

مطالعه تأثیر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه تهران)

عباس نرگسیان^۱، حسن هژبرافکن خلاری^۲، محمدرضا معینی کربکندی^۳

چکیده: بین رسانه‌های مدرن، اینترنت به دلیل جاذبه‌های متنوع، جایگاه ویژه‌ای دارد. گسترش سریع فناوری‌های ارتباطی در سراسر جهان این پرسش را مطرح می‌کند که این رسانه‌ها و واسطه‌های ارتباطی چه تأثیری در مشارکت عمومی و تحولات اجتماعی و سیاسی جهان دارد. در این پژوهش اهمیت رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر شفافیت و اعتماد عمومی با اثر میانجیگری مشارکت عمومی، به طور کاربردی سنجیده می‌شود. پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی، از نظر چگونگی گردآوری داده‌ها از نوع پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) و از شاخه مطالعات میدانی و از نظر ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع علی است. روش اجرای پژوهش نیز پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر، دانشجویان دانشگاه تهران را شامل می‌شود که نمونه‌گیری آن به روش طبقه‌بندی است و داده‌ها به کمک ابزار پرسشنامه گردآوری شده‌اند و در نرم‌افزار لیزرل ۸/۵۴ تجزیه و تحلیل می‌شوند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی و سیاسی و همچنین اثر این دو نوع مشارکت بر شفافیت و اعتماد عمومی معنادار است و تأیید می‌شود.

واژه‌های کلیدی: اعتماد عمومی، رسانه‌های اجتماعی آنلاین، شفافیت، مشارکت سیاسی، مشارکت مدنی.

۱. استادیار مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

۳. دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران، تهران، ایران

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۴/۰۱/۳۱

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۳۹۴/۰۹/۱۰

نویسنده مسئول مقاله: حسن هژبرافکن خلاری

E-mail: h.hozhabrafkan@ut.ac.ir

مقدمه

رسانه اجتماعی مفهوم تازه‌ای نیست؛ چراکه از زمان شروع تعاملات بشری در حال تکامل بوده است. امروزه رسانه‌های اجتماعی جنبه‌های متفاوتی از روابط بشری را تحت‌تأثیر قرار داده‌اند (الوانی و دانایی‌فر، ۲۰۰۳). این رسانه‌ها بستری را برای مشارکت و تشویق افراد به فعالیت‌های مدنی و سیاسی ایجاد می‌کند. از سویی، شواهد مشهودی وجود دارد که نشان می‌دهد مردم برای مشارکت عمومی گرایش بیشتری به استفاده از رسانه‌های اجتماعی آنلاین دارند (وارن، سلیمان و جعفر، ۲۰۱۴). در نتیجه می‌توان گفت امروزه این رسانه‌ها پتانسیل زیادی برای مشارکت آنلاین عموم جامعه فراهم می‌کنند (ویکس، موریموتو و مکسول، ۲۰۱۴). مطالعات نشان می‌دهد کارگزاران دولتی تلاش می‌کنند مشارکت عمومی^۱ را همچون ابزاری برای افزایش اعتماد عمومی^۲ به کار برند. همچنین اعتماد عمومی زمانی افزایش می‌یابد که مقامات دولتی از خود انسجام، صداقت و اخلاق نشان دهند و این اخلاق در دولت به واسطه فرایند مشارکت عمومی نهادینه شده باشد (وارت و ونوار، ۲۰۱۳).

با توجه به ظهور اینترنت و رسانه‌های اجتماعی آنلاین و فراگیری استفاده از این رسانه‌ها میان مردم، به نظر می‌رسد بدون توجه به تغییر و دگرگونی اساسی در فرایندها و محتوای مشارکت عمومی در عرصه‌های مدنی و سیاسی، رفته‌رفته با کاهش میزان مشارکت عموم افراد مواجه خواهیم بود. این کاهش در مشارکت می‌تواند به کاهش حمایت مردم از دولت‌ها و در نتیجه کاهش مقبولیت و مشروعیت دولت‌ها و تشکلهای سیاسی منجر شود. در ایران نیز مسائلی همچون غفلت از ظرفیت‌های مفید و مؤثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین، نبود زیرساخت‌های کافی و پدیده شکاف دیجیتالی در استفاده از فناوری‌های نوین ارتباطی، ممکن است کاهش مشارکت عمومی را در پی داشته باشد و به تضعیف نهادها و سازمان‌های نظام‌بخش اجتماع منجر شود. آنچه تعیین‌کننده میزان و کیفیت مشارکت عمومی شهروندان است، شفافیت در اقدامات دولتی است که اعتماد مردم به حکومت‌های محلی و نهادهای دولتی را موجب می‌شود. شفاف نبودن اقدامات دولتی می‌تواند اعتماد مردم را نسبت به دستگاه‌های دولتی کاهش دهد و این امر در درازمدت ممکن است به مشارکت نکردن شهروندان و اجتماعات محلی و حتی بخش خصوصی در فعالیت‌هایی همچون ارائه خدمات عمومی و کاهش مشارکت سیاسی منجر شود. با توجه به اهمیت مباحث مطرح‌شده و روابط بین متغیرهای یادشده، در این مقاله تلاش می‌شود این

1. Public participation

2. Public trust

موضوع روشن شود که رسانه‌ها و واسطه‌های ارتباطی آنلاین چه اهمیتی در مشارکت عمومی افراد دارند و نیز مشارکت عمومی افراد بر اعتماد عمومی و شفافیت^۱، چه تأثیری دارد.

پیشینه نظری پژوهش

رسانه‌های اجتماعی آنلاین

به‌طور کلی رسانه را می‌توانیم ابزاری دانست که حامل یا واسطه پیام است. رسانه‌ها در تبیین ارزش‌ها و فرهنگ جوامع خود در حوزه منطقه‌ای، بین‌المللی و جهانی حضوری توانمند و آنی دارند (احمدی و احمدی، ۱۳۸۲). در عصر حاضر، اینترنت رسانه‌ای است که با گستره جهانی و ابعاد مختلفی چون پوشش متن، صدا و تصویر، به‌عنوان رسانه برتر شناخته شده است. رسانه‌هایی همچون رادیو، تلویزیون، ماهواره، تله‌تکست و غیره با وجود ماهیت کاری اطلاع‌رسانی، نمی‌توانند تنوع کاری در اینترنت را به‌طور کامل پوشش دهند؛ چراکه یکی از اصول و عوامل مطلوبیت هر رسانه، کاهش یا حذف قید زمان و مکان برای مخاطب است. با این توضیح می‌توان گفت اینترنت به‌دلیل امکانات گسترده‌اش توانسته است مرز زمان و مکان را برای دسترسی مخاطب به اطلاعات کاهش دهد. این موضوع تأثیر بسیار زیادی در گزینش اینترنت به‌عنوان رسانه اول در عصر اطلاعات دارد. در یکی از بررسی‌های تازه که بر مبنای پیمایش اینترنتی صورت گرفته است، برای نخستین بار تأثیر رسانه‌های آنلاین از سایر رسانه‌های سنتی در زمینه اطلاع‌رسانی به مخاطبان و رأی‌دهندگان بالقوه، بارزتر بوده است.

