




The relationship between social networks and the desire for local participation among young people in Tehran (case study: Telegram)

Mehdi Bigdeloo , Assistant Professor of Political Sociology, Farabi Faculty, Army University.
Email: Bigdeloo@alumni.ut.ac.ir.

Abstract

Introduction: In recent years, social networks in Iran have experienced significant quantitative and qualitative growth due to the widespread adoption of smartphones and the increasing acceptance of these platforms among young people. The pervasive influence of these networks has reached a point where no neighborhood or region remains unaffected by their development. Among the most widely used social networks in Iran today are Instagram, Telegram, and WhatsApp, each offering unique functionalities that engage users in virtual spaces. This engagement has led to an increase in online participation across various social and political issues. However, a critical question arises: Can this heightened virtual participation also translate into greater engagement in real-world activities? More specifically, can social networks influence local participation—one of the most fundamental and traditional forms of civic engagement after family involvement? This study explores this question, emphasizing the importance of leveraging social networks as cost-effective tools to foster social participation.

Objective: This study aims to examine the relationship between social network usage—specifically Telegram—and the local participation of young people. It seeks to identify the most relevant components of local participation based on established theoretical frameworks. Hutchings' approach to social networks provides the conceptual basis for the study, while local participation is defined according to Tin et al. (2002: 2-3), a framework widely employed by the International Development Organization. The study measures participation through various indicators; including involvement in neighborhood events and ceremonies, participation in religious rituals, assisting neighbors, volunteering during emergencies, monitoring local governance and planning, contributing financially or intellectually to neighborhood improvement, and expressing opinions to relevant authorities.

Methods: This study employs a descriptive, correlational, and cross-sectional research design. A structured questionnaire, based on the theoretical framework of Tin et al. (2002: 2-3), was developed to assess Telegram usage and local participation. The questionnaire used a 5-point Likert scale to measure responses. Due to the lack of precise statistics on young Telegram users in underprivileged neighborhoods of Tehran, the survey was distributed among approximately 1,000 young residents from five less-developed districts. A total of 726 individuals completed the questionnaire. Face validity was used to ensure the accuracy of the research

questions, with experts confirming that the survey effectively measured Telegram usage and local participation. Reliability was assessed using Cronbach's alpha, which yielded a coefficient of 0.723, indicating acceptable internal consistency.

Results: The findings reveal a significant correlation between Telegram usage and five key components of local participation, as defined by Tin et al. Overall, the results suggest that increased engagement with Telegram is associated with decreased local participation. Notably, none of the highly active Telegram users demonstrated high levels of local participation. The data indicate that as users spend more time on Telegram and engage more intensively in online interactions, their involvement in neighborhood ceremonies, religious events, and voluntary activities during emergencies declines. Despite government-imposed filtering, Telegram continues to influence social dynamics, including local participation. The study finds a significant inverse relationship between Telegram usage and the willingness of young users in Tehran to engage in local activities, though the strength of this relationship is moderate.

Keywords: Social network, participation, mobile phone, telegram, social participation.



رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت محلی جوانان شهر تهران (مورد مطالعه: تلگرام)

مهدی بیگدلو^۱

چکیده

افزایش کمی و کیفی مشارکت جوانان در جامعه و شکل‌گیری فرهنگ مشارکت در بین این نسل را می‌توان یکی از الزامات اولیه توسعه با کمترین هزینه ممکن دانست و گام ابتدایی دستیابی به این هدف، شناسایی پدیده‌های اجتماعی و بررسی رابطه آنها با مشارکت در سطوح اولیه (محلی) آن است. یکی از پدیده‌های جاری در جامعه ایرانی در سال‌های اخیر ظهور شبکه‌های اجتماعی همچون تلگرام در بین جوانان است که پرداختن به آن در محلات محروم که در سطح نامناسبی از توسعه قرار دارند از اهمیت دوچندانی برخوردار است. هدف در این مقاله بررسی چگونگی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) با مشارکت محلی جوانان و احصا مرتبط‌ترین مولفه مشارکت محلی است که به روش پیمایشی و از نوع توصیفی-تحلیلی و با استفاده از ابزار پرسشنامه و در جامعه آماری جوانان محلات کمتر برخوردار شهر تهران انجام شده است. تحقیق حاضر با مفروض قراردادن رویکرد هوجینگز به شبکه‌های اجتماعی و در چارچوب نظریه تین و همکارانش (۲۰۰۲) به بررسی رابطه دو متغیر پرداخته و پس از تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه به روش اسپیرمن به این نتیجه رسیده است که از بین شش مولفه مشارکت محلی، رابطه استفاده از تلگرام با شرکت در مراسم همسایگان و هم‌محله‌ای‌ها بی‌معنی و با بقیه مولفه‌ها رابطه معنی‌داری دارد که از این میان با مولفه‌های پرداخت هزینه مالی برای بهتر شدن شرایط محله و پیگیری مشکلات از سازمان‌های مربوطه رابطه ضعیف و مستقیم و با شرکت در آیین‌ها و مراسم مذهبی محله و کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیرمترقبه رابطه معکوس ولی متوسطی دارد.

واژگان کلیدی

شبکه اجتماعی، مشارکت، تلفن همراه، تلگرام، مشارکت اجتماعی.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۸/۶ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۶

۱. استادیار جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده فارابی، دانشگاه ارتش.

Bigdeloo@alumni.ac.ir

مقدمه

شبکه در يك نگاه منفرد به‌عنوان توده‌ای از کنش‌های متقابل بین بسیاری از مردم که ممکن است در زمان‌ها و مکان‌های مختلف روی دهند (بروگمن، ۱۳۹۳: ۱۴) به‌عنوان ساختارهای ارتباطاتی در زندگی اجتماعی الگوهای تماس هستند و از طریق جریان یافتن پیام‌ها در بین ارتباط‌گرا و در بعد زمان و فضا خلق و به پردازش جریان‌ها می‌پردازند. جریان‌ها مسیرهای اطلاعاتی هستند که میان گره‌ها انتشار می‌یابند و در کانال‌های ارتباطاتی بین گره‌ها توزیع می‌شوند (کاستلز، ۱۳۹۳: ۷۵). دانشمندان مفهوم شبکه اجتماعی را به‌عنوان استعاره‌ای برای توصیف مجموعه‌ای از روابط شبکه‌ای میان افراد به کار می‌برند و آن را گونه‌ای ساختار اجتماعی پویا می‌دانند که در آن افراد با تکیه بر سرمایه اجتماعی خود ارتباطات خود را با دیگران شکل می‌دهند (عبداللهیان و کرمانی، ۱۳۹۲: ۴). ارتباطات ایجادشده بین کاربران به‌واسطه ظرفیت‌هایی چون روابط تعاملی بین کاربران، هزینه بسیار پایین رابطه نسبت به ابزارهای ارتباطی دیگر و امکان اشتراک‌گذاری اشکال مختلف اطلاعات همچون صوت، تصویر و فیلم روز به روز توسعه بیشتری یافته و کاربران بیشتری را جذب این شبکه‌ها نموده است.

علاوه بر شکل‌گیری ارتباط بین کاربران، شبکه‌های اجتماعی شیوه برقراری ارتباط را نیز تغییر داده و منجر به زایش فرهنگی از به اشتراک‌گذاری و داوطلبانه عمل کردن شده‌اند. به نظر پروفوسور ون دیک^۲، رسانه‌های اجتماعی لایه آنلاین جدیدی را ساخته‌اند که به کمک آن مردم زندگی خود را سازماندهی می‌کنند (Coe, 2015: 17)؛ این فرهنگ داوطلبانه عمل کردن را می‌توان در واکنش‌های حمایتی یا مخالفت کاربران در موضوعات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و... در محیط شبکه‌های اجتماعی ملاحظه نمود.

در کشور ما نیز شبکه‌های اجتماعی به‌واسطه توسعه گوشی‌های هوشمند و استقبال جوانان از این ابزار ارتباطی توسعه کمی و کیفی زیادی نموده تا جایی که دیگر شاید نتوان محله یا منطقه‌ای را از تاثیر توسعه این ابزارها کنار دانست که البته کاهش ناگزیر ارتباطات اجتماعی متأثر از همه‌گیری کرونا نیز بی‌تاثیر نبود. از جمله شبکه‌های اجتماعی پرکاربر در کشور ما در حال حاضر اینستاگرام، تلگرام و واتساپ هستند که هر یک ظرفیت‌های مختلفی را در اختیار کاربران قرار داده‌اند و با مشارکت دادن کاربران در فضای مجازی سطح مشارکت در فضای مجازی و در مباحث گوناگون مبتلابه کشور را افزایش داده‌اند.

1. Flows
2. Van Dijk

اما آیا این افزایش مشارکت می‌تواند علاوه بر فضای مجازی بر مشارکت در فضای واقعی نیز تاثیرگذار باشد؟ و آیا سطح مشارکت در امور محلی که بعد از خانواده یکی از ابتدایی‌ترین و سنتی‌ترین سطوح مشارکت است، می‌تواند متاثر از این شبکه‌های اجتماعی قرار گیرد مسئله‌ای است که تحقیق حاضر به آن پرداخته است. اهمیت انجام این پژوهش از آنجاست که با بهره‌گیری از نتایج آن می‌توان با هزینه کمتری گام ابتدایی مشارکت اجتماعی را با استفاده از یک پدیده رایج و روبه فزونی برداشت.

