



# Empoderamiento político entre jóvenes votantes: Redes sociales, partidismo y papel moderador del interés político

Political empowerment among young voters: Social media, partisanship and the moderating role of political interest

-  Rehan Tariq. Estudiante de Doctorado, Escuela de Comunicación, Universiti Sains Malaysia, Pulau Pinang (Malasia) (rehantariq@gcu.edu.pk) (<https://orcid.org/0000-0001-7028-4430>)
-  Dr. Fakhta Zeib. Profesor, Departamento de Comunicación de Masas, Universidad de la Escuela de Gobierno, Faisalabad (Pakistán) (zeib@staff.uni-marburg.de) (<https://orcid.org/0000-0002-6889-2995>)

## RESUMEN

A pesar de los recientes esfuerzos para examinar los resultados políticos del uso de las redes sociales, se sabe poco sobre el refuerzo del empoderamiento político. Es vital comprender los elementos que influyen en el nivel de empoderamiento político. Por lo tanto, este documento utilizó una muestra de votantes paquistaníes ( $n=410$ ) del grupo de edad de 18 a 29 años para ofrecer información sobre cómo el uso de las redes sociales junto con otros comportamientos políticos, como el partidismo, la expresión política y el interés político, afectan al empoderamiento político. La Teoría de la Identidad Social (TIS) y la Teoría de la Elección Racional proporcionaron la base teórica para las variables de este estudio. Los análisis estadísticos se realizaron utilizando mínimos cuadrados parciales (PLS) para evaluar los efectos de cuatro variables, es decir, el uso de las redes sociales, el partidismo político, la expresión política y el interés político, en el empoderamiento político. Este estudio hizo una contribución significativa a la literatura de investigación al combinar ambas teorías en un solo marco. El trabajo también amplía la literatura sobre el interés político al introducirlo como moderador entre la relación inconsistente de la expresión política y el empoderamiento político. Los resultados demostraron que el partidismo y el uso de las redes sociales influyeron positivamente en la expresión política entre los votantes jóvenes. Además, el interés político moderó positivamente la relación entre la expresión política y el empoderamiento político.

## ABSTRACT

Despite recent efforts to examine the political outcomes of social media use, little is known about the reinforcement of political empowerment and moderating effect of political interest. It is vital to understand the elements that influence the level of political empowerment. Therefore, this paper used a sample of Pakistani voters ( $n=410$ ) aged 18-29 to offer insight into how social media use alongside other political behaviors, such as partisanship, political expression, and political interest, affect political empowerment. Social Identity Theory (SIT) and rational choice theory provided the theoretical underpinning for the variables of this study. The statistical analyses were performed using Partial Least Squares (PLS) to assess the effects of four variables i.e., social media use, political partisanship, political expression, and political interest, on political empowerment. This study made a significant contribution to the research literature by combining SIT and rational choice theory in one framework. This study also expands the literature on political interest by introducing political interest as a moderator between the inconsistent relationship of political expression and political empowerment. Our results demonstrated that partisanship and social media use positively influenced political expression among young voters. Moreover, political interest positively moderated the relationship between political expression and political empowerment.

## PALABRAS CLAVE | KEYWORDS

Votantes jóvenes, empoderamiento político, redes sociales, partidismo, interés político, expresión política.  
Young voters, political empowerment, social media, partisanship, political interest, political expression.



## 1. Introducción

La viabilidad del discurso político de las redes sociales en la democracia participativa, que conduce a acciones políticas democráticas, ha sido objeto de investigación durante muchos años. Aparte del trabajo teórico, muchos académicos también han intentado establecer una base empírica de la viabilidad de las redes sociales como facilitadores del discurso democrático del público (Boulianne, 2015). Sin embargo, la posición del discurso político de las redes sociales se refuerza en comparación con el discurso político de los medios tradicionales, es decir, la televisión, y su papel en el mantenimiento de los valores políticos democráticos en el contexto social y político de Pakistán. Por ejemplo, muchas influencias y presiones sociales y políticas ponen barreras a la cobertura de las noticias en los medios de comunicación tradicionales para que cumplan su delicado papel de sostener la democracia en Pakistán. Los canales de televisión en Pakistán se gestionan en dos configuraciones diferentes. La televisión nacional de Pakistán está gestionada por el Estado y los canales de televisión privados son de propiedad privada. Los efectos del limitado debate racional independiente pueden observarse especialmente en los medios de comunicación nacionales paquistaníes por ser el portavoz del gobierno, mientras que, en el caso de los medios privados, la situación es un poco diferente, ya que en este caso los medios están controlados principalmente por la publicidad, el gobierno y la propiedad cruzada de los medios (Riaz, 2007). Este discurso mediado no sirve a los valores políticos democráticos y no fomenta la metáfora de la transparencia. Además, los siete años de múltiples regímenes dictatoriales y el limitado alcance de la libertad de expresión han sumido al país en la confusión política y económica.

Durante el resto del periodo, Pakistán se enfrentó a obstáculos en la ejecución del proceso político y en el traspaso fluido de los regímenes democráticos de un partido político a otro. Sin embargo, durante y después de las elecciones de 2013, la transformación de la estructura política de Pakistán proporcionó un amplio espacio a todos los partidos políticos existentes y emergentes. La estructura política de Pakistán se basó durante décadas en el bipartidismo (Liga Musulmana de Pakistán y Partido Popular de Pakistán). Sin embargo, la aparición de un tercer partido político, el Pakistan Tehreek-e-Insaf, transformó la estructura política de Pakistán. Esta transformación se tradujo en la expansión no solo del número de partidos políticos, sino también de la expansión dentro de los partidos políticos. Todas las células de redes sociales de los partidos políticos funcionaban antes de las elecciones de 2013, lo que redujo su dependencia de los medios tradicionales para la cobertura de sus campañas políticas. Los partidos políticos, sus partidarios y los votantes utilizan ampliamente las plataformas de las redes sociales para su expresión política (Zeib, 2022). No obstante, la aparición de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación exige reexaminar la cultura participativa tradicional y crear nuevos espacios de debate público para fomentar la política democrática.

