

## نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین (مورد مطالعه: شهروندان شهر یاسوج)

دکتر مهربان پارسامهر<sup>۱</sup>، دکتر سید پویا رسولی‌نژاد<sup>۲</sup>، سید اسماعیل حسینیان<sup>۳</sup>

تاریخ وصول: ۱۴۰۲/۵/۱۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۱/۱۴

### چکیده:

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین در شهر یاسوج می‌باشد. این تحقیق، مقطعی و به روش پیمایشی در شهر یاسوج انجام شد. جامعه این تحقیق شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر یاسوج بود که با توجه به موضوع تحقیق، روش نمونه‌گیری الکترونیکی از نوع احتمالی بوده است. نتایج نشان داد که بین اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی، سن، طبقه اجتماعی - اقتصادی و میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد، اما بین مؤلفه‌های جنسیت، تحصیلات افراد و نوع (موضوع) استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین تفاوت معناداری وجود نداشت. در مجموع چهار متغیر درون معادله (اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی، سن و میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی) می‌توانند ۲۶ درصد از واریانس متغیر وابسته (گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین) را برای جامعه مورد مطالعه پیش‌بینی نمایند. نتایج حاکی از آن است که جامعه ایران دارای پتانسیل جنبش‌های اجتماعی نوین می‌باشد. منطقی‌ترین روش مواجهه با جنبش‌های اجتماعی نوین، تخلیه و فهم مطالبات حاملان جنبش از طریق فراهم کردن بسترهای قانونی و عرفی مناسب از سوی دولت می‌باشد.

مفاهیم کلیدی: جنبش‌های اجتماعی نوین، شبکه‌های اجتماعی مجازی، اعتماد، ارتباط

<sup>۱</sup> دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم انسانی و اجتماعی، دانشگاه مازندران، بابلسر، ایران (نویسنده

مسئول) [parsamehr@umz.ac.ir](mailto:parsamehr@umz.ac.ir)

<sup>۲</sup> استادیار گروه علوم اجتماعی اسلامی دانشگاه تهران، تهران، ایران [sp.rasoulnejad@ut.ac.ir](mailto:sp.rasoulnejad@ut.ac.ir)

<sup>۳</sup> کارشناس ارشد پژوهش علوم اجتماعی دانشگاه یزد، یزد، ایران [pazhooresh\\_2012@yahoo.com](mailto:pazhooresh_2012@yahoo.com)

## مقدمه و بیان مسأله

جنبش اجتماعی یکی از انواع رفتارهای اجتماعی است که از روابط متقابل میان افراد در درون یک جامعه ناشی می‌شود. رفتار جمعی، پاسخ عده‌ای از مردم نسبت به یک وضعیت یا مسئله خاص است. در واقع، جنبش اجتماعی، رفتاری اجتماعی است که در حد وسط میان رفتار بوروکراتیک و رفتار انقلابی قرار دارد؛ با این ویژگی که از اولی کمتر و از دومی بیشتر سازماندهی شده است و مردم از طریق آن در پی هدف یا اهدافی هستند ( *Jalaeipour, 2000:11*). به عبارت دیگر، جنبش‌های اجتماعی را می‌توان اقداماتی دانست که هدف آنها تأسیس نوعی نظم جدید زندگی است. این جنبش‌ها ریشه در شرایط ناآرام دارند و قدرت انگیزش خود را از یک سو از نارضایتی از شکل جاری زندگی می‌گیرند و از سوی دیگر، از آرزوها و امیدهایشان برای یک طرح جدید زندگی. در آغاز یک جنبش اجتماعی بدون شکل است، تشکیلات ضعیفی دارد و فاقد صورت است، رفتار اجتماعی در سطح ابتدایی است و سازوکارهای تعامل، ابتدایی و خودجوش‌اند. جنبش اجتماعی به تدریج که توسعه می‌یابد، ویژگی یک جامعه را پیدا می‌کند، سازمان و صورت به خود می‌گیرد، مجموعه‌ای از آداب، سنت‌ها، رهبری مستقل، تقسیم کار پایدار، قواعد اجتماعی و ارزش‌های اجتماعی و به‌طور خلاصه یک فرهنگ، سازمان اجتماعی و طرح جدیدی از زندگی پیدا می‌کند ( *Hosseini, 2021*).

امروزه، افراد از منابع متفاوتی به منظور شناخت شرایط سیاسی و کنش‌گری سیاسی استفاده می‌کنند. یکی از این منابع مهم «شبکه‌های اجتماعی» هستند. شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین ابزارهای فعلی برای انتقال مفاهیم و مشارکت سیاسی محسوب می‌شوند و تقریباً تمام نظام‌های سیاسی در صدد و تلاشند آنها را در دست بگیرند و به‌طور کامل بر آنها نظارت داشته باشند، زیرا در شرایط فعلی صاحبان و اصحاب رسانه‌ها به این نکته پی برده‌اند که عموم مردم به خبرگزاری‌ها، رسانه‌های مکتوب، سایت‌های خبری و امثال آن‌ها کمتر مراجعه می‌نمایند و بیشتر از طریق شبکه‌های اجتماعی و با سهولت بیشتر بهره می‌برند ( *Nayebi, 2019*). نیروهای اجتماعی در فضای مجازی و به‌صورت غیر رسمی گوی رقابت را از سیاست رسمی ربوده‌اند. سیاست‌ورزی بر مدار قدرت اجتماعی نیروهایی عرض اندام کرده و می‌کند که در این فضای غیر رسمی همدلانه حول گفتمان خاصی، کنشگری می‌کنند. به عبارت دیگر فضای هم‌اوردطلبی گفتمانی و مبارزه برای هژمون شدن از فضای واقعی سیاسی و برگزاری جلسات و نشست‌ها و غیره به درون گروه‌ها و کانال‌های ایجاد شده در فضای مجازی نقل مکان کرده است. گفتمان‌ها با به چالش کشیدن گفتمان رقیب، غیریت‌سازی، طرد و

حاشیه‌رانی از یک‌سو، و برجسته‌سازی خود از سوی دیگر برای هژمون شدن در فضای فرهنگی و سیاسی تلاش می‌کنند (Peyro & et. al, 2018:224).

بدین ترتیب، تأثیر روزافزون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی بر حوزه‌های مختلف زندگی بشری از جمله سیاست، اقتصاد و فرهنگ جوامع بر کسی پوشیده نیست. می‌توان گفت پس از انقلاب تلفن‌های هوشمند و با رشد و توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی، ماهیت کنش سیاسی دچار تحولات فراوانی شده است. از جمله این تحولات می‌توان به نحوه شکل‌گیری کنش‌های اجتماعی اشاره کرد (Helen Margetts & et. al, 2020). رسانه‌ها می‌توانند با احیا و گسترش حوزه عمومی، کنش ارتباطی و عقل ارتباطی مورد نظر هابرماس را به صحنه آورند و از زوال آن جلوگیری کنند. امروزه نقش بی‌بدیل هدایت افکار عمومی توسط رسانه‌ها، پذیرش این اعتقاد را که جهان امروز در دست کسانی است که رسانه‌ها را در اختیار دارند بیش از پیش تقویت می‌کند. رسانه‌ها با جهت‌دهی به فرهنگ سیاسی هر جامعه، سبب انگیزش و بسیج توده مردم به سوی اهداف خاص احزاب و گروه‌های ذی‌نفوذ سیاسی می‌شوند (Peyro & et. al, 2018:214). این رسانه‌ها اطلاعات و آگاهی‌هایی را برای افراد ایجاد و آماده می‌کنند که آنها به مثابه اعضای فعال و مشارکت‌جوی جامعه به آن نیاز دارند (Rahbar Ghazi & et. al, 2017). در واقع، شبکه‌های اجتماعی مجازی محدوده فعالیت‌های مدنی، اجتماعی و سیاسی افراد را گسترش داده و با فراهم کردن بستری کم‌هزینه و در دسترس زمینه را برای مشارکت شهروندان در فعالیت‌های همگانی محیا کرده‌اند. افراد در این شبکه‌ها از آنچه دیگران انجام می‌دهند مطلع می‌شوند و می‌دانند که کارهایشان در معرض دید سایرین خواهد بود. بنابراین فعالیت‌های خودشان با تعداد زیادی از افراد آمیخته خواهد بود که منجر به زنجیره تعاملی می‌شود که می‌تواند به افزایش مقیاس فعالیت‌های بزرگ بینجامد. فعالیت‌های تعاملی در شبکه‌های اجتماعی روابط جدید قدرت و مشارکت که شالوده‌های جامعه شبکه‌ای را شکل می‌دهند تغییر داده و میدان‌ها و فرایندهای جدیدی خلق می‌کنند. ماهیت روابط در دوران جدید بیشتر جنبه فرهنگی دارد که بر امواج شبکه‌ای ارتباطات و اطلاعات سوار شده و به اجتماع و سیاست و کنش‌های جمعی شکل و معنایی متفاوت داده است.

بر اساس آمار به‌دست آمده از درگاه پایش جامعه اطلاعاتی ایران، ضریب نفوذ اینترنت در شهر یاسوج به‌عنوان مرکز استان کهگیلویه و بویر احمد، ۶۸ درصد است که ۴ درصد بیشتر از میانگین کشوری می‌باشد. بررسی سابقه جنبش‌های اجتماعی در شهر یاسوج در سال‌های اخیر نیز نشان از حضور تعداد قابل توجهی از شهروندان در این جنبش‌ها به واسطه

فعالیت و تأثیرپذیری از شبکه‌های اجتماعی می‌باشد. در تیر ماه سال ۱۳۸۶ به دنبال گرانی قیمت بنزین جنبش اجتماعی اعتراضی در این شهر ایجاد شد که ظرف چند ساعت به یک تجمع اعتراضی آشوب‌گرایانه منتهی شد. به دنبال درگذشت مرتضی پاشایی (خواننده مشهور موسیقی پاپ) در آبان ماه سال ۱۳۹۳ و فراخوان مجازی در شبکه مجازی فیسبوک، ظرف سه ساعت جمعیتی بالغ بر ۳۰۰۰ نفر در یکی از پارک‌های شهر یاسوج تجمع کردند. در دی ماه سال ۱۳۹۷ به دنبال انتشار فراخوان در شبکه‌های اجتماعی مجازی تعداد قابل توجهی از شهروندان یاسوجی روزهای متمادی به تجمع، اعتراض و تخریب اموال عمومی در شهر پرداختند. همچنین در آبان ماه سال ۱۳۹۸ به دنبال گرانی قیمت بنزین حدود شش هزار نفر از شهروندان یاسوج صرفاً به واسطه فراخوان‌های منتشر شده در شبکه‌های اجتماعی تجمع بزرگی را شکل دادند (Hosseini, 2021). با توجه به توزیع جمعیتی و بافت اجتماعی شهر یاسوج، دانشجوی‌پذیر بودن و میزان ضریب نفوذ اینترنت و گسترش عضویت روزافزون در شبکه‌های اجتماعی مجازی، این پژوهش به دنبال مطالعه و بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در مشارکت اعضای جامعه در جنبش‌های اجتماعی نوین در شهر یاسوج می‌باشد.