پیشینه پژوهش

در ادامه توسعه رسانه‌ها، ظهور اینترنت بر روابط اجتماعی بین مردم و مردم و کارگزاران افزوده شد تا جایی که به‌عنوان جایگزین و مکمل ارتباطات انسانی به‌طور گسترده در تحقیقات علمی معاصر نیز مورد بحث قرار گرفت که تمرکز این تحقیقات بر استفاده از ایمیل یا عملکرد اتاق گفتگو در اشتراک ایده و مشارکت سیاسی بوده است (Poecze and Strauss, 2020: 3). اما علاوه بر مشارکت سیاسی، دیگر اشکال مشارکت همچون مشارکت اجتماعی نیز مورد توجه قرار گرفته و عوامل موثر بر آن بررسی شده است؛ در پژوهش جزینی و همکاران (۱۳۹۶) کاربرد فناوری اطلاعات و توسعه زیرساخت‌های آن منجر به افزایش مشارکت اجتماعی شهروندان شده و نورانی آسیابر و همکارانش (۱۳۹۶) به تأثیر مستقیم تمامی متغیرهای مستقل (سرمایه فرهنگی، اعتماد اجتماعی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی) بر مشارکت دست یافته‌اند و یافته‌های تحقیق رضائیان و ادریسی (۱۳۹۷) بیانگر آن است که استفاده نسل چهارمی‌ها از شبکه‌های اجتماعی بر مصرف فرهنگی پاسخگویان تأثیر مستقیم و مثبت داشته است.

زینلی و همکارانش (۱۳۹۷) اصل خود انتشاری، عدم هم‌مکانی و بازخورد سریع شبکه‌های اجتماعی موبایلی را به ترتیب در توسعه مشارکت اجتماعی دارای نقش می‌دانند و از نظر خلجی (۱۳۹۷) شبکه‌های اجتماعی مجازی، قابلیت بالایی در ساختار مشارکتی ارتباطات دارند و به دلیل گستردگی قابل توجه شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران، می‌توان در سیاست‌گذاری‌های توسعه به سمت الگوی توانمندسازی رفت؛ به‌ویژه با در نظر گرفتن اینکه نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه ایران مطلوب و قابل توجه ارزیابی شده است.

از نظر احمدی (۱۳۹۸) بعد برون‌گروهی سرمایه اجتماعی بر مشارکت مدنی آشکار و پنهان معاصر شهروندان اثر معنادارتری از سایر ابعاد داشته است؛ این در حالی است

که سرمایه اجتماعی برون‌گروهی غیرمجازی (واقعی) اثر معنادارتری بر مشارکت سیاسی آشکار (سازمان‌یافتگی، رأی‌دادن و شرکت در احزاب) داشته است.

یافته‌های پژوهش نقیب‌السادات و همکارانش (۱۴۰۰) نشان می‌دهد بین مدت زمان استفاده از شبکه‌های اجتماعی همراه و تحکیم مناسبات نسلی دانشجویان با والدین همبستگی منفی وجود دارد. در مقابل، بین میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی همراه و نوع مناسبات نسلی دانشجویان، از منظر شکاف نگرشی در خانواده، رابطه معنادار تأیید نشده است. شبکه‌های اجتماعی همراه، روند نوسازی در عرصه روابط خانوادگی را تسریع و پیوندهای سنتی در خانواده را تضعیف می‌کنند.

از نظر ذکریا (۱۴۰۰) بعد از متغیرهای افکارسنجی و نظرسنجی و تحقیقات روابط عمومی، پاسخگویی مسئولان روابط عمومی، فعالیت‌های خبری و اطلاع‌رسانی به ترتیب رتبه‌های دوم تا چهارم را از لحاظ تأثیرگذاری بکارگیری شبکه‌های اجتماعی در روابط عمومی شهرداری بر مشارکت شهروندان داشتند و نتایج تحقیق جعفری (۱۴۰۰) نشان داد شبکه‌های اجتماعی مجازی تلگرام، اینستاگرام، فیسبوک و یوتیوب بر مشارکت مدنی شهروندان شهر اردبیل تأثیرگذار است. اینستاگرام بیشترین و فیسبوک کمترین تأثیر را بر مشارکت شهروندان اردبیلی داشته است. بیشترین تأثیر این شبکه‌ها بر عضویت در گروه‌ها و انجمن‌ها و کمترین تأثیر آنها بر ایجاد روابط مناسب و پیام‌نگاری برای مشارکت در تصمیمات شهری بوده است.

فرا تحلیل انجام‌شده به‌وسیله اسکوریچ و همکاران^۱ (۲۰۱۶) نیز استفاده از رسانه‌های اجتماعی در سطح خرد و متوسط را دارای رابطه مثبتی با مشارکت اجتماعی، مدنی و سیاسی می‌دانند. همانطور که قابل مشاهده است بیشتر تحقیقات انجام شده به مشارکت در سطح جامعه پرداخته‌اند و مشارکت محلی و تأثر آن از یک شبکه اجتماعی خاص همچون تلگرام در هیچ‌یک از تحقیقات مورد بررسی قرار نگرفته است آن هم در محیط محلات محروم که مشارکت به‌واسطه سطح پایین توسعه از اهمیت بیشتری برخوردار است.

چارچوب نظری

رویکردهای مختلفی به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی وجود دارد؛ هوجینگز تأثیرات منفی تکنولوژی آنلاین را یادآوری نموده و باور دارد که این تکنولوژی‌های جدید اگرچه

باعث به اشتراک گذاشتن اطلاعات و ارتقاء ارتباطات می‌شود اما روابط انسان‌ها با نهادهای جمعی از جمله نهادهای دینی را تضعیف می‌کند (Hutchings, 2014: 10). از نظر یاوراد رسانه‌ها در درازمدت در تمام سطوح جامعه تغییرات نهادی و فرهنگی ایجاد می‌کنند و از جمله در نهادهای دینی محتواها و پیام‌ها را تغییر می‌دهند و برخی از کارکردهای نهادها توسط این رسانه‌ها انجام می‌شود (Hjarvard, 2008: 7). از نظر بودریار رسانه‌ها با تبدیل انگاره‌ها به واقعیت زندگی ما را به واقعیت شبیه‌سازی می‌کنند تا جایی که مفهوم‌پردازی از زندگی ما هیچ ارتباط اساسی با واقعیت ندارد و از منظر چامسکی این فناوری‌ها صرفاً می‌توانند با توجه به نیت سازندگان آنها به تایید وضعیت موجود تفکری و ساختاری زبان اقدام کنند (Chomsk, 2023: 3).

در تحقیق پیش‌رو با مفروض قرار دادن رویکرد هوچینگز به شبکه‌های اجتماعی، معیار مشارکت محلی تین و همکاران^۱ (۲۰۰۲: ۲-۳) که مبنای عملکرد سازمان توسعه بین‌المللی^۲ نیز قرار گرفته به‌عنوان چارچوب نظری برگزیده شده است. در این نظریه تین و همکارانش مشارکت را با مولفه‌هایی چون شرکت در مراسم همسایگان و هم‌محله‌ای‌ها، شرکت در آئین‌ها و مراسم مذهبی، کمک به همسایه‌ها، تمایل به کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیر مترقبه، نظارت بر مدیریت و برنامه‌ریزی محله، مشارکت فعال مالی و فکری برای بهبود شرایط محله و انعکاس نظرات و پیشنهادهای خود به سازمان‌های مرتبط مورد سنجش قرار داده‌اند.

کارکردهای شبکه‌های اجتماعی

شبکه‌های اجتماعی مجازی، نسل جدیدی از وبسایت‌های اینترنتی هستند. در این وبسایت‌ها، کاربران اینترنتی حول محور مشترکی به‌صورت مجازی با هم جمع می‌شوند و جماعت‌های آنلاین را تشکیل می‌دهند (تقی پور و پورجعفری، ۱۴۰۳: ۱۹۲). در این شبکه‌ها عموم مردم نه مخاطب هستند و نه مصرف‌کننده، بلکه افرادی هستند که به کمک فناوری توانایی دستیابی به سطوح بالاتری از پیچیدگی را دارند. این فناوری‌ها به کمک شبکه‌های کوچک و بزرگ هزینه مشارکت و برقراری ارتباط را پایین می‌آورند (ایتو، ۲۰۰۸). فرهنگ همگرایی را شکل می‌دهند (راسل و همکاران، ۲۰۰۸) و افراد از طریق مشارکت در آنها، فناوری‌ها، فضاها و محتوا را با یکدیگر همسو می‌کنند (Young, 2012: 8-9).

