فصلنامه‌ی مطالعات توسعه‌ی اجتماعی- فرهنگی، دوره‌ی چهارم، شماره‌ی ٤، بهار ٩٥، صفحات ١٤٥-١٦٨

بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر کنش‌گری سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان

رضا محموداوغلی[1]

تاریخ دریافت: ١٣٩٤/١٠/١٤ تاریخ پذیرش: ١٣٩٥/٠٢/١٥

چکیده

هدف پژوهش حاضر، بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر کنش‌گری سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان است. کنش‌گری، توانایی و برخورداری از اراده و قابلیّت‌های کنش اجتماعی و به‌کارگیری ابزارها، نمادها و نشانه‌ها در چارچوب ارزش‌های اجتماعی و سازوکارهای موجود در فناوری‌ها، برای انجام ارتباط متقابل است. کنش‌گری سیاسی در قالب گفتگو و رفتار جمعی در درون طیفی از علایق، نهادها و شبکه‌های اجتماعی، شکل‌گیری و گسترش مشارکت مدنی و کنش‌های سیاسی افراد در وب «٢» است. روش مورد استفاده در این پژوهش، روش پیمایشی است. تکنیک جمع‌آوری اطّلاعات، استفاده از پرسش‌نامه بوده که اعتبار آن به روش صوری- محتوایی و پایایی آن نیز به کمک آماره‌ی آلفای کرونباخ سنجیده شده است. جامعه‌ی آماری تحقیق نیز شامل همه‌ی دانشجویان دانشگاه اصفهان در مقطع کارشناسی است که حجم نمونه‌ی ٣٨٤ نفری به شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب گردیده است. اطّلاعات گردآوری‌شده به کمک نرم‌افزار spss مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و نتایج حاصل از آن، نشان داده که بین شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در نمونه‌ی مورد بررسی، ارتباط معنی‌داری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: شبکه‌های اجتماعی، فضای وب «٢»، کنش‌گری، کنش سیاسی.

[1] استادیار گروه حقوق و علوم سیاسی دانشگاه محقّق اردبیلی r_oghli@yahoo.com

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

مقدّمه

با مطرح شدن اهمّیّت انگاره‌های ذهنی- ارزشی جامعه و نقش آن در توسعه‌ی سیاسی و اجتماعی به معنای عام و رفتار سیاسی بازیگران به معنای خاص، نقش ارتباطات و رسانه‌های همگانی به‌عنوان مهم‌ترین عامل شکل‌دهی به افکار عمومی و عقاید و باورهای سیاسی- اجتماعی مردم، برجسته می‌شود. در واقع با پیچیده شدن و گسترش جوامع اطّلاعاتی، اهمّیّت ارتباطات در بعد سیاسی افزایش یافته است. رسانه‌های نوین با در دست گرفتن افکار عمومی، کنترل و هدایت و نیز تهییج و به‌کارگیری آن، نقشی جدّی در عرصه‌ی قدرت ایفا می‌کنند؛ به‌ویژه امروزه که رسانه‌ها از نظر تعداد و کیفیّت، تنوّع بسیاری پیدا کرده‌اند و طیف گسترده‌ای از رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و الکترونیکی را دربرمی‌گیرند و هرکدام، مخاطبین عام و خاص را به خود اختصاص می‌دهند.

دسته‌ای از رسانه‌ها که در سالیان اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته‌اند، شبکه‌های اجتماعی هستند. شبکه‌های اجتماعی با ویژگی‌های خاصّی مانند در دسترس بودن، ٢٤ ساعته بودن، جستجوی آسان و سریع انواع موضوعات، سرعت و گمنام بودن کاربران، با جای دادن طیف گسترده‌ای از بازیگران و کنش‌گران سیاسی- اجتماعی در فضای مجازی و سایبرنیتیکی خود، از یک‌سو ابزاری برای تبلیغ و اشاعه‌ی نمادهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، باورها و عقاید کنش‌گران اجتماعی گوناگون هستند و از سوی دیگر، منبعی مهم در ارائه‌ی آگاهی‌های سیاسی- اجتماعی در جهان، عامل ارتباط فعّالان سیاسی با مردم و در نهایت برانگیزاننده‌ی مهمّ رفتارهای اعتراضی و بسیج اعتراض‌ها در جهان به‌شمار می‌روند. شبکه‌های اجتماعی را فراتر از گونه‌ای وب‌سایت، می‌توان به‌عنوان رسانه‌های جدیدی در نظر گرفت که در ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی تغییراتی ایجاد کرده‌اند. این شبکه‌ها به‌عنوان یکی از گونه‌های رسانه‌های اجتماعی، امکانات تعاملی قابل توجّهی برای کاربران اینترنتی فراهم کرده و در افزایش مشارکت و کنش‌گری شهروندان در حوزه‌های اجتماعی و سیاسی مؤثّر بوده‌اند. اگرچه این افزایش کنش‌گری در تعامل با فضای اجتماعی شکل می‌گیرد و تغییر در هویّت سیاسی کاربران وب «۲» متناسب با ساختار سیاسی حاکم است، امّا در عین حال، ویژگی‌های ذاتی وب «۲» نیز به‌عنوان متغیّرهای زمینه‌ای، در جهت دادن به این تغییرات مؤثّرند. با توجّه به موارد فوق، پرسش اساسی پژوهش حاضر، این است که شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیری بر کنش‌گری سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان دارند؟

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

پیشینه‌ی پژوهش

یافته‌های پژوهش گیبسون و مک آلیستر[1] (۲۰۱۳) با عنوان «پیوندهای اجتماعی آنلاین و مشارکت سیاسی» نشان داده که تعاملات اجتماعی آنلاین و مجازی به شکلی مؤثّر موجب بسیج شهروندان برای مشارکت سیاسی در جهان واقعی می‌شود. کوینتر[2] و همکاران او (۲۰۱۱) در پژوهشی تحت‌عنوان «سیاست در گروه هم‌سالان: بررسی رابطه‌ی بین تنوّع شبکه و مشارکت سیاسی»، به این نتیجه رسیده‌اند که در اختیار داشتن شبکه‌های گوناگون اجتماعی و سیاسی، کنش سیاسی را افزایش می‌دهد و این امر، خود موجب تماس‌های سیاسی گوناگون با دیگران می‌شود. بر پایه‌ی نتایج پژوهش کلی و اتینگ[3] (۲۰۰۸)، وبلاگ بارزترین پایگاه ارتباط عمومی برای گفتمان سیاسی در فضای محدود رسانه‌ای در ایران است. ساختار ارتباطی فرد به فرد در وبلاگستان نسبت به شیوه‌ی قدیمی‌تر و متمرکز رسانه‌های همگانی، در برابر کنترل و مصادره شدن توسّط دولت، مقاومت بیش‌تری از خود نشان می‌دهد و مسائل بسیار مهم و برجسته‌ی سیاسی و اجتماعی برای ایرانیان، به نحوی در فضای وبلاگستان ایرانی منعکس و تجزیه و تحلیل می‌شوند. نتایج تحقیق بیمرتنر[4] (۲۰۰۷) نشان می‌دهد سطح اعتماد به دولت در جوانانی که خصلت آنلاین را مشاهده کرده‌اند، کاهش یافته است. فوت و اشنایدر[5] (۲۰۰۶) که به مطالعه‌ی مبارزه‌ی انتخاباتی از طریق شبکه‌ی اینترنت پرداخته‌اند، کنش عام را به چهار شکل مطّلع کردن، درگیر کردن، مرتبط ساختن و بسیج ساختن، تقسیم نموده‌اند. آن‌ها ساختار آنلاین را مجموعه‌ای از ویژگی‌ها، لینک‌ها و متونی که فرصت کنش یا همکاری را برای کاربران فراهم می‌نمایند، تعریف کرده‌اند.

نتایج تحقیق لی[6] (۲۰۰۶) نشان می‌دهد که وب‌سایت‌های خبری آنلاین، به منبع اوّلیّه‌ی اخبار برای دانشجویان کالج آمریکایی تبدیل شده‌اند. هم‌چنین، این فرضیّه اثبات شده که سایت‌های خبری آنلاین و تماس هم‌کنشی با نمایندگی‌های مردمی، اثربخشی سیاسی داخلی را افزایش داده است. بیکر[7] (۲۰۰۶) در مطالعه‌ی خود درباره‌ی تأثیر اینترنت بر درگیری سیاسی جوانان هلندی بر اساس داده‌های پیمایشی یک مؤسّسه‌ی تحقیقاتی به این نتیجه رسیده که استفاده‌ی هدفمند سیاسی از اینترنت و سایر رسانه‌های دیجیتال، عاملی اثرگذار و مهم در کنش‌گری سیاسی پاسخ‌گویان بوده

[1] Gibson and Mcallister
[2] Ellen Quintelier
[3] Kelly and Etling
[4] Bimrtner
[5] Feet and Schneider
[6] Lee
[7] Baker

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

و به‌ویژه اثر قابل توجّهی بر پیگیری اخبار و رویدادهای سیاسی داشته است. گیبسون (۲۰۰۵) در پژوهش خود با استناد به داده‌های پیمایشی معتبر درباره‌ی جامعه‌ی آمریکا به نتایج زیر دست یافته است:

۱. شهروندان زن و دارای سطح اجتماعی- اقتصادیِ پایین، کم‌تر به مشارکت سیاسیِ برخط و غیر برخط علاقه‌مند و درگیر آن بوده‌اند.