### پیشینه پژوهش

#### الف) تحقیقات داخلی

بیشتر پژوهشگرانی که جنبش‌های اجتماعی را بررسی کرده‌اند این جنبش‌ها را گروه‌های عمل هماهنگ و سازمان‌یافته که دارای ارزش‌های مشترک بوده و هدفشان ایجاد دگرگونی یا مقاومت در برابر دگرگونی در نهادهای اجتماعی یا در نظم اجتماعی است، تعریف کرده‌اند (Sabouri, 2006). در تعریف شبکه‌های اجتماعی نیز این شبکه‌ها از گروه‌هایی عموماً فردی یا سازمانی تشکیل شده که از طریق یک یا چند نوع وابستگی به هم متصل‌اند و در بستر یک جامعه اطلاعاتی پیچیده، کارکرد مؤثر شبکه همگرا را تصویر می‌کنند و موفقیت و محبوبیت روزافزون آنها به دلیل داشتن رنگ و بوی اجتماعی است (Rahmanzadeh, 2010).

در بین تحقیقات داخلی، احمدی (۱۳۹۸)، در پژوهش خود نشان داد که شهروندان در مشارکت‌های سیاسی پنهان (صرف پول برای امور سیاسی، تمایل به کمک داوطلبانه به اجتماع محلی، امضای طومار، شرکت در اعتراضات و سایر اشکال جدید مشارکت) از طریق شبکه‌های اجتماعی عمل می‌کنند. پیرو و همکاران (۱۳۹۷)، نشان دادند که رسانه اجتماعی (تلگرام)، با تقویت حوزه عمومی سیاسی، رفتار و مشارکت سیاسی مردم در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی ایران را به شدت تحت تأثیر خود قرار داده است. همچنین

روندهای این پژوهش نشان داد که حوزه عمومی در عصر فضای مجازی از تنوع و کارکرد ارتباطی بیشتر و موثرتری برخوردار است. مرادی‌فر و امید (۱۳۹۷)، نیز در تحقیق خود نشان دادند که بین میزان استفاده و فعالیت کاربران در شبکه اجتماعی مجازی با مشارکت سیاسی، اثربخشی سیاسی و آگاهی سیاسی رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد؛ به طوری که زمان استفاده و فعالیت کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی از طریق موبایل منجر به تقویت مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی و اثربخشی سیاسی می‌گردد.

کشاوری و همکاران (۱۳۹۶)، در تحقیقی با عنوان «ارزیابی تأثیر رسانه‌های مختلف بر میزان مشارکت در جنبش‌های محیط زیستی: مورد جنبش رفتگران طبیعت ایران» به بررسی این موضوع پرداختند. یافته‌های پژوهش ضمن رد امکان کاربست نظریه جامعه توده‌ای در خصوص این حرکت جمعی، نشان داد که شبکه‌های اجتماعی آنلاین مهم‌ترین منبع خبری مورد استفاده اعضای جنبش بوده و بیشترین تأثیرگذاری را داشته است. همچنین، نتایج نشان داد که وبلاگ‌ها، دوستان، خانواده، روزنامه‌های داخلی، نامه‌های الکترونیک و بیانیه‌های چاپی، به ترتیب، از دیگر منابع خبری تأثیرگذار بر سطح مشارکت افراد در این جنبش است. خدایاری و همکاران (۱۳۹۳)، در تحقیقی با عنوان میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی به بررسی این موضوع در میان دانشجویان دانشگاه مشهد پرداختند. نتایج این تحقیق نشان داد که بین متغیرهایی چون تنوع و گستردگی، میزان اعتماد، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان، جنسیت و رشته تحصیلی دانشجویان و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

براتعلی‌پور (۱۳۹۶)، در مطالعه خود با عنوان «کنش‌های هویتی در جنبش‌های اجتماعی جدید (مورد مطالعه: جنبش‌های اعتراضی در ایران و انگلستان)» به بررسی این موضوع پرداخته است. مطالعه تحولات اجتماعی و سیاسی ۲۰۰۹ در ایران و ۲۰۱۲ در انگلستان، نشان می‌دهد جنبش‌های اجتماعی جدید با محوریت بخشیدن به کنش‌های هویتی، تلاش می‌کنند تا از شبکه‌های مجازی در راستای چیرگی بر کنترل اجتماعی الگوی فرهنگی، سازمان‌یابی جنبش‌های اجتماعی و گسترش اعتراض‌های مدنی بهره ببرند.

خلفخانی (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان «شبکه‌ای شدن مدنی در فضای سایبری و تأثیر آن بر جنبش‌های نوین اجتماعی در خاورمیانه» به بررسی نقش گسترده‌ای که اینترنت و فضای سایبری در تحولات سیاسی و قابلیت‌های این فضا برای پیشبرد جنبش‌های اجتماعی در برخی از کشورهای خاورمیانه داشته پرداخته است. نتایج این بررسی نشان داد که اینترنت به‌عنوان وسیله‌ای برای طرح گفتمان‌های ضد حکومتی و هژمونیک تبدیل شده است. به عبارت

دیگر، اینترنت ابزاری نوین برای ارائه بدیل‌های جدید فرهنگی و ایدئولوژیک شده است. از طریق اینترنت، رهبران جنبش‌ها توانستند کمپین‌گسترده‌ای را به راه اندازند. از طریق قابلیت‌های فضای سایبری رهبران جنبش شبکه‌های ملی و بین‌المللی را به هم پیوند داده و برای موفقیت جنبش به کار گرفتند.

#### ب) تحقیقات خارجی

در بین تحقیقات خارجی نیز *Nkrumah & et.al (2022)* در مطالعه خود نشان دادند که مشارکت سیاسی آنلاین و تأثیر سیاسی نیز بر الگوهای رأی‌دهی تأثیر دارد. رابطه بین ارتباطات با فعالان سیاسی رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی آنلاین معنادار است. نتایج تحلیل چند گروهی نیز حاکی از برخی مسائل فرهنگی و اجتماعی برای شکل دادن به پدیده رأی‌دهی در بستر این شبکه‌ها می‌باشد.

*Aslan & et. al (2021)* در پژوهشی نشان دادند که تأثیر رسانه‌های اجتماعی مجازی بر رأی‌دهندگان بر حسب جنسیت، وضعیت تأهل، سن، وضعیت تحصیلی و درآمد، محل سکونت، هدف استفاده و ارتباط با دستور کار سیاسی تفاوت معناداری دارد.

*Zhang & Lin (2018)* دریافتند که افزایش استفاده از شبکه‌های اجتماعی مشارکت سیاسی شهروندان را تسهیل می‌کند. این امر تحت تأثیر تحصیلات سرمایه فرهنگی و اقتصادی افراد نیز هست. همچنین، *Lee & et. al (2018)* نشان دادند افرادی که اغلب در بسیاری از فعالیت‌های مجازی شرکت می‌کنند، به احتمال زیاد کاندیدای بالقوه برای مشارکت سیاسی خود را انتخاب می‌کنند. در نتیجه، آنها فرهنگ سیاسی آنلاین خود را در طول زمان رشد می‌دهند. *Yang & DeHart (2016)* در مطالعه خود نشان دادند که دانشجویانی که در شبکه‌های اجتماعی فعالیت دارند در فعالیت‌ها و مشارکت سیاسی کنش‌گری بیشتری دارد و مهم‌ترین عوامل مؤثر بر این مشارکت به آگاهی‌بخشی، مصرف رسانه‌ای و قدرت انتخاب در این شبکه‌ها برمی‌گردد. سلندر و جارونیا (۲۰۱۶)، با ارزیابی منابع مختلف نتیجه گرفتند که رسانه‌هایی مانند فیس‌بوک و توئیتر ابزارهای مهمی را به منظور بسیج یک جنبش علیه نابرابری‌های سیاسی و اجتماعی فراهم می‌آورند. این مکانیسم‌های دیجیتال هزینه‌ها و منابع مورد نیاز برای کنش را کاهش می‌دهد. پاول و همکاران (۲۰۱۵)، در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و گسترش جنبش‌های اجتماعی» به این نتیجه دست یافتند که رسانه‌های اجتماعی تبدیل به یک حوزه عمومی در جنبش‌های اعتراضی شده‌اند. همچنین، یافته‌های این پژوهش حاکی از آن بود که آشنایی با اخبار سیاسی از طریق رسانه‌های

اجتماعی به صورت مثبت با حمایت از جنبش و به صورت معکوسی با رضایت و اعتماد به حاکمان سیاسی در رابطه است.

روری اوبراین (۲۰۰۳)، ضمن بحث درباره ماهیت و اهمیت حوزه عمومی در زندگی سیاسی بر لزوم توجه به این مفهوم در بررسی سیاسی و اجتماعی اینترنت تأکید می‌کند و نشان می‌دهد که اینترنت می‌تواند مباحثه عمومی را به عنوان موتور محرک دموکراسی احیا کند. وی در پژوهش خود با استناد به نمونه‌های متعددی از کاربرد موفقیت‌آمیز اینترنت در ارتباطات سیاسی شهروندان این شبکه را امکانی برای تقویت حوزه عمومی سیاسی می‌شمارد و با تأکید بر لزوم تقویت و توسعه کاربردهای مدنی و سیاسی اینترنت، بزرگ‌ترین چالش و خطر را در برابر تبدیل این شبکه به حوزه عمومی موفق، تلاش بنگاه‌های بزرگ اقتصادی برای کنترل محتوای شبکه می‌داند. وی از نظریات هابرماس و دیگران در باب حوزه عمومی بهره گرفته است تا به عنوان مدل نظری تحقیق از آن برای ارزیابی قابلیت‌های ارتباطی اینترنت در تکامل بخشیدن به روند دموکراتیک سود جوید. پاسی و گیوگنی (۲۰۰۱)، در پژوهشی با عنوان «شبکه‌های اجتماعی و ادراکات فردی: توضیح مشارکت فردی در جنبش‌های اجتماعی» سعی در توضیح تفاوت‌ها در میزان مشارکت در جنبش‌های اجتماعی داشته‌اند. آنها در این مطالعه تلاش کرده‌اند میان تبیین‌کنندگان سطوح ساختاری و فردی ارتباط برقرار کنند. نتایج این مطالعه نشان داد که هر دو چشم‌انداز مطرح‌شده در این پژوهش از حمایت تجربی برخوردار بوده‌اند؛ شدت مشارکت به درهم‌بافتگی در شبکه‌های اجتماعی و به ادراک فردی از مشارکت بستگی دارد. همچنین آنها بر این باورند که شبکه‌های اجتماعی (شامل اشکال آنلاین و آفلاین) به دلیل کارکرد ایجاد ارتباط ساختاری و اجتماعی کردن، به صورت مستقیم و غیر مستقیم بر شدت مشارکت افراد در جنبش‌های اجتماعی تأثیرگذار هستند.

مروری بر تحقیقات انجام شده مرتبط با موضوع در داخل کشور نشان می‌دهد که در ارتباط با نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی تحقیقی که مستقیماً به این موضوع پرداخته باشد در داخل کشور به انجام نرسیده است. مطالعات انجام‌شده بیشتر در خصوص جنبش‌های اجتماعی در کشورهای خارجی و آن هم در مؤلفه‌های فرعی به صورت اسنادی و تحلیلی انجام شده‌اند، در حالی که این تحقیق به بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی در بین شهروندان شهر یاسوج با روش پیمایشی می‌پردازد.