استفاده از شبکه‌های اجتماعی نمایش دهنده صنعتی متنوع و با رشدی بسیار سریع است که به شیوه خود طرز استفاده کاربران را از اینترنت و شبکه جهانی وب تغییر داده‌اند و جزئی از تحولات گسترده‌تری در کل حیطه رسانه‌های جدید نظیر همگرایی و ارتباط متون با یکدیگر در چندین پایگاه هستند (کریپر و مارتین، ۱۳۹۰: ۷۵-۷۶) که با استفاده روز افزون محبوبیت بیشتری نیز پیدا می‌کنند تا جایی که سایت‌های شبکه‌های اجتماعی بعد از پورتال‌های بزرگی مثل یاهو یا ام‌اس‌ان و موتورهای جستجو مانند گوگل به پر استفاده‌ترین خدمات اینترنتی تبدیل شده‌اند (اخوان ملایری و نوغانی و مظلوم خراسانی، ۱۳۹۳: ۶) و شواهد زیادی وجود دارند که نشان می‌دهند رشد مداومی در شیوع این شبکه‌ها وجود دارد به طوری که در سال‌های اخیر، از هر پنج ساعت سپری شده در اینترنت، یک ساعت در شبکه‌های اجتماعی گذشته است (Goncalves, Liu, Xiao, Chaudhry, Hosio & Kostakos, 2015: 80).

سطح استفاده از شبکه‌های اجتماعی باعث شده که در تحت فشار قرار دادن کاربران با اخبار و اطلاعات نیز بی‌همتا باشند. چرا که پس از وارد شدن اطلاعات و اخبار از طریق اتصال‌های مختلف، کاربر را تحت فشار می‌گذارند و کاربر بدون کوچکترین تلاشی، با گستره‌ای وسیع از نظرات و دیدگاه‌های سیاسی از سوی افرادی که با آنها در ارتباط هستند مواجه می‌شود (Newman, 2014:12). به عبارتی دسترسی به شبکه‌های اجتماعی علاوه بر اینکه جالب و سرگرم‌کننده است، به‌عنوان محلی برای مباحثات و ابراز عقاید سیاسی و روزنه‌ای برای دستیابی به اطلاعات سیاسی نقش ایفا می‌کند (Johnson & Kaye, 2014:959).

در حقیقت می‌توان شبکه را به‌عنوان یک فضای عمومی گسترده یا به‌طور دقیق‌تر یک فزونی فضای عمومی در نظر گرفت. داشتن ماهیت باز و عمومی دلگرم‌کننده‌ترین کیفیت این شبکه برای هرگونه تئوری بازسازی دموکراتیک است (اکسفورد و هاگینز، ۱۳۸۷: ۱۳۷). علاوه بر اینکه بنا به گفته‌های جکسون و لیلکر (۲۰۰۹) به‌واسطه ناسازگاری این ابزارها با روش برقراری ارتباطات سیاسی از بالا به پایین، می‌توانند به توسعه ارتباطات مدنی نیز یاری رسانند (Harris & Harrigan, 2015: 257).

تلگرام

یکی از ابزارهایی که توسعه شبکه‌های اجتماعی را تسهیل کرده و زمینه افزایش تعداد کاربران این شبکه‌ها را فراهم نموده گوشی‌های تلفن همراه هوشمند هستند که بر اساس یک گزارش تا ۳۱ دسامبر ۲۰۱۳ نیز از ۱/۲۳ میلیارد کاربر فعال ماهانه

شبکه‌های اجتماعی ۹۴۵ میلیون از برنامه‌های گوشی‌ها و دستگاه‌های قابل حمل استفاده می‌کردند (Coe, 2015: 23-24) و پیش‌بینی می‌شود از حدود ۲/۵ بلیون اشتراک پهنای باند موبایل در جهان در پاییز ۲۰۱۴ تا سال ۲۰۲۰ به ۸/۴ بلیون برسد (Dashtinejad, 2015: 1). یکی از دلایل رشد دسترسی به ارتباط اینترنتی تغییراتی است که در زمینه ارسال پیام در تلفن‌های همراه در ده سال اخیر روی داده است، جایی که برنامه‌های کاربردی امکان ارسال انواع فایل را بدون پرداخت هزینه و صرفاً با اتصال به اینترنت برای کاربران خود فراهم می‌آورند. بعضی از این برنامه‌های پیام‌رسان عبارتند از واتس‌آپ، وایبر، لاین، وی‌چت، تلگرام، بی‌بی‌ام، تانگو، بی‌ناک، کاکائو تاک و غیره (کرمی و الماسی، ۱۳۹۲: ۳۹).

این نرم‌افزارهای چت موبایلی در میان کاربران اینترنت و دارندگان تلفن‌های هوشمند خیلی شناخته‌شده هستند. صدها میلیون دارنده گوشی هوشمند ماهانه از این برنامه‌ها استفاده می‌کنند. این نرم‌افزارها پیشنهاد ارتباطات رایگان را می‌دهند و اکثراً رایگان نصب می‌شوند که این موضوع آنها را برای مشتریان بالقوه جذاب کرده است. تماس رایگان، ارسال پیامک رایگان، ارسال عکس و فیلم رایگان و تشکیل گروه‌های مختلف درسی، ورزشی و دانشگاهی تنها بخشی از امکاناتی است که ضمن سهل‌الوصول کردن ارتباطات و نزدیک کردن جوامع بشری به یکدیگر، جذابیت‌هایی هم برای مخاطبین خود دارد (نجفی و نیرومند، ۱۳۹۵: ۲۳).

در سال‌های اخیر در ایران نیز شبکه‌های اجتماعی خارجی مختلفی همچون وایبر، واتس‌آپ، لاین، تلگرام و... به‌عنوان مهمترین شبکه‌های اجتماعی مجازی پیام‌رسان با استفاده از بستر گوشی‌های همراه مورد استفاده قرار گرفته‌اند که با جنبه‌های مثبتی مانند دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی، احساس صمیمیت میان افراد، یافتن دوستان جدید و جنبه‌های منفی مانند افزایش آسیب‌های اجتماعی، تغییر فرهنگ‌های محلی و... همراه بوده‌اند (زندوانیان و زین‌العابدینی، ۱۳۹۵: ۶۵). از بین این شبکه‌های اجتماعی، تلگرام با وجود اعمال فیلترینگ همچنان یکی از شبکه‌های اجتماعی پرکاربر در کشور است.

تلگرام یک سرویس پیام‌رسان متن‌باز چند سکویی است که به‌جای فراداده روی محتوای پیام تمرکز دارد و از حالت رمزگذاری پشت سر هم استفاده می‌کند؛ این بدان معناست که در یک پیام امن محتوا در تلفن فرستنده رمزگذاری می‌شود، سپس از طریق سرور منتقل شده و در گوشی گیرنده پیام رمزگشایی می‌شود. با این رویکرد، گروه‌سومی که مدنظر نیست

غیرممکن است به پیام مورد نظر دسترسی داشته باشد. فاکتور دیگری که امکان جاسوسی روی چت امن تلگرام را مشکل‌تر می‌کند این نکته است که فقط ارسال از طریق سرورها صورت می‌گیرد و پیام‌ها هرگز در جایی نگهداری نمی‌شوند و فقط زمانی ارسال می‌شوند که هر دو فرستنده و گیرنده آنلاین باشند و در صورتی که گیرنده آنلاین نباشد، پیام در تلفن فرستنده خواهد ماند (Van Schie, 2015: 20). این قابلیت در کنار دیگر قابلیت‌های تلگرام باعث رشد مداوم کاربران این شبکه اجتماعی شده تا جایی که در فوریه ۲۰۱۶ تلگرام اعلام کرد که ۱۰۰ میلیون کاربر فعال از این ابزار جدید برای انتشار ۱۵ میلیارد پیام استفاده می‌کنند و هر روز نیز ۳۵۰ هزار کاربر جدید عضو این شبکه می‌شوند (عبداللہی‌نژاد، قاسمی‌نژاد و صادقی، ۱۳۹۵: ۴۲). در ژانویه همان سال فاینشال تریبون اعلام کرد سرویس پیام‌رسان تلگرام از میان سایر شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی، عنوان محبوب‌ترین را در سراسر منطقه به خود اختصاص داده و از بین همه کاربرانی که حداقل عضو یک شبکه رسانه اجتماعی شده‌اند: ۷۱ درصد جزء کاربران تلگرام هستند که ۳۷/۵ درصد کاربران فعال آن را افراد بالای ۱۸ سال تشکیل می‌دهند. همچنین در یک نظرسنجی که توسط خبرگزاری ایسنا منتشر شد حداقل ۲۰ میلیون نفر از ایرانی‌ها از کاربران تلگرام هستند و مسئولان شرکت تلگرام نیز اعلام کرده‌اند تقریباً ماهانه ۲۰ درصد از کاربران فعال این پیام‌رسان ایرانی هستند (اجاق و میرزایی موسوی، ۱۳۹۵: ۷۸) و بر اساس آخرین مطالعات انجام‌شده، شبکه تلگرام با ۴۹ میلیون کاربر و اینستاگرام با ۴۸ میلیون کاربر در صدر شبکه‌های اجتماعی مورد علاقه کاربران ایرانی هستند (مجتهدی نجفی و همکاران، ۱۴۰۲: ۱۲۳).

از نظر محبوبیت نیز طبق آخرین نگرش‌سنجی منتشر شده از سوی مؤسسه شناخت از محبوب‌ترین شبکه‌های اجتماعی که نوجوانان و جوانان استفاده می‌کنند اینستاگرام با ۷۴ درصد، تلگرام با ۸ درصد، یوتیوب با ۶ درصد، روبیکا با ۶ درصد، ایتا با ۲ درصد و تیک‌تاک و فیسبوک و واتساپ هر کدام با ۱ درصد در صدر محبوبیت قرار دارد (مرادیان و سامانی‌پور، ۱۴۰۳: ۴۳).