### 1.1. Antecedentes de la capacitación política

El estudio se basa en dos argumentos sobre la relación de la expresión política y el empoderamiento político. En primer lugar, el estudio mide los efectos del uso de las redes sociales y el partidismo político en la expresión política, y, en segundo lugar, que la expresión política mejora el empoderamiento político entre los jóvenes bajo la condición del interés político como factor moderador. De hecho, hemos encontrado fuertes evidencias de que la expresión política en las redes sociales es un predictor muy sustancial del empoderamiento político de los usuarios (Loader et al., 2014). Sin embargo, la cuestión sobre la fuerza de esta relación y bajo qué condiciones existe tiene una importancia fundamental en una estructura democrática de cualquier país. El sistema político de Pakistán está potencialmente influenciado por las fuertes afiliaciones políticas de los votantes. Los votantes en general de Pakistán siguen mostrando su afiliación a los partidos políticos para la participación política democrática y la otra cara de la moneda es que los partidos políticos también fortalecen su base partidaria con sus partidarios y votantes (Tariq et al., 2022).

Existe un creciente interés académico en explorar cómo cambia la dinámica de la comunicación política cuando es comunicada por un yo políticamente interesado. Los que tienen un mayor nivel de interés político pueden producir más empoderamiento político que los que tienen un menor nivel de interés político o no tienen ningún interés político (Maurissen, 2020). Dada la proposición anterior, la

erudición discutida en el estudio se basa en una relación inconsistente entre la expresión política y el empoderamiento político de los usuarios. No obstante, el objetivo principal de este estudio es investigar la relación incoherente entre la expresión política y el empoderamiento político, lo que obligó a los investigadores a explorar el interés político, que posiblemente pueda mejorar la eficacia de la expresión política para el empoderamiento político.

Sin embargo, este estudio en curso está diseñado para saber si la expresión política en las redes sociales y la expresión política basada en el partido aumentan el empoderamiento político de los jóvenes y, además, si el aumento del empoderamiento político está sujeto a los efectos moderadores del interés político. Por eso, proponemos las siguientes hipótesis.

- H1: El uso de las redes sociales tiene una relación positiva directa con la expresión política de los jóvenes.
- H2: El partidismo tiene una relación positiva directa con la expresión política de los jóvenes.
- H3: La expresión política tiene un vínculo positivo directo con la capacitación política de los jóvenes.
- H4: La relación entre la expresión política y el empoderamiento político está moderada positivamente por el interés político.

## 2. Fundamentos teóricos

La teoría de la elección racional postula que los comportamientos económicos y sociales de los individuos se basan en sus propios intereses. Las personas seleccionan entre muchas opciones y hacen una elección deliberada comparando costes y beneficios en lugar de lo que los psicólogos denominan decisiones inconscientes o semirracionales. Muchos sociólogos adaptaron la teoría de la elección racional para explicar los intercambios sociales, es decir, el cálculo de costes y recompensas en las relaciones sociales impulsa los comportamientos sociales (Blau, 1964; Homans, 1958). Sin embargo, Harrop y Miller (1987) explican el fenómeno de la elección racional en el partidismo y argumentan que el partidismo influye en el comportamiento de voto de un individuo cuando la afiliación al partido, que ya se basa en el interés propio del individuo, está de acuerdo con las propuestas políticas de un partido político. Ponen las bases del partidismo político en las decisiones racionales de los votantes. Además, explican que las personas toman decisiones deliberadas sobre la base de elecciones racionales, teniendo una justificación detrás de cada decisión. En este marco, creemos que, en una estructura democrática, los valores políticos como el pensamiento político liberal e independiente y la independencia a la hora de elegir en el proceso de toma de decisiones (elecciones racionales) también deberían prevalecer en el sistema político del país, lo cual es básicamente argumentado por los teóricos de la elección racional.

La capacidad de los ciudadanos para evaluar la calidad democrática del proceso político es un factor determinante del interés político. Por un lado, si la deliberación mejora el empoderamiento político de los ciudadanos, también requiere un interés político para el proceso de deliberación (Morrell, 2005). Por lo tanto, esperamos que, si los ciudadanos tienen más interés político, muestren más poder político tomando decisiones racionales.

La base teórica del fenómeno del partidismo se establece en la Social Identity Theory (SIT) de Henry Tajfil, desarrollada en 1974. La teoría explica los aspectos conductuales de la pertenencia al grupo de un miembro individual (Tajfel, 1974). La SIT explica el proceso cognitivo del yo interior de un individuo y la motivación conductual relacionada en un grupo como resultado. En la estructura política democrática de cualquier país, la gente quiere identificarse con una determinada afiliación política. El deseo de vincularse a diferentes grupos sociales y políticos es un instinto humano. El partidismo ocupa un lugar muy significativo en la vida política de una persona que sigue evolucionando con más fuerza en la vida de un joven (Shively, 1979). Debido a las lealtades partidistas, el impacto del partidismo político es muy profundo, ya que se transmite de una generación a la siguiente.

Retomando la posición de los procesos identificados por la SIT, el partidismo político tiene el valor de ejecución que motiva a los partidarios a comportarse de una manera particular asociada a los grupos políticos. Aunque los miembros de los grupos políticos están más vinculados por asociaciones ideológicas que por vínculos de proximidad, comparten puntos de vista e intereses comunes en su círculo grupal.

Por otro lado, los miembros, que tienen alguna afiliación ideológica, tratan de buscar a las personas de los mismos rasgos, comportamientos y puntos de vista que se encuentran en los partidarios del grupo y animan a los otros miembros a buscar actualizaciones políticas (Großer & Schram, 2006).

### 3. Revisión de literatura

La relación de la expresión política en las redes sociales con la eficacia política ha sido objeto de una considerable atención por parte de los estudiosos de la comunicación en todo el mundo. Los estudios más recientes se centran en el discurso político de las redes sociales para la conciencia y el empoderamiento político de los jóvenes, la búsqueda de noticias, las campañas políticas y las actividades políticas en línea y fuera de línea (Ahmad et al., 2020), algunos de ellos utilizando datos transversales y otros utilizando datos de panel.

Sin embargo, durante el proceso de revisión sistemática de la literatura relevante, reflexionamos sobre las tendencias de investigación anteriores y recientes en los estudios de medios, comunicación y ciencias políticas. La erudición sobre este tema se apoya en una plétora de estudios basados en tres supuestos teóricos. La primera hipótesis se refiere a la relación de los medios de comunicación social y la expresión política de base partidista con el empoderamiento político. La segunda trata de la relación causal pero inconsistente entre la expresión política y el empoderamiento político, y la tercera, de las variables moderadoras en la relación de la expresión política y el empoderamiento político.

