

Evaluating the Status of Iranian Civil Society in the Network-Information Society: A Case Study of Political Participation via Social Media and Virtual Networks

Gholamreza Khajesarvi

Professor of Political Science at Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: sarvireza1968@gmail.com

Reza Layegh

PhD Candidate in Political Science with a specialization in Political Sociology at Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran

Email: rlayegh71@gmail.com

Abstract

This study employs a qualitative meta-synthesis approach to analyze the relationship between internet-based social media and political participation in Iran. The research examines how social media influence political participation in Iran and how these influences vary across different political periods. Thirty-five scientific research articles meeting specific criteria (publication in peer-reviewed journals, use of empirical methods, coverage of the period 1380–1402 in the Iranian calendar) were analyzed through a three-stage process: initial coding, categorization based on four political crisis periods (2009, 2017, 2019, 2022), and structural synthesis within the framework of the "network–power–trust interaction" model. Findings reveal that the relationship between social media and political participation in Iran is dualistic and context-dependent. Under conditions of relatively high political trust (periods 2009 and 2017), social media enhance formal participation (voting); however, under conditions of declining political trust (periods 2019 and 2022), social media primarily lead to increased unconventional participation (online protests). The findings also challenge the claim of "civil society expansion" and propose the concept of "transition from institution to network," wherein digital communicative action has expanded but remains in a state of "structural suspension"—expanded yet unstable, active yet without institutional consolidation. This structural suspension stems from weak bridging social capital, declining political trust, class and geographical digital divides, and Iran's digital governance structure. The "network–power–trust interaction" model is presented as an analytical framework that integrates three layers: global (Castells' network society), intermediate (political economy of platforms and Habermas' public sphere), and indigenous (Iran's digital governance and Putnam's social capital). The model demonstrates that social media in Iran function not as automatic engines of democratization nor as mere instruments of political passivity, but as mediating variables within Iran's networked power structure, whose effects are entirely shaped by macro-structural variables.

Keywords: Social Media, Political Participation, Meta-Synthesis, Digital Governance, Social Capital, Political Trust

Extended Abstract

Purpose

In the digital age, internet-based social media have emerged as powerful agents in shaping political participation. However, analyzing the relationship between these media and political participation in Iran faces theoretical and methodological challenges, including the linear application of Western theories without considering indigenous structures, neglecting Iran's digital power structure, failure to distinguish between different political periods, and exaggeration in the claim of "civil society expansion." This study aims to address these gaps by examining how social media influence political participation in Iran and how these influences vary across four distinct crisis periods (2009, 2017, 2019, 2022). The principal purpose of this study is therefore to analyze the dualistic and context-dependent nature of the relationship between social media and political participation within Iran's socio-political structures. To this end, the paper pursues three questions: how do social media influence political participation in Iran; how do these influences vary across different political periods; and what theoretical framework can best explain the relationship between social media and political participation in the Iranian context?

Design/methodology/approach

Employing a qualitative meta-synthesis approach, this study analyzed 35 scientific research articles related to the relationship between social media and political participation in Iran. Selection criteria included publication in peer-reviewed journals, use of empirical methods, coverage of the period 2001–2023 (1380–1402 in the Iranian calendar), and focus on the Iranian context. The analytical process unfolded in three stages: initial coding (extraction of independent, mediating, and dependent variables), categorization based on four political crisis periods (2009, 2017, 2019, 2022), and structural synthesis within the "network–power–trust interaction" model. To enhance validity, the study employed independent coding by two researchers (Kappa coefficient = 0.83), examination of duplicate publications, and sensitivity analysis. The theoretical framework integrates three analytical layers: global (Castells' network society), intermediate (political economy of platforms and Habermas' public sphere), and indigenous (Iran's digital governance and Putnam's social capital).

Findings

The findings reveal that the relationship between social media and political participation in Iran is dualistic and context-dependent. During the 2009 and 2017 periods, when political trust was relatively high, social media enhanced formal participation (voting); whereas during the 2019 and 2022 periods, characterized by declining political trust, social media primarily led to increased unconventional participation (online protests). Furthermore, the findings demonstrate that digital communicative action in Iran exists in a state of "structural suspension"—expanded yet unstable, active yet lacking

institutional consolidation. This structural suspension stems from weak bridging social capital, declining political trust, class-based and geographical digital divides, and Iran's digital governance structure. Analysis across the four crisis periods confirms that media effects are fundamentally shaped by macro-structural variables including political trust, economic conditions, and electoral competitiveness. By challenging the claim of "civil society expansion" in Iran, this study proposes the concept of "transition from institution to network" as an alternative analytical framework.

Research limitations/implications

As a qualitative meta-synthesis study, the research relies on existing published articles rather than primary empirical data, which may introduce publication bias (studies with significant or novel findings may be overrepresented). The focus on Persian-language articles and a specific time period (2001–2023) may exclude relevant research published in other languages or outside this timeframe. Additionally, the meta-synthesis approach, while rigorous, cannot capture real-time dynamics of social media influence as they unfold. Accordingly, it is suggested that future research complement the present findings with primary quantitative and qualitative studies, expand the scope to include articles in other languages (e.g., English, Arabic), conduct comparative studies across different countries in the region, and employ longitudinal designs to track changes in the relationship between social media and political participation over time.

Practical implications

Building on the empirical findings, the study offers practical implications for Iranian policymakers, media regulators, and civil society organizations. The findings carry policy implications for enhancing constructive political participation in Iran, including developing digital and media literacy programs to help citizens critically evaluate online content, reducing the class-based and geographical digital divide through infrastructure investment, strengthening bridging social capital through community-based initiatives, and designing intelligent strategies for managing cyberspace that balance security concerns with citizens' participatory rights. The "network–power–trust interaction" model is presented as an analytical framework that can inform future policy-making in this domain. Additionally, recognizing the dualistic nature of social media effects suggests that blanket approaches to regulation (either full restriction or full openness) are unlikely to be effective; instead, context-sensitive policies tailored to specific political periods and conditions are recommended.

Social implications

The study reframes the relationship between social media and political participation in Iran not as a simple cause-and-effect mechanism but as a complex, context-dependent phenomenon shaped by macro-structural variables including political trust, social capital, and digital governance. For

Iranian society, the findings highlight the importance of distinguishing between "digital communicative action" and "sustainable civil institutions." The concept of "structural suspension" describes a condition in which digital activism has expanded in volume but remains unstable and lacks institutional consolidation. This understanding challenges both exaggerated claims of "civil society expansion" and dismissive views of digital activism as inconsequential. At the level of overall policy, the central recommendation is to move beyond binary framings of social media as either democratizing or destabilizing, and instead recognize them as mediating variables whose effects are shaped by the broader political and social context.

Originality/value

The novelty of the paper lies in offering a comprehensive meta-synthesis that specifically examines the relationship between social media and political participation in Iran across four distinct political crisis periods, using an integrated "network–power–trust interaction" model. In contrast to prior domestic studies, which have either applied Western theories linearly without considering indigenous structures, neglected Iran's digital power structure, or failed to distinguish between different political periods, this research provides an empirical synthesis grounded in Iranian-specific contextual variables. The proposed concepts of "structural suspension" and "transition from institution to network" offer alternative analytical frameworks to the claim of "civil society expansion." Its value accrues to political sociologists, media scholars, policymakers, and civil society activists interested in understanding the dynamics of digital political participation in non-Western, digitally governed contexts.



ارزیابی وضعیت جامعه مدنی ایران در بستر جامعه شبکه‌ای - اطلاعاتی (مطالعه موردی: وضعیت مشارکت سیاسی بر بستر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی)

غلامرضا خواجه سروی

استاد علوم سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران

Email: sarvireza1968@gmail.com

رضا لایق

دانشجوی دکتری علوم سیاسی، گرایش جامعه‌شناسی سیاسی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران
Email: rlayegh71@gmail.com

چکیده

این پژوهش با رویکرد فراترکیب کیفی به تحلیل رابطه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران می‌پردازد. سؤال اصلی پژوهش بررسی چگونگی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در ایران و تفاوت این تأثیرات در دوره‌های مختلف سیاسی است. برای پاسخ به این سؤال، ۳۵ مقاله علمی-پژوهشی مرتبط با معیارهای مشخص (انتشار در نشریات معتبر، استفاده از روش‌های تجربی، پوشش دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۲) مورد تحلیل قرار گرفت. فرایند تحلیل در سه مرحله انجام شد: کدگذاری اولیه، دسته‌بندی براساس چهار دوره بحرانی (۱۳۸۸، ۱۳۹۶، ۱۳۹۸، ۱۴۰۱) و سنتز ساختاری در چهارچوب مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد». یافته‌ها نشان می‌دهد که رابطه رسانه‌ها و مشارکت سیاسی در ایران دوگانه و زمینه وابسته است: در شرایطی که اعتماد سیاسی نسبتاً بالا است (دوره‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۶)، رسانه‌ها مشارکت رسمی (رای‌دهی) را افزایش می‌دهند، درحالی‌که در شرایط کاهش اعتماد سیاسی (دوره‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱)، رسانه‌ها عمدتاً به افزایش مشارکت نامتعارف (اعتراضات آنلاین) منجر می‌شوند. یافته‌ها همچنین ادعای «انبساط جامعه مدنی» را به چالش کشیده و مفهوم «گذار از نهاد به شبکه» را پیشنهاد می‌دهند که در آن کنش ارتباطی دیجیتال گسترش یافته، اما در وضعیت «تعلیق ساختاری» قرار دارد، یعنی گسترش یافته اما ناپایدار، فعال اما بدون تثبیت نهادی. این تعلیق ساختاری ناشی از ضعف سرمایه اجتماعی پل‌زن، کاهش اعتماد سیاسی، شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی و ساختار حکمرانی دیجیتال ایران است. مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد» به‌عنوان چهارچوب تحلیلی ارائه می‌شود که سه لایه جهانی (جامعه شبکه‌ای کاستلزی)، میانی (اقتصاد سیاسی پلتفرم‌ها و حوزه عمومی هابرماس) و بومی (حکمرانی دیجیتال ایران و سرمایه اجتماعی پاتنام) را تلفیق می‌کند و نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در ایران متغیری واسطه در ساختار قدرت شبکه‌ای هستند که تأثیرات آن‌ها به‌طور کامل تحت تأثیر متغیرهای ساختاری کلان قرار دارد.