کاربران تلگرام مانند دیگر شبکه‌های اجتماعی معمولاً به دو روش از آن استفاده می‌کنند؛ روش اول جستجوی پویای اطلاعات (دریافت با برنامه) است که در این روش از قابلیت جستجوی رسانه و اسکن اخبار با هدف دریافت اطلاعات استفاده می‌شود (Halpern and Gibbs, 2013) و روش دوم دریافت اطلاعات تصادفی بواسطه اشتراک‌گذاری توسط آشنایان به شکل مکرر (Larsson, 2017) است. در هر دو روش شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان بستری برای کاربران خود هستند تا بتوانند به‌راحتی در

رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت [...] |

جوامع و شبکه‌های مجازی مشارکت، اشتراک و تبادل اطلاعات و ایده داشته باشند (Saud et, 2020: 249) و علاوه بر اظهار نظر و به اشتراک گذاری اطلاعات در یک بازه زمانی سریع و نامحدود، با مشارکت و ارائه بازخورد آزاد، به همه علاقه‌مندان فرصت مشارکت می‌دهند (Cai & Zhou 2019).

مشارکت محلی و شبکه‌های اجتماعی

واژه مشارکت^۱ از نظر لغوی به معنای درگیری و تجمع برای منظوری خاص و در معنای مفهومی یاری دادن در پدید آوردن و پشتیبانی کردن از چیزی است. مشارکت تعهدی فعالانه، آزادانه و مسئولانه و یکی از مکانسیم‌های اعمال قدرت است (توکلی نغمه و همکاران، ۱۳۹۸: ۶) که به منزله هدف نیز تلقی شده که ممکن است به صورت توانمندسازی مردم در قالب یک مهارت، دانش و تجربه و به منظور بر عهده گرفتن مسئولیت بیشتر برای توسعه جلوه‌گر شود (فلاحی، ۱۳۸۴: ۱۴).

مشارکت شامل انواع مشارکت مدنی، محلی و غیررسمی، مذهبی و انقلابی، اقتصادی (عناستانی و همکاران، ۱۳۹۰: ۷۵) است که دارای شش بعد دینی، خیریه‌ای، انجمنی، محلی، سیاسی و اقتصادی است (غفاری و همکاران، زمستان ۱۳۹۱: ۵۷-۵۹). در این میان مشارکت محلی ابزاری برای افزایش فرصت حضور مردم در فرآیند تصمیم‌گیری است به نحوی که آن‌ها را از فعالیت‌هایشان منتفع سازد (توکلی نغمه و همکاران، ۱۳۹۸: ۶). اوکلی معتقد است مشارکت محلی از بعد کاربردی حساس سازی مردم و در نهایت، افزایش پذیرش و توانایی آنان برای پاسخگویی برنامه‌ها بر اساس تلاش‌های سازمان یافته است (غفاری و همکاران، ۱۳۹۱: ۶).

در مورد مشارکت محلی دو دیدگاه فکری و عملی وجود دارد؛ در اولین دیدگاه، مشارکت به منزله ابزاری برای افزایش کارایی و در دومین دیدگاه، به عنوان حق اساسی تلقی شده که هدف از آن آغاز بسیج برای فعالیت دسته‌جمعی، کسب قدرت و تشکیل نهاد یا سازمان است (عزیزپور و همکاران، زمستان ۱۳۹۴: ۷۹). یکی از ابزارهایی که می‌تواند در هر دو دیدگاه نقش آفرینی کند شبکه‌های اجتماعی هستند که دلیل موفقیت آنها داشتن رنگ و بوی اجتماعی آنهاست و کاربران با حضور خود صورتی جدید از تعاملات اجتماعی سنتی را به وجود می‌آورند که شاید تجربه کردن برخی از این تعاملات به دلیل هنجارهای جامعه غیر ممکن باشد. این امر کاربران را تشویق می‌کند تا فارغ از هنجارهای حاکم بر جامعه پا به چنین جامعه‌های مجازی بگذارند (رسولی

و مرادی، ۱۳۹۱: ۵۸) ضمن اینکه توانایی شبکه‌ها در معرفی کنشگران جدید و محتوای نو در فرایند سازماندهی اجتماعی، همراه با خودمختاری نسبی که در تقابل با مراکز قدرت قرار داشته است در طول زمان و همراه با تغییرات فناوری و به‌طور دقیق‌تر با تکامل فناوری‌های ارتباطاتی نیز رو به افزایش نهاده (کاستلز، ۱۳۹۳: ۸۰) و باعث شده کاربران شبکه‌های اجتماعی، در طیف گسترده‌تری از فعالیت‌ها درگیر شوند.

همانطور که تحقیقات تینگلری^۱، رومنی^۲، کوهان^۳ و جمال^۴ (۲۰۱۵) نشان داده‌اند این شبکه‌ها در یک زمان به افراد این امکان را می‌دهد که نظراتشان را به روش نسبتاً امنی به‌طور عمومی بیان کنند و مجموعه‌ای از نظرات که شاید عمیقاً منعکس‌کننده ارزش‌ها، نگرش‌ها و عواطف هم نباشد اما نظرات کاربران بسیاری را که نظرات یکسانی دارند و آماده بیان آن (حداقل بصورت آنلاین) هستند (Ceron, 2: 2019) در این فضا مطرح گردد.

از نظر بنت و سگربرگ^۵ ساختار ذاتی شبکه‌های اجتماعی، نه فقط دستیابی به اخبار را آسان می‌کند، بلکه توانایی بحث و اشتراک‌گذاری این محتوا در یک شبکه شخصی را تسهیل می‌کند و این مسأله نه تنها توانایی اشخاص برای انعکاس و تشریح اطلاعات را افزایش می‌دهد، بلکه این دانش افزایش یافته و احساس ارتباط با یک جامعه می‌تواند هنجارهای متقابل را تحریک کند؛ بنابراین اثری مثبت روی مشغولیت فرد در فعالیت‌های سیاسی و اجتماعی اعمال می‌کند (Beaunier and Veneti, 2020: 45).

مشارکت مجازی جوانان

از بראکت‌ها و برچسب‌های مختلفی برای ترسیم نسل جدید استفاده می‌شود، اما ویژگی اصلی این نسل این است که آنها در بیت‌ها غرق هستند (Tapscott, 2009) و با رسانه‌های دیجیتال زندگی می‌کنند. آنها تجربیات مشترکی با فناوری دیجیتال، به‌ویژه اینترنت، تلفن‌های همراه و رسانه‌های اجتماعی دارند (Lee et al, 2015: 357) و در یک محیط دیجیتالی رشد کرده‌اند که در آن تمایز بین فعالیت‌های آنلاین و آفلاین مبهم است و نمی‌توان بین هویت آنلاین و آفلاین تفاوت قائل شد (Palfrey, Gasser and 2008). این نسل «بومیان دیجیتال» هستند و از «مهاجران دیجیتال» که

1. Tingley
2. Romney
3. Keohane
4. Jamal
5. Bennet and Segerberg

رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت [...] |

مهارت‌های دیجیتالی مانند یادگیری یک زبان جدید را بعداً در زندگی کسب می‌کنند متمایز می‌شوند (Lee et al, 2015: 357).

شبکه اجتماعی مهمترین عامل تأثیرگذار در زندگی روزمره جوانان بوده است، به‌ویژه با محبوبیت تلفن‌های هوشمند و استفاده گسترده از برنامه‌های موبایلی، شبکه اجتماعی به‌طور فزاینده‌ای به سکوی جوانان برای ارتباطات احساسی و بیان عقاید تبدیل شده تا جایی که جوانان به تدریج می‌توانند در اداره امور دولت شرکت کنند (Chengping, 2020: 25).

لودر و همکاران^۱ (۲۰۱۴) این افراد را «شهروندان جوان شبکه‌ای» نام نهاده‌اند که روابط اجتماعی آنها از طریق شبکه‌های اجتماعی است و تابعیت شبکه‌ای ناشی از تجربه زندگی جوانان شکل گرفته و می‌توان آن را در جریان و مدام در حال ساخت مشاهده کرد. مطالعات هیزالا و ون زونن^۲ (۲۰۱۱) نشان می‌دهد که چنین فرم‌هایی از فعالیت‌های اجتماعی که به شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان واسطه متکی هستند؛ می‌تواند در خدمت گسترش مشارکت جمعی شهروندان باشد و جوانانی که فرم‌های سنتی را رد کرده‌اند اغوا و جلب کنند (Gibson and Cantijoch, 2013). چراکه این جوانان ترجیح می‌دهند در شبکه‌های غیرسلسله مراتبی شرکت کنند و در پیشرفت‌های مشارکتی دیده شوند (Van Deth, 2014).

البته از نظر اکستروم^۳ (۲۰۱۶) جوانان به‌طور بالقوه شبکه اجتماعی را بیشتر به‌عنوان محیطی پرمخاطره برای گفتگو می‌دانند، جایی که ریسک یک سوء تفاهم می‌تواند منجر به درگیری در میان شبکه‌ها شود؛ این مسأله یک پتانسیل منفی شبکه اجتماعی را به‌عنوان یک واسطه ارائه می‌کند ولی رابطه بین شبکه اجتماعی و حرکت به‌سوی فرم‌های جدید مشارکت اجتماعی را از هم متمایز نمی‌کند (Beunier and Veneti, 2020: 46).