پاسخ به این سؤال که رسانه‌های اجتماعی نوین چگونه وارد زندگی ما شده‌اند، دشوار است؛ زیرا این مطلب به این بستگی دارد که در کدام کشور زندگی می‌کنیم. بهتر است که به‌صورت اجمالی تاریخچه آن مرور شود. پیدایش وبسایت‌های اینترنتی به دهه ۹۰ بازمی‌گردد، درحالی‌که طریقه استفاده از آنها در دهه ۲۰۰۰ معنای متفاوتی به خود گرفت. طی این مهر و موم‌ها، مشکل سرعت کم اینترنت و دسترسی به آن افزایش یافت و پیشروان رسانه‌های اجتماعی نوین ظهور کردند (وارت و ونوار، ۲۰۱۳). رسانه‌های اجتماعی بخشی از جنبش «وب دو»^۲ قلمداد می‌شوند که از ویژگی‌های بارز آنها، تولید محتوا توسط کاربران^۳، ایجاد هویت آنلاین^۴ و ارتباط به‌صورت شبکه‌ای^۵ است (ولز و فریلون، ۲۰۱۱).

-
1. Transparency
 2. Web2
 3. User-generated content
 4. Online identity creation
 5. Relational networking

رسانه‌های اجتماعی پتانسیل زیادی برای مشارکت آنلاین فراهم می‌کنند، این رسانه‌ها چهار مزیت عمده دارند: تشریک مساعی^۱، مشارکت^۲، توانمندسازی^۳ و بهنگام‌بودن^۴ (ویکس و همکاران، ۲۰۱۴).

مشارکت عمومی در عرصه‌های سیاسی و مدنی

مشارکت از نظر لغوی به معنای شرکت کردن است. از طرفی مشارکت درگیری ذهنی و عاطفی اشخاص در موقعیت‌های گروهی که آنان را برمی‌انگیزد تا برای رسیدن به اهداف گروهی، یکدیگر را یاری دهند و در مسئولیت کار شریک شوند، بیان شده است (وارت و ونوار، ۲۰۱۳). مشارکت از موضوعات حساس تمام جوامع شمرده می‌شود. امروزه در تمام جوامع از دموکراتیک‌ترین جوامع گرفته تا دیکتاتوری کامل، به موضوع مشارکت توجه می‌شود؛ اما در این مقیاس تفاوت بسیاری بین مشارکت وجود دارد. در جوامع دیکتاتوری هدف از مشارکت بسیج عمومی برای تحقق مقاصد و خواسته‌های حاکمیت است. درواقع در این جوامع شهروندان فقط اجراکننده‌اند و در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی هیچ نقشی ندارند و حتی در بسیاری از مواقع به موضوع نیز اشراف و احاطه ندارند. در سوی دیگر، مقیاس جوامع دموکراتیک قرار می‌گیرند. در این جوامع شهروندان در امور مشارکت می‌کنند. این مشارکت تمام مراحل، یعنی تعیین اهداف، تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرا را دربرمی‌گیرد و شهروندان با آگاهی کامل از فرایند مشارکت به همکاری و همیاری می‌پردازند (زویینگ، جانگ والنزولا، ۲۰۱۲). از نظر موضوعی مشارکت را به‌گونه‌هایی چون مشارکت سیاسی، اقتصادی و اجتماعی و غیره تقسیم‌بندی می‌کنند. با توجه به موضوع بحث‌شده در این پژوهش، مشارکت عمومی، مشارکت سیاسی^۵ و مشارکت مدنی^۶ تشریح می‌شوند.

مشارکت عمومی عبارت است از دخالت یک یا چند ذی‌نفع در تصمیم‌گیری یا سیاست‌گذاری، به‌گونه‌ای که نظرها و ایده‌های ذی‌نفعان در فرایند تصمیم‌گیری مد نظر قرار گیرد و پیامدهای تصمیم‌گیری را تحت‌تأثیر قرار دهد (ولش، ۲۰۱۲). برای جلب مشارکت عمومی دو روش ارتباط مستقیم (چهره‌به‌چهره) و غیرمستقیم (ارتباط جمعی) وجود دارد. ارتباط چهره‌به‌چهره از نظر نیروی انسانی، سازمان‌دهی، هزینه، زمان، مدیریت و غیره به‌گونه‌ای است که تا کنون کمتر کشور یا نهادی برای جلب مشارکت از این روش بهره گرفته است. از نظر علم ارتباطات، ارتباط

-
1. Collaboration
 2. Participation
 3. Empowerment
 4. Time
 5. Political Participation
 6. Civic Participation

چهره‌به‌چهره در تقویت پیام‌های رسانه‌ای، آن هم در مواردی که به تغییر نگرش شهروندان نیاز است به کار می‌رود. در فضای ارتباطی جدید که به سمت فضای سایبر سوق می‌یابد، ارتباط چهره‌به‌چهره اقتصادی و کارآمد نیست و تنها بهره‌گیری از ابزار ارتباطی نوین معقولانه خواهد بود (اسلامی، ۱۳۹۱).

مشارکت سیاسی بر دو گونه مشارکت سیاسی مستقیم و مشارکت سیاسی غیرمستقیم است. دخالت در تعیین سرنوشت و انتخاب و نظارت بر نظام سیاسی حاکم، به‌صورت رأی‌دادن در چارچوب احزاب فراگیر را می‌توان مشارکت سیاسی مستقیم نامید. مشارکت سیاسی غیرمستقیم، راهکاری برای دخالت مردم در امور سیاسی است؛ به‌گونه‌ای که در این سیستم سیاسی، فعالیت‌های حزبی در اولویت است.

مشارکت مدنی به دخالت فردی و جمعی شهروندان در موضوعات اجتماعی گفته می‌شود. (آندولینا و همکاران، ۲۰۰۳) مشارکت فردی و جمعی به‌منظور حل مشکلات اجتماعی جامعه صورت می‌گیرد (فلاناگن، ۲۰۱۱). مشارکت مدنی یعنی نفع رساندن به دیگران فارغ از هرگونه نفع شخصی که شامل فعالیت در مؤسسه‌های خیریه، مراکز مذهبی، جمع‌آوری کمک‌های مالی، فعالیت‌های حفظ محیط زیست و کمک‌رسانی هنگام رخداد بلایای طبیعی می‌شود (کاوانو، ۲۰۱۲).

شفافیت

سازمان بین‌المللی شفافیت، در تعریف شفافیت چنین می‌گوید، شفافیت اصلی است که افراد بتوانند از تصمیم‌های اداری، معاملات تجاری و امور خیریه‌ای که زندگی آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، مطلع شوند. وظیفه و تکلیف مستخدمان دولتی و مدیران دولتی این است که رفتار آنان رؤیت‌پذیر، پیش‌بینی‌پذیر و درک‌پذیر باشد. شفافیت یکی از شرط‌های اصلی جهت‌گیری اراده اشخاص است که این اراده، برای شکل‌گیری جامعه مردم‌سالار اهمیت حیاتی دارد. با این رویکرد شفافیت باید شامل مجموعه گسترده‌ای از سازوکارهایی باشد که مشارکت شهروندان در سیاست‌گذاری‌ها را امکان‌پذیر می‌کند (وارن و همکاران، ۲۰۱۴). در سطح سازمان نیز شفافیت عبارت است از انتشار فعال اطلاعات توسط سازمان که امکان نظارت ذی‌نفعان خارجی را فراهم می‌آورد و موجب آگاهی ایشان از روند تصمیم‌گیری، عملکرد و فرایندهای داخلی سازمان می‌شود. این درواقع مسیر ارتباطی یک‌طرفه‌ای است که سازمان اطلاعاتی را در اختیار ذی‌نفعان قرار می‌دهد (ولش، ۲۰۱۲).