۲. مشارکت شهروندان تحصیل‌کرده و دارای سطح اجتماعی- اقتصادیِ بالا، بیش‌تر از بقیّه بوده است.

۳. اینترنت، افراد و گروه‌های در حاشیه‌مانده‌ی سیاسی را به مشارکت سیاسی علاقه‌مندتر کرده است.

٤. فرصت‌های خوب اینترنتی، مهارت ارتباطی و رایانه‌ای و تجربه‌ی پیشین فعّالیّت سیاسی، تأثیر مهمّی بر درگیرشدگی سیاسی در اینترنت و خارج از آن دارد.

پارک هون[1] (۲۰۰٤) در مطالعه‌ی خود بر اساس داده‌های پیمایشی اینترنتی در زمینه‌ی تأثیر حکومت الکترونیک (استفاده از شبکه‌ی اینترنت برای ارائه‌ی اطّلاعات و خدمات الکترونیک به عموم) و وب‌سایت‌های انتخاباتی بر درگیرشدگی سیاسی شهروندان آمریکایی، به نتایج زیر رسیده است:

۱. اینترنت ابزار مهمّی برای کسب اطّلاع در زمینه‌ی مسائل سیاسی- اجتماعی جهان است و به‌طور معنی‌دار و قابل توجّهی با عضویّت جوانان تحصیل‌کرده‌ی دانشگاهی در گروه‌ها و نهادهای مدنی، مرتبط است.

۲. اینترنت میزان مشارکت و درگیرشدگی‌های سیاسیِ برخط کاربران (غیرفعّالان حزبی) را در زمینه‌ی انتخابات (ارسال پیام‌نگار به دیگران برای شرکت در انتخابات و اظهارنظر درباره‌ی نامزدهای انتخاباتی) نسبت به غیرکاربران، به میزان ۱۰ درصد افزایش می‌دهد.

۳. کاربران وب‌سایت‌های انتخاباتی، در حدود ۳۵ درصد بر درگیرشدگی مدنی کاربران اینترنتی تأثیر داشته‌اند.

٤. محرّک‌ها یا فرصت‌های موجود در محیط اینترنتی، ٤۲ درصد بر درگیرشدگی مدنی و سیاسی کاربران تأثیر داشته‌اند. در مجموع، میانگین نمره‌ی درگیرشدگی کاربران - چه به صورت برخط و چه به صورت غیر برخط- از نمره‌ی برخط غیرکاربران در شکل غیر اینترنتی آن بالاتر بوده است.

[1] Park Hun

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

۵. اینترنت یا حکومت الکترونیک، تأثیر مثبت و معنی‌داری بر درگیرشدگی انتخاباتی کاربران غیرحزبی و تا حدّی کاربران حزبی داشته است، امّا تأثیر وب‌سایت انتخاباتی بر درگیرشدگی کاربران فعّال حزبی (در جمع‌آوری آرا، کمک‌های انتخاباتی و همایش‌های انتخاباتی) بیش‌تر از کاربران غیرفعّال حزبی بوده است.

مبانی مفهومی پژوهش

کنش‌گری اینترنتی

کنش اجتماعی یکی از محورهای اصلی نظریّه و تحقیق در علوم اجتماعی است. روشه تأکید می‌کند که «موضوع مطالعه‌شده‌ی جامعه‌شناسی کنش اجتماعی است؛ یعنی، کنش انسانی در محیط اجتماعی» (روشه، ۱۳٦۷: ۱۳). از نظر کاستلز، مفهوم کنش‌گر به گستره‌ای از موضوعات مرتبط با کنش چون کنش‌گران فردی، کنش‌گران گروهی، سازمان‌ها، نهادها و شبکه‌ها اشاره دارد. حتّی اگر این عملکرد به‌واسطه‌ی فرایندهایی در گذشته، نهادینه یا سازمان‌دهی شده باشد، آن چه مهم تلقّی می‌شود این است که در نهایت همه‌ی سازمان‌ها، نهادها و شبکه‌ها به گونه‌ای بر عملکرد کنش‌گران انسانی دلالت می‌کنند (کاستلز، ۲۰۰۹: ۱۱). خانیکی نیز معتقد است «کاربرانی که به‌عنوان یک فعّال اجتماعی یا هوادار در یک شبکه‌ی اجتماعی عضو می‌شوند و در آن شبکه به تولید محتوای رسانه‌ای مشغول هستند، کنش‌گر محسوب می شوند» (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۱: ۷۵–۷٦).

کنش‌گری، توانایی و برخورداری از اراده و قابلیّت‌های کنش اجتماعی و به‌کارگیری ابزارها، نمادها و نشانه‌ها در چارچوب ارزش‌های اجتماعی و سازوکارهای موجود در فناوری‌ها، برای انجام ارتباط متقابل است. از این رو، فعّالیّت‌هایی که کاربران با تکیه بر مهارت‌های خود در استفاده از ابزارهای ارتباطی اینترنت، برای ایجاد ارتباط و مبادله و نشان دادن واکنش درخور به دیگران، در راستای اهداف خود در فضای سایبر انجام می‌دهند، کنش‌گری محسوب می‌شود (همان: ۷۹).

آنجلا جی آگوآیو[1] در دانش‌نامه‌ی «رسانه‌های جنبش اجتماعی» ذیل مدخل «کنش‌گری و رسانه‌های جدید»، کنش‌گری را مفهومی برآمده از رسانه‌های جدید تعریف کرده است که اغلب با محتوای تولید شده توسّط کاربران و دروازه‌بانی از سوی آن‌ها، ده‌ها میلیون بیننده و خواننده را به مشارکت و تعامل در زمینه‌ی محتوای به اشتراک گذاشته‌شده، فرا می‌خواند. کنش‌گری در مصادیق

[1] Angela J Aguayo

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

خود از رسانه‌های اجتماعی پرطرفدار مانند فیس‌بوک و توییتر تا وبلاگ‌های شخصی، سویه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و ... کسب می‌کند. این امر، موجب تسریع حرکت‌های شهروندی و بسیج اجتماعی افراد یا کاربران این سایت‌ها می‌شود (آگوآیو، ۲۰۱۱: ۳٦۲-۳٦۵). به این ترتیب، کنش‌گری اینترنتی نوعی کنش‌گری اجتماعی است که در فضای واقعی نیز امکان انعکاس می‌یابد.

برای مصادیق کنش‌گری سیاسی اینترنتی، موارد زیر را می‌توان برشمرد: ارسال پیام‌نگار به مقامات حکومتی، فعّالان سیاسی و سازمان‌های بین‌المللی غیردولتی؛ عضویّت در انجمن‌ها، احزاب و گروه‌های سیاسیِ برخط؛ نوشتن مقاله و یادداشت در وب‌سایت‌ها؛ طرّاحی وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌های سیاسی شخصی و گروهی؛ امضای طومارها؛ شرکت در تریبون‌های بحثِ برخط؛ شرکت در نظرسنجی‌های اینترنتی؛ رأی‌دهی اینترنتی؛ سازمان‌های اعتراضات و پیوند دادن فعّالان سیاسی در زمینه‌ی یک موضوع سیاسی- اجتماعی خاص چون زندانیان سیاسی، حقوق بشر و محیط زیست؛ ارتباطات دوسویه با مقامات حکومتی و فعّالان سیاسی و ... .

در این پژوهش، کنش‌گری سیاسی در قالب گفتگو و رفتار جمعی در درون طیفی از علایق، نهادها و شبکه‌های اجتماعی، شکل‌گیری و گسترش هویّت‌های مدنی و کنش‌های افراد در وب «۲» است. این مفهوم، از مفهوم «مشارکت سیاسی» متمایز است و آن را باید در قالب فرصت‌های فراهم‌شده در رسانه‌های اجتماعی برای شهروندان به منظور بیان و انتقال تقاضاها و پشتیبانی‌ها و انتقادها از پویش‌های تصمیم‌گیری حکومت تعریف کرد (پارک‌هون، ۲۰۰۷: ۸-۹). وب «۲» با ویژگی‌هایی مانند اجتماع‌محوری، تعامل دوسویه و تولید جمعی اطّلاعات، محدودیّت‌های کنش سیاسی در محیط واقعی را جبران می‌کند. محیط وب «۲» یک منبع مهمّ کنش سیاسی در میان افرادی است که در حالت عادی نمی‌توانستند به عرصه‌های سیاسی دسترسی داشته باشند.

شبکه‌های اجتماعی؛ چیستی و کارکردها

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وب‌سایت‌های اینترنتی هستند. در این وب‌سایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محوری مشترک به صورت مجازی جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، متناسب با نوع موضوع فعّالیّت خود امکانات دیگری از قبیل خبرخوان‌های اینترنتی، بازی‌های آنلاین، قابلیّت آپلود کردن ویدئوها و فایل‌های کامپیوتری و برقراری ارتباط با سایر رسانه‌های شخصی را نیز در بین گزینه‌های خود دارند (قاسم‌زاده، ۱۳۹۰: ۸-۱۰). شبکه‌ی اجتماعی، ساختاری اجتماعی است که از گروه‌هایی

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

(فردی یا سازمانی) تشکیل شده که توسّط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متّصل گردیده‌اند. اغلب تعاریف شبکه‌ی اجتماعی بر دو عنصر «اشتراک‌گذاری» و «تعامل» تأکید دارند. برخی از این تعاریف، تولید و انتشار محتوا را برجسته کرده و رسانه‌ی اجتماعی را رسانه‌ای دانسته‌اند که امور تولید ویدئو، صدا، متن یا چندرسانه‌ای در آن توسّط کاربران انجام می‌گیرد و در محیط اجتماعی سایبر منتشر و در میان همتایان به اشتراک گذاشته می‌شود (کاپیلانو و بودلر، ۲۰۱۱: ۲۳). تحقیق ارائه‌شده در سال ۲۰۱۱، رسانه‌های اجتماعی را در هفت گروه اصلی قرار داده است. این هفت گروه عبارتند از: ابزارهای انتشار، اشتراک‌گذاری، بحث، تجارت، موقعیّت، شبکه‌سازی اجتماعی و ابزارهای بازی اجتماعی.