کلیدواژه‌ها: رسانه‌های اجتماعی، مشارکت سیاسی، فراترکیب، حکمرانی دیجیتال، سرمایه اجتماعی، اعتماد سیاسی



مقدمه و بیان مسئله

در سه دهه اخیر، فناوری اینترنت به‌عنوان زیرساختی انقلابی، ساختارهای ارتباطی جوامع معاصر را دگرگون کرده است. این فناوری (مجموعه‌ای از سخت‌افزارها و پروتکل‌های انتقال داده) خود رسانه محسوب نمی‌شود، بلکه بستری برای شکل‌گیری رسانه‌های اجتماعی مجازی (مانند تلگرام و اینستاگرام) فراهم آورده که به‌عنوان کاربردهای سوگیرانه‌ای از آن، در تعامل پیچیده با ساختار قدرت دیجیتال هر جامعه، کارکردهای خاص خود را پیدا می‌کنند. در ایران، این ساختار قدرت دیجیتال شامل سیاست‌های تنظیم‌گری (مرکز فضای مجازی)، فیلترینگ، نهادهای امنیتی سایبری و محدودیت‌های ناشی از تحریم‌هاست که شکل‌گیری کنش سیاسی در فضای دیجیتال را به‌طور تعیین‌کننده‌ای تحت تأثیر قرار می‌دهد.

در این بستر، جامعه مدنی ایران تجربه «گذار از نهاد به شبکه» را می‌گذراند: کنش ارتباطی دیجیتال گسترش یافته، اما هنوز به نهاد مدنی پایدار تثبیت نشده و در وضعیت تعلیق ساختاری قرار دارد. رسانه‌های اجتماعی با کاهش هزینه مشارکت و تسهیل شبکه‌سازی افقی، میدان کنش ارتباطی را گسترش داده‌اند؛ اما این گسترش الزاماً به معنای «انبساط جامعه مدنی نهادینه‌شده» نیست. بسیاری از کنش‌های دیجیتال در ایران به‌ویژه در دوره‌های بحرانی ۱۳۸۸، ۱۳۹۶، ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱ ماهیتی ناپایدار، هیجانی و مقطعی داشته‌اند و شبکه‌های افقی الزاماً به سازمان‌یافتگی مدنی منجر نشده‌اند. این واقعیت، ضرورت تمایز تحلیلی میان «فعالیت ارتباطی» و «نهاد مدنی پایدار» را آشکار می‌سازد.

با وجود گسترش پژوهش‌ها در این حوزه، سه شکاف مفهومی قابل تأمل است: اول، کاربست خطی نظریه کاستلز بدون در نظر گرفتن ساختار قدرت دیجیتال ایران؛ دوم، نادیده گرفتن اقتصاد سیاسی پلتفرم‌ها (الگوریتم‌های تجاری، منطق سرمایه‌داری پلتفرمی) که رفتار سیاسی را شکل می‌دهند و سوم، تحلیل ناقص متغیرهای زمینه‌ای نه تنها سن و جنس، بلکه شکاف دیجیتال طبقاتی و شهری-روستایی که دسترسی نامتوازن به اینترنت پرسرعت را رقم می‌زند. همچنین، پژوهش‌های پیشین به‌طور کافی به نقش سرمایه اجتماعی و اعتماد سیاسی (براساس چهارچوب رابرت پاتنام) به‌عنوان متغیرهای میانجی‌گر در شکل‌گیری الگوهای متفاوت مشارکت سیاسی توجه نکرده‌اند. این پژوهش با روش فراترکیب کیفی و تحلیل نظام‌مند ۳۵ مقاله در چهار دوره بحرانی (۱۳۸۸، ۱۳۹۶، ۱۳۹۸، ۱۴۰۱)، در پی پاسخ به این پرسش است: چگونه

رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری اینترنت در تعامل پیچیده با ساختار قدرت دیجیتال ایران، اقتصاد سیاسی پلتفرم‌های فراملی و متغیرهای زمینه‌ای (شکاف دیجیتال، سطح اعتماد سیاسی) الگوهای متفاوتی از مشارکت سیاسی را شکل داده‌اند؟ دغدغه اصلی این تحقیق، فراتر رفتن از توصیف صرف به‌سوی تحلیل ساختاری است: تحلیلی که نشان می‌دهد رسانه‌های اجتماعی نه موتور خودکار دموکراتیزاسیون‌اند و نه ابزار صرف انفعال سیاسی، بلکه متغیری واسط در ساختار قدرت شبکه‌ای ایران هستند که تأثیرات آن‌ها به‌طور کامل تحت تأثیر متغیرهای ساختاری کلان (اعتماد سیاسی، رقابت‌پذیری انتخابات، شرایط اقتصادی) قرار دارد. این پژوهش با ارائه مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد»، گامی در جهت بومی‌سازی نظری در تحلیل رابطه رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در ایران بر می‌دارد.

۱. پیشینه پژوهش

پژوهش‌های خارجی در این حوزه طیف گسترده‌ای از یافته‌ها را ارائه کرده‌اند. «مک لرگ»^۱ (۲۰۰۳) در مطالعه‌ای بر نقش تعاملات اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی تأکید نمود و نتیجه گرفت که این تعاملات بستری برای جمع‌آوری اطلاعات سیاسی فراهم می‌کنند که افراد را به مشارکت فعالانه در امور سیاسی سوق می‌دهد. «کینسکی»^۲ و «استرود»^۳ (۲۰۰۶) رابطه مثبتی میان دسترسی به اینترنت و متغیرهای مشارکت سیاسی، اثربخشی سیاسی درونی و آگاهی سیاسی یافتند، هرچند این رابطه برای اثربخشی خارجی تنها با دسترسی به اینترنت (نه اطلاعات آنلاین) معنادار بود. «ویسنک»^۴ (۲۰۱۲) در پژوهشی درباره مشارکت سیاسی در رسانه‌های اجتماعی اروپا نشان داد که میزان مشارکت آنلاین با سن و جهت‌گیری ایدئولوژیکی رابطه معناداری ندارد، اما با علاقه‌مندی به سیاست و نگرش مثبت به استفاده از فیسبوک برای ارتباطات سیاسی هم‌بستگی دارد. «کارتز»^۵ (۲۰۰۶) رابطه مثبت و معناداری میان استفاده از اینترنت و درگیرشدگی سیاسی مدنی و رأی‌دهی در میان شهروندان آمریکایی گزارش کرد. «بیکر»^۶ (۲۰۰۶) در مطالعه‌ای در هلند نشان داد جوانان از طریق اینترنت اخبار

-
1. Macclurg
 2. Kenski
 3. Stroud
 4. Vesnic
 5. Carter
 6. Baker

سیاسی را پایش کرده و مشارکت برخط آنان افزایش یافته است. «ژینگانگ»^۱ (۲۰۰۵) در تحقیق پیمایشی خود تأکید نمود که سرمایه اجتماعی تأثیر بیشتری نسبت به اینترنت بر درگیرشدگی سیاسی مدنی دارد و تأثیر اینترنت نیز بیشتر از رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون است، هرچند این تأثیر غیرمستقیم و از طریق میانجی‌گری سرمایه اجتماعی اعمال می‌شود. همچنین مطالعات «کوشین»^۲ و «یاماموتو»^۳ (۲۰۱۰) بیانگر آن است که اینترنت و فضای مجازی با افزایش آگاهی سیاسی-اجتماعی و آشنا کردن افراد با افکار جدید، موجب خروج آنان از انزوای سیاسی و افزایش کنش سیاسی می‌شود.

در حوزه پژوهش‌های داخلی، عبدالهیان و حق‌گویی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای در دانشگاه تهران رابطه معنادار و مثبتی میان میزان و کیفیت استفاده از اینترنت و مشارکت سیاسی یافتند. مسعودنیا و دیگران (۱۳۹۰) نیز در پژوهشی در اصفهان تأیید کردند که بین استفاده از اینترنت و گرایش به مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد. هرسیچ و دیگران (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای در میان دانشجویان نشان دادند که کاربران علمی و خبری فضای مجازی رابطه مثبتی با آگاهی سیاسی، بحث سیاسی و اثربخشی سیاسی درونی-بیرونی دارند، درحالی‌که کاربران تفریحی رابطه منفی با آگاهی سیاسی و بحث سیاسی داشتند. اشتریان و امیرزاده (۱۳۹۴) در مطالعه‌ای در تهران رابطه معکوسی میان فعالیت در شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت در فضای واقعی یافتند. عبداللهی‌نژاد و دیگران (۱۳۹۵) در بررسی تأثیر فیسبوک، تلگرام و اینستاگرام بر مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات ۱۳۹۴ نشان دادند که میزان استفاده از این رسانه‌ها، اعتماد به آن‌ها و اثربخشی در استفاده از آن‌ها با مشارکت سیاسی رابطه مثبت و معناداری دارد. رهبرقاضی و دیگران (۱۳۹۵) یافته‌های دوگانه‌ای گزارش کردند: افزایش فعالیت در شبکه‌های اجتماعی موجب بالارفتن میزان مشارکت انتخاباتی می‌شود، اما واقعی‌پنداری محتوای این شبکه‌ها و افزایش مصرف روزانه آن‌ها تأثیر منفی بر تمایل به شرکت در انتخابات دارد. یزدخواستی و دیگران (۱۳۹۲) در مطالعه‌ای درباره حوزه عمومی در فضای مجازی تأکید کردند که اگرچه این فضا زمینه افزایش گفت‌وگو را فراهم می‌کند، اما هم‌زمان مخدوش‌کننده آن نیز است و گفت‌وگوهای بین فرهنگی را معیوب می‌سازد. نیری (۱۳۸۹) در پایان‌نامه

1. Zhigang

2. Kushin

3. Yamamoto

کارشناسی ارشد خود نشان داد که مشارکت با میزان بالای افراد، به‌ویژه جوانان و نوجوانان، در انتخابات دوره دهم ریاست‌جمهوری به‌طور قابل‌توجهی تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند فیسبوک و توییتر قرار گرفته است.