روش پژوهش

تحقیق کاربردی حاضر از نظر روش توصیفی و از نوع همبستگی و از لحاظ زمان مقطعی است. برای سنجش میزان استفاده کاربران از شبکه اجتماعی تلگرام و مشارکت اجتماعی بر اساس نظریه تین و همکاران^۴ (۲۰۰۲: ۲-۳) پرسشنامه‌ای با استفاده از

1. Loader et al.
2. Hirzalla and Van Zoonen
3. Ekstrom
4. Thin et al

طیف ۵ گزینه‌ای لیکرت طراحی گردید.

از آنجایی که نمی‌توان آمار دقیقی از کاربران جوان اینستاگرام در محلات محروم شهر تهران به دست آورد به روش گلوله برفی این پرسشنامه در اختیار حدود ۱۰۰۰ نفر از جوانان محلات ۵ منطقه که از نظر توسعه‌یافتگی نسبت به دیگر محلات از امکانات اجتماعی کمتری برخوردار بودند قرار گرفت. از بین این جامعه آماری ۷۲۶ نفر در پژوهش حاضر شرکت نموده و به سئوالات تحقیق پاسخ دادند.

برای تعیین روایی سئوالات تحقیق از روایی صوری بهره گرفته شد که برابر نظر صاحب‌نظران در این تحقیق سئوالات آزمون می‌توانند واقعاً خصیصه‌های مورد نظر (میزان استفاده از تلگرام و مشارکت محلی) را اندازه بگیرند. برای سنجش پایایی پرسشنامه نیز از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده و همانطور که جدول ۱ نشان می‌دهد ضریب آلفای کرونباخ برای پرسشنامه این تحقیق 0.723 به دست آمد که نشان‌دهنده ثبات درونی قابل قبول پرسشنامه است.

جدول ۱. ضریب آلفای کرونباخ

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	726	100
	Excluded ^a	0	0
	Total	726	100
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			
Reliability Statistics			
Cronbach's Alpha		N of Items	
.723		21	

یافته‌های پژوهش

پاسخ به سوالات فرعی:

– شرکت در مراسم همسایگان و هم محله‌ای‌ها

در جدول ۲ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و

رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت [...] |

شرکت در مراسم همسایگان و هم محله‌ای‌ها به‌عنوان دو متغیر تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر $0/340$ و از $0/05$ بیشتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر تایید می‌شود و نتیجه می‌گیریم بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و شرکت در مراسم همسایگان و هم محله‌ای‌ها) رابطه‌ای وجود ندارد.

جدول ۲. رابطه استفاده از تلگرام و شرکت در مراسم همسایگان و هم محله‌ای‌ها

		شرکت در مراسم همسایگان	استفاده از تلگرام
Spearman's rho	شرکت در مراسم همسایگان	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.340
		N	726
	استفاده از تلگرام	Correlation Coefficient	-.035
		Sig. (2-tailed)	.340
		N	726

– شرکت در آیین‌ها و مراسم مذهبی محله

در جدول ۳ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و شرکت در آیین‌ها و مراسم مذهبی محله به‌عنوان دو متغیر تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر صفر و از $0/05$ کمتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را رد می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم با ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و شرکت در آیین‌ها و مراسم مذهبی محله) رابطه وجود دارد. اما از آنجایی که جهت رابطه منفی است رابطه دو متغیر معکوس است به عبارتی با افزایش استفاده از تلگرام شرکت در آیین‌ها و مراسم مذهبی محله کاهش می‌یابد و شدت رابطه $0/358$ – رابطه متوسط و معکوس دو متغیر را نشان می‌دهد.

جدول ۳. رابطه استفاده از تلگرام و شرکت در آیین‌ها و مراسم مذهبی محله

		استفاده از تلگرام	شرکت در آیین‌های محلی
Spearman's rho	استفاده از تلگرام	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	726
	شرکت در آیین‌های محلی	Correlation Coefficient	-.358**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	726

– کمک به همسایه‌ها و هم محله‌ای‌ها

در جدول ۴ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و کمک به همسایه‌ها و هم محله‌ای‌ها به‌عنوان دو متغیر تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر ۰/۰۲۰ و از ۰/۰۵ کمتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را رد می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم با ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و کمک به همسایه‌ها و هم محله‌ای‌ها) رابطه وجود دارد و از آنجایی که جهت رابطه مثبت است رابطه دو متغیر مستقیم است به عبارتی با افزایش استفاده از تلگرام تمایل کمک به همسایه‌ها و هم محله‌ای‌ها افزایش می‌یابد هرچند شدت رابطه ۰/۰۸۷ نشان‌دهنده رابطه مستقیم بسیار ضعیف دو متغیر است.

جدول ۴. رابطه استفاده از تلگرام و کمک به همسایه‌ها و هم محله‌ای‌ها

		استفاده از تلگرام	کمک به همسایه‌ها
Spearman's rho	استفاده از تلگرام	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	726
	کمک به همسایه‌ها	Correlation Coefficient	.087*
		Sig. (2-tailed)	.020
		N	726

– کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیر مترقبه

در جدول ۵ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و تمایل به کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیر مترقبه به‌عنوان دو متغیر تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر صفر و از ۰/۰۵ کمتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را رد می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم با ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و تمایل به کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیر مترقبه) رابطه وجود دارد. اما از آنجایی که جهت رابطه منفی است رابطه دو متغیر معکوس است به عبارتی با افزایش استفاده از تلگرام تمایل به کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیر مترقبه کاهش می‌یابد البته شدت رابطه ۰/۳۰۱ – نشان‌دهنده رابطه متوسط دو متغیر است.

جدول ۵. رابطه استفاده از تلگرام و کمک داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیر مترقبه

		استفاده از تلگرام	کمک داوطلبانه در حوادث	
Spearman's rho	استفاده از تلگرام	Correlation Coefficient	1.000	-.301**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	726	726
	کمک داوطلبانه در حوادث	Correlation Coefficient	-.301**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	726	726

– پرداخت هزینه مالی برای بهتر شدن وضعیت محله

در جدول ۶ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و تمایل پرداخت هزینه مالی برای بهتر شدن وضعیت محله به‌عنوان دو متغیر تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر ۰/۰۰۲ و از ۰/۰۵ کمتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را رد می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم با ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و تمایل به پرداخت هزینه مالی

برای بهتر شدن وضعیت محله) رابطه وجود دارد. و از آنجایی که جهت رابطه مثبت است رابطه دو متغیر مستقیم است به عبارتی با افزایش استفاده از تلگرام تمایل به پرداخت هزینه مالی برای بهتر شدن وضعیت محله افزایش می‌یابد هرچند شدت رابطه ۰/۱۱۷ نشان‌دهنده رابطه ضعیف دو متغیر است.

جدول ۶. رابطه استفاده از تلگرام و پرداخت هزینه مالی برای بهتر شدن وضعیت محله

		استفاده از تلگرام	هزینه مالی برای محله	
Spearman's rho	استفاده از تلگرام	Correlation Coefficient	1.000	
		Sig. (2-tailed)	.002	
		N	726	
	هزینه مالی برای محله	Correlation Coefficient	.117**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.002	.
		N	726	726

- پیگیری رفع مشکلات محله از سازمان‌های مربوطه

در جدول ۷ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و پیگیری رفع مشکلات محله از سازمان‌های مربوطه به‌عنوان دو متغیر تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر صفر و از ۰/۰۵ کمتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را رد می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم با ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و پیگیری رفع مشکلات محله از سازمان‌های مربوطه) رابطه وجود دارد. و از آنجایی که جهت رابطه مثبت است رابطه دو متغیر مستقیم است به عبارتی با افزایش استفاده از تلگرام پیگیری رفع مشکلات محله از سازمان‌های مربوطه افزایش می‌یابد؛ هرچند شدت رابطه ۰/۱۸۱ نشان‌دهنده رابطه ضعیف دو متغیر است.

رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت [...] |

جدول ۷. رابطه استفاده از تلگرام و پیگیری رفع مشکلات محله از سازمان‌های مربوطه

		استفاده از تلگرام	پیگیری مشکلات از سازمان‌ها
Spearman's rho	استفاده از تلگرام	Correlation Coefficient	.181**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	726
	پیگیری مشکلات از سازمان‌ها	Correlation Coefficient	.181**
		Sig. (2-tailed)	.000
		N	726

پاسخ به سوال اصلی پژوهش (استفاده از تلگرام و مشارکت محلی):

در جدول ۸ مقدار و سطح معناداری رابطه دو متغیر ناپارامتریک استفاده از تلگرام و مشارکت محلی به‌عنوان دو متغیر اصلی تحقیق آورده شده است. با توجه به اینکه میزان معناداری رابطه دو متغیر صفر و از ۰/۰۵ کمتر است فرض صفر مبنی بر عدم رابطه بین دو متغیر را رد می‌کنیم و نتیجه می‌گیریم با ۹۵ درصد اطمینان بین دو متغیر (استفاده از تلگرام و مشارکت محلی) رابطه وجود دارد. اما از آنجایی که جهت رابطه منفی است رابطه دو متغیر معکوس است به عبارتی با افزایش استفاده از تلگرام مشارکت محلی کاهش می‌یابد؛ بدین معنی که هرچه کاربران جامعه آماری استفاده بیشتری از شبکه اجتماعی تلگرام کرده‌اند تمایل کاربران برای مشارکت داوطلبانه در امور محله خود ضعیف‌تر شده است.