اعتماد عمومی

بررسی ادبیات نشان داد تعریف دقیقی از معنای واژه اعتماد وجود ندارد (ولش، ۲۰۱۲) اعتماد عمومی بدین معناست که عامه مردم انتظار دارند مقامات و کارکنان سازمان‌های دولتی با اقدامات خود در تعامل با عامه - که در این تعامل نوعی بی‌اطمینانی و شناخت از چگونگی انجام امور در سازمان‌های دولتی وجود دارد - به انتظارات آنها پاسخ دهند (بهتجریا، دونی و بیلوتا، ۱۹۹۸). به بیان دیگر، اعتماد عمومی یعنی انتظار عموم از دریافت مثبت پاسخ به خواسته‌هایشان از طرف متولیان امور دولتی. درک اینکه چرا مردم اعتماد می‌کنند و اینکه چگونه اعتماد، روابط اجتماعی را شکل می‌دهد محور مهم بحث‌های روان‌شناسان و دانشمندان علوم رفتاری بوده است. با توجه به این نکته، اعتماد عمومی یکی از محورهای اصلی نظریه‌های سازمان دولتی در مدیریت دولتی است (ویکس و همکاران، ۲۰۱۴).

تحول بزرگی که در دنیای رسانه‌ها به وجود آمد، پیدایش شبکه جهانی اینترنت بود. وب می‌توانست برای هر شخص با معلومات فنی کم، پایگاهی ارزان قیمت فراهم آورد، پایگاهی که حتی رسانه‌های اصلی را به چالش بکشد. رسانه اجتماعی بستری را برای مشارکت و همچنین تشویق افراد برای فعالیت‌های مدنی ایجاد می‌کند. این رسانه‌ها همچنین برای تمامی افراد این فرصت را فراهم می‌کند تا در موضوعات اجتماعی و فعالیت‌های دیجیتالی بر سر موضوعات گوناگون شرکت کنند. اکنون شهروندان به وسیله اهرمی چون رسانه‌های اجتماعی توانمند شده‌اند و به نیروهای مردمی بدل شده‌اند که می‌توانند دولت را نسبت به موضوعاتی که برایشان اهمیت زیادی دارد، تحت فشار قرار دهند (وارن و همکاران، ۲۰۱۴). اهمیت این موضوع با مثالی روشن می‌شود؛ مردم مصر، تونس و لیبی به وسیله تویتر و فیس‌بوک، علیه رهبران دیکتاتورشان تظاهراتی برپا کردند و توانستند آنان را سرنگون کنند (فلانگان، ۲۰۱۱). از نمونه‌های دیگر می‌توان به مشارکت مردم در امور شهروندی هند (راجاپات، ۲۰۰۹)، مدیریت بحران ملی نظیر زلزله در آمریکا (ولش، ۲۰۱۲)، دستیابی به عدالت و دموکراسی در مصر (کدهری و همکاران، ۲۰۱۲) و سازماندهی تظاهرات در شیلی (ویکس و همکاران، ۲۰۱۴) اشاره کرد. از کاربردهای دیگر این رسانه‌ها می‌توان به بهبود رابطه بین دولت و مردم، مشارکت مدنی و بهبود رابطه ملت‌ها در سطح جهانی اشاره کرد (پاتریک، ۲۰۱۱).

اطلاعات بیشتر برای مردم و سایر ذی‌نفعان از این جنبه اهمیت دارد که بدانند مالیات آنها به چه شکلی هزینه می‌شود و همچنین به آنها کمک می‌کند که بتوانند تصمیم بگیرند از چه کسی در انتخابات آینده حمایت کنند. در نتیجه این انتظار معقولی است که بین شفافیت و مشارکت عمومی پیوند وجود داشته باشد. یافته‌ها نیز نشان می‌دهد مشارکت ارتباط مثبتی با شفافیت دارد (کاونو، ۲۰۱۲).

پیشینه تجربی پژوهش

در جدول ۱، خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی مرتبط با موضوع درج شده است.

جدول ۱. خلاصه‌ای از پیشینه پژوهش‌های داخلی و خارجی

پژوهشگران	عنوان	بیان مختصر پژوهش و نتایج آن
مرادی و رسولی (۱۳۹۱)	میزان مشارکت دانشجویان ارتباطات در تولید محتوای رسانه‌های اجتماعی	در این مقاله بیان می‌شود که رسانه‌های اجتماعی تسهیل‌کننده گفت‌وگوها و کنش‌های متقابل آنلاین بین گروه‌هایی از مردم‌اند. روش، پیمایشی و جامعه آماری تمام دانشجویان رشته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه‌های علامه طباطبائی، تهران، آزاد واحد تهران مرکزی و علوم تحقیقات است. نتایج نشان داد بیشتر افراد بررسی‌شده، عضو یکی از شبکه‌های اجتماعی اینترنتی مانند فیس‌بوک هستند.
خانیکی و الوندی (۱۳۹۰)	مشارکت اجتماعی آنلاین و توسعه اجتماعات محلی در ایران	این مقاله ضمن مروری بر رسانه‌های شهروندی، به نسل چهارم از نظریه‌های ارتباطات توسعه می‌پردازد که تأکید آنها بر ارتباطات مشارکتی است و در اجرای آن از مورد پژوهش استفاده شده است. در انتها نتیجه می‌گیرد که شبکه‌های اجتماعی از کاربرد اینترنت در توسعه جوامع محلی و تنظیم کارکردهای سنتی آنها در دنیای جدید است.
وارن سلیمان و جعفر (۲۰۱۴)	تأثیر رسانه‌های اجتماعی در تشویق مشارکت مدنی آنلاین و ایجاد اعتماد شهروندی	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت مدنی که موجب ایجاد اعتماد در مردم می‌شود را بررسی می‌کند، رسانه‌های اجتماعی به‌منظور مشارکت آنلاین تأثیر مثبتی بر اعتماد دارند.
گزو و آگاتا (۲۰۱۰)	شبکه‌های اجتماعی و مشارکت‌های سیاسی در جامعه سیسیل/۲۰۱۰	پیوند بین مشارکت سیاسی و اجتماعی را بررسی می‌کند. هدف این مقاله ارزیابی مشارکت سیاسی و سرمایه اجتماعی است. این مقاله به شناخت ما از فاکتورهای انگیزشی و ابعاد ارتباطی، چه در بعد کیفی و چه در بعد کمی کمک می‌کند.
اگیولا و ازوتکو (۲۰۱۴)	ارزیابی میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در ترکیه	این مقاله دوره بیست‌ساله رشد تاریخی اینترنت را بررسی می‌کند. فرض مبنایی این مقاله تأثیر مهم رسانه‌های اجتماعی در زندگی اشخاص است و رسانه‌های اجتماعی را پیش‌برنده‌ای برای ایجاد تغییر در جوامع دموکراتیک می‌داند.

با توجه به مطالب یادشده، فرضیه‌های زیر در نظر گرفته می‌شوند:

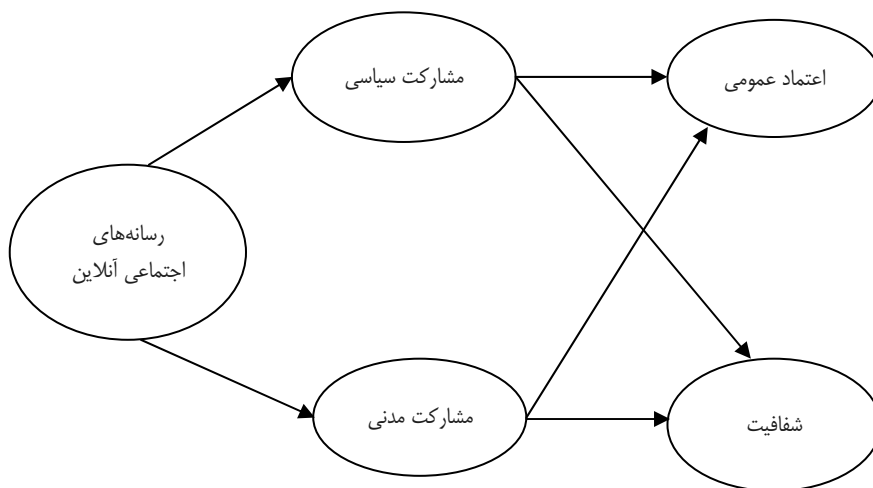
فرضیه ۱. رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت عمومی مردم اثر معناداری دارند.
برای تبیین بیشتر اثر رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت عمومی، فرضیه‌های فرعی زیر نیز بررسی می‌شوند:
فرضیه فرعی اول: رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی مردم اثر مثبت و معناداری دارند.
فرضیه فرعی دوم: رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت سیاسی مردم اثر مثبت و معناداری دارند.

