

The Role of Social Networks in Political Awareness and Online Political Participation (Case Study: Students of Islamic Azad University, Ahvaz Branch)

Ramin. Shafiani¹, Hamed. Ameri Golestani^{2*}, Hamed. Mohagheghnia², Fereydoon. Akbarzadeh²

¹ PhD Student of Political Science – Iranian Issues, Department of Political Science, Ahv.C., Islamic Azad University, Ahvaz, Iran

² Assistant Professor, Department of Political Science, Ahv.C., Islamic Azad University, Ahvaz, Iran

* Corresponding author email address: hamed.ameri@gmail.com

Article Info

Article type:

Original Research

How to cite this article:

Shafiani, R., Ameri Golestani, H., Mohagheghnia, H., & Akbarzadeh, F. (2025). The Role of Social Networks in Political Awareness and Online Political Participation (Case Study: Students of Islamic Azad University, Ahvaz Branch). *Journal of Social-Political Studies of Iran's Culture and History*, 4(1), 82-97.



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

ABSTRACT

This study, with a focus on political participation, aims to assess and understand its relationship with political awareness in the online sphere. Online political participation is a significant issue that has gained attention with the expansion of new social networks. This research is descriptive-analytical in nature and applied in purpose, examining the role of social networks in political awareness and online political participation among students at the Islamic Azad University, Ahvaz Branch. The sample size consisted of 380 individuals selected through simple random sampling. A questionnaire comprising 17 items was developed. The reliability coefficient of the scale was calculated using Cronbach's alpha method and found to be 77%. The findings of the study indicate that cyberspace has a moderate impact on individuals' political tendencies, behaviors, and participation. Furthermore, individuals use virtual space primarily for obtaining political news and information, while the least usage is related to encouraging participation in city council elections. Most individuals express no desire to participate in presidential, parliamentary, or city council elections and do not use social networks for political news and information at all. Regarding the form of political activity, whether active or passive, the majority of individuals show no inclination toward active political participation. This may reflect a form of disillusionment with active political engagement and direct involvement in such activities. In addition, the tendency toward peaceful political participation is higher than toward non-peaceful participation. Most respondents also believe that social networks significantly facilitate the exchange of information and political discussion, freedom of expression, and political communication among citizens.

Keywords: Political awareness, students, social networks, online political participation

EXTENDED ABSTRACT

Introduction

Political participation has long been considered a core tenet of democratic governance, encompassing individuals' active or passive involvement in shaping, endorsing, or contesting political systems. Traditionally, this participation took tangible forms such as voting, attending rallies, or engaging in political dialogue within public spaces. However, the rapid emergence of social networks has ushered in a new arena for political engagement. These digital platforms have not only supplemented conventional participation but have also forged novel mechanisms for expression and activism (White, 2022). Platforms such as Instagram, Twitter, Telegram, and WhatsApp in Iran now serve as dynamic spaces where political actors, citizens, and students engage in discourse, mobilize support, and even protest. Particularly during elections or crises, hashtags and trending topics become tools for shaping public opinion (Theocharis et al., 2023), while virtual campaigns play a crucial role in rallying youth and marginalized voices (Eubank et al., 2021).

This paradigm shift has significant implications for political awareness, a construct often defined as an individual's knowledge of political concepts, institutions, and history. The proliferation of digital information has enhanced accessibility to political content, yet simultaneously blurred the lines between verified facts and misinformation (Tariq et al., 2022). The potential for confusion is high, with accurate reporting coexisting alongside biased or fabricated content (Shahzad & Omar, 2021). This duality necessitates a deeper understanding of how social networks influence not only the quantity but also the quality of political awareness, particularly among students, who are both avid consumers of digital content and future political agents (Rahman et al., 2018).

Online political participation—whether through commenting, signing e-petitions, liking political posts, or engaging in virtual forums—is increasingly recognized as a legitimate form of political behavior (De Zúñiga et al., 2014). Such participation reflects users' attitudes toward democracy and their sense of civic responsibility (Arabi et al., 2023). The contextual environment, including media format, emotional salience, and proximity of information, further shapes the intensity and style of engagement (Geise et al., 2021). Importantly, students' political behaviors are shaped not just by individual agency but by the communicative affordances of the platforms they use (Nguyen et al., 2020), prompting political institutions to optimize their presence across these networks. Despite the promise of online engagement, there remains a gap in the literature concerning how these dynamics manifest among Iranian university students—a population navigating a complex sociopolitical landscape and an evolving digital culture.

Methods and Materials

This research employed a descriptive-analytical survey approach with an applied orientation. The study population included students of the Islamic Azad University, Ahvaz Branch. A total of 380 participants were selected through simple random sampling. Data collection utilized both library and field methods. For the fieldwork, a researcher-made questionnaire was administered online through university-affiliated virtual groups and channels. The questionnaire assessed three main variables: usage of social networks, political awareness, and online political participation. Political awareness was evaluated across three subdimensions—knowledge of political concepts, political institutions, and political history. The reliability of the instruments was confirmed using Cronbach's alpha, with coefficients of 0.74 and 0.77

for online political participation and political awareness respectively. Quantitative data were analyzed using SPSS software, employing descriptive statistics, Pearson correlation, and multiple regression analyses.

Findings

The demographic analysis revealed that 55% of respondents were male and 45% female. Regarding marital status, 44.73% were single and 55.26% were married. The most represented age groups were 35–44 years (35%) and 18–24 years (33.68%). In terms of education, the highest proportions were found among bachelor's (45.26%) and master's (25.64%) degree holders.

Among social network platforms, WhatsApp (mean = 3.53), Instagram (mean = 3.34), and Telegram (mean = 3.13) had the highest usage. The most common reasons for using these networks were to access scientific content (mean = 3.89), social content (mean = 3.82), and political content (mean = 3.46). Political awareness scored a mean of 3.62, which is above average, while online political participation had a mean of 1.95, indicating a below-average engagement level.

Correlation analysis showed a statistically significant positive relationship between the frequency of social media use and political awareness ($r = 0.197$, $p = 0.021$). Further analysis revealed a significant correlation between social media use and active political participation ($r = 0.277$, $p = 0.036$), particularly for Twitter users, whose engagement in activities such as writing political articles, signing e-petitions, and uploading political videos was higher ($p = 0.043$).

Multiple regression analysis indicated that gender, marital status, age, and education did not significantly affect active political participation. However, variables such as frequency and type of social media use, and especially political awareness, significantly predicted active online political participation. Political awareness emerged as the strongest predictor ($\beta = 0.506$), followed by content type ($\beta = 0.259$) and frequency of use ($\beta = 0.083$). The adjusted R^2 value of 0.297 indicated that about 29.7% of the variance in political participation could be explained by the independent variables.

Discussion and Conclusion

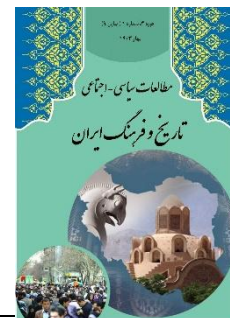
This study explored how social networks influence political awareness and online political participation among students of Islamic Azad University in Ahvaz. The concept of online political participation, while relatively new, encapsulates a broad array of digital behaviors that are politically meaningful. In this research, it was evident that while students are active users of various social media platforms, their engagement in active political behavior remains limited. A significant number of respondents reported using these platforms to obtain political news, yet refrained from participating in traditional political processes such as elections.