بررسی نظام‌مند پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده در حوزه رابطه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری اینترنت با مشارکت سیاسی، علی‌رغم گستردگی، دو محدودیت اساسی را به‌خوبی آشکار می‌سازد. نخست، اکثر پژوهش‌ها هم داخلی و هم خارجی با رویکردی کمی و تک‌بعدی، صرفاً به سنجش هم‌بستگی میان متغیرها بسنده کرده‌اند و از تحلیل ساختاری تأثیرات این رسانه‌ها در چهارچوب نظری جامع‌نگر غافل مانده‌اند. دوم، هرچند برخی مطالعات (ژینگانگ، ۲۰۰۵؛ هرسیچ و دیگران، ۱۳۹۲؛ کبیری و دیگران، ۱۳۹۵) به نقش میانجی‌گری عواملی چون سرمایه اجتماعی و متغیرهای زمینه‌ای اشاره کرده‌اند، اما توجه جامع به این متغیرها در شکل‌گیری الگوهای متفاوت مشارکت سیاسی همچنان نادیده گرفته شده است. پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش فراترکیب و تحلیل ۳۵ مطالعه کیفی، سه نوآوری کلیدی را محقق ساخته است: نخست، یکپارچه‌سازی یافته‌های پراکنده در قالب هفت مفهوم تحلیلی (بسیج و سامان‌دهی مشارکت، آگاه‌سازی سیاسی، انبساط حوزه عمومی، تغییر ابعاد مشارکت، کاهش هزینه مشارکت، شبکه‌سازی و فرهنگ سیاسی مشارکتی) که چهارچوبی مفهومی برای درک تحولات جامعه مدنی در بستر دیجیتال فراهم می‌آورد؛ دوم، تبیین رابطه رسانه‌ها و مشارکت سیاسی در چهارچوب نظری جامعه شبکه‌ای کاستلز که امکان تحلیل ساختاری تحول حوزه عمومی را فراهم می‌کند و سوم، شناسایی ماهیت دوگانه و زمینه وابسته تأثیرات این رسانه‌ها که با در نظر گرفتن متغیرهای مداخله‌گر (سن، جنس، سطح تحصیلات)، تبیین‌گر نوسانات مشاهده‌شده در میزان و اشکال مشارکت سیاسی در ایران است. این رویکرد نه تنها شکاف روش‌شناختی پژوهش‌های پیشین را پر می‌کند، بلکه با تفکیک مفهومی «رسانه» از «فناوری» و تأکید بر نقش ساختاری رسانه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به جامعه مدنی مجازی، دقت نظری مطالعات آتی در این حوزه را ارتقا می‌دهد.

۲. چهارچوب نظری

۲-۱. جامعه مدنی و حوزه عمومی در عصر دیجیتال: فراتر از ادعای «انبساط»

جامعه مدنی به عنوان «حوزه‌ای مستقل از دولت و خانواده» تعریف می‌شود که در آن شهروندان برای دستیابی به منافع جمعی و مشارکت سیاسی سازمان یافته‌اند (ملک‌زاده و هاشمی، ۱۳۹۵: ۸۷-۸۸). در چهارچوب اسلامی و جمهوری اسلامی ایران، این حوزه شامل نهادهایی مانند بازار، مسجد و انجمن‌های محلی نیز می‌شود که در تعامل با نظام سیاسی، نقش میانجی‌گری ایفا می‌کنند (فقیهی و ولیخانی، ۱۳۹۰). در عصر دیجیتال، حوزه عمومی هابرماسی دچار تحول ساختاری شده است. فضای مجازی با ایجاد «حوزه عمومی مجازی»، هم زمینه افزایش گفت‌وگو را فراهم کرده و هم با مخدوش‌سازی تعاملات، چالش‌هایی ایجاد نموده است (یزدخواستی و دیگران، ۱۳۹۲). با این حال، گسترش فضای دیجیتال به تنهایی معادل «انبساط جامعه مدنی» نیست، زیرا جامعه مدنی مستلزم نهادسازی پایدار، اعتماد سیاسی و سرمایه اجتماعی پل‌زن است که در ایران با چالش‌های ساختاری مواجه است.

نکته تحلیلی کلیدی: باید میان «فعالیت ارتباطی دیجیتال» (کنش‌های موقت، هیجانی، بدون تداوم نهادی) و «نهاد مدنی پایدار» (سازمان‌هایی با ساختار دائمی و اعتماد عمومی) تمایز قائل شد. داده‌های فراترکیب نشان می‌دهند که رسانه‌های اجتماعی در ایران عمدتاً به گسترش «فعالیت ارتباطی دیجیتال» کمک کرده‌اند، اما به دلیل ضعف سرمایه اجتماعی پل‌زن و کاهش اعتماد سیاسی، هنوز به تثبیت «نهاد مدنی پایدار» منجر نشده‌اند (خانیکی و خجیر، ۱۳۹۷). این واقعیت، جایگزین ادعای «انبساط جامعه مدنی» با مفهوم «گذار از نهاد به شبکه» را ضروری می‌سازد، گذاری که در آن کنش ارتباطی در وضعیت تعلیق ساختاری قرار دارد: گسترش یافته، اما ناپایدار، فعال اما بدون تثبیت نهادی.

۲-۲. سرمایه اجتماعی و اعتماد سیاسی: چهارچوب پاتنام

پاتنام سرمایه اجتماعی را به عنوان «ویژگی‌های سازمان اجتماعی (اعتماد، هنجارها، شبکه‌ها) که کارایی جامعه را افزایش می‌دهد» تعریف می‌کند (Putnam et al., 1993: 167) و دو نوع آن را تمایز می‌دهد:

سرمایه اجتماعی پیوندی: روابط درون گروهی قوی (خانواده، قومیت، مذهب) غالب در ایران

سرمایه اجتماعی پل‌زننده: روابط برون گروهی و اعتماد عمومی ضعیف در ایران
پاتنام استدلال می‌کند که اعتماد سیاسی پیش‌نیاز مشارکت سیاسی پایدار است؛ کاهش آن می‌تواند مشارکت رسمی (انتخابات) را تضعیف کند، حتی اگر مشارکت نامتعارف (اعتراضات آنلاین) افزایش یابد (Putnam, 2000). این یافته با داده‌های ایران هم‌خوانی دارد: کاهش مشارکت در انتخابات ۱۳۹۸ و ۱۴۰۰ بیشتر ناشی از کاهش اعتماد سیاسی (ناشی از شرایط اقتصادی و سیاسی) بود تا تأثیر مستقیم رسانه‌ها (رهبرقازی و دیگران، ۱۳۹۵).

در بستر ایران، ساختار سرمایه اجتماعی عمدتاً بر پیوندی بودن تمرکز دارد. این واقعیت، تبیین‌گر ماهیت ناپایدار جنبش‌های دیجیتال است: رسانه‌ها بیشتر در گسترش شبکه‌های درون گروهی مؤثرند و کم‌تر به ایجاد شبکه‌های میان گروهی منجر می‌شوند (رهبرقازی و دیگران، ۱۳۹۵).

۲-۳. تفکیک سه لایه: فناوری، پلتفرم، رسانه

برای درک دقیق رابطه رسانه‌ها و مشارکت سیاسی در ایران، سه لایه مجزا باید تفکیک شوند:

جدول ۱: سه لایه فناوری، پلتفرم و رسانه

لایه	تعریف	ویژگی در ایران
فناوری اینترنت	زیرساخت سخت‌افزاری و نرم‌افزاری انتقال داده	بستری بی‌طرف: دسترسی تحت تأثیر فیلترینگ و تحریم‌ها
پلتفرم‌های دیجیتال	ساختارهای تجاری با الگوریتم‌های سوگیرانه (ترجیح محتوای هیجانی)	براساس سرمایه‌داری پلتفرمی خارج از کنترل دولت
رسانه‌های اجتماعی	کاربردهای سوگیرانه در بستر ساختار قدرت ایران	عملکرد در قالب حوزه عمومی تنظیم‌گری شده تحت نظارت

منبع: (محقق ساخته)

این تفکیک، پایه‌ای برای رفع ابهام مفهومی «رسانه = فناوری» است (خانیکی و خجیر، ۱۳۹۷) و نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در ایران در تقابل با ساختار قدرت دیجیتال شکل می‌گیرند.

۴-۲. حکمرانی دیجیتال ایران و شکاف دیجیتال

ساختار حکمرانی دیجیتال ایران بر سه سطح سازمان یافته است:
الف. سطح قانونی: قانون جرائم رایانه‌ای (۱۳۸۸)، لایحه حمایت از داده‌های شخصی؛ ب. سطح نهادی: مرکز فضای مجازی، پلیس فتا، ستاد فضای مجازی، نظارت بر محتوا و ... (قاضی زاده و دیگران، ۱۴۰۰)؛ پ. سطح فنی: سامانه فیلترینگ متمرکز، محدودیت دسترسی به پلتفرم‌های خارجی (قاسم مشکینی، احمدی و مرجانی، ۱۴۰۲).

این ساختار، فضای مجازی ایران را به‌عنوان «حوزه عمومی تنظیم‌گری‌شده» تعریف می‌کند، فضایی که هم امکان بیان را فراهم می‌کند و هم به‌سرعت تحت نظارت قرار می‌گیرد (یزدخواستی و دیگران، ۱۳۹۲). شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی: عابدین‌بولی و دیگران (۱۴۰۱) نشان دادند که دسترسی به پلتفرم‌های خارجی در شهرهای بزرگ و میان طبقه متوسط/بالا متمرکز است، درحالی‌که گروه‌های کم‌درآمد و روستایی به‌دلیل محدودیت‌های اقتصادی و فیلترینگ، دسترسی کمتری دارند. شهرام‌نیا و دیگران (۱۳۹۶) تأیید کردند که جوانان شهری و تحصیل‌کرده بیشتر در مشارکت آنلاین درگیر می‌شوند. این شکاف، مشارکت سیاسی دیجیتال را به‌صورت نابرابر شکل می‌دهد.

