



## بررسی نقش فناوریهای نوین ارتباطی و اطلاعاتی در تحول مشارکت سیاسی جامعه ایران؛ فراترکیب تحلیل‌ها رضا لایق<sup>۱</sup>، غلامرضا خواجه سروی<sup>۲</sup>

۳۳

### چکیده

میزان و وضعیت مشارکت سیاسی شهروندان یکی از مهمترین فاکتورها و مولفه‌های تعیین کننده در سنجش وضعیت جامعه مدنی و میزان مشروعیت نظام سیاسی است. مشارکت سیاسی به عنوان یک ابرمفهوم، ابعاد، اشکال، مشتقات و ملزومات فراوانی در دل خود جای داده است که در گروهها و افراد مختلف جامعه به نسبت شرایط فرهنگی، اجتماعی و فناورانه وضعیت و نمود متفاوت دارد. از طرفی گسترش فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی به انحاء و اشکال مختلف زندگی اجتماعی و سیاسی ما را تحت تاثیر قرار داده است به طوری که در سالیان اخیر با رشد و گسترش اینترنت، شبکه‌های اجتماعی و انواع رسانه‌های مجازی، ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی و نوع تاثیر آن بر نظام سیاسی ایران تغییراتی ایجاد کرده است. در این نوشتار با عنایت به متون و مقالات متعدد و با بهره گیری از روش فراترکیب (متاستز) و با نگاهی جامع و کلی، کیفیت و ابعاد مختلف تاثیر این فناوریها را بر اشکال، ابعاد و مولفه‌های مشارکت سیاسی مورد بررسی قرار داده‌ایم. با غربالگری و عملیاتی سازی گامهای هفتگانه فراترکیب در نهایت ۳۵ مقاله به عنوان جامعه آماری نهایی مورد بررسی قرار گرفتند. نتایج نهایی حاصل از فراترکیب محتوا و نتایج متون منتخب جامعه آماری حاکی از این است که بین انواع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی مبتنی بر اینترنت و مشارکت سیاسی رابطه و همبستگی وجود دارد و میزان مشارکت سیاسی افزایش یافته است و انواع، ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی تحت تاثیر این فناوریهای نوین دچار تحول شده است به طوری که ما شاهد رشد اشکال مشارکت سیاسی نامتعارف، پنهان، غیر رسمی، آنلاین/مجازی (اشکال جدید مشارکت) و در مواردی افزایش مشارکت انتخاباتی (مشارکت سنتی و رسمی) هستیم.

**کلیدواژه‌ها:** جامعه مدنی، فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی، مشارکت سیاسی، رسانه‌های نوین، شبکه‌های اجتماعی مجازی.

دوره ۹، شماره ۲، پیاپی ۳۳  
تابستان ۱۴۰۴

### مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۳/۲۶

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۰۶/۱۹

صص: ۸۵-۴۷

شابا چاپی: ۴۵۶۵-۲۵۸۸

الکترونیکی: ۲۷۱۷-۰۳۸۱



rlayegh71@gmail.com

sarvireza1968@gmail.com

۱. دکتری علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

۲. استاد گروه علوم سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

\* مقاله مستخرج از رساله دکتری می‌باشد

## مقدمه

امروزه تکنولوژی و فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی مانند انواع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی مبتنی بر وب ۲ و اینترنت با فشردگی زمان و مکان ابعاد مختلف زندگی بشر را تحت سیطره خود قرار داده و انحاء مختلف و به شکل مستقیم و غیر مستقیم آن را متحول ساخته است و تبدیل بستری برای امر سیاسی- اجتماعی و زندگی سیاسی شده‌اند. این رسانه‌ها دارای چهره ژانوسی هستند، هم بر زندگی اجتماعی و سیاسی بشر تاثیر میگذارند و هم از آن تاثیر میپذیرند و با دارا بودن مختصاتی مانند تعاملی بودن و اشتراک گذاری، بستر مناسبی را برای کنشگری سیاسی انسانها، انواع ارتباطات، تعاملات و انتقال پیام فراهم نموده‌اند.

درباره انواع، ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی و اهمیت آن در جامعه مدنی و ارتباط آن با انواع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت دیدگاهها و رویکردهای متفاوتی وجود دارد به طوریکه هر کدام از این نظرات از منظر خاصی به آن نظر افکنده‌اند. باید توجه داشت که هرگونه تجویز و تشخیص و تغییر در جامعه به طور کلی و در جامعه مدنی به طور اخص، جهت افزایش مشارکت سیاسی و بهبود شاخصه‌های توسعه سیاسی بدون توجه به متغیر مهم و تاثیرگذار فناوریهای ارتباطی و اطلاعاتی مانند رسانه‌های مجازی نوین و شبکه‌های اجتماعی مجازی و احصاء نقش مستقیم/ غیرمستقیم و مثبت/ منفی آنها در این زمینه غیرممکن و نامطلوب و ناقص جلوه خواهد کرد. جامعه ایران به عنوان یک جامعه اطلاعاتی/ شبکه‌ای و درحال توسعه بعد از انقلاب اسلامی تحولات و تطورات زیادی در بخشهای مختلف فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و فناورانه تجربه کرده است و تاثیرات فناورانه در بخش‌های مختلف از جمله در سیاست و برکنشگران سیاسی، جامعه مدنی، حوزه عمومی و در میزان و شیوه مشارکت سیاسی خودنمایی میکند.

در این مقاله با توجه به مقدماتی که ذکر شد و همچنین اهمیت مشارکت سیاسی در نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و مردم سالاری دینی برآمده از آن و نقش انکارناپذیر انواع رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر آن، در صدد هستیم تا با نگاهی جامع و با رویکرد فراترکیبی به بررسی و تحلیل رابطه و تاثیرات این فناوریهای نوین - با تاکید بر اینترنت، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی - بر ابعاد، اشکال و میزان مشارکت سیاسی - به عنوان یکی از ملزومات و مقدمات توسعه سیاسی و جامعه مدنی - پردازیم.

## ۱. پیشینه پژوهش

در ارتباط با منابع و پیشینه پژوهش میتوان گفت هیچ پژوهشی با عنوان ارزیابی وضعیت جامعه مدنی در بستر جامعه شبکه ای - اطلاعاتی وجود ندارد که با نگاهی دقیق و جامع و با رویکردی فراترکیبی به بررسی تاثیر رسانه های نوین و شبکه های اجتماعی مجازی اینترنتی بر مشارکت سیاسی در ایران پرداخته باشد. هر کدام از این منابع با رویکردی متفاوت و جنبه هایی از این تاثیر را مورد بررسی قرار داده اند. در ادامه به برخی از این منابع داخلی و خارجی که ارتباط بیشتری با موضوع و عنوان این مقاله دارند اشاره خواهد شد.

مقاله ی «شبکه های اجتماعی و مشارکت سیاسی نقش تعامل اجتماعی در تبیین مشارکت سیاسی» نوشته مک لرگ (۲۰۰۳) به بررسی چگونگی تعامل در شبکه های اجتماعی قوی و گرایش مشارکت به سیاست را میپردازد. او پس از بررسی نتیجه میگیرد که تعاملات اجتماعی بستری را برای افراد جهت جمع آوری اطلاعات در مورد سیاست فراهم میکند که به آنها اجازه می دهد فراتر از محدودیت منابع شخصی عمل کنند. در نتیجه این باعث میشود که بسیاری از مردم خود را درگیر فعالیت های سیاسی کنند. او در نهایت نتیجه میگیرد که تأثیر تعامل اجتماعی بر مشارکت تا حد زیادی به بحث های سیاسی بستگی دارد که در شبکه های اجتماعی به وقوع میپیوندد.

کینسکی و استرود<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) به بررسی رابطه بین میزان دسترسی به اینترنت و اطلاعات آنلاین در مورد انتخابات ریاست جمهوری با متغیرهای مشارکت سیاسی، اثربخشی سیاسی و آگاهی سیاسی پرداخته اند و به این نتیجه رسیده اند که بین میزان دسترسی به اینترنت و اطلاعات آنلاین با متغیر اثربخشی داخلی، مشارکت سیاسی و دانش سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. همچنین بین میزان دسترسی به اینترنت و اثربخشی خارجی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد، اما بین دسترسی به اطلاعات آنلاین و اثربخشی خارجی رابطه معناداری مشاهده نشده است. ویسنک<sup>۳</sup> (۲۰۱۲) در زمینه مشارکت سیاسی در رسانه های اجتماعی اروپا با تمرکز بر سیاستهای اروپا به پژوهش پرداخته است و به این نتیجه گیری رسیده است که بین متغیر میزان مشارکت سیاسی آنلاین و سن، وضعیت فکری - ایدئولوژیکی مشارکت کنندگان رابطه معناداری وجود نداشته است. همچنین بین میزان مشارکت سیاسی

Macclurg  
Kenski & Stroud  
Vesnic

نشریه انتشارات نگاه راهبردی

آنلاین و علاقمندی به سیاست رابطه معناداری وجود داشته، در حالیکه با زمینه فکری ایدئولوژیکی فرد رابطه معناداری مشاهده نشده است. و اینکه بین میزان مشارکت سیاسی آنلاین با نگرش مشارکت کنندگان در بکارگیری فیسبوک برای ارتباطات سیاسی رابطه معناداری مشاهده شده است. کارتر<sup>۱</sup> (۲۰۰۶) به پژوهش در مورد رابطه دو متغیر اینترنت و میزان مشارکت شهروندان پرداخته است. یافته های این تحقیق نشان داده است که بین این دو متغیر رابطه مثبت و معناداری وجود داشته است و هر چه میزان استفاده از اینترنت اینترنت توسط شهروندان آمریکایی بیشتر بوده به همان میزان نیز درگیرشدگی سیاسی مدنی و رای دهی بیشتر بوده است. بیکر<sup>۲</sup> (۲۰۰۶) در پژوهشی به بررسی تاثیر اینترنت بر مشارکت سیاسی جوانان هلندی پرداخته است. وی براساس داده های پیمایشی به این نتیجه دست یافته است که جوانان از طریق اینترنت، اخبار و تحولات سیاسی را پایش میکنند و میزان مشارکت برخط و اینترنتی آنان افزایش یافته است. ژینگانگ<sup>۳</sup> (۲۰۰۵) در یک تحقیق پیمایشی تاثیر متغیر سرمایه اجتماعی و ارتباطات رسانه ای بر میزان درگیر شدگی سیاسی مدنی افراد را مورد مطالعه قرار داده است. یافته ها حاکی از این است که عامل سرمایه اجتماعی بیشتر از اینترنت بر درگیر شدگی سیاسی مدنی افراد تاثیر داشته است و اینکه تاثیر اینترنت بیشتر از رسانه های سنتی مانند تلویزیون بوده است. همچنین تاثیرگذاری اینترنت و رسانه ها غیر مستقیم و از طریق میانجی گری سرمایه اجتماعی بوده است.

تحقیقات کوشین<sup>۴</sup> و یاماموتو<sup>۵</sup> بیانگر این است که اینترنت و فضای مجازی آگاهی سیاسی - اجتماعی افراد مصرف کننده اینترنت را افزایش میدهد و آنان را با افکار جدید و ابعاد مختلف سیاست آشنا میکند که در نهایت باعث خروج افراد از انزوای سیاسی و افزایش کنش و مشارکت سیاسی آنان میشود.

هرسیچ و همکاران<sup>۶</sup> (۱۳۹۲) به بررسی رابطه بین میزان استفاده از فضای مجازی و تقویت گرایش به مشارکت سیاسی در بین دانشجویان، به این نتیجه رسیده اند که بین کاربران علمی فضای مجازی و کاربران خبری فضای مجازی از یک سو و متغیر آگاهی سیاسی، بحث سیاسی و میزان اثربخشی سیاسی درونی / بیرونی رابطه معنادار و مثبتی وجود داشته است. اما رابطه بین کاربران تفریحی با متغیر آگاهی سیاسی و بحث سیاسی رابطه منفی معنادار و با ابعاد اثربخشی سیاسی درونی / بیرونی غیر معنادار بوده

1Carter  
2Baker  
3Zhighang  
4Kushin  
5Yamamoto

است. مسعودنیا و همکاران (۱۳۹۰) در پژوهشی در زمینه رابطه بین دو متغیر اینترنت و مشارکت سیاسی در بین شهروندان اصفهان به این نتیجه رسیده اند که بین دو متغیر میزان استفاده از اینترنت و گرایش به مشارکت سیاسی رابطه معناداری مشاهده شده است. همچنین عبدالهیان و حقیگوی (۱۳۸۸) در مقاله ای تحت عنوان «تبیین رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران» به بررسی رابطه میان میزان و کیفیت اینترنت و مشارکت سیاسی در بین دانشجویان دانشگاه تهران پرداخته اند. آنها در یافته های خود به این نتیجه رسیده اند که بین این دو متغیر رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد و هرچه میزان به کیفیت استفاده از اینترنت بیشتر باشد، میزان مشارکت نیز روند صعودی به خود گرفته است.