### مدل‌های نظری تبیین‌کننده جنبش‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی

آلن تورن و جنبش‌های اجتماعی جدید: به اعتقاد تورن، جنبش‌های اجتماعی موضوع اصلی جامعه‌شناسی هستند. نظریه وی به‌طور ویژه بر روی مفهوم کنش و تاریخ‌مندی متمرکز شده است، به طوری که نقطه آغاز نظریه او کنش جمعی است. تورن آن کنش جمعی را جنبش اجتماعی می‌خواند که شامل ستیزه‌هایی باشد که پیرامون توانایی‌های نهادینه شده الگوهای فرهنگی رایج است. به عبارت دیگر، او جهت‌گیری جنبش‌ها را معطوف به الگوهای فرهنگی‌ای می‌داند که بر جامعه سیطره دارند. مشکل تورن با این الگوها از آن‌جا ناشی می‌شود که شرایط جدید جامعه باعث تسلط گروه خاصی بر فرآیند الگوسازی و ارزش‌ها می‌گردد. از این‌رو تورن جنبش‌های اجتماعی را کنش‌های جمعی‌ای می‌داند که تلاش می‌کنند حیات اجتماعی منابع مهم مصرفی و جهت‌گیری‌های فرهنگی پذیرفته‌شده در جامعه تحت مراقبت را تغییر دهند (Toren, 1985:35).

تدا / اسکاچپول: اسکاچپول با تأکید بر انقلاب‌های اجتماعی در فرانسه، روسیه و چین معتقد است که انقلاب‌ها اجتماعی بوده و آنها را به‌عنوان استحاله‌های سریع و بنیادی دولت و ساختارهای طبقاتی تعریف می‌کند، استحاله‌هایی که با شورش‌های طبقاتی از بالا همراهند و به گونه جزئی از طریق این شورش‌ها انجام می‌گیرند. بنابراین مبنای کار او نخست این است که او چشم‌اندازی را پذیرفته که خودش آن را «چشم‌انداز ساختاری و غیر ارادی» می‌داند. دوم آن که زمینه‌های بین‌المللی و تاریخ جهانی را موضوع خود قرار داده و سوم تأکید او بر دولت به‌عنوان یک واحد بالقوه مستقل بوده است. او بر یک چشم‌انداز ساختاری برای تحلیل انقلاب‌های اجتماعی و بر اهمیت عوامل فراملی یا بین‌المللی بیش از اندازه تأکید دارد. همچنین بر آنچه که رهبران انقلاب در عمل انجام می‌دهند، یعنی نبرد برای کسب قدرت سیاسی نیز تأکید می‌ورزد (Ritzer, 2011:253-254).

کلاوس اوفه و جنبش‌های اجتماعی جدید: از نظر کلاوس اوفه رفاه نسبی در سابه سیاست‌های دولت‌های رفاه، سطح بالای آموزش عالی و رشد بخش خدمات در مقایسه با بخش صنعت و کشاورزی منجر به ظهور طبقه متوسط جدید در جامعه شده است. از نظر او اعضای این طبقه به همراه کسانی که از امکانات دولت رفاه برخوردارند، مانند دانشجویان، زنان و مستمری‌بگیران که وقت زیادی هم دارند، نابسامانی‌های نظام موجود سرمایه‌داری صنعتی را درک می‌کنند و لذا آنها حاملان اصلی آرمان‌ها و اهداف جهان‌شمول جنبش‌های جدید اجتماعی هستند (Jalaeipour, 2002). به عقیده اوفه طبقات متوسط جدید و به‌ویژه کسانی که در استخدام دولت هستند و گروه‌های کالایی نشده نظیر دانشجویان، زنان خانه‌دار



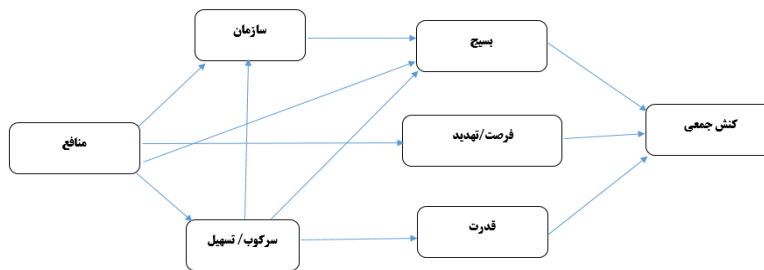
و دریافت‌کنندگان خدمات رفاهی خیریه، جذب اهداف و علائق جهان‌شمول جنبش‌های اجتماعی جدید می‌گردند. به عقیده وی این گروه‌ها محتمل‌ترین گروه‌هایی هستند که از عناصر غیر عقلایی نظام سیاسی معاصر آگاهی می‌یابند و به‌طور غیر مستقیم نقایص آن را تجربه می‌نمایند. اوفه استدلال می‌کند از آنجا که عوامل تعیین‌کننده ساختاری مشخص برای مشارکت در جنبش‌های اجتماعی وجود دارد، این سیاست (سیاست طبقاتی) است، اما از آنجا که برخلاف جنبش‌های طبقاتی سابق، تقاضاهایی برای منافع خاص خودش مطرح نمی‌کند، سیاستی به نمایندگی از یک طبقه نیست. تحلیل اوفه از نظر تجربی سربلند بیرون می‌آید، چرا که افراد دارای تحصیلات عالی در جنبش‌های اجتماعی حضور چشم‌گیری دارند، هر چند تحلیلی کاملاً قطعی نیست، زیرا افراد تحصیل‌کرده در سازمان‌های سیاسی سنتی نیز حضور بالایی دارند (Nesh, 2003:165).

*آلبرتو ملوچی و نظریه جنبش اجتماعی جدید: ملوچی مانند تورن جنبش‌های اجتماعی را در چارچوب چالش‌های فرهنگی جامعه فراصنعتی ارزیابی می‌کند که آن را جامعه پیچیده می‌نامد. این جامعه به شدت پیچیده، تمایز یافته و به‌صورت چندگانه متکثر است (البته این پیچیدگی ریشه اطلاعاتی دارد) (Jalaeipour, 2002:59).*

*دوناتلا دل‌اپورتا و ماریو دیانی: دل‌اپورتا و دیانی معتقدند که جنبش‌های اجتماعی، شبکه‌های غیر رسمی مبتنی بر اعتقادات مشترک و همبستگی‌هایی هستند که از طریق استفاده مداوم از اشکال گوناگون اعتراض حول موضوعات منازعه‌آمیز بسیج می‌شوند. آنها با تأکید بر ویژگی‌های فوق، به دنبال آن هستند که جنبش‌های اجتماعی را از دیگر اشکال عمل جمعی از قبیل احزاب، گروه‌های ذی‌نفوذ، فرقه‌های مذهبی، وقایع اعتراض‌آمیز موردی، ائتلاف‌های سیاسی و ... جدا کنند (Dellaporta and Diani, 2004:33).*

*نظریه بسیج تیلی: تیلی معتقد است که واژه بسیج به شکل متعارف معرفی‌کننده فرایندی است که به واسطه آن گروهی از حالت مجموعه منفعلی از افراد به مشارکت‌کننده فعال در زندگی عمومی تبدیل می‌شود. به بیان دیگر، بسیج یعنی گردآوری منابع (انسانی و مادی) برای استفاده و عمل جمعی. تیلی از سه شکل بسیج نام می‌برد: یکم، بسیج تدافعی، دوم، بسیج تهاجمی، و سوم، بسیج تدارکی. پس از شکل‌گیری سازمان، یک گروه برای تحقق اهداف خود در پی گسترش سازمان و اعضای خود، بسیج منابع و استفاده از فرصت‌های موجود برای کنش جمعی خواهد بود (Tilie, 2006:104-113). تیلی الگوی تبیینی بسیج خود را به شکل نمودار زیر نشان می‌دهد.*

نظریه حوزه عمومی هابرماس: هابرماس در کتاب تحول ساختاری حوزه عمومی، مفهومی هنجاری از حوزه عمومی عرضه می‌کند و آن را بخشی از زندگی اجتماعی می‌خواند که در آن شهروندان می‌توانند به تبادل نظر درباره اموری بپردازند که از نظر ایشان برای تأمین مصالح عامه اهمیت دارد و از این طریق است که افکار عمومی شکل می‌گیرد (Valibiglou, 1999). حوزه عمومی در واقع ایده یا مفهومی هنجاری است که در چارچوب کلی نظریه‌های هابرماس درباره کنش ارتباطی و گفتگو جای دارد. هابرماس خود حوزه عمومی را چنین تعریف می‌کند: «مقصود ما از حوزه عمومی قبل از هر چیز قلمرویی از زندگی اجتماعی ماست که در آن، آنچه به افکار عمومی منجر می‌شود می‌تواند شکل بگیرد». در هر گفتگویی که در آن افراد خصوصی برای ایجاد مجمعی عمومی گرد هم می‌آیند، بخشی از حوزه عمومی به وجود می‌آید (Habermas, 1989:27). هابرماس ریشه‌های تاریخی و مکانی ظهور حوزه عمومی را در درون سالن‌ها و مجامع عمومی بحث‌های آزاد و علنی قرن هجدهم جستجو و پیگیری می‌کند. باشگاه‌ها، کافه‌ها، روزنامه‌ها و مطبوعات که در واقع پیشگام روشنگری ادبی و سیاسی اروپا به شمار می‌رفتند. در این مجامع و مراکز مناقشه‌ها و مباحث متعدد پربراری راجع به نقش سنت صورت می‌گرفت و در همین مراکز بود که شالوده و سنگ بنای نخستین معارضة و رویارویی با اقتدار فئودالی پایه‌ریزی گردید. با افزایش فاصله و شدت گرفتن تقسیم‌بندی میان دولت و جامعه مدنی که در پی گسترش نظام‌های اقتصادی مبتنی بر بازار صورت گرفت، حوزه عمومی بورژوازی شکوفا گردید (Nozari, 2002:467).



### الگوی بسیج تیلی

### Tilly Mobilization Pattern

## نظریه‌های شبکه‌های اجتماعی

### نظریه جبرگرایی فرهنگی

به عقیده دونالد مکنزی و جودی واجمن، نگاه عامه مردم به فناوری، نوعی جبرگرایی فناوری است این نگاه یک رابطه یک‌طرفه را میان فناوری و مردم برقرار می‌کند که در آن فناوری‌ها موجب تغییر می‌شوند و بر مردم تأثیر می‌گذارند. طبیعی است که در چنین نگاهی فناوری و جامعه دو مقوله مجزا و گاهاً متضاد می‌باشند، فناوری باعث تغییر اجتماعی می‌شود، ضمن آنکه نگرش انفعالی مردم نسبت به تغییر فناوری نیز قابل اشاره است، چرا که بر اساس چنین نگاهی تنها باید خود را با تغییرات فناوری سازگار کرد (Aghanouri, 2011:42).