فرضیه ۲. مشارکت عمومی مردم بر شفافیت اثر مثبت و معناداری دارد.
برای تبیین بیشتر اثر مشارکت عمومی مردم بر شفافیت، فرضیه‌های فرعی زیر نیز بررسی می‌شوند:
فرضیه فرعی اول: مشارکت سیاسی مردم بر شفافیت اثر مثبت و معناداری دارد.
فرضیه فرعی دوم: مشارکت مدنی مردم بر شفافیت اثر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه ۳. مشارکت عمومی مردم بر اعتماد عمومی اثر مثبت و معناداری دارد.
برای تبیین بیشتر اثر مشارکت عمومی مردم بر اعتماد عمومی، فرضیه‌های فرعی زیر نیز بررسی می‌شوند:
فرضیه فرعی اول: مشارکت سیاسی مردم بر اعتماد عمومی اثر معناداری دارد.
فرضیه فرعی دوم: مشارکت مدنی مردم بر اعتماد عمومی اثر معناداری دارد.

مدل مفهومی

چارچوب نظری الگویی مفهومی، مبتنی بر روابط تئوریک میان شماری از عواملی است که در زمینه مسائل پژوهش شده با اهمیت تشخیص داده شده‌اند. چارچوب نظری با بررسی سوابق پژوهشی در قلمرو مسئله، به گونه‌ای منطقی جریان پیدا می‌کند. با توجه به تعاریف ارائه‌شده، مرور پژوهش‌های گذشته و فرضیه‌های مسئله، پژوهشگران این پژوهش مدل مفهومی زیر را برای نشان دادن چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت عمومی (سیاسی و مدنی) و همچنین تأثیر مشارکت عمومی بر دو مقوله اعتماد عمومی و شفافیت ارائه کرده‌اند (شکل ۱).



شکل ۱. مدل مفهومی پژوهش

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی است، از نظر چگونگی گردآوری داده‌ها از دسته پژوهش‌های توصیفی (غیرآزمایشی) و از شاخه مطالعات میدانی به‌شمار می‌رود و از نظر ارتباط بین متغیرهای پژوهش از نوع علی است. روش اجرای پژوهش نیز به‌صورت پیمایشی است، مهم‌ترین مزیت پژوهش‌های پیمایشی، قابلیت تعمیم نتایج آنهاست (ضیائی، نرگسیان و آبیانی، ۱۳۸۷).

جامعه آماری حاضر، دانشجویان دانشگاه تهران است. یکی از دلایل مهم انتخاب این جامعه آماری، فراگیر بودن استفاده از رسانه‌های آنلاین میان دانشجویان است. با توجه به این موضوع، بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های اجتماعی آنلاین در راستای افزایش مشارکت عمومی قشر جوان به‌ویژه دانشجویان که آینده‌سازان این مرز و بوم‌اند، بیش از پیش اهمیت دارد. براساس جدول مورگان و کرجسی زمانی که حجم جامعه نامحدود باشد، حجم نمونه ۳۸۴ نفر تخمین زده می‌شود. در نتیجه براساس تجربه پژوهشگران و ریزش پرسشنامه در جامعه مد نظر، تعداد بیشتری پرسشنامه پخش شد و در نهایت ۴۰۲ پرسشنامه کامل برای تحلیل استفاده شد. روش نمونه‌گیری در این پژوهش روش طبقه‌بندی بوده است.

در این پژوهش برای گردآوری داده‌ها از ابزار پرسشنامه استفاده شده است؛ به گونه‌ای که تأثیر مشارکت مدنی به کمک پرسشنامه چهارسؤالی، برگرفته از پژوهش منوریان، نرگسیان، فتاحی و واثق (۱۳۸۹) سنجیده شد. این پرسشنامه مشارکت مدنی را در قالب چهار گویه می‌سنجد. مشارکت سیاسی نیز به کمک پرسشنامه چهارسؤالی منوریان و همکارانش (۱۳۸۹) در قالب چهار گویه سنجیده شد. برای سنجش رسانه‌های اجتماعی آنلاین از پرسشنامه چهارسؤالی وارن و همکارانش (۲۰۱۴) بهره برده شد. شفافیت اقدامات حکومت نیز به کمک پرسشنامه نرگسیان و آیت‌الله‌زاده شیرازی (۱۳۹۲) در قالب پنج گویه سنجیده شد. درنهایت برای سنجش اعتماد عمومی از پرسشنامه قلی‌پور و پیران‌نژاد (۱۳۸۶) بهره برده شد. این پرسشنامه اعتماد عمومی را در قالب سه بعد اطمینان (پنج گویه)، صداقت و درستکاری (چهار گویه) و ریسک‌پذیری (سه گویه) می‌سنجد. تمام متغیرهای پژوهش در مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت سنجیده شدند. برای اطمینان از روایی سؤال‌ها، هم روایی محتوا و هم روایی سازه آزمایش شد. اعتبار محتوای پرسشنامه با بهره‌مندی از نظر پژوهشگران، استادان دانشگاه و کارشناسان خبره و اعمال اصلاحات به تأیید رسید. روایی سازه نیز به کمک تحلیل عاملی تأییدی در نرم‌افزار لیزرل ۸/۵۴ سنجیده شد.

شایان ذکر است که برای تأیید مدل اندازه‌گیری یا همان تحلیل عاملی تأییدی، باید نخست شاخص‌های آن برازش مناسبی داشته باشند و دوم مقادیر t -value ضرایب استاندارد آن معنادار باشند. اگر مقدار کای‌دو^۱ کم، نسبت کای‌دو به درجه آزادی (df) کوچک‌تر از ۳، RMSEA^۲ کوچک‌تر از ۰/۱ و نیز GFI^۳ و AGFI^۴ بزرگ‌تر از ۰/۹۰ درصد باشند، می‌توان نتیجه گرفت که مدل برازش بسیار مناسبی دارد. مقادیر t نیز اگر از ۱/۹۶ بزرگ‌تر یا از ۱/۹۶- کوچک‌تر باشند، در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار خواهند بود.

نتایج تحلیل عاملی تأییدی که با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری صورت می‌گیرد نیز، مناسب بودن پرسشنامه‌های طراحی شده را تأیید می‌کند. جدول‌های ۲ تا ۶ نتایج تحلیل عاملی تأییدی یا همان مدل اندازه‌گیری را نشان می‌دهند. برای سنجش پایایی متغیرهای پرسشنامه از آلفای کرونباخ استفاده شده است. ابتدا برای پیش‌آزمون نمونه‌سی‌تایی توزیع شد و پس از محاسبه، آلفای تمام متغیرها نزدیک به ۰/۷ به‌دست آمد، بدین‌صورت که آلفای مشارکت

۱. χ^2

۲. Root Mean Square Error of Approximation

۳. Goodness of Fit Index

۴. Adjusted Goodness of Fit Index

مدنی ۶۸ درصد، آلفای مشارکت سیاسی ۶۶ درصد، آلفای رسانه‌های اجتماعی آنلاین ۷۱ درصد، آلفای شفافیت ۸۸ درصد و آلفای اعتماد عمومی ۹۰ درصد بود.