اشتریان و امیرزاده (۱۳۹۴) در مقاله ای «مطالعه تاثیرات شبکه های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران)» پس از بررسی ها به این نتیجه رسیده اند که بین دو متغیر شبکه های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی رابطه معکوس وجود داشته است به طوری که هرچه شهروندان بیشتر در این شبکه ها و رسانه های مجازی فعالیت و حضور داشته اند میزان مشارکت آنان در فضای عینی و واقعی کمتر شده است. علیرضا عبداللهی نژاد و همکاران (۱۳۹۵) به مطالعه رابطه بین استفاده از فیسبوک، تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴ پرداخته اند. یافته های آنان نشان میدهد که بین میزان استفاده از رسانه های اجتماعی منتخب تحقیق با مشارکت سیاسی، میان میزان اعتماد به رسانه های اجتماعی مورد بررسی و مشارکت سیاسی و میزان اثربخشی در استفاده از رسانه های اجتماعی با مشارکت سیاسی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. محمودرضا رهبرقاضی و همکاران (۱۳۹۵) در مقاله ای با عنوان «نقش شبکه های اجتماعی مجازی در تمایل به مشارکت انتخاباتی و جهت گیریهای سیاسی» به نتایجی دست یافته اند که نشان میدهد در حالی که افزایش فعالیت در شبکه های اجتماعی موجب بالا رفتن میزان مشارکت انتخاباتی میشود، واقعی تلقی کردن محتوای شبکه های اجتماعی و همچنین افزایش مصرف روزانه چنین شبکه هایی تأثیر منفی بر تمایل افراد به شرکت در انتخابات داشته است. در نهایت، یافته های این پژوهش حاکی از آن است که شبکه های اجتماعی حتی بر گرایشهای سیاسی افراد تأثیر میگذارند؛ به طوری که در اغلب موارد افرادی که از شبکه های اجتماعی استفاده میکنند، بیشتر از دیگران به سمت گروههای سیاسی اصلاح طلب گرایش داشته اند.

یافته های عدلی پور و همکاران (۱۳۹۲) در مطالعه «حوزه عمومی و گفت و گو در فضای مجازی شبکه های اجتماعی» حاکی از آن است که هرچند فضای مجازی زمینه افزایش گفت و گو را افزایش میدهد اما مخدوش کننده آن نیز هست. در واقع فضای مجازی با ایجاد حوزه عمومی مجازی، گفت و گو بین فرهنگ ها را مخدوش و معیوب میکند. نیری (۱۳۸۹) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود با عنوان «شبکه های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی»، به بررسی تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی کاربران در انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری در ایران پرداخته است. یافته های او نشان میدهد که مشارکت با میزان بالای افراد خصوصاً جوانان و نوجوانان در انتخابات دوره دهم ریاست جمهوری به طور قابل توجهی تحت تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی مانند فیس بوک و توییتر قرار گرفته است.

## ۲. تعریف مفاهیم و چارچوب مفهومی

### ۲-۱. تعریف رسانه و شبکه های اجتماعی

در فرهنگ فارسی «عمید» مقابل کلمه «رسانه» آمده است: «هر وسیله که مطلب یا خبری را به اطلاع مردم برساند مانند رادیو و تلویزیون و روزنامه (به نقل از شکرخواه و همکاران، ۱۳۹۹) در دانشنامه علوم اجتماعی، رسانه (رسانه جمعی) بدین گونه تعریف شده است: رسانه های گروهی، یک نهاد اجتماعی را تشکیل میدهند که به تولید و توزیع دانش و در حیطه فراتر از کلمات می پردازند و دارای مشخصه ای برجسته و بارز چون استفاده نسبی از فناوری پیشرفته در تولید و پخش پیام ها میباشند (۲۰۱۸ Roland). رسانه از دیرباز به عنوان ابزار انتقال معانی و مفاهیم به کار می رفته و قدمتی به اندازه پیدایش بشر دارد اما مستقل از تاریخچه ی این واژه، امروزه معمولاً آنچه به عنوان رسانه در گفتگوها و مقالات و نوشته ها مورد استفاده قرار می گیرد، به رسانه های ارتباطی اشاره دارد (Chen, xu, Cao, , ۲۰۱۶, & zhang). نوع جدیدی از رسانه ها که امروزه به عنوان رسانه های اجتماعی شناخته می شوند، یکی از عوامل و نیروهای مهم تغییرات اجتماعی در جوامع اند. تجربه نشان داده است که این نهادهای تأثیر گذار در ایجاد یا از میان بردن جنبشهای اجتماعی و فرهنگی بسیار مؤثرند و رسانه ها توانسته اند از طریق «نمادسازی» تأثیر قابل توجهی بر آنها بگذارند. از این رو باید برای این نهادهای تأثیر گذار خط

مشی هایی در سطح کلان تدوین کرد تا بتوان بیشترین بهره برداری را از آنها به عمل آورد (۱۹۹۹ Kovachand & Rosenstiel). حداقل ۳۴ تعریف از رسانه اجتماعی وجود دارد قابل قبول ترین تعریف رسانه های اجتماعی عبارت است از گروهی از برنامه های اینترنتی که بر پایه وب ساخته میشوند و موجب تبادل اطلاعات میشوند (Andreas & Haenlein, ۲۰۱۰). براساس تعریفی دیگر، شبکه های اجتماعی خدمات آنلاینی هستند که به افراد اجازه میدهند در یک سیستم مشخص و معین پروفایل شخصی خود را داشته باشند خود را به دیگران معرفی کنند، اطلاعاتشان را به اشتراک بگذارند و با دیگران ارتباط برقرار کنند. از این طریق افراد و مطالعات می توانند ارتباطشان با دیگران را حفظ کرده و همچنین ارتباطهای اجتماعی جدیدی را شکل دهند (به نقل از شکرخواه و همکاران، ۱۳۹۹)

## ۲-۲. مشارکت سیاسی:

مشارکت سیاسی را نمی توان به مشارکت رأی دهی یا حتی انواع نهادینه شده آن برای مثال عضو شدن در احزاب یا فعالیت های تبلیغی برای احزاب سیاسی یا نامزدها در زمان انتخابات - محدود کرد؛ بلکه مشارکت سیاسی طیف گوناگونی از رفتارهای سیاسی را در بر میگیرد که یک سمت آن شرکت در رأی گیری و سوی دیگر آن شرکت در قیامی جمعی برای ایجاد دگرگونی های بنیادین در جامعه است؛ در عین حال، سطوح مشارکت سیاسی را میتوان نوعی سلسله مراتب در نظر گرفت که بر حسب شدت مشارکت فرد در امور سیاسی جامعه تنظیم شده است و از در معرض قرار دادن خود در برابر محرک های سیاسی در پایین ترین سطح آغاز میشود و تا پذیرش مسئولیت حزبی یا کشوری ادامه می یابد (به نقل از عباسی شوازی و همکاران، ۱۴۰۰). مشارکت سیاسی، فعالیت خصوصی شهروندان به قصد تاثیرگذاری بر تصمیم گیری های دولت است (Huntington: 1975 & Dominguez) (اسکاف مشارکت را کنش عقلانی در نظر میگیرد که افراد به آن دست میزنند نه چیزی که آن را به دست می آورند؛ در واقع مشارکت سیاسی مجموعه فعالیت های ارادی مسالمت آمیزی است که اعضای یک جامعه به قصد تأثیر گذاری بر تصمیم گیریهای سیاسی به طور مستقیم و غیر مستقیم به آن روی می آورند (Scoff, ۱۹۷۵: ۴۲۵)

نویسندگانی همچون مایرون، واینر بر خصوصیات ارادی و داوطلبانه مشارکت تأکید دارند و وابستگی به سازمان‌ها و حضور در راهپیمایی‌های عمومی به فرمان دولت را مشارکت نمی‌دانند؛ ولی از دیدگاه ساموئل هانتینگتون، مشارکت تحریک شده و غیرارادی هم در زمره مشارکت سیاسی محسوب می‌شود؛ زیرا بسیاری از مشارکت‌ها در سیستم‌های دموکراتیک و رقابتی را هم شامل عنصر فشار و دست‌ساز می‌داند (به نقل از عباسی شوازی و همکاران، ۱۴۰۰). میلبراث سطوح مشارکت سیاسی را شامل رای دادن، نامه نوشتن به مسئولان، راهپیمایی، صرف پول برای احزاب و پیوستن به سازمانهای اجتماعی یا جنبشهای سیاسی می‌داند. در دهه‌های ۱۹۴۰ و ۱۹۵۰ تمرکز مطالعات به طور کامل بر رأی‌گیری بود. از آن زمان دامنه مشارکت گسترش یافت و مشارکت متعارف، پس از آن مشارکت غیر متعارف را شامل می‌شود (Goel & Milbrath, ۱۹۷۷).

از این منظر، مشارکت سیاسی به دو گونه مسالمت‌آمیز و غیر مسالمت‌آمیز تقسیم می‌شود. مشارکت سیاسی مسالمت‌آمیز افراد و گروه‌های اجتماعی در چارچوب مقررات قانونی و درون سیستم سیاسی انجام می‌شود و مشروعیت سیاسی نظام حکومتی را به ذهن متبادر می‌کند؛ ولی مشارکت سیاسی از نوع غیر مسالمت‌آمیز آن از نبودن نهادهای پاسخگویی و بحران مشروعیت نظام سیاسی نزد افراد و گروه‌های مشارکت‌کننده حکایت می‌کند؛ اما اینگونه مشارکت نزد حاملان و عاملان قدرت سیاسی اصولاً مشارکت سیاسی نیست؛ بلکه صرفاً خشونت ترور سیاسی، غیرقانونی و بدون مشروعیت قلمداد می‌شود. تشکیل گروه‌های سیاسی به اجرا گذاشتن برنامه‌های تنظیم شده از طرف حزب و حکومت کاربران حکومت، رأی دادن تماس با دستگاه‌های اداری تبلیغات برای نامزدها و سیاستهای دولتی و ... را میتوان از اشکال مشارکت سیاسی مسالمت‌آمیز دانست. همچنین آدم‌کشی، سیاسی‌جنگ‌های چریکی در ابعاد شهری و روستایی، کودتا طغیان گروه‌های نظامی شورش و تظاهرات اعتصاب، ها جنگ داخلی و انقلاب، ابعاد مشارکت سیاسی خشونت‌آمیز را تشکیل میدهند. (عباسی شوازی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶۳).

همچنین از نظر پناهی (پناهی، ۱۳۸۶: ۹-۱۰) انواع گوناگونی از مشارکت سیاسی وجود دارد؛ مانند رأی دادن، عضویت در یک گروه یا حزب سیاسی، تلاش برای موفقیت یک کاندیدا در انتخابات، مذاکره با نمایندگان، تبلیغ برای احزاب سیاسی، نوشتن مقالات و سخنرانیهای سیاسی، شرکت در مبارزات سیاسی، رقابت در جهت انتخاب شدن برای پستهای سیاسی و عمومی کشور، مشارکت سیاسی منفعلانه،

مشارکت سیاسی حمایتی، مشارکت سیاسی فعال، شده، مشارکت سیاسی ابزاری، مشارکت سیاسی خودجوش، مشارکت سیاسی برانگیخته مشارکت سیاسی واقعی و مشارکت سیاسی منفی. همچنین سطوح گوناگونی از مشارکت سیاسی وجود دارد: مشارکت سیاسی محدود، مشارکت سیاسی گسترده، مشارکت سیاسی فردی و مشارکت سیاسی جمعی.

در این پژوهش ابر مفهوم مشارکت سیاسی در ابعاد و سطوح مختلف آنلاین / آفلاین، رسمی/غیر رسمی، متعارف/نامتعارف، سنتی/جدید، فردی/جمعی در نظر گرفته شده است و در واقع موسع ترین تعریف و تفسیر از آن متوجه این نوشته است. مشارکت سیاسی آنلاین با تعداد ۶ گویه - از مشارکت در پایین ترین سطح مثل آپلود عکس یا ویدیوی سیاسی، مشارکت در کمپینی آنلاین با ارسال عکس یا نوشتن مطلب و امضای طومار مجازی درباره مسائل سیاسی تا بالاترین سطح مثل ترغیب کسی به شرکت در رویدادی سیاسی یا حمایت از فعالیتی سیاسی از طریق اینترنت ارسال مطالبی با محتوای سیاسی برای نشر در وب سایتهای مجازی و دعوت به تجمعی همگانی راهپیمایی با یک برنامه سیاسی از طریق اینترنت نامگذاری شده اند. همچنین مشارکت سیاسی آفلاین با تعداد ۷ گویه - از مشارکت در پایین ترین سطح مانند شرکت در مراسم استقبال از یک فرد سیاسی به دعوت گروه ها یا اشخاص سیاسی، نوشتن مقاله یا یادداشتی در روزنامه یا مجله ای در ایران و پوشیدن و استفاده از نمادهای سیاسی برای مقاصد سیاسی تا بالاترین سطح مانند شرکت در اعتراضات تظاهرات و راهپیمایی ها، شرکت در جلسه یا مباحثه سیاسی غیر رسمی اعلام طرفداری و تبلیغ برای یک نامزد انتخاباتی و تحریم انتخابات برای نشان دادن اعتراض سیاسی نامگذاری شده اند (عباسی شوازی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶۳).