مبانی نظری پژوهش

کنش‌گری سیاسی در فضای مجازی

پیشرفت‌های ICT و تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید، فرهنگ ارتباطات و اطّلاعات و فضا یا ابعاد رابطه‌ی رسانه را تغییر داده‌اند. رسانه‌ی اجتماعی به‌عنوان نوعی از رسانه‌ی دیجیتال، مدل‌های ارتباطی جدیدی را معرّفی کرده است. موضوعات و مباحث جدید ارتباطی ضمن توسعه‌ی آزادی بیان، مشارکت گسترده را فراهم آورده و به طبقات مختلف مردم فرصتی داده‌اند تا نظریّات و نگرش خود را منتقل کنند؛ اصول و قواعد اجتماعی را به چالش بکشند و بر تحوّلات اجتماعی اثرگذار شوند. رسانه‌ی اجتماعی این فرصت را به افراد داده است تا به شیوه‌های گوناگون به بیان نظریّات خود و ابراز وجود بپردازند و در رخدادهای مهم مشارکت جویند؛ زیرا سلسله‌مراتب کم‌رنگ‌تر می‌شود و بیش‌تر ساختارهای دموکراتیک مورد توجّه قرار می‌گیرند. روش‌هایی برای ارتباط رسانه‌ای فراهم آورده که قبلاً طبق موانع مکانی یا موقّتی محدود شده بود. رسانه‌ی اجتماعی به دلیل نقشی که در فرایند اجتماعی- سیاسی دارد، زمینه‌ساز تحوّلات اجتماعی شده است. توسعه‌ی پرشتاب تکنولوژی‌های رسانه‌ی اجتماعی در سالیان اخیر، بحث‌های مربوط به اثر آن‌ها بر کنش اجتماعی و سیاسی را شکل داده است (اشنایدر و گراف، ۲۰۱۱: ۳۴-۳۶).

بر اساس نظر کاستلز[1] (۲۰۰۹: ۴۷-۵۰) ارتباطات گسترده‌ی رسانه‌ای از طریق اینترنت مخاطب جهانی را جذب و موضوعات گسترده‌ای خلق می‌کند؛ مخاطبین خاص و بالقوّه را شناسایی و

[1] castells

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

هدایت می‌نماید و اطّلاعات را با افرادی که با یکدیگر در ارتباط هستند، بازیابی می‌کند. با فراگیر شدن و گستردگی منابع و روابط، قابلیّت‌های تکنولوژی رسانه‌ی اجتماعی برای بررسی تحوّلات اجتماعی افزایش یافته است. به‌علاوه، رسانه‌ی اجتماعی امکان دسترسی به دانش و اطّلاعات دیجیتال و توزیع و تغییر آن‌ها توسّط کاربران را فراهم آورده است. مخاطبین برای ایجاد ارتباط با افراد مختلف دارای اختیار و آزادی عمل هستند و در نتیجه‌ی شبکه‌های اجتماعی، روابط شخصی آن‌ها متحوّل می‌گردد (کاپلان و بلکلی، ۲۰۰۹: ۱۳). رسانه‌ی اجتماعی با ویژگی متفاوت خود، با ابعاد مختلف تولید و توزیع همراه است. این امر با ژورنالیسم مدنی ارتباط دارد. ژورنالیسم مدنی نوع جدیدی از ژورنالیسم است که اثبات می‌کند روش‌های تولید و عرضه‌ی رسانه‌ی اجتماعی برای عموم فراهم است. هم اشخاص و هم فعّالان رسانه‌ای به شکل برابر، امکان دسترسی به اطّلاعات را دارند. به‌علاوه، حتّی افرادی که دارای حداقل مهارت‌های تکنیکی هستند، می‌توانند تکنولوژی‌های رسانه‌ی اجتماعی را به‌کار برند. هر فرد در صورت دسترسی می‌تواند این روش‌ها را دنبال کند و موضوعات را تغییر دهد. بنابراین مفهوم موضوعات و اطّلاعات در فضای شبکه‌های مجازی توانسته است روابط قدرت و اختیارات را بین افراد و فعّالان رسانه‌ای شکل دهد. کاربران بر اطّلاعاتی که از وب‌سایت‌های اجتماعی فراهم می‌آید، کنترل دارند. مخاطبین دارای این قدرت و اختیار هستند که دارایی معنوی خود را به‌وجود آورند (همان: ١٤).

کیتزمون[1] و همکاران او (۲۰۱۱: ٢٤١) اظهار می‌کنند که رسانه‌ی اجتماعی، تغییرات گسترده و فراگیری در رابطه‌ی بین افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها ایجاد کرده و اختیارات افراد، مشارکت مدنی، آزادی بیان و کنش‌های جمعی را افزایش داده است. به نظر اسنایدر و گراف[2] (۲۰۱۱: ٦٥)، گزارش‌های مربوط به اثرات تحوّل ناشی از شبکه‌ی اجتماعی مانند فیس‌بوک و سایر شبکه‌ها، اثر گسترده‌ی شبکه را بر تحوّل سیاسی نشان می‌دهد. به گفته‌ی محقّقان گوناگون، رسانه‌ی اجتماعی چون سایت‌های شبکه‌ی اجتماعی، منبع جدید و مهمّ سازمان‌دهی موفّق و عملیّاتی کردن جنبش‌های اجتماعی است. تحوّلات سیاسی اخیر در مصر، آفریقای شمالی، تونس، لیبی، خاورمیانه و سوریه تحت‌تأثیر تکنولوژی‌های رسانه‌ی اجتماعی بوده است. گزارش رسانه‌ای اجتماعی عرب اشاره می‌کند که شبکه‌های اجتماعی در تحوّلات انقلابی کشورهای عربی چهار کارکرد زیر را داشته‌اند: ۱. سازمان‌دهی تظاهرات؛ ۲. انتشار اطّلاعات؛ ۳. بالا بردن آگاهی از وقایع در حال

[1] Kietzmann
[2] Schneider and Gräf

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

وقوع، به صورت محلّی و جهانی؛ ٤. تشویق مشارکت مردم در تظاهرات و جنبش‌های مدنی. استپانوا[1] نیز در مقاله‌ی خود به دو کارکرد مهمّ این شبکه‌ها در تحوّلات منطقه اشاره می‌کند. این دو کارکرد عبارتند از: ۱. سازمان‌دهی اعتراضات؛ ۲. انتشار اطّلاعات تحوّلات منطقه از طریق تبلیغات بین‌المللی (استپانوا، ۲۰۱۱: ۲).

کاربران شبکه‌ی وب «۲»، هسته‌ی مرکزی تحوّل اجتماعی در عصر ارتباطات را تشکیل می‌دهند. ویژگی مشارکتی تکنولوژی‌های رسانه‌ی اجتماعی، امکان اجرای شیوه‌های جدید ارتباطی را فراهم می‌آورد و نقش مؤثّری در فرایندهای تغییر سیاسی دارد. این مسأله از طریق نقش‌های متفاوتی که رسانه‌ی اجتماعی ایفا کرده، اثبات می‌شود؛ نقش‌هایی چون تبلیغات و ترویج مشارکت مدنی، ایجاد انگیزه‌ی تحوّل و جنبش‌های عمومی، توسعه‌ی فعّالیّت سایبری و مجازی و ژورنالیسم مدنی، توسعه‌ی جامعه‌ی مدنی، ایجاد فضای سیاسی بازتر و پشتیبانی از عوامل و جریان‌های سیاسی (خمیس و وایخن، ۲۰۱۱: ۳۳).

با توجّه به پیشینه‌ی مطالعات انجام‌شده، می‌توان برای افزایش نقش کنش‌گری رسانه‌های اجتماعی، چهار دلیل عمده مطرح کرد (استرندبرگ، ۲۰۰٦: ۲۳–۲۷). نخست این که، رسانه‌ی اجتماعی فرصت‌های زیادی برای کنش سیاسی ایجاد می‌کند؛ مانند رأی‌گیری آنلاین در نظرسنجی‌ها، بحث و گفتگو، وبلاگ‌نویسی و ... . دلیل دوم این است که رسانه‌ی جدید، از هزینه‌ی کنش می‌کاهد و با از میان برداشتن هزینه‌های اضافی، موانع مشارکت در سیاست‌های آنلاین را برای شهروندان کاهش می‌دهد. در نتیجه، افراد با ارتباطات در مقیاس وسیع، به مشارکت در فعّالیّت‌های آنلاین علاقه‌مند می‌شوند. به این سبب بسیاری از محقّقان بر این باورند که مشارکت آنلاین دارای محیط بازی است که در نتیجه‌ی آن، فرصت‌های برابری برای کنش سیاسی در اختیار افراد قرار می‌دهد. سوم این که، رسانه‌های اجتماعی سریع و به‌روز هستند و قادرند اطّلاعات بسیاری را که برای مشارکت در زندگی مدنی و بحث سیاسی لازم و ضروری است، فراهم کنند. نهایتاً، رسانه‌ی اجتماعی به‌عنوان رسانه‌ی تعاملی می‌تواند مسیر تحقّق دموکراسی را در جامعه تقویت کند و روابط بین شهروندان، سیاست‌مداران، و نمایندگان آن‌ها را از طریق فرایندهایی چون دولت الکترونیک بهبود بخشد.