#### 3.1. El uso de las redes sociales fomenta la expresión política

El uso de las redes sociales se refiere al uso intencionado y frecuente de las redes sociales para obtener información política (Zolkepli et al., 2018). Lo conectamos con la información política para desarrollar una comprensión de las cuestiones políticas. Los sitios web populares de las redes sociales han iniciado un nuevo escenario de debates, charlas y otras formas de expresión. La expresión política se refiere a expresar las emociones y los sentimientos personales sobre la política a través de diversas herramientas de las redes sociales (Chen & Chan, 2017).

La capacidad de las redes sociales para mejorar los resultados predecibles de la expresión individual al comunicarla a un número ilimitado de miembros de la red de forma inmediata, ha hecho que ocupe un lugar único en la investigación de la comunicación (Gil-de-Zúñiga et al., 2014). Además, las generaciones más jóvenes tienden a utilizar las redes sociales de forma más consistente para la participación activa y la integración social (Colás-Bravo et al., 2013).

El rápido crecimiento de los cambios tecnológicos en los medios digitales ha abierto las oportunidades de expresión política también para los jóvenes de Pakistán. Casi todos los partidos y candidatos políticos tienen cuentas en las redes sociales y comparten varias publicaciones y tuits al día. Además, los jóvenes votantes hacen un uso importante de las redes sociales para buscar información política y debatir y compartir opiniones políticas (Ali & Fátima, 2016). Skoric et al. (2016) iniciaron una investigación empírica sobre el papel del uso de las redes sociales en el fomento de la expresión política de los usuarios en el Asia confuciana. Descubrieron que el uso de las redes sociales anima a los usuarios a compartir su yo político y a expresar sus opiniones en las redes sociales.

#### 3.2. El partidismo político fomenta la expresión política

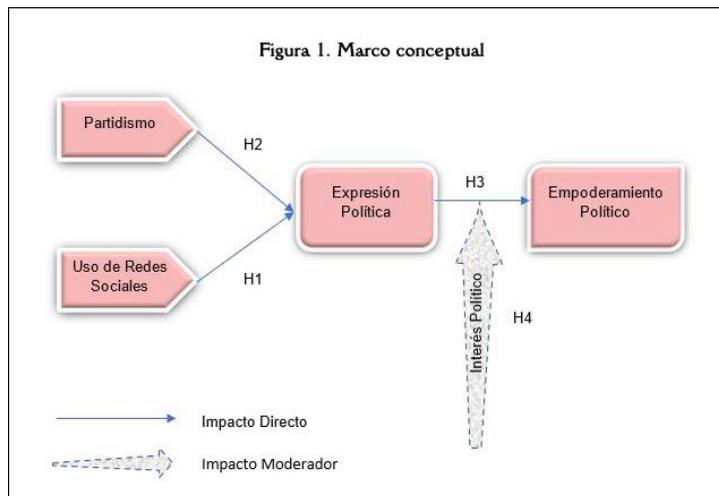
La investigación describe que aquellos que tienen un fuerte partidismo o puntos de vista ideológicos políticamente extremos tienden a expresarse políticamente más a través de varias plataformas en línea y fuera de línea que aquellos con un bajo nivel de partidismo o con no partidismo (Moffett & Rice, 2018). El partidismo se refiere al sentido de cercanía y apego del individuo hacia un partido político en particular (Huddy et al., 2010). Estar identificado con un partido político muestra un fuerte sentimiento de apego psicológico a ese partido político. Además, estas expresiones asociadas a las identificaciones partidistas se relacionan positivamente con un aumento del empoderamiento político de los individuos y la motivación para participar en actividades políticas (Dancey & Goren, 2010). Sin embargo, los partidarios débiles o moderados eran menos propensos a expresar sus opiniones minoritarias en Facebook debido a la diferencia de opinión con los que son mayoritarios (Kim, 2018). Teniendo en cuenta los efectos de moderación de un mayor acuerdo entre cohortes y una mayor confianza en los partidos políticos, un fuerte

partidismo político también mejora el compromiso cognitivo y de comportamiento en los debates políticos y las diversas formas de expresión en línea (Chan, 2018).

### 3.3. Relación inconsistente entre la expresión política y el empoderamiento político

Hasta ahora, la literatura académica fluctúa entre una visión excesivamente optimista de los efectos políticos de las redes sociales y una evaluación crítica del uso de estas plataformas. Existe un considerable número de investigaciones que demuestran que los efectos del uso de las redes sociales en el empoderamiento político son desiguales y difícilmente simétricos, y que los efectos varían en función del contexto, los factores que intervienen, la demografía, etc. El empoderamiento político es un fenómeno psicológico (Spreitzer, 1995) que se refiere a la capacidad de los ciudadanos para analizar las cuestiones políticas, tomar decisiones políticas y ejercer su capacidad de organizar y movilizar a la comunidad de forma libre e independiente (van-Dop et al., 2016). Según Boulianne (2015), los efectos de la expresión política en las redes sociales varían entre los jóvenes y la población general, los diferentes tipos de usuarios, el uso activo y pasivo de las redes sociales, los usos basados en los intereses, y para los datos transversales y de panel. Sin embargo, un examen exhaustivo de la investigación mencionada divulga que existen carencias sustanciales en la literatura, específicamente en lo que respecta al uso de variables intervinientes, que pueden ayudar a mejorar el efecto de la variable explicativa.

Hasta ahora, hemos llegado a la conclusión de que la comunidad científica tiene un consenso compartido sobre la relación de la expresión política y sus efectos en el empoderamiento político de los usuarios. Sin embargo, la confirmación sobre la fuerza de esta relación, es decir, fuerte o débil, la dirección de la relación, es decir, positiva o negativa, y si se trata de una relación directa o indirecta aún no está clara (Boulianne, 2015). Muchos estudios, a pesar de tener una relación positiva entre la expresión política y el empoderamiento político, no pudieron explicar una alta varianza (Gil-de-Zúñiga et al., 2014). La cuestión central aquí es si los efectos están relacionados principalmente con el uso de los medios digitales o si están asociados a las personas que están más interesadas políticamente. Este argumento, en primer lugar, muestra la relación inconsistente o desencadenante de las expresiones políticas con el empoderamiento político en la que coinciden muchos investigadores y, en segundo lugar, explica la importancia de la moderación del interés político entre esta relación inconsistente.