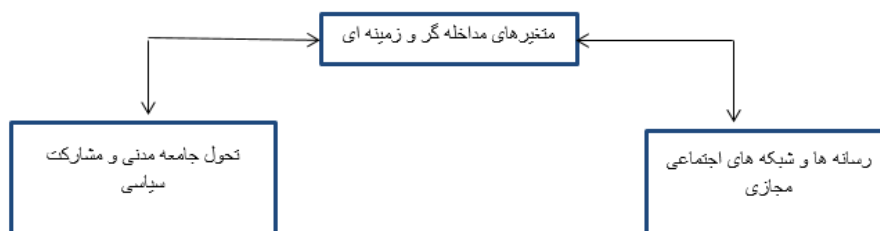
۲-۳. رسانه های اجتماعی و مشارکت سیاسی:

در خصوص نقش رسانه های اجتماعی در مشارکت سیاسی سه رویکرد وجود دارد (خانیک و خجیر، ۱۳۹۷). رویکرد نخست مبتنی بر دیدگاه خوش بینانه است که سردمدار آن نظریه بسیج است. این رویکرد در امتداد نظریات و پژوهشهای رینگولد (۱۹۹۳) و نگرپونته (۱۹۹۵)، و بودجه (۱۹۹۶) در خصوص اینترنت و مشارکت است نظریه بسیج در خصوص رسانه ها، بر نقش مثبت و تأثیرات مستقیم رسانه ها بر مشارکت سیاسی شهروندان تأکید دارد. این نظریه معتقد است «رسانه های اجتماعی به شهروندان این فرصت را می دهند که در مسائل سیاسی مختلف حضور فعالانه ای داشته باشند و

حتی آنها را به مشارکت در فعالیت های سیاسی سوق میدهد» (نوریس ۲۰۰۱ (۲۱۸) رویکرد دوم مبتنی بر نگاه بدبینانه است. بر طبق این نگاه اینترنت و رسانه های اجتماعی نمیتوانند کمک شایانی به توسعه مشارکت سیاسی کنند. این رویکرد دارای دو نظریه قوی است که نوریس اولین نظریه را نظریه تقویت و دومی را نظریه جایگزینی مینامد نوریس در نظریه تقویت معتقد است: "از آنجا که اینترنت و رسانه های وابسته به آن، مالک توزیع کننده و ارائه دهنده رسانه های اجتماعی در دست صاحبان قدرت و سرمایه داران است، آنان سلطه و قدرت سستی و رسمی خود را که در جامعه واقعی دارند وارد فضای مجازی میکنند. به نوعی کسانی که در محیط آفلاین صاحب قدرت هستند بر محیط آن لاین نیز کنترل دارند و از آن در راستای تقویت بنیه و توان خود در سیاست و قدرت استفاده میکنند» (نوریس، ۲۰۰۱، ۲۱۸) نظریه جایگزینی نیز به جایگزینی ارتباطات دیجیتالی بر ارتباطات میان فردی در زندگی واقعی می پردازد و معتقد است هر چقدر فرد در فضای مجازی وقت خود را سپری کند به همان اندازه از فضای واقعی جامعه دور میشود شهروندانی که وقت زیادی برای مشارکت سیاسی در رسانه های اجتماعی صرف میکنند نمیتوانند برای مشارکت سیاسی در فضای واقعی چنین زمانی را صرف کنند (پاتنام، ۲۰۰۰). رویکرد سوم در خصوص نقش رسانه های اجتماعی در مشارکت سیاسی یک رویکرد تلفیقی است که دیدگاه های افراطی دو رویکرد قبلی را رد می کند و نگاهی میانجی را طرح میکند. این رویکرد جنبه کاربردی دارد و به کاربر این امکان را میدهد که بر اساس تجربه کاربری خود از ظرفیتهای و فرصتهای این رسانه های جدید برای مشارکت سیاسی استفاده و از چالش ها و کارکردهای منفی آن پرهیز کند. از پیشگامان این بحث بری ولمن است. وی معتقد است: «به جای تمرکز بر نقش مثبت و منفی اینترنت در تعاملات اجتماعی و میان فردی، می توان بیان کرد که اینترنت به روش های سستی ارتباطات می افزاید و آن را حمایت میکند. با این رویکرد مشارکت سیاسی در فضای مجازی مکمل مشارکت سیاسی در فضای واقعی است (به نقل از خانیکی و خجیر، ۱۳۹۷:۱۰۷).

در این مقاله مفروض ما این است که بین شبکه های اجتماعی مجازی و رسانه های اینترنتی با مشارکت سیاسی در ایران همبستگی و رابطه وجود دارد و این فناوریهای نوین وضعیت جامعه مدنی و مشارکت سیاسی را متحول ساخته است. همچنین نباید نقش سایر متغیرهای بنیادی و زمینه ای مانند سن، جنس، وضعیت اقتصادی و طبقه ای را نادیده گرفت.

## ۴-۲. چارچوب مفهومی:



## ۴. روش پژوهش:

به طور کلی هدف فراترکیب، تفسیر، اصلاح، ترکیب و توسعه تحلیلی و تفسیری مطالعات و ایجاد بصیرت برای آن‌هاست، در عین حال، مطالعات منفرد را ضمیمه یک نتیجه‌گیری مشخص‌تر و آشکارتر می‌کند. در حقیقت، هدف فراترکیب فراتر رفتن از پژوهش‌های موجود برای دستیابی به دانش و آگاهی عمیق‌تر است و نه صرفاً بررسی چکیده پژوهش‌های قبلی. هدف فراترکیب ایجاد همگرایی بین یافته‌های پژوهش‌های کیفی مختلف است. در این روش، پژوهش‌های منفرد از جایگاه اولیه خود به عنوان یک پژوهش مستقل خارج شده و به عنوان بخشی از مجموعه یافته‌های یک پژوهش جدید عمل می‌نماید. که در نهایت، همگرایی بین پژوهش‌های مختلف، به شکل‌گیری دانشی جدید و عمیق منجر خواهد شد (به نقل از کمالی: ۱۳۹۶، ۷۲۷-۷۲۶).

بنابراین اهداف روش فراترکیب با دیگر اهداف روش شناسی کیفی دیگر که در آن‌ها مطالعات به صورت مجزا مورد بررسی قرار می‌گیرد، متفاوت است. در حقیقت، هدف این روش آن است که با ترکیب مطالعات منفرد، جای خال‌ها و کمبودهای این مطالعات را پر کند و یک تفسیر و توضیح گسترده‌تر و جامع‌تری از مجموع نتایج و یافته‌های آنان ارائه دهد.

باروسو و ساندلوسکی برای انجام فراترکیب هفت مرحله زیر را پیشنهاد نموده‌اند: ۱-تنظیم سؤال پژوهش، ۲-مرور ادبیات به صورت نظامند، ۳-جست‌وجو انتخاب متون مناسب، ۴-استخراج اطلاعات متون، ۵-تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی، ۶-کنترل کیفیت و ۷-ارائه یافته‌ها (Sandelowski, & Barroso, 2007)

در شکل زیر مراحل هفت گانه آن، به طور مختصر توضیح داده خواهد شد.  
شکل شماره ۱: مراحل روش فراترکیب از باروسو و ساندولسکی



در این پژوهش برای فراترکیب داده ها از روش هفت مرحله ای ساندولسکی<sup>۱</sup> و باروسو<sup>۲</sup> استفاده شده است. روش پژوهش در این تحقیق کیفی است و روش جمع آوری داده ها اسنادی کتابخانه ای است. تجزیه و تحلیل اطلاعات در چند مرحله انجام شده است. در گام اول با بررسی کامل ادبیات پژوهش، فهرستی از مقالات مرتبط با این حوزه و حتی مقالاتی که به طور فرعی به این موضوع پرداخته اند تهیه شده است. در گام دوم چکیده، نتیجه گیری مقالات استخراج و دسته بندی و در گام

سوم با استخراج عناصر مهم و کلیدی، ترکیب و تلفیق نهایی انجام شد و تحلیل و صورتبندی نهایی صورت گرفت.

#### ۴-۱. گام اول: تنظیم سوالات پژوهش

جدول شماره ۱: پرسش های مرحله اول فراترکیب

شناسایی و تعیین تاثیر رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در آثار منتشر شده	What (چه چیزی)
منابع مختلف منتشر شده (مقالات) در زمینه تاثیر رسانه و شبکه های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی	Who (چه کسی، جامعه آماری)
تمامی مقالات منتشر شده در زمینه تاثیر رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در بازه زمانی ۱۳۸۰-۱۴۰۲	When (چه زمانی، بازه زمانی)
روشها و معیارهای انتخاب منابع، بررسی موضوعی منابع، یادداشت برداری، تحلیل، دسته بندی و مقوله بندی مفاهیم مورد مطالعه	How (چگونگی)

#### ۴-۲. گام دوم: مرور ادبیات به شکل سیستماتیک

در این مرحله با توجه به اینکه دو ابرمفهوم 'مشارکت سیاسی و رسانه و شبکه های اجتماعی مشتقات و ملحقات فراوانی دارند، پس از مشخص کردن هدف، با توجه به موضوع و سوال پژوهش و با استفاده از کلیدواژه های مورد نظر و مرتبط با موضوع مقاله، متون و مقالات در پایگاههای اطلاعاتی نورمگز، مگیران، پورتال جامع علوم انسانی و مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی (sid) شناسایی و استخراج گردید. علت انتخاب این پایگاهها به روز بودن و جامعیت آنها بوده است.

#### جدول شماره ۲: کلیدواژه های جستجو شده در پایگاههای اطلاعاتی منتخب

فناوریهای نوین و مشارکت سیاسی در ایران-فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی و مشارکت سیاسی در ایران-شبکه های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی در ایران-فضای مجازی و مشارکت سیاسی در ایران-رابطه رسانه ها و شبکه های اجتماعی با درگیری شدگی سیاسی مدنی در ایران-رسانه ها و انتخابات در ایران-رسانه ها و مشارکت سیاسی در ایران-شبکه های اجتماعی و انتخابات در ایران-تاثیر رسانه ها و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در ایران-اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران-اینترنت و درگیری شدگی سیاسی و مدنی در ایران-اینترنت، شبکه های اجتماعی، رسانه ها و آگاهی سیاسی در ایران-اینترنت، شبکه های اجتماعی، رسانه ها و حوزه عمومی در ایران-اینترنت، شبکه های اجتماعی، رسانه ها و جامعه مدنی در ایران-فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی و جامعه مدنی در ایران-فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی و حوزه عمومی در ایران
--

Mega Concept

### ۳-۴. گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب

در این مرحله از تحقیق با جستجو کلیدواژه های مورد نظر، ۶۹ مقاله به دست آمد. در ادامه با توجه به سؤال مورد نظر مقاله یعنی تاثیر رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی در ایران و همچنین معیارهایی از قبیل ارتباط موضوع، تعداد دانلود و محل ارجاع بودن مقالات غربال شدند و چکیده ها و نتایج مورد بررسی دقیق قرار گرفتند و در نهایت ۳۵ مقاله منتخب به عنوان جامعه آماری نهایی که با موضوع پژوهش از حیث عنوان، چکیده و روش مطابقت و قرابت داشتند جهت فراترکیب انتخاب شدند.

### ۴-۴. گام چهارم: استخراج اطلاعات متون (مقاله ها)

در این مرحله با توجه به سوال و اهداف پژوهش، داده ها و مطالب مرتبط جمع آوری شدند تا از حیث ارتباط با متغیرهای پژوهش، مورد بررسی و ارزیابی قرار گیرند. در سراسر فراترکیب به طور پیوسته مقالات منتخب و نهایی شده، به منظور دستیابی به یافته های درون متون و تحقیقات، چندین بار مورد بازبینی قرار گرفتند. در ادامه، اطلاعات مقالات نهایی دسته بندی گردید: در ستون اول کدها و مفاهیم استخراجی از مقاله ها و در ستون دوم مرجع مرتبط با مقاله شامل نام و نام خانوادگی نویسندگان به همراه سال انتشار مقاله ثبت گردید.

### ۴-۵. گام پنجم: تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته های کیفی

در مرحله تجزیه و تحلیل، پژوهشگر موضوعاتی را جست و جو میکند که در بین مطالعه های موجود در فراترکیب پدیدار شده اند. این اقدام به عنوان بررسی موضوعی شناخته میشود به محض شناسایی و مشخص شدن موضوع، پژوهشگر یک طبقه بندی ارائه میدهد که موضوع را به بهترین شکل توصیف می کند (Sandelowski, 2003). در این گام مولفه ها و شاخص ها و ابعاد را به عنوان کد از مطالعات در نظر گرفته و با استخراج مفهوم مشترک از هرکد آنها را دسته بندی نمودیم.

### ۴-۶. گام ششم: کنترل کیفیت

در روش فراترکیب پژوهشگر رویه های زیر را برای حفظ و کنترل کیفیت مطالعه خود در نظر می

گیرد:

۱. در کل فرایند پژوهش پژوهشگر می کوشد با فراهم کردن توضیحات روشن و دقیق ش، پژوهشگر میکوشد با فراهم کردن توضیح را بردارد؛
۲. پژوهشگر هر دو روش جست و جوی الکترونیک و دستی را به کار می گیرد تا پژوهشهای مرتبط را پیدا کند؛
۳. پژوهشگر، روشهای کنترل کیفیت استفاده شده در مطالعه های اصلی را به کار می گیرد. (کمالی، ۱۳۹۵:۷۲۳)

در ادامه مقاله های جهت سنجش کیفیت محتوا مجددا بررسی شده و مورد ارزیابی مکرر قرار گرفتند. معیار ما برای ارزیابی مقاله، علاوه بر چکیده، سوالات پژوهش، اهداف پژوهش، روش پژوهش، شیوه گردآوری داده ها بوده است و یافته ها و نتایج نیز مورد بررسی قرار گرفتند. در نهایت، ارتباط مقالات و متون نیز با تحقیق حاضر مورد ارزیابی و بررسی قرار گرفتند و مقالاتی که ارتباط بیشتری با موضوع و هدف پژوهش داشتند انتخاب شدند.

#### ۴-۷. گام هفتم: تجزیه و تحلیل یافته ها

در فراترکیب، پژوهشگر پاسخ به پرسش پژوهش را براساس نتایج پژوهشهای مرتبط استخراج میکند. این پاسخ حاصل ترکیب نتایج پژوهشهای مختلف است و متناسب با سلیقه و هدف پژوهشگر تنظیم و سازماندهی می شود. (کمالی، ۱۳۹۵:۷۲۳). در گام هفتم پس از بررسی دقیق مقالات منتخب اقدام به استخراج مفاهیم و مضامین شد و سپس به عنوان کدهای اولیه و اصلی مطابق جدول شماره ۳ دسته بندی شدند. در ادامه کدهای مشابه به دست آمده (مطابق با جدول شماره ۴) به عنوان «طبقه بندی کدها و مفاهیم اصلی استخراج شده» در قالب ۷ مفهوم دسته بندی شدند. در نهایت این کدها و مفاهیم جهت انجام فراترکیب در قالب طبقات مفهومی مشترک طبقه بندی و تبدیل مفاهیم و مضامین قابل تحلیل شدند.