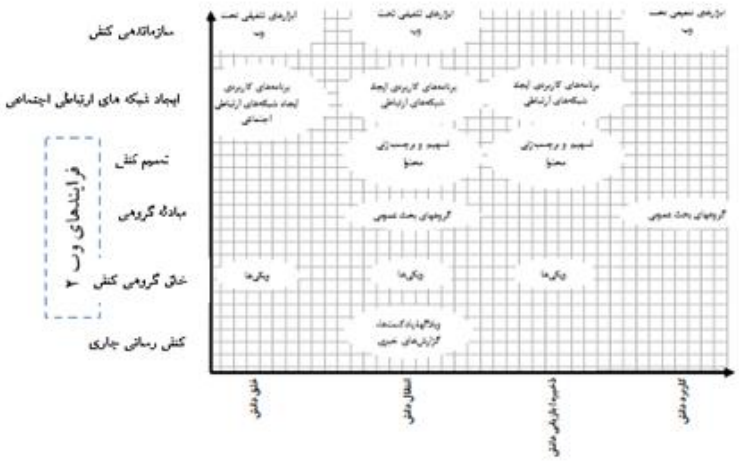
تحقیقات نشان می‌دهد افراد جوان نسبت به افراد مسن‌تر، به کنش سیاسی آنلاین مشتاق‌تر هستند (موسبرگرو همکاران، ۲۰۰۳: ٤٥–٤٧). تکنولوژی جدید می‌تواند وسیله‌ای برای پیوند

[1] stepanova

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جوانان با فرایندهای سیاسی باشد. با توجّه به این که جوانان زمان بیش‌تری را در محیط‌های آنلاین می‌گذرانند، رسانه‌های اجتماعی ابزار آموزشی مؤثّری هستند که می‌توانند یادگیری سیاسی و مشارکت را در میان جوانان ارتقا دهند (گیبسون و همکاران، ۲۰۰۵: ٥٦۹). هال و وینو معتقدند قابلیّت خلّاقانه‌ی رسانه‌های اجتماعی، خود را به دو شکل نشان می‌دهد: ۱. رسانه‌های اجتماعی فرصت‌های جدیدی برای کنش سیاسی فراهم می‌کنند؛ ۲. رسانه‌ی اجتماعی ابزاری است که به‌سادگی در دسترس جوانان قرار دارد و آن‌ها به‌واسطه‌ی آن می‌توانند هویّت‌ها و علایق خود را شناسایی نمایند و در جهت پیشبرد و تأمین آن‌ها تلاش کنند (بنت، ۲۰۰٦: ۷۲).

دانش تکنولوژی‌های جدید مانند رسانه‌های اجتماعی به‌طور کاملاً گسترده به نسل جوان وابسته است. نسل جوان فقط به رسانه‌های اجتماعی دسترسی ندارد، بلکه در مقایسه با کاربران بزرگ‌سال از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف متفاوتی چون ارتباطات الکترونیک با دوستان، شبکه‌سازی جنبش‌های اجتماعی و فعّالیّت‌های گروهی سیاسی استفاده می‌کنند. چنین فعّالیّت‌هایی، الگوهای تعامل شخصی را تغییر می‌دهند. البتّه گردش بسیار سریع و مؤثّر اطّلاعات، فراهم‌آورنده‌ی پتانسیلی برای تغییر وسیع‌تر اجتماعی و سیاسی از طریق نظم‌بخشی سریع و مجهّزسازی تعداد زیادی از افراد جامعه است (وایلز، ۲۰۰٦: ٤۰-٤٥).



نمودار: فرآیندهای کنشگری سیاسی در تطابق با فرآیندهای وب 2

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

یکی از نظریّه‌هایی که به بررسی تأثیرات رسانه‌ی اجتماعی پرداخته، نظریّه‌ی نوآوری (تجهیز) است. این نظریّه پیش‌بینی می‌کند که اینترنت به‌طور اعم و رسانه‌های اجتماعی به‌طور اخص، باید به گروه‌های جدید یا گروه‌های بزرگ‌تر شهروندی که در سیاست فعّال هستند، منتهی شوند. اگر کنش سیاسی به‌عنوان معادله‌ای دیده شود که در آن مزایای کنش (انگیزه‌های انتخابی یا جمعی) اهمّیّت بیش‌تری نسبت به هزینه‌های کنش دارد (منابع)، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند تأثیر مثبتی بر کنش سیاسی داشته باشند؛ البتّه اگر منافع (سودها) افزایش یا هزینه‌ها کاهش یابند (اندوزیا، ۲۰۰۹: ۸۷۱). رسانه‌های اجتماعی قادرند هزینه‌ها را به‌واسطه‌ی عرضه‌ی مؤثّرتر، مصرف زمان کم‌تر و روش‌های مشارکت سخت و کسب اطّلاعات، کاهش دهند. این رسانه‌ها، خود علّت کنش سیاسی نیستند، امّا می‌توانند ابزاری برای کنش‌گری سیاسی باشند (شرکای، ۲۰۰۸: ۱۵۹).

رسانه‌های اجتماعی، لوح وسیع‌تری از فعّالیّت‌های مشارکتی را عرضه می‌کنند که امکان مشارکت انعطاف‌پذیر را فراهم می‌سازد. بیش از ملحق شدن به یک سازمان و حضور هفتگی در جلسات، کاربران رسانه‌های اجتماعی می‌توانند انتخاب کنند که آیا زمان زیاد یا بخش کوچکی از آن را صرف کنند و با کمک برقراری ارتباط غیرهم‌زمان، زمان و نیز جایی متناسب با برنامه‌ی زمانی خود را برگزینند (جنسن و اندوزیا، ۲۰۱۲: ۸۲). افرادی که به سیاست علاقه‌مند نیستند، به‌راحتی می‌توانند از اطّلاعات سیاسی پرهیز کنند. با این حال، حتّی زمانی که استفاده‌ی افراد از رسانه‌های اجتماعی به خاطر محتوای سیاسی این رسانه‌ها نباشد، در صورتی که تماس‌های آنان محتوای سیاسی داشته باشد، می‌توانند در معرض محتویّات سیاسی قرار گیرند. به این طریق رسانه‌های اجتماعی می‌توانند کاربر را نسبت به سیاست، به میزانی بیش‌تر از مطّلع بودن از امور سیاسی، علاقه‌مند سازند و بدین ترتیب، ابتکار سیاسی اتّفاقی را ایجاد کنند (همیلتون و تولبرت، ۲۰۱۲: ٦۱). رسانه‌های اجتماعی، ابداع و نوآوری (تجهیز) را با دعوت افراد به فعّالیّت‌ها، تسهیل می‌کنند؛ همان‌گون که پارک و همکاران او (۲۰۰۹) از دانشجویان کالجی در ایالات متّحده نظرسنجی کرده و دریافته‌اند که استفاده از سایت‌های شبکه‌ی اجتماعی برای اهداف غیررسمی بیش‌تر از تفریحی و سرگرمی، به طرز معناداری با مشارکت سیاسی کاربران ارتباط دارد.

یکی دیگر از نظریّه‌های مطرح در این حوزه، نظریّه‌ی تقویت‌بخشی است. این نظریّه پیش‌بینی می‌کند که واقعیّت‌های اجتماعی دنیای آفلاین (بدون مرز) در محیط‌های آنلاین تکرار می‌شوند و تا حدّی، اثرات رسانه‌های اجتماعی را بر کنش سیاسی باید انتظار داشت؛ بر این اساس، گروه‌های سیاسی از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف سیاسی استفاده می‌کنند (اندوزیا، ۲۰۰۹: ۸٦۳). با این

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

که رسانه‌های اجتماعی دامنه‌ی گسترده‌ای از مشارکت را عرضه می‌کنند و امکان مشارکت انعطاف‌پذیر را فراهم می‌سازند، امّا نیاز به مهارت‌های تئوریک و سازمانی لازم برای مشارکت را نادیده نمی‌گیرند (لوینگ استون و هلسپر[1]، ۲۰۱۰: ۳۱۱) سواد اینترنتی را به‌عنوان ساختاری چندبعدی تعریف می‌کنند که دربردارنده‌ی قابلیّت‌هایی برای دسترسی، آنالیز، ارزشیابی و ایجاد محتوای آنلاین است. هرچه سواد اینترنتی در میان افراد گسترش می‌یابد، رسانه‌های اجتماعی امکان مشارکت افراد توانمند را فراهم می‌کنند.