### نظریه نوآوری

این نظریه اشاعه نوآوری را اعم از استفاده و نحوه دستیابی به آن در یک جامعه بررسی می‌کند. از نظر راجرز مخاطبان نوآوری به چند دسته تقسیم می‌شوند:

۱. نوآوران: افراد جسور و خطرپذیر هستند و کنجکاو و مشتاق آزمایش افکار و مسائل جدید می‌باشند.
۲. اقتباس‌گران اولیه: افراد محلی قابل احترامی که معمولاً بیشترین تعداد رهبران فکری را در نظام اجتماعی تشکیل می‌دهند. این افراد به سرعت و آگاهانه سازگار می‌شوند.
۳. اکثریت اولیه: افراد اهل تملق و اندیشه که دارای روابط قوی با اطرافیان می‌باشند.
۴. اکثریت متأخر افرادی مردد که اغلب به دلیل ضرورت اقتصادی و یا افزایش فشار شبکه‌های اجتماعی، نوآوری را می‌پذیرند.
۵. کندروها: افراد سنتی که وابستگی محلی زیاد و توجه به گذشته دارند.

دیوتن، جان و راجرز در سال ۱۹۸۷ در بررسی بر روی رایانه‌های خانگی، نظریه نوآوری را یک چارچوب جدید و قابل انطباق برای بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی و دربرگیرنده سه مرحله پذیرش، کاربرد و آثار اجتماعی و عوامل تعیین‌کننده آنها مورد تجدید نظر قرار دادند. مطابق این رویکرد میزان پذیرش، نوع و الگوی کاربرد و آثار اجتماعی رسانه یا تکنولوژی، تابع متغیرهای پایگاه اجتماعی، ویژگی‌های فردی مانند تحصیلات، درآمد، سن، جنس و شغل، زمینه اجتماعی و فرهنگی مانند ساختار خانواده و شبکه اجتماعی و ویژگی‌های تکنولوژی است (Pakseresht, 2007).

### نظریه وابستگی

نظریه وابستگی توسط سندرابال - روکیچ و ملیون دی فلور در سال ۱۹۶۷ مطرح شد. بر این اساس، مخاطبان به منظور رفع نیازها و دستیابی به هدف، به اطلاعات رسانه‌ها وابسته‌اند. وابستگی به رسانه‌ها دارای دو بعد اجتماعی و فردی است. در سطح اجتماعی، رسانه‌ها جزء جدایی‌ناپذیر نهادهای اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، آموزشی و ... هستند و در سطح فردی مخاطبان به‌طور وسیع از اطلاعات وسایل ارتباط جمعی در زندگی روزمره خود سود می‌برند. در جهان امروز مردم مناطق صنعتی به‌طور گسترده به رسانه‌ها وابسته شده‌اند و دلیل اصلی آن کاهش روابط بین فردی است. بال روکیچ و دی فلور استدلال می‌کنند که هر قدر وابستگی مخاطب به یک پیام بیشتر باشد، میزان تأثیر رسانه بر رفتار و نگرش فرد مخاطب نیز افزایش می‌یابد. در واقع این وابستگی در افراد نوعی انفعال و اعتیاد به وجود می‌آورد، به گونه‌ای که نمی‌توانند در مقابل پیام عکس‌العملی نشان دهند (Sourin, 2009:221).

### نظریه جامعه اطلاعاتی

اصطلاح جامعه اطلاعاتی بازگوکننده تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و تجدید سازمان جامعه، در خصوص جریان اطلاعات است. این مفهوم پیش از هر چیز مولود پیوندهای سخت‌افزاری متعددی است که ریشه در ساختار فنی - اجتماعی آن دارد و از مهم‌ترین اجزاء این ساختار می‌توان به مواردی همچون دیجیتال شدن تمام صور داده‌ها و اطلاعات، عمومیت استفاده از رایانه‌های شخصی، توسعه قدرت ذخیره‌سازی و دیجیتال و ... و پیوند همه این‌ها در ساختاری با نام اینترنت است که شبکه را عملاً از دیوارهای قبلی (سازمان محلی، ملی و ...) رها می‌سازد، اشاره کرد (Mohseni, 2001:162). به عقیده کاستلز جامعه شبکه‌ای یعنی اینکه ساختار اجتماعی غالب و مسلط در عصر اطلاعات، حول شکل‌های نوین زمان و فضا سازمان یابد؛ زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها و گردش اطلاعات. منظور کاستلز از زمان بی‌زمان استفاده و به‌کارگرفتن بی‌وقفه و مداوم فناوری اطلاعاتی - ارتباطی نوین برای از میان برداشتن زمان به منظور فشردن سال‌ها و تبدیل آنها به لحظه است.

شبکه اینترنت امکان تغییر شکل تاروپود فرهنگ را فراهم می‌آورد. از نظر کاستلز در رسانه‌های جدید ارتباطی، امکانات و قابلیت‌های نو و دموکراتیک برای ارتباطات و مشارکت وجود دارد. به نظر او این امکانات و قابلیت‌ها توان و ظرفیت بالقوه ایدئولوژی غالب را برای اعمال سلطه محدود می‌سازد و افراد قادر خواهند بود که جهان مجازی خود را بسازند که سبب دموکراتیک شدن تصورها و باورها می‌گردد (McKay, 2008:36).

### چارچوب نظری پژوهش

در این پژوهش از نظریه حوزه عمومی برای تبیین موضوع تحقیق بهره گرفته شده است. حوزه عمومی بخشی از آن فضایی است که در ورای نفوذ عناصر سیستمی نظیر دولت، اقتصاد و کلیسا قرار دارد و در آن کنش ارتباطی در تقابل با منطق کارکردی سیستم به جریان می‌افتد. بر این اساس، حوزه عمومی را می‌توان نوعی ساختار ارتباطی دانست که در شبکه جمعی جامعه مدنی ظهور می‌کند. به بیان دیگر، حوزه عمومی یک عرصه فضایی - زمانی است که در آن شهروندان فعالانه گردهم می‌آیند تا آزادانه به گفتگوی باز سیاسی بپردازند. بر این اساس، حوزه عمومی نه یک سازمان است و نه یک مؤسسه یا نهاد، بلکه بایستی آن را به‌عنوان شبکه‌ای برای تبادل اطلاعات، دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرها بین شهروندان دانست. بنابراین حوزه عمومی عرصه ارتباطات و شکل‌گیری عقاید است. در حوزه عمومی جریان‌های ارتباطی شکل می‌گیرد و نظر افراد غربال و ترکیب می‌شود، به روشی که در نهایت منجر به شکل‌گیری مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرهای مشترک برآمده از همایش‌های شهروندان به نام افکار عمومی می‌گردد.

یکی از موضوعات مهم در حوزه عمومی، ابزارهای ارتباطی حوزه عمومی است. از دیدگاه هابرماس از آنجا که محدوده جامعه جدید، فقط امکان حضور فیزیکی تعداد به نسبت اندکی از شهروندان را امکان‌پذیر می‌سازد، رسانه‌های همگانی به نهادهای اصلی حوزه عمومی تبدیل شده‌اند (Kasraei, 2017). به نظر هابرماس در عصر رسانه‌های مدرن وظیفه اصلی حوزه عمومی عبارت است از تشخیص مسائل و مشکلات اجتماعی که نیاز به توجه همگانی دارند. در جهان امروز حوزه عمومی نه تنها باید به‌عنوان ناظر بر حکومت عمل کند، بلکه باید به تعامل با نهادهای مختلف حاکمیت بپردازد. حوزه‌های عمومی امروزی از ارتباطات چهره به چهره قدیمی فاصله گرفته‌اند و ویژگی‌های آنها وجود شبکه‌های کوچک، متنوع و پراکنده‌ای است که از ابزارهای مدرن تولید و توزیع اطلاعات بهره می‌گیرند تا در صحنه عمل سیاسی و اجتماعی تأثیر بگذارند (Minavand Chal, 2007). حوزه عمومی نه یک سازمان است و نه یک مؤسسه یا نهاد، بلکه بایستی آن را به‌عنوان شبکه‌ای برای تبادل اطلاعات، دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرها بین شهروندان دانست. در واقع حوزه عمومی، عرصه ارتباطات و شکل‌گیری عقاید است. در حوزه عمومی جریان‌های ارتباطی شکل می‌گیرد و نظر افراد غربال و ترکیب می‌شود؛ روشی که در نهایت منجر به شکل‌گیری مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرهای مشترک برآمده از همایش‌های شهروندان به نام افکار عمومی می‌گردد ( Yazdkhasti & et. al, 2013). جنبش‌های اجتماعی نیز در دیدگاه دلاپورتا و دیانی، شبکه‌های غیر رسمی مبتنی بر

اعتقادات مشترک و همبستگی‌هایی هستند که از طریق استفاده مداوم از اشکال گوناگون اعتراض حول موضوعات منازعه‌آمیز بسیج می‌شوند. آنها با تأکید بر ویژگی‌های فوق، به دنبال آن هستند که جنبش‌های اجتماعی را از دیگر اشکال عمل جمعی از قبیل احزاب، گروه‌های ذی‌نفوذ، فرقه‌های مذهبی، وقایع اعتراض‌آمیز موردی، ائتلاف‌های سیاسی و ... جدا کنند.

هابرماس با خلق و بسط نظریه کنش ارتباطی در صدد احیای حوزه‌های عمومی است. در کنش ارتباطی، فرد برای به‌دست آوردن تفاهم و توافق هیچ سلاخی جز استدلال منطقی و قانع‌کننده ندارد. در کنش ارتباطی، افراد با گفتگو سعی دارند راه‌هایی برای توافق برگزینند. این کنش در ذات خود رهایی‌بخش است، چرا که با خود کنش‌های متعالی را همراه دارد. این رهایی در بستر و زمینه‌ای می‌تواند تحقق یابد که در آن خودشناسی از طریق گفت‌وگو امکان‌پذیر باشد؛ بنابراین کنش ارتباطی با ایجاد زمینه فهم گذشته تاریخی و با تأمین ارتباط میان فرهنگ‌ها و گروه‌های عصر حاضر در برقراری وفاق و اجماع نقشی اساسی دارد. هابرماس ارتباطات گسترده معاصر را حاوی مقدار زیادی اطلاعات تحریف شده می‌داند که بر اصول تجاری و سرگرمی‌هایی تکیه دارند که ابتذال و گریز از واقعیت، محتوای اصلی آنها را تشکیل می‌دهد. هابرماس رفع این معضل را در این می‌بیند که با گسترش عقلانیت ارتباطی و سیطره آن بر عقلانیت ابزاری زمینه‌ای ایجاد شود که در آن حوزه عمومی از رشد و پویایی لازم برخوردار شده، به‌طوری که یک نوع وفاق تفاهمی بر سر اصول و قواعد جمعی عام حاصل شود (Habermas, 2001:67). به نظر هابرماس هسته وجودی و اصلی عقلانیت ارتباطی، اختیاری و سبب نوعی وحدت و اجماع در گفتگوی دوطرفه است. انسان‌ها با شرکت در یک مباحثه است که از دیدگاه‌های هم‌آگاهی می‌یابند، مباحثات، تضمین‌کننده مشارکت برابر و آزاد است؛ برای جستجوی جمعی حقیقت (Nozari, 2016:43). هابرماس نشان داد چگونه عقلانیت (و عدم عقلانیت) در کنش متقابل اجتماعی معمولی، یعنی در ارتباط معمولی بین «افراد صحبت‌کننده و کنشگر» ظهور پیدا می‌کند (Khaniki, 2008:76). هابرماس بین کنش ارتباطی و کنش راهبردی (استراتژیک) تمایز گذاشت (Ibid:79) که بر اساس آن کنشگر نه در صدد رسیدن به منافع یک‌جانبه (کنش استراتژیک) که در جستجوی رسیدن به تفاهم است (Piozzi, 2000:105). از این‌رو، کنش ارتباطی صرفاً یک عمل گفتاری نیست، بلکه شیوه‌ای برای بازآفرینی جامعه است.