جدول شماره ۳: کدهای استخراجی از منابع پژوهشی

ردیف	کدها (یافته های پژوهش کیفی)	منبع
۱	ایجاد مشارکت و همملی، سمت گیرهای فرهنگ سیاسی، راه اندازی تجمعات سیاسی، کاهش فاصله مردم و رهبران سیاسی، امکان مقایسه	(فولادی و همکاران، ۱۴۰۰)
۲	تاثیر غیرمستقیم رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، تحریک و تشویق به مشارکت، شناخت و آگاهی سیاسی، هوشیارسازی، فهم و جهت دهی شهروندان، نیروها	(رضایی و فاضل، ۱۳۹۳)

	و گروههای سیاسی و اجتماعی، کانالیزه کردن فرهنگ سیاسی و انگیزه های سیاسی، تقویت و تعدیل برخی از ارزشها و نگرشها، فرایند اجتماعی شدن سیاسی، ایجاد هویت و ایدئولوژی مشترک میان انسانها
۳	تأثیر غیرمستقیم و با واسطه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، کاهش هزینه سیاسی مشارکت سیاسی غیر متعارف، افزایش مشارکت سیاسی در سطوح بالا ، (عباسی شوازی و همکاران ، ۱۳۹۹)
۴	تأثیر غیرمستقیم و با واسطه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، تقویت و افزایش مشارکت سیاسی، افزایش آگاهی سیاسی، اثربخشی سیاسی، دسترسی سریع به اخبار و اطلاعات، افزایش گفت و گو، (سعیده مرادی فر و همکاران ، ۱۳۹۷)
۵	تحریک و انگیزه برای مشارکت سیاسی، گفت و گو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات سیاسی، تأثیر بر فرهنگ سیاسی و اثربخشی سیاسی و کانالیزه کردن آن، افزایش آگاهی و اطلاعات سیاسی، ساماندهی و شبکه سازی غیررسمی واقعی، تأثیر غیرمستقیم و با واسطه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (عبداللهی نژاد و همکاران ، ۱۳۹۵)
۶	تحریک و ایجاد انگیزه برای مشارکت سیاسی، گفت و گو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات سیاسی، افزایش آگاهی و اطلاعات سیاسی، ساماندهی و شبکه سازی، گسترش حوزه عمومی، امکان تسری مشارکت آنلاین به واقعی سیاسی شدن بیشتر افراد جامعه حتی افرادی بی تفاوت و تغییر فرهنگ سیاسی، گسترش ارتباطات افقی و درون گروهی و بین گروهی، شبکه سازی و تشکیل گروه های سیاسی، افزایش مشارکت مردم سالارانه (عسکری جهتی ، ۱۴۰۱)
۷	تأثیر آنها بر نقش انتخاباتی رسانه های سنتی و جایگزین شدن به جای آنها و نقش مرجعیت فکری ، فراهم آوردن فضای چندصدایی، گسترش حوزه عمومی، گسترش ارتباطات افقی و درون گروهی و بین گروهی (عقبیلی و همکاران ، ۱۳۹۷)
۸	افزایش کنش جمعی و درگیرشدگی مدنی سیاسی، گسترش کنشگری و مشارکت سیاسی آنلاین، کاهش انواع هزینه های مشارکت سیاسی ، افزایش بسیار زیاد دامنه کنشگری و مشارکت جمعی، تأثیر گذاری بر اشکال مختلف مشارکت سیاسی از جمله انتخابات، گسترش حوزه عمومی و تأثیر بر افکار عمومی، افزایش آگاهی و اطلاعات سیاسی، ساماندهی و شبکه سازی، تأثیر آنها بر نقش انتخاباتی رسانه های سنتی و جایگزین شدن، جایگزینی و ایفای نقش احزاب در جامعه مدنی (نوری و قلی پور ، ۱۳۹۷)
۹	کاهش مشارکت سیاسی واقعی بالاخص انتخابات ، گسترش کنشگری و مشارکت سیاسی آنلاین در بین جوانان تحصیلکرده، افزایش نارضایتی جوانان از حکومت و گسترش فاصله، (اشتریان و امیرزاده ، ۱۳۹۴)
۱۰	گسترش حوزه عمومی، گسترش ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی، تقویت برخی از ارزشهای سیاسی مثل آزادی بیان، افزایش کنش سیاسی و مشارکت، تبدیل فضای (جزینی و همکاران ، ۱۳۹۶)

	مکانها به فضای جریانها و سیال (به معنی محقق شدن شهر الکترونیک است که در آن شهروندان در فضای جریانها سیال اند)
۱۱	سازماندهی سیاسی فضای انتخابات، شبکه سازی و تشکیل گروهها، داغ کردن تنور انتخابات و شکلگیری جو انتخاباتی و مشارکتی، افزایش آگاهی و اطلاع رسانی، شفافیت اطلاعات، افزایش رقابت انتخاباتی و مشارکت فارغ از زمان و مکان و بی حد و حصر، شکل گیری روح جمعی، افزایش تعامل و شکلگیری گفت و گو، شکل دهی به افکار عمومی
۱۲	عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (کاهش و افزایش مشارکت)، از عمومی و جهت دهی افکار جمعی تا کمک به شیوههای حکومت، داری نظارت بر عملکرد و کارکردهای آرمان های دولتی، تقویت نهادهای مدنی ترغیب شهروندان به مشارکت گسترده، ملی، تحریک احساسات ملی و سیاسی جامعه، برملا ساختن زد و بندهایی پشت پرده در جریانهای سیاسی، انتقال پیام و خواست های مردم به دولت و منعکس ساختن فعالیت ها، برنامه ها و عملکردهای دولت در جامعه، تاثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی
۱۳	عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی و تاثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی، تشدید بحرانهای نظیر اعتراضات هیجانی و خشونت آمیز شده، افزایش مشارکت زنان، افزایش آگاهی و اطلاعات، تحولخواهی در جامعه مدنی، افزایش نظارت بر دولت، شفافیت، تقویت و افزایش کنش و مشارکت سیاسی، تداوم وضعیت بیهنجاری، تغییر فرهنگ سیاسی
۱۴	افزایش اطلاعات سیاسی و امکان مقایسه، افزایش مشارکت سیاسی، عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (کاهش و افزایش مشارکت)، تاثیر منفی و مثبت و مستقیم و غیر مستقیم بر مشارکت سیاسی، رسانه های نوین و شبکه های اجتماعی جایگزین رسانه های سنتی مانند تلویزیون شده است، شکلگیری رفتار سیاسی و انتخاباتی، امکان مشارکت سیاسی منعطف و تعدد اشکال مشارکت سیاسی
۱۵	عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی و تاثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی، تاثیر منفی و مثبت و مستقیم و غیر مستقیم بر مشارکت سیاسی، دسته بندی تاثیرات رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی به محدود/قوی، مثبت/مجازی شدن مشارکت سیاسی، شکلگیری حوزه عمومی مجازی
۱۶	مبادله آزاد اطلاعات و اعلام مواضع، احساس تعلق به گروه و اجتماعات سیاسی، کنش و مشارکت سیاسی و مشارکت مدنی خصوصا در انتخابات، بحث و گفتگو، تولید و ارسال محتوا با مخاطبان، مشارکت در فرایند انتقال اطلاعات، رسانه های نوین و شبکه های اجتماعی جایگزین رسانه های سنتی مانند تلویزیون شده است، افزایش مشارکت

	سیاسی، افزایش مشارکت سیاسی مجازی (تغییر اشکال و ابعاد مشارکت سیاسی)، کاهش هزینه های مشارکت سیاسی و افزایش بسیج نیروها	
۱۷	تولید نفاق بین اعضای جامعه، مخدوش کردن اصل انتخابات و عدم وجود دموکراسی واقعی در فرایند اجرای آن، انتشار شایعات، کاهش انگیزه افراد جهت شرکت در انتخابات و تخریب نامزدهای رقیب و احزاب مخالف، گسترش مشارکت سیاسی مجازی، کاهش هزینه مشارکت، تشکیل زنجیره انتشار اخبار و شایعه، تشکیل اجتماعات و گروههای دوستانه مجازی	(شمس و فرقانی، ۱۳۹۶)
۱۸	تأثیر منفی و مثبت و مستقیم و غیر مستقیم رسانه شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، افزایش آگاهی و اطلاعات سیاسی، افزایش کنشگری سیاسی، تغییر فرهنگ سیاسی، انگیزه محرکی قوی برای مشارکت سیاسی، افزایش آگاهی سیاسی و دسترسی به اطلاعات سیاسی گسترده	(محمدزاده راوندی و همکاران، ۱۳۹۹)
۱۹	افزایش مشارکت سیاسی، تأثیر و غیر مستقیم رسانه شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، شکلگیری حوزه عمومی موازی و مجازی، افزایش مشارکت سیاسی مجازی و آنلاین، تأثیر رسانه شبکه های اجتماعی بر افکار عمومی، تضعیف مرجعیت و اثرگذاری رسانه های سنتی مانند تلویزیون توسط رسانه های نوین و شبکه های اجتماعی	(عبداللهیان و حقگوئی، ۱۳۹۷)
۲۰	عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی و تأثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی و کنش اجتماعی، تغییر و تنوع در گروههای مرجع سیاسی اجتماعی، شکلگیری زندگی سیاسی مجازی و موازی با محیط واقعی، تغییر فرهنگ و ارزشهای سیاسی و حوزه عمومی، ظهور فضای اجتماعی بی تفاوتی مدنی، شکلگیری ارتباطات اجتماعی با پتانسیل ایجاد شبکههای بی پایان مجازی و کاهش کنشگری و مشارکت سیاسی اجتماعی واقعی و رو در رو، توانایی مشاهده و مقایسه همزمان، تنوع در مهارتهای ارتباطی و کنشهای اجتماعی و مشارکت، صورتبندیهای جدید مشارکتهای اظهاری و عاطفی را جایگزین صورتبندیهای مرسوم مشارکتهای (تنوع ابعاد مشارکت سیاسی و مدنی)، افزایش شفافیت و نظارت اجتماعی	(ناصر پوررضا کریم سرا، ۱۳۹۳)
۲۱	افزایش مشارکت سیاسی و نظارت و شفافیت، افزایش آگاهی سیاسی، تأثیر غیر مستقیم و موازی رسانه ها و شبکه های مجازی بر مشارکت، افزایش مشارکت سیاسی مجازی و آنلاین (تنوع ابعاد و اشکال مشارکت)، کاهش هزینه های انواع مشارکت و سهولت مشارکت، افزایش مطالبه گری سیاسی اجتماعی، دموکراسی الکترونیکی، تراکشن الکترونیکی شهروندان، نظارت الکترونیکی شهروندان و افزایش ارتباطات سیاسی، بسیج سیاسی و افزایش اثربخشی مشارکت سیاسی	(پورحسن و فرچوند، ۱۳۹۸)
۲۲	عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی و تأثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی و کنش اجتماعی، افزایش آگاهی سیاسی و نگرش های مردم سالارانه، گسترش اشکال جدید مشارکت سیاسی، افزایش مشارکت سیاسی و اثربخشی سیاسی و اعتماد	(مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)

سیاسی، شکلگیری مشارکت سیاسی غیرمتعارف، شکلگیری گروههای جدید سیاسی، کاهش هزینه ارتباطات و مشارکت، شبکه سازی، رسانه های نوین و شبکه های اجتماعی جایگزین رسانه های سنتی مانند تلویزیون شده است، سازماندهی اعتراضات و تجمعات سیاسی، افزایش مشارکت اعتراضی طردشدگان اجتماعی، شخصی سازی سیاست، تحریک و تشویق به مشارکت، جهت دهی به فرهنگ سیاسی (فرهنگ سیاسی مشارکتی)، بسیج سیاسی و توده ای

۲۳ رابطه منفی بین محتوای سیاسی و بسایت ها فارسی زبان با خارجی با میزان مشارک سیاسی انتخاباتی (کاهش مشارکت رسمی و متعارف)، موکول شدن تاثیرگذاری رسانه ها به اعتماد(تاثیر با واسطه و غیر مستقیم رسانه)، کاهش مشارکت رسمی انتخاباتی متعارف، شکلگیری رفتار سیاسی اعتراضی عدم مشارکت(تنوع اشکال مشارکت)، تغییر و اثرگذاری رسانه و اینترنت بر فرهنگ سیاسی و جامعه پذیری سیاسی(اثرگذاری غیر مستقیم بر مشارکت سیاسی و اشکال آن)

۲۴ افزایش آگاهی سیاسی، بحث سیاسی، اثربخشی سیاسی درونی و بیرونی، کاهش هزینه ارتباطات و درک اطلاعات، افزایش و زمینه سازی مشارکت مردم سالارانه، تقویت گروههای سیاسی اجتماعی و تحریک و تشویق آنان به مشارکت سیاسی، تحریک و بسیج توده ها برای مشارکت، تغییر فرهنگ سیاسی، تغییر ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی و شکلگیری نوعی مشارکت سیاسی مجازی موازی، استفاده احزاب و گروهها از رسانه و اینترنت برای تبلیغات و مشارکت بیشتر، افزایش و کاهش اثربخشی سیاسی(عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی و تاثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی و کنش اجتماعی) و انزوای سیاسی، افزایش آگاهی سیاسی و نگرش های مردم سالارانه و بلوغ سیاسی،