جدول ۲. نتایج تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) مقیاس سنجش مشارکت مدنی

شماره	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	ضریب معناداری
۱	من آگاهانه و داوطلبانه در فعالیتهای اجتماعی شرکت می‌کنم.	۰/۶۵	۱۰/۹۹
۲	من آگاهانه و داوطلبانه با سازمان‌های خیریه همکاری می‌کنم.	۰/۷۱	۱۱/۸۰
۳	من آگاهانه و داوطلبانه در حفاظت از فضای سبز شهری همکاری می‌کنم.	۰/۴۸	۸/۳۰
۴	در برنامه‌های سازمان‌دهی شده مساجد مشارکت می‌کنم.	۰/۴۳	۷/۳۶
$\chi^2=1/90$ $df=2$ $RMSEA=0/000$ $GFI=1/00$ $AGFI=0/99$			

برگرفته از منوریان و همکاران، ۱۳۸۹

جدول ۳. نتایج تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) مقیاس سنجش مشارکت سیاسی

شماره	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	ضریب معناداری
۱	من آگاهانه و فعال در راهپیمایی‌ها شرکت می‌کنم.	۰/۲۴	۳/۷۵
۲	من آگاهانه و داوطلبانه در انتخابات شرکت می‌کنم.	۰/۲۶	۳/۹۱
۳	من در یک حزب یا برای یک نامزد سیاسی فعالیت می‌کنم.	۰/۹۹	۵/۶۰
۴	من برای کمک مالی به کمپین‌های سیاسی فعالیت می‌کنم.	۰/۴۹	۵/۰۲
$\chi^2=0/00$ $df=0$ $RMSEA=0/000$ $GFI=1/00$ $AGFI=1/00$			

برگرفته از منوریان و همکاران، ۱۳۸۹

جدول ۴. نتایج تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) مقیاس سنجش فعالیت رسانه‌های اجتماعی آنلاین

شماره	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	ضریب معناداری
۱	از وبلاگ و شبکه‌های اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن و بحث درباره مسائل اجتماعی و سیاسی استفاده می‌کنم.	۰/۸۶	۱۵/۹۳
۲	از ایمیل برای ارتباط با افرادی که درباره مسائل اجتماعی و سیاسی کار می‌کنند، استفاده می‌کنم.	۰/۶۰	۱۱/۳۰
۳	از اینترنت برای به دست آوردن اطلاعات اجتماعی و سیاسی استفاده می‌کنم.	۰/۴۶	۸/۶۲
۴	نظرم را درباره انتخابات روی رسانه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک به اشتراک می‌گذارم.	۰/۵۷	۱۰/۶۹
$\chi^2=2/07$ $df=2$ $RMSEA=0/009$ $GFI=1/00$ $AGFI=0/99$			

(برگرفته از وارن و همکاران، ۲۰۱۴)

جدول ۵. نتایج تحلیل عاملی تأییدی (مدل اندازه‌گیری) مقیاس سنجش شفافیت

شماره	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	ضریب معناداری
۱	دولت معمولاً اطلاعاتی را که شهروندان نیاز دارند، در اختیار آنان قرار می‌دهد.	۰/۷۰	۱۴/۶۵
۲	دولت دربارهٔ عملکرد سالانهٔ خود اطلاعات کافی در اختیار شهروندان قرار می‌دهد.	۰/۸۴	۱۹/۳۹
۳	ضوابط و مقررات دولت به‌طور صریح و شفاف به شهروندان اعلام می‌شود.	۰/۸۶	۲۰/۱۶
۴	دولت قوانین و مقررات تدوین‌شده را به‌درستی اجرا می‌کند.	۰/۷۳	۱۶/۰۷
۵	کارکنان سازمان‌های دولتی، راهنمایی‌ها و توضیحات شفاهی را به‌موقع به اطلاع شهروندان می‌رساند.	۰/۶۶	۱۳/۹۰
$\chi^2 = ۲/۷۴$ $df = ۳$ $RMSEA = ۰/۰۰۰$ $GFI = ۱/۰۰$ $AGFI = ۰/۹۹$			

برگرفته از نرگیسیان و آیت‌الله‌زاده شیرازی، ۱۳۹۲

جدول ۶. نتایج تحلیل عاملی تأییدی مرتبه دوم (مدل اندازه‌گیری) مقیاس سنجش اعتماد عمومی

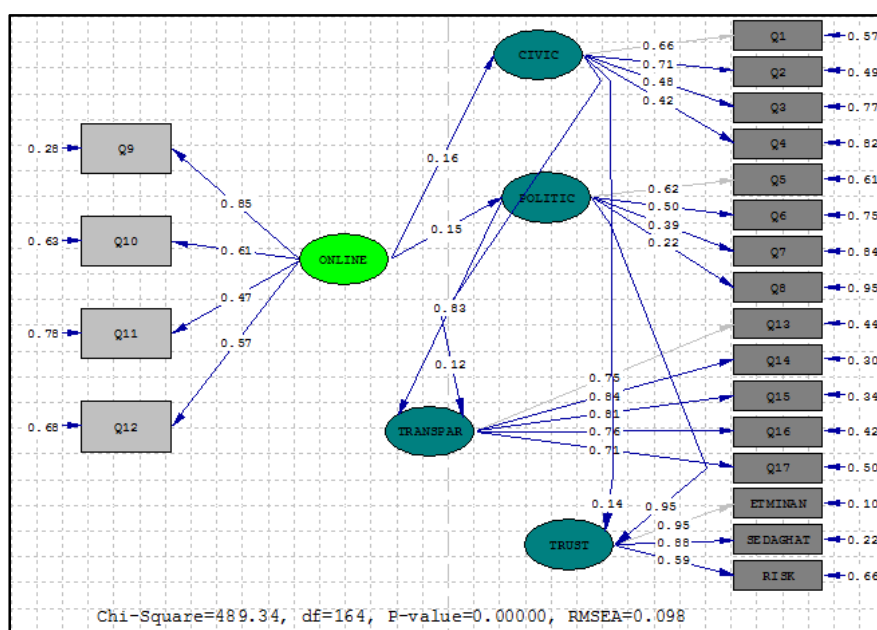
شماره	ابعاد	سؤال‌ها	ضریب استاندارد	ضریب معناداری
۱	اطمینان	در کشور ما وقتی کارها به سازمان یا نهاد دولتی سپرده می‌شود، مردم به انجام صحیح و به‌موقع آن اطمینان کامل دارند.	۰/۶۸	۱۵/۲۰
۲	اطمینان	به عقیدهٔ من مسئولان جامعه افراد قابل اطمینانی هستند.	۰/۷۵	۲۰/۷۱
۳	اطمینان	مردم به توانمندی دولت در شناسایی به‌موقع مشکلات جامعه و رفع آنها اعتماد دارند.	۰/۸۶	۱۷/۵۰
۴	اطمینان	به نظر من اخبار و رسانه‌های داخلی قابل اعتمادتر از رسانه‌های خارجی هستند.	۰/۷۰	۱۵/۷۷
۵	اطمینان	مردم ایران به همهٔ سازمان‌ها و نهادهای دولتی اعتماد دارند.	۰/۸۱	۱۹/۳۹
۶	صداقت و درستکاری	به عقیدهٔ من مسئولان جامعه افراد درستکاری هستند.	۰/۸۵	۲۰/۹۶
۷	صداقت و درستکاری	به عقیدهٔ من دولت با مردم صادقانه رفتار می‌کند.	۰/۸۳	۲۰/۱۸
۸	صداقت و درستکاری	مسئولانی که از نزدیک می‌شناسم، برخوردی صادقانه دارند و اشخاصی اخلاقی هستند.	۰/۷۲	۱۶/۳۵
۹	صداقت و درستکاری	من اطمینان دارم که مسئولان کشور مالیات گرفته‌شده از مردم را در راه آبادانی کشور خرج می‌کنند.	۰/۶۷	۱۴/۸۰
۱۰	ریسک‌پذیری	روابط اجتماعی مردم ایران، بیشتر به روابط خانوادگی و آشنایان محدود می‌شود.	۰/۲۲	۴/۳۴
۱۱	ریسک‌پذیری	مردم ایران بدون ترس از تنبیه و مجازات می‌توانند آزادانه نظر خود را بیان کنند.	۰/۶۱	۱۳/۲۰
۱۲	ریسک‌پذیری	مردم ایران به همهٔ هم‌وطنان اعم از آشنا و ناآشنا، اعتماد می‌کنند.	۰/۳۳	۶/۵۶
$\chi^2 = ۱۷۷/۶۵$ $df = ۵۱$ $RMSEA = ۰/۰۷۹$ $GFI = ۰/۹۳$ $AGFI = ۰/۹۰$				