اگرچه رسانه‌های اجتماعی از نظر فرضی می‌توانند کاربران را قادر سازند که از طریق دوستان خود به اطّلاعات سیاسی دسترسی یابند، امّا این احتمال وجود دارد که همان ساختارها، افراد را فعّال و علاقه‌مند به دنیای آفلاین کنند که به‌صورت دیجیتال به شبکه‌های اجتماعی هدایت شده‌اند (گاینز و موناک، ۲۰۰۹: ۲۲۰). علاوه بر این، ممکن است افراد با دسترسی به شبکه‌های اجتماعی بزرگ‌تر، شبکه‌های اجتماعی گسترده‌تری از افراد با شبکه‌های اجتماعی کوچک‌تر را تشکیل دهند (آلیسون و همکاران، ۲۰۱۱: ۸۷۸). در راستای فرضیّه‌ی تقویت‌بخشی، بامگارتنر و موریس[2] (۲۰۱۰) از نظرسنجی دانشجویان کالج آمریکایی برای مقایسه‌ی اثرات انواع مختلف کاربرد رسانه-ها بر مشارکت سیاسی استفاده کرده‌اند. بر اساس نتایج این تحقیق، پاسخ‌دهندگانی که اخبار خود را از سایت‌های شبکه‌ی اجتماعی دریافت کردند، تمایل چندانی به مشارکت در محیط آفلاین نداشتند؛ هرچند کاربران سایت شبکه‌ی اجتماعی در مقایسه با غیرکاربران، بیش‌تر مستعد انتخاب مشارکت آنلاین نسبت به مشارکت آفلاین بودند.

به‌نظر می‌رسد هر دو رویکرد تجهیز منابع و نظریّه‌ی تقویت‌بخشی، توانایی ارائه‌ی تحلیلی مناسب از کنش‌گری سیاسی در دنیای مجازی را دارند. فرض اساسی هر دو رویکرد این است که تکنولوژی‌های دیجیتال که در شبکه‌ها و مقیاس‌های بزرگ ایجاد می‌شوند، به مشارکت و دموکراسی بیش‌تر و کیفیّت بالاتر منتهی می‌گردند (وینکن، ۲۰۰۷: ۵۱). کاربران، تحت‌تأثیر رسانه‌های مجازی می‌توانند هوش جمعی ایجاد کنند یا عقل و خردورزی جمعی خود را بدون سازمان‌های رسمی، سازمان‌دهی نمایند و گروه‌هایی با خرد سیاسی بالا را تشکیل دهند یا دیکتاتوری‌هایی را سرنگون کنند و برای حقوق مصرف‌کننده بجنگند. یک جهان همگانی مجازی پدیدار می‌شود و همانند سکّویی برای سنجش و تأمّل سیاسی عمل می‌کند که مشارکت کامپیوتری

[1] Livingstone and Helsper
[2] Baumgartner and Morris

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

را مدیریّت می‌نماید. این سکّو می‌تواند ساختارهای موجود یا فعلی دموکراسی را تغییر دهد. با توجّه به وجود مثال‌های متعدّد در این زمینه، به‌نظر می‌رسد تکنولوژی دیجیتال در ایجاد تغییرات دموکراتیک نقش مهمّی داشته است. انقلاب‌های عربی (۲۰۱۱) بحث مهمّی را درباره‌ی نقشی که رسانه‌های اجتماعی در انقلاب‌ها و شورش‌ها ایفا کرده‌اند، مطرح نموده است.

تحقیقات نشان می‌دهد رسانه‌های الکترونیکی تأثیر زیادی بر کنش‌گری سیاسی افراطی نیز داشته‌اند. اینترنت به‌ویژه در قالب شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق گسترش الگوهای نوین مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین، نحوه‌ی تعامل شهروندان با یکدیگر و حکومت را دچار تغییرات بنیادین کرده است. گروه‌های معترض و در حاشیه‌مانده می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی اینترنتی اعتراضات سیاسی، تبعیض‌ها، سرکوب‌های سیاسی، ناکارآمدی‌های مدنی و ... را آشکار سازند و با برجسته‌سازی این موارد، حکومت و عملکردهای آن را به‌طور جدّی به چالش بکشانند (گرونلند، ۲۰۰۵: ۳).

امروزه حتّی افکار عمومی از طریق تشکّل‌های مجازی و شبکه‌ها تغییر جهت می‌یابند. این تشکّل‌ها از حقوق افراد خود دفاع می‌کنند و افراد از طریق همین شبکه‌ها، تقاضای خود را به دولت‌ها انتقال و آن‌ها را تحت فشار قرار می‌دهند. سازمان‌های دفاع از حقوق بشر، کودکان، زندانیان و افراد تحت ستم امروزه از شبکه‌های اجتماعی به نحوی استفاده می‌کنند که شکل‌گیری افکار عمومی، خارج از فیلترها، کانال‌ها و چارچوب رسمی دولت‌ها انجام می‌گیرد. شبکه‌های اجتماعی فرصت‌ها را برای افرادی که در این شبکه‌ها سازمان‌دهی شده‌اند، افزایش و آن‌ها را در فرایند سیاسی شرکت می‌دهند. افراد در این وب‌سایت‌ها و شبکه‌ها می‌توانند با دیگران ارتباط برقرار کنند و حتّی از پیغام‌ها یا نظرات و ایمیل نخبگان سیاسی، از طریق سایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی مانند فیس‌بوک و یوتیوب استفاده نمایند.

نخبگان سیاسی (صاحب‌منصبان و کاندیداها) می‌توانند از اینترنت برای ایجاد شبکه‌های تازه و رسیدن به بینندگان جدید بهره گیرند. این شیوه از ارتباط به سیاست‌مداران اجازه می‌دهد تا پیغام‌های خود را با مسائل سازگار نمایند و گروه‌های ویژه‌ای از افراد به‌خصوص نسل جوان را هدف قرار دهند. اشکال قدیمی رسانه‌ها برای افراد بزرگ‌سال مناسب است، امّا شبکه‌های اجتماعی قابلیّت نخبگان سیاسی را برای رسیدن به رأی جوانان افزایش می‌دهند. در زمینه‌ی استفاده از اینترنت، کاندیداهای سیاسی دریافته‌اند که سایت‌های شبکه‌یابی اجتماعی، روشی ارزان برای رسیدن به گستره‌ی عظیمی از رأی‌دهندگان از مکان‌های مختلف و در دوره‌ای کوتاه است. بنابراین

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

سیاست‌مداران از شبکه‌های اجتماعی برای توسعه‌ی برنامه‌های کاری خود به شیوه‌ای سریع‌تر از سایر منابع قدیمی رسانه‌ای استفاده می‌کنند (کارپینی، ۲۰۰۸: ۳٤).

با توجّه به این که باور به حلّ جمعی مشکلات از طریق توافق عمومی، یکی از ارزش‌های بنیادین مردم‌سالاری محسوب می‌شود، گفتگوی سیاسی را می‌توان کالایی عمومی و نشانه‌ای از سلامت فرهنگ مدنی جامعه به‌شمار آورد. اگرچه بستر گفتگوی سیاسی در جامعه‌ی ما فراهم است، امّا به دلیل نبودِ مکانیسم‌های رسمی کنترل و نظارت در وب «۲»، این فضا به گزینه‌ی جذّابی برای کنش‌های سیاسی افراطی تبدیل شده است؛ به بیان دقیق‌تر، رسانه‌های اجتماعی پتانسیل کم‌نظیری برای آسان کردن مشارکت افراد در گفتگوهای سیاسی فراهم آورده‌اند تا افراد با کم‌ترین هزینه و حتّی به‌طور ناشناس امکان بیان نظرات خود و تعامل با دیگران را داشته باشند. علاوه بر تأثیر فضای آفلاین بر فضای آنلاین، کنش صرف در فضای آنلاین بر مشارکت سیاسی آفلاین نظیر مشارکت در تظاهرات، کمک به کمپین‌های انتخاباتی، رأی دادن و ... اثرگذار است. در واقع، هرگونه بررسی کنش سیاسی شبکه‌های اجتماعی، بدون در نظر گرفتن حالت تعاملی و بازخوردی این دو فضا، تحقیق جامع و کاملی نخواهد بود.

فرضیّه‌های این پژوهش عبارتند از:

۱. بین کیفیّت و کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان رابطه وجود دارد.

۲. بین کیفیّت و کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در سطح متعارف در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان رابطه وجود دارد.

۳. بین کیفیّت و کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در سطح غیرمتعارف در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان رابطه وجود دارد.

روش پژوهش

روش مورد استفاده در این پژوهش، روش پیمایشی است. جامعه‌ی آماری تحقیق نیز شامل همه‌ی دانشجویان دانشگاه اصفهان از تمامی رشته‌ها در مقطع کارشناسی در سال تحصیلی ۹۳-۱۳۹۲ بوده است. حجم نمونه، ۳۸۳ نفر بوده که به شیوه‌ی نمونه‌گیری خوشه‌ای انتخاب شده‌اند. بر این اساس، هر دانشکده به‌عنوان یک خوشه و در دانشکده نیز هر کلاس به‌عنوان یک خوشه در نظر گرفته شد. در ابتدای توزیع پرسش‌نامه، این سؤال از دانشجویان پرسیده می‌شد که

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

آیا در شبکه‌های اجتماعی عضو هستند یا خیر؟ در صورت عضویّت افراد در شبکه‌های اجتماعی، پرسش‌نامه به آن‌ها ارائه می‌شد.