۲۵ عامل شکل دهی به افکار عمومی، شایعه و طرح موضوعات با اغراض سیاسی(عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی و تاثیر مثبت و منفی بر رفتار سیاسی و کنش اجتماعی)، گسترش الگوهای نوین مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین، افزایش مطالبه گری و نظارت بر حکومت، کنش سیاسی در سطح غیرمتعارف و کنشگری سیاسی افراطی، کم رنگتر شدن سلسله مراتب، توسعه ی آزادی بیان، مشارکت گسترده، ادخال اجتماعی سیاسی طردشدگان اجتماعی و طبقات مختلف مردم، شبکه های اجتماعی، ایجاد مدل های ارتباطی جدیدی، اخبار و اطلاعات رسانی سیاسی به طور مستقیم و غیرمستقیم، معرفی ارزشها و آرمانهای سیاسی و تبلیغ آنها، (مقایسه ی) ارزشهای سیاسی جامعه ی خودی با ارزشهای جوامع دیگر، (بحث و گفتگو) درباره ی مواضع دولت، ترویج مشارکت مدنی، ایجاد (انگیزی تحول) و جنبشهای عمومی، افزایش یادگیری سیاسی و مشارکت، تبلیغ و اشاعه ی نمادهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، (آگاهیهای سیاسی- اجتماعی)، عامل ارتباط فعالان سیاسی با مردم و برانگیزاننده ی مهم رفتارهای

	<p>اعتراضی و (بسیج اعتراضها)، (تاثیر با واسطه و غیر مستقیم رسانه)، مشارکت در مقیاس وسیع، (کاهش هزینه مشارکت)، مشارکت آنلاین و مجازی (تغییر و شکلگیری ابعاد و اشکال جدید مشارکت سیاسی)، فرصتهای برابر برای کنش سیاسی</p>
<p>(کبیری و همکاران، ۱۳۹۵)</p>	<p>تاثیر با واسطه و غیرمستقیم رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی (متغیرهای زمینه ای مانند جنس، سن بر میزان و نوع اثرگذاری شبکه های اجتماعی و رسانه ها تاثیر میگذارد)، آگاهی از جناح بندیهای سیاسی (افزایش آگاهی سیاسی، تغییر نگرش و فرهنگ سیاسی، شکلدهی به افکار عمومی (حوزه عمومی)،</p>
<p>(مشکینی و همکاران، ۱۴۰۱)</p>	<p>تاثیر با واسطه و غیرمستقیم و دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی و آگاهی سیاسی (متغیرهای زمینه ای مانند جنس، سن بر میزان و نوع اثرگذاری شبکه های اجتماعی و رسانه ها تاثیر میگذارد)، شکلدهی به افکار عمومی (پیشران شکلگیری حوزه عمومی مجازی)، تحریک و تشویق به مشارکت خصوصا مجازی (تنوع ابعاد و اشکال مشارکت)، تضعیف رسانه های سنتی و مرجعیت آنها، افزایش مطالبه گری و نظارت، گفت و گو</p>
<p>(سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸)</p>	<p>تاثیر رسانه ها بر انجمن ها و دوستان به صورت واسطه گر (تاثیر با واسطه و غیرمستقیم بر مشارکت سیاسی)، افزایش مشارکت، بازاندیشی در اطلاعات افراد برای مشارکت (آگاهی سیاسی و امکان مقایسه)، افزایش مشارکت و درشدگی سیاسی مدنی زنان، تأثیری بر گرایش جوانان به احزاب سیاسی و تشکلهای سیاسی (تغییر ارزشها و فرهنگ سیاسی)، تشکل سازی و شبکه سازی و انجمن سازی جهت انجام مشارکت گروهی</p>
<p>(احمدی یعقوب، ۱۳۹۸)</p>	<p>دگرگونی در نوع مشارکت و ظهور اشکال متفاوت و جدید مشارکت غیر متعارف و پنهان مانند اعتراض و اعتصاب و نوشتن طومار و گردهمایی های اعتراضی بدون رهبر پیرامون مسائل خاص /مشارکت سیاسی و اعتراضی آنلاین مانن انواع بایکوت آنلاین و سایتهای اعتراضی آنلاین (حوزه عمومی و جامعه مدنی مجازی)، ظهور پیوندهای قوی و کوچک، فراهم کردن امکان عبور از مرز خصوصی به عمومی، انعطاف پذیری و استقلال بیشتر برای کنش جمعی و مشارکت سیاسی بدون رهبر و منعطف، بهبود انجام اعمال کنش جمعی و کاهش هزینه ارتباطات و مشارکت، بسیج شهروندان و ایجاد زمینه برای دموکراسی مشارکتی</p>
<p>(اسلامی و کواکبیان، ۱۳۹۱)</p>	<p>. افزایش سطح سواد و آگاهی خصوصا در زنان و سبک زندگی های دارای تحرک بالا، گسترش وبلاگ نویسی انتقادی و افزایش مطالبه گری و نظارت عمومی، مجازی و آنلاین شدن و انبساط امر سیاسی و جامعه مدنی و حوزه عمومی، سیاسی شدن افراطی فضای عمومی جامعه (افزایش درگیرشدگی مدنی سیاسی)، ظهور گونه های جدید امر سیاسی و کنش جمعی، تبدیل فضای سایر محدود و آفلاین به مکانی برای کنشگری و اعتراض مدنی (مجازی و آنلاین شدن جامعه مدنی و حوزه عمومی)، اعتراض های سبک جدید در جامعه مدنی و سبک رادیکال اعتراض سیاسی و جنبشهای نوین</p>

- خودجوش بدون رهبر(بروز اشکال مختلف مشارکت و کنش سیاسی نامتعارف و اعتراضی)، بازنمایی کردن امر سیاسی، کنار رفتن عقلانیت سیاست گذاری به همراه تساهل جامعه مدنی
- ۳۱ نقش نرم افزار اجتماعی تلگرام در تبلیغات انتخابات و داغ کردن تور انتخابات و تحریک و تشویق به مشارکت در انتخابات، تسهیل دسترسی و کسب اطلاعات و آگاهی از اوضاع اجتماعی و سیاسی، افزایش مشارکت سیاسی و شرکت در انتخابات، ایفای نقش احزاب توسط شبکه های اجتماعی، کاهش هزینه ارتباطات، تأثیر رسانه های جمعی در افکار عمومی، اثربخشی تبلیغات انتخاباتی نامزدها و احزاب، ایجاد طوفان فکری و تصمیم سازی گروهی توسط رسانه و شبکه های اجتماعی، کم رنگ شدن نقش رسانه های سستی در کنار گسترش فناوریهای نوین و رسانه های جدید، تحول در شیوه کمپین ها و تبلیغات انتخاباتی، ایجاد، تقویت یا تغییر نگرش مردم نسبت به امری یا فرد خاصی و شایعه سازی و اسطوره سازی(تأثیرات منفی رسانه و شبکه های اجتماعی بر جامعه مدنی و افکار عمومی و حوزه عمومی)، مجازی و آنلاین شدن بخشی از مبارزات انتخاباتی و کنش سیاسی(تغییر ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی)
- ۳۲ گسترش نگرش های دموکراتیک و مشارکت طلبانه، ظهور شکل جدید مشارکت سیاسی برخط و اینترنتی و غیر رسمی و اعتراضی، افزایش درگیرشدگی مدنی و سیاسی و تشویق و تحریک گروههای جامانده سیاسی به مشارکت و کنش سیاسی، بسیج سازی سیاسی، افزایش اطلاعات و آگاهی سیاسی، افزایش نظارت همگانی و مردمی و مطالبه گری سیاسی اجتماعی، انسجام بخشی و افزایش روابط بین فردی و گروهی(گسترش روابط افقی و شبکه سازی در جامعه مدنی)، تأثیر غیرمستقیم و باواسطه رسانه و اینترنت و شبکه های اجتماعی بر کنش و مشارکت سیاسی و مدنی، ظهور گروهها و تشکلهای سیاسی آنلاین در غیاب احزاب واقعی(انبساط جامعه مدنی و شکلگیری جامعه مدنی و حوزه عمومی مجازی موازی)،
- ۳۳ افزایش ظرفیت و تسهیل مشارکت و ارتباطات، گسترش روابط اجتماعی افقی و شبکه سازی، تقویت جریانهای مقاومت در برابر جریان قدرت و سلطه، ظهور و گسترش ارتباط جمعی خودانگیز، شکلگیری جنبشهای اجتماعی نوین و جریانهای اعتراضی سبک جدید(مشارکت و کنش سیاسی اعتراضی غیر رسمی و نامتعارف مانند کارناوال های شهری و نافرمانی مدنی)، امکان کنشگری بلاواسطه برای افراد و گروهها، شکلگیری شبکه های پاد قدرت، ایجاد استقلال ارتباطی، امکان مؤثری برای برقراری ارتباط و اطلاع رسانی و آگاه سازی، شکل گرفتن دنیای مجازی و شبکه ای -نتیزن (Netizen) در برابر(سیتیزن) یا شهروندی مجازی-، آنلاین شدن جامعه مدنی و مبارزه مدنی و سیاسی، سیاسی شدن افراطی فضای جامعه و افزایش درگیرشدگی سیاسی و مدنی، تحریک و تشویق به شرکت در انتخابات،

۳۴ تحقیق دموکراسی دیجیتال از طریق تشکیل حوزه عمومی، زمینه هایی را برای تبادل اطلاعات و بحث و مشارکت گسترده تر شهروندان با ظهور دولت الکترونیک، تکثیر جریان سریع و آزاد اطلاعات و داده ها، انتقال اطلاعات و دانش، ایجاد ارتباط با حاکمان و مسئولان سیاسی، نقش موازی و تکمیلی تکنولوژی در ایجاد شرایط دموکراتیک افزایش مشارکت سیاسی شهروندان، رأی گیری الکترونیک، شفافیت و پاسخگویی حکومت، آگاهی مردم از عملکرد دولت، گفت و گو، اهمیت حوزه عمومی در گسترش مشارکت فارغ از اجبار، فراهم نمودن زیرساختهای دیجیتال و امکان فرصت برای مشارکت شهروندان جهت آگاهی از جزئیات عملکرد بهتر دولت، امکان گفتوگوهای سیاسی و نقد نظامهای سیاسی، ایجاد حوزه عمومی مجازی

۳۵ بسیج عمومی و جهت دهی افکار جمعی، نظارت بر عملکرد و کارکردهای آرمانهای دولتی، تقویت نهادهای مدنی، ترغیب شهروندان به مشارکت گسترده ملی، تحریک احساسات ملی و سیاسی جامعه، افزایش آگاهیها و اطلاع رسانی گسترده در سطح جامعه و آزادسازی افکار عمومی از انحصار دولتها؛ تسهیل و تسریع آموزشهای سیاسی و مدنی برای مردم مشارکت سیاسی از طریق شبکه های اجتماعی، تقویت جایگاه احزاب و گروههای سیاسی در جامعه سیاسی؛ آگاهی و آموزش به مردم نهایت اقدام به تقویت و هدایت جنبشهای اجتماعی، آموزش سیاسی و مدنی مردم، نقش کاتالیزور شبکه های اجتماعی در مشارکت سیاسی، دگرگونی بسیاری از اشکال کنش جمعی، از اقل تا تقابلی و از اقدامات فردی تا اقدامات جمعی، جذب طبقه جوان جامعه و شکل دادن به افکار عمومی، شکاف میان مردم و حکومت را پر کنند، بستری مناسب برای گسترش توسعه سیاسی و مشارکت سیاسی، وارد کردن مهارتها و عوامل تازه در مبارزات سیاسی رسانه های نوین، تشویق مستقیم و غیر مستقیم مردم به مشارکت سیاسی از جمله در انتخابات، احیای ابعاد از دست رفته مشارکت سیاسی و دموکراسی، شکلگیری ارتباطات افقی، رشد افکار عمومی، ایجاد اجتماعات، تبلیغ و اشاعه نمادهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، دموکراسی الکترونیکی از طریق گفتگو

جدول شماره ۴: طبقه بندی کدها و مفاهیم اصلی استخراج شده

ردیف	مفاهیم	کدها	منابع
۱		راه اندازی تجمعات سیاسی، تحریک و تشویق به مشارکت سیاسی، ایجاد انگیزه برای مشارکت	(فولادی و همکاران، ۱۴۰۰)، (رضایی و فاضل، ۱۳۹۳)،