۵-۲. مدل تحلیلی «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد»

این مدل، سه لایه تحلیلی را تلفیق می‌کند:

- الف. لایه جهانی: جامعه شبکه‌ای کاستلر (ابزار تحلیل سه‌سطحی)؛
ب. لایه میانی: اقتصاد سیاسی پلتفرم‌ها + حوزه عمومی هابرماس؛
پ. لایه بومی: حکمرانی دیجیتال ایران + سرمایه اجتماعی پاتنام.

جدول ۲: مدل تحلیلی «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد» در ایران

سطح تحلیل	متغیر مستقل	متغیرهای میانجی‌گر (ویژه ایران)	پیامد اصلی در ایران	شواهد تجربی
خرد (فردی)	رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت	• سطح سرمایه اجتماعی (پیوندی-پلزن)	افزایش کنشگری دیجیتال بالا اما نابرابر	جوانان شهری و تحصیل‌کرده بیشتر درگیرند؛ گروه‌های محروم و روستایی

سطح تحلیل	متغیر مستقل	متغیرهای میانجی گر (ویژه ایران)	پیامد اصلی در ایران	شواهد تجربی
		• شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی		به دلیل شکاف دیجیتال محروم می مانند (عابدین ابولی و دیگران، ۱۴۰۱)
میانی (شبکه‌ای)	رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت	• اقتصاد سیاسی پلتفرم‌ها (الگوریتم‌های تجاری) • سطح اعتماد سیاسی	شبکه‌سازی افقی گسترده اما ناپایدار	بسیج سریع جمعیت‌های طرد شده ممکن است، اما فقدان سرمایه اجتماعی پل زن و نظارت امنیتی مانع تثبیت نهادی می شود (خانیک و خجیر، ۱۳۹۷)
کلان (ساختاری)	رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر اینترنت	• ساختار تنظیم‌گری و حکمرانی دیجیتال ایران • تحریم و دسترسی به پلتفرم‌های خارجی	بازار آرای حوزه عمومی توسعه یافته اما تنظیم‌گری شده	گسترش فضای گفت‌وگو همراه با نظارت سایبری و مخدوش‌سازی گفت‌وگوهای بین فرهنگی (یزدخواستی و دیگران، ۱۳۹۲)

منبع: (محقق ساخته)

این چهارچوب، پایه‌ای برای درک «گذار از نهاد به شبکه» در جامعه مدنی ایران فراهم می‌آورد: کنش ارتباطی دیجیتال گسترش یافته، اما در وضعیت تعلیق ساختاری قرار دارد، فعال؛ اما بدون تثبیت نهادی، گسترده؛ اما ناپایدار. این تحلیل، ادعای «انبساط جامعه مدنی» را به چالش کشیده و جایگزین آن، رویکردی زمینه‌محور و ساختاری برای تحلیل رابطه رسانه‌ها و مشارکت سیاسی در ایران ارائه می‌دهد.

۳. روش‌شناسی پژوهش

۳-۱. جامعه آماری و روش نمونه‌گیری

این پژوهش با رویکرد فراترکیب کیفی، به تحلیل نظام‌مند ۳۵ مقاله علمی-پژوهشی مرتبط با رابطه رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در ایران پرداخته است.

معیارهای انتخاب مقالات شامل: الف. انتشار در نشریات علمی معتبر با داوری همتا؛ ب. استفاده از روش‌های تجربی (پیمایش، مصاحبه، اسنادی)؛ ج. پوشش دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۴۰۲؛ د. تمرکز بر رابطه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران و ه. در دسترس بودن متن کامل مقالات بوده است. از میان مقالات مورد بررسی، ۲۶ مقاله (۷۴ درصد) از روش کمی (پیمایش با پرسش‌نامه)، ۵ مقاله (۱۴ درصد) از روش کیفی (مصاحبه، اتنوگرافی، تحلیل گفتمانی) و ۴ مقاله (۱۲ درصد) از روش‌های ترکیبی، اسنادی یا فراتحلیل استفاده کرده‌اند.

۳-۲. روش تحلیلی سه‌مرحله‌ای

فرایند تحلیل در سه مرحله انجام شده است:

الف. مرحله اول: کدگذاری اولیه؛ در این مرحله، متغیرهای مستقل (رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری اینترنت)، متغیرهای میانجی‌گر (اعتماد سیاسی، سرمایه اجتماعی، شکاف دیجیتال، حکمرانی دیجیتال) و متغیرهای وابسته (مشارکت سیاسی در ابعاد متعارف و غیرمتعارف) از هر مقاله استخراج شد. برای افزایش اعتبار کدگذاری، دو پژوهشگر به صورت مستقل مقالات را کدگذاری کردند و ضریب توافق کاپا (κ) $0.83 (=)$ محاسبه شد.

ب. مرحله دوم: دسته‌بندی براساس دوره‌های بحرانی؛ مقالات براساس چهار دوره بحرانی سیاسی در ایران دسته‌بندی شدند:

♦ دوره اول (۱۳۸۷-۱۳۸۰): پیش از بحران ۱۳۸۸ (۴ مقاله)؛

♦ دوره دوم (۱۳۹۵-۱۳۸۸): بحران ۱۳۸۸ و پس از آن (۹ مقاله)؛

♦ دوره سوم (۱۳۹۹-۱۳۹۶): بحران ۱۳۹۶ و پس از آن (۱۱ مقاله)؛

♦ دوره چهارم (۱۴۰۲-۱۴۰۰): بحران‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱ (۱۱ مقاله).

این تفکیک، امکان تحلیل تطبیقی تأثیر رسانه‌ها در شرایط سیاسی متفاوت را فراهم کرده است.

پ. مرحله سوم: سنتز ساختاری؛ در این مرحله، یافته‌ها در چهارچوب مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد» تلفیق شدند و الگوهای تکرارشونده شناسایی گردید. برای افزایش اعتبار سنتز، از روش‌های زیر استفاده شد:

♦ بررسی انتشارات مکرر برای جلوگیری از سوگیری انتشار؛

♦ تحلیل حساسیت برای بررسی تأثیر حذف مقالات با کیفیت پایین؛

❖ مقایسه یافته‌ها با چهارچوب‌های نظری موجود (کاستلز، هابرماس، پاتنام).

۳-۳. معیارهای اعتبارسنجی

برای افزایش اعتبار یافته‌ها، معیارهای زیر در نظر گرفته شد:
اعتبار درونی: کدگذاری مستقل توسط دو پژوهشگر با محاسبه ضریب کاپا (Kappa) (> 0.80) .

اعتبار خارجی: پوشش گسترده دوره زمانی (۱۳۸۰-۱۴۰۲) و تنوع روش‌شناختی (کمی، کیفی، ترکیبی).
قابلیت اطمینان: استفاده از دستورالعمل‌های «استاندارد فراترکیب»^۱ برای شفاف‌سازی فرایند انتخاب و تحلیل مقالات.
قابلیت انتقال: تفکیک یافته‌ها براساس دوره‌های بحرانی و گروه‌های جمعیتی مختلف (دانشجویان، شهروندان شهری و روستایی).

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. یافته‌های دوره بحران ۱۳۸۸ (انتخابات دهم)

در دوره بحران ۱۳۸۸، شبکه‌های اجتماعی نقش کلیدی در سازمان‌دهی اعتراضات و ایجاد فضای گفت‌وگوی عمومی ایفا کردند. مطالعات انجام‌شده در این دوره (عبدالهیان و حق‌گوپی، ۱۳۸۸؛ ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۲) نشان می‌دهند که اینترنت و فضای مجازی به‌عنوان جایگزین رسانه‌های سنتی عمل کردند و امکان بسیج سریع جمعیت‌های طردشده سیاسی را فراهم آوردند. عبدالهیان و حق‌گوپی (۱۳۸۸) در مطالعه‌ای بر ۷۳۰ دانشجوی دانشگاه تهران نشان دادند که کیفیت استفاده از اینترنت (۶۱ درصد) سهم بیشتری نسبت به میزان استفاده (۲۷ درصد) در افزایش مشارکت سیاسی داشته است. این یافته تأیید می‌کند که صرفاً دسترسی به فناوری، عامل تغییر سیاسی محسوب نمی‌شود؛ بلکه نحوه استفاده از آن در تعامل با ساختارهای اجتماعی موجود، کارکرد خاص خود را پیدا می‌کند.

باین‌حال، محدودیت‌های ساختاری در این دوره نیز قابل‌توجه بود. در این زمان، پلتفرم‌هایی مانند تلگرام و اینستاگرام هنوز در ایران فعال نبودند و استفاده از فضای مجازی عمدتاً از طریق وبسایت‌ها و وبلاگ‌ها صورت می‌گرفت. این محدودیت فنی،

همراه با نظارت امنیتی فزاینده، باعث شد که کنش‌های سیاسی دیجیتال در این دوره عمدتاً موقتی و بدون تداوم نهادی باقی بمانند. ابراهیمی و دیگران (۱۳۹۲) نیز در مطالعه‌ای بر دانشجویان دانشگاه اصفهان نشان دادند که شبکه‌های افقی بیشترین تأثیر را بر مشارکت سیاسی داشته‌اند، درحالی‌که کیفیت شبکه‌ها کم‌ترین تأثیر را داشته است. این یافته تبیین‌گر آن است که در این دوره، شبکه‌سازی افقی امکان بسیج سریع را فراهم کرد؛ اما فقدان ساختار نهادی مانع از تثبیت این کنش‌ها شد.

۴-۲. یافته‌های دوره بحران ۱۳۹۶ (انتخابات دوازدهم)

دوره بحران ۱۳۹۶ با ظهور پلتفرم‌هایی مانند تلگرام و اینستاگرام همراه بود که نقش تبلیغات انتخاباتی را متحول کردند. مهدی زاده طالشی و دیگران (۱۳۹۶) در مطالعه‌ای نشان دادند که بین جلب توجه به انیمیشن‌ها و ویدیوهای تبلیغاتی تلگرام و شرکت در انتخابات، رابطه معناداری وجود دارد. همچنین، بین کارکردهای تلگرام (شبکه‌ای بودن، در دسترس بودن، سرعت بالا) و انتشار پیام‌های تبلیغاتی کاندیداها رابطه معناداری مشاهده شد. این یافته‌ها نشان می‌دهند که در این دوره، پلتفرم‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری مؤثر در تبلیغات انتخاباتی عمل کردند و مشارکت رسمی (رای‌دهی) را افزایش دادند.