Interestingly, Twitter stood out as a platform associated with higher levels of political engagement, suggesting its role as a conduit for more expressive and direct forms of activism. Despite this, the overall level of active participation remained low, possibly due to political disillusionment, lack of trust, or perceived inefficacy of such actions. However, the data also highlighted a preference for peaceful and information-based political involvement, reflecting a shift toward more discursive and less confrontational forms of engagement.

Political awareness was found to be the most powerful predictor of online political participation, underscoring the idea that informed citizens are more likely to engage. The role of social media as a catalyst for this awareness cannot be overstated—it acts both as an information hub and a space for

discussion and deliberation. This points to the need for further exploration into the content quality and information literacy skills of users, which may enhance or inhibit their political agency.

While the study provides valuable insights, limitations such as reliance on self-reported data, lack of qualitative insights, and the exclusive focus on one university campus must be acknowledged. Future research would benefit from employing mixed-method approaches and comparing diverse student populations across regions and institutions. Nonetheless, the findings confirm that social networks have become indispensable in shaping the political consciousness and behaviors of the new generation.



نقش شبکه‌های اجتماعی در آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی آنلاین (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز)

رامین شفیانی^۱، حامد عامری گلستانی^{۲*}، حامد محقق نیا^۲، فریدون اکبر زاده^۲

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی- مسائل ایران، گروه علوم سیاسی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

۲. استادیار گروه علوم سیاسی، واحد اهواز، دانشگاه آزاد اسلامی، اهواز، ایران

*ایمیل نویسنده مسئول: hamed.ameri@gmail.com

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله

پژوهشی اصیل

نحوه استناد به این مقاله:

شفیانی، رامین، عامری گلستانی، حامد، محقق نیا، حامد، و اکبر زاده، فریدون. (۱۴۰۴). نقش شبکه‌های اجتماعی در آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی آنلاین (مورد مطالعه دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز). *مطالعات سیاسی- اجتماعی تاریخ و فرهنگ ایران*، ۴(۱)، ۹۷-۸۲.



© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است. انتشار این مقاله به صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی (CC BY-NC 4.0) صورت گرفته است.

این پژوهش با تمرکز بر مشارکت سیاسی، به دنبال سنجش و شناخت آن در نسبت با آگاهی سیاسی در فضای آنلاین است. مشارکت سیاسی آنلاین، یکی از مقولات مهمی است که با گسترش شبکه‌های اجتماعی جدید، مورد توجه قرار گرفته است و این پژوهش از نوع پیمایش توصیفی تحلیلی و از لحاظ هدف کاربردی است و به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی آنلاین در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز پرداخته است. حجم نمونه تعداد ۳۸۰ نفر است که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند. این پرسشنامه که دارای ۱۷ سؤال است، ساخته شد. ضرایب پایایی این مقیاس به روش آلفای کرونباخ ۷۷ درصد بود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که فضای مجازی به میزان متوسط بر گرایش‌ها، رفتارها و مشارکت سیاسی افراد تأثیر دارد. همچنین افراد از فضای مجازی برای اطلاعات و اخبار سیاسی بیشتری استفاده و کمترین استفاده در تمایل افراد به شرکت در انتخابات شورای شهر است. بیشتر افراد اصلاً تمایل به مشارکت سیاسی استفاده نمی‌کنند. درباره شکل فعالیت سیاسی به صورت فعال یا منفعل، بیشتر افراد اصلاً تمایلی به مشارکت فعالانه سیاسی ندارند. این موضوع شاید نشان‌دهنده نوعی سرخوردگی از فعالیت سیاسی فعالانه و درگیر شدن مستقیم در این نوع فعالیت‌ها نیز هست. همچنین تمایل به مشارکت سیاسی مسالمت‌آمیز بیش از غیرمسالمت‌آمیز است. همچنین اکثر افراد بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی به میزان خیلی زیاد زمینه را برای تبادل اطلاعات و بحث سیاسی، آزادی بیان و ارتباطات سیاسی شهروندان فراهم می‌کند.

کلیدواژگان: آگاهی سیاسی، دانشجویان، شبکه‌های اجتماعی، مشارکت سیاسی آنلاین.

مقدمه

مشارکت سیاسی مفهومی قدیمی و پرکاربرد در دانش سیاسی است و به مشارکت و فعالیت افراد جامعه، در قالب احزاب، گروه‌ها و یا به صورت فردی، در فعالیت‌های سیاسی است. این مشارکت می‌تواند سلبی یا ایجابی و در موافقت یا مخالفت با نظام سیاسی مستقر باشد. حضور در انتخابات، عضویت در احزاب، شرکت در اعتراضات و راهپیمایی‌ها و نظایر آن، می‌تواند انواع رایج مشارکت سیاسی باشد. اما، اکنون، با گسترش شبکه‌های اجتماعی، این فعالیت‌ها به بسترهای مجازی رفته و اگرچه گونه‌های پیشین مشارکت سیاسی به جای خود باقی است، اما شکل مجازی نوظهور آن نیز هر روز رو به فزونی است (White, 2022). افراد، گروه‌ها و نخبگان سیاسی، بخش‌هایی از فعالیت سیاسی خود را به بسترهای مجازی و به ویژه شبکه‌های اجتماعی نوین انتقال داده‌اند و برای مثال، در زمان انتخابات، کمپین‌ها و کارزارهای مجازی، بخش مهمی از فعالیت‌ها و مشارکت‌های سیاسی را در بر می‌گیرد. از این‌رو، شبکه‌های اجتماعی، موجب به وجود آمدن «شکل» جدیدی از مشارکت سیاسی شده‌اند که در عین نوین بودن، مرزهای تأثیرگذاری آن را نیز دچار تغییراتی کرده است. در این میان، گسترش اینترنت در ایران، موجب گسترش جامعه شبکه‌ای شده است و کاربران پرتعداد و رو به افزایش شبکه‌های اجتماعی‌ای مانند توئیتر، تلگرام، اینستاگرام و فیس‌بوک و نیز پیام‌رسان‌های فراگیری مانند واتساپ، هر روز بیشتر از این رسانه‌ها برای تبادل اطلاعات، گفت‌وگو و مشارکت (ایجابی یا سلبی و موافق و مخالف نظام سیاسی) استفاده می‌کنند (Eubank et al., 2021). سرعت بالای تبادل اطلاعات و اخبار و نیز فضای آزادانه بهره از این رسانه‌ها، تأثیر مستقیمی بر روندهای سیاسی داشته است. در زمان‌های حساس سیاسی، نظیر انتخابات و نیز اعتراضات، این شبکه‌های اجتماعی جدید نقش اول را در شکل‌دهی به فرایندهای مربوط به آن ایفا می‌کنند و حتی استفاده از هشتگ‌های مختلف در این شبکه‌ها در این زمان‌های حساس، در شکل‌دهی به افکار عمومی و نیز سوق دادن آن‌ها به سمت و سوی مورد نظر خود بسیار مؤثر بوده‌اند (Theocharis et al., 2023).

این موضوع، بر یک مسئله مهم دیگر نیز تأثیر بسیار داشته است و آن آگاهی سیاسی و کیفیت آن است. به‌نحوی که می‌توان گفت با گسترش رسانه‌های نوین و شبکه‌های اجتماعی آنلاین، که منجر به گسترش سریع‌تر اخبار و اطلاعات در جامعه شده است، آگاهی سیاسی، به‌مثابه پیش‌زمینه مهمی برای مشارکت سیاسی، دچار تحولاتی شده است (Tariq et al., 2022). این تحولات از یک‌سو موجب بالا رفتن اطلاعات سیاسی افراد، در همه اقصا شده است و از سوی دیگر به دلیل حجم بسیار بالای تبادل اطلاعات و تحلیل‌های سیاسی، موجب شده است که اطلاعات درست و نادرست و تحلیل‌های قوی و ضعیف و جهت‌دار و بی‌طرف، در بسیاری موارد قابل تفکیک نباشد (Shahzad & Omar, 2021). از این‌رو، و از آنجایی که آگاهی سیاسی امری اساسی برای مشارکت و فعالیت سیاسی محسوب می‌شود، توجه و سنجش آن دارای اهمیت بسیاری است. مسئله اصلی نیز در این پژوهش همین است که شبکه‌های اجتماعی مجازی چه تأثیراتی را بر مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی در دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز دارند.