رسانه‌های اجتماعی از محتوای دموکراتیک تشکیل شده و درک درستی از روند نقش مردم دارد، زیرا نقش آنها تنها خواندن و منتشر کردن اطلاعات نیست، بلکه آنها اطلاعات را تولید و برای دیگران اشتراک می‌گذارند (Oftadeh, 2012:68). اصطلاح «شبکه‌های

اجتماعی» زیر مجموعه رسانه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد. کارکرد اصلی شبکه‌های اجتماعی متصل کردن افراد به یکدیگر است. این شبکه‌ها خود محتوایی تولید نمی‌کنند و آنچه در این شبکه‌ها جریان دارد، داده‌ها و اطلاعات و محتواهایی است که توسط کاربران تولید و منتشر شده است. شبکه‌های اجتماعی به علت بی‌مکانی حاکم بر اینترنت بر علایق افراد و گروه‌ها و بر پایه مشارکت همگانی بنیان نهاده شده‌اند. عمده‌ترین محورهای این تکنولوژی‌های جدید رسانه‌ای، استفاده همزمان از امکانات آنلاین و دیجیتال در ارتباط با مخاطب است. در این ارتباط جدید، رفتار مخاطب در برابر رسانه هم دچار دگرگونی و از مخاطب منفعل به مخاطب فعال تبدیل می‌شود. همگانی‌شدن شبکه‌های اجتماعی و رشد تعداد کاربران آن بیانگر افزایش روزافزون نقش و اهمیت این شبکه‌ها در زندگی روزمره افراد است. شبکه‌های اجتماعی موجب ارتباط جمعی و میان‌فردی، تشکیل اجتماعات مجازی، اطلاع‌رسانی آنی، تبادل اطلاعات و نظرات شده است، یکی از حوزه‌هایی که در این فضای مجازی به سرعت و به شدت تحت تأثیر قرار گرفته است، کنش‌ورزی سیاسی و مشارکت سیاسی و اجتماعی و به‌طور خاص مشارکت شهروندان در جنبش‌های اجتماعی نوین است.

### روش‌شناسی پژوهش

تحقیق حاضر از نوع توصیفی و تحلیلی و از نظر زمانی مقطعی می‌باشد و از روش پیمایش برای مطالعه آن استفاده شده است. جامعه آماری تحقیق حاضر شامل تمام شهروندان ۱۵ سال به بالای شهر یاسوج در سال ۱۴۰۰ بوده است. با توجه به موضوع تحقیق، روش نمونه‌گیری الکترونیکی از نوع احتمالی بوده است. بر اساس فرمول لین (۱۹۷۶)، حجم نمونه با ۵ درصد خطا، برابر ۳۸۰ مورد محاسبه گردید.

### ابزار اندازه‌گیری

پرسشنامه مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین: ابزار تحقیق در خصوص سنجش متغیر وابسته (گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین)، محقق ساخته می‌باشد. این پرسشنامه مرکب از ۱۵ گویه است که بر اساس طیف پنج مرحله‌ای (لیکرت) سنجیده شد. اعتبار این مقیاس با استفاده از روش اعتبار صوری و با مراجعه به صاحب‌نظران و کارشناسان محرز شد و پایایی آن نیز با استفاده از روش آلفای کرونباخ به تأیید رسید. ضریب پایایی این مقیاس در این مطالعه از نمره مطلوبی برخوردار بود ( $\alpha = 0/865$ ).

پرسشنامه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی: برای سنجش میزان اعتماد پاسخگویان به شبکه‌های اجتماعی مجازی از پرسشنامه اعتماد به شبکه‌های مجازی خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) استفاده گردید. این پرسشنامه مرکب از ۱۲ گویه می‌باشد که بر اساس طیف پنج مرحله‌ای (لیکرت) سنجیده می‌شود. روایی صوری و محتوایی این پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید و متخصصان به تأیید رسیده است. پایایی این پرسشنامه نیز در تحقیق خدایاری و همکاران (۱۳۹۳)، با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ  $0/70$  به دست آمد. همچنین ضریب پایایی این مقیاس در مطالعه حاضر از نمره مطلوبی برخوردار بود ( $\alpha = 0/777$ ).

پرسشنامه اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان در شبکه‌های اجتماعی: برای سنجش میزان اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان در شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز از پرسشنامه اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان در شبکه‌های اجتماعی خدایاری و همکاران (۱۳۹۳)، استفاده گردید. این پرسشنامه مرکب از ۱۰ گویه بوده که بر اساس طیف پنج مرحله‌ای (لیکرت) سنجیده شده است. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید و متخصصان به تأیید رسیده است. پایایی این پرسشنامه در تحقیق فوق با استفاده از آزمون آلفای کرونباخ  $0/777$  به دست آمد که این ضریب در مطالعه حاضر از نمره مطلوبی برخوردار بود ( $\alpha = 0/771$ ).

پرسشنامه نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی: برای سنجش نوع استفاده پاسخگویان از شبکه‌های اجتماعی مجازی نوین از پرسشنامه محقق‌ساخته استفاده گردید. در این پرسشنامه از پاسخگویان خواسته شده بود تا از میان گزینه‌های (کسب اخبار و اطلاعات، تفریحی و سرگرمی، تجارت و درآمدزایی، آموزشی، علمی، ارتباط با دوستان و آشنایان و سایر) اولویت استفاده خود را مشخص نمایند. روایی صوری و محتوایی پرسشنامه با استفاده از نظر اساتید و متخصصان به تأیید رسید. ضریب پایایی این مقیاس در این مطالعه از نمره قابل قبولی برخوردار بود ( $\alpha = 0/627$ ).

## روش‌های آماری

داده‌ها پس از گردآوری با استفاده از نرم افزار *SPSS*، در دو سطح توصیفی و استنباطی مورد تحلیل قرار گرفتند. با توجه به ابزارهای سنجش به کار گرفته شده در آن (اسمی، ترتیبی، فاصله‌ای و نسبی)، در این پژوهش از دو دسته آمارهای توصیفی (شاخص‌های مرکزی و پراکندگی) و آمارهای استنباطی (مقایسه میانگین‌ها شامل آزمون‌های تی مستقل و تحلیل واریانس و ضریب همبستگی پیرسون) استفاده شد.



### یافته‌های پژوهش

پژوهش حاضر در بین ۳۸۰ نفر از شهروندان شهر یاسوج صورت گرفته است. از مجموع پاسخگویان ۱۸۵ نفر (۴۸/۷) زن و ۱۹۵ نفر (۵۱/۳) مرد بوده‌اند. بیشترین تعداد پاسخگویان در محدوده سنی ۳۱ تا ۴۰ سال، ۱۴۸ نفر (۳۸/۹) و کمترین تعداد مربوط به سن بالای ۵۱ سال با ۲۰ نفر (۵/۳) درصد بوده است. بیشترین تعداد پاسخگویان را لیسانسه‌ها، ۱۴۱ نفر (۳۷/۱) درصد و کمترین تعداد مربوط به سطح تحصیلات دکتری با ۱۶ نفر (۴/۲) درصد بوده است. از مجموع پاسخگویان بیشترین تعداد مربوط به طبقه اجتماعی و اقتصادی پایین، ۲۵۲ نفر (۶۶/۳) درصد و کمترین تعداد مربوط به طبقه اجتماعی و اقتصادی بالا با تعداد ۵ نفر (۱/۳) درصد بوده است. بیشترین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بین یک تا سه ساعت استفاده، ۱۳۴ نفر (۳۵/۳) درصد و کمترین میزان استفاده، کمتر از یک ساعت تعداد ۱۷ نفر (۴/۵) درصد بوده است. ۴/۲ درصد از پاسخگویان گرایش کمی به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین داشتند، ۸۳/۷ درصد متوسط و ۱۲/۱ درصد از پاسخگویان هم‌گرایش زیادی به مشارکت در جنبش اجتماعی نوین دارند. میزان اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی ۲/۶ درصد از پاسخگویان کم، ۲۹/۷ درصد متوسط و ۶۷/۶ درصد از آنها زیاد بوده است. نمره نگرش به مؤلفه اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی در ۲/۹ درصد از پاسخگویان کم، در ۶۰/۸ درصد متوسط و در ۳۶/۳ درصد از پاسخگویان زیاد بوده است. همچنین بیشترین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی در موضوع تفریحی و سرگرمی با ۳۱/۱ درصد و کمترین میزان استفاده مربوط به شاخص تجارت و درآمدزایی با ۴/۲ درصد بوده است.

بررسی فرضیات تحقیق نشان داد که بین دو مؤلفه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. بین دو مؤلفه اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین نیز رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد؛ همچنین بین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب سن افراد، طبقه اجتماعی - اقتصادی و میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تفاوت معناداری وجود داشت، اما بین مؤلفه‌های جنسیت، تحصیلات افراد و نوع (موضوع) استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین تفاوت معناداری وجود نداشت. نتایج رگرسیون نشان داد که در مجموع چهار متغیر درون معادله (اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی، سن و میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی

مجازی) می‌توانند ۲۶ درصد از واریانس متغیر وابسته (گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین) را برای جامعه مورد مطالعه پیش‌بینی نمایند.

### اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی و جنبش‌های اجتماعی نوین

بین اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین رابطه وجود دارد. همان‌طور که در جدول ۱ مشاهده می‌شود ضریب همبستگی پیرسون مربوط به دو متغیر اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین برابر ۰/۹۲۲ که رابطه مستقیمی را نشان می‌دهد و سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰ است. بنابراین رابطه مثبت و معنادار است. به عبارتی هر چه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین نیز افزایش می‌یابد.

**جدول ۱:** ضریب همبستگی بین اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین

**Table 1:** Correlation Coefficient between Trust in Social Networks and Tendency towards New Social Movements

متغیر مستقل	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	تعداد پاسخگو
<i>Independent Variable</i>	<i>Pearson Correlation Coefficient</i>	<i>Sig.</i>	<i>Number of Respondents</i>
اعتماد به شبکه‌های اجتماعی	۰/۹۲۲	۰/۰۰۰	۳۸۰

اطلاعرسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی و جنبش‌های اجتماعی نوین بین اطلاعرسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین رابطه وجود داشت. همان‌طور که در جدول ۲ مشاهده می‌شود، ضریب همبستگی پیرسون مربوط به دو متغیر اطلاعرسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین برابر ۰/۴۲۸ است که رابطه مستقیمی را نشان می‌دهد و سطح معنی‌داری برابر ۰/۰۰۰ است. بنابراین رابطه بین این دو متغیر مثبت و معنادار است. به عبارت دیگر، هر چه در شبکه‌های اجتماعی مجازی، اطلاعرسانی و ارتباط به شکل آسان‌تری صورت پذیرد، گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین نیز بیشتر خواهد شد.