مرادی‌فر، امیدی و بصیری (۱۳۹۷) نیز در مطالعه‌ای بر ۳۷۵ دانشجوی دانشگاه اصفهان نشان دادند که بین مدت‌زمان استفاده و فعالیت کاربر در تلگرام با مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی و اثربخشی سیاسی رابطه معنادار و مثبتی وجود دارد. این یافته تأیید می‌کند که در این دوره، استفاده از پلتفرم‌های اجتماعی از طریق گوشی‌های هوشمند، سبب تقویت مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی و اثربخشی سیاسی داخلی و خارجی شده است. همچنین، عبداللهی‌نژاد، قاسمی‌نژاد و صادقی (۱۳۹۵) در مطالعه‌ای بر ۳۷۰ دانشجوی دانشگاه علامه طباطبائی نشان دادند که بین میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی (۰/۴۱۳)، میزان اعتماد به آن‌ها (۰/۳۱۸) و میزان اثربخشی (۰/۵۲۳) با مشارکت سیاسی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

با این حال، این افزایش مشارکت رسمی در شرایطی رخ داد که اعتماد سیاسی نسبتاً بالا بود. در این دوره، رقابت‌پذیری انتخابات و وجود گزینه‌های متنوع، باعث شد که شهروندان بیشتر در فرایند انتخاباتی مشارکت کنند. این یافته با چهارچوب پانام هم‌سو است که اعتماد سیاسی را پیش‌نیاز مشارکت سیاسی پایدار می‌داند.

۳-۴. یافته‌های دوره بحران ۱۳۹۸ (احتجاجات آبان)

در دوره بحران ۱۳۹۸، کاهش اعتماد سیاسی تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر الگوهای مشارکت سیاسی داشت. کبیری، سعادت، موسی و قاسمی (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای بر ۳۸۰ دانشجوی دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه نشان دادند که میانگین آگاهی سیاسی به تفکیک محتوای مصرف شبکه‌های مجازی تفاوت معناداری داشته است، به‌طوری‌که دانشجویانی که از محتوای خبری و مذهبی شبکه‌های مجازی استفاده می‌کنند، آگاهی بیشتری نسبت به سایر گروه‌ها دارند. همچنین، رابطه خطی بین میزان مداومت در مصرف و میزان آگاهی سیاسی دانشجویان مورد تأیید واقع شد.

سردارنیا، امینی‌زاده و حسنونند (۱۳۹۸) نیز در مطالعه‌ای بر دانشجویان دانشگاه شیراز نشان دادند که به ترتیب، دسترسی و ارتباط فعالانه با شبکه‌های اجتماعی در فضای سایبری، گروه دوستان، عضویت در انجمن‌های مدنی و داوطلبانه، رسانه‌های داخلی و در نهایت رسانه‌های خارجی (رادیو و تلویزیون‌های ماهواره‌ای) بر تمایلات و مشارکت سیاسی دانشجویان تأثیر مثبت و معناداری داشته‌اند. این یافته نشان می‌دهد که در این دوره، تأثیر رسانه‌ها از طریق متغیرهای میانجی‌گر اجتماعی (گروه دوستان، انجمن‌های مدنی) شکل گرفته است.

باین‌حال، کاهش اعتماد سیاسی در این دوره باعث شد که مشارکت رسمی (انتخابات) کاهش یابد، درحالی‌که مشارکت نامتعارف (اعتراضات آنلاین) افزایش پیدا کند. شمس و فرقانی (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای کیفی با روش اتنوگرافی نشان دادند که شایعات انتخاباتی در اینستاگرام با اهداف تبلیغات سیاسی، ایجاد ناآرامی در فضای انتخابات، سرگرمی، تولید نفاق بین اعضای جامعه، مخدوش کردن اصل انتخابات و کاهش انگیزه افراد جهت شرکت در انتخابات تولید و انتشار می‌یابد. این یافته تبیین‌گر دوگانگی تأثیر رسانه‌ها در این دوره است: از یک‌سو، افزایش آگاهی سیاسی و مشارکت نامتعارف و از سوی دیگر، کاهش اعتماد سیاسی و مشارکت رسمی.

۴-۴. یافته‌های دوره بحران ۱۴۰۱ (احتجاجات سراسری)

در دوره بحران ۱۴۰۱، شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی تأثیر قابل توجهی بر مشارکت سیاسی دیجیتال داشت. عابدین‌ابولی، حقیقی و زارعی (۱۴۰۱) در مطالعه‌ای بر ۲۷۸ نفر از افراد دارای حق رأی نشان دادند که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی بین سال‌های ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۷ و رفتار سیاسی شهروندان رابطه مثبت وجود دارد، به

عبارتی هرچقدر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر می‌شود، رفتار سیاسی افراد در انتخابات تغییر بیشتری می‌کند. بااین‌حال، این تغییر رفتار سیاسی عمدتاً در بین جوانان شهری و تحصیل‌کرده مشاهده شد، درحالی‌که گروه‌های کم‌درآمد و روستایی به دلیل محدودیت‌های اقتصادی و فیلترینگ، دسترسی کمتری داشتند.

احمدی (۱۳۹۸) در مطالعه‌ای بر ۴۰۰ نفر از شهروندان ۱۸ سال به بالای سنندج نشان داد که بعد برون‌گروهی سرمایه اجتماعی بر مشارکت مدنی آشکار و پنهان معاصر شهروندان اثر معنادارتری از سایر ابعاد داشته است. همچنین، سرمایه اجتماعی برون‌گروهی غیرمجازی (واقعی) اثر معنادارتری بر مشارکت سیاسی آشکار (سازمان‌یافتگی، رأی دادن و شرکت در احزاب) داشته است. این یافته تبیین‌گر ضعف سرمایه اجتماعی پل‌زن در ایران است که مانع از تثبیت نهادی جنبش‌های دیجیتال شده است.

کاظمی‌زاد، حیدرباغی و دیگران (۱۴۰۲) نیز در مطالعه‌ای بر ۳۸۴ نفر از شهروندان تبریز نشان دادند که راهبردهای محافظه‌کارانه و تدافعی در مدیریت فضای مجازی تأثیر معکوس بر مشارکت سیاسی شهروندان دارد و راهبردهای تهاجمی و رقابتی در مدیریت فضای مجازی تأثیر مثبت بر مشارکت سیاسی شهروندان دارند. این یافته نشان می‌دهد که ساختار حکمرانی دیجیتال ایران تأثیر تعیین‌کننده‌ای بر شکل‌گیری کنش سیاسی در فضای مجازی دارد.

۴-۵. سنتز یافته‌ها: مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد»

همان‌طور که در جدول شماره (۳)، قابل‌مشاهده است، رابطه رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در ایران دوگانه و زمینه وابسته است. در شرایطی که اعتماد سیاسی نسبتاً بالا است (دوره‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۶)، رسانه‌ها می‌توانند مشارکت رسمی را افزایش دهند؛ اما در شرایطی که اعتماد سیاسی پایین است (دوره‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱)، رسانه‌ها عمدتاً به افزایش مشارکت نامتعارف منجر می‌شوند. این دوگانگی ریشه در ساختارهای اجتماعی-سیاسی ایران دارد، نه صرفاً در خود رسانه‌ها.

همچنین، یافته‌ها نشان می‌دهند که ادعای «انبساط جامعه مدنی» در ایران به‌چالش کشیده شده است. به‌جای آن، مفهوم «گذار از نهاد به شبکه» پیشنهاد می‌شود که در آن کنش ارتباطی دیجیتال گسترش یافته، اما در وضعیت «تعطیل ساختاری» قرار دارد، یعنی گسترش‌یافته اما ناپایدار، فعال اما بدون تثبیت نهادی. این تعلیق

ساختاری ناشی از ضعف سرمایه اجتماعی پلزن، کاهش اعتماد سیاسی، شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی و ساختار حکمرانی دیجیتال ایران است. در نهایت، مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد» نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی در ایران نه موتور خودکار دموکراتیزاسیون و نه ابزار صرف انفعال سیاسی هستند، بلکه متغیری واسط در ساختار قدرت شبکه‌ای ایران محسوب می‌شوند که تأثیرات آن‌ها به‌طور کامل تحت تأثیر متغیرهای ساختاری کلان (اعتماد سیاسی، شرایط اقتصادی، رقابت‌پذیری انتخابات، ساختار حکمرانی دیجیتال) قرار دارد. یافته‌های چهار دوره بحرانی در جدول زیر مقایسه شده‌اند:

جدول ۳: مقایسه یافته‌های پژوهش در چهار دوره مورد مطالعه

دوره بحرانی	سطح اعتماد سیاسی	نوع مشارکت غالب	ساختار حکمرانی دیجیتال	پیامد اصلی
۱۳۸۸	نسبتاً بالا	مشارکت نامتعارف (اعتراضات)	نظارت امنیتی متوسط	بسیج سریع اما بدون تداوم نهادی
۱۳۹۶	بالا	مشارکت رسمی (رأی‌دهی)	نظارت امنیتی فزاینده	افزایش مشارکت رسمی همراه با رقابت‌پذیری انتخابات
۱۳۹۸	پایین	مشارکت نامتعارف (اعتراضات آنلاین)	نظارت امنیتی شدید	کاهش مشارکت رسمی و افزایش مشارکت نامتعارف
۱۴۰۱	بسیار پایین	مشارکت نامتعارف (احتجاجات سراسری)	نظارت امنیتی بسیار شدید	شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی؛ ضعف سرمایه اجتماعی پل‌زننده

منبع: (محقق ساخته)

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهاد

این پژوهش با تحلیل ۳۵ مقاله علمی-پژوهشی نشان می‌دهد که رابطه رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر فناوری اینترنت و مشارکت سیاسی در ایران دوگانه و زمینه وابسته است. یافته‌ها تأیید می‌کنند که رسانه‌ها نه موتور خودکار دموکراتیزاسیون و نه ابزار صرف انفعال سیاسی هستند، بلکه متغیری واسط در ساختار قدرت شبکه‌ای ایران محسوب می‌شوند که تأثیرات آن‌ها به‌طور کامل تحت تأثیر متغیرهای ساختاری کلان قرار دارد. در شرایطی که اعتماد سیاسی نسبتاً بالا است (دوره‌های ۱۳۸۸ و ۱۳۹۶)، رسانه‌ها می‌توانند مشارکت رسمی (رأی‌دهی) را افزایش دهند؛ اما در شرایطی که اعتماد سیاسی پایین است (دوره‌های ۱۳۹۸ و ۱۴۰۱)، رسانه‌ها عمدتاً به افزایش مشارکت نامتعارف (اعتراضات آنلاین) منجر می‌شوند. این دوگانگی ریشه در ساختارهای اجتماعی-سیاسی ایران دارد، نه صرفاً در خود رسانه‌ها.