مبانی نظری

مفهوم مشارکت سیاسی آنلاین، مفهومی جدید برای شناخت وضعیت و نوع جهت‌گیری افراد از نظر سیاسی در فضای آنلاین و مجازی است. فضایی که تعامل در آن نه در فضای بیرون بلکه در فضای مجازی و پلتفرم‌های مختلفی صورت می‌گیرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی بستر آن است. برخی از این مشارکت‌ها از فضای واقعی نشئت می‌گیرد و برخی ساختگی است و فضای بیرونی را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد (Ruess et al., 2023). در تعریف از مشارکت سیاسی آنلاین باید گفت، «مشارکت سیاسی با ظهور اینترنت، به صورت خاص همراه با پیدایش شبکه‌های اجتماعی، اشکال جدید آنلاین به خود گرفته است. مشارکت سیاسی آنلاین، نوعی مشارکتی است که در یک زمینه و بستر آنلاین اتفاق می‌افتد، که مثلاً شامل نوشتن پیام‌های سیاسی آنلاین، شرکت در کمپین آنلاین، تصدیق کردن یک لیست سیاسی، فرستادن پیام‌های

سیاسی در فضای اینترنت و غیره می‌شود (De Zúñiga et al., 2014). مشارکت سیاسی آنلاین، چیزی است که می‌توان آن را «کنشگری سیاسی آنلاین» نیز نامید (Arabi et al., 2023). در این مبناست که رسانه‌های غالب، می‌توانند با استفاده ابزاری تکنولوژی‌های ارتباطی نوین و در بستر اینترنت بیشترین تأثیرگذاری را بر رفتارهای سیاسی افراد می‌گذارند که از جمله رفتارهای انتخاباتی است (Garzia et al., 2020). زمان دریافت تصاویر رسانه‌های خبری دیجیتال به‌طور قابل توجهی تمایل به مشارکت سیاسی آنلاین را افزایش نمی‌دهد. باین‌حال، اگر افراد تصاویر رسانه‌های خبری را با ویژگی‌های تصویری خاص درک کنند، تمایل بیشتری به مشارکت سیاسی آنلاین دارند. تمایل فردی برای شرکت در مشارکت سیاسی آنلاین به ویژه اگر دریافت کننده عکاسی مطبوعاتی را غافلگیرکننده، احساسی، جذاب، خبرساز، از نظر جغرافیایی نزدیک، بحث برانگیز، مرتبط یا برجسته بدانند، حمایت می‌شود. علاوه بر این، اثرات متقابل سطح متقابل نشان می‌دهد که ادراک حسی تصاویر رسانه‌های خبری نیز می‌تواند تأثیر مثبت و معناداری داشته باشد: اگر تصویر رسانه‌ای از سوی یک گیرنده فردی ارزش خبری یا منفی در نظر گرفته شود، احتمال بیشتری دارد که پس از آن در مشارکت آنلاین شرکت کنید (Geise et al., 2021). از آنجایی که محیط رسانه‌ها دائماً در حال تغییر و دگرگونی است، شناسایی محبوب‌ترین نوع رسانه‌های اجتماعی که می‌تواند به افراد در بیان دیدگاه‌های سیاسی و موضع مدنی خود از طریق گفت‌وگو با مخالفان و ساختارهای دولتی کمک کند، ضروری است. در نتیجه، سازمان‌های سیاسی نیاز به شناسایی اثبات‌ترین و بهینه‌ترین بستر برای امکان تأثیرگذاری بر نظرات رأی‌دهندگان دارند (Nguyen et al., 2020).

به‌هرحال، مشارکت سیاسی آنلاین روشی موقتی است که کاربران اینترنتی با توجه به امکانات بسیار زیاد در فضای مجازی کشف کردند. برخی از راه‌های شرکت آنلاین از جمله تقویت یک موضوع در رسانه‌های اجتماعی، اغلب با افزایش تگ‌هایی که در تویتر دیده می‌شود. ارتباط عمودی با مقامات دولتی که دارای حساب‌های رسانه‌های اجتماعی هستند، هم به صورت خصوصی و هم توسط مدیران؛ و از طریق ایجاد طومارهایی برای حمایت یا رد سیاست‌های دولت، که در آن طومار آنلاین توزیع و سپس امضا می‌شود. برخی از سطوح مشارکت سیاسی آنلاین می‌تواند مشارکت سیاسی مستقیم را تشویق کند، استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای اخبار و بیان سیاسی در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند باعث مشارکت مستقیم شود (Yusuf et al., 2023).

آگاهی سیاسی به توانایی خواندن برنامه‌های سیاستمداران با گوش دادن به اینکه چگونه آن‌ها در اجرای سیاست‌های دولت تغییر ایجاد می‌کنند. همچنین دانستن آنچه بر اساس قوانین جاری برای کشور و اعتقادات قانون اساسی چندان خوب نبوده و در گذشته چگونه رفتار می‌شده است. اشاره دارد. آگاهی سیاسی برای شهروندان یا مردم یک کشور دموکراتیک بسیار مهم است. به‌دلیل آنکه آن‌ها باید بدانند که چگونه به‌هر موضوع سیاسی که در کشورشان اتفاق می‌افتد واکنش نشان دهند. با این حال، مشکل آگاهی مدنی ناکافی در میان عموم مردم از جمله جوانان می‌تواند دلیلی برای ظاهر شدن آرای مخرب در انتخابات عمومی باشد. بنابراین، آگاهی سیاسی در میان جامعه مدنی برای اطمینان از تبدیل شدن آن‌ها به رأی‌دهندگان آگاه بسیار مهم است (Rahman et al., 2018).

آگاهی سیاسی به‌ویژه یکی از ارکان اصلی است که نظام اجتماعی و سیاسی بر آن پایه‌گذاری شده است و بی‌توجهی به آن در جریان ساختن دولت، تقریباً به یقین به ساختاری کمتر منجر خواهد شد که در برابر هر نوعی فروپاشی خواهد کرد. تمدن دموکراتیک مستلزم آگاهی سیاسی است. در نتیجه، هر دموکراسی به دنبال مشارکت شهروندان برای تضمین توسعه و موجودیت مستمر خود است. جوامع آگاه سیاسی با آگاهی از اقدامات، ابتکارات و سیاست‌های دولت، به حمایت از دموکراسی کمک می‌کنند. شهروندانی که از نظر سیاسی آگاه هستند باید بتوانند دولت خود و سایر کارکنان عمومی را در مورد نحوه انجام امور کشور پاسخ‌گو کنند. به‌عبارت دیگر، تعامل سیاسی به تمام اقداماتی اطلاق می‌شود که شهروندان به‌منظور تأثیرگذاری بر تصمیمات و سیاست‌های دولت و مقامات انجام می‌دهند. آگاهی سیاسی به تحلیل واقع‌گرایی سیاسی بدون تکیه بر ادراکات احساسی کمک می‌کند. مشارکت سیاسی به دولت این امکان را می‌دهد که نیازها و خواسته‌های جمعیت خود

را بهتر درک کند، درحالی که مشارکت پویا در سیاست حزبی، دولت را مجبور به انجام تعهدات قانونی خود می‌کند. دموکراسی واقعی مستلزم دانش سیاسی است، زیرا به سیاستمداران و رهبری کشور اجازه پاسخ‌گویی می‌دهد (Ali et al., 2013).