برگرفته از پیران‌نژاد، ۱۳۸۶

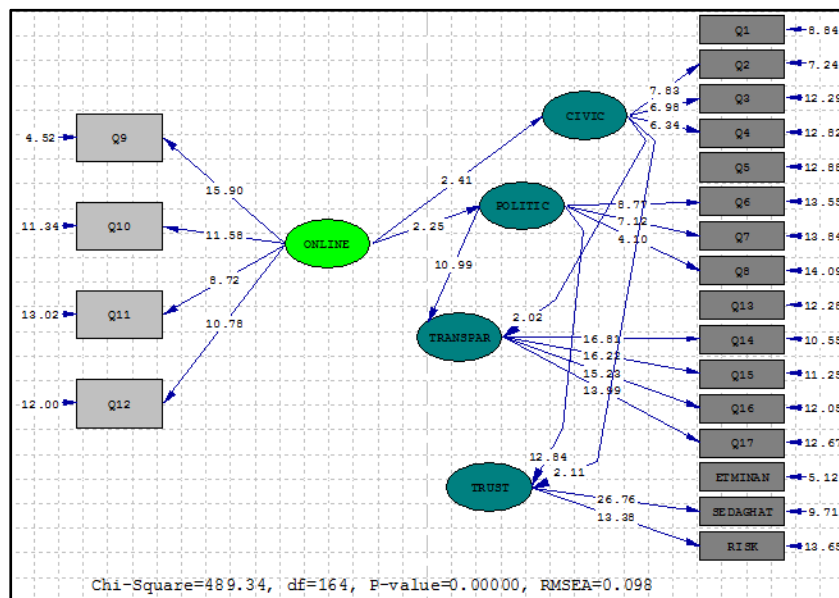
یافته‌های پژوهش

به منظور سنجش رابطه علی بین متغیرهای پژوهش، آزمون مدل‌سازی معادلات ساختاری اجرا شده است. این آزمون علاوه بر اینکه گام نهایی تحلیلی عاملی تأییدی است و پیش از این روی مقیاس‌های سنجش پژوهش اجرا شد، از طریق شاخص‌های برازش مدل، اعتبار مدل مفهومی پیشنهادشده را نیز نشان می‌دهد. همان‌طور که شکل‌های ۲ و ۳ نشان می‌دهد، اعتبار و برازندگی مناسب مدل‌ها تأیید می‌شود؛ چرا که نسبت کای‌دو به درجه آزادی در همه مدل‌ها کمتر از ۳ است، مقدار RMSEA کوچک‌تر از ۰/۱ است و هر دو مقدار GFI و AGFI در همه مدل‌ها بزرگ‌تر از ۰/۹ است.

در شکل‌های ۲ و ۳ رسانه‌های اجتماعی آنلاین با ONLINE مشارکت مدنی با CIVIC، مشارکت سیاسی با POLITIC، شفافیت اقدامات حکومت با TRANSPAR و اعتماد عمومی با TRUST نشان داده شده است. همان‌طور که در شکل‌های ۲ و ۳ مشاهده می‌شود، هر شش فرضیه پژوهش به تأیید می‌رسند، این نتایج در جدول ۷ درج شده است.



شکل ۲. مدل‌سازی معادلات ساختاری در حالت تخمین استاندارد



شکل ۳. مدل سازی معادلات ساختاری در حالت ضرایب معنادار

جدول ۷. یافته های مدل سازی معادلات ساختاری در آزمون فرضیه های پژوهش

فرضیه	ضریب مسیر	عدد معناداری	نتیجه آزمون
فرضیه اول: رسانه های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی شهروندان اثر معناداری دارد.	۰/۱۶	۲/۴۱	تأیید فرضیه
فرضیه دوم: رسانه های اجتماعی آنلاین بر مشارکت سیاسی شهروندان اثر معناداری دارد.	۰/۱۵	۲/۲۵	تأیید فرضیه
فرضیه سوم: مشارکت مدنی شهروندان بر شفافیت اقدامات حکومت اثر معناداری دارد.	۰/۱۵	۲/۰۲	تأیید فرضیه
فرضیه چهارم: مشارکت سیاسی شهروندان بر شفافیت اقدامات حکومت اثر معناداری دارد.	۰/۸۳	۱۰/۹۹	تأیید فرضیه
فرضیه پنجم: مشارکت مدنی شهروندان بر اعتماد عمومی آنان اثر معناداری دارد.	۰/۱۴	۲/۱۱	تأیید فرضیه
فرضیه ششم: مشارکت سیاسی شهروندان بر اعتماد عمومی آنان اثر معناداری دارد.	۰/۹۵	۱۲/۸۴	تأیید فرضیه

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نتایج پژوهش‌های پژوهشگران به‌وضوح اثربخش بودن به‌کارگیری رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر میزان مشارکت عمومی افراد را نشان می‌دهد که این امر خود موجب افزایش میزان شفافیت و اعتماد عمومی می‌شود. تحلیل نظرهای کسب‌شده از دانشجویان دانشگاه تهران نشان می‌دهد فرضیه اصلی اول این پژوهش مبنی بر وجود رابطه‌ای مثبت و معنادار بین رسانه‌های اجتماعی آنلاین و مشارکت عمومی به تأیید می‌رسد. رسانه‌های اجتماعی مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی هستند و با اینکه عمر خیلی زیادی ندارند، توانسته‌اند به‌خوبی در زندگی مردم به‌خصوص جامعه دانشگاهی جا باز کنند. مردم بسیاری در گروه‌های سنی و اجتماعی متفاوت در رسانه‌های اجتماعی مجازی کنار هم آمده‌اند و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق رسانه‌های اجتماعی با هم ارتباط برقرار می‌کنند. رسانه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی در دنیای امروز دارند و نمی‌توان آنها را نادیده گرفت. این سراچه‌ها بر ابعاد مختلف زندگی فردی و اجتماعی افراد و در سطح کشورها و حتی بین‌الملل تأثیر می‌گذارند، به همین دلیل در حال گسترش هستند و در آینده جایگاه به‌مراتب بالاتر و مهم‌تری در زندگی کسب می‌کنند (اسلامی، ۱۳۹۱). دو فرضیه فرعی اول این پژوهش مبنی بر رابطه مثبت و معنادار بین رسانه‌های اجتماعی آنلاین و مشارکت عمومی تأیید شد که در زیر به شرح هر یک پرداخته می‌شود.

