ۳۰ کارشناس برای پاسخگویی به سؤالات انتخاب شدند. بعد از گردآوری اطلاعات جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل ساختاری و نرم‌افزار



میکم استفاده شد و نتایج تحلیل‌ها به صورت خروجی از تصاویر و جداول ارائه شد. روایی ابزار سنجش که پرسشنامه اثرات متقابل بوده با استفاده از روایی صوری و با نظر چند کارشناس تأیید شد. در جدول ۱ با روش تحلیل محتوا، تأثیرات شبکه‌های مجازی به همراه اثرات خرد (شاخص‌ها) آورده شده است.

جدول شماره ۱. عناصر تأثیر شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی

اثرات کلی	اثرات خرد
علاقه سیاسی	ایجاد علاقه شخصی به اخبار سیاسی
	ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی
	افزایش علاقه با رصد دقیق فعالیت‌های سیاسی قوم
	جست‌وجوی بیشتر اطلاعات سیاسی از طریق ارتباطات روزمره
استفاده از رسانه‌های اجتماعی	استفاده سیاسی هدفمند از رسانه‌های اجتماعی
	استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی
	استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی
کارآمدی سیاسی	افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی
	افزایش توانایی فرد در مورد کارآمدی سیاسی خود
	درک فعالیت‌های سیاسی
	مشارکت کارآمد در فعالیت‌های سیاسی
بیان سیاسی	تقویت بیان رسانه‌ای و مجازی
	بیان بدون ترس سیاست شخصی / فردی
	بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی
حزب‌گرایی	توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی
	احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر
	دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی
	سطح ارتباط خود با یک حزب سیاسی
مشارکت سیاسی	شرکت در نظرسنجی سیاسی
	شرکت اقوام در کمپین و گروه‌های سیاسی
	پیوستن اقوام به جلسات مجازی سیاسی
	شرکت اقوام در رأی‌گیری و انتخابات آتی

(منبع: یافته‌های پژوهش، ۱۴۰۲)

یافته‌های پژوهش

بررسی مشخصات فردی کارشناسان نشان داد که ۶۰ درصد پاسخگویان مرد و مابقی زن بوده‌اند. ۷۰ درصد آن‌ها نیز متأهل بوده‌اند. وضعیت تحصیلات ۵۰ درصد آن‌ها

دکتر بوده است. ۳۶/۷ درصد آن‌ها بین ۳۰ تا ۴۰ سال داشته‌اند. رشته تحصیلی پاسخگویان مختلف بوده و شامل جغرافیا، علوم سیاسی، جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی بوده است. از نظر سابقه کار یا فعالیت پژوهشی، ۵۶ درصد پاسخگویان بین ۵ تا ۱۰ سال سابقه داشته‌اند (جدول ۲).

جدول شماره ۲. ویژگی‌های فردی و زمینه‌ای کارشناسان

جنسیت	وضعیت تأهل		وضعیت تحصیلات		تعداد	
	مرد	زن	متاهل	مجرد		فوق لیسانس
۱۸	۱۲	۲۱	۹	۵	۱۵	
۶۰	۴۰	۷۰	۳۰	۱۶/۷	۵۰	
سن (سال)						
زیر ۳۰ سال	۳۰ تا ۴۰ سال	۴۱ تا ۵۰	۵۰ به بالا			
۱۰	۱۱	۶	۳			
۳۳/۳	۳۶/۷	۲۰	۱۰			
رشته تحصیلی						
جغرافیا		علوم سیاسی	جامعه‌شناسی	علوم اجتماعی		
۱۱		۸	۶	۵		
۳۶/۷		۲۶/۷	۲۰	۱۶/۶		
سابقه کار یا فعالیت پژوهشی (سال)						
زیر ۵ سال		۵ تا ۱۰ سال		۱۰ سال به بالا		
۹		۱۷		۴		
۳۰		۵۶/۷		۱۳/۳		

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

آینده پژوهی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها در افق ۱۴۱۲
 برای شناسایی تأثیرات فضای مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها، میزان تأثیرگذاری یا تأثیرپذیری عوامل شناسایی شده بررسی شد. ابعاد ماتریس تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی در ابعاد ۲۲*۲۲ تنظیم شده است. درجه پرشدگی ماتریس ۹۵/۴ درصد است که نشان می‌دهد متغیرهای انتخابی تأثیر زیادی بر روی هم گذاشته‌اند. از مجموع ۴۶۲ رابطه در این ماتریس ۲۲ رابطه با مقدار صفر وجود دارد که نشان‌دهنده عدم تأثیر بوده است. عدد دوازده رابطه یک بوده که تأثیر کم را نشان می‌دهد؛ عدد ۱۷۶ رابطه دو و رابطه تأثیرگذار به نسبت قوی بوده است؛ عدد ۲۷۴ رابطه سه بوده که تأثیرات کلیدی بسیار زیاد را نشان می‌دهد و از تأثیرگذاری و تأثیرپذیری زیادی برخوردار بوده‌اند. رابطه‌ای با مقدار P وجود نداشته که نشان‌دهنده روابط پتانسیلی و غیرمستقیم عامل‌ها است (جدول ۳).