<p>(عباسی شوازی و همکاران ، ۱۳۹۹)، (عبداللهی نژاد و همکاران ، ۱۳۹۵)، (عسکری جهتی ، ۱۴۰۱)، (نوری و قلی پور ، ۱۳۹۷)، (عابدین ابولی و همکاران ، ۱۳۹۹)، (عابدین ابولی و همکاران، ۱۴۰۱)، (شهرام قاضی زاده و همکاران ، ۱۴۰۰)، (غلامرضا خواجه سروی و نوربخش ، ۱۴۰۰)، (عبداللهیان و حقگوئی ، ۱۳۹۷)، (پورحسن و ر فرجوند، ۱۳۹۸)، (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)، (هرسیج و همکاران، ۱۳۹۲)، (محموداوغلی، ۱۳۹۵)، (مشکینی و همکاران ، ۱۴۰۱)، (سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸)، (احمدی یعقوب، ۱۳۹۸)، (اسلامی و کواکبیان، ۱۳۹۱)، (مهديزاده طالشی و همکاران ، ۱۳۹۶)، (خلیل الله سردارنیا ، ۱۳۸۸)، (تاجیک و خداخواه آذر ، ۱۳۹۵)، (بشیری سعید ، ۱۳۹۰)،</p>	<p>سیاسی ، افزایش مشارکت مردم سالارانه، افزایش کنش جمعی و درگیرشدگی مدنی سیاسی، گسترش کنشگری و مشارکت سیاسی، ساماندهی جهت مشارکت ، سازماندهی سیاسی فضای انتخابات، داغ کردن تنور انتخابات، شکل گیری روح جمعی، مدنی ترغیب شهروندان به مشارکت گسترده ، ملی، تحریک احساسات ملی و سیاسی جامعه، افزایش مشارکت زنان، شکلگیری رفتار سیاسی و انتخاباتی، سیاسی شدن فضای عمومی جامعه</p>	<p>بسیج و ساماندهی مشارکت</p>	
<p>(رضایی و فاضل، ۱۳۹۳)، (سعیده مرادی فر و همکاران ، ۱۳۹۷)، (عبداللهی نژاد و همکاران ، ۱۳۹۵)، (عسکری جهتی ، ۱۴۰۱)، (نوری و قلی پور ، ۱۳۹۷)، (عابدین ابولی و همکاران ، ۱۳۹۹)، (شهرام قاضی زاده و همکاران ، ۱۴۰۰)، (غلامرضا خواجه سروی و نوربخش ، ۱۴۰۰)، (امیدی و مرادی فر ، ۱۳۹۵)، (شمس و فرقانی ، ۱۳۹۶)، (محمدزاده راوندی و همکاران ، ۱۳۹۹)، (عبداللهیان</p>	<p>رشد و افزایش آگاهی سیاسی، هوشیارسازی، فهم و جهت دهی شهروندان، افزایش اطلاعات سیاسی و امکان مقایسه، مبادله آزاد اطلاعات سیاسی واجتماعی، تشکیل زنجیره انتشار اخبار، آگاهی از جناح بندیهای سیاسی، بازاندیشی در اطلاعات افراد برای مشارکت، افزایش سطح سواد و آگاهی زنان، تسهیل دسترسی و کسب اطلاعات و آگاهی از</p>	<p>آگاه سازی سیاسی و اطلاع رسانی</p>	<p>۲</p>

<p>و حقگوینی ، (۱۳۹۷)، (پورحسن و ر فرجوند،۱۳۹۸)، (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)، (هرسیج و همکاران،۱۳۹۲)،(محموداوغلی،۱۳۹۵)، (کبیری و همکاران ، ۱۳۹۵)، (سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸)، (اسلامی و کواکبیان، ۱۳۹۱)، (مهديزاده طالشی و همکاران ، ۱۳۹۶)، (خلیل الله سردارنیا ، ۱۳۸۸)، (تاجیک و خداخواه آذر ، ۱۳۹۵)، (مهديزاده و شیفته، ۱۳۹۸)، (بشیری سعید ، ۱۳۹۰)</p>	<p>اوضاع اجتماعی و سیاسی، تکثیر جریان سریع و آزاد اطلاعات و داده ها، انتقال اطلاعات و دانش، آموزشهای سیاسی ومدنی، آگاهی از جزئیات عملکرد بهتر دولت</p>	
<p>(فولادی و همکاران،۱۴۰۰)، (بشیری سعید ، ۱۳۹۰)، (مهديزاده و شیفته، ۱۳۹۸)، (تاجیک و خداخواه آذر ، ۱۳۹۵)، (خلیل الله سردارنیا ، ۱۳۸۸)، (مهديزاده طالشی و همکاران، ۱۳۹۶)، (اسلامی و کواکبیان، ۱۳۹۱)، (احمدی یعقوب، ۱۳۹۸)، (سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸)، (مشکینی و همکاران ، ۱۴۰۱)، (کبیری و همکاران ، ۱۳۹۵)، (محموداوغلی،۱۳۹۵)، (هرسیج و همکاران،۱۳۹۲)، (رضایی و کاظمی پورثابت ، ۱۳۹۴)، (پورحسن و ر فرجوند،۱۳۹۸)، (ناصر پوررضا کریم سرا،۱۳۹۳)، (عبداللهیان و حقگوینی ، ۱۳۹۷)، (شمس و فرقانی ، ۱۳۹۶)، (هادی خانیکي و یوسف خجیر ، ۱۳۹۷)، (شهرام قاضی زاده و همکاران ، ۱۴۰۰)، (عابدین ابولی و همکاران، ۱۴۰۱)،</p>	<p>رشدوشکلدهی افکارعمومی، تبلیغ و اشاعه نمادهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی،افزایش و ایجاد زمینه برای گفت و گو، آموزشهای سیاسی ومدنی، امکان گفت وگوهای سیاسی و نقد نظامهای سیاسی، ایجاد حوزه عمومی مجازی، شهروندی مجازی، حوزه عمومی مجازی موازی، اثربخشی تبلیغات انتخاباتی نامزدها و احزاب، شکاف میان مردم و حکومت، تقویت جایگاه احزاب و گروههای سیاسی، تقویت و هدایت جنبشهای اجتماعی، نظارت بر عملکرد و کارکردهای آرمانهای دولتی، تقویت نهادهای مدنی، بحث و مشارکت گسترده تر شهروندان با ظهور دولت الکترونیک، شکلگیری شبکه های پاد قدرت، گسترش روابط</p>	<p>۳ انبساط و تقویت حوزه عمومی و جامعه مدنی(افکار عمومی)</p>

<p>(عابدین ابولی و همکاران، ۱۳۹۹)،          (جزینی و همکاران، ۱۳۹۶)،          (اشتریان و امیرزاده، ۱۳۹۴)، (نوری و          قلی پور، ۱۳۹۷)، (عقبیلی و همکاران،          ۱۳۹۷)، (عسکری جهتی، ۱۴۰۱)          (عبداللهی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)،          (سعیده مرادی فر و همکاران، ۱۳۹۷).</p>	<p>اجتماعی افقی و شبکه سازی،          تقویت جریانهای مقاومت در برابر          جریان قدرت و سلطه، ظهور          گروهها و تشکلهای سیاسی آنلاین          در غیاب احزاب واقعی، ایجاد          توفان فکری و تصمیم سازی          گروهی توسط رسانه، تحول در          شیوه کمپین ها و تبلیغات انتخاباتی،          تقویت یا تغییر نگرش مردم نسبت          به امری یا فرد خاصی و شایعه          سازی و اسطوره سازی(تأثیرات          منفی رسانه و شبکه های اجتماعی          بر جامعه مدنی و افکار عمومی و          حوزه عمومی)، بازنمایی کردن امر          سیاسی، کنار رفتن عقلانیت          سیاست گذاری به همراه تساهل          جامعه مدنی، افزایش مطالبه گری و          نظارت عمومی، فراهم کردن امکان          عبور از مرز خصوصی به          عمومی، تشکیل سازی و شبکه          سازی و انجمن سازی، درشدگی          سیاسی مدنی زنان، تأثیری بر          گرایش جوانان به احزاب سیاسی          و تشکلهای سیاسی، پیشران          شکلگیری حوزه عمومی مجازی،          توسعه ی آزادی بیان، تقویت          گروههای سیاسی اجتماعی، رشد و          زمینه سازی جامعه پذیری سیاسی،          نظارت الکترونیکی شهروندان،          تغییر و تنوع در گروههای مرجع</p>
---	--

	<p>سیاسی اجتماعی، افزایش شفافیت، تحول خواهی در جامعه مدنی، شکل گیری روح جمعی، تبدیل فضای مکانها</p> <p>به فضای جریانها و سیال به معنی محقق شدن شهر الکترونیک، گسترش فاصله بین حکومت و مردم (اثرات منفی رسانه بر جامعه مدنی)، کاهش فاصله مردم و رهبران سیاسی، فراهم آوردن فضای چندصدایی و ارتباطات درون گروهی و بین گروهی،</p>	
<p>(عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۹۹)، (عبداللهی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (عسکری جهقی، ۱۴۰۱)، (نوری و قلی پور، ۱۳۹۷)، (اشتریان و امیرزاده، ۱۳۹۴)، (جزینی و همکاران، ۱۳۹۶)، (عابدین ابولی و همکاران، ۱۳۹۹)، (عابدین ابولی و همکاران، ۱۴۰۱)، (شهرام قاضی زاده و همکاران، ۱۴۰۰)، (غلامرضا خواجه سروی و نوربخش، ۱۴۰۰)، (هادی خانیکی و یوسف خجیر، ۱۳۹۷)، (امیدی و مرادی فر، ۱۳۹۵)، (شمس و فرقانی، ۱۳۹۶)، (محمدزاده راوندی و همکاران، ۱۳۹۹)، (ناصر پوررضا کریم سرا، ۱۳۹۳)، (پورحسن و ر فرجوند، ۱۳۹۸)، (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)، (رضایی و کاظمی پورثابت،</p>	<p>کاهش هزینه سیاسی مشارکت سیاسی غیر متعارف، افزایش مشارکت و کنش سیاسی آنلاین، ساماندهی و شبکه سازی غیررسمی واقعی، امکان تسری مشارکت آنلاین به واقعی، شبکه سازی و تشکیل گروه های سیاسی، افزایش مشارکت مردم سالارانه، سیاسی شدن بیشتر افراد جامعه حتی افراد بی تفاوت و افزایش میزان مشارکت، افزایش مشارکت رسمی و متعارف مانند انتخابات، کاهش انواع هزینه های مشارکت سیاسی، افزایش بسیار زیاد دامنه کنشگری و مشارکت جمعی، کاهش مشارکت سیاسی واقعی بالانحص انتخابات، متنوع شدن و گسترش</p>	<p>تغییر ابعاد، اشکال و میزان مشارکت سیاسی</p> <p>۴</p>

<p>(۱۳۹۴)، (هرسیچ و همکاران، ۱۳۹۲)، (محموداوغلی، ۱۳۹۵) (مشکینی و همکاران، ۱۴۰۱)، (سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸) (احمدی یعقوب، ۱۳۹۸)، (اسلامی و کواکبیان، ۱۳۹۱)، (مهدیزاده طالشی و همکاران، ۱۳۹۶)، (خلیل الله سردارنیا، ۱۳۸۸)، (تاجیک و خداخواه آذر، ۱۳۹۵)، (بشیری سعید، ۱۳۹۰)</p>	<p>طیف اشکال مشارکت سیاسی، مشارکت فارغ از زمان و مکان و بی حد و حصر، ترغیب شهروندان به مشارکت گسترده، عملکرد دوگانه رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، تشدید اعتراضات هیجانی و خشونت‌آمیز شده، امکان مشارکت سیاسی منعطف، مخدوش کردن اصل انتخابات، کاهش انگیزه افراد جهت شرکت در انتخابات و تخریب نامزدهای رقیب، تاثیر مستقیم و غیر مستقیم (با توجه به تاثیر قبلی اولیه متغیرهای بنیادی و زمینه ای مانند وضعیت اقتصادی، سن و جنس و ... رسانه و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی، و کاهش کنشگری و مشارکت سیاسی اجتماعی واقعی و رو در رو، جایگزینی صورتبندیهای جدید مشارکتهای اظهاری و عاطفی به جای صورتبندیهای مرسوم مشارکت، افزایش و کاهش اثربخشی مشارکت سیاسی، گسترش اشکال جدید مشارکت سیاسی، شکلگیری مشارکت سیاسی غیرمتعارف، گسترش مشارکت سیاسی اعتراضی، کاهش مشارکت رسمی انتخاباتی متعارف، شکلگیری</p>
---	---

	<p>رفتار سیاسی اعتراضی عدم مشارکت، تشویق و تحریک گروههای سیاسی و اجتماعی و افراد به مشارکت سیاسی، انزوای سیاسی و عدم مشارکت، گسترش الگوهای نوین مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین، افزایش مشارکت و درشدگی سیاسی مدنی زنان، ظهور اشکال متفاوت و جدید مشارکت غیر متعارف و پنهان مانند اعتراض و اعتصاب و نوشتن طومار و گردهمایی های اعتراضی بدون رهبر و متعطف پیرامون مسائل خاص مشارکت سیاسی و اعتراضی آنلاین مانن انواع بایکوت آنلاین و سایتهای اعتراضی آنلاین، مشارکت سیاسی برخط و اینترنتی و غیر رسمی و اعتراضی، افزایش ظرفیت و تسهیل مشارکت، شکلگیری جنبشهای اجتماعی نوین، تشویق مستقیم و غیر مستقیم آنها به مشارکت سیاسی از جمله در انتخابات، دگرگونی بسیاری از اشکال کنش جمعی، از اقناعی تا تقابلی و از اقدامات فردی تا اقدامات جمعی، ایجاد مهارتها و عوامل تازه در مبارزات سیاسی</p>		
--	---	--	--