El interés político se refiere a la atención personal hacia las noticias políticas y los asuntos de actualidad con la observación aguda de las actividades políticas y la búsqueda de información política a partir de una comunicación cotidiana (Himelboim et al., 2012). Muchos estudiosos de la comunicación contemporánea refutan el interés político como clave para el mantenimiento de la democracia y consideran que el interés político es un precursor decisivo de la eficacia política, es decir, de la autocomprensión de las capacidades políticas y de que las propias acciones políticas afectan al proceso político (Prior, 2019). Kalogeropoulos et al. (2017) encontraron una espiral positiva de refuerzo y sugieren que los ciudadanos altamente motivados

o políticamente activos son más propensos a entrar en largas discusiones y a comentar las publicaciones de otros, lo que requiere principalmente el interés político para procesar la información. Nuestro estudio implica que, si el interés político puede resultar una variable explicativa eficaz, también puede ser una variable moderadora eficaz.

Sin embargo, este artículo se basa en la pregunta «¿Puede el interés político del individuo mejorar la capacidad de expresión política para el empoderamiento político de los jóvenes?» especificando que se espera que la expresión política efectiva tenga una fuerte relación con el empoderamiento político, que es moderado por el interés político para lograr los objetivos deseados.

No obstante, Bimber et al. (2015) revelaron argumentos contradictorios y encontraron una relación positiva y consistente del uso de los medios digitales con las conversaciones políticas y el voto por tener un menor interés político. Sin embargo, creemos que la relación negativa muestra una implicación igualmente efectiva del interés político como una importante variable moderadora.

Por lo tanto, a la par de los argumentos mencionados y a la luz de la literatura anterior, la viabilidad de las redes sociales o de la expresión política basada en el partido para los modelos de empoderamiento político se debilita, declinando el paradigma directo de la expresión política y el empoderamiento y compromiso político. En consecuencia, encontramos una gran coincidencia en una variable moderadora sustancial del interés político como mecanismo legitimador importante. Basándonos en la literatura anterior y en las hipótesis mencionadas, diseñamos el siguiente marco conceptual, tal y como se muestra en la Figura 1.

## 4. Métodos y medidas

### 4.1. Marco y diseño del estudio

Debido a la creciente importancia de la juventud en Pakistán, nos hemos centrado en los jóvenes votantes como unidad de análisis en este estudio. Según el Ministerio de Asuntos de la Juventud de Pakistán, las personas de entre 15 y 29 años se consideran jóvenes (Ashraf et al., 2013). Sin embargo, la edad para votar en Pakistán comienza a partir de los 18 años, por lo que se consideraron como población de estudio las personas de entre 18 y 29 años. Según el último censo de población, la población total de Pakistán es de 207.774.520 personas.

Los jóvenes votantes comprenden el 29% de la población total, que es aproximadamente 60.254.611 (Naciones Unidas para el Desarrollo Pakistán, 2018). Para determinar el tamaño de la muestra y demostrar resultados seguros, combinamos el análisis de potencia G con la fórmula de Krejcie y Morgan (1970). G-power 3.1.9.7 determinó un tamaño de muestra de 85 para cuatro predictores. Se calcula una potencia de 0,80 para este tamaño de muestra. Como la población del estudio era heterogénea, para obtener la máxima potencia se recomienda aumentar el tamaño de la muestra (Hair et al., 2019). Aquí, aplicamos la fórmula de Krejcie y Morgan (1970) y aumentamos el tamaño de la muestra a 385. Recibimos 410 respuestas utilizables que arrojan una potencia de 0,9, lo que es suficiente para afirmar que los resultados son seguros.

Debido a la propagación de la COVID-19, recogimos los datos a través de una encuesta en línea utilizando un muestreo de bola de nieve que es apropiado en ausencia de un marco muestral (Bobbie, 2013). Se tardó cuatro meses en recoger los datos de la encuesta, de julio a octubre de 2020. Sarstedt et al. (2019) informaron que el muestreo de bola de nieve produce un sesgo en la muestra y un problema de generalizabilidad. Para abordar estas cuestiones, se recomienda aumentar el tamaño de la muestra y comparar la proporción de sexos en la demografía de la muestra con la proporción de las estadísticas de la población nacional. El análisis del poder G, la proporción de hombres y mujeres en los datos demográficos demuestra la verdadera representación de la población de Pakistán (Tabla 1). Por lo tanto, se abordaron las cuestiones de la representación real y el sesgo de la muestra.

### 4.2. Medición

La respuesta de los participantes se registró en una escala Likert de 5 puntos. Para el uso de las redes sociales, el interés político y el empoderamiento político la escala oscilaba entre «totalmente en desacuerdo» y «totalmente de acuerdo». Sin embargo, para el partidismo la escala iba de «débil» a «extremadamente fuerte», y para la expresión política de «nunca» a «todas las veces».

Los ítems de uso de las redes sociales se adaptaron de la investigación de Zolkepli et al. (2018), ítems de interés político de Bimber et al. (2015), Becker y Copeland (2016) y Himelboim et al. (2012), ítems de empoderamiento político de van-Dop et al. (2016) y Spreitzer (1995), los ítems de partidismo de Huddy et al. (2010) y Chan (2018), y los ítems de expresión política de Gil-de-Zúñiga et al. (2014) y Chen y Chan (2017).

Aunque todos los ítems para medir las variables se adaptaron a partir de investigaciones anteriores, aún así pasamos por un riguroso proceso de validación.

Se consultó a un grupo de expertos compuesto por tres académicos. Sus comentarios se incorporaron para modificar los artículos. A continuación, realizamos un estudio piloto entre 50 encuestados. Los resultados del estudio piloto nos ayudaron a perfeccionar la escala de medición para este estudio.

## 5. Resultados

### 5.1. Datos demográficos

Los datos demográficos muestran que la mayoría de los participantes eran hombres (52,20%), seguidos de las mujeres (47,80%). Las estadísticas sobre los usuarios de las redes sociales en el mundo respaldan estos resultados (Barnhart, 2021). El grupo más numeroso (43,20%) de los encuestados tenía entre 22 y 25 años, lo que coincide con el estudio anterior que mostraba que el mayor porcentaje de usuarios jóvenes de las redes sociales tenía entre 21 y 25 años en Pakistán (Zulqarnain & Taimur-ul-Hassan, 2017). La Tabla 1 presenta detalles demográficos, así como características interesantes de la población pakistani publicadas por el gobierno de Pakistán que hacen referencia a nuestros hallazgos.