آگاهی سیاسی تأثیر مثبتی بر فعالیت‌های سیاسی دارد و حتی ممکن است پیش‌بینی‌کننده قوی‌تر فعالیت‌های سیاسی غیرمترعارف نسبت به تأثیر دانش سیاسی باشد. از این رو، نیاز به درک بهتری وجود دارد که چگونه دانش و آگاهی سیاسی به‌طور همزمان بر مشارکت سیاسی تأثیر می‌گذارد. اکثر محققان محدود به بررسی روابط دو متغیره یا مدل‌هایی بودند که فقط شامل پیش‌بینی‌کننده‌های متعدد مشارکت بودند، بدون اینکه بر مکانیسم پشت دانش و آگاهی سیاسی تمرکز کنند (Zetra et al., 2022). در واقع هم از طرفی رسانه‌ها بر آگاهی سیاسی افراد تأثیر گذارند و هم از طرف دیگر آگاهی سیاسی افراد بر قانون‌مندی و رعایت هنجارهای سیاسی و اجتماعی آن‌ها اثر گذارند. بنابراین با عنایت به مباحثی که بیان شد، می‌توان گفت بی‌تردید رسانه‌ها با توسعه ی آگاهی‌های فکری جوامع، زمینه ی گسترش آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی جامعه را فراهم می‌کنند و همانند سگوی پرتابی برای بسیج افکار عمومی، مبنای شکل‌گیری باورها، دیدگاه‌ها و در نهایت رفتار و میزان هنجارمندی خواهند بود. آگاهی سیاسی در میان دانشجویان برای اطمینان از درک دستور کار سیاسی و مشکل‌ها اهمیت دارد. زیرا دانشجویان به‌عنوان سرمایه انسانی بالقوه در آینده در نظر گرفته می‌شوند. بنابراین باید بدانند که خط‌مشی، قانون، قانون و مقررات این کشور را سیاستمدار تعیین می‌کند و باید از تصمیم دولت وقت تبعیت کند. که نشان می‌دهد آن‌ها نمی‌توانند از سیاست دوری کنند. دانشجویان باید از دانش سیاسی اساسی آگاه باشند تا یک دموکراسی واقعی ایجاد کنند. در داخل کشور آن‌ها همچنین باید به‌عنوان یک رهبر در نظام سیاسی مشارکت فعال داشته باشند (Rahman et al., 2018).

پیشینه پژوهش

در چند سال اخیر، مفهوم «مشارکت سیاسی آنلاین»، بیش از گذشته در پژوهش‌هایی که به ارتباط اینترنت و فضای مجازی و مشارکت سیاسی توجه دارند، در ادبیات این موضوع وجود دارد. بر این اساس، مقوله «مشارکت سیاسی آنلاین» را باید در بحث ادبیات پژوهش، به صورتی جداگانه و ذیل بحث «اینترنت و مشارکت سیاسی» مورد توجه قرار داد. این پژوهش‌ها از جنبه‌های مختلف به موضوع نگریسته و در نهایت می‌توان با در نظر گرفتن موضوعات آن‌ها، به چشم‌اندازی رسید که تمهیدات نظری را برای پژوهش فراهم کنند. بخشی از این پژوهش‌ها به «مشارکت سیاسی آنلاین» و رویکردها به آن معطوف هستند (Aichholzer & Allhutter, 2011). در پژوهش خود ضمن بحث درباره پایه مفهومی مشارکت سیاسی آنلاین، از سطوح مختلف مشارکت (مانند اطلاعات، مشاوره، مشارکت) و دسته‌بندی‌های مشارکت الکترونیکی (مانند درخواست الکترونیکی، مشاوره الکترونیکی، مشورت الکترونیکی) صحبت می‌کنند و آن‌ها را مواردی مؤثر در مشارکت سیاسی آنلاین می‌دانند. همچنین (Feezell, 2016) به عوامل تعیین‌کننده مشارکت سیاسی آنلاین می‌پردازد و به‌طور خاص، این را مدنظر دارد که درآمد و سن ارتباطی با مشارکت سیاسی آنلاین در میان کاربران اینترنت ندارد. دیگری اینکه قرار گرفتن در معرض اطلاعات سیاسی که دیدگاه فرد را در زمینه مسائل سیاسی تقویت می‌کند، در مقایسه با اطلاعات متفاوت یا اطلاعات بدون دیدگاه، سطوح بالاتری از مشارکت سیاسی آنلاین را پیش‌بینی می‌کند. اگرچه نتایج پژوهش (Theocharis et al., 2021) در بلژیک نشان می‌دهد که مشارکت دیجیتالی شبکه‌ای، بخش اصلی کارنامه فعالان امروزی و شیوه‌ای متمایز از مشارکت سیاسی است که به وضوح برای شهروندان جوان‌تر و منتقد جذاب است. همچنین، نتایج پژوهش (Lane et al., 2017) نشان می‌دهد که افزایش بحث‌های سیاسی میان‌بخشی آنلاین به‌طور غیرمستقیم بر مشارکت سیاسی آفلاین از طریق تأثیر اشتراک‌گذاری اطلاعات سیاسی رسانه‌های اجتماعی تأثیر می‌گذارد. همچنین این تأثیر غیرمستقیم برای کاربرانی که انگیزه استفاده از رسانه‌های اجتماعی را برای اهداف سیاسی یا حفظ روابط (اما نه خود تبلیغی) دارند قوی‌تر است. همچنین (Strömbäck et al., 2018) در پژوهش خود به این موضوع توجه دارند که در محیط‌های رسانه‌ای با انتخاب بالا، مردم به‌طور فزاینده‌ای استفاده خود از رسانه‌های

خبری مختلف را با هم ترکیب می‌کنند و در فهرست‌های خبری شخصی ترکیب می‌کنند. نتایج نشان می‌دهد که مصرف‌کنندگان اخبار رسانه‌های اجتماعی احتمال بیشتری برای مشارکت در سیاست هم به‌صورت آفلاین و هم آنلاین دارند. (Chen & Wang, 2019) استدلال می‌کنند که اولاً تأثیر استفاده اطلاعات محور از رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در تایوان به‌طور مثبت از طریق اثربخشی سیاسی آنلاین کاربر واسطه می‌شود و ثانیاً این اثر میانجی فقط در مورد مشارکت سیاسی آنلاین قابل توجه است.