<p>(عباسی شوازی و همکاران، ۱۳۹۹)، (نوری و قلی پور، ۱۳۹۷)، (امیدی و مرادی فر، ۱۳۹۵)، (شمس و فرقانی، ۱۳۹۶)، (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)، (هرسیج و همکاران، ۱۳۹۲)، (محموداوغلی، ۱۳۹۵)، (احمدی یعقوب، ۱۳۹۸)، (مهدیزاده طالش و همکاران، ۱۳۹۶)، (تاجیک و خداخواه آذر، ۱۳۹۵)، (مهدیزاده و شیفته، ۱۳۹۸) (بشیری سعید، ۱۳۹۰)</p>	<p>کاهش هزینه سیاسی مشارکت سیاسی غیر متعارف، کاهش انواع هزینه های مشارکت سیاسی، کاهش هزینه ارتباطات، کاهش هزینه ارتباطات و درک اطلاعات، مشارکت در مقیاس وسیع و بدون محدودیت زمانی و مکانی، تسهیل مشارکت و ارتباطات، امکان کنشگری بلاواسطه برای افراد و گروهها، رأی گیری الکترونیک و کاهش انواع هزینه های مالی انتخابات، کاهش هزینه آموزش سیاسی مدنی افراد، شهروندان، گروهها و تشکلهای</p>	<p>هزینه مشارکت و ارتباطات</p>	<p>5</p>
<p>(عبداللہی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (عسکری جهتی، ۱۴۰۱)، (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۷)، (نوری و قلی پور، ۱۳۹۷)، (جزینی و همکاران، ۱۳۹۶)، (عابدین ابولی و همکاران، ۱۳۹۹)، (شمس و فرقانی، ۱۳۹۶)، (ناصر پوررضا کریم سرا، ۱۳۹۳)، (پورحسن و رفرجوند، ۱۳۹۸)، (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)، (هرسیج و همکاران، ۱۳۹۲)، (محموداوغلی، ۱۳۹۵) (سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸)، (احمدی یعقوب، ۱۳۹۸)، (خلیل الله سردارنیا، ۱۳۸۸)، (تاجیک و خداخواه آذر، ۱۳۹۵)، (بشیری سعید، ۱۳۹۰)</p>	<p>ساماندهی و شبکه سازی غیررسمی واقعی، گسترش ارتباطات افقی و درون گروهی و بین گروهی، شبکه سازی و تشکیل گروه های سیاسی، تبدیل فضای مکانها به فضای جریانها و سیال به معنی محقق شدن شهر الکترونیک، مشارکت فارغ از زمان و مکان، تشکیل اجتماعات و گروههای دوستانه مجازی، شکلگیری ارتباطات اجتماعی با پتانسیل ایجاد شبکههای بی پایان مجازی، افزایش ارتباطات سیاسی، شکلگیری گروههای جدید سیاسی، کاهش هزینه</p>	<p>شبکه سازی و ارتباطات سیاسی اجتماعی</p>	<p>6</p>

	<p>ارتباطات، کاهش هزینه ارتباطات سیاسی، کاهش سلسله مراتب ارتباطی و افزایش روابط افقی بین افراد و گروهها، تشکل سازی و شبکه سازی و انجمن سازی، ظهور پیوندهای قوی و کوچک، انسجام بخشی و افزایش روابط بین فردی و گروهی، ظهور گروهها و تشکلهای سیاسی آنلاین، گسترش روابط اجتماعی افقی</p>		
<p>(فولادی و همکاران، ۱۴۰۰) (رضایی و فاضل، ۱۳۹۳)، (عبداللهی نژاد و همکاران، ۱۳۹۵)، (عسکری جهتی، ۱۴۰۱)، (جزینی و همکاران، ۱۳۹۶) (عابدین ابولی و همکاران، ۱۴۰۱) (شهرام قاضی زاده و همکاران، ۱۴۰۰) (غلامرضا خواجه سروی و نوربخش، ۱۴۰۰)، (هادی خانیکی و یوسف خجیر، ۱۳۹۷)، (شمس و فرقانی، ۱۳۹۶) (محمدزاده راوندی و همکاران، ۱۳۹۹) (ناصر پوررضا کریم سرا، ۱۳۹۳) (پورحسن و ر فرجوند، ۱۳۹۸)، (مسعودنیا و همکاران، ۱۳۹۰)، (رضایی و کاظمی پورثابت، ۱۳۹۴)، (هرسیج و</p>	<p>جهت دهی به فرهنگ سیاسی، هوشیارسازی، فهم و جهت دهی شهروندان، کانالیزه کردن فرهنگ سیاسی و انگیزه های سیاسی جهت انجام مشارکت و کنش، تحریک و انگیزه برای مشارکت سیاسی، سیاسی شدن بیشتر افراد جامعه حتی افراد بی تفاوت جهت درگیرشدگی و انجام مشارکت، تقویت برخی از ارزشهای سیاسی مثل آزادی بیان، تحریک احساسات ملی و سیاسی جامعه، تغییر فرهنگ سیاسی زنان به فرهنگ سیاسی مشارکت جوانه، ایجاد فرهنگ سیاسی مطالبه</p>	<p>سیاسی</p>	<p>۷ فرهنگ مشارکتی</p>

<p>همکاران، ۱۳۹۲)، (کیبیری و همکاران ، ۱۳۹۵)، (سردارنیا و همکاران، ۱۳۹۸) (مهدیزاده طالشی و همکاران ، ۱۳۹۶) (خلیل الله سردارنیا ، ۱۳۸۸)، (تاجیک و خداخواه آذر ، ۱۳۹۵)، (بشیری سعید ، ۱۳۹۰)</p>	<p>گرانه، تحریک احساسات ملی و سیاسی جامعه، تحول‌خواهی سیاسی اجتماعی، شکل‌گیری رفتار سیاسی و انتخاباتی، تأثیر منفی بر رفتار سیاسی، کاهش انگیزه افراد جهت شرکت در انتخابات، تغییر فرهنگ و ارزش‌های سیاسی ، ظهور فضای اجتماعی بی تفاوتی مدنی، افزایش آگاهی سیاسی و نگرش های مردم سالارانه، تغییر فرهنگ سیاسی طردشدگان اجتماعی به فرهنگ سیاسی مشارکتی و ادخال اجتماعی آنان، شکل‌گیری رفتار سیاسی اعتراضی عدم مشارکت، افزایش بلوغ سیاسی، جامعه پذیری سیاسی و انتقال ارزش‌های سیاسی مشارکت جویانه، تغییر نگرش سیاسی، بازاندیشی در اطلاعات افراد برای مشارکت سیاسی، تقویت یا تغییر نگرش مردم نسبت به امری یا فرد خاصی و شایعه سازی و اسطوره سازی، گسترش نگرش های دموکراتیک و مشارکت طلبانه، سیاسی شدن افراطی فضای جامعه، آموزش‌های سیاسی ومدنی</p>
---	---

یافته ها و کدهای تحقیق در قالب مفاهیم هفتگانه طبقه بندی شدند که این مفاهیم نشان‌دهنده ی رابطه و تأثیر فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی بر مشارکت سیاسی و جامعه مدنی در ایران است. همانطور که در جدول شماره ۴ قابل مشاهده است این یافته ها حاکی از تأثیرات مختلف مستقیم/ غیر

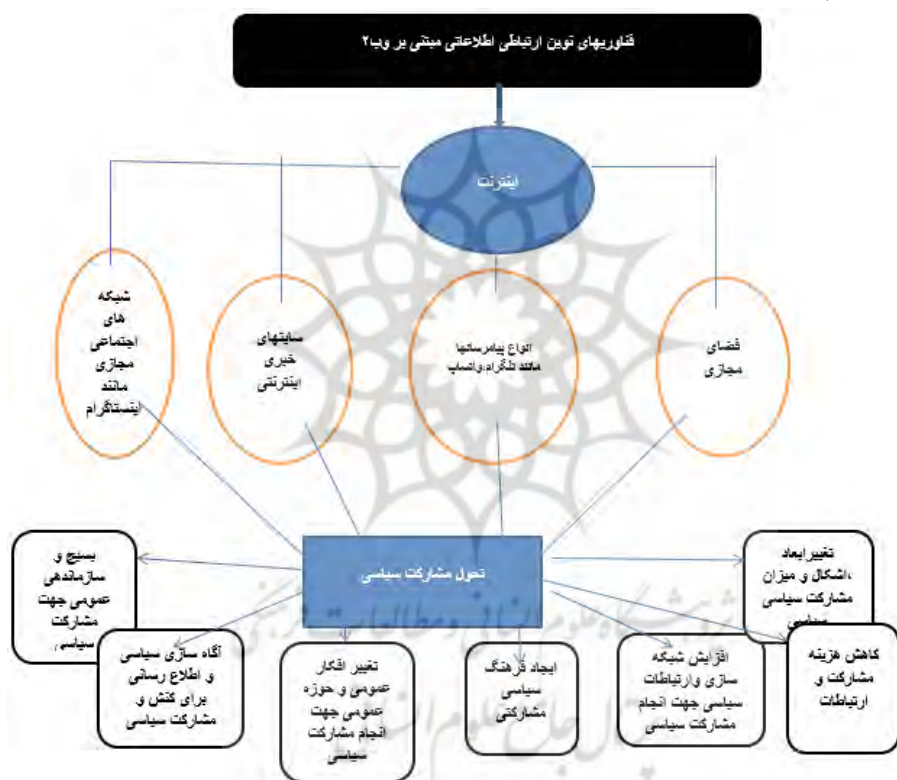
مستقیم و مثبت/منفی شبکه های اجتماعی مجازی و رسانه های مجازی و اینترنت بر میزان و اشکال مشارکت سیاسی است که محققان به روشهای متعدد و مختلف به آن پرداخته اند.

در ادامه مدل پژوهش با توجه به کدها و مفاهیم استخراجی از مقالات منتخب ترسیم میگردد.

### ۵. مدل پژوهش با استفاده از مفاهیم استخراجی از مقالات

مدل مفهومی تاثیر انواع رسانه ها، اینترنت و شبکه های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در ایران در

مطالعات انجام شده



### نتیجه گیری و جمع بندی

امروزه ایران در مواجهه با امواج و تحولات حاصل از مدرنیزاسیون و انقلاب صنعتی قرار دارد و تبدیل به یک جامعه شبکه/اطلاعاتی شده است. «آلن تورن جامعه شناس شهیر فرانسوی بعد از سفر سال ۱۳۸۱ خود به ایران در اظهار نظری چنین گفت: اولین چیزی که در این کشور به چشم می خورد

آن است که شما در حاشیه مدرنیزاسیون قرار ندارید، بلکه دقیقا در متن آن قرار گرفته اید» (تورن، ۱۳۸۱:۶). جامعه ایران در وضعیتی قرار دارد که ما شاهد افزایش انواع ارتباطات و اتصالات پیچیده و درهم هستیم. در چنین وضعیتی تأثیر انواع فناوریهای نوین از قبیل رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی اینترنتی بر ابعاد مختلف بعد سیاسی زندگی بشر بالاخص جامعه مدنی و حوزه عمومی و در نهایت مشارکت سیاسی رو به افزایش است. این فناوریها دارای چهره ژانوسی هستند و انواع تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم، مثبت و منفی بر مشارکت سیاسی و جامعه مدنی از خود برجای میگذارند.

با توجه به این تمهیدات و مقدمات در این مقاله با طرح این سوال که «فناوریهای نوین ارتباطی اطلاعاتی از قبیل رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی و اینترنت (فضای مجازی) چه تأثیری بر جامعه مدنی و مشخصا مشارکت سیاسی در ایران دارد؟» سعی کردیم با نگاهی جامع و دقیق و با رویکردی فراترکیبی (متاستازی) به این سوال پاسخ دهیم. در نهایت پس از عملیاتی سازی مراحل مختلف روش فراترکیب در بررسی مقالات مربوطه (جامعه آماری) و تفسیر و ترکیب یافته های این مقالات میتوان اینگونه نتیجه گیری کرد که: بین انواع فناوریهای نوین از قبیل رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی اینترنتی و مشارکت سیاسی و وضعیت جامعه مدنی در ایران ارتباط وثیقی وجود دارد. این رابطه در ادوار مختلف و با توجه به وضعیت سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جامعه و تحت تأثیر متغیرهای مداخله گر و زمینه ای مانند سن و جنس و میزان دسترسی به اینترنت ... متفاوت است و نوسان دارد و نمیتوان شاهد یک رابطه یکنواخت و منظم بین این دو پدیده بود. رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی (فضای مجازی) هم شکل میدهند و هم شکل میگیرند، هم تأثیر میگذارند و هم تأثیر میپذیرند و در واقع رابطه آنها با محیط اجتماعی و در اینجا جامعه مدنی و مشارکت سیاسی تعامل و رابطه دوسویه است. تفسیر و ترکیب نهایی یافته ها نشان میدهد که رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی و به طور کلی فضای مجازی باعث افزایش میزان مشارکت سیاسی نامتعارف، مخفی، اعتراضی، احساسی/ابرازی، غیر رسمی، موقتی، افراطی، مجازی/آنلاین (اشکال جدید) شده است که در عرصه واقعی گاهی در قالب جنبشهای بدون رهبر، غیر سلسله مراتبی و دارای روابط افقی و معمولا حول یک موضوع خاص مانند یک موضوع محیط زیستی نمود پیدا میکند که این به معنای متنوع سازی ابعاد و اشکال مشارکت سیاسی در جامعه ماست. میزان مشارکت رسمی و متعارف مانند انتخابات به نسبت سایر انواع و اشکال کاهش داشته است. البته در مواردی

هم باعث افزایش مشارکت رسمی و انتخاباتی شده است که در چنین وضعیتی خود رسانه و شبکه های مجازی باعث دو قطبی شدن فضای سیاسی و داغ شدن تنور انتخابات شده اند.

در رابطه با سطوح مشارکت سیاسی میتوان نتیجه گرفت که رسانه ها و شبکه ای اجتماعی مجازی با افزایش سواد و آگاهی سیاسی و اطلاعات و ایجاد امکان مقایسه برای فرد، تحریک و تشویق و افزایش درگیرشدگی مدنی سیاسی و ایجاد فرهنگ سیاسی مدنی-مشارکتی در بیشتر موارد زمینه را برای افزایش مشارکت سیاسی در سطح فردی فراهم نموده است. در سطح مشارکت سیاسی جمعی و گروهی نیز با ایجاد روابط گسترده افقی و شبکه سازی، شکل گیری روح جمعی، افزایش کنش جمعی، سازماندهی مشارکت سیاسی، ایجاد زمینه برای ظهور گروهها و تشکلهای سیاسی آنلاین در غیاب احزاب واقعی، ایجاد توفان فکری و تصمیم سازی گروهی، متحول ساختن حوزه عمومی و افکار عمومی با امکان ایجاد گفت وگوهای سیاسی، امکان مشارکت در مقیاس وسیع و بدون محدودیت زمانی و مکانی، تسهیل مشارکت و ارتباطات باعث افزایش مشارکت سیاسی و گروهی در سطح جامعه شده است. در نهایت اینکه رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی باعث تغییر جامعه مدنی و حوزه عمومی در ایران شده است و آن را دچار انبساط و کش آمدگی در فضای مجازی و آنلاین کرده است و ما شاهد ظهور جامعه مدنی و حوزه عمومی مجازی/آنلاین هستیم.