ابزارهای سنجش شامل دو پرسش‌نامه بوده که عبارتند از:

الف) پرسش‌نامه محقّق‌ساخته‌ی شبکه‌های اجتماعی: این پرسش‌نامه با بررسی اجمالی پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه‌ی ارتباطات به روش توصیفی، در قالب ۲٤ سؤال تهیّه شده است. این مقیاس، ابزاری برای سنجش تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر فرد محسوب می‌شود که نمره‌گذاری هر سؤال بر روی یک پیوستار از ۱ (کاملاً موافقم) تا ۵ (کاملاً مخالفم) است. برای تعیین اعتبار ابزار سنجش (پرسش‌نامه‌ی تحقیق) از تکنیک اعتبار صوری استفاده شده است. بدین شیوه که پرسش‌نامه در اختیار تعدادی از کارشناسان قرار گرفت و نظر آن‌ها درباره‌ی اعتبار آن پرسش‌نامه اعمال گردید. پیش از انجام عملیّات میدانی اصلی، به منظور آزمون مقدّماتی پرسش‌نامه‌ی پژوهش، مطالعه‌ی مقدّماتی در یک نمونه‌ی کوچک ٤۰ نفری انجام شد. این پرسش‌نامه را دو بعد کمّیّت و کیفیّتِ استفاده از شبکه‌های اجتماعی در چهار مقیاس کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی (مدّت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در طول شبانه‌روز)، نوع شبکه‌ی مورد استفاده (فیس‌بوک، توییتر، فرندفید، یوتیوب، کلوب، گوگل ریدر، اورکات و سایر شبکه‌های اجتماعی)، نوع استفاده از شبکه‌ها (سرگرمی و تفریح، کسب اخبار و اطّلاعات و دوست‌یابی) و مشارکت و فعّال بودن کاربران در شبکه‌ها (دیدن پروفایل‌ها، عکس‌ها و آلبوم‌های شخصی دوستان، خواندن موضوعاتِ به بحث گذاشته‌شده و گاهی نوشتن بر روی این موضوعات و نیز شروع یک بحث تازه در بین گروه‌های عضو) تبیین می‌کند. مطالعه‌ی مقدّماتی (pilot) نشان داده که میزان همسانی درونی گویه‌ها به شیوه‌ی ضریب آلفای کرونباخ، پایایی R1 معادل ۰/۷٦، پایایی R2 معادل ۰/۷٦، پایایی R3 معادل ۰/۷٤ و پایایی R4 معادل ۰/۷۱ است و در مجموع، مصرف شبکه‌های اجتماعی (R با ضریب آلفای معادل ۰/۷۵) را در سه حوزه نشان می‌دهد.

ب) پرسش‌نامه‌ی محقّق‌ساخته‌ی کنش سیاسی: برای سنجش مشارکت سیاسی از پرسش‌نامه از نوع سنج لیکرت استفاده شده است. این پرسش‌نامه با بهره‌گیری از مقیاس لیکرت، توسّط محقق ساخته شده و دارای ۳۰ سؤال است. برای تعیین روایی و اعتبار ابزار تحقیق، ابتدا پرسش‌های متعدّدی به‌وسیله‌ی چند تن از استادان علوم سیاسی طرح شد و پس از بحث و بررسی، تعداد ۳۰ سؤال انتخاب گردید. هم‌چنین پس از ویرایش لازم و به منظور اطمینان بیش‌تر، بر یک گروه ٤۰ نفری (۲۰ پسر و ۲۰ دختر) به صورت آزمایشی اجرا شد. در این پژوهش، ضرایب پایایی این

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

مقیاس به روش آلفای کرونباخ برابر با ۰/۷۵ درصد بوده است. مطالعات درباره‌ی اعتبار آزمون بر اساس نمونه‌ی مشابه و محاسبه‌ی ضریب همسانی درونی، نشان می‌دهد این پرسش‌نامه از روایی و پایایی بالایی برخوردار است. کنش سیاسی به دو سطح کنش سیاسی متعارف و کنش سیاسی غیرمتعارف تقسیم شد. کنش سیاسی فعّالیت داوطلبانه‌ای است که اعضای جامعه در انتخاب حکّام به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم و در شکل‌گیری سیاست‌های عمومی انجام می‌دهند (مک کلاسکی، ۱۹۷۲: ۲۵۲). کنش سیاسی متعارف با مؤلّفه‌های رأی‌دهی، مطالعه‌ی مطالب و اخبار سیاسی، صحبت کردن درباره‌ی سیاست، پیوستن به یک گروه سیاسی (مانند سازمان‌های داوطلبانه، حزب و جنبش‌های اجتماعی جدید)، شرکت در یک مجموعه یا نهاد مشورتی (مانند انجمن دانشگاه و کانون‌ها)، حضور در جلسات، راهپیمایی‌ها، گردهمایی‌ها و اجتماعات، ارتباط با نمایندگان منتخب یا مقامات دولتی، ارائه‌ی کمک‌های مالی و فعّالیّت‌های داوطلبانه (مانند سازمان‌دهی نشست‌ها، تبلیغات انتخابات و تلاش برای کسب مناصب سیاسی و حفظ آن‌ها) مورد سنجش قرار گرفته است. کنش سیاسی غیرمتعارف نیز با مؤلّفه‌های کنش‌های رادیکال و مستقیم مانند اعتصابات، تحصّن، اعتراضات، راهپیمایی‌های غیرقانونی، نافرمانی مدنی، زیر پا گذاشتن قانون به دلایل سیاسی و خشونت سیاسی (مانند شورش، آشوبگری، انقلاب، کودتا و عملیّات مسلّحانه) سنجیده شده است. این مقیاس، ابزاری برای سنجش میزان کنش سیاسی افراد محسوب می‌شود که نمره‌گذاری هر سؤال بر روی یک پیوستار از ۱ (کاملاً موافقم) تا ۵ (کاملاً مخالفم) است.

یافته‌های پژوهش

نتایج به‌دست آمده از پژوهش در دو بخش توصیفی و استنباطی ارائه می‌گردد که ابتدا به یافته‌های توصیفی پرداخته می‌شود.

جدول شماره‌ی یک- میانگین و انحراف استاندارد نمرات شرکت‌کنندگان در هریک از ابعاد شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی

متغیّرها	میانگین	انحراف معیار	متغیّرها	میانگین	انحراف معیار
کمّیّت استفاده از شبکه	۳/۸۰	۰/۷۵	کنش سیاسی متعارف	۳/۱۲	۰/۵۳
نوع شبکه	۲/٦۱	۰/۷۰	کنش سیاسی غیرمتعارف	۲/۵۵	۰/۳۰
استفاده از شبکه	۱/۷٤	۰/٦۱	نمره‌ی کلّ کنش سیاسی	٤/۹۲	۱/۹۱
مشارکت در شبکه	۲/۰۷	۰/٤٤			
نمره‌ی کلّ شبکه‌های اجتماعی	۵/۸۱	۱/۸۲			

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی یک، میانگین و انحراف استاندارد نمرات شرکت‌کنندگان را در هریک از ابعاد کنش سیاسی و شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد. میانگین نمرات کنش سیاسی متعارف و غیرمتعارف به ترتیب ۳/۱۲ و ۲/۵۵ به‌دست آمده است. در پرسش‌نامه‌ی شبکه‌های اجتماعی، میانگین نمرات بعد کمّیّت استفاده از شبکه ۳/۸۰، میانگین بعد نوع شبکه ۲/۶۱، میانگین نمرات مؤلّفه‌ی استفاده از شبکه ۱/۷٤ و میانگین نمرات مؤلّفه‌ی مشارکت در شبکه ۲/۰۷ است. میانگین نمره‌ی کلّ کنش سیاسی ٤/۹۲ و انحراف استاندارد آن ۱/۹۱ و نیز مقادیر مذکور برای نمره‌ی کلّ شبکه‌های اجتماعی به ترتیب ۵/۸۱ و ۱/۸۲ به‌دست آمده است.

جدول شماره‌ی دو- هم‌بستگی بین ابعاد شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی

متغیّرها	کمّیّت استفاده از شبکه	نوع شبکه	استفاده از شبکه	مشارکت در شبکه	شبکه‌های اجتماعی
کنش سیاسی متعارف	۰/٤۲**	۰/۳۸**	۰/۳٦*	۰/۲۳**	۰/٤۹**
کنش سیاسی غیرمتعارف	۰/۵۷**	۰/٤۲**	۰/٤۸**	۰/۳۷*	۰/۵۸**
کنش سیاسی	۰/٤۸**	۰/۳۹**	۰/٤۳**	۰/۳۰**	۰/۵۱**

p<0.01*

p<0.05**

جدول شماره‌ی دو، هم‌بستگی ساده‌ی (پیرسون) هریک از ابعاد شبکه‌های اجتماعی را با ابعاد کنش سیاسی نشان می‌دهد. همان‌گونه که مشاهده می‌شود تمام هم‌بستگی‌ها در سطح p<0.05 و p<0.01 معنی‌دار است. بالاترین میزان هم‌بستگی مربوط به رابطه‌ی کنش سیاسی غیرمتعارف با مؤلّفه‌ی کمّیّت استفاده از شبکه و کم‌ترین میزان هم‌بستگی نیز مربوط به رابطه‌ی کنش سیاسی متعارف با مؤلّفه‌ی مشارکت در شبکه است. در مجموع، با توجّه به جدول بالا، کمّیّت استفاده از شبکه با مؤلّفه‌های کنش سیاسی، رابطه‌ی بیش‌تری نسبت به سایر مؤلّفه‌های شبکه‌های اجتماعی دارد.

برای بررسی رابطه‌ی چندگانه‌ی شبکه‌های اجتماعی با هریک از ابعاد کنش سیاسی، از تحلیل رگرسیون چندگانه استفاده شده است. جدول شماره‌ی سه، نتایج مدل رگرسیونی را به‌ازای

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

رابطه‌ی شبکه‌های اجتماعی با هریک از ابعاد شبکه‌های اجتماعی و میزان کلّ این متغیّر نشان می‌دهد.