همچنین، (Yamamoto et al., 2020) نیز نتیجه گرفتند که رسانه‌های اجتماعی رابطه مثبتی با مشارکت سیاسی آنلاین به‌طور غیرمستقیم از طریق جستجوی اطلاعات سیاسی آنلاین دارد. رسانه‌های اجتماعی نیز به‌طور مثبت با مشارکت سیاسی آنلاین از طریق اطلاعات سیاسی آنلاین و ناهمگونی بحث آنلاین در سریال مرتبط است. پژوهش (Ruess et al., 2023) استدلال می‌کند در حالی که معیارهای مشارکت سیاسی آنلاین مستعد خاص بودن پلتفرم هستند، تعاریف تمایل دارند این ویژگی را نادیده بگیرند. ما با بازتاب مفاهیم مفهومی شیوه‌های اندازه‌گیری رایج برای مطالعه مشارکت سیاسی آنلاین نتیجه‌گیری می‌کنیم. نتایج پژوهش (Eskandari Nodeh et al., 2020)، نشان می‌دهد که انگیزه‌های مشارکت تأثیر معناداری بر قصد استفاده از ابزار مشارکت و نیز مشارکت آنلاین دارد. همچنین قصد استفاده از ابزار مشارکت نیز تأثیر معناداری بر مشارکت آنلاین دارد. یافته‌های پژوهش (Malekan et al., 2012) نشان داد که میان کاربری علمی و خبری با ابعاد آگاهی سیاسی، بحث سیاسی و اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی رابطه‌ای معنادار و مثبت وجود دارد، اما رابطه کاربری تفریحی با آگاهی سیاسی و بحث سیاسی رابطه‌های منفی و معنادار و با ابعاد اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی منفی و غیرمعنادار بود. نتایج (Moradifar et al., 2017) نشان می‌دهد، بین مدت زمان استفاده و فعالیت کاربر در شبکه اجتماعی تلگرام با مشارکت سیاسی، اثربخشی سیاسی و آگاهی سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. به گونه‌ای که زمان استفاده و فعالیت کاربر در تلگرام از طریق گوشی‌های هوشمند، سبب تقویت مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی و اثربخشی سیاسی داخلی و خارجی می‌شود. در پژوهشی دیگر (Qaderzadeh et al., 2018) نتایج نشان داد که مشارکت سیاسی در نزد دانشجویان دانشگاه کردستان مورد بررسی از شدت قابل‌توجهی برخوردار نیست و پایین است و درصد کمی در تشکلهای سیاسی عضویت داشته و دارای ارتباط نهادی بوده‌اند.

روش پژوهش

این پژوهش از نوع پیمایش توصیفی-تحلیلی و از لحاظ هدف کاربردی است و به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی در آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی آنلاین در بین دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی واحد اهواز پرداخته است. روش گردآوری اطلاعات کتابخانه‌ای و میدانی بوده و به منظور مطالعه و دستیابی به پیشینه و مطالعاتی که در این زمینه صورت گرفته است از مقالات، کتب، اینترنت، پایان‌نامه‌ها و... استفاده شده است. از میان روش‌های میدانی هم از پرسشنامه برای گردآوری اطلاعات استفاده شده است. پس از تعیین روایی و پایایی پرسشنامه، به توزیع و جمع‌آوری پرسشنامه پرداخته شد. حجم نمونه تعداد ۳۸۰ نفر است که به صورت تصادفی ساده انتخاب شده‌اند؛ به این صورت که پرسشنامه به صورت لینک آنلاین در کانال‌ها و گروه‌های مجازی دانشگاه ارسال شد. تجزیه و تحلیل داده‌ها توسط نرم‌افزار Spss انجام شده است. داده‌ها به صورت توصیفی و استنباطی با استفاده از آزمون‌های آماری مانند ضریب همبستگی پیرسون، تحلیل واریانس جهت تعیین وضعیت متغیرهای پژوهش، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق‌ساخته در مورد استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی آنلاین می‌باشد. در این پرسشنامه سه متغیر تعریف شده است. میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، آگاهی سیاسی و میزان مشارکت سیاسی آنلاین متغیرهای مورد بررسی می‌باشد. برای سنجش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان مشارکت سیاسی آنلاین از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شد. این پرسشنامه با استفاده از طیف لیکرت به میزان استفاده افراد از شبکه‌های اینستاگرام، تلگرام، واتساپ،

توییت‌ر و شبکه‌های مجازی داخلی، همچنین موارد استفاده از شبکه‌های اجتماعی در زمینه، دوستیابی، تبادل اخبار، مطالب علمی، مطالب سیاسی، مطالب اجتماعی و مطالب مذهبی با گزینه‌های اصلا، خیلی کم، کم، متوسط، زیاد و خیلی زیاد پرداخته است. در قسمت مشارکت سیاسی آنلاین پرسشنامه دارای ۹ سؤال است. برای تعیین روایی و اعتبار ابزار پژوهش، ابتدا پرسش‌های متعددی از جانب چند نفر، متشکل از استادان علوم سیاسی و علوم اجتماعی، طرح و پس از بحث و بررسی، تعداد ۹ سؤال انتخاب شد و بعد از ویرایش لازم و به منظور اطمینان بیشتر، پرسشنامه بر روی یک گروه ۳۰ نفری، به صورت آزمایشی اجرا شد. در پژوهش حاضر، ضرایب پایایی این مقیاس به روش آلفای کرونباخ برابر ۷۴ درصد بوده است. گویه‌های مربوط به این قسمت شامل سوالاتی در مورد میزان تمایل فرد به نوشتن مقاله یا گزارش در مورد مسائل سیاسی، فعالیت در تشکلهای سیاسی، تشویق دیگران به فعالیت‌های سیاسی، تغییر دیدگاه سیاسی کسی با گفتگو یا کامنت در شبکه‌های اجتماعی، عضویت یا لایک صفحه حمایت از مسائل سیاسی، شرکت در جلسه غیررسمی سیاسی آنلاین، مدیریت یک وبسایت سیاسی، امضای طومار مجازی در مورد مسائل سیاسی و آپلود عکس یا ویدیوی سیاسی می‌باشد. برای سنجش آگاهی سیاسی نیز از پرسشنامه‌ای با طیف لیکرت استفاده شد. این پرسشنامه که دارای ۱۷ سؤال است، ساخته شد. ضرایب پایایی این مقیاس به روش آلفای کرونباخ ۷۷ درصد بود. این پرسشنامه دارای سه بعد آگاهی از مفاهیم سیاسی، آگاهی از نهادهای سیاسی و آگاهی از تاریخ سیاسی است. این مقیاس، ابزاری برای سنجش آگاهی سیاسی افراد است.

یافته‌ها

داده‌های توصیفی مربوط به ویژگی‌های عمومی پاسخ‌دهندگان مانند جنسیت، سطح تحصیلات، وضعیت تاهل و سن نشان می‌دهد که ۴۵ درصد از پاسخگویان زن و ۵۵ درصد مرد می‌باشند. ۴۴/۷۳ درصد مجرد و ۵۵/۲۶ درصد متاهل می‌باشند. در بین تحصیلات مختلف، بالاترین فراوانی مربوط به کارشناسی و کارشناسی‌ارشد با ۴۵/۲۶ و ۲۵/۶۴ درصد است. همچنین در بین سنین مختلف بالاترین فراوانی مربوط به ۳۵ تا ۴۴ سال و ۱۸ تا ۲۴ سال با ۳۵ و ۳۳/۶۸ درصد می‌باشد.

با توجه به داده‌های جدول (۱)، میزان استفاده از واتساپ، اینستاگرام و تلگرام به ترتیب با میانگین ۵۳/۳، ۳۴/۳ و ۱۳/۳ به ترتیب بیشتر از سایر شبکه‌های اجتماعی است. بعد از آن شبکه‌های اجتماعی داخلی و توییت‌ر قرار دارد. همچنین موارد استفاده از این شبکه‌ها نیز به ترتیب مطالب علمی با میانگین (۸۹/۳)، مطالب اجتماعی (۸۲/۳)، مطالب سیاسی (۴۶/۳) و تبادل اخبار (۴۱/۳) می‌باشد. کمترین مورد استفاده برای دوستیابی و بعد از آن مطالب مذهبی می‌باشد.