از آنجا که یکی از اهداف روش فراترکیب تدوین، تکمیل، توسعه و تشریح نظریه و رویکردهای مرتبط در بررسی یک پدیده ی خاص است، یافته های این مقاله میتواند در جهت تکمیل، تشریح و توسعه نظریات و رویکردهای تلفیقی در ارتباط با رابطه رسانه ها و شبکه های اجتماعی مجازی با مشارکت سیاسی و جامعه مدنی که نگاهی جامعتر به این مقوله دارد موثر واقع شود.

#### پیشنهادات:

باید توجه داشت که دستیابی به ثبات، توسعه سیاسی و افزایش مشارکت سیاسی متعارف/رسمی و همچنین شکلگیری جامعه مدنی -که فاصله مردم و مسئولین را کاهش دهد- در جمهوری اسلامی ایران بدون توجه به فناوریهای نوین از قبیل رسانه ها، شبکه های اجتماعی مجازی (ایترنت و فضای مجازی) امکانپذیر نیست و سیاستگذاران و صاحبان امر باید مواجهه ای واقع بینانه با این پدیده نوظهور و مهم داشته باشند. در ادامه نکاتی به عنوان پیشنهاد ارائه میگردد:

-افزایش سواد رسانه ای مردم و خصوصا جوانان و دانش آموزان(نسل Z) که بیشتر از اینترنت و شبکه های مجازی استفاده میکنند میتواند از تهدیدات فضای مجازی و شبکه های اجتماعی-در اینجا منظور کاهش مشارکت رسمی، متعارف و انتخاباتی و افزایش مشارکت اعتراضی و نامتعارف است- بکاهد که این از طریق گنجاندن چند واحد درسی در دانشگاه و همچنین آموزش در مدارس امکانپذیر است .

- شبکه های مجازی و رسانه های نوین نظارت عمومی و مطالبه گری آنان را افزایش داده است. مسئولین میتوانند با حضور پر رنگتر در این فضا و با پاسخگویی و ارائه کارنامه عملکردی در بازه زمانی شش ماهه /یک ساله و شفافسازی در ارتباط با مسائل مختلف، شایعات را بی اثر نموده و اعتماد بین مردم و سیستم سیاسی را بهبود ببخشند و بدینوسیله زمینه افزایش میزان مشارکت سیاسی متعارف و رسمی و کاهش مشارکت سیاسی نامتعارف و اعتراضی را فراهم کنند.



## فهرست منابع

- احمدی، یعقوب. (۱۳۹۸). تأثیر انواع سرمایه‌های اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی بر انواع مشارکت سیاسی مورد مطالعه: شهروندان ۱۸ سال به بالای سنندج. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۰(۷۵)، ۱-۲۲.
- اسلامی روح‌الله و مصطفی کواکبیان (۱۳۹۱)، تأثیر تکنولوژی اطلاعات بر امر سیاسی در دهه هشتاد (مطالعه موردی انتخابات دهم ریاست جمهوری ایران دهه هشتاد). پژوهش‌های خاورمیانه، ۱(۲)، ۱۸۶-۱۶۳.
- اشتریان، کیومرث، و امیرزاده، محمدرضا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران). سیاست، ۴۵(۴)، ۸۲۵-۸۴۱.
- اشتریان، کیومرث، و امیرزاده، محمدرضا. (۱۳۹۴). بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران). سیاست، ۴۵(۴)، ۸۲۵-۸۴۱.
- امیدی، علی، و مرادی فر، سعیده. (۱۳۹۷). تبیین تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی استان مازندران). جهانی رسانه، ۱۳(۲) (پیاپی ۲۶)، ۲۵۴-۲۷۵.
- بشیری سعید (۱۳۹۰)، تأثیر فضای مجازی بر توسعه سیاسی؛ با تأکید بر شبکه‌های اجتماعی. مدیریت رسانه، پیاپی ۲۱ (امرداد ۱۳۹۵) ص ۲۵.
- پناهی، محمدحسین، (۱۳۸۶) جامعه‌شناسی مشارکت سیاسی زنان، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی پورحسن، سمیه؛ فرچوند، اسفندیار. (۱۳۹۸). بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت شهروندان در فرایند بودجه‌بندی مشارکتی. مدیریت دولتی، ۱۱(۳)، ۳۵۵-۳۷۶.
- پوررضا کریم سررا، ناصر. (۱۳۹۳). تأثیر رسانه بر شبکه‌های اجتماعی و کنش اجتماعی در ایران. مطالعات بین رشته‌ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ)، ۴(۲)، ۵۵-۷۲.
- تورن، آلن (۱۳۸۱)، «تصویر من از ایران»، مصاحبه با روزنامه ایران، ۱۳۸۱/۰۱/۲۶.
- جزینی، علیرضا، تقوی، منصور، و نوروزی، الهه. (۱۳۹۶). تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات در ارتقاء مشارکت اجتماعی شهروندان. مدیریت شهری، ۱۶(۴۶)، ۴۴۵-۴۵۸.
- رضایی، حسین، و کاظمی پورثابت، شهلا. (۱۳۹۵). بررسی رابطه میان استفاده از محتوای سیاسی وب سایت‌های داخلی و خارجی و مشارکت سیاسی انتخاباتی (مطالعه موردی شهروندان همدان). راهبرد، ۲۵(۸۰)، ۲۵۵-۲۸۶.

- سردارنیا، خلیل الله، امینی زاده، سینا؛ حسنوند، مظفر. (۱۳۹۸). تأثیر رسانه‌های جدید با واسطه‌گری متغیرهای اجتماعی بر مشارکت سیاسی دانشجویان مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه شیراز. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۰(۲)، ۸۵-۱۰۰.
- سردارنیا، خلیل اله. (۱۳۸۸). تأثیر اینترنت بر درگیری مدنی شهروندان. پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۱۶(۱) (پیاپی ۵۷)، ۱۹۳-۲۱۱.
- سیدامامی، کاووس. (۱۳۸۶). مشارکت سیاسی دانشجویان: ارزیابی برخی از پیش‌بینی‌کننده‌های مشارکت سیاسی. پژوهشنامه علوم سیاسی، ۲(۶)، ۳۳-۵۲.
- شمس، مرتضی؛ فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۹۷). شبکه‌های اجتماعی مجازی و تولید شایعات در انتخابات سیاسی (مطالعه موردی: شبکه اجتماعی اینستاگرام). رسانه‌های دیداری و شنیداری، ۱۲(۲۸)، ۹۵-۱۲۰.
- عابدین ابولی، علی محمد حقیقی، غفار زارعی، (۱۴۰۱). تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران (از سال ۸۷-۹۷)، جغرافیا (برنامه ریزی منطقه‌ای)، ۱۲(۱)، ۷۱۳-۷۳۲.
- عباسی شوازی، محمدتقی، پناهی نسب، صادق؛ اسمعیل خانی، درنا. (۱۴۰۰). انتخاب عقلانی، کنش سیاسی و رسانه‌ها: مطالعه رابطه هزینه‌های سیاسی با مشارکت سیاسی آنلاین و آفلاین دانشجویان. جامعه‌شناسی کاربردی، ۳۲(۳)، ۱۵۵-۱۷۶.
- عبداللهی نژاد، علیرضا، قاسمی نژاد، ابوذر، 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)، ۳۳-۷۳.
- عبداللهی نژاد، علیرضا، قاسمی نژاد، ابوذر، 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)، ۳۳-۷۳.
- عبدالهیان، حمید، و حقگوئی، احسن. (۱۳۸۸). تبیین رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران. مجله جامعه‌شناسی ایران، ۱۰(۴)، ۱۳۰-۱۵۹.
- فاضل، رضا، و رضایی، حسین. (۱۳۹۳). بررسی رابطه میان استفاده از وسایل ارتباط جمعی و مشارکت سیاسی غیرانتخاباتی (مطالعه موردی، شهروندان همدان). مطالعات توسعه اجتماعی - فرهنگی، ۳(۳)، ۱۵۵-۱۸۰.

- قاسم مشکینی، اصغر احمدی، سجاد مرجانی، (۱۴۰۲). شبکه های اجتماعی (تلگرام) به مثابه حوزه عمومی، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۸(۶۷)، ۱۳۹-۱۶۸.
- کبیری، افشار، سعادت، موسی؛ قاسمی، الناز. (۱۳۹۸). بررسی نقش شبکه های اجتماعی مجازی در تبیین آگاهی سیاسی دانشجویان. مطالعات رسانه های نوین، ۵(۱۹)، ۲۳۱-۲۶۰.
- محموداوغلی رضا. بررسی تاثیرات شبکه های اجتماعی بر کنشگری سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان، مطالعات توسعه اجتماعی-فرهنگی. ۱۳۹۵؛ ۴(۴): ۱۴۵-۱۶۸
- مهدی زاده طالشی، سید محمد، خالدیان، اقبال؛ فردوسی، مهراوه. (۱۳۹۶). نقش نرم افزار اجتماعی «تلگرام» در تبلیغات دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری از منظر رای دهندگان. مطالعات رسانه های نوین، ۳(۱۰)، ۹-۴۲.
- مهدی زاده، شراره؛ شیفته، منصوره. (۱۳۹۸). تاثیر شبکه های اجتماعی بر تحقق دموکراسی دیجیتال مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه مازندران. مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۵(۵۵)، ۱۳۱-۱۵۱.
- مهدی محمدزاده راوندی، حجت مهکویی، محسن نیازی، (۱۴۰۲). تحلیل الگوی فضایی عوامل موثر بر مشارکت سیاسی انتخابات در ایران، آمایش محیط، ۱۶(۶۰)، ۹۳-۱۱۴.
- نیری، هومن (۱۳۸۹)، شبکه های اجتماعی اینترنتی و مشارکت سیاسی، رساله کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده حقوق و علوم سیاسی
- هرسیج، حسین، ابراهیمی پور، حوا، رهبری قاضی، محمود، و ملکان، مجید. (۱۳۹۲). بررسی رابطه فضای مجازی با مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان. جامعه شناسی کاربردی، ۴(پیاپی ۵۲)، ۲۱۱-۲۲۶.
- Andreas M. Kaplan and Michael Haenlein, (2016), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media", Business Horizons, vol. 53, p. 61. Available from <http://openmediart.com/log/pics/sdarticle.pdf>.
- Baker, A. (2006). Young People, online Communication & Political Participation. Retrieved from: [www.kuleuven.be/citizenship/bruges/](http://www.kuleuven.be/citizenship/bruges/) PDF
- Budge, I. (1996). The New Challenge of Direct Democracy. Cambridge: Polity Press. Centre for Youth Studies (2017). Youth political participation and social media use in Hong Kong. Retrieved Jan 4, 2017. From: <http://youthstudies.com.cuhk.edu.hk/wp-content/uploads/2017/04/Research-Report-Youth-Political-Participation-and-Social-Media-Use-in-Hong-Kong.pdf>
- Carter, Lemuria D. (2006). Political Participation in a Digital age. Ph.D. Dissertation in General Business, Virginia: faculty of virginia.

- Chen, Qiang, Xiaolin Xu, Bolin Cao, Wei Zhang, (2016), "Social media policies as responses for social media affordances: The case of China", *Government Information Quarterly*, Volume 33, Issue 2, 313-324.
- Kenski, Kate and Natalie Jomini Stroud(4991), "Connections Between Internet Use and Political Efficacy, Knowledge and Participation", *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 59(4), pp.371-374.
- Kushin, M. J. & Yamamoto, M. (2010). Did Social Media Really Matter? College Students' Use of online Media and Political Decision Making In The 2008 Election. *Mass Communication and Society*, 13, Pp. 608 – 630.
- Macclurg. Scott, D., (2003), "Social Networks and Political Participation: The Role of Social Interaction in Explaining Political Participation", *Political Research Quarterly*, Vol. 56, No. 4
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital* New York: Knopf
- Norris, P. (2001). *Digital divide? Civic engagement, information poverty and the internet in democratic societies*. Cambridge, AM: Press. doi: 10.1108/146366903322008287
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier*. Massachusetts: Addison-Wesley.
- Roland, D, (2018), "Social Media, Health Policy, and Knowledge Translation", *Journal of the American College of Radiology*, Volume 15, Issue 1, 149-152.
- Sandelowski, M. & Barroso, J., (2003) Toward a metasynthesis of qualitative findings on motherhood in HIV-positive women. *Research in Nursing & Health*, 26(2), pp. 153-70.
- Sandelowski, M. & Barroso, J., (2007) *Handbook for synthesizing qualitative research*. New York: Springer.
- Vesnic-Alujevic, Lucia(4934), "Political participation and web 4.9 in Europe: A case study of Facebook", *Public Relations Review*, 18(1), pp.211-279.
- Zhigang, Sun. (2005). *An O-S-O-R Examination of Relationship Between Mass communication, Social Capital and Civic Engagement*. PH.D. Dissertation in Mass Communication ,Columbia University of Missouri.
- Dominguez, J. I. & Huntington, S. P. (1975). *Political development in handbook of political science reading*, Mass, 3, 1-114
- Milbrath, L. W. & Goel, M. L. (1977). *Political participation. how and why people get involved in politics*. Chicago: RandMcNally.
- Scaff, L. (1975). Two concepts of political participation. *The Western Political Quarterly*, 28 (3), 447-462.