Tabla 1. Datos demográficos (n=410)			
	Descripción	Porcentaje (%)	Población nacional (%) (Oficina de Estadísticas de Pakistán, 2021)
Género	Hombre	52,20	51,02
	Mujer	47,80	48,98
Edad	18-21	21,70	De 18 a 29 años 29
	22-25	43,20	
	26-29	35,10	
Nivel de educación	Menos de la secundaria	1,20	Tasa de alfabetización 60
	Secundaria	8,30	
	Educación superior religiosa	1,50	
	Licenciatura	47,10	
	Máster	39,30	
	Doctorado	1,00	
Profesión	Prefiero no contestar	1,70	Desempleo de la población activa 6,30
	Jornada Completa	32,00	
	A media jornada	6,10	
	Autónomo	8,00	
	Estudiante	36,60	
	Desempleado	10,5	
Salario (PKR)	Prefiero no contestar	6,80	Ingreso medio mensual por familia Rs 41545
	Menos de 25.000	21,00	
	25.001 a 50.000	32,20	
	50.001 a 75.000	17,10	
	75.001 a 100.000	11,20	
	Más de 100.000	18,50	

La validación del modelo de medición y estructural para el análisis de trayectorias PLS se llevó a cabo empleando Smart PLS 3.3.3. Para evaluar la colinealidad de los datos de una sola fuente se midió el factor de inflación de la varianza (FIV) y se encontró el FIV entre el rango aceptable de cinco o menos ( $FIV \leq 5$ ) según las indicaciones de Hair et al. (2017).

### 5.2. Evaluación del modelo de medición

Se aplicó el criterio de fiabilidad de consistencia interna, validez convergente y validez discriminante para la evaluación del modelo de medición (Hair et al., 2017). Los criterios para determinar la fiabilidad de consistencia interna se etiquetan como alfa de Cronbach ( $\alpha > 0,60$ ), fiabilidad compuesta ( $FC > 0,70$ ) y rho de Henseler ( $\rho A > 0,70$ ) (Ramayah et al., 2018), que se ilustran en la Tabla 2.

Para evaluar la validez convergente del constructo se recomiendan las cargas externas de los indicadores y la varianza media extraída (VME). En este estudio, mantuvimos los ítems con una carga superior a 0,60. Se eliminaron únicamente los ítems necesarios para cumplir con el criterio de la Varianza Media Extraída ( $VME > 0,50$ ) o con la carga inferior a 0,5 (Hair et al., 2017). Siguiendo estos pasos, se eliminó EMP4 con carga 0,629 para establecer el criterio VME de validez convergente para el empoderamiento político. Todos los valores relevantes para la validez convergente figuran en la Tabla 2.

Constructo	Ítems	Cargas	AC	rho_A	CR	VME
PTS	PTS1	0,761	0,864	0,866	0,896	0,552
	PTS2	0,786				
	PTS3	0,716				
	PTS4	0,710				
	PTS5	0,794				
	PTS6	0,760				
	PTS7	0,666				
URS	URS1	0,637	0,800	0,811	0,856	0,500
	URS2	0,690				
	URS3	0,772				
	URS4	0,785				
	URS5	0,639				
	URS6	0,706				
EXP	EXP1	0,774	0,869	0,878	0,897	0,522
	EXP2	0,813				
	EXP3	0,768				
	EXP4	0,697				
	EXP5	0,735				
	EXP6	0,687				
	EXP7	0,678				
	EXP8	0,607				
IP	IP1	0,856	0,848	0,850	0,892	0,625
	IP2	0,792				
	IP3	0,826				
	IP4	0,691				
	IP5	0,778				
EMP	EMP1	0,704	0,816	0,824	0,865	0,516
	EMP2	0,796				
	EMP3	0,672				
	EMP5	0,716				
	EMP6	0,698				
	EMP7	0,719				

Nota. EMP (Empoderamiento Político), EXP (Expresión Política), IP (Interés Político), PTS (Partidismo), URS (Uso de las Redes Sociales), AC (Alfa de Cronbach), FC (Fiabilidad Compuesta), VME (Varianza Media Extraída).

La validez discriminante garantiza que cada constructo es único y mide empíricamente un fenómeno diferente de otros constructos del mismo marco. Utilizamos el criterio tradicional de Fornell y Larcker (1981) y el criterio Heterotrait-Monotrait (HTMT) para evaluar la validez discriminante.

Según Fornell y Larcker la validez discriminante se establece si los valores de la diagonal de cada constructo son mayores que sus correspondientes coeficientes de correlación. Para la relación de correlaciones Heterotrait-Monotrait (HTMT), Henseler et al. (2015), en un debate sobre el nivel de umbral HTMT, afirmaron que es discutible. En este estudio, siguiendo la recomendación de Gold et al. (2001) y Teo et al. (2008), consideramos 0,90 (HTMT0,90) como nivel umbral y cumplimos la validez discriminante (Tabla 3).

	Criterio Fornell-Larcker					Criterio HTMT				
	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
1.EMP	0,719									
2.EXP	0,376	0,722				0,429				
3.IP	0,562	0,393	0,791			0,649	0,450			
4.PTS	0,320	0,445	0,398	0,743		0,365	0,493	0,461		
5.URS	0,546	0,359	0,591	0,339	0,707	0,657	0,410	0,720	0,403	

Nota. EMP (Empoderamiento Político), EXP (Expresión Política), IP (Interés Político), PTS (Partidismo), URS (Uso de las Redes Sociales).

### 5.3. Evaluación del modelo estructural

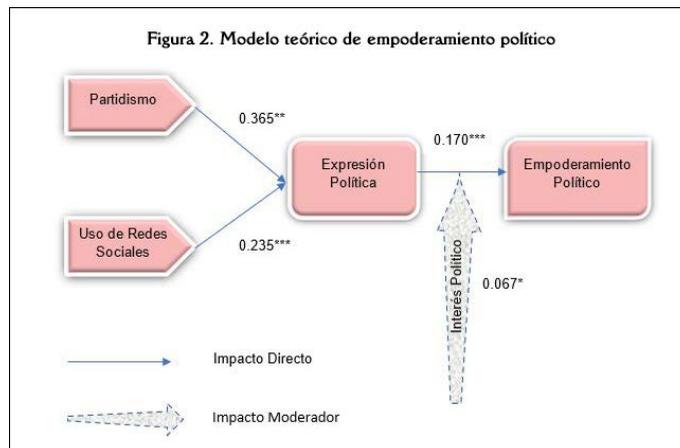
Tras cumplir los requisitos, evaluamos el modelo estructural para medir la capacidad de predicción del modelo y la relación entre los constructos (Hair et al., 2017). Para comprobar la importancia de la relación, seguimos la directriz de Ramayah et al. (2018) y realizamos un bootstrapping de 410 casos con