جدول شماره ۳. تحلیل داده‌های ماتریس و تأثیرات متقاطع

اطلاعات ماتریس	مقدار (تأثیر شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی)
ابعاد ماتریس	۲۲
تعداد تکرار	۲
تعداد صفر	۲۲
تعداد یک	۱۲
تعداد دو	۱۷۶
تعداد سه	۲۷۴
تعداد P	۰
جمع	۴۶۲
درجه پرشدگی	٪۹۵,۴

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

پایداری ماتریس (جدول ۴) نشان می‌دهد که در چرخش اول، ضریب تأثیرگذاری شاخص‌ها ۹۶ درصد است. ضریب وابستگی آن‌ها برابر با ۹۵ درصد است؛ در چرخش دوم، ضریب تأثیر وابستگی برابر با ۱۰۰ درصد است که نمایانگر پایداری ۱۰۰ درصد شاخص‌های مربوط به ماتریس تأثیرات شبکه مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها بوده است.

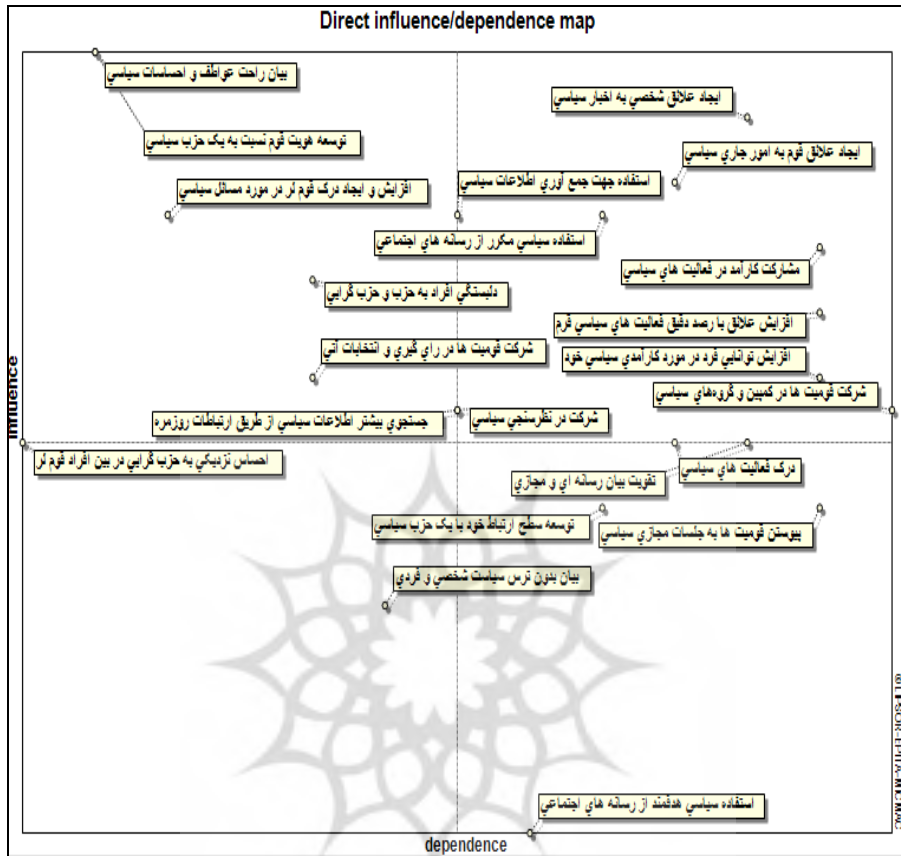
جدول شماره ۴. پایداری ماتریس (تأثیرات شبکه مجازی)

تعداد تکرار	تأثیر	وابستگی
۱	٪۹۶	٪۹۵
۲	٪۱۰۰	٪۱۰۰

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

۱- تأثیرات مستقیم متغیرها

بعد از تحلیل داده‌های ماتریس اولیه و پایداری ماتریس، به بررسی تأثیرات مستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها پرداخته شد. خروجی نقشه پراکندگی تأثیرات مستقیم در شکل (۲) نشان داد که ۲۲ تأثیر مختلف شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی دیده می‌شود. خروجی تأثیرات مستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی نشان می‌دهد که از ۲۲ متغیر، بیشترین تعداد متغیرها مربوط به متغیرهای تأثیرگذار و متغیرهای چندوجهی (۱۴ متغیر) بوده است.



شکل شماره ۲. نقشه وضعیت اثرگذاری مستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی

در تأثیر مستقیم متغیرها نسبت به یکدیگر از ۰ تا ۳ آورده شده است. آن مقدار تأثیری که یک متغیر از متغیر دیگر می‌پذیرد به‌عنوان تأثیرپذیری و آن مقدار تأثیری که یک متغیر بر متغیر دیگر می‌گذارد به‌عنوان تأثیرگذاری ثبت شده است. مقدار تأثیری که تک تک متغیرها بر یکدیگر می‌گذارند توسط نرم‌افزار میک‌مک به توان‌های مختلف رسیده است که مجموع آن‌ها مقدار کمی تأثیرپذیری یا تأثیرگذاری را تشکیل می‌دهد. نتایج اثرگذاری مستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها به لحاظ تأثیرگذاری به‌صورت جدول ۵ قابل‌ارائه خواهد بود. در این راستا، با توجه به ۲۲ نوع تأثیر بررسی شده، متغیرهای توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی (۶۳)، بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی (۶۳)، ایجاد علائق شخصی به اخبار سیاسی (۶۱)،



ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی (۵۹)، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی (۵۸)، استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی (۵۸)، جمع‌آوری اطلاعات سیاسی (۵۸)، مشارکت کارآمد در فعالیت‌های سیاسی (۵۷)، دلبستگی افراد به حزب (۵۶) و افزایش علائق با رصد دقیق فعالیت‌های سیاسی قوم (۵۵) به ترتیب بالاترین ارزش ستونی محاسبه شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری مستقیم بر دیگر متغیرها بوده‌اند. به عبارتی، مهم‌ترین ویژگی این متغیرها، تأثیرپذیری پایین و تأثیرگذاری بالاست. بررسی تأثیرگذاری خالص مستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها در استان لرستان نیز نشان داد که بیشترین اثرات خاص مربوط به متغیرهایی چون بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی (۱۵+)، توسعه هویت قوم لر نسبت به یک حزب سیاسی (۱۵+)، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی (۹+)، دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی (۵+)، جمع‌آوری اطلاعات سیاسی (۵+)، ایجاد علائق شخصی به اخبار سیاسی (۴+)، احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر (۴+)، ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی (۳+)، استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی (۳+) و شرکت لرها در رأی‌گیری و انتخابات آتی (۲+) بوده و این تأثیرات بیشترین تأثیرگذاری خالص مستقیم را بر جهت‌گیری سیاسی قوم لر داشته‌اند.