جدول ۱

میانگین و انحراف معیار میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی و موارد استفاده از آن‌ها

اینستاگرام	تلگرام	واتساپ	توییت‌ر	شبکه‌های داخلی	
۳۴/۳	۱۳/۳	۳۵/۳	۰/۸۱	۱/۶۵	میانگین
۱/۳۴۴۹۳	۱/۴۳۲۰۷	۱/۳۹۱۹۰	۱/۳۴۳۶۹	۱/۴۲۱۰۴	انحراف معیار
دوستیابی	تبادل اخبار	مطالب علمی	مطالب سیاسی	مطالب اجتماعی	مطالب مذهبی
۱/۴۳	۳/۴۱	۳/۸۹	۳/۴۶	۳/۸۲	۲/۵۵
۱/۵۱۱۵۰	۱/۴۴۹۴۷	۱/۰۰۳۳۲	۱/۵۱۲۷۰	۱/۱۰۳۹۳	۱/۷۴۸۹۱
					انحراف معیار

با توجه به جدول (۲) میانگین آگاهی سیاسی پاسخگویان ۳/۶۲ می‌باشد که نسبت به میانگین متوسط، آگاهی سیاسی پاسخگویان بالاتر از میزان متوسط می‌باشد. همچنین میانگین مشارکت سیاسی آنلاین پاسخگویان ۱/۹۵ می‌باشد که با توجه به داده‌ها، این میزان از میانگین متوسط پایین‌تر است.

جدول ۲

میانگین و انحراف معیار آگاهی سیاسی و مشارکت سیاسی آنلاین

متغیر	میانگین	میانگین متوسط	انحراف معیار	واریانس	کمترین	بیشترین
آگاهی سیاسی	۳/۶۲	۲/۵	۱/۷۲۷	۱/۷۲۷	۰	۵
مشارکت سیاسی آنلاین	۱/۹۵	۲/۵	۰/۰۳۶۲	۰/۰۷۴۲	۰	۵

با توجه به جدول (۳) و میزان سطح معناداری به دست آمده ($\text{sig}=0/021$) که کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، نتیجه می‌گیریم که میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی تاثیر معنادار بر آگاهی سیاسی دارد. یعنی با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی میزان آگاهی سیاسی افراد افزایش می‌یابد.

جدول ۳

آزمون همبستگی بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی و آگاهی سیاسی

متغیر	استفاده از رسانه‌های اجتماعی
آگاهی سیاسی	۰/۱۹۷
	Sig. (۲-tailed)
	۰/۰۲۱

با توجه به جدول (۴ و ۵) و سطح معناداری به دست آمده ($\text{sig}<0/05$) و ضریب پیرسون (۰/۲۷۷)، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت فعالانه کاربران تاثیر معناداری دارند. یعنی با افزایش میزان استفاده از این شبکه‌ها، میزان مشارکت فعالانه نیز افزایش می‌یابد. با بررسی هر کدام از شبکه‌ها و تاثیر آن بر مشارکت فعالانه، جدول بعدی نشان می‌دهد که میزان استفاده از توییت بر مشارکت فعالانه اثر معناداری دارد و با افزایش میزان استفاده از توییت، مشارکت فعالانه (تمایل به نوشتن مقاله یا گزارش در مورد مسائل سیاسی، تمایل به فعالیت در تشکل‌های سیاسی، تمایل به تشویق دیگران به فعالیت‌های سیاسی، تمایل به تغییر دیدگاه سیاسی کسی با گفتگو یا کامنت در شبکه‌های اجتماعی، تمایل به عضویت یا لایک صفحه حمایت از مسائل سیاسی، تمایل به شرکت در جلسه غیررسمی سیاسی آنلاین، تمایل به مدیریت یک وبسایت سیاسی، امضای طومار مجازی، تمایل به آپلود عکس یا ویدیوی سیاسی) نیز افزایش می‌یابد ($\text{sig}<0/05$).

جدول ۴

آزمون همبستگی بین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی فعالانه

متغیر	میزان استفاده
مشارکت سیاسی فعالانه	*۰/۲۷۷
	Sig
	۰/۰۳۶

جدول ۵

آزمون همبستگی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی فعالانه

متغیر	اینستا گرام	تلگرام	واتساپ	توییتر	شبکه‌های مجازی داخلی
مشارکت سیاسی فعالانه	۰/۰۹۸	۰/۱۵۲	۰/۱۳۷	*۰/۲۶۶	۰/۱۳۳
Sig	۰/۴۶۳	۰/۲۵۶	۰/۳۰۶	۰/۰۴۳	۰/۳۲۱

جدول (۶) نشان می‌دهد که برای کسانی که از توییتر استفاده می‌کنند میانگین نوشتن مقاله سیاسی، تشویق دیگران به فعالیت سیاسی، تغییر دیدگاه سیاسی کسی و آپلود عکس یا ویدیوی سیاسی بیشتر از سایر موارد است.

جدول ۶

میزان و نوع فعالیت در توییتر

توییتر	نوشتن مقاله سیاسی	فعالیت در تشویق دیگران به فعالیت سیاسی	تغییر دیدگاه سیاسی کسی	عضویت یا لایک صفحه سیاسی	شرکت در جلسه سیاسی	مدیریت وبسایت سیاسی	امضای طومار مجازی	آپلود عکس ویدیو
میانگین	۲/۰۰	۱/۹۴	۱/۷۴	۱/۶۱	۱/۸۲	۱/۵۲	۱/۱۸	۱/۸۱
انحراف معیار	۱/۹۳۳	۱/۹۷۲	۱/۸۵۹	۱/۷۱۰	۱/۷۸۹	۱/۷۳۵	۱/۶۰۸	۱/۹۰۱
میانگین	۳/۰۰	۱/۶۰	۲/۲۰	۱/۸۰	۱/۸۰	۲/۶۰	۰/۸۰	۱/۸۰
انحراف معیار	۱/۸۷۰	۲/۳۰۲	۲/۱۶۷	۲/۱۶۷	۲/۱۶۷	۲/۳۰۲	۱/۷۸۸	۱/۷۸۸
میانگین	۲/۸۰	۳/۴۰	۳/۲۰	۲/۸۰	۳/۶۰	۳/۲۰	۲/۶۰	۲/۸۰
انحراف معیار	۲/۵۸۸	۲/۰۷۳	۲/۰۴۹	۱/۹۲۳	۲/۰۷۳	۱/۹۲۳	۲/۰۷۳	۱/۷۸۸
میانگین	۳/۷۵	۳/۲۵	۳/۰۰	۲/۲۵	۲/۰۰	۲/۵۰	۲/۷۵	۱/۵۰
انحراف معیار	۱/۸۹۲	۲/۲۱۷	۲/۰۰۰	۱/۵۰۰	۲/۱۶۰	۱/۹۱۴	۰/۹۵۷	۱/۹۱۴
میانگین	۳/۰۰	۲/۴۰	۳/۰۰	۴/۰۰	۲/۶۰	۲/۴۰	۱/۲۰	۳/۴۰
انحراف معیار	۰/۷۰۷	۱/۹۴۹	۱/۵۸۱	۰/۸۱۶	۲/۰۷۳	۲/۰۷۳	۰/۸۳۶	۱/۵۱۶
میانگین	۲/۳۶	۲/۱۷	۲/۱۰	۱/۹۴	۲/۰۵	۱/۹۱	۱/۶۴	۲/۰۱
انحراف معیار	۱/۹۳۴	۲/۰۱۸	۱/۹۰۷	۱/۷۸۷	۱/۸۹۵	۱/۸۶۳	۱/۸۵۶	۱/۸۶۵

در این مرحله مشارکت سیاسی فعالانه به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شد و تاثیر متغیرهای مستقل بر آن سنجیده شد. جدول