جدول ۸. رابطه استفاده از تلگرام و میزان مشارکت محلی

		Value	Asymptotic Standard Error ^a	Approximate T ^b	Approximate Significance ^c
Ordinal by Ordinal	Spearman Correlation	-.252	.029	-7.005	.000c
N of Valid Cases		726			

- a. Not assuming the null hypothesis.
 b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.
 c. Based on normal approximation.

بعد از تایید رابطه دو متغیر (استفاده از تلگرام و مشارکت محلی) برای بررسی چگونگی رابطه متغیرها از جدول توافقی به شرح زیر استفاده شده است. همانطور که جدول ۹ نشان می‌دهد همه کاربرانی که مشارکت محلی زیادی دارند استفاده زیادی از تلگرام نمی‌کنند و فقط ۲۷ نفر از آنها استفاده متوسطی از تلگرام دارند.

جدول ۹. چگونگی رابطه استفاده از تلگرام و میزان مشارکت محلی

خیلی کم		میزان مشارکت محلی				مجموع
		کم	متوسط	زیاد		
استفاده از تلگرام	خیلی کم	۰	۰	۲۷	۰	۲۷
	کم	۰	۲۷	۲۷۰	۵۴	۳۵۱
	متوسط	۸۱	۲۷	۱۵۹	۲۷	۲۹۴
	زیاد	۰	۰	۵۴	۰	۵۴
مجموع		۸۱	۵۴	۵۱۰	۸۱	۷۲۶

داده‌های حاصل از پرسشنامه نشان می‌دهد در بین سطوح مختلف استفاده از تلگرام بیشترین میزان به سطح کم اختصاص دارد و حدود نیمی از پاسخ‌دهندگان (۳۵۱ نفر) استفاده کمی از این شبکه دارند و بیشترین میزان مشارکت نیز در حد متوسط است که ۵۱۰ نفر مشارکت محلی متوسطی دارند.

بحث و نتیجه‌گیری

کاربران شبکه اجتماعی تلگرام با تشکیل گروه و کانال و انتشار اخبار و اطلاعات در قالب صوت، متن و تصویر، فعالیت‌های بازاریابی اقتصادی و آموزش انجام می‌دهند ولی اینکه اخبار و اطلاعات منتشر شده در این شبکه اجتماعی ارتباطی با ابعاد زندگی اجتماعی افراد همچون مشارکت دارند یا خیر در تحقیقات مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است؛ جزینی و همکاران (۱۳۹۶) به رابطه کلی کاربرد فناوری اطلاعات و توسعه زیرساخت‌های آن با مشارکت اجتماعی، نورانی آسیاب و همکارانش (۱۳۹۶) به صورت جزئی‌تر تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت، زینلی و همکارانش (۱۳۹۷) نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی را در توسعه مشارکت اجتماعی و خلعی (۱۳۹۷) قابلیت بالای شبکه‌های اجتماعی مجازی در ساختار مشارکتی ارتباطات را تایید نموده‌اند. از نظر احمدی (۱۳۹۸) بعد برون‌گروهی سرمایه اجتماعی ناشی از استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت مدنی آشکار و پنهان تاثیر معناداری دارند. ذکریا (۱۴۰۰) و

جعفری (۱۴۰۰) و اسکوریچ و همکارانش (۲۰۱۶) نیز به ترتیب رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشارکت شهروندان؛ مشارکت مدنی؛ مشارکت اجتماعی، مدنی و سیاسی را تایید نموده‌اند. در میان تحقیقات انجام شده فقط یافته‌های پژوهش نقیب‌السادات و همکارانش (تابستان ۱۴۰۰) نشان‌دهنده همبستگی منفی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی همراه و تحکیم مناسبات نسلی دانشجویان با والدین است که ارتباط صریحی با مشارکت نیز در آن وجود ندارد اما شاید بتوان آن را بر مشارکت در خانواده موثر دانست که این رابطه منفی نزدیکی بیشتری با نتایج این پژوهش دارد. شبکه‌های اجتماعی مجازی را می‌توان پدیده عصر جدید دانست که به‌واسطه شرایط همه‌گیری بیماری کرونا بر کارایی آنها افزوده شد. این کاهش تعاملات رو در رو و افزایش تعامل تجاری، نهادی و آموزشی بین افراد جامعه به توسعه بیشتر شبکه‌های اجتماعی بین شهروندان منجر شد. یکی از شبکه‌های اجتماعی که از گذشته با برآورد تهدیدات امنیتی و اجتماعی آن توسط دولتمردان مورد توجه قرار گرفته و به همین منظور تحت فیلترینگ قرار گرفته تلگرام است هرچند ایجادکنندگان آن تاکید دارند که باید تلگرام را به‌عنوان یک طرح ایدئولوژیک دید که به‌عنوان یک پروژه غیرتجاری با هدف ایجاد پیام‌رسانی آزاد بدون محدودیت‌های معمول است (Van Schie, 2015: 16).

با بررسی رابطه متغیرها در پژوهش حاضر این نتیجه حاصل شده است که استفاده از شبکه اجتماعی تلگرام با پنج مولفه از مولفه‌های مشارکت محلی نظریه تین و همکارانش (۲۰۰۲) ارتباط معنی‌داری دارد که با دو مولفه رابطه متوسط معکوس و با سه مولفه رابطه ضعیف مستقیم دارد و در مجموع می‌توان گفت استفاده از تلگرام بیشتر می‌تواند باعث کاهش مشارکت محلی کاربران جوان شود به طوری که هیچ‌کدام از کاربرانی که استفاده زیادی از تلگرام می‌کنند مشارکت محلی زیادی ندارند. در نتیجه هرچه کاربران زمان بیشتری به استفاده از تلگرام اختصاص داده و تعامل بیشتری در این شبکه داشته‌اند تمایل آنها به مشارکت در مراسمات محلی و آئین‌ها و مراسمات مذهبی و مشارکت داوطلبانه در زمان بروز حوادث غیرمترقبه کاهش می‌یابد.

در نتیجه این پژوهش مشخص گردید که تلگرام با وجود فیلترینگ به‌واسطه کاربران فراوان همچنان بر شرایط اجتماعی همچون مشارکت محلی تاثیرگذار است و بین استفاده از ظرفیت‌های این شبکه با تمایل به مشارکت محلی کاربران جوان این شبکه در شهر تهران رابطه معکوس معناداری وجود دارد هرچند این رابطه از شدت چندانی برخوردار نیست.

پیشنهادها

با توجه به نتایج این تحقیق پیشنهادات زیر می‌تواند عاملی برای دور ماندن از آسیب‌های کاربران این شبکه اجتماعی باشد:

۱. تعریف پروژه‌های دانشجویی در خصوص چگونگی رفع مشکلات محلات محروم در دانشگاه‌ها؛

۲. واگذاری امور اجتماعی و فرهنگی محلات به اعضای محله به‌ویژه جوانان توسط سرای محلات؛


۳. نمایش آئین‌ها و مراسمات محلی بر بستر تلگرام برای آشنایی بیشتر نسل جوان؛

۴. راه‌اندازی شبکه اجتماعی ویژه خانواده‌ها با امکانات تعاملی و خدمات ویژه همچون خدمات نهادهای دولتی و اینترنت رایگان.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

ORCID

Mehdi Bigdeloo  <https://orcid.org/0000-0003-2016-7820>

منابع و مآخذ

- اجاق، سیده زهرا و میرزایی موسوی، سیدرسول (۱۳۹۵). تحلیل کنش‌های ارتباطی و مدیریت تأثیر در گروه‌های تلگرام. *مطالعات رسانه‌های نوین*، ۲(۵)، ۷۵-۱۰۰. <https://doi.org/10.22054/cs.2016.7035>
- احمدی، یعقوب (۱۳۹۸). تأثیر انواع سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی بر انواع مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: شهروندان ۱۸ سال به بالای سنندج). *نشریه جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۰(۳)، ۱-۲۲. <https://doi.org/10.22108/jas.2019.110615.1366>
- اخوان ملایری، فائزه، نوغانی، محسن و مظلوم خراسانی، محمد (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی مجازی و شادکامی. *رسانه و فرهنگ*، ۴(۲)، ۱-۲۴. https://mediastudy.ihcs.ac.ir/issue_297_332.html
- بروگمن، بیرون (۱۳۹۳). *درآمدی بر شبکه‌های اجتماعی*، ترجمه خلیل میرزایی، چاپ دوم، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان.
- توکلی نغمه و نعمتی، گروسی (۱۳۹۸). سنجش و ارزیابی میزان مشارکت محلی در اجرای طرح‌های بهسازی و نوسازی شهری، *جغرافیایی سرزمین*، ۱۶(۶۳)، ۴۰-۵۰. <https://www.sid.ir/paper/951331/fa>
- جزینی، علیرضا، تقوی، منصور و نوروزی، الهه (۱۳۹۶). تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در ارتقاء مشارکت اجتماعی شهروندان. *مدیریت شهری*، ۱۶(۴۶)، ۴۴۵-۴۵۸. <https://ijurm.imo.org.ir/article-1-1539-fa.html>
- جعفری، علی (۱۴۰۰). تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت مدنی شهروندان (مطالعه موردی: شهروندان بالای ۱۸ سال شهر اردبیل). *نشریه مطالعات رسانه‌های نوین*، ۷(۲۷)، ۲۳۳-۲۵۶. https://nms.atu.ac.ir/article_13612.html
- خلجی، محمد (۱۳۹۷). شبکه‌های اجتماعی مجازی و توانمندسازی: مطالعه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت شهروندان در توسعه. *نشریه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید*، ۱۵ و ۱۶، ۶۱-۸۶. https://jas.ui.ac.ir/article_24027.html
- ذکریا نتاج، جلال (۱۴۰۰). بررسی تأثیر بکارگیری شبکه‌های اجتماعی در روابط عمومی شهرداری بر مشارکت شهروندان بابل. *نشریه جامعه‌شناسی ارتباطات*، ۲(۵)، ۱۹-۳۲. <https://jsc.daneshpajooan.ac.ir/fa/downloadpaper.php?pid=141&rid=40&p=A>
- رسولی، محمدرضا و مرادی، مریم (۱۳۹۱). عوامل موثر بر تولید محتوا در شبکه‌های اجتماعی. *علوم اجتماعی*، ۵۶.