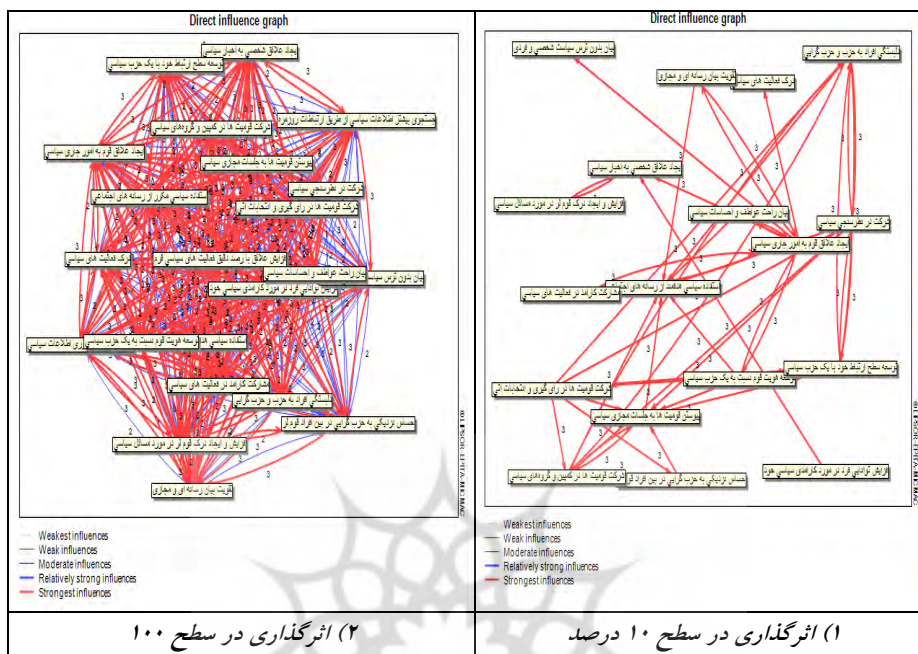
جدول شماره ۵. اثرات مستقیم شبکه مجازی بر جهت‌گیری سیاسی قوم لر

تأثیرگذاری خالص	تأثیرپذیری	تأثیرگذاری	نوع متغیر	تأثیر
+۴	۵۷	۶۱	دووجهی (هدف)	ایجاد علائق شخصی به اخبار سیاسی
+۳	۵۶	۵۹	دووجهی (هدف)	ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی
-۳	۵۸	۵۵	دووجهی (ریسک)	افزایش علائق با رصد دقیق فعالیت‌های سیاسی قوم
-۱	۵۳	۵۲	مستقل	جست‌وجوی بیشتر اطلاعات سیاسی از طریق ارتباطات روزمره
-۱۵	۵۴	۳۹	وابسته	استفاده سیاسی هدفمند از رسانه‌های اجتماعی
+۳	۵۵	۵۸	دووجهی (هدف)	استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی
+۵	۵۳	۵۸	دووجهی (هدف)	استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی
+۹	۴۹	۵۸	دووجهی	افزایش و ایجاد درک لرها از

			(ریسک)	مسائل سیاسی
-۵	۵۸	۵۳	دووجهی (ریسک)	افزایش توانایی فرد در مورد کارآمدی سیاسی خود
-۵	۵۶	۵۱	تأثیرپذیر (وابسته)	درک فعالیت‌های سیاسی
-۱	۵۸	۵۷	دووجهی (ریسک)	مشارکت کارآمد در فعالیت‌های سیاسی
-۶	۵۷	۵۱	دووجهی (هدف)	تقویت بیان رسانه‌ای و مجازی
-۶	۵۲	۴۶	مستقل	بیان بدون ترس سیاست شخصی و فردی
+۱۵	۴۸	۶۳	تأثیرگذار	بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی
+۱۵	۴۸	۶۳	تأثیرگذار	توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی
+۴	۴۷	۵۱	تأثیرگذار	احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر
+۵	۵۱	۵۶	تأثیرگذار	دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی
-۶	۵۵	۴۹	تأثیرپذیر (وابسته)	سطح ارتباط خود با یک حزب سیاسی
-۱	۵۳	۵۲	دووجهی (ریسک)	شرکت در نظرسنجی سیاسی
-۷	۵۹	۵۲	دووجهی (هدف)	شرکت اقوام در کمپین و گروه‌های سیاسی
-۹	۵۸	۴۹	تأثیرپذیر (وابسته)	پیوستن اقوام به جلسات مجازی سیاسی
+۲	۵۱	۵۳	تأثیرگذار	شرکت اقوام در رای‌گیری و انتخابات آتی
-	۱۱۸۶	۱۱۸۶		مجموع