5.000 muestras. Los resultados de las relaciones directas e indirectas en el análisis del camino estructural, referidos a los jóvenes votantes paquistaníes, se presentan en la Tabla 4. Encontramos una relación positiva y significativa entre el uso de las redes sociales y la expresión política ( $\beta=0,235$ ,  $p=0,000$ ,  $t=5,182$ ). Por lo tanto, el H1 se aseguró un apoyo sustancial. El coeficiente de trayectoria entre el partidismo y la expresión política ( $\beta=0,365$ ,  $p=0,000$ ,  $t=8,563$ ) fue positivo y significativo. El resultado es favorable a H2 y sugiere que los encuestados con comportamiento partidista tienen tendencia a la expresión política. Asimismo, la expresión política resultó ser un predictor positivo del empoderamiento político ( $\beta=0,160$ ,  $p=0,000$ ,  $t=3,727$ ). Por lo tanto, también se respaldó H3. Además de los valores  $\beta$ ,  $p$  y  $t$ , los resultados del intervalo de confianza corregido por el sesgo (CIBC por sus siglas en inglés) también son necesarios para informar sobre la fuerza del análisis de la trayectoria (Rasoolimanesh et al., 2021). La significación de la relación se determina si el cero «0» no cae entre los niveles inferior y superior del intervalo de confianza (Ramayah et al., 2018). Los resultados de la Tabla 4 ilustran que H1, H2 y H3 cumplen el criterio CIBC.

Relaciones	$\beta$	Valor-t	Valor-p	CIBC	Apoyo
				LL=5%, UL=95%	
URS -> EXP	0,235	5,182	0,000***	[0,151, 0,303]	Sí
PTS -> EXP	0,365	8,563	0,000***	[0,289, 0,430]	Sí
EXP -> EMP	0,170	3,727	0,000***	[0,093, 0,241]	Sí
EXP*IP -> EMP	0,067	1,847	0,032*	[0,008, 0,126]	Sí

Nota. Los valores  $\beta$ , los valores  $t$  y los valores  $p$  se calcularon mediante bootstrapping con 5.000 muestras. \* $p<0,05$ , \*\* $p<0,01$ , \*\*\* $p<0,001$ .

Probamos una relación de efecto indirecto para determinar el papel moderador del interés político entre la expresión política y el empoderamiento político. Los resultados revelaron que el interés político es un moderador significativo entre la expresión política y el empoderamiento político ( $\beta=0,067$ ,  $p=0,032$ ,  $t=1,847$ ). Por lo tanto, también se apoyó H4. Los resultados de las hipótesis indirectas sugieren que el interés político como moderador refuerza esta relación. Además, los resultados de este estudio revelaron que la variable de resultado del marco tiene un coeficiente de determinación ( $R^2$ ) moderado.  $R^2$  describe el porcentaje de la varianza de la variable dependiente debida a las variables de predicción. En este estudio, el valor  $R^2$  para el empoderamiento político fue de 0,345 (Figura 2), lo que indica una precisión predictiva moderada y satisfactoria del modelo (Hair et al., 2017).



## 6. Discusión

El objetivo de este artículo es explorar la cuestión principal de la investigación: «si el interés político modera o potencia el efecto de la expresión política en el empoderamiento político de los jóvenes». El estudio también constituye otras tres vías de relación. En primer lugar, explora la relación directa de las redes sociales con la expresión política. En segundo lugar, descubre la relación del partidismo político y la expresión política. En tercer lugar, indaga sobre los efectos de la expresión política en la capacitación política de los jóvenes. El estudio se estructura a partir del marco teórico de la teoría de la elección racional de los trabajos de George C. Homans (1958), Peter Blau (1964), y la teoría de la identidad social

de Tajfel (1974). Se han llevado a cabo múltiples procedimientos estadísticos para medir la dirección, la importancia y la fuerza de las relaciones. Los hallazgos identificaron una trayectoria positiva y significativa para las relaciones del uso de las redes sociales con la expresión política, lo que es respaldado por muchos estudios anteriores y contemporáneos (Bimber et al., 2015). Los resultados del estudio también sugieren una relación positiva y significativa de la afiliación partidista de los jóvenes con su expresión política. Varios estudios relevantes respaldan estas conclusiones. El partidismo ha demostrado ser una variable clave que fomenta la expresión política en diversos temas políticos (Dancey & Goren, 2010; Kim, 2018). Estos estudios se llevaron a cabo en los entornos políticos estables y las democracias fuertes de Estados Unidos y Corea del Sur. Sin embargo, el mismo resultado en el caso de la democracia en desarrollo de Pakistán en un entorno político turbulento demuestra la consistencia del partidismo para influir en la expresión política. Además, los resultados muestran que la expresión política en cualquiera de sus formas aumenta la probabilidad de empoderamiento político de los jóvenes.

El objetivo de este estudio era explorar los dos requisitos del marco teórico general. Los resultados del estudio están suficientemente en consonancia con la teoría de la elección racional, que plantea una gran confianza en las decisiones deliberadas del individuo en materia de selección. Los resultados sugieren que el interés político es un moderador sustancial que potencia el efecto de la expresión política en la capacitación política de los jóvenes. Por su parte, la teoría sobre el partidismo, es decir, la SIT, recuerda la posición de comportamiento de un individuo como cohorte. Es más probable que se expresen en un entorno del grupo que tiene una ideología similar. El partidismo político tiende a mostrar las mismas normas políticas en los grupos políticos de la misma ideología que sugiere la SIT.

En Pakistán está muy extendida la creencia de que los jóvenes con estudios, sobre todo las mujeres, se desinteresan por la política. Hay múltiples explicaciones para esta inactividad política. La ausencia de formación política en forma de sindicatos estudiantiles, la debilidad de las condiciones económicas, la victimización política por parte de las instituciones y el uso intensivo de las pantallas son algunas de las razones que se presentan sistemáticamente (Hassan & Sabir, 2020). En cambio, los resultados de este estudio negaron todo esto. La mayoría de los participantes en esta investigación eran licenciados universitarios, el 47,80% eran mujeres y casi todos eran usuarios frecuentes de las redes sociales. Teniendo en cuenta todas las posibles razones para la desactivación política, como se ha mencionado anteriormente, los resultados de este estudio revelaron que el interés político de los encuestados desarrolla el sentido de empoderamiento político entre los usuarios de las redes sociales. De la discusión anterior concluimos que, si el objetivo es establecer una estructura política democrática en el país y la fuerza democrática de los ciudadanos para la estabilidad de la configuración política, el interés político es un elemento muy sustancial para catalizar el empoderamiento político de los jóvenes. Aunque el papel del interés político en la configuración de los comportamientos políticos se ha estudiado en el pasado, su papel moderador en la mejora de la capacitación política y en el contexto de Pakistán era novedoso en la literatura.