**جدول ۲:** ضریب همبستگی بین اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین

**Table 2: Correlation Coefficient between Information Provision and Easy Communication of Virtual Social Networks and Tendency towards New Social Movements**

متغیر مستقل	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معنی‌داری	تعداد پاسخگو
<i>Independent Variable</i>	<i>Pearson Correlation Coefficient</i>	<i>Sig.</i>	<i>Number of Respondents</i>
اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۲۸	۰/۰۰۰	۳۸۰

### جنبش‌های اجتماعی نوین و میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

بین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی تفاوت معناداری وجود داشت. نتایج جدول ۳ نشان می‌دهد که بین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $Sig=0/000$ ).

**جدول ۳:** خروجی آزمون آنوا برای مقایسه میانگین گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

**Table 3: The result of the ANOVA Test to Compare the Average Tendency Towards New Social Movements According to the Amount of Activity in Virtual Social Networks**

متغیر	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
<i>Variable</i>	<i>Groups</i>	<i>Average</i>	<i>St. Deviation</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
میزان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی	زیر یک ساعت	۵۷/۴۷	۵/۷۶	۴/۹۴۴	۰/۰۰۲
	یک تا دو ساعت	۴۹/۵۰	۸/۷۰		
	دو تا پنج ساعت	۵۰/۹۸	۸/۹۶		
	بیش از ۵ ساعت	۵۲/۲۵	۹/۴۷		

### جنبش‌های اجتماعی نوین و نوع (موضوع) استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

این تحقیق به تفاوت معنی‌داری بین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب نوع (موضوع) استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی دست نیافت. نتایج جدول ۴

نشان می‌دهد که بین گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب نوع فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تفاوت معنی‌داری وجود ندارد ( $Sig = 0/941$ ).

**جدول ۴:** خروجی آزمون آنوا برای مقایسه میانگین گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب نوع فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی

**Table 4:** The Result of ANOVA test to Compare the Average Tendency Towards New Social Movements According to the Type of Activity In Virtual Social Networks

متغیر	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
Variable	Groups	Average	St. Deviation	F	Sig.
نوع (موضوع) استفاده از شبکه‌های اجتماعی	اخبار و اطلاعات	۵۱/۰۸	۸/۵۳	۰/۲۹۱	۰/۹۴۱
	سرگرمی و تفریحی	۵۱/۷۲	۸/۴۷		
	امور آموزشی	۵۰/۷۹	۹/۲۱		
	تجارت	۴۸/۸۱	۱۰/۳۴		
	علمی	۵۰/۴۲	۹/۶۹		
	تماس با دوستان	۵۱/۰۶	۱۰/۰۷		
	سایر	۵۱/۳۸	۸/۱۸		

#### جنبش‌های اجتماعی نوین و پایگاه اجتماعی و اقتصادی

بین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین و پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد تفاوت معناداری وجود داشت. نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که بین گرایش افراد به جنبش‌های اجتماعی نوین و پایگاه اجتماعی و اقتصادی آنها، تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $Sig = 0/038$ ).

**جدول ۵:** خروجی آزمون آنوا برای مقایسه میانگین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین با توجه به پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد

**Table 5:** The Result of ANOVA Test to Compare the Average Tendency to Participate in Modern Social Movements According to the Social and Economic Base of People

متغیر	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
Variable	Groups	Average	St. Deviation	F	Sig.
پایگاه اقتصادی - اجتماعی	بالا	۵۵/۰۳	۹/۱۵	۳/۳۰۲	۰/۰۳۸
	متوسط	۵۰/۷۴	۸/۸۳		
	پایین	۵۰/۷۸	۹/۲۸		

## جنبش‌های اجتماعی نوین و سن

بین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین و سن افراد تفاوت معناداری وجود داشت. نتایج جدول ۶ نشان داد که گرایش افراد به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین با توجه به سن آنها، تفاوت معنی‌داری وجود دارد ( $sig = 0/018$ ).

**جدول ۶:** خروجی آزمون آنوا برای مقایسه میانگین گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین با توجه به سن افراد

**Table 6:** The Result of ANOVA Test to Compare the Average Tendency to Participate in New Social Movements According to the Age of People

متغیر	گروه‌ها	میانگین	انحراف معیار	F	سطح معنی‌داری
Variable	Groups	Average	St. Deviation	F	Sig.
سن	۱۵ الی ۳۰ سال	۵۰/۵۷	۹/۹۵	۳/۴۱۸	۰/۰۱۸
	۳۱ الی ۴۰ سال	۵۲/۸۱	۷/۵۷		
	۴۱ الی ۵۰ سال	۴۹/۰۱	۹/۸۸		
	۵۱ الی ۶۰ سال	۵۰/۵۰	۷/۴۹		

## تحلیل رگرسیونی

به منظور بررسی ارتباط بین متغیرهای تحقیق از رگرسیون (سلسله مراتبی چندگانه) استفاده گردید. نتایج موجود در جدول زیر نشان می‌دهد که معادله پیش‌بینی رگرسیونی برای تبیین متغیر گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین، بر اساس متغیرهای مستقل مورد بررسی در این تحقیق، دارای چهار مدل (مرحله) می‌باشد. ضریب تعیین به دست آمده در مدل چهارم (شامل تمام متغیرهای مستقل معنادار) نشان می‌دهد که در مجموع پنج متغیر درون معادله (اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی مجازی، سن، و طبقه اجتماعی - اقتصادی افراد) می‌توانند ۰/۳۶۲ درصد از واریانس متغیر وابسته (گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین) را برای جامعه مورد مطالعه پیش‌بینی نمایند. قدرت متغیر اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی (مدل یک) که به تنهایی ۲۱ درصد از تغییرات متغیر وابسته را تبیین می‌نماید، نسبت به دیگر متغیرهای مستقل درون معادله قابل توجه می‌باشد.

جدول ۷: مدل‌های مستخرج رگرسیونی به روش سلسله مراتبی چندگانه

Table 7: Derived Regression Models Using the Multiple Hierarchy Method

مدل	متغیرهای وارد شده	متغیرهای حذف شده	روش
Model	Imported Variables	Omitted Variables	Method
۱	اعتماد به شبکه‌های اجتماعی	*	Enter
۲	اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی	*	Enter
۳	اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان، طبقه اجتماعی و اقتصادی، سن	*	Enter
۴	اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان، طبقه اجتماعی و اقتصادی، سن، میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	*	Enter
متغیر وابسته: جنبش‌های اجتماعی نوین			

جدول ۸: خلاصه مدل و مدل برتر بر اساس ضریب تعیین ( $R^2$ )

Table 8: Summary of the Model and the Superior Model Based on the Coefficient of Determination ( $R^2$ )

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل‌یافته	آماره دوربین واتسون
Model	Correlation Coefficient	Coefficient of Determination	Adjusted Coefficient of Determination	Watson Camera Statistics
۱	۰/۴۵۸	۰/۲۱۰	۰/۲۰۸	۱/۸۷۳
۲	۰/۴۹۵	۰/۲۴۵	۰/۵۴۱	
۳	۰/۵۰۷	۰/۲۵۷	۰/۲۴۹	
۴	۰/۵۱۲	۰/۲۶۲	۰/۲۵۲	
۱- اعتماد به شبکه‌های اجتماعی ۲- اعتماد به شبکه‌های اجتماعی و اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان شبکه‌های اجتماعی ۳- اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان شبکه‌های اجتماعی، سن و طبقه اجتماعی - اقتصادی افراد ۴- اعتماد به شبکه‌های اجتماعی، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان به شبکه‌های اجتماعی، سن و طبقه اجتماعی - اقتصادی افراد و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی متغیر وابسته: مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین*				

بر اساس جدول ۸ به نظر می‌رسد مدلی که همه متغیرهای مستقل در آن نقش دارند (مدل چهارم)، بیشترین سهم را در توصیف متغیر وابسته داشته است. تقریباً ۲۶ درصد از

تغییرات متغیر وابسته توسط مدل ۴ بیان می‌شود؛ همچنین همان‌طور که در جدول فوق مشاهده می‌شود، مقدار آماره دوربین واتسون مدل برابر ۱/۸۷۳ می‌باشد که این موضوع از عدم همبستگی پیاپی و مناسب بودن مدل خبر می‌دهد.

جدول ۹: نکویی برازش مدل رگرسیونی

Table 9: Improvement of Regression Model Fit

مدل		مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	F	سطح معنی‌داری
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
۱	رگرسیون	۱۲/۵۱۵	۱	۱۲/۵۱۵	۱۰۰/۴۰۶	۰/۰۰۰
	باقی‌مانده‌ها	۴۷/۱۱۶	۳۷۸	۰/۱۲۵		
	کل	۵۹/۶۳۲	۳۷۹			
۲	رگرسیون	۱۴/۵۹۱	۲	۷/۲۹۶	۶۱/۰۶۵	۰/۰۰۰
	باقی‌مانده‌ها	۴۵/۰۴۱	۳۷۷	۰/۱۱۹		
	کل	۵۹/۶۳۲	۳۷۹			
۳	رگرسیون	۱۵/۳۱۰	۴	۳/۸۲۸	۳۲/۸۵۸	۰/۰۰۰
	باقی‌مانده‌ها	۴۴/۳۲۱	۳۷۵	۰/۱۱۸		
	کل	۵۹/۶۳۲	۳۷۹			
۴	رگرسیون	۱۵/۶۴۰	۵	۳/۱۲۸	۲۶/۵۹۳	۰/۰۰۰
	باقی‌مانده‌ها	۴۳/۹۹۱	۳۷۴	۰/۱۱۸		
	کل	۵۹/۶۳۲	۳۷۹			

با توجه به اینکه سطح معنی‌داری (۰/۰۰۰) در هر چهار مدل ارائه شده کمتر از ۰/۰۵ می‌باشد، معنی‌دار بودن مدل رگرسیونی به تأیید می‌رسد.