تقی‌پور، رضا و پورجعفری، علیرضا (۱۴۰۳). بررسی رابطه جمعیت‌شناختی جوانان با علاقه‌مندی آنها به موضوعات خبری در پیام‌رسان تلگرام، فصلنامه فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، ۱(۱)، ۱۸۳-۲۰۷.
<https://doi.org/10.22083/cssms.2024.206849>

رضائیان، عالیه و ادریسی، افسانه (۱۳۹۷). تاثیر شبکه‌های اجتماعی و اعتماد اجتماعی بر مصرف فرهنگی نسل چهارم (دهه هشتادی‌ها) با تاکید بر تلگرام، اینستاگرام و توئیتر. نشریه جامعه‌پژوهی فرهنگی، ۹(۲)، ۲۹-۵۴.
https://socialstudy.ihcs.ac.ir/article_3484.html

زندوانیان، احمد و زین‌العابدینی، زهره (۱۳۹۵). رابطه سواد رایانه‌ای و تجربه شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دختر دانشگاه یزد. نامه آموزش عالی، ۹(۳۳)، ۶۳-۸۱.
<https://ensani.ir/fa/article/582948>

زینلی، حنانه، سلطانی‌فر، محمد و مظفری، افسانه (۱۳۹۷). بررسی نقش شبکه‌های اجتماعی موبایلی بر توسعه مشارکت اجتماعی، مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۱۰(۴)، ۹۷-۱۰۸.
<https://sanad.iau.ir/fa/Article/819773>

عبداللہی‌نژاد، علیرضا، قاسمی‌نژاد، ابوزر و صادقی، جواد (۱۳۹۵). رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات (رابطه استفاده از فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴). مطالعات رسانه‌های نوین، ۲(۵)، ۳۳-۷۴.
https://nms.atu.ac.ir/article_7004.html

عزیزپور حمیدی، چابک (۱۳۹۴). تحلیل مشارکت محلی در مدیریت مخاطره سیل در نواحی روستایی. تحلیل فضایی مخاطرات محیطی، ۲(۴)، ۷۷-۹۴.
<https://system.khu.ac.ir/jsaeh/article-1-2534-fa.html&sw>

عنابستانی، شایان (۱۳۹۰). برآورد میزان تأثیرپذیری مشارکت زنان از سرمایه اجتماعی در نواحی روستایی. تحقیقات کاربردی علوم جغرافیایی، ۱۱(۲۱)، ۶۹-۹۰.
<https://profdoc.um.ac.ir/paper-abstract-1024954.html>

غفاری، غلامرضا، نیک‌بین‌صداقتی، فاطمه و اسماعیل‌زاده، خالد (۱۳۹۱). مشارکت اجتماعی زنان و تأثیر آن بر رفاه خانواده (مطالعه موردی: منطقه ۹ شهر تهران). زن و مطالعات خانواده، ۵(۱۸)، ۳۳-۶۲.
https://journals.iau.ir/article_519746.html

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

کریر، گلن و مارتین، رویستون (۱۳۹۰). فرهنگ‌های دیجیتال، ترجمه مرضیه وحدانی، تهران: نشر ساقی.

کریمی، آزادالله و الماسی، حجت‌الله (۱۳۹۲). بررسی و مقایسه قابلیت‌های وایبر و واتس‌آپ در آموزش عالی. فناوری آموزش و یادگیری، ۱(۳)، ۳۷-۵۶.
https://jti.atu.ac.ir/article_1815.html

مجتهدی نجفی، محمود، حمزه، فرهاد و اخباری، محمد (۱۴۰۲). بررسی تاثیر شبکه‌های اجتماعی بر مطالبات سیاسی کاربران (مطالعه مقایسه شبکه تلگرام و اینستاگرام). فصلنامه آمایش سیاسی فضا، ۶(۱)، ۱۲۲-۱۳۴.
https://www.gahr.ir/article_190006.html

مرادیان، یعقوب و سامانی‌پور، یوسف (۱۴۰۳). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در مدیریت بدن بانوان (با تأکید

رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت [...] |

- بر تلگرام و اینستاگرام)، فصلنامه فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی، ۱(۲)، ۳۹-۷۱.
https://cssms.ricac.ac.ir/article_210035.html
- نجفی، یوسف و نیرومند، لیلا (۱۳۹۵). رابطه تلگرام با بروز فردگرایی در خانواده‌ها (مطالعه موردی خانواده‌های شهر زنجان). مدیریت رسانه، ۴(۲۵)، ۲۱-۳۰.
https://www.mediamgt.ir/?_action=article&au=1180999&_au
- نقیب‌السادات، سیدرضا، صادقی، جواد و خمسه، مهناز (۱۴۰۰). نقش شبکه‌های اجتماعی همراه در مناسبات نسلی دانشجویان دانشگاه علامه طباطبایی. نشریه مطالعات میان رشته‌ای ارتباطات و رسانه، ۴(۲)، ۱۰۱-۱۴۲.
https://jiscm.iribu.ac.ir/article_135652.html
- نورانی آسیایر، زهرا، شیری، طهمورث و محسنی، رضاعلی (۱۳۹۶). بررسی آثار شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت شهروندان تهرانی با مداخله سرمایه فرهنگی و اعتماد اجتماعی. نشریه مطالعات میان فرهنگی، ۱۲(۳۲)، ۶۱-۸۵.
https://journals.iau.ir/article_538527.html
- Abdullahi Nejad, Alireza, Abuzar Ghasminejad and Javad Sadeghi (2015). Social media and political participation in elections (the relationship between the use of Facebook, Telegram and Instagram and the political participation of students in the 7th March 2014 elections), *New Media Studies*, 2 (5), 33-74. Doi: https://nms.atu.ac.ir/article_7004.html [In Persian]
- Ahmadi, Yaqoub (2018). The impact of social capital in social networks on political participation (case study: Sanandaj citizens aged 18 and over), *Applied Sociology Journal*, 30(3), 1-22. Doi: https://jas.ui.ac.ir/article_24027.html [In Persian]
- Akhwan Malairi, Faizeh and Noghani, Mohsen and Mazloun Khorasani, Mohammad (2013). Virtual Social Networks and Happiness, *Media and Culture*, 4 (2), 1-24, Doi: https://mediastudy.iics.ac.ir/issue_297_332.html [In Persian]
- Anabestani, Shayan (2018). Estimating the impact of women's participation on social capital in rural areas., *Applied Research in Geographical Sciences*, 11 (21), 69-90. Doi: <https://profdoc.um.ac.ir/paper-abstract-1024954.html> [In Persian]
- Azizpour Hamidi, Chabek (2014). Analysis of local participation in flood risk management in rural areas, *Spatial Analysis of Environmental Risks*, 2 (4), 77-94. Doi: <https://system.khu.ac.ir/jsaeh/article-1-2534-fa.html&sw> [In Persian]
- Beaunier, J. and Veneti, A., (2020). Social media and political participation among British youth. *Journal of Promotional Communications*, 8(1), 41-59.
- Boulianne S (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information Communication & Society*, 18(5): 524-538.
- Brugman, Yeron (2013). *An Introduction to Social Networks*, translated by Khalil Mirzai, second edition, Tehran: Sociologists Publications. [In Persian]
- Cai Y & Zhou T (2019). Online political participation in China: Local government and differentiated response. *The China Quarterly*, 238, 331-352. <https://doi.org/10.1017/S0305741019000055>.