فرضیه فرعی اول که تأثیر مثبت و معنادار رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت مدنی مردم را مطرح می‌کرد، به تأیید رسید. نتایج پژوهش ولز و فریلون، (۲۰۱۴) نیز فرضیه یادشده را تأیید می‌کند.

مشارکت در گستره اجتماعی به دنبال توانمندسازی مردم در تولید، توسعه و نقد فرایندها و تصمیم‌گیری‌های گوناگون است. در رسانه‌های آنلاین، مانند رسانه‌های جمعی ازجمله رادیو، تلویزیون و مطبوعات، نمود مشارکت اجتماعی یا توسعه همه‌جانبه آن بسیار کم‌رنگ و محدود است و عموم نمی‌توانند در آن شرکت کرده یا آن را لمس کنند، اما در فضای آنلاین که رسانه‌های اجتماعی در آن ظهور کرده‌اند، مفهوم و ساختار مشارکت اجتماعی تحول یافته است. با توجه به گستردگی اهمیت این رسانه‌ها در فعالیت‌های مدنی و همچنین وابسته‌بودن این رسانه‌ها به اینترنت، انتظار می‌رود مسئولان ذی‌ربط شرایط و زیرساخت‌های مناسبی در زمینه افزایش ضریب نفوذ اینترنت در سطح جامعه فراهم آورند و برنامه‌های آموزشی و آگاهی‌بخشی را در این زمینه گسترش دهند.

بر اساس فرضیه فرعی دوم، رابطه مثبت و معنادار رسانه‌های اجتماعی آنلاین بر مشارکت سیاسی مردم به تأیید رسید. یافته‌های وارن و همکارانش (۲۰۱۴) نیز درستی این فرضیه را تأیید

کرده است. برخی رسانه‌های جدید را عامل تسهیل‌کننده مردم‌سالاری می‌دانند و عده‌ای دیگر آنها را ابزار سرکوب تصور کرده‌اند، اما به نظر می‌رسد بسیاری از اندیشمندان علوم اجتماعی، رسانه‌های ارتباط جمعی جدید را یکی از وسایل مهم برای انتقال مفاهیم و مشارکت سیاسی می‌دانند. شهروندان با دسترسی به مجموعه بی‌نهایتی از اطلاعات از طریق اینترنت می‌توانند گزینه‌های فعالانه‌ای در حوزه سیاست داشته باشند و با گسترش مجاری دریافت اطلاعات، به اطلاعات رسانه‌های ارتباطی سنتی بسنده نکنند (ولش، ۲۰۱۲). پیشنهاد می‌شود احزاب و نامزدها تا حد امکان از این ابزار استفاده کنند و مسئولان ذی‌ربط با برداشتن محدودیت‌های بیش‌ازحد، زمینه مشارکت سیاسی بیشتر مردم به‌ویژه دانشجویان که قشر جوان و فعال مملکت هستند را فراهم آورند. در همین راستا در صورت استفاده از فیلترینگ نیز می‌توان آن را هوشمندانه اعمال کرد.

فرضیه اصلی دوم نیز تأثیر مثبت و معنادار مشارکت عمومی مردم را بر شفافیت تأیید می‌کند. شفافیت و مشارکت لازم و ملزوم یکدیگرند. در عصر اینترنت تغییرات ایجادشده در حجم جابه‌جایی اطلاعات، موجب پیدایش سطح جدیدی از شفافیت و مشارکت در دولت شده است. (ولش، ۲۰۱۲). برای تبیین بیشتر اثر مشارکت عمومی مردم بر شفافیت، دو فرضیه فرعی نیز مطرح شد. فرضیه اول به اثر مثبت و معنادار مشارکت سیاسی مردم بر شفافیت اشاره دارد و فرضیه فرعی دوم نیز اثر مثبت و معنادار مشارکت مدنی مردم بر شفافیت را مطرح کرد که هر دو فرضیه تأیید شدند. این نتایج با مطالعات (وارت و ونوار، ۲۰۱۳) همخوانی دارد. مشارکت عمومی از پایه‌های دموکراسی است. مردم با حضور در انتخابات و همه‌پرسی مشارکت خود را در انتخاب نمایندگان مجلس و شوراها نشان می‌دهند و نظرشان را نسبت به قانون اساسی و مسائل حیاتی کشور اعلام می‌کنند. صاحب‌نظران مشارکت سیاسی و مدنی شهروندان، حضور احزاب سیاسی و شفافیت برنامه‌های آنها را عامل توسعه سیاسی می‌دانند. این افراد کنش سیاسی کنشگران در عرصه مشارکت سیاسی را تابعی از منافع کنشگران و حضور و فعالیت نهادها و احزاب سیاسی و دسته‌بندی آنها می‌دانند. به این صورت که در جامعه‌ای که دسته‌بندی‌های سیاسی بیشتر و اهداف و برنامه‌های آنها مشخص‌تر باشد، مشارکت‌کنندگان جریان‌های سیاسی را بهتر درک می‌کنند و تکلیف خود را بهتر می‌دانند. در نتیجه هرچه زمینه مشارکت مدنی و سیاسی مردم یا به‌طور کلی، زمینه مشارکت عمومی مردم از طریق به‌کارگیری بهتر از امکانات مادی و معنوی فراهم شود، می‌توان گونه‌های مختلف شفافیت را بهبود بخشید. از این رو مشارکت هر شهروند در امور ملی می‌تواند زمینه‌ساز گردش بیشتر اطلاعات در زمینه‌های مختلف شود. از این روست که مردم هرجایی که اقتضا کند، نقش خود را در مدیریت حق‌مدارانه ایفا می‌کنند. بنابراین،

پیشنهاد می‌شود با فراهم آوردن امکانات و ایجاد شرایط مناسب زمینه را برای مشارکت عمومی بیشتر شهروندان در قالب مشارکت مدنی و سیاسی فراهم آورد؛ زیرا از یک سو مشارکت بیشتر شهروندان مزیت‌های زیادی دارد که از جمله آنها می‌توان به رشد بیداری و آگاهی‌های عمومی، سرعت شاخص‌های رشد در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی، ارتقای رفاه و آسایش همگانی، کاهش خشونت اشاره کرد و از سوی دیگر، موجب افزایش جسارت و رک‌گویی و فزونی همدلی و همبستگی می‌شود. استفاده از ظرفیت این شبکه‌ها برای ارتباط بیشتر مردم با یکدیگر در سطوح محلات، شهرستان، استان و غیره نیز می‌تواند به افزایش میل و علاقه مردم به مشارکت در امور سیاسی و مدنی کشور بینجامد.

در نهایت فرضیه اصلی سوم به بررسی رابطه مشارکت عمومی بر اعتماد عمومی مردم پرداخت و برای تبیین بیشتر این موضوع دو فرضیه فرعی را مطرح کرد. فرضیه فرعی اول اثر مثبت و معنادار مشارکت سیاسی بر اعتماد عمومی را ارزیابی کرد و فرضیه فرعی دوم به اثر مثبت و معنادار مشارکت مدنی بر اعتماد عمومی اشاره داشت. نتایج تحلیل‌ها نشان‌دهنده اثر مثبت و معنادار مشارکت عمومی (مدنی و سیاسی) بر اعتماد عمومی شهروندان است. اعتماد بستر تعاملات و روابط اجتماعی و کانون اصلی مفهوم سرمایه اجتماعی است. ارتباط و تعامل پایدار اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی تا حد زیادی به اعتماد و میزان آن بستگی دارد، چنان که بدون اعتماد یا ارتباط برقرار نمی‌شود یا این ارتباط بسیار محدود، بدبینانه، شکننده و با احتیاط کامل برقرار می‌شود. از طرفی اعتماد یکی از عناصر جامعه مدنی است و اهمیت بسزایی در توسعه و پیشرفت کشور دارد؛ زیرا همکاری و مشارکت آحاد مردم در امور جامعه به میزان اعتماد متقابل بین آنها و ارکان مختلف حکومتی بستگی دارد. به همین دلیل به مسئولان توصیه می‌شود با فراهم کردن زمینه‌های تأسیس سازمان‌های مردم‌نهاد در حوزه‌های قانون، به گسترش مشارکت مدنی مردم اهتمام ورزند و از سویی با تشکیل احزاب مختلف در دسته‌های گوناگون و در چارچوب قانون اساسی، زمینه مشارکت سیاسی مردم را از طریق فعالیت‌های حزبی و محلی فراهم آورند.