یافته‌های این پژوهش ادعای «انبساط جامعه مدنی» در ایران را به‌چالش می‌کشد و به‌جای آن، مفهوم «گذار از نهاد به شبکه» را پیشنهاد می‌دهد. در این گذار، کنش ارتباطی دیجیتال گسترش یافته، اما در وضعیت «تعلیق ساختاری» قرار دارد، یعنی گسترش یافته اما ناپایدار، فعال اما بدون تثبیت نهادی. این تعلیق ساختاری ناشی از ضعف سرمایه اجتماعی پلزن، کاهش اعتماد سیاسی، شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی و ساختار حکمرانی دیجیتال ایران است. رسانه‌های اجتماعی بیشتر در گسترش شبکه‌های درون‌گروهی مؤثرند و کمتر در ایجاد شبکه‌های میان‌گروهی که این واقعیت مانع از تثبیت نهادی جنبش‌های دیجیتال شده است.

برای تبیین این یافته‌ها، مدل «تعامل شبکه-قدرت-اعتماد» ارائه می‌شود که سه لایه تحلیلی را تلفیق می‌کند. در لایه جهانی، جامعه شبکه‌ای کاستلز به‌عنوان ابزار تحلیل سه‌سطحی عمل می‌کند. در لایه میانی، اقتصاد سیاسی پلتفرم‌ها (با الگوریتم‌های تجاری تلگرام و اینستاگرام) و حوزه عمومی هابرماس نقش تعیین‌کننده‌ای دارند. در لایه بومی، حکمرانی دیجیتال ایران (با ساختار سه‌سطحی قانونی، نهادی، فنی) و سرمایه اجتماعی پاتنام (با تمایز سرمایه اجتماعی پیوندی و پل‌زننده) متغیرهای کلیدی محسوب می‌شوند. این مدل نشان می‌دهد که برای درک رابطه رسانه‌ها و مشارکت سیاسی در ایران، باید فراتر از کاربست خطی نظریه‌های غربی حرکت کرد و ساختارهای بومی تعیین‌کننده را در مرکز تحلیل قرار داد.

۵-۱. پیشنهادهای پژوهش

براساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادات سیاست‌گذاری در چهار حوزه ارائه می‌شود: اول، توسعه سواد دیجیتال و رسانه‌ای: یافته‌ها نشان می‌دهند که نوع استفاده از رسانه‌ها (محتوای خبری و آموزشی) مهم‌تر از میزان استفاده است. بنابراین، طراحی برنامه‌های آموزشی برای افزایش سواد رسانه‌ای شهروندان به‌ویژه در میان گروه‌های کم‌سواد و روستایی می‌تواند به استفاده آگاهانه‌تر از فضای مجازی و افزایش مشارکت سیاسی سازنده کمک کند. این برنامه‌ها می‌توانند از طریق مراکز فرهنگی محلی، دانشگاه‌های علوم کاربردی و شبکه‌های اجتماعی بومی اجرا شوند.

دوم، کاهش شکاف دیجیتال طبقاتی و جغرافیایی: دسترسی نابرابر به پلتفرم‌های اجتماعی مشارکت سیاسی دیجیتال را به‌صورت نا عادلانه شکل می‌دهد. سیاست‌گذاری‌هایی مانند توسعه زیرساخت اینترنت پرسرعت در مناطق محروم، ارائه بسته‌های اینترنتی ارزان‌قیمت برای گروه‌های کم‌درآمد و حمایت از تولید محتوای سیاسی به زبان‌های محلی می‌تواند به کاهش این شکاف کمک کند. این اقدامات نه تنها عدالت دیجیتال را افزایش می‌دهد، بلکه مشارکت سیاسی را به‌صورت گسترده‌تری در جامعه توزیع می‌کند.

سوم، تقویت سرمایه اجتماعی پل‌زننده: ضعف سرمایه اجتماعی پل‌زن (روابط برون‌گروهی) مانع از تثبیت نهادی جنبش‌های دیجیتال شده است. حمایت از انجمن‌های مدنی فراملی، تقویت شبکه‌های اجتماعی محلی با رویکرد گذار از نهاد به شبکه و ایجاد فضاهای گفت‌وگوی بین‌گروهی در فضای مجازی می‌تواند به تقویت این سرمایه کمک کند. این اقدامات باید با مشارکت نهادهای مدنی و بدون مداخله مستقیم دولت انجام شوند تا از ایجاد ساختارهای کنترل‌شده جلوگیری شود.

چهارم، طراحی راهبردهای هوشمند مدیریت فضای مجازی: یافته‌ها نشان می‌دهند که راهبردهای محافظه‌کارانه و تدافعی در مدیریت فضای مجازی تأثیر معکوس بر مشارکت سیاسی دارند، درحالی‌که راهبردهای تهاجمی و رقابتی تأثیر مثبت دارند. بنابراین، به‌جای تکیه صرف بر فیلترینگ و ...، سیاست‌گذاری‌هایی مانند تولید محتوای رقابتی باکیفیت، حضور فعال نخبگان سیاسی در پلتفرم‌های اجتماعی و طراحی شبکه‌های اجتماعی بومی با قابلیت‌های رقابتی می‌تواند مؤثرتر باشد. این رویکرد، مشارکت سیاسی را به‌جای مقابله با آن، هدایت می‌کند.

References

- Abbasi-Nia, Akram, Paknia, Mahboubeh, & Mousafa, Nasrin (1402). "Investigating How Virtual Public Sphere Influences Political Participation", *Public Policy Quarterly*, 9(1), 80-92. {in Persian}
- Abbasi-Shavazi, Mohammadtaghi, Panahinasab, Sadegh, & Esmailkhani, Dorna (1400). "Rational Choice, Political Action and Media: Studying the Relationship between Political Costs and Online and Offline Political Participation of Students", *Applied Sociology*, 32(3), 155-176. {in Persian}
- Abdollahian, Hamid, & Haghighi, Ahsan (1388). "Explaining the Relationship between Internet Usage and Political Participation in Iran", *Iranian Sociology Journal*, 10(4), 130-159. {in Persian}
- Abdollahinejad, Alireza, Ghaseminejad, Abuzar, & Sadeghi, Javad (1395). "Social Media and Political Participation in Elections (The Relationship between Use of Facebook, Telegram and Instagram and Political Participation of Students in the Elections of 7th Esfand 1394)", *New Media Studies*, 2(5), 33-73. {in Persian}
- Abedinabol, Ali-Mohammad, Haghighi, Ali-Mohammad, & Zarei, Gholamfar (1401). "The Impact of Virtual Social Networks on Political Behavior of Iranian Citizens (from Year 87 to 97)", *Geography (Regional Planning) Quarterly*, 12(1), 713-732. {in Persian}
- Abolipour, Abedin, Haghighi, Ali-Mohammad, & Zarei, Gholamfar (1399). "The Impact of Virtual Social Networks on Approach and Political Participation of Ministry of Interior Employees (Case Study: Twelfth Presidential Election)", *Iranian Political Sociology Monthly*, 3(1), 900-922. {in Persian}
- Aghili, Seyyed Vahid, Roshandel Arbatabani, Taher, & Farjyan, Mohammad-Mehdi (1397). "The Role of Social Networks in Elections in Iran and Their Impact on the Role of Traditional Media", *New Media Studies*, 4(13), 181-214. {in Persian}
- Ahmadi, Y. (2019). The Impact of Types of Social Capital in Social Networks on Types of Political Participation (Case Study: Citizens Aged 18 to up in Sanandaj). *Journal of Applied Sociology*, 30(3), 1-22. {in Persian}
- 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>.
- Asghari-Jahaghi, Mohsen (1401). "Sociological Study of the Relationship between Virtual Social Networks and Political Participation", *Political Sciences*, 25(97), 51-74. {in Persian}
- Ashtarian, K. and Amirzadeh, M. (2015). Investigation of the effects of social networks on political participation (Case study: Tehran). *POLITICAL QUARTERLY*, 45(4), 825-841. {in Persian}
- Baker, A. (2006). Young People, online Communication & Political Participation. Retrieved from: www.kuleuven.be/citizenship/bruges/PDF

- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative research in psychology*, 3(2), 77-101.
- 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.
- Carter, Lemuria D. (2006). *Political Participation in a Digital age*. Ph.D. Dissertation in General Business, Virginia: faculty of virgina.
- Castells, Manuel (1389). *The Information Age: Economy, Society and Culture: The Rise of the Network Society* (Volume 1), translated by Afshin Khakbaz & Ahmad Ali Ghalian, 6th Edition, Tehran: Tarh-e No Publications. {in Persian}
- Castells, Manuel (1400). *The Internet Galaxy*, translated by Shahriyar Heidari, Tehran: Strategic Studies Research Institute Publications. {in Persian}
- 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.
- Christensen, C. (2011). "Discourses of Technology and Liberation: State Aid to Net Activists in an Era of 'Twitter Revolutions.'" *The Communication Review* 14 (3):233-53 (September 5, 2013).
- Darvishan, Mojtaba, Safarinejad, Ahmad, & Shabani, Ali-Asghar (1395). "The Role of Virtual Space Information Dissemination in Citizens' Political Participation", *Passive Defense and Security Journal*, 3(16), 87-110. {in Persian}
- Dominguez, J. I. & Huntington, S. P. (1975). *Political development in handbook of political science reading*, Mass, 3, 1-114
- Ebrahimi, Shahrouz et al. (1392). "The Relationship between Social Networks and Political Participation among Students of University of Isfahan", *Strategy Quarterly*, 22(66), 263-284. {in Persian}
- Elahimansh, Mohammadhasan, Ghadir, Tahereh, & Farjami-Kia, Hadi (1397). "The Impact of Virtual Space on Political Participation of Citizens of the Islamic Republic of Iran (Case Study: Tehran City)", *Social Sciences Quarterly*, 12(43), 247-272. {in Persian}
- Faghihi, Abolhasan, & Valikhani Dehaghani, Masha'Allah (1390). "Presenting an Indigenous Model of Civil Society in the Islamic Republic of Iran", *Scientific Quarterly of Political and International Researches*, 3(8), 1-20. {in Persian}
- Fazel, Reza, & Razaee, Hossein (1393). "Investigating the Relationship between Use of Mass Communication Tools and Non-electoral Political Participation (Case Study: Citizens of Hamadan)", *Socio-Cultural Development Studies*, 3(3), 155-180. {in Persian}
- Fouladi, Behrouz, Mohseni, Ali, & Parizad, Reza (1400). "Investigating the Impact of Virtual Communication Networks on Political Elite Actions in the Islamic Republic of Iran", *Iranian Political Sociology Monthly*, 4(4), 3124-3136. {in Persian}
- Ghasem-Moshkini, Asghar, Ahmadi, Sajjad, & Marjani, Sajjad (1402). "Social Networks (Telegram) as Public Sphere", *Cultural and Communications Studies Quarterly*, 18(67), 139-168. {in Persian}

- Ghazizadeh, Shahram, Keshishian Sirki, Garineh, & Khodavardi, Hasan (1400). "Civil Society and Social Networks in the Islamic Republic of Iran from the Perspective of Ludwig Wittgenstein's Language Games Theory", *Iranian Political Sociology*, 4(1), 1-24. {in Persian}
- Jazini, Alireza, Taghavi, Mansour, & Norouzi, Elaheh (1396). "The Impact of Information and Communication Technology on Enhancement of Citizens' Social Participation", *Urban Management*, 16(46), 445-458. {in Persian}
- Kabiri, Afshar, Saadati, Musa, & Ghasemi, Elham (1398). "Investigating the Role of Virtual Social Networks in Explaining Students' Political Awareness", *New Media Studies*, 5(19), 231-260. {in Persian}
- Kazemizad, Heidarbaghi, Alireza et al. (1402). "The Impact of Virtual Space Management Strategies on Citizens' Political Participation", *National Defense Strategic Management Studies Quarterly*, 7(26), 185-218. {in Persian}
- 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.
- Khajehsaravi, Gholamreza, & Norbaksh, Seyyed Masoud (1397). "The Manner of Mass Media Impact on Political Participation of Tehran Citizens", *Contemporary Political Studies Quarterly*, 9(2), 55-81. {in Persian}
- Khaniki, Hadi, & Khajeh, Yousef (1396). "Analysis of the Situation of Virtual Social Networks in Iran with Habermas' Public Sphere Approach (Case Study: Several Facebook Groups)", *Cultural-Communications Studies Quarterly*, 18(37), 101-130. {in Persian}
- Khaniki, Hadi, & Khajeh, Yousef (1397). "Social Media and Political Participation; Meta-analysis of Political Participation of Social Media Users", *Interdisciplinary Studies in Humanities Quarterly*, 1(11), 101-128. {in Persian}
- Kovach, B. and T. Rosenstiel (2001). *The Elements of Journalism: What Newspeople Should Know and the Public Should Expect*. New York, Random House.
- 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.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- 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
- Mahdizadeh Taleshi, Seyyed Mohammad, Khaladian, Eqbal, & Fardousi, Mehraveh (1396). "The Role of Social Software 'Telegram' in Advertising for the Twelfth Presidential Election from Voters' Perspective", *New Media Studies*, 3(10), 9-42. {in Persian}
- Mahdizadeh, Sharareh, & Shifteh, Mansoureh (1398). "The Impact of Social Networks on Realization of Digital Democracy (Case Study: Students of Mazandaran University)", *Cultural and Communications Studies*, 15(55), 131-151. {in Persian}

- Mahmoudoghli, Reza (1395). "Investigating the Impacts of Social Networks on Political Agency of Students of University of Isfahan", *Socio-Cultural Development Studies*, 4(4), 145-168. {in Persian}
- Malekan, Majid et al. (1392). "Investigating the Relationship between Virtual Space and Political Participation: Case Study of Students of University of Isfahan", *Applied Sociology*, 24(4), 211-226. {in Persian}
- Malekzadeh, Amir, & Hashemi, Seyyed Mohammad (1395). "Characteristics of Civil Society in Relation to Police Research", *Social Order Quarterly*, 8(4), 85-114. {in Persian}
- Masoudnia, Hossein et al. (1390). "Investigating the Relationship between Internet Use and Approach and Political Participation (Case Study: Isfahan City)", *Economic Sociology and Development Quarterly*, 0(2), 171-192. {in Persian}
- Milbrath, L. W. & Goel, M. L. (1977). *Political participation. how and why people get involved in politics*. Chicago: RandMcNally.
- Mohammadzadeh Ravandi, Mahdi, Mahkoei, Hojjat, & Niazi, Mohsen (1402). "Analysis of Spatial Pattern of Factors Affecting Electoral Political Participation in Iran", *Environmental Planning Quarterly*, 16(60), 93-114. {in Persian}
- Moradifar, Saideh, Omid, Ali, & Basiri, Mohammad Ali (1397). "Explaining the Impact of Telegram on Approach to Political Participation (Case Study: University of Isfahan)", *Media Scientific Quarterly*, 29(2), 105-126. {in Persian}
- Negroponte, N. (1995). *Being Digital* New York: Knopf
- Niri, Homan (1389). *Internet Social Networks and Political Participation*. Master's Thesis, University of Tehran, Faculty of Law and Political Science. {in Persian}
- Norris, P. (2001). *Digital divide? Civic engagement, information poverty and the internet in democratic societies*. Cambridge, AM: Press.
- Nouri, Mokhtar, & Gholipour, Mojtabi (1397). "New Media and Collective Action in Iran's Political Society", *Contemporary Political Studies Quarterly*, 9(2), 33-53. {in Persian}
- Omid, Ali, & Moradifar, Saideh (1397). "Explaining the Impact of Social Media on Political Participation (Case Study: Mazandaran Province)", *Media World*, 13(2), 254-275. {in Persian}
- Pourhasan, Samiyeh, & Farjvand, Esfandiar (1398). "Investigating the Role of Social Media in Citizens' Participation in Participatory Budgeting Process", *Public Management*, 11(3), 355-376. {in Persian}
- Pourrezakarimsara, Naser (1393). "The Impact of Media on Social Networks and Social Action in Iran", *Interdisciplinary Studies in Media and Culture*, 4(2), 55-72. {in Persian}
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. New York: Simon & Schuster.
- Rahbarghadi, Mahmoudreza, Masoudnia, Hossein, Sadeghi Naghdali, Zahra, & Poure, Amirhossein (1395). "The Role of Virtual Social Networks in Tendency toward Electoral Participation and Political Orientations (Case Study: Students of Universities in Isfahan City)", *Communication Researches*, 23(86), 125-145. {in Persian}

- 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.
- Sardarnia, Khalilollah (1388). "The Impact of Internet on Citizens' Civil Engagement", *Communication Researches*, 16(1), 193-211. {in Persian}
- Sardarnia, Khalilollah, Aminizadeh, Sina, & Hasanvand, Mozaffar (1398). "The Impact of New Media with Mediation of Social Variables on Students' Political Participation (Case Study: Students of Shiraz University)", *Applied Sociology*, 30(2), 85-100. {in Persian}
- Scaff, L. (1975). Two concepts of political participation. *The Western Political Quarterly*, 28 (3), 447-462.
- Shahramnia, Amir-Masoud et al. (1396). "Measuring the Impact of Social Networks on Political Participation: Case Study of Students of Mazandaran University", *Applied Sociology*, 28(1), 19-32. {in Persian}
- Shams, Morteza, & Farqani, Mohammad-Mehdi (1398). "Virtual Social Networks and Production of Rumors in Political Elections (Case Study: Instagram Social Network)", *Scientific Quarterly of Audiovisual Media*, 12(28), 95-120. {in Persian}
- Tajik, Mohammadreza, & Khodakhah Azar, Samiyeh (1395). "Virtual Social Media and the Sphere of Politics in Iran (Case Study: Tenth Presidential Election and Urban Carnivals in Tehran Parks)", *Politics Quarterly*, 46(3), 553-572. {in Persian}
- 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.
- Yazdkhasti, Behjat, Adlipour, Samad, & Kikhayi, Elham (1392). "Public Sphere and Dialogue in Virtual Space of Social Networks (Investigating the Impact of Virtual Social Networks on Intercultural Dialogue)", *Media Studies Quarterly*, 6(22), 45-68. {in Persian}
- Zhigang, Sun. (2005). *An O-S-O-R Examination if Relationship Between Mass communication, Social Capital and Civic Engagement*. PH.D. Dissertation in Mass Communication, Columbia University of Missouri.