- Castells, Manuel (2013). *The power of communication*, translated by Hossein Basirian Jahromi, Tehran: Culture, Art and Communication Research Institute of the Ministry of Culture and Islamic Guidance. **[In Persian]**
- Ceron, Andrea & Luigi Curini & Stefano M. Iacus (2019). ISIS at Its Apogee: The Arabic Discourse on Twitter and What We Can Learn From That About ISIS Support and Foreign Fighters, *SAGE Open January*, 1- 14 , DOI: 10.1177/2158244018789229
- Chengping, CHEN (2020). The Influence of Social Network on Youth Political Expression, *Canadian Social Science*, 16 (2),25-30. DOI:10.3968/11580
- Chomsk, N. (2023). *The False Promise of ChatGPT*. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2023/03/08/opinion/noam-chomsky-chatgpt-ai.html>
- Coe, Peter (2015). The social media paradox: an intersection with freedom of expression and the criminal law, *Information & Communications Technology Law*, 24 (1), 16-40, Routledge: Taylor & Francis Group.
- Dashtinejad, Pejman (2015), *Security System for Mobile Messaging Applications*, Master of Science Thesis, Department of ICT, KTH University, Stockholm, Sweden.
- Ghafari, Gholamreza, Nikbein Sadaqati, Fatemeh, Ismailzadeh, Khaled (2012). Women's social participation and its effect on family well-being (Case study: District 9 of Tehran), *Women and Family Studies*, 5 (18), 33-62. Doi: https://journals.iau.ir/article_519746.html **[In Persian]**
- Gibson, R. and Cantijoch, M., (2013). Conceptualising and Measuring Participation in the Age of the Internet: Is Online Political Engagement Really Different to Offline? *The Journal of Politics* [online], 75 (3), 701-716.
- Goncalves, Jorge & Liu, Yong & Xiao, Bin & Chaudhry, Saad & Hosio, Simo & Kostakos, Vassilis (2015). Increasing the Reach of Government Social Media: A Case Study in Modeling Government-Citizen Interaction on Facebook, *Policy Studies Organization*, USA: Wiley Periodicals.
- Halpern D and Gibbs J (2013). Social media as a catalyst for online deliberation? Exploring the affordances of Facebook and YouTube for political expression. *Computers in Human Behavior*, 29 (3): 1159-1168.
- Harris, Lisa & Harrigan, Paul (2015), Social media in politics: the ultimate voter engagement tool or simply an Echo chamber? *Journal of Political Marketing*, 14, 251-283.
- Hjarvard, S. (2008). The mediatization of religion: A theory of the media as agents of religious change. *Northern Lights, Film & Media Studies Yearbook*, 6(1), 9-26.
- Hutchings, T. (2012). Network Theology: Christian Understandings of New Media. *Journal of Religion, Media and Digital Culture*, 1(1), 1-14.
- Jafari, Ali (1400). the effect of using virtual social networks on citizens' civic participation (case study: citizens over 18 years of age in Ardabil city), *New Media Studies Journal*, 7 (27), 233-256. Doi: https://nms.atu.ac.ir/article_13612.html **[In Persian]**
- Jezini, Alireza, Mansour Taghavi and Elaha Norouzi (2016). The impact of information and communication technology on the promotion of citizens' social participation, *Urban Management*, 16 (46), 445-458. Doi: <https://ijurm.imo.org.ir/article-1-1539-fa.html> **[In Persian]**

رابطه شبکه‌های اجتماعی و تمایل به مشارکت [...]

- Johnson, Thomas & Kaye, Barbara (2014). Credibility of Social Network Sites for Political Information Among Politically Interested Internet Users, *Journal of Computer-Mediated Communication*, 19, 957-974.
- Karami, Azadullah and Hojatullah Almasi (2013). Investigation and comparison of Viber and WhatsApp capabilities in higher education, *Education and Learning Technology*, 1 (3), 37-56. Doi: https://jti.atu.ac.ir/article_1815.html [In Persian]
- Khalji, Mohammad (2017). Virtual Social Networks and Empowerment: A Study of the Impact of Virtual Social Networks on Citizens' Participation in Development, *Satellite and New Media Studies*, 15 - 16, 61-86. Doi: https://jas.ui.ac.ir/article_24027.html [In Persian]
- Kreiber, Glenn and Martin, Royston (2018). *Digital Cultures*, translated by Marzieh Vahdani, Tehran: Saqi Publishing House. [In Persian]
- Larsson AO (2017). Going viral? Comparing parties on social media during the 2014 Swedish election. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 23(2): 117-131.
- Lee, Paul S. N. & Clement Y. K. So & Louis Leung (2015). Social media and Umbrella Movement: insurgent public sphere in formation, *Chinese Journal of Communication*, 8:4,356-375 , DOI: 10.1080/17544750.2015.1088874
- Mojtahedi Najafi, Mahmoud and Hamzeh, Farhad and Akhbari, Mohammad (1402). Investigation of the impact of social networks on the political demands of users (a comparative study of Telegram and Instagram networks), *Space Political Analysis Quarterly*, 6 (1), 122-134. Doi: https://www.gahr.ir/article_190006.html [In Persian]
- Moradian, Yaqub, Samanipour, Youssef (2024). The role of virtual social networks in women's body management (with emphasis on Telegram and Instagram), *Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media*, 1 (2), 39 - 71. https://cssms.riac.ac.ir/article_210035.html [In Persian]
- Najafi, Yousef and Leila Niromand (2016). Telegram's relationship with the incidence of individualism in families (a case study of families in Zanjan city), *Media Management*, 25, 21-30. Doi: https://www.mediamgt.ir/?_action=article&au=1180999&_au [In Persian]
- Naqib al-Sadat, Sayyed Reza; Sadeghi, Javad; Khamse, Mahnaz (1400). the role of mobile social networks in the generational relationships of Allameh Tabatabai University students, *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 2, 101-142. Doi: https://jiscm.iribu.ac.ir/article_135652.html [In Persian]
- Newman, Bobbi L. (2014). *Polarized and linking it: How political polarization affects active avoidance behavior on Facebook*, A thesis for the degree of Master of Arts, Iowa State University.
- Noorani Asyabar, Zahra; Shiri, Thamworth; Mohseni, Reza Ali (2016). examining the effects of social networks on the participation of Tehrani citizens with the intervention of cultural capital and social trust, *Journal of Intercultural Studies*, 12 (32), 61-85. Doi: https://journals.iau.ir/article_538527.html [In Persian]
- Ojaq, Sayedah Zahra and Seyedrasoul Mirzaei Mousavi (2015). Analysis of communication actions and influence management in Telegram groups, *New Media Studies*, 2(5), 75-100. Doi: https://nms.atu.ac.ir/article_7035.html [In Persian]

- Rasouli, Mohammadreza and Moradi, Maryam (2011). Effective factors on content creation in social networks, *Social Sciences*, 56. Doi: <https://www.sid.ir/paper/495800/fa> [In Persian]
- Rezaian, Alie; Idrisi, Afsana (2017). the impact of social networks and social trust on the cultural consumption of the fourth generation (eighties) with an emphasis on Telegram, Instagram and Twitter, *Cultural Sociology Journal*, 9 (2), 29-54. Doi: https://socialstudy.ihs.ac.ir/article_3484.html [In Persian]
- Saud, Muhammad & Rachmah Ida & Musta'in Mashud (2020). Democratic practices and youth in political participation: a doctoral study, *International Journal of Adolescence and Youth*, 25:1, 800-808, DOI: 10.1080/02673843.2020.1746676
- Taghipoor, Reza, Poorjafari, Alireza (2024). Investigating the demographic relationship of young people with their interest in news topics in Telegram messenger, *Quarterly Journal of Virtual Space and Social Media*, 1 (1), 183 - 207. <https://doi.org/10.22083/cssms.2024.206849> [In Persian]
- Tapscott, D. (2009). *Grown up digital: How the Net generation is changing your world*. New York: McGraw-Hill.
- Tavakoli-Naghmeh, Nemati, Grossi (2018). .Measurement and evaluation of the level of local participation in the implementation of urban improvement and renovation projects., *Geographical Land*, 16 (63), 40-50. Doi: <https://www.sid.ir/paper/951331/fa> [In Persian]
- Van Deth, J. W., (2014). A Conceptual Map of Political Participation. *Acta Politica* [online], 49 (3), 349-367.
- Van Schie (2015). *When Icarus Flew too High: Moral Mediation in Mobile Instant Messaging Apps*, Master Thesis New Media and Digital Culture, University of Groningen, Nederland.
- Xenos M, Vromen A, and Loader BD (2014). The great equalizer? Patterns of social media use and youth political engagement in three advanced democracies. *Information Communication & Society*, 17(2):151-167.
- Young, Jennifer (2012). *political conversations on Facebook: An exploration of practices*, A thesis submitted to the faculty of the Graduate school of Arts and Sciences of Georgetown University in partial fulfillment of the requirements for the degree of Master of Arts in communication, culture, and technology, Washington DC.
- Zainli, Hananeh, Mohammad Soltanifar and Afshana Mozafari (2017). Evaluation of the role of mobile social networks on the development of social participation, *Iran Social Development Studies*, 10 (4), 108-97. Doi: <https://sanad.iau.ir/fa/Article/819773> [In Persian]
- Zakaria Netaj, Jalal (1400). Investigating the impact of using social networks in municipal public relations on the participation of Babol citizens, *Sociology of Communication Journal*, 2 (5), 19-32. Doi: <https://jsc.daneshpajooan.ac.ir/fa/downloadpaper.php?pid=141&rid=40&p=A> [In Persian]
- Zandavanian, Ahmad and Zohra Zainul Abdini (2016). The relationship between computer literacy and experience of virtual social networks in female students of Yazd University, *Higher Education Letter, new period*, 9 (33), 63-81. Doi: <https://ensani.ir/fa/article/582948> [In Persian]