(۷) زیر بیانگر نتایج زیر می‌باشد:

جدول ۷

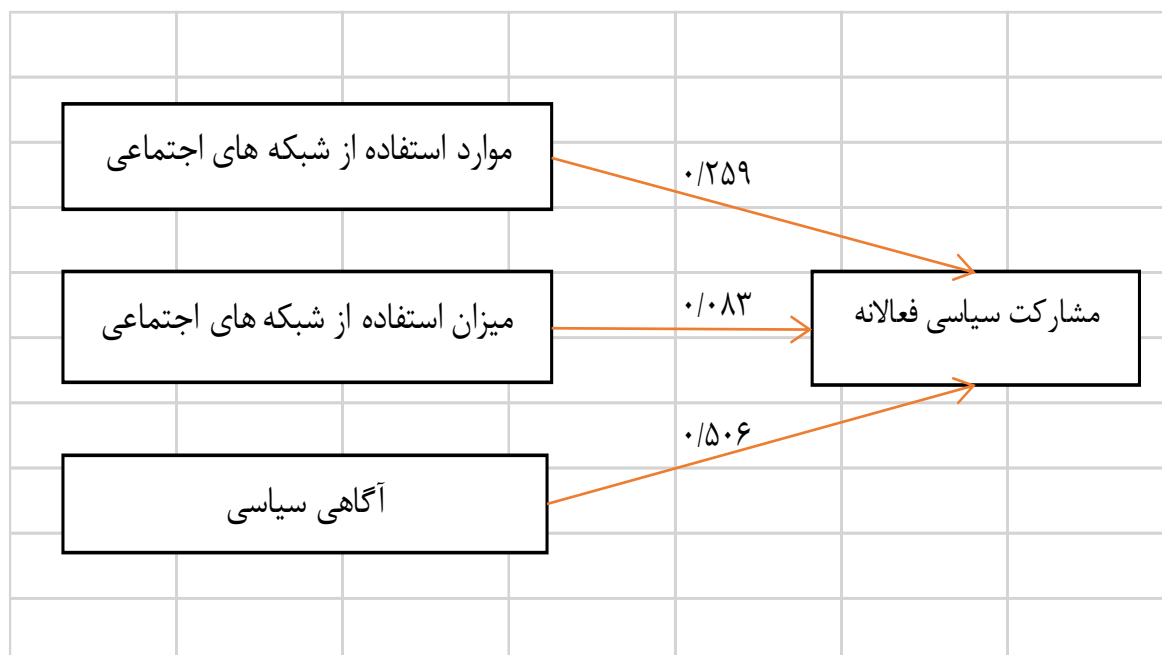
ضرایب تحلیل رگرسیون چندگانه متغیرهای مستقل بر متغیر مشارکت سیاسی فعالانه

متغیرهای مستقل	ضرایب غیر استاندارد	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	-۰/۲۶۰	۰/۸۹۳			-۰/۲۹۱	۰/۷۷۲
جنسیت	-۰/۱۳۲	۰/۳۷۰	۰/۰۴۳	-۰/۰۴۳	-۰/۳۶۵	۰/۷۲۳
تاهل	-۰/۰۹۰	۰/۴۶۳	۰/۰۲۹	-۰/۰۲۹	-۰/۱۹۳	۰/۸۴۸
سن	۰/۲۰۰	۰/۲۱۴	۰/۱۶۵	۰/۱۶۵	۰/۹۳۳	۰/۳۶۵
تحصیلات	-۰/۳۶۱	۰/۲۰۱	۰/۲۴۲	-۰/۲۴۲	-۱/۷۹۴	۰/۰۷۹
میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۱۶۳	۰/۲۱۶	۰/۰۸۳	۰/۰۸۳	۰/۷۵۴	۰/۰۴۵
موارد استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۳۲	۰/۲۱۲	۰/۲۵۹	۰/۲۵۹	۲/۰۴۰	۰/۰۴۷
آگاهی سیاسی	۰/۵۴۴	۰/۱۱۶	۰/۵۰۶	۰/۵۰۶	۴/۷۰۲	۰/۰۲۱
نتایج همبستگی چندگانه	ضریب	همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین	تعدیل	خطای انحراف برآورد شده
	چندگانه		شده			
	^a ۰/۷۵۵	۰/۵۴۴	۰/۲۹۷			۱/۰۹۵۵۵

نتایج جدول (۷) نشان می‌دهد، مشارکت فعالانه سیاسی از متغیرهای جنسیت، سن، وضعیت تاهل و تحصیلات تاثیر نمی‌پذیرد و از متغیرهای میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی، موارد استفاده از شبکه‌های اجتماعی و آگاهی سیاسی تاثیر می‌پذیرد. فارغ از ضرایب منفی یا مثبت، مقدار بتا برای متغیر آگاهی سیاسی برابر با ۰/۵۰۶ می‌باشد و از سایر متغیرها بیشتر است، بدین معنی که آگاهی سیاسی بیشترین تاثیر را نسبت به سایر متغیرها بر مشارکت فعالانه سیاسی افراد دارد؛ پس از آن به ترتیب متغیرهای موارد استفاده و میزان استفاده بیشترین تاثیر را بر مشارکت فعالانه سیاسی افراد دارند. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۲۹۷ می‌باشد و بیانگر اینست که ۲۹/۷ درصد از تغییرات مشارکت سیاسی فعالانه، ناشی از متغیرهایی است که در این تحقیق به‌عنوان متغیر مستقل آمده‌اند و تغییرات باقیمانده به سایر متغیرها بستگی دارد.

شکل ۱

میزان ضریب تعیین متغیرهای مستقل بر وابسته



بحث و نتیجه گیری

در این پژوهش، مفهوم نسبتاً جدید و مهم «مشارکت سیاسی آنلاین» به عنوان محور اصلی پژوهش مورد توجه قرار گرفت. این مفهوم، مشارکت سیاسی را به عنوان امری که می تواند اساساً در بستر فضای مجازی و آنلاین رخ دهد در نظر می گیرد. یعنی به نفسه نوعی مشارکت وجود دارد که در این بستر رخ می دهد و از بنیاد آنلاین است و بنابراین، شقوق مختلف آن را باید در این بستر مورد توجه و بررسی قرار داد. در این پژوهش، مشارکت سیاسی آنلاین، در میان دانشجویان دانشگاه آزاد اهواز مورد سنجش و بررسی قرار گرفت. چنانکه در ادبیات پژوهش نیز بحث شد، دانشجویان و جوانان، چه در ایران و چه در دیگر کشورها، یکی از اصلی ترین گروه هایی هستند که هم از فضای مجازی بیشترین استفاده را می کنند و هم کنش ها و واکنش های سیاسی و اجتماعی و فردی آن ها اساساً در این حوزه صورت می گیرد. از این رو، در این پژوهش با در نظر گرفتن این موضوع به سنجش مؤلفه هایی پرداخته شد که نسبت مستقیمی با مقوله مشارکت سیاسی آنلاین داشته است.