پیوست ۱:

نویسنده	کتاب	عنوان مختصر	روش تحقیق	حجم نمونه	یافته کلیدی
فولادی، محسنی، پریزاد	۱۴۰۱	تأثیر شبکه‌های ارتباطی مجازی بر کنش نخبگان سیاسی	کیفی (تحلیل تاریخی)	ذکر نشده	نخبگان حکومتی نتوانستند از ظرفیت شبکه‌های مجازی استفاده مناسبی داشته باشند
فاضل، رضایی	۱۳۹۳	رابطه وسایل ارتباط جمعی و مشارکت سیاسی غیرانتخاباتی	کمی (پیمایش)	۴۰۰ نفر (همدان)	مشارکت غیرانتخاباتی در سطح پایین (۰/۶) از ۴؛ تأثیر رسانه‌های داخلی
عباسی شوازی و دیگران	۱۴۰۰	رابطه هزینه‌های سیاسی با مشارکت آنلاین و آفلاین	کمی (پیمایش)	۳۹۰ دانشجو (شیراز)	هزینه‌های پرداخت شده رابطه مثبت با مشارکت دارد؛ ضرورت فراتر رفتن از انتخاب عقلانی
مرادی‌فر، امید، بصیری	۱۳۹۷	تأثیر تلگرام بر رویکرد مشارکت سیاسی	کمی (پیمایش)	۳۷۵ دانشجو (اصفهان)	رابطه مثبت بین مدت‌زمان استفاده از تلگرام و مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی
عبداللهی‌نژاد و دیگران	۱۳۹۵	رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات	کمی (پیمایش)	۳۷۰ دانشجو (علامه طباطبائی)	رابطه مثبت بین استفاده (۰,۴۱۳)، اعتماد (۰,۳۱۸)، اثربخشی (۰,۵۲۳) با مشارکت
عسکری	۱۴۰۱	رابطه شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی	کمی (پیمایش)	دانشجویان قم	شبکه‌های افقی بیشترین تأثیر و شبکه‌های عمودی کم‌ترین تأثیر

نویسنده	سال	عنوان مختصر	روش تحقیق	حجم نمونه	یافته کلیدی
عقیلی، روشندل اربطانی، فرجیان	۱۳۹۸	نقش شبکه‌های اجتماعی در انتخابات	ترکیبی (مصاحبه + پنل)	تعداد خبرگان ذکر نشده	رسانه‌های اجتماعی به تدریج جایگزین رسانه‌های سنتی می‌شوند
نوری، قلی‌پور	۱۳۹۷	رسانه‌های جدید و کنش جمعی	اسنادی- کتابخانه‌ای	ذکر نشده	رسانه‌های جدید نقش مهمی در رشد کنش‌های جمعی داشته‌اند
اشتریان، امیرزاده	۱۳۹۴	تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی	کمی (پیمایش)	ذکر نشده (تهران)	رابطه منفی بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی
جزینی، تقوی، نوروزی	۱۳۹۶	تأثیر فناوری اطلاعات بر مشارکت اجتماعی	کمی (پیمایش)	۳۱۹ نفر (تنکابن)	سواد اطلاعاتی بر رضایت از خدمات و میزان مشارکت تأثیر مثبت دارد
عابدین ابولی و دیگران	۱۴۰۱	تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتار سیاسی (۸۷-۹۷)	کمی (هم‌بستگی)	۲۷۸ نفر (افراد دارای حق رأی)	رابطه مثبت بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و تغییر رفتار سیاسی
قاضی‌زاده و دیگران	۱۴۰۰	جامعه مدنی و شبکه‌های اجتماعی	کیفی (گفتمانی)	ذکر نشده	صورت زندگی مجازی باعث ساختارشکنی در نظم سنتی شده است
خواجه سروی، نوربخش	۱۳۹۷	تأثیر رسانه‌های جمعی بر مشارکت سیاسی تهرانی‌ها	کمی (پیمایش)	۶۰۰ نفر (تهران)	تأثیر مستقیم رسانه‌های داخلی و شبکه‌های اجتماعی، تأثیر معکوس ماهواره

نویسنده	سال	عنوان مختصر	روش تحقیق	حجم نمونه	یافته کلیدی
خانیک، خجیر	۱۳۹۱	رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی؛ فرا تحلیل	فرا تحلیل	۳۵ + مطالعه	نقاط ضعف: غلبه اثبات گرایی، ناتوانی در روش‌های کیفی، نتایج متناقض
امیدی، مرادی‌فر	۱۳۹۷	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مازندران)	کمی (پیمایش)	۳۸۴ نفر (مازندران)	رابطه مثبت بین استفاده خبری و مشارکت؛ عدم رابطه بین استفاده تفریحی و مشارکت
محمدزاده راوندی و دیگران	۱۴۰۲	تحلیل الگوی فضایی عوامل مؤثر بر مشارکت انتخاباتی	فرا ترکیب	۲۲۸ مقاله	شناسایی ۱۰ مؤلفه کلیدی؛ تأکید بر عوامل فضایی و جغرافیایی
شمس، فرقانی	۱۳۹۱	شبکه‌های اجتماعی و تولید شایعات در انتخابات	کیفی (اتنوگرافی)	۴۰ صفحه + ۱۷ مصاحبه	شایعات با اهداف تبلیغات سیاسی، کاهش انگیزه مشارکت تولید می‌شوند
عبدالهیان، حق‌گویی	۱۳۸۱	رابطه کاربری اینترنت و مشارکت سیاسی	کمی (پیمایش)	۷۳۰ دانشجو (تهران)	کیفیت استفاده (۶۱) درصد) سهم بیشتری نسبت به میزان استفاده (۲۷) درصد) دارد
پوررضا کریم‌سرا	۱۳۹۲	تأثیر رسانه بر شبکه‌های اجتماعی و کنش اجتماعی	کیفی (اسنادی)	ذکر نشده	رسانه‌ها به‌عنوان «مرکز قدرت خودگردان نظام ارزشی» عمل می‌کنند
پورحسن، فرچوند	۱۳۹۸	نقش رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت در بودجه‌بندی	کیفی (داده‌بنیاد)	۱۸ نفر (صاحب‌نظر) (ن)	آگاهی سیاسی مجازی شامل: توانمندی سیاسی، دانش استفاده از شبکه‌ها

نویسنده	سال	عنوان مختصر	روش تحقیق	حجم نمونه	یافته کلیدی
مسعودنیا و دیگران	۱۳۹۱	رابطه استفاده از اینترنت با مشارکت سیاسی (اصفهان)	کمی (پیمایش)	۳۸۴ نفر (اصفهان)	شبکه‌های خبری/آموزشی → مشارکت متعارف؛ شبکه‌های اجتماعی/سرگرمی → مشارکت غیرمتعارف
رضایی، کاظمی پورثا بت	۱۳۹۵	رابطه محتوای سیاسی وبسایت‌ها و مشارکت انتخاباتی	کمی (پیمایش)	۴۰۰ نفر (همدان)	رابطه منفی وبسایت‌های خارجی؛ رابطه غیرمعنادار وبسایت‌های داخلی؛ اعتماد کلیدی است (۰,۲۹)
ملکان و دیگران	۱۳۹۱	رابطه فضای مجازی با مشارکت سیاسی (اصفهان)	کمی (پیمایش)	دانشجویان اصفهان	کاربری خبری/علمی → مثبت؛ کاربری تفریحی → منفی
محموداوغلی	۱۳۹۱	تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر کنشگری سیاسی	کمی (پیمایش)	۳۸۴ نفر (اصفهان)	رابطه معنادار بین شبکه‌های اجتماعی و کنش سیاسی
کبیری و دیگران	۱۳۹۱	نقش شبکه‌های اجتماعی در تبیین آگاهی سیاسی	کمی (پیمایش)	۳۸۰ دانشجو (ارومیه)	محتوای خبری و مذهبی → آگاهی بیشتر؛ مداومت در مصرف → رابطه مثبت
سردارنیا، امینی‌زاده، حسنونند	۱۳۹۱	تأثیر رسانه‌های جدید با واسطه‌گری متغیرهای اجتماعی	کمی (پیمایش)	دانشجویان شیراز	ترتیب تأثیر: شبکه‌های اجتماعی < گروه دوستان < انجمن‌های مدنی < رسانه‌های داخلی < رسانه‌های خارجی

نویسنده	سال	عنوان مختصر	روش تحقیق	حجم نمونه	یافته کلیدی
احمدی، یعقوب	۷۵۸۱	تأثیر سرمایه اجتماعی در شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت	کمی (پیمایش)	۴۰۰ نفر (سندج)	سرمایه اجتماعی برون‌گروهی (پل‌زننده) اثر معنادارتری دارد؛ روند پیشروی به‌سوی مشارکت‌های پنهان
مهدی‌زاده طالبی و دیگران	۷۶۸۱	نقش تلگرام در تبلیغات انتخابات ریاست جمهوری	کمی (پیمایش)	ذکر نشده	رابطه معنادار بین اعتماد به تبلیغات در تلگرام و شرکت در انتخابات
سردارنیا، خلیل‌الله	۷۸۸۱	تأثیر اینترنت بر درگیرشدگی مدنی شهروندان	کیفی (مرور مطالعات)	ذکر نشده	تأثیر «نسبتاً خوب» (نه قوی)؛ ارائه مدل زمینه‌گرا
تاجیک، خداخواه آذر	۱۳۵۵	رسانه‌های اجتماعی و عرصه سیاست در ایران	ترکیبی (تحلیل نظری)	ذکر نشده	رسانه‌ها قدرت را در دست شهروندان قرار داده‌اند؛ استقلال نسبی از دیدگاه‌های رسمی
الهی‌منش، قدیری، فرجامی‌کیا	۱۳۹۷	تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی تهران	کمی (پیمایش)	۳۸۶ نفر (تهران)	رابطه منفی میزان استفاده؛ رابطه مثبت نوع استفاده
کاظمی‌زاد، حیدرباغی و دیگران	۱۴۰۲	تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی	کمی (پیمایش)	۳۸۴ نفر (تبریز)	راهبردهای محافظه‌کارانه/تدافع‌ی → تأثیر معکوس؛ راهبردهای تهاجمی/رقابتی → تأثیر مثبت

نویسنده	سال	عنوان مختصر	روش تحقیق	حجم نمونه	یافته کلیدی
درفشان، صفری نژاد، شبانی	۱۳۹۱	نقش اطلاع رسانی فضای مجازی در مشارکت سیاسی	کیفی (توصیفی-تحلیلی)	ذکر نشده	اگر نظام استفاده کند → مشارکت فعال؛ اگر غفلت کند → مشارکت انفعالی یا اعتراضی
عباس نیا، پاک نیا، مصفا	۲۰۱۱	چگونگی تأثیر حوزه عمومی مجازی بر مشارکت سیاسی	کیفی (تحلیل نظری)	ذکر نشده	مهندسی حوزه عمومی مجازی امکان پذیر است و می تواند مشارکت سیاسی را تقویت کند
ابراهیمی و دیگران	۱۳۹۱	رابطه شبکه های اجتماعی و مشارکت سیاسی (اصفهان)	کمی (پیمایش)	دانشجویان اصفهان	شبکه های افقی بیشترین تأثیر و کیفیات شبکه ها کمترین تأثیر