## جدول ۱۰: جدول ضرایب مدل رگرسیونی سلسله مراتبی چندگانه

Table 10: Table of Coefficients of Multiple Hierarchical Regression Model

ردیف	مدل	ضرایب غیر استاندارد		ضرایب استاندارد	T	سطح معنی داری
		B	انحراف استاندارد	Beta		
Row	Model	Non-St. Coefficients		St. Coefficients	T	Sig.
		B	St. Deviation	Beta		
۱	عرض از مبدأ	۱/۱۷۰	۰/۰۹۲	۰/۴۵۸	۱۲/۴۵۶	۰/۰۰۰
	اعتماد به شبکه‌ها	۰/۳۴۳	۰/۰۳۴		۱۰/۰۲۰	۰/۰۰۰
۲	عرض از مبدأ	۰/۹۰۵	۰/۱۱۱	۰/۴۲۵	۸/۱۷۰	۰/۰۰۰
	اعتماد به شبکه‌ها	۰/۳۱۸	۰/۰۳۴	۰/۱۸۹	۹/۳۵۸	۰/۰۰۰
	اطلاع‌رسانی و دسترسی	۰/۱۴۲	۰/۰۳۴		۴/۱۶۸	۰/۰۰۰
۳	عرض از مبدأ	۰/۸۲۶	۰/۱۲۹	۰/۴۲۳	۶/۴۱۵	۰/۰۰۰
	اعتماد به شبکه‌ها	۰/۳۱۶	۰/۰۳۴	۰/۱۹۰	۹/۳۵۰	۰/۰۰۰
	اطلاع‌رسانی و دسترسی	۰/۱۴۲	۰/۰۳۴		۴/۳۰۴	۰/۰۰۰
	سن	-۰/۱۱۸	۰/۰۲۰	۰/۰۴۰	-۰/۸۸۷	۰/۳۷۵
	طبقه اجتماعی - اقتصادی	۰/۰۶۶	۰/۰۳۱	۰/۰۹۶	۲/۱۳۴	۰/۰۲۳
۴	عرض از مبدأ	۰/۸۷۴	۰/۱۳۲	۰/۴۲۴	۶/۴۴۱	۰/۰۰۰
	اعتماد به شبکه‌ها	۰/۳۱۸	۰/۰۳۴		۹/۴۰۳	۰/۰۰۰
	اطلاع‌رسانی و دسترسی	۰/۱۴۳	۰/۰۳۴	۰/۱۹۱	۴/۲۲۴	۰/۰۰۰
	سن	-۰/۰۲۰	۰/۰۲۰	-۰/۰۴۴	-۰/۹۶۵	۰/۳۳۵
	طبقه اجتماعی - اقتصادی	۰/۰۶۴	۰/۰۳۱	۰/۰۹۴	۲/۰۸۳	۰/۰۲۸
	میزان استفاده از شبکه‌ها	-۰/۰۱۶	۰/۰۰۹	-۰/۰۷۴	-۱/۶۷۴	۰/۰۹۵

با توجه به جدول ۱۰، در مدل شماره ۱ با توجه به اینکه هم عرض از مبدأ و هم متغیر اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی معنی‌دار است، بنابراین مدل معنی‌دار می‌باشد. در مدل شماره (۲) علاوه بر عرض از مبدأ، متغیرهای اعتماد به شبکه‌ها و اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان نیز معنی‌دار می‌باشند که نشانگر معنی‌دار بودن این مدل می‌باشد. در مدل شماره ۳ علاوه بر عرض از مبدأ، سه متغیر اعتماد به شبکه‌ها، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان، و طبقه اجتماعی و اقتصادی معنی‌دار می‌باشند و فقط متغیر سن که سطح معنی‌داری آن از ۰/۰۵ بزرگتر بوده، معنی‌دار نمی‌باشد. در مدل شماره ۴ با توجه به اینکه عرض از مبدأ و سه متغیر اعتماد به شبکه‌ها، اطلاع‌رسانی و دسترسی آسان، و طبقه اجتماعی - اقتصادی افراد معنی‌دار



است، در مدل باقی خواهند ماند ولی دو متغیر سن و میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی به دلیل بالا بودن سطح معنی‌داری آنها از ۰/۰۵ از معادله حذف خواهند شد.

### بحث و نتیجه‌گیری

یکی از تحولات قرن حاضر، شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی نوین و سهم آن‌ها از قدرت در سطوح داخلی و خارجی است. ضرورت مطالعه جنبش‌های اجتماعی نوین، که نقطه اتصال شهروندی به فرایند توسعه سیاسی تلقی می‌شود، موجب تغییر در روابط قدرت سیاسی و معیارها و عوامل آن برای دولت، جامعه مدنی و شهروندی می‌شود. شهروند قرن بیست و یکم، به جای بیان مطالبات از طریق مشارکت نهادینه شده رسمی و حکومتی، به گروه‌های خارج از محدودیت‌های حکومتی و مشارکت غیر نهادینه ملحق می‌شود. در این مطالعه سعی شد تا به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین پرداخته شود. تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی حاصل از این پژوهش، حاکی از آن است که جنبش‌های اجتماعی نوین از نظر سنی جوان محسوب می‌شود و مردان و زنان به نسبت تقریباً برابری در آن مشارکت می‌کنند، بیشتر افراد شرکت‌کننده در این جنبش‌ها از طبقه متوسط جامعه هستند، همچنین بیشتر افراد شرکت‌کننده در این جنبش‌ها تحصیلات دانشگاهی دارند.

یافته‌های این مطالعه تأییدکننده نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در مشارکت افراد در فعالیت‌های مرتبط با جنبش‌های اجتماعی نوین بوده است. اعتماد به فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و به تناسب آن میزان فعالیت در این شبکه‌ها در راستای اهداف جنبش‌های نوین، مهم‌ترین مؤلفه اثرگذار بر مشارکت در این جنبش‌ها بوده است. همچنین اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان به وسیله شبکه‌های اجتماعی مجازی، در مشارکت در جنبش‌ها مؤثر بوده است. نتایج حاصل از این تحقیق حاکی از آن است که جامعه ایرانی پتانسیل جنبش‌های اجتماعی نوین را دارا می‌باشد. با توجه به این موضوع، منطقی‌ترین روش مواجهه با جنبش‌های اجتماعی، تخلیه و فهم مطالبات حاملان جنبش از طریق فراهم کردن بسترهای قانونی و عرفی مناسب از سوی دولت می‌باشد. به لطف گسترش فناوری‌های ارتباطی، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند با احیا و گسترش حوزه عمومی، کنش ارتباطی و عقل ارتباطی مورد نظر هابرماس را به صحنه آورند و از زوال آن جلوگیری نمایند. در واقع، قدرت از حوزه رسمی به شبکه‌ها و مجاری غیررسمی، فراگیر و دائماً سیال منتقل شده است. به گونه قابل توجهی

سیاست و قدرت به دلیل ویژگی سیال بودن، از کف منابع و مراجع رسمی خارج شده است و البته در سایر حوزه‌ها نیز با مرجعیت‌های متزلزل مواجه‌ایم (Kasraei, 2017).

این تحقیق نشان داد که بین اعتماد به شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. به عبارت دیگر، هر چه اعتماد به شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد، گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین نیز افزایش می‌یابد. از آنجا که فعالیت آزادانه در شبکه‌های اجتماعی مجازی، شرایط را برای اظهار نظر همه افراد فراهم نموده و از جهتی هویت کاربران در آنها می‌تواند نامشخص باشد، این شبکه‌ها میزانی از اعتماد را برای فعالیت در این بستر فراهم می‌نمایند. مهم‌ترین لازمه مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین، همین فعالیت آزادانه و فارغ از کنترل رسمی است که شبکه‌های اجتماعی مجازی تا حد زیادی این پیش‌شرط را با خود دارند. این یافته تحقیق با نتایج تحقیق خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) همخوانی دارد. مارتین هاروپ به چهار حالت اشاره می‌کند که در آنها نقش شبکه‌های اجتماعی پررنگ‌تر می‌شود: حالت اول، وقتی که بین احزاب سیاسی و مردم پیوندی ضعیف وجود دارد. در این حالت شبکه‌های اجتماعی به نوعی نقش حزب را بازی می‌کنند یا به اصطلاح، حزبی عمل می‌نمایند. حالت دوم، در شرایطی است که موضوعات جدیدی مطرح می‌شود و شبکه‌های اجتماعی به آن می‌پردازند. حالت سوم، وقتی است که اعتبار شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان پیام‌رسان بالا باشد و حالت چهارم نیز به نظام ارتباطی جامعه مربوط می‌شود؛ به این مفهوم که وقتی بحث سیاسی به صورت فردی و گروهی در جامعه کمتر صورت گیرد، شبکه‌های اجتماعی تأثیر بیشتر و نقش بزرگ‌تری دارند. بدین ترتیب، می‌توان گفت نقش شبکه‌های اجتماعی هنگامی که در نزد شهروندان از اعتبار بالایی برخوردار باشند و به‌ویژه در شرایطی که آنها در شرایط واقعی کمتر به مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی مبادرت می‌ورزند، امکان گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین به واسطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی نوین بیشتر فراهم می‌گردد. نظریه حوزه عمومی و کنش ارتباطی هابرماس نیز در همین راستا معنی می‌یابد. در جامعه مدرن، کنش متقابل و ارتباط و در نهایت رسیدن به تفاهم در هر کنشی اهمیت دارد. بنابراین شبکه‌های اجتماعی مجازی که میدان را برای گفتگو، تبادل افکار و تعامل افراد گشوده‌اند، به حوزه عمومی نزدیک شده‌اند.

همچنین این تحقیق رابطه مثبت و معناداری را بین اطلاع‌رسانی و ارتباط آسان شبکه‌های اجتماعی مجازی و گرایش به مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین نشان داد. لازمه آگاهی از مسائل اجتماعی جامعه، اطلاع از وقایع پیرامون و وجود میزانی از نگرش در خصوص پدیده‌های اجتماعی می‌باشد. شبکه‌های اجتماعی مجازی به دلیل ویژگی‌هایی

همچون در دسترس بودن، سهولت نصب نرم‌افزار، پایین بودن هزینه‌های بهره‌برداری، و ایجاد محیطی ساده امکان بیان دیدگاه‌های گوناگون و کسب اخبار مختلف را برای کاربران فراهم می‌نمایند و همین مهم فعالیت اعضای جامعه در حوزه‌های گوناگون از جمله عرصه‌های سیاسی را تسهیل می‌کنند و بالطبع امکان مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین را بیشتر فراهم می‌آورند که نتایج تحقیقات رسولی (۱۳۹۰)، خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) و ... مؤید این موضوع می‌باشد. افراد می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی به گفتگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات مورد علاقه خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به‌عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می‌توانند در مخالفت با یک مسئله و موضوعی اجتماعی و سیاسی دست به کنش مناسب بزنند (Mehdizadeh, 2004:121). تورنتون جنبه‌های مؤثر این رسانه‌های نوین را بر حوزه عمومی چنین برمی‌شمارد: توانایی گروه‌های ذی‌نفع برای یافتن یکدیگر و برقرار کردن ارتباط، توانایی افراد و گروه‌های کوچک برای معرفی خود و ارائه نقطه نظراتشان به یکدیگر، دسترسی آسان به دیدگاه‌ها و نقطه نظرات گوناگون، بقا و ماندگاری مواد و اطلاعات در اینترنت، و تعاملی بودن که باعث شکل‌گیری ارتباط دوسویه بین فرستنده و دریافت‌کننده می‌شود (Ibid:123). تعاملی بودن، یکی از مهم‌ترین امکانات رسانه‌های نوین است. اینترنت ویژگی‌های خاصی دارد و امکان برقراری ارتباطات و تعامل جهانی را ایجاد می‌کند و با این کار به‌عنوان ابزاری برای ساخت شبکه به کار می‌رود (Castells, 2001:90).