یافته های پژوهش نشان می دهد که فضای مجازی به میزان متوسط بر گرایش ها، رفتارها و مشارکت سیاسی افراد تاثیر دارد. همچنین افراد از فضای مجازی برای اطلاعات و اخبار سیاسی بیشترین استفاده و کمترین استفاده در تمایل افراد به شرکت در انتخابات شورای شهر است. بیشتر افراد اصلاً تمایل به شرکت در انتخابات ریاست جمهوری، مجلس و شورای شهر ندارند و اصلاً از شبکه های اجتماعی برای اطلاعات و اخبار سیاسی استفاده نمی کنند. درباره شکل فعالیت سیاسی به صورت فعال یا منفعل، بیشتر افراد اصلاً تمایلی به مشارکت فعالانه سیاسی ندارند. این موضوع شاید نشان دهنده نوعی سرخوردگی از فعالیت سیاسی فعالانه و درگیر شدن مستقیم در این نوع فعالیت ها نیز هست. همچنین تمایل به مشارکت سیاسی مسالمت آمیز بیش از غیرمسالمت آمیز است. همچنین اکثر افراد بر این باورند که شبکه های اجتماعی به میزان خیلی زیاد زمینه را برای تبادل اطلاعات و بحث سیاسی، آزادی بیان و ارتباطات سیاسی شهروندان فراهم می کند.

از محدودیت های این پژوهش باید اشاره کرد که ابزار پژوهش پرسشنامه بود که ممکن است به طور کامل نتوانسته باشد سنجش دقیقی داشته باشد. همچنین، این پژوهش فقط با روش کمی انجام شد و نتایج کیفی به خاطر محدودیت های زمانی و مالی محقق میسر نشد.

دیگر اینکه ممکن است دانشجویان در تکمیل پرسشنامه‌ها از دقت لازم برخوردار نبوندند که این می‌تواند در نتایج اثرگذار باشد. پیشنهاد می‌شود محققان در آینده از روش‌های تلفیقی استفاده کنند و همچنین تنوع دانشجویان دانشگاه‌های مختلف را بسنجند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافع وجود ندارد.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

موازین اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازین و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

References

- Aichholzer, G., & Allhutter, D. (2011). Online forms of political participation and their impact on democracy. 06. <https://doi.org/10.1553/ITA-ms-11-02>
- Ali, A., Sohail, H., & Hassan, S. A. (2013). Political Awareness and Media's Consumption Patterns among Students-A Case Study of University of Gujrat, Pakistan. *Journal of Culture, Society and Development*, 2, 29-34. <https://www.iiste.org/Journals/index.php/JCSD/article/view/9171>
- Arabi, A., Haddadi, A., & Karami, F. (2023). Political Participation, Ethnicity, and Media Space: A Look at Online and Offline Participation in Fars Province. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 17(3), 203-226. <https://doi.org/10.22055/qjsd.2023.18276>
- Chen, C. B., & Wang, R. (2019). Online political efficacy and political participation: A mediation analysis based on the evidence from Taiwan. *New Media & Society*, 21(8), 1667-1696. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1177/1461444819828718>
- De Zúñiga, G. H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612-634. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jcom.12103>
- Eskandari Nodeh, M., Qolipour, Y., & Faizi, S. (2020). An analysis of the relationship between citizens' online participation and social capital (case study: Rasht city). *Urban Planning Geography Research*, 9(4), 1057-1077.
- Eubank, N., Grossman, G., Platas, M., & Rodden, J. (2021). Viral voting: Social networks and political participation. *Quarterly Journal of Political Science*, 16(3), 265-284. <https://doi.org/https://doi.org/10.1561/100.00019092>
- Feezell, J. T. (2016). Predicting Online Political Participation: The Importance of Selection Bias and Selective Exposure in the Online Setting. *Political Research Quarterly*, 69(3), 495-509. <https://doi.org/10.1177/1065912916652503>
- Garzia, D., da Silva, F., & De Angelis, A. (2020). Image that matters: News media consumption and party leader effects on voting behavior. *The International Journal of Press/Politics*, 25(2), 238-259. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/1940161219894979>

- Geise, S., Heck, A., & Panke, D. (2021). The Effects of Digital Media Images on Political Participation Online: Results of an Eye-Tracking Experiment Integrating Individual Perceptions of "Photo News Factors". *Policy & Internet*, 13(1), 54-85. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/poi3.235>
- Lane, D. S., Kim, D. H., & Kwak, N. (2017). From Online Disagreement to Offline Action: How Diverse Motivations for Using Social Media Can Increase Political Information Sharing and Catalyze Offline Political Participation. *Social Media + Society*, 1-14. <https://doi.org/https://doi.org/10.1177/2056305117716274>
- Malekan, M., Rehbargazi, M., Ebrahimipour, H., & Hersij, H. (2012). Investigating the relationship between virtual space and political participation: a case study of Isfahan University students. *Applied Sociology*, 24(4), 211-226.
- Moradifar, S., Omid, A., & Basiri, M. A. (2017). Explaining the effect of Telegram on the approach of political participation (case study of Isfahan University). *Media*, 29(2), 105-126.
- Nguyen, T., Chi Bui, T., & Sokolovskiy, K. (2020). Social Media and Political Communication: Studying the Interactive Component. *Journal of Ethnic and Cultural Studies*, 9(4), 187-200. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29333/ejecs/1112>
- Qaderzadeh, O., Sharifi, F., & Hasankhani, E. (2018). Political participation and factors related to it: a survey study of Kurdistan University students. *socio-cultural Development Studies*, 7(4), 129-193.
- Rahman, S., Hamdan, C., & Razali, C. M. (2018). Political awareness among students. *GADING (Online) Journal for Social Sciences, Universiti Teknologi MARA Cawangan Pahang*, 22(Special Issue September), KONAKA-130.
- Ruess, C., Pieter, C., Hoffmann, S., & Heger, K. (2023). Online political participation: the evolution of a concept. *Information, Communication & Society*, 26(8), 1495-1512. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2021.2013919>
- Shahzad, S., & Omar, B. (2021). Social network matters: The influence of online social capital on youth political participation in Pakistan. *Journal of Information Technology & Politics*, 18(4), 430-442. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/19331681.2021.1900018>
- Strömbäck, J., Falasca, K., & Kruikeimer, S. (2018). The Mix of Media Use Matters: Investigating the Effects of Individual News Repertoires on Offline and Online Political Participation. *Political Communication*, 35(3), 413-432. <https://doi.org/10.1080/10584609.2017.1385549>
- 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. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/socsci11020081>
- Theocharis, Y., Boulianne, S., Koc-Michalska, K., & Bimber, B. (2023). Platform affordances and political participation: how social media reshape political engagement. *West European Politics*, 46(4), 788-811. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/01402382.2022.2087410>
- Theocharis, Y., de Moor, J., & van Deth, J. W. (2021). Digitally Networked Participation and Lifestyle Politics as New Modes of Political Participation. *Policy & Internet*, 13(1), 30-53. <https://doi.org/10.1002/poi3.231>
- White, A. R. (2022). Political participation amid mass incarceration. *Annual Review of Political Science*, 25(1), 111-130. <https://doi.org/https://doi.org/10.1146/annurev-polisci-051120-014809>
- Yamamoto, M., Nah, S., & Young Bae, S. (2020). Social media presumption and online political participation: An examination of online communication processes. *New Media & Society*, 22(10), 1885-1902. <https://doi.org/10.1177/1461444819886295>
- Yusuf, R. N., Hukmah, A., Andriansyah, B., & Budi Rahayu, P. (2023). The Moderating Role of Knowledge in The Effect of News Access on Students' Political Participation in Makassar. *Journal of Etika Demokrasi*, 8(1), 101-114. <https://doi.org/10.26618/jed.v8i1.9644>
- Zetra, A., Kartini, A. T., Khalid, Yanuar, F., & Susi, M. (2022). POLITICAL AWARENESS, KNOWLEDGE, AND PARTICIPATION RELATIONSHIP USING STRUCTURAL EQUATION MODELING APPROACH. *Jurnal Wacana Politik*, 7(1), 46-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.24198/jwp.v7i1.36325>