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

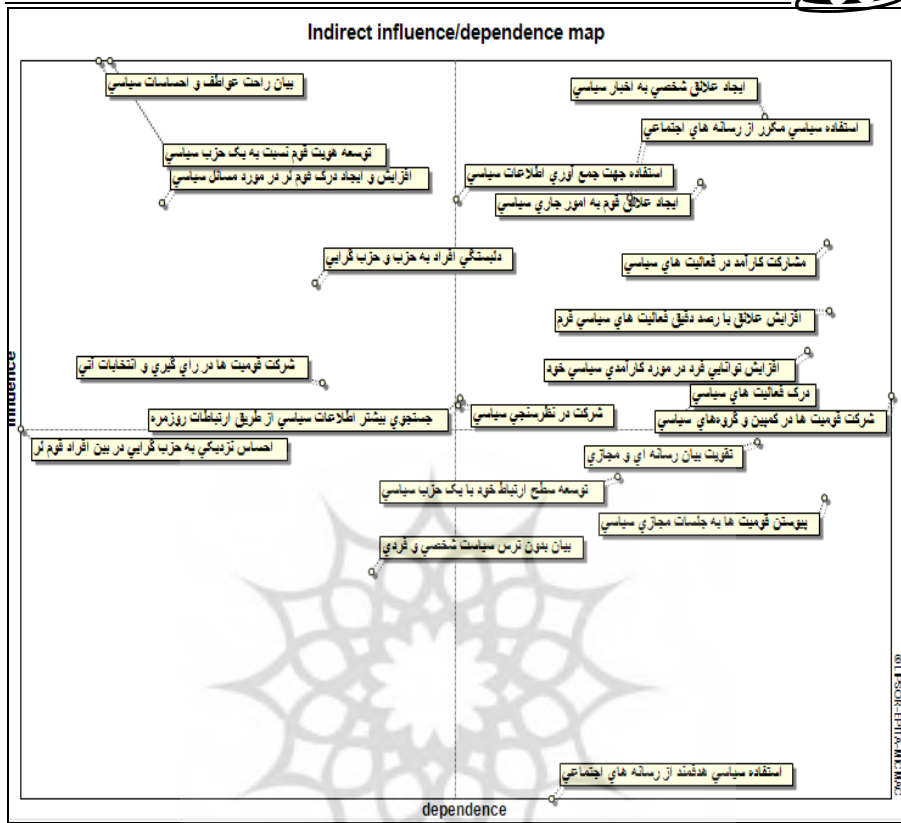
براساس نتایج شکل ۳ تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها و براساس نقشه روابط مستقیم بین متغیرها تأثیرات بسیار ضعیف تا بسیار قوی نشان داده شده است. در این نقشه تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی به لحاظ تأثیرگذاری به صورتی که در جدول (۵) ارائه شده نیز آمده است.



شکل شماره ۳. نقشه روابط مستقیم تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی

۲- تأثیرات غیرمستقیم متغیرها

در بررسی اثرات غیرمستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها مطابق شکل (۴) که نقشه وضعیت اثرگذاری غیرمستقیم را نشان می‌دهد، مشاهده می‌شود که بیشترین توزیع و پراکندگی اثرگذاری غیرمستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها را متغیرهای تأثیرگذار و متغیرهای دوجهی تشکیل می‌دهند. پراکندگی تأثیرات غیرمستقیم متغیرها نیز شبیه به پراکندگی تأثیرات مستقیم است. با این حال، برخی متغیرهای دوجهی اثرات غیرمستقیم بیشتری نسبت به برخی متغیرهای تأثیرگذار داشته‌اند. همچنین، فقط یک متغیر مستقل در این نقشه وجود دارد.



شکل شماره ۴. نقشه وضعیت اثرگذاری غیرمستقیم شبکه مجازی بر جهت‌گیری سیاسی

بررسی وضعیت اثرگذاری غیرمستقیم شبکه مجازی بر جهت‌گیری سیاسی نشان می‌دهد که از ۲۲ تأثیر در نظر گرفته‌شده بیشترین تأثیر به‌ترتیب مربوط به متغیرهای دوجهی و تأثیرگذار است (جدول ۶). از نظر تأثیرات غیرمستقیم بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی (۱۸۱۴۱۰)، توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی (۱۸۱۴۱۰)، ایجاد علایق شخصی به اخبار سیاسی (۱۷۶۳۰۲)، ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی (۱۷۰۳۵۹)، استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی (۱۶۸۹۴۹)، استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی (۱۶۸۷۹۳)، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی (۱۶۸۴۶۴)، مشارکت کارآمد در فعالیت‌های سیاسی (۱۶۴۸۲۱)، دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی (۱۶۱۱۶۶) و افزایش علایق با رصد دقیق فعالیت‌های سیاسی قوم (۱۵۸۶۲۷) به‌ترتیب بالاترین ارزش ستونی محاسبه‌شده و دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری غیرمستقیم بر جهت‌گیری سیاسی لرها را داشته‌اند.



بررسی تأثیرگذاری خالص غیرمستقیم شبکه مجازی نیز نشان داد که بیشترین اثرات خالص غیرمستقیم مربوط به متغیرهای بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی (+۴۱۹۴۴)، توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی (+۴۱۵۰۵)، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی (+۲۶۵۴۲)، استفاده جهت جمع آوری اطلاعات سیاسی (+۱۵۴۴۴)، دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی (+۱۳۳۰۶)، احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر (+۱۱۴۲۲)، ایجاد علایق شخصی به اخبار سیاسی (+۱۰۹۵۶) استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی (+۸۸۵۴)، ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی (+۷۵۱۹) و شرکت اقوام در رأی‌گیری (+۳۹۱۹) بوده و به ترتیب دارای بیشترین میزان تأثیرگذاری خالص غیرمستقیم بر جهت‌گیری سیاسی قوم لر بوده‌اند.