جدول شماره‌ی سه- نتایج مدل رگرسیون به ازای رابطه‌ی شبکه‌های اجتماعی با کنش سیاسی

متغیّر پیش‌بین	متغیّر ملاک	R	R^2	R^2 تعدیل‌شده	خطای استاندارد برآورد	F	sig
شبکه‌های اجتماعی	کنش سیاسی متعارف	۰/٤۷	۰/۲۲	۰/۲۳	۱/۰۲۱	٦/۲۰	۰/۰۰۰
شبکه‌های اجتماعی	کنش سیاسی غیرمتعارف	۰/۵۹	۰/۳٤	۰/۳۵	۲/۰۸۲	۵/۱۳	۰/۰۰۰
شبکه‌های اجتماعی	کنش سیاسی	۰/۵۵	۰/۳۰	۰/۳۰	۱/۰۰٦	٤/۷٦	۰/۰۰۰

P<0.001

همان‌گونه که جدول شماره‌ی سه نشان می‌دهد متغیّر شبکه‌های اجتماعی پیش‌بینی‌کننده‌ی مناسبی برای مؤلّفه‌های کنش سیاسی هستند. مقدار هم‌بستگی چندگانه‌ی (R) شبکه‌های اجتماعی با مؤلّفه‌ی کنش سیاسی متعارف ۰/٤۷ است و ضریب تعیین ۲۲ درصد نشان‌دهنده‌ی مقدار قابل تبیین واریانس‌های متغیّر کنش سیاسی متعارف از روی ابعاد شبکه‌های اجتماعی است. هم‌چنین مقدار هم‌بستگی چندگانه‌ی (R) شبکه‌های اجتماعی با مؤلّفه‌ی کنش سیاسی غیرمتعارف ۰/۵۹ است و ضریب تعیین ۳٤ درصد بیانگر مقدار قابل تبیین واریانس‌های متغیّر کنش سیاسی غیرمتعارف از روی ابعاد شبکه‌های اجتماعی است. در مجموع، مقدار هم‌بستگی چندگانه‌ی (R) شبکه‌های اجتماعی با مؤلّفه‌ی کنش سیاسی ۰/۵۵ است و ضریب تعیین ۳۰ درصد نشان‌دهنده‌ی مقدار قابل تبیین واریانس‌های متغیّر کنش سیاسی از روی ابعاد شبکه‌های اجتماعی است. سطح معنی‌داری به‌دست آمده برای مقادیر F نشان می‌دهد همه‌ی ضرایب در سطح p<۰/۰۰۱ معنی‌دار است.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

جدول شماره‌ی چهار- ضرایب رگرسیون غیراستاندارد (B) و استاندارد (b) به ازای هر بعد از شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد کنش سیاسی

متغیّر ملاک	متغیّر پیش‌بین	ضرایب استاندارد	ضرایب غیراستاندارد		t	سطح معناداری
		B	خطای استاندارد	B		
کنش سیاسی متعارف	کمّیّت استفاده از شبکه	۰/٤۱	۰/۰۷۵	۰/۳۱	۲/۰۵	۰/۰۳۱
	نوع شبکه	۰/۳۸	۰/۰٦۸	۰/۲۵	۲/٤۷	۰/۰۰۸
	استفاده از شبکه	۰/۲۵	۰/۰۷۳	۰/۳٤	۳/۰۲	۰/۰۰۱
	مشارکت در شبکه	۰/۳۱	۰/۰۱۵	۰/۲۱	۲/۱۹	۰/۰۱۹
	شبکه‌های اجتماعی	۰/٤۲	۰/۰۸۷	۰/۳۷	٤/٤۱	۰/۰۰۱
کنش سیاسی غیرمتعارف	کمّیّت استفاده از شبکه	۰/۵۲	۰/۰۲۳	۰/٤۲	۳/۰۹	۰/۰۰۱
	نوع شبکه	۰/٤٤	۰/۰۵۸	۰/٤۵	۲/۸۸	۰/۰۰۱
	استفاده از شبکه	۰/۳۷	۰/۰۰۵٦	۰/۳۳	۲/۵۰	۰/۰۲۱
	مشارکت در شبکه	۰/۳۱	۰/۰۱۱	۰/۲۱	۳/۳۱	۰/۰۰۱
	شبکه‌های اجتماعی	۰/۵۹	۰/۰۷۵	۰/۵۵	۵/۲۲	۰/۰۰۱
کنش سیاسی	کمّیّت استفاده از شبکه	۰/٤۸	۰/۰۰۳٦	۰/۵۰	۳/۱۸	۰/۰۰۱
	نوع شبکه	۰/۳۸	۰/۰۲٤	۰/۲۸	۳/۲۵	۰/۰۰۱
	استفاده از شبکه	۰/۵۰	۰/۰۷۱	۰/٤۵	۲/۳۹	۰/۰۲۷
	مشارکت در شبکه	۰/۳۳	۰/۰۳۸	۰/۳۰	۳/۷٦	۰/۰۰۱
	شبکه‌های اجتماعی	۰/۵۱	۰/۰٦۱	۰/٤۲	٤/٦۹	۰/۰۰۱

جدول شماره‌ی چهار، نشان‌دهنده‌ی ضرایب رگرسیون غیراستاندارد (B) و استاندارد (b) به ازای رگرسیون هر بعد از شبکه‌های اجتماعی بر ابعاد کنش سیاسی است. همان‌گونه که ضرایب رگرسیون استاندارد نشان می‌دهد در همه‌ی ابعاد کنش سیاسی، کمّیّت استفاده از شبکه، پیش‌بینی‌کننده‌ی مهم‌تری بوده، از وزن b بالاتری برخوردار است و ارتباط بیش‌تری با مؤلّفه‌های

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

کنش سیاسی دارد. در مجموع، رابطه‌ی مؤلّفه‌های شبکه‌های اجتماعی با همه‌ی ابعاد کنش سیاسی معنی‌دار است ($p<0.05$).

نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر کنش‌گری سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان بوده است. بر پایه‌ی نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها، بین شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در نمونه‌ی مورد بررسی، ارتباط معنی‌داری وجود دارد. نخستین فرضیّه‌ی تحقیق مبنی بر وجود رابطه بین کیفیّت و کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی با کنش سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان، توسّط یافته‌های تجربی مورد تأیید قرار گرفته است. این یافته‌ها با نتایج حاصل از پژوهش‌های کاستلز (۲۰۰۹)، کلی و اتینگ (۲۰۰۸)، بیکر (۲۰۰٦) و کیتزمون و همکاران (۲۰۱۱) هم‌سو است. چون جوانان زمان بیش‌تری را در محیط‌های آنلاین می‌گذرانند، رسانه‌های اجتماعی ابزار آموزشی مؤثّری هستند که می‌توانند یادگیری سیاسی و مشارکت را در میان جوانان ارتقا دهند. مشارکت آنلاین دارای محیط بازی است که در نتیجه‌ی آن، فرصت‌های برابری را برای کنش سیاسی در اختیار افراد قرار می‌دهد. تبلیغات و ترویج مشارکت مدنی، ایجاد انگیزه‌ی تحوّل و جنبش‌های عمومی، توسعه‌ی فعّالیّت سایبری و مجازی و ژورنالیسم مدنی، توسعه‌ی جامعه‌ی مدنی، ایجاد فضای سیاسی بازتر و پشتیبانی از عوامل و جریان‌های سیاسی، از مزایای شبکه‌های اجتماعی است. با توجّه به نقش اثرگذار رسانه‌ها بر همه‌ی اعضای جامعه به‌ویژه نسل جوان، نقش رسانه‌ها به‌عنوان یکی از دستگاه‌های فراگیر، گسترده و در دسترس همگان، در انتقال مفاهیم سیاسی و چگونگی شکل‌گیری رفتارهای سیاسی و انتخاباتی مؤثّر و تعیین‌کننده است. شبکه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم با رساندن اخبار و اطّلاعات سیاسی، معرّفی ارزش‌ها و آرمان‌های سیاسی و تبلیغ آن‌ها، مقایسه‌ی ارزش‌های سیاسی جامعه‌ی خودی با ارزش‌های جوامع دیگر، بحث و گفتگو درباره‌ی مواضع دولت و ...، جامعه‌پذیری سیاسی را به انجام می‌رسانند.

دومین فرضیّه‌ی تحقیق، وجود رابطه بین کیفیّت و کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در سطح متعارف در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان بوده است. اگرچه بیش‌ترِ این شبکه‌ها برای دوست‌یابی و تفریحات مورد استفاده قرار گرفته‌اند، امّا نوع شبکه‌ی مورد انتخاب، تأثیر معناداری بر کنش سیاسی داشته است؛ به‌گونه‌ای که در این میان، فیس‌بوک از بیش‌ترین تأثیر

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

برخوردار بوده است. شبکه‌های اجتماعی، مدل‌های ارتباطی جدیدی را معرّفی کرده‌اند. موضوعات و مباحث جدید ارتباطی، ضمن توسعه‌ی آزادی بیان، مشارکت گسترده را فراهم آورده و به طبقات مختلف مردم فرصتی داده‌اند تا نظریّات و نگرش خود را منتقل کنند؛ اصول و قواعد اجتماعی را به چالش بکشند و بر تحوّلات اجتماعی اثرگذار شوند. رسانه‌ی اجتماعی این فرصت را به افراد داده است تا به شیوه‌های گوناگون به بیان نظریّات خود و ابراز وجود بپردازند و در رخدادهای مهم مشارکت جویند؛ زیرا سلسله‌مراتب کم‌رنگ‌تر می‌گردد و بیش‌تر ساختارهای دموکراتیک مورد توجّه واقع می‌شوند. هرچه افراد در این شبکه‌ها فعّال‌تر باشند، بیش‌تر تحت‌تأثیر مطالب سیاسی قرار می‌گیرند. از سوی دیگر، مهارت و سواد اینترنتی، ساختاری چندبعدی است که دربردارنده‌ی قابلیّت‌هایی برای دسترسی، آنالیز، ارزشیابی و ایجاد محتوای آنلاین است. هرچه مهارت اینترنتی در میان افراد گسترش می‌یابد، رسانه‌های اجتماعی امکان مشارکت افراد توانمند را فراهم می‌کنند.