بر اساس نتایج این تحقیق، گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین بر حسب میزان فعالیت افراد در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تفاوت معنی‌داری دارد. با توجه به گسترش زیرساخت‌های اینترنت، تنوع ابزارهای استفاده و همچنین افزایش لزوم استفاده از اینترنت و عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی در زندگی روزمره افراد، تمایل به عضویت در این شبکه‌ها بیشتر شده است. استفاده مداوم از شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث ایجاد نوعی از اعتیاد و وابستگی به آنها می‌شود و بالطبع هر اندازه وابستگی مخاطب به این شبکه‌ها بیشتر باشد، میزان تأثیر آنها بر رفتار و نگرش مخاطبینشان نیز افزایش می‌یابد. در واقع این وابستگی در افراد منجر به انفعال و تأثیرپذیری شدید آنها می‌شود، به گونه‌ای که به تدریج مقاومت خود را در برابر شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌های ارسالی آنها از دست می‌دهند.

گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین با توجه به پایگاه اجتماعی و اقتصادی افراد، تفاوت معنی‌داری دارد. دستیابی به میزانی از رفاه نسبی در سایه سیاست‌های دولت‌ها، سطح بالای آموزش عالی و رشد بخش خدمات، در مقایسه با بخش صنعت و کشاورزی منجر به ظهور طبقه متوسط جدید در جامعه شده است. دانشجویان، زنان خانه‌دار و اعضای سازمان‌های

مردم‌نهاد که نسبت به سایر اقشار جامعه وقت بیشتری دارند، توانسته‌اند به میزان قابل توجهی از آگاهی در خصوص مسائل اجتماعی جامعه دست یابند. نتایج حاصله با نظریه نوآوری و جنبش‌های اجتماعی جدید کلاوس اوفه همخوانی دارد. همچنین این تحقیق نشان داد که گرایش به جنبش‌های اجتماعی نوین با توجه به سن افراد، تفاوت معنی‌داری دارد. طبق نتایج به‌دست‌آمده از این تحقیق، افراد واقع در محدوده سنی ۳۱ الی ۴۰ سال از میانگین بیشتری نسبت به سایر افراد در مشارکت در جنبش‌های اجتماعی نوین برخوردار بودند. مشارکت در جنبش‌های اجتماعی جدید تابع دو شرط «وجود حداقلی میزانی از آگاهی از شرایط جنبش در حاملان جنبش و همچنین صرف هزینه مادی و وقت توسط عاملان جنبش» می‌باشد که به نظر می‌رسد این گروه سنی این دو پیش‌شرط را در خود دارد. این یافته تحقیق با نظریات بسیج منابع و نوآوری و همچنین با نتایج تحقیقات رسولی (۱۳۹۵)، خدایاری و همکاران (۱۳۹۳) و ... همخوانی دارد.

**References:**

Abdullahi, R.; Shurgashti, M.; Akhotpour, B. (2011). "The role of new media in social movements (a case study of the Occupy Wall Street movement)", culture-communication studies (former cultural research letter), year 13, No. 18. (Persian).

Aghanouri, S. (2011). Examining the motivation and willingness of internet users to join Facebook and its effect on social capital, Master's thesis, Islamic Azad University, Tehran branch. (Persian).

Ashouri Moghadam, M. R. (2009). The place of media and social networks in the revolutionary uprisings of the Arab world, <https://civilica.com/doc/834049>. (Persian).

Barat Alipour, M., Amani, M. R. (2012). Identity actions in new social movements (case study: protest movements in Iran and England), strategic and macro policies, fifth year, No. 20. (Persian).

Carreton, A. (1994). "Social movements in the third world. London macmillan", cognitive approach. Axford: politypress. pp 136-139.

Castells, M. (2001). Information Age: Economy, Society and Culture, translated by Hasan Chavoshian, second volume, Tehran: New Design. (Persian).

Dellaporta, D. and Diani, M. (2004). An introduction to social movements, translated by Mohammad Taghi Delfrooz, first edition, Tehran: Kabir Publications. (Persian).

Fell, J. (2012). "The difference between social media and mass media", Social Sciences Monthly, No. 56: 67-72. (Persian).

Habermas, J. (1989). The Structural Transformation of the Public Sphere. Cambridge: The MITP.

Heywood, A. (1998). "Politics, London: macmillan, 2000-7), Key concept of politics, newyork: palgrave. ing Differential Protest Participation: Novices, Returners, Repeaters, and Stal-warts", Mobilization: An International Quarterly, Vol 3. No 17. pp 263-280.

Jalaeipour, H. (2001). Sociology of contemporary movements, Tehran: New design. (Persian).

Kasraei, M. S. (2017). Virtual space and politics, Seda weekly, 1st Mehr, taken from [https://article.irna.ir/fa/c1\\_18418](https://article.irna.ir/fa/c1_18418). (Persian).

Keith, N. (2005). *Contemporary Political Sociology: Globalization, Politics and Power*, translated by Mohammad Taghi Delfrooz, Tehran: Kovir. (Persian).

Keshavzi, S.; Khaje Nouri, B.; Ghafari Nasab, E. (2017). "Evaluating the effect of different media on participation in environmental movements: the case of Iran's nature scavengers movement, *Strategic Studies of Public Policy Quarterly*, Vol. 7, No 25: 92-73. (Persian).

Khalafkhani, M. and Gurbanpour, S. (2019). "Civil networking in the cyberspace and its impact on new social movements in the Middle East", *Political Studies Quarterly*, fourth year, No. 13: 43-70. (Persian).

Khaniki, H. (2009). *In the world of conversation; Examining discourse developments at the end of the 20th century*, Tehran: Hermes. (Persian).

Khodayari, K.; Daneshvar Hosseini, F.; Saidi, H (2014). The amount and type of use of virtual social networks (case study: students of Islamic Azad University, Mashhad branch), *communication research*, year 21, No. 1. (Persian).

Mahdizadeh, S. M. (2004). "Internet and Political Development", *Journal of Politics*, No. 6. (Persian).

McKay, Hugh; Reynolds, Paul and Miles, Wendy (2016). *Research in information society*, translated by Ramin Karimian, first edition, Tehran: Media Studies and Planning Office. (Persian).

Minavand Chal, M. Q. (2002). *Examining the functionality and possibility of the Internet as a public political domain*, political doctoral dissertation, Tarbiat Modares University. (Persian).

Mohseni, M. (2001), *Sociology of Information Society*, Tehran: Didar. (Persian).

Nozari, H. A. (2002). *Rereading Habermas*. Tehran: Cheshme Publishing House. (Persian).

Nozari, H. A. (2016). *Critical theory of the Frankfurt school in social and human sciences*, second edition, Tehran: Age. (Persian).

Pak Sarsht, S. (2007). *Investigating the place of Internet use in the leisure behavior styles of Iranian youth*, Tehran: Research Institute of Culture, Art and Communication. (Persian).

Passy, F. & Giugni, M. (2001). "Social Networks and Individual Perceptions: Explaining Differential Participation in Social Movements", *Sociological Forum*, Vol 16. No 1. pp 123-153. Retrieved from <http://www.jstor.org/stable/685032>.

- Paul S. N., Lee, Y. K., Clement, S. & Louis, L. (2015). "Social media and Umbrella Movement: insurgent public sphere in formation", *Chinese Journal of Communication*, Vol 8. No 4. pp 356-375, DOI: 10.1080/17544750.2015.1088874.
- Piozzi, M. (2000). *Jurgen Habermas*, translated by Ahmad Tedin, Tehran: Hermes. (Persian).
- Pirou, F.; Motaghi, E., Navabakhsh, M. (2017). "Sociological analysis of the role of Telegram social media as a public sphere in the elections of the 10th term of the Islamic Council of Iran, a case study of Tehran", *Sociology of Social Institutions*, 5th period, No. 12: 245-213. (Persian).
- Ritzer, G. (2001). *Sociological theory in the contemporary era*, translated by Mohsen Salasi, fifth edition, Tehran: Scientific Publication. (Persian).
- Sabouri, M. (2015). *Political Sociology*, first edition, Tehran: Sokhn. (Persian).
- Salter, L. (2004). "Democracy, new social movements and the Internet", *Media Quarterly*, 15th year, No. 3. (Persian).
- Selander, L. & Jarvenpaa, S. L. (2016). "Digital Action Repertoires and Transforming a Social Movement Organization", *MIS Quarterly*, Vol 40. No 2. pp 331- 352.
- Shaffi, J. (2012). *Social movements in Iran, contexts and challenges, strategic studies quarterly*, sixth year. (Persian).
- Sorin, W. & Tankard, J. (2009). *Theories of mass communication*, translated by Alireza Dehghan, Tehran: Tehran University Press. (Persian).
- Tilley, Ch. (2006). *From Basij to Revolution*, translated by Ali Morshidizad, Tehran: Imam Khomeini Research Institute (RA). (Persian).
- Tindall, D. B. (2002). *Social Networks, Identification and Participation in an Environmental Movement: Low-medium Cost Activism within the British Columbia Wilderness Preservation Movement*. *Canadian Review of Sociology*.
- Touraine, A. (1981). *The Workers Movement*, Cambridge New York: Cambridge University Press.
- Yazdakhati, B.; Adlipour, S.; Kikhaei, E. (2013). "Public domain and dialogue in the virtual domain of social networks", *Culture and Communication Quarterly*, No. 4, No. 21: 81-101. (Persian).

## The Role of Virtual Social Media Networks on Tending Toward Participating in Modern Social Movements (The Case study of Yasuj Citizens)

Mehraban Parsamehr (Ph.D)<sup>1</sup>

Seyed Poya Rasoulinejad (Ph.D),<sup>2</sup> Seyed Esmaeil Hosseinian<sup>3</sup>

DOI: 10.22055/QJSD.2024.39929.2609

### Abstract:

The present study aims to examine the role of virtual social networks in the tendency to participate in modern social movements in Yasuj. This cross-sectional study was conducted with survey method in Yasuj. The population of this study was 15 years and older citizens in Yasuj, which according to the subject of the research, the electronic sampling method was probabilistic. The results showed that there is a direct and significant relationship between the two components of trust in virtual social networks and the tendency to participate in modern social movements, there is a direct and significant relationship between the two components, informative and easy communication of virtual social networks and the tendency to participate in modern social movements. There was also a significant difference between the tendency to participate in modern social movements in terms of age, socio-economic class and the level of activity in virtual social networks, but there was no significant difference between the components of gender, education of individuals and the type (subject) of using virtual social networks and the tendency to participate in modern social movements. The results showed that a total of four variables within the equation (trust in social networks, informative and easy communication of social networks, age and level of activity in virtual social networks) can predict 26% of the variance of the dependent variable of the tendency to participate in modern social movements for the study population.

**Key Concepts:** *Modern Social Movements, Virtual Social Networks, The Trust, Relationshi.*

---

<sup>1</sup> Associate of Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Humanities and Social Sciences, University of Mazandaran, Babolsar, Iran (Corresponding Author), parsamehr@umz.ac.ir

<sup>2</sup> Assistant Professor of Islamic Social Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran, sp.rasoulinejad@ut.ac.ir

<sup>3</sup> Master of Social Science Research, Yazd University, Yazd, Iran, pazhoohesh\_2012@yahoo.com