جدول شماره ۶. اثرات غیرمستقیم شبکه مجازی بر جهت‌گیری سیاسی

تأثیرگذاری خالص	تأثیر پذیری	تأثیرگذاری	تأثیر
+۱۰۹۵۶	۱۶۵۳۴۶	۱۷۶۳۰۲	ایجاد علایق شخصی به اخبار سیاسی
+۷۵۱۹	۱۶۲۸۴۰	۱۷۰۳۵۹	ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی
-۹۲۱۹	۱۶۷۸۴۶	۱۵۸۶۲۷	افزایش علایق با رصد دقیق فعالیت‌های سیاسی قوم
-۲۸۴۲	۱۵۳۴۹۹	۱۵۰۶۵۷	جست‌وجوی بیشتر اطلاعات سیاسی از طریق ارتباطات روزمره
-۴۲۹۲۵	۱۵۷۰۵۶	۱۱۴۱۳۱	استفاده سیاسی هدفمند از رسانه‌های اجتماعی
+۸۸۵۴	۱۶۰۰۹۵	۱۶۸۹۴۹	استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی
+۱۵۴۴۴	۱۵۳۳۴۹	۱۶۸۱۷۳	استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی
+۲۶۵۴۲	۱۴۱۹۲۲	۱۶۸۴۶۴	افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی
-۱۲۰۰۸	۱۶۶۹۹۶	۱۵۴۹۸۸	افزایش توانایی فرد در مورد کارآمدی سیاسی خود
-۱۲۹۴۵	۱۶۱۹۸۶	۱۴۹۰۳۲	درک فعالیت‌های سیاسی
-۲۹۲۸	۱۶۷۷۴۹	۱۶۴۸۲۱	مشارکت کارآمد در فعالیت‌های سیاسی
-۱۸۳۶۴	۱۶۵۰۴۷	۱۴۶۶۸۳	تقویت بیان رسانه‌ای و مجازی
-۱۵۲۲۰	۱۵۰۰۵۹	۱۳۴۸۳۹	بیان بدون ترس سیاست شخصی و فردی
+۴۱۹۴۴	۱۳۹۴۶۶	۱۸۱۴۱۰	بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی
+۴۱۵۰۵	۱۳۹۹۰۵	۱۸۱۴۱۰	توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی
+۱۱۴۲۲	۱۳۶۴۴۲	۱۴۷۸۶۴	احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر
+۱۳۳۰۶	۱۴۷۸۶۰	۱۶۱۱۶۶	دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی
-۱۶۰۹۹	۱۵۹۶۲۳	۱۴۳۵۲۴	سطح ارتباط خود با یک حزب سیاسی
-۳۴۰۸	۱۵۳۴۲۶	۱۵۰۰۱۸	شرکت در نظرسنجی سیاسی

استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌ها، استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی و مشارکت در فعالیت‌های سیاسی به ترتیب در رتبه اول تا هشتم تأثیرگذاری مستقیم قرار گرفته‌اند و بیشترین سهم را در اثرگذاری شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی داشته‌اند.

از نظر تأثیرات غیرمستقیم (سمت راست) متغیرهای شرکت اقوام در کمپین و گروه‌های سیاسی، افزایش علایق با رصد دقیق فعالیت‌های سیاسی قوم، مشارکت کارآمد در فعالیت‌های سیاسی، پیوستن اقوام به جلسات مجازی سیاسی، افزایش توانایی فرد در مورد کارآمدی سیاسی خود، ایجاد علایق شخصی به اخبار سیاسی، تقویت بیان رسانه‌ای و مجازی و ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی به ترتیب در رتبه اول تا هشتم تأثیرگذاری غیرمستقیم شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی قوم لر قرار گرفته‌اند.

Classify variables according to their influences

Rank	Variable	Variable
1	هو اطف و اح - 14	هو اطف و اح - 14
2	هویت قومی - 15	هویت قومی - 15
3	علایق شخصی - 1	علایق شخصی - 1
4	علایق قومی - 2	علایق قومی - 2
5	سیاسی مکرر - 6	سیاسی مکرر - 6
6	جمع آوری - 7	جمع آوری - 7
7	ایجاد درک - 8	ایجاد درک - 8
8	مشارکت کار - 11	مشارکت کار - 11
9	دلبسته حزب - 17	دلبسته حزب - 17
10	رصد فعالیت - 3	رصد فعالیت - 3
11	توانایی فر - 9	توانایی فر - 9
12	انتخابات - 22	انتخابات - 22
13	اطلاعات رو - 4	کمیون - 20
14	نظرسنجی - 19	اطلاعات رو - 4
15	کمیون - 20	نظرسنجی - 19
16	درک فعالیت - 10	درک فعالیت - 10
17	بیان رسانه - 12	حساس حزب - 16
18	حساس حزب - 16	بیان رسانه - 12
19	ارتباط حزب - 18	ارتباط حزب - 18
20	جلسات مجاز - 21	جلسات مجاز - 21
21	بدون ترس - 13	بدون ترس - 13
22	هذهنند - 5	هذهنند - 5

شکل شماره ۶. تأثیرات مستقیم (سمت چپ) و غیرمستقیم (سمت راست) شبکه‌های مجازی بر

جهت‌گیری سیاسی

در بخش آخر تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها شناسایی شد. برای شناسایی تأثیرات نهایی از مقدار اثرگذاری خالص (+) استفاده می‌شود. با توجه به