این مقاله از رسانه‌های اجتماعی آنلاین به عنوان ابزار مؤثر در ایجاد مشارکت عمومی شهروندان یاد کرد و کوشید ارتباط آن با مشارکت عمومی شهروندان را روشن کند؛ چراکه با ورود فناوری‌های جدیدی چون رسانه‌های اجتماعی آنلاین، میزان و نوع مشارکت عمومی شهروندان نیز تغییر کرده است. در ادامه با نگاه به این دست از وسایل ارتباط جمعی، تلاش شد رابطه بین مشارکت عمومی و شفافیت و اعتماد عمومی نیز تبیین شود که در مطالعات پیشین با این نگاه به آن پرداخته نشده بود.

از سوی دیگر گسترش روزافزون اینترنت و رسانه‌ها و آگاهی و شناخت مردم نسبت به آن، سبب می‌شود دولت نیز زمینه استفاده از رسانه‌ها را فراهم آورد و به فرهنگ‌سازی متناسب با آرمان‌های انقلاب اسلامی که همانا حاکمیت مردم در حیطه اسلام است، جامه عمل بپوشاند. برای حفظ و افزایش سطح مشارکت عمومی، حکومت، احزاب و نامزدها باید بر کاربرد رسانه‌های اجتماعی آنلاین که رابطه‌ای مثبت و مستقیم با مشارکت عمومی دارند، تأکید ورزند و تا حد امکان از انعکاس منفی آن همچون شایعه‌پراکنی، تخریب یکدیگر و.. که رابطه‌ای منفی و معکوس با مشارکت عمومی دارند، بپرهیزند.

در پایان به پژوهشگران و علاقه‌مندان این حوزه پیشنهاد می‌شود تأثیر سایر نرم‌افزارهای ارتباطی آنلاین بر مشارکت عمومی که این مقاله به آنها اشاره‌ای نکرد را به‌عنوان زمینه‌ای جدید برای پژوهش، مطالعه کنند. همچنین می‌توانند آسیب‌ها و تأثیرهای منفی این رسانه‌ها را نیز بررسی کنند. پژوهش حاضر در سطح دانشجویان دانشگاه تهران اجرا شد، پژوهشگران می‌توانند صحت نتایج این پژوهش را در مطالعه‌ای گسترده‌تر یا در جوامع مطالعاتی دیگر بررسی کنند.

References

- Ahmadi, P. & Ahmadi, GH. (2003). Media and the challenges of identity crisis by futures studies approach. *Second national conference on ayande pajhohi*, yadgar derakhshan aria company. (in Persian)
- Alvani, M. & Danaeifard, H. (2001). Public administration and public trust. *Quarterly Journal of knowledge management*, 55(0): 7-24. (in Persian)
- AmAndolina, M. W., Jenkins, K., Zukin, C. & Keeter, S. (2003). Habits from home, lessons from school: Influences on youth civic engagement. *Political Science and Politics*, 36(02): 275-280.
- Ayatolahzadeh, H & Nargesian, A (2014). Study of its Relationship with public Participation, Public Accountability and Transparency in 3's region of city of Tehran. *Public administration journal*, 6(2). (in Persian)
- Bhattacharya, R., Devinney, T. M. & Pillutla, M. M. (1998). A formal model of trust based on outcomes. *Academy of management review*, 23(3): 459-472.
- Choudhary, A., Hendrix, W., Lee, K., Palsetia, D. & Liao, W. K. (2012). Social media evolution of the Egyptian revolution. *Communications of the ACM*, 55(5): 74-80.
- Eslami, M. (2012). Social networks and their impact on different aspects of life, *First National Congress of cyberspace and social damages novel*. (in Persian)

- Flanagan, C. (2011). *Civic Engagement and~ sychosocial Well-Bemg in College Students*. Liberal Education. Retrierved from: <https://www.aacu.org/publications-research/periodicals/civic-engagement-and-psychosocial-well-being-college-students>.
- Gholipour, A. & Pirannezhad, A. (2007). *Explanation of four-dimensional model of justice in development of self-efficacy in educational institutions. (in Persian)*
- Gil de Zúñiga, H., Jung, N. & Valenzuela, S. (2012). Social media use for news and individuals' social capital, civic engagement and political participation. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17(3): 319-336.
- Gozzo, S. & D'Agata, R. (2010). Social networks and political participation in a Sicilian community context. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 4: 49-58.
- Kaniki, M & Alvandi, P. (2012). Social participating online and development local community in Iran. *Social Welfare Quarterly*, 41(11): 39-67. (in Persian)
- Kavanaugh, A. L., Fox, E. A., Sheetz, S. D., Yang, S., Li, L. T., Shoemaker, D. J & Xie, L. (2012). Social media use by government: From the routine to the critical. *Government Information Quarterly*, 29(4): 480-491.
- Kirkpatrick, D. (2011). Technology social power and the coming corporate revolution why employees and customers will be calling the shots. *Forbes*, 31(2): 291-301.
- Monavarian, A., Nargesian, A., Fatahi, M. & Vasegh, B (2011). The study of realation between public acountibility, public participation & public trust in public organization. *Managment reaserch*, 11(3). (in Persian)
- Rajapat, V. (2009). Social media: Trends & growth of digital media. *Siliconindia*, 12(6): 28-30.
- Rasouli, M. R. & Moradi, M. (2012). *The rate of communication student's coordination in producing social media content. (in Persian)* Ugurlu, H. & Ozutku, F. (2014). An Evaluation on the Use of Social Media in Turkey. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 147: 453-457.
- Valenzuela, S., Arriagada, A. & Scherman, A. (2012). The social media basis of youth protest behavior: The case of Chile. *Journal of Communication*, 62(2): 299-314.
- Waite, B. C. (2010). *Communicator-in-chief: how Barack Obama used new media technology to win the White House*. J. A. Hendricks, & R. E. Denton Jr (Eds.). Lexington Books.

- Warren, A. M., Sulaiman, A. & Jaafar, N.I. (2014). Social media effects on fostering online civic engagement and building citizen trust and trust in institutions. *Government Information Quarterly*, 31(2): 291-301.
- Wart, M. W. & Van Wart, M. (2012) When Public Participation in Administration Leads to Trust. *An Empirical Assessment of Managers' Perceptions*, 32(9): 1433-1449.
- Welch, E.W. (2012). The relationship between transparent and participative government: A study of local governments in the United States. *International Review of Administrative Sciences*, 78(1): 93-115.
- Wicks, R. H., Wicks, J. L., Morimoto, S. A., Maxwell, A. & Schulte, S. R. (2014). Correlates of Political and Civic Engagement among Youth during the Presidential Campaign. *American Behavioral Scientist*, 7: 173-208.
- Ziaei, M., Nargesian, A. & Aibaghi, E. S. (2009). *The role of spiritual leadership on human resource empowerment in the University of Tehran. (in Persian)*