Basándose en la presente investigación, que destaca principalmente la importancia de las redes sociales en la democracia y su efecto en el empoderamiento político, se determina también la importancia de la expresión política para el empoderamiento político. Este estudio sugiere que los responsables políticos de Pakistán deberían fomentar las redes sociales y los foros políticos para que los ciudadanos puedan expresarse al máximo.

## 7. Limitaciones y recomendaciones

La principal limitación de este estudio está relacionada con los problemas de recogida de datos causados por la pandemia de COVID-19. En un principio, se pretendía adoptar un enfoque de muestreo por conglomerados multietapa para la recogida de datos. Esta técnica requería una administración física que no era viable en ese momento. Para superar este obstáculo, aplicamos el muestreo de bola de nieve, que supuso un cambio en el método de recogida de datos predeterminado. En segundo lugar, este estudio es transversal. Si los datos se recogen en un diseño de investigación longitudinal durante y después de las elecciones, los resultados pueden variar. La recogida de datos durante la campaña electoral ayudará a dilucidar los efectos de las campañas políticas negativas y positivas. En cuanto a la distribución demográfica de la población pakistaní, el 62,60% de la población del país vive en zonas rurales y el 37,40% en zonas

urbanas (Banco Mundial, 2021). Por ello, este estudio recomienda a los futuros investigadores que lleven a cabo un análisis multigrupo (AMG) para comparar las características políticas de la población rural y urbana de Pakistán.

### Contribución de Autores

Idea, T.R, Z.F; Revisión de literatura (estado del arte), Z.F; Marco teórico, Z.F; Metodología, T.R; Análisis de datos, T.R; Resultados, T.R; Discusión y conclusiones, T.R, Z.F; Redacción (borrador original), T.R, Z.F; Revisiones Finales, T.R., Z.F; Diseño del proyecto, T.R., Z.F.

### Referencias

- Ahmad, A., Bhatti, M.I., & Yousaf, F.F. (2020). Whom to vote? Socio-psychological factors influencing voting behavior in Rural Punjab. *Pakistan. Sir Syed Journal of Education & Social Research*, 3(2), 9-15. [https://doi.org/10.36902/sjesr-vol3-iss2-2020\(9-15\)](https://doi.org/10.36902/sjesr-vol3-iss2-2020(9-15))
- Ali, F., Rasoolimanesh, S.M., Sarstedt, M., Ringle, C.M., & Ryu, K. (2018). An assessment of the use of partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM) in hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 30(1), 514-538. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2016-0568>
- Ali, R., & Fatima, A. (2016). Social media, newspapers and political awareness of youth in Pakistan. *Pakistan Library & Information Science Journal*, 47(1), 30-41. <https://bit.ly/3bkxuHY>
- Ashraf, D., Ali, T., & Hosain, A. (2013). Youth development and education in Pakistan: Exploring the relationship. *Sisyphus: Journal of Education*, 1(2), 162-192. <https://bit.ly/3cCT76I>
- Barnhart, B. (2021). *Social media demographics to inform your brand's strategy in 2021*. Sprout Social. <https://bit.ly/3S6i7DD>
- Becker, A.B., & Copeland, L. (2016). Networked publics: How connective social media use facilitates political consumerism among LGBT Americans. *Journal of Information Technology & Politics*, 13(1), 22-36. <https://doi.org/10.1080/19331681.2015.1131655>
- Bimber, B., Cunill, M.C., Copeland, L., & Gibson, R. (2015). Digital media and political participation: The moderating role of political interest across acts and over time. *Social Science Computer Review*, 33(1), 21-42. <https://doi.org/10.1177/0894439314526559>
- Blau, P.M. (1964). Justice in social exchange. *Sociological Inquiry*, 34(2), 193-206. <https://doi.org/10.1111/j.1475-682X.1964.tb00583.x>
- Bobbie, E. (2013). *The practice of social research*. Pearson Education Limited.
- Boulianne, S. (2015). Social media use and participation: A meta-analysis of current research. *Information, Communication and Society*, 18, 524-538. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2015.1008542>
- Chan, M. (2018). Partisan strength and social media use among voters during the 2016 Hong Kong legislative council election: Examining the roles of ambivalence and disagreement. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 95(2), 343-362. <https://doi.org/10.1177/1077699017750857>
- Chen, Z., & Chan, M. (2017). Motivations for social media use and impact on political participation in China: A cognitive and communication mediation approach. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 20(2), 83-90. <https://doi.org/10.1089/cyber.2016.0174>
- Colás-Bravo, P., González-Ramírez, T., & De-Pablos-Pons, J. (2013). Young people and social networks: Motivations and preferred uses. [Juventud y redes sociales: Motivaciones y usos preferentes]. *Comunicar*, 40, 15-23. <https://doi.org/10.3916/C40-2013-02-01>
- Dancey, L., & Goren, P. (2010). Party identification, issue attitudes, and the dynamics of political debate. *American Journal of Political Science*, 54(3), 686-699. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5907.2010.00454.x>
- Foos, F., & De-Rooij, E.A. (2017). The role of partisan cues in voter mobilization campaigns: Evidence from a randomized field experiment. *Electoral Studies*, 45, 63-74. <https://doi.org/10.1016/j.electstud.2016.11.010>
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. <https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Gil-De-Zúñiga, H., Copeland, L., & Bimber, B. (2014). Political consumerism: Civic engagement and the social media connection. *New Media and Society*, 16(3), 488-506. <https://doi.org/10.1177/1461444813487960>
- Gil-De-Zúñiga, H., Molyneux, L., & Zheng, P. (2014). Social media, political expression, and political participation: Panel analysis of lagged and concurrent relationships. *Journal of Communication*, 64(4), 612-634. <https://doi.org/10.1111/jcom.12103>
- Gold, A.H., Malhotra, A., & Segars, A.H. (2001). Knowledge management: An organizational capabilities perspective. *Journal of Management Information Systems*, 18(1), 185-214. <https://doi.org/10.1080/07421222.2001.11045669>
- Großer, J., & Schram, A. (2006). Neighborhood information exchange and voter participation: An experimental study. *American Political Science Review*, 100(2), 235-248. <https://doi.org/10.1017/S0003055406062137>
- Hair, J.F., Hault, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. SAGE Publications Inc. <https://bit.ly/3Saj4Lc>
- Hair, J.F., Ringle, C.M., Gudergan, S.P., Fischer, A., Nitzl, C., & Menictas, C. (2019). Partial least squares structural equation modeling-based discrete choice modeling: An illustration in modeling retailer choice. *Business Research*, 12(1), 115-142. <https://doi.org/10.1007/s40685-018-0072-4>
- Harrop, M., & Miller, W.L. (1987). *Elections and voters: A comparative introduction*. Meredith Press. <https://doi.org/10.1007/978-1-349-18912-0>