مقدار اثرگذاری خالص مستقیم و غیرمستقیم (خالص مستقیم و خالص غیرمستقیم) یافته‌ها نشان داد که مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی لرها در بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی (۱۵+ و ۴۱۹۴۴+)، توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی (۱۵+ و ۴۱۵۰۵+)، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی (۹+ و ۲۶۵۴۲+)، استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی (۵+ و ۱۵۴۴۴+)، دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی (۵+ و ۱۳۳۰۶+)، احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر (۴+ و ۱۱۴۲۲+)، ایجاد علایق شخصی به اخبار سیاسی (۴+ و ۱۰۹۵۶+)، استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی (۳+ و ۸۸۵۴+)، ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی (۳+ و ۷۵۱۹+) و شرکت اقوام در رأی‌گیری و انتخابات (۲+ و ۳۹۱۹+) مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی در استان لرستان است که در مباحث سیاسی آتی لازم است به این تأثیرات کلیدی توجه جدی شود.

جدول شماره ۷. تأثیرات نهایی شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری سیاسی قوم لر

اولویت	تأثیرات نهایی	تأثیرگذاری خالص مستقیم	تأثیرگذاری خالص غیرمستقیم
۱	بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی	+۱۵	+۴۱۹۴۴
۲	توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی	+۱۵	+۴۱۵۰۵
۳	افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی	+۹	+۲۶۵۴۲
۴	استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی	+۵	+۱۵۴۴۴
۵	دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی	+۵	+۱۳۳۰۶
۶	احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر	+۴	+۱۱۴۲۲
۷	ایجاد علایق شخصی به اخبار سیاسی	+۴	+۱۰۹۵۶
۸	استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی	+۳	+۸۸۵۴
۹	ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی	+۳	+۷۵۱۹
۱۰	شرکت اقوام در رأی‌گیری و انتخابات آتی	+۲	+۳۹۱۹

(منبع: یافته‌های تحقیق، ۱۴۰۲)

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در مباحث توسعه سیاسی و امنیتی هر کشور، اقوام نقش پررنگ‌تری دارند؛ چراکه موضوع اقوام در سرفصل منافع ملی کشور دارای جایگاه مهمی است. هرچه اقوام دارای عوامل همبستگی بیشتری باشند، به همان مراتب وحدت و منشأ قدرت سیاسی و اقتصادی بالا بوده و سهل‌تر می‌توان هویت ملی را تجلی داد؛ از این‌رو، سیاست‌های مدیریت اقوام از مسائل مهم در مدیریت سیاسی فضایی-جغرافیایی کشور است. از موضوعات مهمی که در شکل‌دادن و جهت‌گیری‌های سیاسی قومیت‌ها نقش مهمی دارد تأثیرگذاری شبکه‌های مجازی است. شبکه‌های مجازی از سویی، می‌توانند به‌عنوان عوامل تسهیل مردم‌سالاری تصور شوند؛ از سوی دیگر، این نگرانی وجود دارد که شبکه‌های مجازی با تأثیرات خود، آینده سیاسی اقوام کشور را تحت تأثیر منفی قرار دهند؛ در واقع، جهت‌گیری سیاسی می‌تواند تحت تأثیر شبکه‌های مجازی قرار گیرد و این شبکه‌های مجازی جهت‌گیری سیاسی را دچار تغییر و تحول کنند. براساس این سناریو، تحقیق حاضر تأثیرات شبکه‌های مجازی را با رویکرد آینده‌پژوهی واکاوی می‌کند که ممکن است جهت‌گیری‌های سیاسی لرها در استان لرستان را در آینده را تغییر دهد.

یکی از مهم‌ترین مراکز تجمع اقوام لر ایرانی، منطقه زاگراس است. اکثر ساکنان رشته‌کوه زاگراس را اقوام ایرانی تبار لر، لر لک، لر بختیاری و سایر اقوام تشکیل می‌دهند؛ از این‌رو، این مطالعه به واکاوی تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها با رویکرد آینده‌پژوهی پرداخته است. در این پژوهش ۲۲ تأثیر عمده شبکه‌های مجازی با رویکرد آینده‌نگر به‌عنوان تأثیرات شبکه‌های مجازی بر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها و در بازه ده‌ساله، با توجه به شرایط کنونی لرها و نقش آن‌ها در تحولات سیاسی کشور مطرح شد و مورد بحث قرار گرفت.

نتایج تحقیق با روش تحلیل محتوا منجر به شناسایی شش تأثیر کلیدی/ کلی علایق سیاسی، استفاده از رسانه‌های اجتماعی، کارآمدی سیاسی، بیان سیاسی، حزب‌گرایی و مشارکت سیاسی شد. نتایج تأثیرات خرد شبکه‌های مجازی بر ابعاد و عناصر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها در استان لرستان نشان داد که بیان راحت عواطف و احساسات سیاسی، توسعه هویت قوم نسبت به یک حزب سیاسی، افزایش و ایجاد درک لرها از مسائل سیاسی، استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات سیاسی، دلبستگی افراد به حزب و حزب‌گرایی، احساس نزدیکی به حزب‌گرایی در بین افراد لر، ایجاد علایق

شخصی به اخبار سیاسی، استفاده سیاسی مکرر از رسانه‌های اجتماعی، ایجاد علاقه به امور جاری سیاسی و شرکت اقوام در رأی‌گیری و انتخابات آتی مهم‌ترین تأثیرات شبکه‌های مجازی بر ابعاد و عناصر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها است که لازم است در برنامه‌ریزی سیاسی کشور، مورد توجه قرار گیرند. با استفاده از تأثیرات شبکه‌های مجازی بر ابعاد و عناصر جهت‌گیری‌های سیاسی لرها می‌توان سناریوهای آینده‌نگر و پیش‌نیازهای چشم‌انداز جهت‌گیری‌های سیاسی لرها در افق ۱۴۱۲ کشور را ارائه داد. امید است مباحث این پژوهش نه تنها مورد توجه محققان، خوانندگان و مسئولان مرتبط قرار گیرد، بلکه از عنایت کارگزاران و برنامه‌ریزان توسعه سیاسی و کلیه علاقه‌مندان به مسائل سیاسی در ایران برخوردار شود.