سومین فرضیّه‌ی تحقیق حاضر، وجود رابطه بین کیفیّت و کمّیّت استفاده از شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی در سطح غیرمتعارف در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان بوده است. نتایج پژوهش نشان داده که کنش سیاسی غیرمتعارف با افزایش میزان استفاده از شبکه، افزایش می‌یابد. هم‌چنین شبکه‌های اجتماعی تأثیر زیادی بر کنش‌گری سیاسی افراطی داشته‌اند. اینترنت به‌ویژه در قالب شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق گسترش الگوهای نوین مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین، نحوه‌ی تعامل شهروندان با یکدیگر و حکومت را دچار تغییرات بنیادین کرده است. گروه‌های معترض و در حاشیه‌مانده می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی اینترنتی اعتراضات سیاسی، تبعیض‌ها، سرکوب‌های سیاسی، ناکارآمدی‌های مدنی و ... را آشکار سازند و با برجسته‌سازی این موارد، حکومت و عملکردهای آن را به‌طور جدّی به چالش بکشانند. نسل جوان در مقایسه با کاربران بزرگ‌سال، از رسانه‌های اجتماعی برای اهداف متفاوتی چون ارتباطات الکترونیک با دوستان، شبکه‌سازی جنبش‌های اجتماعی و فعّالیّت‌های گروهی سیاسی استفاده می‌کنند. حتّی زمانی که استفاده‌ی افراد از رسانه‌های اجتماعی به خاطر محتوای سیاسی این رسانه‌ها نباشد، می‌توانند در معرض محتویّات سیاسی قرار گیرند. به این طریق، رسانه‌های اجتماعی قادرند کاربر را نسبت به سیاست، به میزانی بیش‌تر از مطّلع بودن از امور سیاسی، علاقه‌مند سازند.

شبکه‌های اجتماعی از طریق کارکردهای کاربران و نشر و اشتراک مطالب، تصاویر و سایر فایل‌های صوتی- تصویری، می‌توانند اذهان کاربران را به خود جلب کنند. در واقع، مطلب مربوط به جریان‌های سیاسی- اجتماعی از جمله انتخابات، کاندیداهای احتمالی، مخالفین انتخابات و ...،

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

در شبکه‌های اجتماعی مجازی به فراخور محبوبیّت آن‌ها مطرح می‌گردد. با توجّه به این که در این شبکه‌ها امکان طرح غیرمحدود اطّلاعات وجود دارد، احتمال وجود اطّلاعات پالایش‌نشده، شایعه و طرح موضوعات با اغراض سیاسی در آن‌ها بیش‌تر می‌شود.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

منابع

۱. خانیکی، هادی و بابایی، محمود (۱۳۹۱) «تأثیر سازوکارهای ارتباطی اینترنت بر الگوهای تعامل کنش‌گران فضای سایبر ایران»، **فصلنامه‌ی علوم اجتماعی**، شماره‌ی ٥٦.

۲. روشه، گی (۱۳۷٦) **جامعه‌شناسی پارسونز**، ترجمه‌ی عبدالحسین نیک‌گوهر، تهران: تبیان.

۳. سلطانی‌فر، محمّد (۱۳۸۹) **فناوری‌های نوین ارتباطی**، تهران: انتشارات دانشگاه جامع علمی- کاربردی.

٤. قاسم‌زاده، مرتضی (۱۳۹۰) «نقش شبکه‌های اجتماعی در تحوّلات منطقه‌ای و بین‌المللی»، **پرتال سیاست ما، دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای**.

5. Aguayo, Angela J (2011) "New Media and Activism"; [Cited in]: John D. H. Downing. **Encyclopedia of social movement media**. UK: Sage.

6. Anduiza, Eva, Cantijoch, Marta and Aina Gallego (2009) "Political Participation and the Internet. A Field Essay", **Information, Communication & Society**, 12(6): 860-878.

7. Baumgartner, Jody C. and Jonathan S. Morris (2010) "MyFaceTube Politics: Social Networking Web Sites and Political Engagement of Young Adults", **Social Science Computer Review**, 28(1): 24-44.

8. Bennett, W. Lance and Alexandra Segerberg (2012) "The Logic of Connective Action: Digital Media and the Personalization of Contentious Politics", **Information, Communication & Society**, 15(5): 739-768.

9. Best, S. J. & Krueger, B. S. (2005) "Analyzing the representativeness of Internet political participation", **Political Behavior**, 27(2), 183-216.

10. Castells, Manuel (2009) **Communcation Power**. UK: Oxford University.

11. Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles and Cliff Lampe (2011) "Connection strategies: social capital implications of Facebook-enabled communication practices", **New Media & Society**, 13(6): 873-892.

12. El-Nawawy, M & Khamis, S (2009) **Islam dot com: contemporary Islamic discourses in cyberspace**, Palgrave Macmillan, New York.

13. Eltantawy, N & Wiest, JB (2011) "Social media in the Egyptian revolution: reconsidering resource mobilization theory", **International Journal of Communication**, 5, pp. 1207-1224.

14. Everitt-Deering, P (2008) **"The adoption of information and communication technologies by rural general practitioners: A socio technical analysis"**. PhD dissertation, Faculty of Business and Law, Victoria University.

15. Gaines, Brian J. and Jeffery J. Mondak (2009) "Typing together? Clustering of ideological types in online social networks", **Journal of Information Technology & Politics**, 6(3): 216–231.

16. Gerber, A.S. and Rogers, T (2009) Descriptive Social Norms and Motivation to Vote: Everyone's Voting and so Should You, **The Journal of Politics**, 71: 178-191.

17. Gibson, R., Lusoli , W., & Ward, S (2005) Online participation in the UK: Testing a "contextualized" model of Internet effects, **Policy Studies Association**, 7(4), 561-583.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]

18. Gronlund, K (2005) Political Knowledge and the Internet, Paper Prepared for Presentation at **the XIV Tri-annual Conference of the Nordic Political Assiciation (NOPA)**, Pp. 11-13.
19. Hamilton, Allison and Caroline J. Tolbert (2012) Political Engagement and the Internet in the 2008 U.S. Presidential Elections: A Panel Survey in Anduiza, Eva, Jensen, Michael J., and Jorba, Laia (eds.) **Digital Media and Political Engagement Worldwide, A Comparative Study**. Cambridge: Cambridge University Press, 56-79.
20. Jensen, Michael J. and Eva Anduiza (2012) Online Political Participation in the United States and Spain' in Anduiza, Eva, Jensen, Michael J., and Jorba, Laia (eds.) **Digital Media and Political Engagement Worldwide, A Comparative Study**. Cambridge: Cambridge University Press, 80-101.
21. Kaplan, M & Blakley, J (2009) The business and culture of social media, viewed 25 September 2011, <**http://www.learcenter.org/ pdf/ business and culture of socialmedia.pdf**>
22. Khamis, S & Vaughn K (2011) "Cyberactivism in the Egyptian revolution: how civic engagement and citizen journalism tilted the balance", **Arab Media and Society**, no. 13.
23. Kietzmann, JH, Hermkens, K, McCarthy, IP & Silvestre, BS (2011) "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media", **Business Horizons**, vol. 54, no. 3, pp. 241–251.
24. Livingstone, Sonia and Ellen Helsper (2010) Balancing opportunities and risks in teenagers use of the internet: the role of online skills and internet self-efficacy, **New Media & Society**, 12(2): 309-329.
25. McClurg, S. D (2003) Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation. **Political Research Quarterly**, 56: 449–464.
26. Mossberger, K., Tolbert, C. J., & Stansbury, M (2003) **Virtual inequality: Beyond the digital divide**. Washington, DC: Georgetown University Press.
27. Park Hun, M (2007) **"How Does Information & Communication Technology Affect Civic Engagment?"**, phd. Dissertation in Mass Communication Indiana University.
28. Park Namsu, Kee Kerk and Sebastián Valenzuela (2009) "Being immersed in social networking environment: Facebook groups, uses and gratifications, and social outcomes", **Cyberpsychology & Behavior**, 12(6): 729–733.
29. Pasek, J., Kenski, K., Romer, D., & Jamieson, K. H (2006) "America's youth and community engagement: How use of mass media is related to civic activity and political awareness in 14- to 22-year-olds", **Communication Research**, 33(3), 115-135.
30. Schneider, NC & Gräf, B (2011) **Social dynamics 2.0: researching change in times of media convergenc, Case studies from the Middle East and Asia**, Frank & Timme GmbH, Berlin.
31. Shirky, Clay (2008) **Here Comes Everybody, The Power of Organizing Without Organizations**, New York: Penguin Press.
32. Strandberg, K (2006) **Parties, candidates and citizens on-line: Studies of politics on the Internet**. Abo, Finland Abo Akademi University Press.
33. Ward, S., & Vedel, T (2006) "Introduction: The potential of the Internet revisited", **Parliamentary Affairs**, 59(2), 299-313.

[Downloaded from scdsjournal.ir on 2026-11-18]