- Hassan, T., & Sabir, M. (2020). Civil society-democracy nexus in Pakistan. *South Asian Studies*, 26(2), 325-347. <https://bit.ly/3bfRXhg>
- Henseler, J., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135. <https://doi.org/10.1007/s11747-014-0403-8>
- Himmelboim, I., Lariscy, R.W., Tinkham, S.F., & Sweetser, K.D. (2012). Social media and online political communication: The role of interpersonal informational trust and openness. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 56(1), 92-115. <https://doi.org/10.1080/08838151.2011.648682>
- Homans, G.C. (1958). Social behavior as exchange. *American Journal of Sociology*, 63(6), 597-606. <https://doi.org/10.1086/222355>
- Huddy, L., Mason, L., & Aaroe, L. (2010). Measuring partisanship as a social identity, predicting political activism. In *Annual Meeting of the International Society for Political Psychology* (pp. 1-33). ISPP. <https://bit.ly/3PN71Sv>
- Kalogeropoulos, A., Negredo, S., & Picone, I. (2017). Who shares and comments on news?: A cross-national comparative analysis of online and social media participation. *Social Media + Society*, 3(4). <https://doi.org/10.1177/2056305117735754>
- Kim, M. (2018). How does Facebook news use lead to actions in South Korea? The role of Facebook discussion network heterogeneity, political interest, and conflict avoidance in predicting political participation. *Telematics and Informatics*, 35(5), 1373-1381. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2018.03.007>
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Loader, B.D., Vromen, A., & Xenos, M.A. (2014). The networked young citizen: social media, political participation and civic engagement. *Information, Communication and Society*, 17, 143-150. <https://doi.org/10.1080/1369118X.2013.871571>
- Maurissen, L. (2020). Political efficacy and interest as mediators of expected political participation among Belgian adolescents. *Applied Developmental Science*, 24(4), 339-353. <https://doi.org/10.1080/10888691.2018.1507744>
- Moffett, K.W., & Rice, L.L. (2018). College Students and online political expression during the 2016 election. *Social Science Computer Review*, 36(4), 422-439. <https://doi.org/10.1177/0894439317721186>
- Morrell, M.E. (2005). Deliberation, democratic decision-making and internal political efficacy. *Political Behavior*, 27, 49-69. <https://doi.org/10.1007/s11109-005-3076-7>
- Pakistan Bureau of Statistics (Ed.) (2021). *Demographic and research*. <https://bit.ly/3viHvwj>
- Prior, M. (2019). *Hooked: How politics captures people's interest*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108355001>
- Ramayah, T., Cheah, J., Chuah, F., Ting, H., & Memon, M.A. (2018). *Partial Least squares structural equation modeling (PLS-SEM) Using SmartPLS 3.0 (2nd ed.)*. Pearson.
- Rasoolimanesh, S.M., Khoo-Lattimore, C., Md-Noor, S., Jaafar, M., & Konar, R. (2021). Tourist engagement and loyalty: Gender matters? *Current Issues in Tourism*, 24(6), 871-885. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1765321>
- Riaz, S. (2007). Government advertisements - Influence on print media content: A content analysis of the leading newspapers of Pakistan. *Asian Journal of Social Science*, 35(2), 154-178. <https://doi.org/10.1163/156853107X203414>
- Sarstedt, M., Hair, J.F., Cheah, J.H., Becker, J.M., & Ringle, C.M. (2019). How to specify, estimate, and validate higher-order constructs in PLS-SEM. *Australasian Marketing Journal*, 27(3), 197-211. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2019.05.003>
- Shively, W.P. (1979). The relationship between age and party identification: A cohort analysis. *Political Methodology*, 6(4), 437-446. <https://bit.ly/3olJRAO>
- Skoric, M.M., Zhu, Q., Goh, D., & Pang, N. (2016). Social media and citizen engagement: A meta-analytic review. *New Media and Society*, 18(9), 1817-1839. <https://doi.org/10.1177/1461444815616221>
- Spreitzer, G.M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38, 1442-1465. <https://doi.org/10.5465/256865>
- Tajfel, H. (1974). Social identity and intergroup behaviour. *Information (International Social Science Council)*, 13(2), 65-93. <https://doi.org/10.1177/053901847401300204>
- Tariq, R., Zolkepli, I.A., & Ahmad, M. (2022). Political participation of young voters: Tracing direct and indirect effects of social media and political orientations. *Social Sciences*, (2), 11-11. <https://doi.org/10.3390/socsci11020081>
- Teo, T.S.H., Srivastava, S.C., & Jiang, L. (2008). Trust and electronic government success: an empirical study. *Journal of Management Information Systems*, 25(3), 99-132. <https://doi.org/10.2753/MIS0742-1222250303>
- United Nations Development Pakistan (Ed.) (2018). *National Human Development Report 2017: Unleashing the potential of a young Pakistan*. UNESCO. <https://bit.ly/3zNiDiI>
- Van-Dop, N., Depauw, J., & Driessens, K. (2016). Measuring empowerment: Development and validation of the service user psychological empowerment scale. *Journal of Social Service Research*, 42(5), 651-664. <https://doi.org/10.1080/01488376.2016.1216915>
- World Bank (Ed.) (2021). *World development indicators*. DataBank. <https://bit.ly/3BmsXQ7>
- Zeib, F. (2022). Rising wave of social media: Empowering university students through online and offline political participation. *Webology*, 19(2), 4540-4558. <https://bit.ly/3BmzL07>
- Zolkepli, I.A., Kamarulzaman, Y., & Kitchen, P.J. (2018). Uncovering Psychological gratifications affecting social media utilization: A multiblock hierarchical analysis. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 26(4), 412-430. <https://doi.org/10.1080/10696679.2018.1489730>
- Zulqarnain, W., & Taimur-Ul-Hassan (2017). Social and traditional media usage: A demographic analysis of Pakistani youth. *Global Media Journal: Pakistan Edition*, 10(1), 30-56. <https://bit.ly/3OGLcCP>