منابع

- آمره، محمد (۱۳۹۹). «مفهوم هویت ملی از منظر جغرافیای سیاسی فضای مجازی»، *فصلنامه مطالعات ملی*. ۲۱ (۸۲): ۱۵۷-۱۷۴.
- ابولی، عابدین؛ حقیقی، علی محمد؛ زارعی، غفار (۱۴۰۱). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران»، *فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)*. ۱۲ (۴۶): ۷۱۲-۷۳۲.
- احمدپورترکمانی، بابک؛ ازکیا، مصطفی؛ ساروخانی، باقر (۱۳۹۷). «تیین جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه‌پذیری سیاسی»، *مجله جهانی رسانه*. ۱۳ (۱): ۶۶-۹۲.
- افضل‌ی، رسول؛ محمودی، ابوالقاسم؛ باقری، علی (۱۴۰۲). «تبیین سیاست‌های قومی جمهوری اسلامی ایران در فیلم‌های عامه‌پسند با استفاده از روش تحلیل محتوا»، *فصلنامه بین‌المللی ژئوپلیتیک*. ۱۹ (۶۹): ۳۳-۶۸.
- جعفری، علی (۱۴۰۰). «تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت مدنی شهروندان (مطالعه موردی: شهروندان بالای ۱۸ سال اردبیل)». *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۷ (۲۷): ۲۶۵-۲۴۱.
- حافظ‌نیا، محمدرضا؛ کاویانی، مراد (۱۳۸۵). «نقش هویت قومی در همبستگی ملی (مطالعه موردی قوم بلوچ)»، *مجله پژوهشی دانشگاه اصفهان*. ۲۰ (۱): ۱۵-۴۶.
- خانیکی، هادی؛ بابائی، محمود (۱۳۹۱). «تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنشگران فضای سایبر ایران»، *فصلنامه علوم اجتماعی*. ۱۹ (۵۶): ۱۱۶-۷۳.
- رهبرقاضی، محمودرضا؛ آشنایی، سهیلا؛ شهریاری، اعظم (۱۳۹۶). «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های مجازی و گسترش فرهنگ سیاسی دموکراتیک: مطالعه موردی شهروندان شهر اصفهان»، *سیاست‌گذاری عمومی*. ۳ (۲): ۲۱۷-۲۳۳.
- سیف‌الدینی، حسین (۱۳۹۷). «درآمدی بر زمینه‌های مارکسیستی طرح مسئله ملی در ایران ۱۳۰۰-۱۳۵۸». *فصلنامه مطالعات ملی*. ۱۹ (۷۳): ۳۵-۵۶.
- شهرام‌نیا، امیرمسعود؛ ابراهیمی‌پور، حوا؛ محموداوغلی، رضا؛ ملکان، مجید (۱۳۹۶). «سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران»، *جامعه‌شناسی کاربردی*. ۲۸ (۱):



۱۹-۳۲

- طولابی نژاد، مهرشاد؛ سپهوند، آسیه؛ طولابی نژاد، مانیا (۱۴۰۲). «عوامل مؤثر بر تعاملات، اتحاد و همدلی اقوام زاگرس نشین»، *اولین همایش ملی مشترکات زاگرس نشینان*. خرم آباد. دانشگاه لرستان. ۱۳ و ۱۴ اردیبهشت ۱۴۰۲.
- فرجی، بهرام؛ حسینی، سید مهدی؛ کرامت، محمدقلی (۱۳۹۴). عوامل همگرایی ملی اقوام و تأثیر آن بر امنیت پایدار جمهوری اسلامی ایران، هشتمین کنگره انجمن ژئوپلیتیک ایران؛ همدلی اقوام ایرانی انسجام و اقتدار ملی. سنندج.
- کاظمی زاد حیدر باغی، علیرضا؛ احمدی سفیدان، حسین؛ جوان پور هروری، عزیز؛ شاکری، احسان (۱۴۰۲). «تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان»، *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*. ۷ (۲۶): ۱۸۵-۲۱۸.
- کبیری، افشار؛ سعادت، موسی؛ قاسمی، الناز (۱۳۹۸). «بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان»، *مطالعات رسانه‌های نوین*. ۵ (۱۹): ۲۶۰-۲۳۱.
- متقی دستنایی، افشین؛ احمدی نوح‌دانی، سیروس؛ شفیع، بابک (۱۴۰۰). «تبیین نقش شبکه‌های اجتماعی سایبری در اعمال قدرت اجتماعی و قدرت ملی»، *مطالعات توسعه اجتماعی ایران*. ۱۴ (۵۳): ۲۸۶-۲۷۱.
- Ahmad, T., Alvi, A., & Ittefaq, M. (2019). "The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan". *Sage Open*, 9 (3): 215- 224.
- Almeida, F. (2017). "Concept and dimensions of web 4.0". *International journal of computers and technology* 16 (7): 21- 38.
- Baumgartner, J. C., & Morris, J. S. (2010). "MyFaceTube politics: Social networking web sites and political engagement of young adults". *Social Science Computer Review*. 28 (1): 24-44.
- Boyd, D. (2008). "Can social network sites enable political action". *International Journal of Media and Cultural Politics*. 4 (2): 241-244.
- Cervi, L., & Marín-Lladó, C. (2021). "What are political parties doing on TikTok? The Spanish case". *Profesional de la información*. 30 (4): 1- 23.
- Chen, Z., & Chan, M. (2017). "Motivations for social media use and impact on political participation in China: A cognitive and communication mediation approach". *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*. 20 (2): 83-90.
- Cho, J., Shah, D. V., McLeod, J. M., McLeod, D. M., Scholl, R. M., & Gotlieb, M. R. (2009). "Campaigns, reflection, and deliberation: Advancing an OSROR model of communication effects". *Communication theory*. 19 (1): 66-88.
- Fieldhouse, E., & Cutts, D. (2008). "Diversity, density and turnout: The effect of neighbourhood ethno-religious composition on voter turnout in Britain". *Political Geography*. 27 (5): 530-548.
- Foos, F., & De Rooij, E. A. (2017). "All in the family: Partisan disagreement and electoral mobilization in intimate networks-A spillover experiment". *American Journal of Political Science*. 61 (2). 289-304.
- Fowler, H. J. (2005). *14 Turnout in a Small World* (pp. 269-287). Philadelphia: Temple University Press.
- Galandini, S., & Fieldhouse, E. (2019). "Discussants that mobilise: Ethnicity, political discussion networks and voter turnout in Britain". *Electoral Studies*. 57: 163-173.
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N., & Valenzuela, S. (2012). "Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation". *Journal of computer-mediated communication*. 17 (3): 319-336.
- Halpern, D., & Gibbs, J. (2013). "Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression". *Computers*



- in human behavior. 29 (3): 1159-1168.
- Iftikhar, I., Sultana, I., & Adnan, M. (2021). "Political Discussions on Social Media in Pakistan and Obstinate Partisanship". *Global Political Review VI*: 121-31.
 - Khanzode, C. A., & Sarode, R. D. (2016). "Evolution of the World Wide Web: from web 1.0 to 6.0". *International journal of Digital Library services*. 6 (2): 1-11.
 - Kushin, M. J., & Yamamoto, M. (2013). "Did social media really matter? College students' use of online media and political decision making in the 2008 election". In *New media, campaigning and the 2008 Facebook election*. (pp. 55-78). Routledge.
 - Lee, N. J. (2017). "Communication mediation model". *The international encyclopedia of media effects*. 1(1): 1-9.
 - Leighley, J. E., & Matsubayashi, T. (2009). "The implications of class, race, and ethnicity for political networks". *American Politics Research*. 37 (5): 824-855.
 - Lin, L. W. (2020). "Mandatory corporate social responsibility? Legislative innovation and judicial application in China". *The American Journal of Comparative Law*. 68(3), 576-615.
 - Lipschultz, J. H. (2020). *Social media communication: Concepts, practices, data, law and ethics*. Routledge.
 - Lu, Y., & Lee, J. K. (2021). "Determinants of crosscutting discussion on Facebook: Political interest, news consumption, and strong-tie heterogeneity". *New Media & Society*. 23 (1): 175-192.
 - Mahmood, Q. K., Jafree, S. R., & Sohail, M. M. (2022). "Pakistani youth and social media addiction: the validation of Bergen Facebook addiction scale (BFAS)". *International Journal of Mental Health and Addiction*. 20 (1): 581-594.
 - Mason, T. D., & Galbreath, D. (2013). "Ethnicity and politics". In *Encyclopedia of Government and Politics* (pp. 542-575). Routledge.
 - McLeod, D. M., Kosicki, G. M., & McLeod, J. M. (2009). "Resurveying the boundaries of political communication effects". in *J. Byant, D. Zillmann (ed.), Media effects: Advances in theory and research*.
 - Michaelsen, M. (2011). "New media vs. old politics". *The Internet, social media, and Democratization in Pakistan*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung.
 - Ohme, J. (2021). "Algorithmic social media use and its relationship to attitude reinforcement and issue-specific political participation—The case of the 2015 European immigration movements". *Journal of Information Technology & Politics*. 18 (1)" 36-54.
 - Putnam, R. D. (2007). "E pluribus unum: Diversity and community in the twenty first century the 2006 Johan Skytte Prize Lecture". *Scandinavian political studies*. 30 (2): 137-174.
 - Rajasakran, T., & Sinnappan, S. (2013). "A Malaysia's Culture: Of Media Convergence and Political Awareness". *Journal of Basic and Applied Scientific Research*: 3 (8): 93-101.
 - Reichert, F., & Print, M. (2017). "Mediated and moderated effects of political communication on civic participation". *Information, Communication & Society*. 20 (8): 1162-1184.
 - Schmalzer, S. (2015). "Youth and the 'Great Revolutionary Movement' of Scientific Experiment in 1960s-1970s Rural China". *Maoism at the Grassroots: Everyday Life in China's Era of High Socialism*: 154-178.
 - Skoric, M. M., & Zhu, Q. (2016). "Social media and offline political participation: Uncovering the paths from digital to physical". *International Journal of Public Opinion Research*. 28 (3): 415-427.
 - Tariq, R., Zolkepli, I. A., & Ahmad, M. (2022). "Political participation of young voters: Tracing direct and indirect effects of social media and political orientations". *Social Sciences*. 11 (2): 81-95.
 - Zolkepli, I. A., Kamarulzaman, Y., & Kitchen, P. J. (2018). "Uncovering psychological gratifications affecting social media utilization: A multiblock hierarchical analysis". *Journal of Marketing Theory and Practice*. 26 (4): 412-430.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی