

A Meta-Analysis of Research on the Impact of Virtual Social Networks on Political Participation in Iran

Zhila Pourya^{*}

Tahmineh Shaverdi^{**}

Asemeh Ghasemi^{***}

Political participation serves as a benchmark indicator for social, cultural, and political development, constituting a defining characteristic of an active civil society. In the contemporary era, virtual social networks significantly modulate the dynamics and intensity of political participation. This study conducts a quantitative meta-analysis of domestic empirical research published in Iran between 2009 and 2023 (1388–1402 AH) exploring the relation between virtual social networks and political participation. The empirical findings indicate that all included primary studies are statistically significant at the 99% confidence level, with the sole exception of one study. A funnel plot analysis revealed the presence of a notable publication bias. Utilizing a random-effects model, the calculated combined average effect size of virtual social network utilization on political participation was determined to be 0.297. This estimated effect size falls within the acceptable confidence interval, thereby empirically validating the positive impact of virtual platforms on political activism. According to Cohen's criteria, this point estimate signifies a small-to-moderate effect size. Furthermore, the homogeneity test confirmed significant heterogeneity among the primary effect sizes. Sociologically, these results suggest that digital

^{*} Ph.D. Student in Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

firozbahram919@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-4552-2023>

^{**} Corresponding Author: Associate Professor, Department of Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

T.shaverdi@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0002-1855-6686>

^{***} Assistant Professor, Department of Sociology, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

asemeh.ghasemi@srbiau.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0003-3119-1017>

platforms up to some extent foster critical political awareness, lower communication barriers, and facilitate the self-organization of citizens into associations and civil society groups. This digital mobilization, in turn, enhances citizen oversight over political resource holders and institutional authorities.

Keywords: Meta-analysis, Social Networks, Political participation, Iran, Political behavior.

Introduction Political participation is widely recognized as a foundational pillar of civic identity and a primary source of institutional legitimacy for contemporary governments. This multifaceted phenomenon is shaped by an array of structural and environmental variables, including the institutional vitality of political parties, non-governmental organizations (NGOs), trade unions, grassroots syndicates, and traditional or digital elites. In the modern public sphere, the free flow of information has migrated from conventional mass media to virtual social networks. These digital platforms have thoroughly restructured not only everyday social integration but also the micro-dynamics of political behavior. Core political actions such as voting, participating in physical or digital rallies, expressing ideological dissent, and coordinating collective action are increasingly mediated through online communication.

Consequently, political actors and state officials heavily utilize these tools due to their unprecedented audience reach, rapid dissemination capabilities, and the circumvention of traditional media gatekeeping. Prominent global examples, such as the strategic use of Twitter (X) during various US presidential campaigns and diplomatic standoffs, alongside the active digital presence of Iranian authorities, underscore this paradigm shift. Virtual social networks have evolved into autonomous domains for news production and public discourse, directly influencing whether citizens choose to participate in or alienate themselves from the political process. By using a systematic quantitative meta-analysis, this study synthesizes conflicting empirical findings within the Iranian academic literature to answer a central

question: "What is the collective structural impact of virtual social networks on the political participation of the Iranian population?"

Experimental Background

Globally, extensive research has studied the relation of digital media and political mobilization. For instance, Orijinwa and Perseus (2023), in their study "Agenda Setting for Public Discourse: Exploring the Impact of Social Media on Political Participation among Youths," demonstrated that virtual platforms successfully executed an agenda-setting function during the 2023 Nigerian general elections, substantially driving youth turnout. Similarly, Ahmed, Alvi, and Iftikhar (2019) explored social media dynamics in Pakistan, finding that university students leverage digital networks to cultivate political awareness, which translates into online activism and offline electoral participation. Furthermore, Mahmud and Amin (2017), investigating Facebook usage at the University of Dhaka, concluded that social media platforms are instrumental in coordinating physical demonstrations, human chains, and civil rights advocacy, reinforcing the hypothesis that online engagement catalyzes offline political mobilization.

Theoretical framework

The theoretical architecture of this study is grounded in two primary sociological paradigms:

1. Lerner's Modernization Theory: In his classic work, *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*, which analyzed data from six developing nations (including Iran), Lerner demonstrated a robust, statistically significant relationship between exposure to mass communication media and the expansion of socio-political participation.
2. Putnam's Social Capital Theory emphasizes the vital role of social networks in generating civic engagement. He posits that denser social networks yield higher levels of generalized trust and reciprocity, enabling citizens to collaborate more effectively for mutual benefit. When transposed to the digital sphere, horizontal virtual networks function as modern institutional spaces that foster interpersonal interaction, build horizontal social capital, and lower the transaction costs of collective political action.

Methodology

The present study used the meta-analysis method. The statistical population is all research conducted in Iran on the same topic as the impact of virtual social networks on users' political participation. The internal criteria for entering the meta-analysis were Persian-language articles published between 2009 to 2023 in scientific and research journals. In addition, in this study, the dimensions of social networks such as Instagram, Telegram, Twitter, and Facebook were studied. The external criteria also included the elimination of articles that were conducted using a qualitative method and did not obtain an acceptable score, as well as articles that did not raise the coefficients of coherence and regression despite the survey method. 47 article titles were extracted using the keywords of virtual social networks Facebook, Instagram, and Telegram between 2009 to 2023 were indexed and collected. After reviewing the titles and articles, fourteen articles that met the criteria for entering the meta-analysis were selected and were performed with the CMA2 software (Comprehensive Meta-Analysis and Effect Size Calculation Software).

Findings

The variance and effect size of the studies were examined. According to the findings, all studies conducted on the relationship between the use of virtual social networks and political participation were shown to be significant at the 99 confidence level, except for the study by Khajeh Sarwari and Nourbakhsh (2018), where the largest effect size is related to the study by Amin et al. and the smallest effect size is related to the study by Bayat (2018). The effect sizes indicate that virtual social networks should be expanded not only as communication tools but also as effective and socially influential mechanisms from the individual to the structural level.

Evaluating bias due to publication of published studies and non-publication of unpublished research is one of the basic issues in meta-analysis; the most common method is the funnel plot. In this method, the hypothesis (H₀) indicates that the plot is symmetrical and there is no publication bias, and the opposite hypothesis (H₁) indicates that the funnel plot is asymmetrical and there is publication bias. Studies have shown that the average use of virtual social networks and

political participation are somewhat scattered, and the effect size is not very accurate at points close to the mean. Publication bias with a high effect size can indicate the effect of virtual networks on political participation.

The results of the findings in examining the effect size of studies on the relationship between virtual social networks and political participation show that the average effect size of using virtual social networks on political participation is 0.297. And the estimated effect size is within the confidence limit. Therefore, the limit effect of virtual social networks on political participation is confirmed. The point estimate with the Cohen criterion indicates a low to moderate effect. Therefore, the use of virtual social networks can have a small effect on political participation. The stochastic model states that the effect of virtual social networks on political participation is explainable and this effect reflect the developments in the digital space of political culture and power structures and institutional constraints.

Conclusion

The empirical synthesis achieved through this meta-analysis confirms that virtual social networks up to some extent are capable of reshaping and expanding political participation within the contemporary Iranian context. However, this digital influence is not uniform; it is continually moderated by macro-structural, socio-cultural, and institutional variables. The findings up to some extent are congruent with the international literature, including the work of Ahmed et al. (2019) in Pakistan and Mahmud and Amin (2017) in Bangladesh, which established that digital media serves as an accelerator for political literacy and civil mobilization.

The findings strongly validate Putnam's emphasis on horizontal social networks. Unlike vertical, state-controlled traditional media, virtual social networks cultivate horizontal social capital. By facilitating equal-status communication, mutual trust, and collective digital agency, these networks allow citizens to construct autonomous spaces for political discourse. Furthermore, as noted by Orijinwa and Perseus (2023), these platforms excel at digital agenda-setting, turning fragmented individual grievances into coherent collective actions.

In conclusion, virtual social networks cannot be evaluated as mere passive tools for entertainment or simple information retrieval. They constitute highly dynamic institutional arenas that redefine state-society relations. By decentralizing information networks, digital platforms democratize political awareness and strengthen the capacity of civil society to monitor and critique institutional authorities. For policymakers and social scientists alike, these results indicate that traditional models of state gatekeeping are increasingly obsolete. Future social and political planning must recognize the decentralized, network-driven nature of modern civic engagement, shifting focus toward expanding digital literacy and building institutional channels that can constructively absorb the digital political agency of the population.

References

- Abdollahinejad, Alireza and Javad Sadeghi and Abuzar Ghasemi-nejad (2016) Social Media and political participation in elections: The relationship between the use of Facebook, Telegram and Instagram and students' political participation in the elections of March 2015, *Quarterly Journal of New Media Studies*, 2nd year, No. 5, pp. 77-102
<https://doi.org/10.220547nms.2018.1022054>
- Adlipour, Samad and Vahid Ghasemi and Rezvan Jazati and Nafi Zahri (2014) The effect of using the social network Facebook on youth trust and political participation, *Studies on Culture and Communication*, Year 15, Issue 28, pp. 3407
<https://doi.org/20.1001.1.2008870,1393.1528.7.3>
- Amini Salam and Mostafa Kawakbian and Tahmourt Shiri (2019) A study of social factors affecting the political participation of people in Ilam province, *Political Sociology of Iran*, No. 11, pp. 132-155
<https://doi.org/10.30510/psi.2020.1176981>
- Arijeniwa, Nwaoboliadedeji. Precious, Emeke (2023), Setting agenda for public discourse: Examining the impact of social media on political participation amongst Nigerian youth, *International Journal of Arts, Humanities and Management Studies*, 10 (1), Pp 36-53
- Ashtarian Kiumert and Mohammad Reza Amirzadeh (2015) A study of the effects of virtual social networks on political participation, a case study of Tehran city, *Politics*, Year 45, No. 4, pp. 111-95
<https://doi.org/10.22059/jpq2015.055946>
- Elahimanesh, Mohammad Hassan and Zahireh Ghadiri and Hadi Farjamikia (2018) The effect of cyberspace on the political

- participation of citizens of the Islamic Republic of Iran (a case study of Tehran city, Shushtar Social Sciences, Year 12, No. 4, pp. 247-272
- Ghafari, Gholamreza Niazi, Mohsen (2016) *Sociology of Participation*, Near, Tehran, Iran.
- Hersij Hossein and Reza Mahmoud Oghli Mahmoud Reza Rahbar Ghazi and Hadi Abbaszadeh Baghi (2012) An investigation into the relationship between media consumption and political participation of Isfahan University students *Communication Research* Year 19, Issue 2, pp. 7-34
<https://doi.org/10.22082/cr.2012.23363>
- Issa Nejad, Omid and Seyyed Javad Imam Jumezadeh, Baraza Mahmoud Oghli (2010) An investigation into the relationship between religiosity and political participation of Isfahan University students, *Journal of Political Science Research*, Issue 1, pp. 7034
<https://doi.org/10.22034/psj.2011.8894>
- Kazemizad Heydarbaghi, Alireza and Hossein Ahmadi Sefidan and Aziz Javanpour Heravi and Ehsan Shakeri (1402) "The Impact of Cyberspace Management Strategies on Citizens' Political Participation National Defense Strategic Management Studies Volume 7, No. 26, pp. 218-185
<https://doi.org/10.51547/issk.7.26.2526>
- Khaja Sarwari, Gholamreza and Seyyed Masoud Nourbakhsh (2018) The Impact of Mass Media on Political Participation of Tehrani Citizens, 9th Year, No. 2, pp. 81055
<https://doi.org/10.30465/cps.2018.3406>
- Khaniki, Hadi and Yousef Khojir (2018) Social Media and Political Participation: A Meta-Analysis of Political Participation of Social Media Users, *Journal of Interdisciplinary Studies in the Humanities*, Winter 21, pp. 101-128
<https://doi.org/10.22035/isih.2019.3122.3422>
- Kvale, j. (2003) "Qualitative Research Methods with a Focus on Research Interviews
- Mahmud, A.& Amin, R (2017) Use of social Networking Media in political participation: A study on Dhaka university students. *Sociology and Anthropology* 5 (6).
doi.org/10.13189/sa.2017.050607
- Mehdizadeh Taleshi Seyed Mohammad and Eqbal Khaledian and Mehraveh Ferdowsi (2017) The role of the social software "Telegram" in the advertising of the 12th presidential election from the perspective of voters *New Media Studies*, No. 10, pp. 3901
<https://doi.org/10.22054/CS.2017.22793.247>

- Mohammadi, Ayub and Amir Hossein Yavari and Mohammad Javanmard (2017) "The Role of Virtual Social Networks in Creating Social Crises", *Quarterly Journal of Law Enforcement Science Research*, Year 19, Spring, pp. 23-1
<https://doi.org/10.5247/Pok.19.1.1301310>
- Moradifar, Saeideh and Ali Omid Mohammad Ali Basiri (2018) "Explanation of the Effect of Telegram on the Approach to Political Participation (Case Study of Isfahan University)", *Quarterly Journal of Media Science*, Volume 29, No. 2, pp. 77-98
<https://doi.org/10.001.10227/80.1397.29.2.5.7>
- Niyazi, Mohsen and Seyed Saeed Hosseinizadeh Arani and Ayub Sakhal and Hossein Imam Alizadeh (2016) "Meta-analysis of studies and research on social capital and the feeling of social security", *Journal of Social Order*, Volume 8, No. 11, Spring 2016, pp. 24-1.
- Parmelee, J. H. (2014) "The agenda-building function of political tweets.", *New Media and society*, 16(3), 434-450.
- Rezaei Hossein (2013) "Theories of Political Participation with an Electoral Approach", *Journal of Election Studies*, 2nd Year, No. 5, pp. 15-24
- Shahram Nia, Amir Masoud and Hava Ebrahim Puro, Reza Mahmoud Mahmoud Oghuli and Majid Malekan (2017) "Measuring the impact of social networks on political participation: A case study of students at the University of Mazandaran", *Applied Sociology*, 28th year, No. 1, pp. 22019.
<https://doi.org/10.22108/jos.2017.21248>.
- Taufiq, Ahmad & Aima, Alvi, & Muhammad, ittefaq (2019) "The use of social media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan." First published July 17.

فصلنامه علمی «پژوهش انحرافات و مسائل اجتماعی»

شماره هفدهم، پاییز ۱۴۰۴: ۱۴۶-۱۱۹

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۵/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۷/۲۸

نوع مقاله: پژوهشی

فرا تحلیل مطالعات تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی در ایران

* ژيلا پوريا

** تهمينه شاوردي

*** عاصمه قاسمي

چکیده

مشارکت سیاسی، یکی از شاخص‌های توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی، توسعه سیاسی و از ویژگی‌های جامعه مدنی است. شبکه‌های مجازی، نقش گسترده‌ای بر فرایند مشارکت سیاسی افراد دارند. در پژوهش حاضر، تحقیقات داخلی از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۲ درباره مشارکت سیاسی و شبکه‌های مجازی بررسی شده است. در این مسیر از روش فراتحلیل کمی استفاده شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تمامی مطالعات در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار هستند؛ به جز مطالعه خواجه سروری و نوربخش. اریب انتشار وجود دارد. میانگین اندازه اثر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (اثرات ترکیبی تصادفی) بر مشارکت سیاسی در مطالعات مورد بررسی، معادل ۰/۲۹۷ است. اندازه اثر برآورد شده در محدوده اطمینان است. بنابراین تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت

* دانشجوی دکتری جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

firozbahram919@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0006-4552-2023>

** نویسنده مسئول: دانشیار گروه جامعه‌شناسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

T.shaverdi@yahoo.com

<https://orcid.org/0000-0002-1855-6686>

*** استادیار گروه جامعه‌شناسی علوم اجتماعی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

asemeh.ghasemi@srbiau.ac.ir

<https://orcid.org/0000-0003-3119-1017>



سیاسی تأیید می‌شود. برآورد نقطه‌ای محاسبه‌شده مطابق با معیار کوهن، بیانگر اثر در حد کم رو به متوسط است. نتایج حاصل از آزمون، فرض ناهمگنی اندازه اثر در مطالعات اولیه را تأیید می‌کند. نتایج نشان می‌دهد که ترس برخی حکومت‌ها از مشارکت سیاسی، توجیه‌پذیر است؛ زیرا شبکه‌های مجازی سبب آگاهی راستین بیشتر افراد جامعه شده، آنان را در قالب انجمن‌ها، گروه‌ها و جامعه مدنی شکل می‌دهد که مشارکت سیاسی را فرامی‌خواند و مشارکت سیاسی افراد، کنترل آنها را بر اعمال صاحبان منابع سیاسی، بیشتر می‌گرداند.

واژه‌های کلیدی: فراتحلیل، شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی، ایران، رفتار سیاسی.

مقدمه

مشارکت از مفاهیم کلیدی جامعه‌شناسی است که سابقه‌ای دیرینه دارد؛ کنشی جمعی، آگاهانه و داوطلبانه محسوب می‌شود که نتیجه آن، دخالت شهروندان در امور عمومی در سطوح مختلف است (عیسی‌نژاد و دیگران، ۱۳۸۹: ۹). مشارکت را نوعی کنش هدفمند در فرایند تعاملی بین کنشگر و محیط اجتماعی او در جهت نیل به هدف‌های معین تعریف کرده‌اند. از حیث مفهومی نیز مشارکت به معنای شراکت و همکاری در کاری یا حضور در جمع، گروه و سازمان برای بحث و تصمیم‌گیری، چه به صورت فعال و چه به صورت غیر فعال است. در مجموع جوهره اصلی مشارکت را باید در فرایند درگیری و تأثیرپذیری دانست (اشترین و امیرزاده، ۱۳۹۴: ۸۳۰). مشارکت، ارتباط تنگاتنگی با جامعه مدنی دارد؛ انسان‌ها را به گفتمان وامی دارد و شنیدن صدای دیگران را آسان می‌کند.

مشارکت سیاسی به عنوان یکی از انواع مشارکت از شاخص‌های توسعه اجتماعی، توسعه فرهنگی و توسعه سیاسی در کشورها به شمار می‌رود و از مصادیق حضور مردم در تعیین سرنوشت خود است. اگر از منظر جامعه‌شناسی سیاسی هم به آن نگاه کنیم، از ویژگی‌ها و مشخصه‌های جامعه مدنی است که در عین حال پدیده‌ای پیچیده با ابعاد و سطوح متفاوت است که ارتباط میان جوامع مدنی و جامعه سیاسی را عملی می‌کند (عیسی‌نژاد و دیگران، ۱۳۸۹: ۹).

مشارکت سیاسی که از آن به عنوان یکی از مؤلفه‌های هویت‌بخش و مشروعیت‌بخش حکومت‌ها یاد می‌شود، تحت تأثیر عوامل و متغیرهای فراوانی شکل می‌گیرد؛ از جمله فعال بودن احزاب، تشکل‌های مردم‌نهاد، انجمن‌ها، گروهی محلی، سندیکاها، گردش آزاد اطلاعات و غیره در فضای حقیقی و مجازی. مشارکت، مقوله‌ای با پشتوانه‌ای قوی در عرصه‌های مختلف از جمله حیات سیاسی است که با رشد و گسترش آن، توسعه سیاسی محقق می‌شود و دوام و بقا می‌یابد. از تعاریف مطرح‌شده می‌توان این برداشت را نمود که فضای مشارکتی، سرشار از انگیزه و میل و رغبت کنشگران است که در قالب‌های عضویت و همکاری به منظور تأثیرگذاری، اصلاح و یا ایجاد تغییراتی در وضع موجود شکل می‌گیرد. بنابراین بستر انجمن‌های دولتی یا غیر دولتی، باشگاه‌ها، کانون‌های صنفی، احزاب، گروه‌های ایجادشده در شبکه‌های مجازی و یا کانال‌های این

شبکه‌ها، نوعی مسئولیت مشترک در سطوح محلی و ملی ایجاد می‌کند که در چنین فضاهایی به دور از هرگونه سلیقه و نظر شخصی و صنفی، تعارض‌ها و ستیزه‌ها، جای خود را به همکاری و تعاون می‌دهد و منجر به مردم‌سالاری شده، تصمیم‌ها بر مبنای اتفاق نظر جمعی گرفته می‌شود.

در این میان رسانه‌ها، چه سنتی و چه جدید، تأثیری بزرگ بر نقش مردم در سیاست دارند و بر رفتارهای سیاسی کنشگران همچون رأی‌دهی و بیان نظرها و ابراز عقیده، اثرگذارند. از سوی دیگر سیاسیون، حیاتشان را در گرو همین مشارکت‌ها و یا عدم آن می‌بینند. به همین دلیل هم تلاش می‌کنند تا با جریان‌سازی‌ها و حضور در شبکه‌های مجازی، ایفای نقش کنند و ارتباط چندسویه با کنشگران برقرار کنند و به‌نوعی در کنار آنها از طریق فضای مجازی به صورت افقی و نه عمودی قرار گیرند؛ ارتباطی که در رسانه‌های سنتی عمدتاً عمودی ترسیم شده است. امروزه می‌توانیم به حضور سیاست‌مداران در شبکه‌های اجتماعی مجازی اشاره کنیم که حتی اظهارات رسمی و بیانیه‌هایشان را نیز به دلیل سرعت در انتشار و نشر بی‌کم‌وکاست مطالب، این طریق را انتخاب می‌کنند. توییت‌های بسیار دونالد ترامپ، رییس‌جمهور اسبق ایالات-متحده و حتی دستگاه دیپلماسی امریکا، همچنین اظهارنظرهای دکتر محمدجواد ظریف در توییت‌ها از جمله مصادیق حضور سیاست‌مداران در فضای مجازی است (محمدی و دیگران، ۱۳۹۶: ۳).

در واقع می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینترنت به لحاظ عمومیت یافتن در میان کاربران و با گستره وسیع جغرافیایی درون مرزهای ملی، به وسیله‌ای بی‌بدیل در عرصه ارتباطات تبدیل شده و زمینه‌های تأثیرگذاری خارج از کنترل دولت‌ها و نهادهای قدرت را در جوامع به وجود آورده است. شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین وسایل موجود برای انتقال مفاهیم و مشارکت سیاسی محسوب می‌شوند و همه نظام‌های سیاسی در تلاش هستند آن را در اختیار گرفته، بر آن نظارت کامل داشته باشند و با آن، دیدگاه‌ها و نظرهای خود را به مردم منتقل کنند (شهرام‌نیا و دیگران، ۱۳۹۶: ۲۰).

طبق آخرین نظرسنجی ملی مرکز افکارسنجی ایسنا در اسفند ۱۳۹۸، ۶۸ درصد افراد بالای هجده سال در ایران حداقل از یک شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند، به طوری که ۵۱ درصد مردم عضو واتساپ، ۴۲ درصد عضو تلگرام و ۳۵ درصد عضو

اینستاگرام هستند. همچنین طبق آمار منتشر شده مرکز ملی فضای مجازی، میانگین استفاده از فضای مجازی در دنیا، چهار ساعت در روز است، در صورتی که این عدد در ایران، بالای هفت ساعت است (ر.ک: مرکز ملی فناوری مجازی، ۱۳۹۷).

توفیکچی در کتاب «تویتر و گاز اشک‌آور» بیان می‌کند که شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی دارای ظرفیت‌ها و چالش‌ها به صورت توأمان هستند. شبکه‌ها ضمن اینکه باعث بسیج فعالیت مدنی کاربران می‌شوند، در همان حال به دلیل ضعف شناخت آنها از شبکه‌ها و جامعه مدنی واقعی، باعث انحراف در مطالبات مدنی نیز می‌شوند (خانیک و خجیر، ۱۳۹۷: ۴۳).

شبکه‌های اصلی مجازی، نقش گسترده‌ای را در دنیای امروز در حوزه‌های تولید و انتشار اخبار و اطلاعات ایفا می‌کنند که بر آیند آنها، کنشگری کنشگران در عرصه سیاسی و تصمیم‌گیری آنها برای مشارکت یا عدم مشارکت سیاسی است. این مقاله تلاش دارد تا با استفاده از روش فراتحلیل به مطالعه نتایج برخی از پژوهش‌های انجام‌شده در زمینه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی بپردازد و به این پرسش پاسخ دهد که «آیا شبکه‌های اجتماعی مجازی، بر مشارکت سیاسی مردم ایران، تأثیرگذار هستند؟».

پیشینه تجربی

اریجینوا و پرسوس^۱ (۲۰۲۳)، مطالعه‌ای با عنوان «تعیین دستورکار برای گفتمان عمومی: بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی در میان جوانان» انجام داده‌اند. این مطالعه، تأثیر رسانه‌های اجتماعی در مبارزات انتخاباتی و مشارکت سیاسی در میان جوانان نیجریه را روشن می‌کند. این مطالعه بر نظریه تنظیم دستورکار تمرکز کرده است تا کاربرد آن را در رسانه‌های اجتماعی آزمون کند. نتایج این مطالعه نشان داد که رسانه‌های اجتماعی در طول مبارزات انتخاباتی برای تبلیغ داوطلبان و احزاب سیاسی آنها به رأی‌دهندگان استفاده می‌شود. این مطالعه همچنین نشان داد که رسانه‌های اجتماعی تاحد زیادی در کارکرد برنامه‌ریزی خود درباره مسائل سیاسی در نیجریه به‌ویژه با شروع

رقابت برای انتخابات عمومی ۲۰۲۳، موفق بوده‌اند.

یافته‌های پژوهش توفیق و همکاران (۲۰۱۹) درباره «استفاده از رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان در پاکستان» نشان داد که دانشجویان از رسانه‌های اجتماعی برای آگاهی سیاسی استفاده می‌کنند و فعالیت‌های سیاسی آنلاین به‌شدت با آگاهی سیاسی و مشارکت‌های آنلاین سیاسی، ارتباط دارد. در مناطق روستای پاکستان، نسل‌های جوان در شبکه‌های اجتماعی، فعال هستند و در رویدادهای سیاسی آنلاین و آفلاین شرکت می‌کنند.

محمود و امین (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان «استفاده از شبکه‌های اجتماعی در مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه داکا» به این نتایج رسیدند که استفاده از فیس‌بوک آشکارا باعث افزایش آگاهی درباره فعالیت سیاسی دانشجویان در جریان‌های سیاسی، تجمعات و زنجیره‌های انسانی برای مطالبه حقوق سیاسی و اجتماعی می‌شود. البته ارتباط آنلاین، با انگیزه بخشیدن به دیگران در اقدامات سیاسی، ایجاد عضویت سیاسی و تماس با یک حزب سیاسی، ارتباط کمی دارد. در این پژوهش بر این مهم تأکید می‌شود که رسانه‌های اجتماعی باعث ایجاد فضای سیاسی شده‌اند و از برخی جنبه‌ها، تأثیر بیشتری در ایجاد نظر و مشارکت فعال در فعالیت‌های سیاسی دارد و فعالیت‌های آنلاین در شبکه‌های اجتماعی باعث افزایش مشارکت سیاسی آفلاین می‌شود.

الهی‌منش و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان «تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان جمهوری اسلامی ایران (شهر تهران)» به این نتیجه رسیدند که میزان استفاده از فضای مجازی با شرکت در انتخابات، رابطه معنادار منفی دارد، اما نوع استفاده از فضای مجازی با متغیر شرکت در انتخابات، رابطه مثبتی داشته است.

کاظمی‌زاده حیدر باغی و همکاران (۱۴۰۲) پژوهشی با عنوان «تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان» انجام داده‌اند. هدف این مطالعه، بررسی تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان است. نتایج پژوهش نشان داد که میزان مشارکت سیاسی ۸/۳ درصد شهروندان خیلی کم، ۱۷/۴ درصد کم، ۳۸/۳ درصد متوسط، ۲۱/۴ درصد زیاد و ۱۴/۸ درصد خیلی زیاد بوده است. به طور کلی مشارکت سیاسی شهروندان در حد متوسط است. راهبرد

محافظه‌کارانه و راهبرد تدافعی در مدیریت فضای مجازی، تأثیر معکوس بر مشارکت سیاسی شهروندان دارد و راهبرد تهاجمی و راهبرد رقابتی در مدیریت فضای مجازی، تأثیر مثبت بر مشارکت سیاسی شهروندان دارد.

پارملی (۲۰۱۴)، نقش توییت‌های سیاسی در دستور کار سیاسی را بررسی کرده و با رویکردی متفاوت به آن پرداخته است. وی دریافت که توییت‌های سیاسی سران، منجر به دستورهای کارسازی می‌شود و بر پوشش‌های خبری روزنامه‌نگاران، تأثیرات مستقیم (افشای زودتر از موعد اخبار و حواشی و جنجال‌سازی‌ها و...) و غیر مستقیم می‌گذارد؛ برای مثال از طریق دنبال کردن بحث‌هایی که مردم درباره یک توییت از سران سیاسی راه می‌اندازند. ضمن اینکه توییت‌های افرادی که رده‌ها و تخصص‌های دیگر نیز دارند، چنین تأثیراتی را می‌تواند داشته باشد.

پیرو و همکاران (۱۳۹۷)، تحلیل جامعه‌شناختی درباره نقش رسانه اجتماعی تلگرام، به‌مثابه حوزه عمومی در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی ایران انجام دادند. یافته‌ها نشان داد که رسانه اجتماعی مجازی (تلگرام) با تقویت حوزه عمومی سیاسی، رفتار و مشارکت سیاسی مردم در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی ایران را تحت تأثیر خود قرار داده است.

مهدی‌زاده طالشی و همکاران (۱۳۹۶) با پژوهشی کاربردی درباره نقش نرم‌افزار اجتماعی تلگرام در تبلیغات دوازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری از منظر رأی-دهندگان با مراجعه به آرای استادان و صاحب‌نظران حوزه رسانه و جامعه‌شناسی، به مطالعه نرم‌افزار اجتماعی تلگرام پرداختند. نتایج تبیینی نشان می‌دهد که روابط یادشده، معنادار است: رابطه میان ویدئوهای تبلیغاتی تلگرام و شرکت در انتخابات (که گونه‌ای از مشارکت سیاسی است)، رابطه میان کارکردهای نرم‌افزار اجتماعی تلگرام و شرکت در انتخابات، رابطه میان جذابیت شعارها و تبلیغات نامزدها در تلگرام و شرکت در انتخابات، رابطه میان استفاده از نمادها و نشانه‌ها در تبلیغات کاندیداها و احزاب در تلگرام و شرکت در انتخابات، رابطه میان انتشار پیام‌های افراد صاحب نفوذ سیاسی در تبلیغات انتخاباتی در تلگرام و شرکت در انتخابات.

بنا بر یافته‌های همه مطالعات داخلی و خارجی، به‌ویژه خارجی بر یکی از انواع

رسانه‌های فضای مجازی مانند فیس‌بوک متمرکز شده‌اند و آن را بررسی کرده‌اند و تأثیر آنچه را در فیس‌بوک آمده، بر مشارکت سیاسی بررسی نموده‌اند. در میان کل پژوهش‌هایی که ارائه شده، نتیجه یکی از پژوهش‌ها این بوده است که میزان استفاده از فضای مجازی با متغیر شرکت در انتخابات، رابطه معنادار منفی داشته است. بدین صورت که این پژوهش، همگنی با پژوهش‌های ارائه‌شده دیگر ندارد. از سوی دیگر پژوهش‌های انجام‌شده، رسانه‌ها، فضا، نرم‌افزار، متن‌ها و... را به عنوان فضای مجازی در نظر گرفته‌اند و نقش آنها را بر مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی، دستورکار سیاسی و... سنجیده‌اند. بنابراین باید به ابعاد، اجزا و شاخص‌های فضای مجازی و مشارکت سیاسی، نگاه ویژه‌ای داشته باشیم و هر کدام را معنادار و به مثابه متن و متغیر در نظر بگیریم.

در پژوهش‌های ارائه‌شده، فراتحلیلی بر ارتباط این متغیرها و مطالعاتی که حول این ارتباط انجام شده باشد، صورت نگرفته است. پس مطالعه حاضر، نوآورانه بودن خود را به نمایش می‌گذارد؛ از آن جهت که فراتحلیلی از تمام مطالعاتی چون مطالعات ذکرشده در پیشینه است. در واقع پژوهش حاضر، مجموعه‌ای از نتایج پژوهش‌های مختلف را در بازه‌ای مشخص در نظر گرفته است و از ترکیب آنها می‌تواند آنچه بر این موضوع در سال‌های گذشته رفته، اطلاعاتی دقیق و کلی در قالبی کمی به دست آورد.

ملاحظات نظری

تعریف مشارکت سیاسی

فرهنگ انگلیسی آکسفورد، مشارکت را کنش یا واقعیت شرکت داشتن و سهم داشتن معنی نموده است.

اصطلاح مشارکت را به معنای سهمی در چیزی یافتن و از آن سود بردن و یا گروهی شرکت‌جستن و با آن همکاری داشتن تعریف کرده‌اند. آلن بیرو، مشارکت را به معنای همکاری، شرکت یا حضور داشتن دانسته است. از دیدگاه او صرفاً حضور یک فرد در اجتماعی که برای بحث و تصمیم‌گیری درباره مسئله‌ای تشکیل شده است، می‌تواند به عنوان مشارکت داشتن تلقی شود؛ اما آنچه مهم است، عنصر آگاهی و رغبت در مشارکت است. (غفاری و نیازی، ۱۳۸۵: ۱۳۵-۱۳۹).

مشارکت سیاسی، دخالت فرد در سطوح مختلف فعالیت در نظام سیاسی است که از دخالت و وارد شدن، تا به دست آوردن یک منصب سیاسی را شامل می‌شود. راش در «دایره‌المعارف بین‌المللی علوم اجتماعی»، مشارکت سیاسی را فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب رهبران و شرکت مستقیم و غیر مستقیم در سیاست‌گذاری عمومی می‌داند. در مواردی، مشارکت سیاسی فقط از طریق رأی دادن تحقق می‌یابد؛ اما در بسیاری موارد، بعضی قناعت می‌کنند و در تبلیغات سیاسی یا شرکت در احزاب به ایفای نقش می‌پردازند (ساروخانی، ۱۳۷۰: ۵۲۲).

مشارکت سیاسی، فعالیتی داوطلبانه است که با آن، اعضای جامعه با انتخاب حکومتگران به طور مستقیم یا غیر مستقیم در شکل‌گیری سیاست عمومی، سهم می‌شوند. همچنین مشارکت سیاسی، اعمال شهروندان را در برمی‌گیرد، به طوری که تلاش می‌کنند سیاست و حکومت را تحت تأثیر قرار دهند (شهرام‌نیا و دیگران، ۱۳۹۶: ۲۶). مشارکت، همکاری کردن و شرکت کردن به منظور گفت‌وگو کردن و در نهایت تصمیم‌گیری است و در عرصه سیاست، مشارکت به معنای حضور داشتن در این عرصه و حتی کسب مقامی سیاسی است.

تعریف شبکه اجتماعی

یک شبکه اجتماعی، ساختار متمرکز اجتماعی است که از گروه‌های فردی یا سازمانی تشکیل شده است. این گروه‌ها با یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل می‌شوند (همان: ۲۲). شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌هایی هستند که ارتباطات را تسهیل می‌کنند و جریان اطلاعات را درباره مطلوب بودن افراد بهبود می‌بخشند (همان: ۲۶).

شبکه‌های اجتماعی، اطلاعات را مبادله می‌کنند و این تبادل اطلاعات، ارتباطات بیشتر و بهتری را موجب می‌شود و موجبات تعلق بین افراد و وابستگی بین افراد را نیز فراهم می‌کنند.

نظریه‌های مشارکت سیاسی

مطالعاتی که دانیل لرنر انجام داده است، از مهم‌ترین مطالعات در حوزه مشارکت سیاسی است. این مطالعات به شروع تحقیقات دیگر هم کمک می‌کند. دانیل لرنر در اثر

کلاسیک خود با عنوان «گذر جامعه سنتی: نوسازی خاورمیانه» که حاصل تلاش در شش کشور در حال توسعه (ایران، ترکیه، لبنان، مصر، سوریه و اردن) است، نتیجه می‌گیرد که بین وجود و استفاده از وسایل ارتباط جمعی با مشارکت سیاسی و اجتماعی، رابطه معناداری وجود دارد. وی در تبیین علل مشارکت سیاسی، مدل خود را بر اساس طرح بسیج اجتماعی که برای اولین بار کارل دویچ آن را به کار برد، بیان می‌کند. بسیج اجتماعی در مطالعات دویچ بدین معنی یک فرایند تغییر بنیادی در مجموعه کل نظام سنتی در جهت یک جامعه مدرن است که شاخص‌های عمده آن، تحرک اجتماعی و پیدایش انسان نوگراست. لرنر بر این باور است که بسیج اجتماعی، زمانی در جوامع اتفاق می‌افتد که فرد در جامعه سنتی، آمادگی هم‌گرایی و ادغام با محیط‌های متفاوت را داشته باشد و افراد در جامعه، تغییرات روانی لازم را پیدا کرده باشند تا بتوانند خود را با آن تطبیق دهند. وی استنباط می‌کند که بسیج اجتماعی، زمانی گسترش می‌یابد که افراد، همدلی بالایی داشته باشند (ر.ک: رضایی، ۱۳۹۲).

لرنر معتقد است در جامعه‌ای که افراد با یکدیگر همدل هستند، تغییراتی را شاهد هستیم؛ تغییراتی از شکل و شمایل سنتی به مدرن. جامعه‌ای با چهره‌ای مدرن که برانگیزانندهٔ انسانی مدرن و ایجادکنندهٔ تحرکاتی اجتماعی است.

نظریه‌های شبکهٔ اجتماعی

با عنایت به نظریهٔ لرنر می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی با توجه به کارکردی که دارند، این ظرفیت‌ها را ایجاد می‌کنند که مخاطبان روابط همدلانه خود را با زندگی مدرن و تغییرات منطبق کرده، با استفاده از رسانه‌های جدید، ارتباطات دوسویه و چندسویه ایجاد کنند و بر حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی تأثیرگذار باشند.

از دیدگاه پاتنام، شبکه‌های رسمی ارتباطات و مبادلات در همهٔ جوامع وجود دارند. وی شبکه‌های اجتماعی را نوعی سرمایه اجتماعی می‌داند که هرچه در یک جامعه گسترده‌تر و بیشتر باشند، اعتماد افراد و پیوند آنها بیشتر شده، به همکاری با یکدیگر روی می‌آورند. در نتیجه به کنشگری با یکدیگر پرداخته، در جهت منافع کلی مشارکت می‌کنند. از سوی دیگر، لرنر هم در نظریهٔ خودنوسازی بر این باور است که در جامعهٔ مدرن، انسان نوگرا به صحنه می‌آید که انعطاف‌پذیری بیشتری دارد و بدین جهت امکان

بسیج اجتماعی و همکاری متقابل و مشارکت فراهم می‌گردد. بنابراین نظریه‌هایی که پاتنام و دانیل لرنر مطرح کرده‌اند، بر رابطه میان شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی تأکید می‌کنند؛ آنچه پژوهش حاضر به دنبال انجام فراتحلیل آن و در واقع ترکیب نتایج حاصل از پژوهش‌های پیرامون آن است.

نظریه‌های شبکه اجتماعی و مشارکت سیاسی

رابرت پاتنام در نظریه خود «شبکه اجتماعی»، رابطه میان شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی را به خوبی تبیین کرده است. از دیدگاه او، شبکه‌های رسمی ارتباطات و مبادلات در هر جامعه‌ای اعم از مدرن و سنتی، فئودالی یا سرمایه‌داری و... وجود دارد. وی شبکه‌های اجتماعی را یکی از اشکال ضروری سرمایه‌های اجتماعی می‌داند. هرچه این شبکه‌ها در جامعه‌ای متراکم‌تر باشد، احتمال بیشتری وجود دارد که شهروندان بتوانند در جهت منافع متقابل همکاری کنند. پاتنام، شبکه‌های اجتماعی را به دو قسمت تقسیم می‌کند: ۱- شبکه‌های افقی مساوات‌طلب در قالب مشارکت‌های مدنی (انجمن‌ها، باشگاه‌ها و...) که خاستگاه دو مؤلفه دیگر است. ۲- شبکه‌های عمودی یا انحصارطلب که فاقد توان برقراری اعتماد و هنجارهای همیاری است (پاتنام به نقل از: اشتریان و امیرزاده، ۱۳۹۴: ۸۲۷).

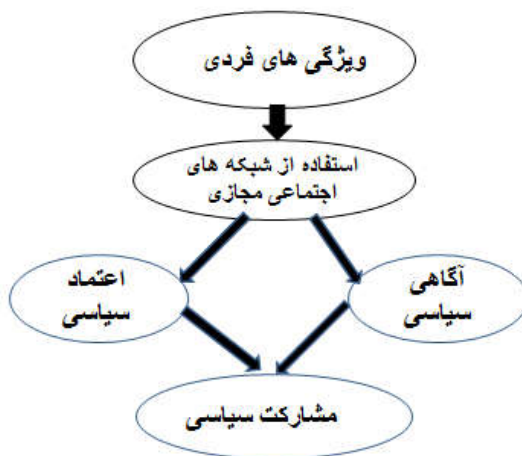
شبکه‌های افقی انبوه، باعث تقویت همکاری درون‌گروهی می‌شوند. آنها با دور زدن شکاف‌های طبقاتی، همکاری گسترده‌تری پدید می‌آورند. پاتنام، شبکه عمودی یا سلسله‌مراتبی را فاقد توان برقراری اعتماد و همکاری اجتماعی می‌داند؛ زیرا جریان اطلاعات در شبکه عمودی نسبت به شبکه افقی، شفاف و مؤثر نیست. همچنین هنجارهای معامله متقابل و مجازات مربوط به تخلف از آنکه مانع فرصت‌طلبی می‌شود، در شبکه‌های عمودی برای مقامات عالی‌رتبه، کمتر وضع شده و کمتر اجرا می‌شود (عبدالله‌نژاد، ۱۳۹۵: ۴۸). به نظر پاتنام، سرمایه‌های اجتماعی کمک می‌کنند که همدلی، همکاری و هم‌فکری بین افراد صورت گیرد. یکی از اقسام این سرمایه‌های اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی هستند و این شبکه‌های اجتماعی، افراد را به سمت مشارکت در گروه‌ها و تصمیم‌گیری‌های گروهی سوق می‌دهند.

از منظر پاتنام، در جوامعی که شبکه‌ای عمل می‌کنند، افرادی که مشارکت

اجتماعی و سیاسی نداشته باشند، به حاشیه می‌روند. نهاد و سازمان‌های مدنی و اجتماعی در جامعه شبکه‌ای، قدرت اصلی و واقعی را در دست دارند؛ زیرا شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی حتی در جوامع با قدرت مطلقه، مشروعیت و قدرت دولت را زیر سؤال خواهند برد و کنش‌کنشگران فردی را با اهمیت خواهند ساخت (پاتنام، ۱۳۸۰؛ به نقل از: ابراهیمی و دیگران، ۱۳۹۲: ۲۷۱). به نظر وی، آن چیزی که سبب بالا رفتن میزان مشارکت می‌شود، اعتماد است که همکاری‌های اجتماعی و تعاونی را سبب می‌شود. او بر این باور است که شبکه‌های مدنی سبب می‌شوند که هنجارهای محکمی شکل گیرد و در کنار آن، اعتماد اجتماعی به وجود آید و همکاری، هماهنگی و ارتباطات بیشتر شده، معضل کنش جمعی نیز ممکن شود.

بنابراین ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، معطوف به کنش است. شبکه اجتماعی در واقع توانایی گسترش کنش است و آن را غنی می‌سازد؛ منبع کنش اجتماعی است و نیز محمل و حاصل آن است. شبکه اجتماعی از درون رابطه متقابل اجتماعی به وجود آمده و بی‌حضور دیگران، امکان وجود ندارد. شبکه اجتماعی، جزئی از ساختار رابطه است. بهبود عملکرد شبکه اجتماعی در یک رابطه، باعث پدید آمدن حسن‌نیت و اعتماد متقابل شده، همگرایی ذهنی و انسجام را تقویت می‌کند. بنابراین رشد شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌هایی را برای کنشگران پدید می‌آورد که توانمندی‌های فردی خود را ارتقا بخشیده، احتمال موفقیت خود را افزایش می‌دهند. در واقع ضعف شبکه‌های اجتماعی، هزینه‌ای بر کنش‌ها تحمیل می‌کند که یا مانع آن شده یا کنش‌های موجود را با مشکل روبه‌رو می‌کند (عبدالله‌نژاد، ۱۳۹۵: ۴۹).

زمانی که افراد جامعه رابطه برقرار می‌کنند، از دل کنش‌های متقابلشان، شبکه‌های اجتماعی مجازی سر بیرون می‌آورد و خود جایگاه و بستری می‌شود برای ساخت کنش‌های اجتماعی. از درون همین کنش‌های اجتماعی است که عملکردها و توانمندی‌های افراد، مجال بروز می‌یابد و رشد کنش‌های اولیه و در نتیجه شبکه‌های اجتماعی مجازی وابسته به آن را موجب می‌شود.



شکل ۱- مدل مفهومی پژوهش

روش پژوهش

پژوهش حاضر با توجه به اهداف و ماهیتش از روش فراتحلیل بهره گرفته است. فراتحلیل، روشی است که به شناسایی منابع و ارزشیابی نتایج پژوهش‌ها، ترکیب نتایج پژوهش‌های انتخاب‌شده و مقایسه آنها با یکدیگر و ارزشیابی نتایج فراتحلیل به‌منظور کاهش خطا می‌پردازد. با این روش می‌توان نتایج پژوهش‌ها را با یکدیگر ترکیب کرد و روابط تازه‌ای را میان پدیده‌های اجتماعی کشف کرد. مطالعه حاضر از نظر هدف، کاربردی است و از آنجا که روش فراتحلیل را برگزیده است و با توجه به ماهیت داده‌هایش در زمره پژوهش‌های کمی قرار می‌گیرد. واحد مطالعه در فراتحلیل، پژوهش و یا مطالعه قبلی است.

فرا تحلیل از چند مرحله تشکیل شده است: ۱- تعریف موضوع پژوهش: موضوع این پژوهش، بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی کاربران است. ۲- جمع‌آوری مطالعات و تحقیقاتی که درباره موضوع مورد نظر انجام شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر، کلیه پژوهش‌های انجام‌شده در ایران با موضوع مشابه تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی کاربران است. راهبردهای جست‌وجوی

مقالات بدین صورت است:

۱. استفاده از کلیدواژه‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، تلگرام، اینستاگرام، توئیتر،

فیس‌بوک، مشارکت سیاسی

۲. پایگاه‌های اطلاعاتی مورد استفاده برای جست‌وجوی مقالات شامل پایگاه

اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، پرتال جامع علوم انسانی، بانک اطلاعات

نشریه‌های کشور^۱، پایگاه مجلات تخصصی نور^۲ و سیویلیکا^۳ است. و برای پایان

نامه‌ها سامانه گنج بود.

ملاک‌های درون‌گنجی ورود به فراتحلیل

۱. مقالات فارسی‌زبان چاپ‌شده در مجله‌های علمی - پژوهشی داخل کشور که

متن کامل آنها در دسترس بود.

۲. مقالات چاپ‌شده سال‌های ۱۳۸۸-۱۴۰۲.

۳. تحقیقاتی که داده‌های کافی را برای محاسبه اندازه اثر در اختیار محقق قرار

می‌دهند.

۴. در این مطالعه، منظور از ابعاد شبکه‌های اجتماعی مجازی، اینستاگرام، تلگرام،

توییتر و فیس‌بوک است که مورد پژوهش قرار گرفتند و در نتیجه مقالاتی در

این بررسی شرکت داده شدند که موارد یادشده را گزارش کرده بودند.

ملاک‌های برون‌گنجی

۱. مقالاتی که با روش کیفی انجام شده بودند، از فراتحلیل حذف شدند.

۲. مقالاتی که بر اساس سیاهه ارزیابی نقادانه، امتیاز قابل قبول را کسب نکردند،

حذف شدند.

۳. مطالعاتی که علی‌رغم روش پیمایش، ضرایب همبستگی و ضرایب رگرسیونی را

مطرح نکردند، حذف شدند.

با استفاده از کلیدواژه‌های «مشارکت سیاسی»، «شبکه‌های اجتماعی مجازی»،

«فیس‌بوک»، «توییتر»، «اینستاگرام» و «تلگرام» در پایگاه‌های علمی مورد استفاده، ۴۷

1. Magiran

2. Normagz

3. Civilika

عنوان مقاله و پایان‌نامه استخراج شد. پنج پایگاه اطلاعاتی یادشده، مقالات چاپ‌شده (متن کامل مقالات) از سال ۱۳۸۸ تا ۱۴۰۲ را نمایه و گردآوری کرده بودند. بر همین اساس در این مطالعه، مقالات چاپ‌شده از سال ۱۳۸۸ به بعد بررسی شد. در مرحله بعد، مقالات تکراری به‌دست‌آمده از مطالعه حذف شد و سپس با مطالعه عناوین و چکیده‌های به‌دست‌آمده، مقاله‌هایی که معیار ورود به مطالعه را داشتند، انتخاب و تعداد چهارده عنوان مقاله، مجاز به ورود به فراتحلیل شد. تحلیل داده‌ها با نرم‌افزار CMA2 (نرم‌افزار جامع فراتحلیل و محاسبه اندازه اثر) انجام شد.

یافته‌های پژوهش

در این بخش ابتدا با استفاده از مرور نظام‌مند یا سیستماتیک مختصات پژوهشی مقالات و پایان‌نامه‌های انجام‌شده در قالب جداول آماری و تحلیل‌های توصیفی ارائه‌شده و سپس با استفاده از روش فراتحلیل به بررسی اندازه اثر مطالعات پرداخته می‌شود.

جدول ۱- مختصات پژوهش‌های انجام‌شده درباره ارتباط

مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی

عنوان مقاله	نویسندگان	سال	نشریه	جامعه آماری	حجم نمونه	اندازه اثر
نقش شبکه‌های اجتماعی در مشارکت سیاسی دانشجویان (مورد مطالعه: انتخابات ریاست‌جمهوری یازدهم)	سهراب‌زاده	۱۴۰۰	پایان‌نامه	دانشجویان دانشگاه ایلام	۳۸۰	۰/۴۶۱
تبیین تأثیر تلگرام بر رویکرد مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: دانشگاه اصفهان)	مرادی‌فر و همکاران	۱۳۹۷	رسانه	دانشجویان دانشگاه اصفهان	۳۷۵	۰/۳۸۸
نحوه تأثیر رسانه‌های جمعی در مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی	خواجه سروری و نوربخش	۱۳۹۷	جستارهای سیاسی معاصر	شهروندان تهرانی	۶۰۰	۰/۰۴۰

۳۸۶	۰/۳۴۶-	فصلنامه علمی - پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد شوشتر	۱۳۹۷	الهی‌منش و همکاران	تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: شهر تهران)
۳۸۴	۰/۱۲۰-	افراد بالای ۲۰ سال ساکن تهران	۱۳۹۴	اشتریان و امیرزاده	بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران)
۳۸۴	۰/۶۴۳	مردم استان ایلام	۱۳۹۹	امینی و همکاران	مطالعه عوامل اجتماعی مؤثر بر مشارکت سیاسی مردم استان ایلام
۲۷۸	۰/۵۶	کارکنان وزارت کشور استان فارس	۱۳۹۹	ابولی و همکاران	تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رویکرد و مشارکت سیاسی کارکنان وزارت کشور (مطالعه موردی: انتخابات دوره دوازدهم ریاست‌جمهوری)
۱۸۸	۰/۴۰	کلیه دانشجویان مقطع کارشناسی دانشگاه اصفهان	۱۳۹۱	هرسیج و همکاران	بررسی مصرف رسانه‌ای با مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان
۳۸۶	۰/۱۱	شهروندان تهرانی	۱۳۹۷	بیات	استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان و رابطه آن با مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سوره)
۳۷۰	۰/۴۱۳	دانشجویان دانشگاه علامه طباطبائی	۱۳۹۵	عبداللهی نژاد و همکاران	رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات رابطه استفاده از فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در

					انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴
۰/۳۵	۶۰۰	دانشجویان دانشگاه تهران	مطالعات فرهنگ ارتباطات	۱۳۹۳	عدلی پور و همکاران
۰/۶۳۱	۳۰۰	دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران	دانشگاه خوارزمی	۱۳۹۸	خردمند
-۰/۲۴۰	۳۸۴	دانشجویان دانشگاه‌های شهر تهران	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	۱۳۹۷	بهشتی
۰/۵۳۵	۴۰۸	زنان ۱۸- ۴۵ ساله شهر تهران	پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد	۱۳۹۶	عزیزی

بر آورد اندازه اثر

اندازه اثر یا قوت یافته‌های علمی (ر.ک: Ortega, 2011)، مقیاسی است که درباره هر تحقیق به کار می‌رود و فراتحلیل را امکان‌پذیر می‌سازد. به عبارت دیگر اندازه اثر، نتایج تحقیقات مختلف را در قالب مقیاس عددی اثربخش نشان می‌دهد و سنجش اندازه اثر باید به نحوی صورت گیرد که در بین تحقیقات مختلف قابل مقایسه باشد.

جدول ۲- اندازه اثر شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی

تحقیق	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	سطح معناداری	Z	نتیجه
سهراب زاده	۰/۴۶۱	۰/۳۷۸	۰/۵۳۷	۰/۰۰۰	۹/۶۸۱	تأیید
مرادی‌فر و همکاران	۰/۳۸۸	۰/۲۹۸	۰/۴۷۱	۰/۰۰۰	۷/۸۹۷	تأیید
خواجه سروری و نوربخش	۰/۰۴۰	-۰/۰۴۰	۰/۱۲۰	۰/۳۲۸	۰/۹۷۸	رد
الهی‌منش و همکاران	-۰/۳۴۶	-۰/۴۳۱	-۰/۲۵۵	۰/۰۰۰	-۷/۰۶۳	تأیید
اشتریان، امیرزاده	-۰/۱۲۰	-۰/۲۱۷	-۰/۰۲۰	۰/۰۱۹	-۲/۳۵۴	تأیید
امینی و همکاران	۰/۶۴۳	۰/۵۸۰	۰/۶۹۸	۰/۰۰۰	۱۴/۸۹۸	تأیید
ابولی و همکاران	۰/۵۶	۰/۴۷۴	۰/۶۳۶	۰/۰۰۰	۱۰/۴۹۴	تأیید
هرسیج و همکاران	۰/۴۰	۰/۲۷۲	۰/۵۱۴	۰/۰۰۰	۵/۷۶۲	تأیید
بیات	۰/۱۱	۰/۰۱۰	۰/۲۰۸	۰/۰۰۰	۲/۱۶۱	تأیید
عبداللهی‌نژاد و همکاران	۰/۴۱۳	۰/۳۲۵	۰/۴۹۴	۰/۰۰۰	۸/۴۱۴	تأیید
عدلی‌پور و همکاران	۰/۳۵	۰/۲۷۸	۰/۴۱۸	۰/۰۰۰	۸/۹۲۹	تأیید
خردمند	۰/۶۳۱	۰/۵۵۸	۰/۶۹۵	۰/۰۰۰	۱۲/۸۰۶	تأیید
بهشتی	-۰/۲۴۱	-۰/۳۳۳	-۰/۱۴۴	۰/۰۰۰	-۴/۷۹۹	تأیید
عزیزی	۰/۵۳۵	۰/۴۶۲	۰/۶۰۱	۰/۰۰۰	۱۲/۰۱۷	تأیید

واریناس و اندازه اثر مطالعات بررسی شد. مطابق با یافته‌های جدول بالا، تمامی مطالعات در سطح اطمینان ۹۹٪ معنادار هستند؛ به جز مطالعه خواجه سروری و نوربخش (۱۳۹۷). بزرگ‌ترین مقدار اندازه اثر مربوط به مطالعه امینی و همکاران (۱۳۹۹) و کوچک‌ترین اندازه اثر مربوط به پژوهش بیات (۱۳۹۷) است.

اندازه‌های اثر یادشده، بیان‌کننده این است که شبکه‌های اجتماعی مجازی نه تنها به عنوان ابزار ارتباطی، بلکه به عنوان سازوکارهای تأثیرگذار اجتماعی و تا حدی مؤثر از سطح فردی تا سطح ساختاری گسترش یافته‌اند.

نمودار کیفی

ارزیابی سوگیری ناشی از انتشار مطالعات چاپ‌شده و عدم انتشار پژوهش‌های چاپ‌نشده از جمله موارد اساسی در فراتحلیل است؛ زیرا خطای یادشده موجب مخدوش

شدن اعتبار نتایج فراتحلیل خواهد شد (نیازی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۴۶). برای ارزیابی اینکه «آیا فرا تحلیل تحت تأثیر ارب انتشار قرار دارد یا خیر»، رایج‌ترین روش، استفاده از نمودار قیفی است. در این روش، فرض (H_0) بیانگر متقارن بودن نمودار و عدم سوگیری انتشار و فرض خلاف آن (H_1) نشان‌دهنده عدم تقارن نمودار قیفی و سوگیری انتشار است.

مطالعات یادشده از نظر میانگین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی تاحدی از پراکندگی برخوردارند و اندازه اثر آن برای نقاط نزدیک به میانگین، دقت چندانی ندارد. بنابراین ارب انتشار وجود دارد. وجود ارب انتشار با اندازه اثر بالا می‌تواند نشان‌دهنده تأثیر شبکه‌های مجازی بر مشارکت سیاسی باشد.

همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

جدول ۳- نتایج حاصل از بررسی روش همبستگی رتبه‌ای بگ و مزومدار

شاخص آماری	مقدار ضریب کندال tau	Z-Value	سطح معنی‌داری P-Value یک دامنه	سطح معنی‌داری P-Value دو دامنه
نتایج	۰/۳۵۵	۲۰/۶۳۶	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰

مطابق با اطلاعات جدول بالا، مقدار تائو کندال بی، برابر با ۰/۳۵۵ است که می‌توان بیان نمود که این رابطه، معنادار است و فرض صفر مبنی بر تقارن نمودار قیفی و عدم سوگیری انتشار تأیید نمی‌شود و سوگیری انتشار وجود دارد. بنابراین تأثیر شبکه‌های مجازی بر افزایش مشارکت سیاسی کاربران، نقش بسزایی ایفا می‌کنند؛ از آن جمله: دسترسی به اطلاعات و آگاهی سیاسی، شکل‌گیری هویت جمعی، همبستگی‌های سیاسی در شبکه‌های مجازی و افزایش انگیزه برای مشارکت سیاسی هرچه بیشتر و نیز تولید محتوای سیاسی از سوی کاربران و کاهش موانع ساختاری در جوامعی که مشارکت سیاسی با محدودیت‌هایی مواجه است. بنابراین شبکه‌های مجازی و تأثیر آنها می‌تواند موانع را دور زده، بستر مناسبی را برای کنش و مشارکت سیاسی فراهم کند.

مدل اثرات تصادفی

زمانی از این مدل استفاده می‌شود که در نتایج آزمون، ناهمگنی مشاهده شود (ر.ک: لی، ۲۰۱۰). در این مدل، محقق به این پرسش پاسخ می‌دهد که آیا به طور کلی تدبیر

آزمایشی، سودمند واقع می‌شود؟ مدل اثرات تصادفی، هرچند نیرومندی کمتری نسبت به مدل اثرات ثابت دارد، اجازه تعمیم‌پذیری مطالعاتی را که در نمونه نیست، نمی‌دهد (ر.ک: نیازی و دیگران، ۱۳۹۵).

جدول ۴- اندازه اثر مطالعات رابطه میان شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی

رابطه میان شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی	تعداد مطالعات	اندازه اثر	حد پایین	حد بالا	Z-value	P-value
-	۱۴	۰/۲۹۷	۰/۱۱۸	۰/۴۵۷	۳/۱۹۴	۰/۰۰۱

محاسبات آماری نشان می‌دهد که میانگین اندازه اثر، استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (اثرات ترکیبی تصادفی) بر مشارکت سیاسی در مطالعات مورد بررسی، معادل ۰/۲۹۷ است. بر این اساس که اندازه اثر برآورد شده در محدوده اطمینان است، بنابراین تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی تأیید می‌شود. برآورد نقطه‌ای محاسبه‌شده مطابق با معیار کوهن، بیانگر اثر در حد کم رو به متوسط است. بنابراین استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند کمی بر مشارکت سیاسی اثرگذار باشد. همچنین مدل اثر تصادفی بیان می‌دارد که اثر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی قابل تبیین است و این تأثیر تا حدی بازتابی از تحولات ارتباطی، فضای دیجیتال، فرهنگ سیاسی و ساختارهای قدرت و محدودیت‌های نهادی قرار دارد.

جدول ۵- مدل کوهن، نظام تفسیر اندازه اثر ناشی از فراتحلیل

اندازه اثر	R	D
کم	۰.۱	۰.۲
متوسط	۰.۳	۰.۵
زیاد	۰.۵	۰.۸

مفروضه همگنی

یکی از مفروضات اصلی در فراتحلیل، تحلیل همگنی (H0) و ناهمگنی (H1) مطالعات است. با توجه به این مورد که تفاوت وزن‌ها در مدل اثرات ثابت، بالا و در مدل اثرات تصادفی، پایین است و علاوه بر آن در علوم اجتماعی عموماً فرض می‌شود که

اندازه اثر در جوامع مختلف، متفاوت است و یا به عبارتی ناهمگنی وجود دارد، با توجه به نتایج تقریباً یکسان و معناداری هر دو مدل، بعد از برآورد اندازه اثر با مدل تصادفی، آشکار شد که استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی اندازه اثر کم رو به متوسطی بر مشارکت سیاسی دارد. نتایج حاصل از آزمون نشان می‌دهد که با اطمینان ۹۹٪ فرض صفر مبنی بر همگن بودن مطالعات انجام‌شده رد می‌شود و فرض ناهمگنی اندازه اثر در مطالعات اولیه تأیید می‌گردد.

جدول ۶- مفروض همگنی

متغیر	مقدار آزمون Q	درجه آزادی df	سطح معنی‌داری P-Value	i-squer
شبکه‌های اجتماعی مجازی	۶۳۸.۵۴۴	۱۳	۰/۰۰۰	۹۷/۹۶۴

آماره Q، معیاری برای پراکندگی کل موجود در اندازه‌های اثر یا پراکندگی بین گروهی است؛ اما دو نقطه‌ضعف اساسی دارد. اولین نقطه‌ضعف عبارت است از اینکه به تعداد مطالعات وابسته است و اگر تعداد دو برابر شود، این آماره نیز دو برابر خواهد شد. نقطه‌ضعف دوم عبارت است از اینکه مقیاس آن با مقیاس اندازه اثر، متفاوت است. این آماره، مقدار مطلق نیست، بلکه نسبتی بین واریانس مشاهده‌شده و خطای درون مطالعات است.

نتایج جدول در ارتباط با مطالعات مشارکت سیاسی بیانگر آن است که مقدار $Q = 638.544$ است و همچنین مقدار $P = 0.000$ است. با توجه به اینکه در سطح اطمینان ۹۵ درصد، سطح معنی‌داری از میزان خطا (۵ درصد) کوچک‌تر است، فرضیه صفر مبنی بر همگن بودن مطالعات، رد شده، فرضیه مقابل مبنی بر ناهمگنی مطالعات پذیرفته می‌شود؛ یعنی میان اثرهای به‌دست‌آمده، تفاوت معنی‌داری وجود دارد. همچنین مجذور I، شاخص دیگری است که ناهمگنی مطالعات را نشان می‌دهد و هرچه ضریب این مقدار به صد نزدیک‌تر باشد، بیانگر ناهمگنی مطالعات است. بر اساس نتایج مجذور I، ۹۷ درصد از تغییرات کلی مطالعات به ناهمگنی آنها مربوط است. بنابراین محقق ملزم به

استفاده از مدل آثار تصادفی به منظور ترکیب نتایج است. به عبارت دیگر این آزمون بیانگر آن است که مطالعات مربوط به رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و مشارکت سیاسی به لحاظ ویژگی‌ها و مختصات با یکدیگر متفاوت هستند و ملزم به استفاده از متغیر تعدیل‌گر به جهت شناخت محل تفاوت و واریانس مطالعات هستیم.

ناهمگنی در مطالعات، تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی را یکسان نشان نمی‌دهد و تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار دارند. از جمله اطلاع‌رسانی و آگاهی سیاسی و دسترسی سریع و گسترده به دیدگاه‌های سیاسی و آشنایی با مسائل روز و با جریان‌های سیاسی و نیز هویت‌یابی و همبستگی اجتماعی و تعلق به گروه‌های سیاسی برای مشارکت سیاسی، به‌ویژه جنبش‌های اعتراضی و مطالبه‌گر، بسیج سیاسی و سازمان‌دهی به‌ویژه در شرایطی که رسانه‌های رسمی محدود هستند، حائز اهمیت است؛ زیرا کاربران با بیان دیدگاه‌های سیاسی خود و با تولید محتوا، ضمن شکل دادن به گفتمان عمومی، مشارکت سیاسی غیر رسمی فراهم می‌آورند که این مشارکت شامل فعالیت‌های داوطلبانه، حمایت از جنبش‌ها و حتی نقد ساختارها است. این نکته نباید از نظر پنهان بماند که تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار و نگرش سیاسی می‌تواند با الگوهای خاص، محتوای خاصی را برجسته کند و بر نگرش سیاسی کاربران تأثیرات گاه مثبت و گاه منفی را ایجاد کند.

نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی، تأثیراتی بر عملکرد کنشگران در سیاست و اساساً رفتار سیاسی و فرهنگ سیاسی آنها دارند. در این زمینه تحقیقات متعددی در ایران و جهان صورت گرفته است.

نتایج پژوهش، ما را به این باور می‌رساند که شبکه‌های اجتماعی مجازی قادر به تعیین میزان مشارکت سیاسی مردم هستند. به عبارتی تبلیغات آنها و برنامه‌های دیگری که موجبات تحریک افکار عمومی را فراهم می‌کند، می‌تواند مردم را نسبت به برخی موضوعات حساس و نسبت به برخی دیگر بی‌توجه گرداند و بدین طریق مردم را به مشارکت یا عدم مشارکت فراخواند و بدین گونه به طور غیر مستقیم بر توسعه فرهنگی، سیاسی و اجتماعی جامعه تأثیر بگذارد. از سوی دیگر شبکه‌های مجازی ممکن است در

صحت و درستی اخبار و گزارش‌ها دست‌کاری کرده، آنها را تغییر دهند و ضد و نقیض کرده، به مردم جامعه تحویل دهند. فضای مجازی به صورتی گسترده در عین حال که به افراد قدرت می‌دهد، می‌تواند قدرت آنها را در زمینه انتخاب و تصمیم‌گیری، محدود کند.

در واقع مشارکت سیاسی، یکی از سرمایه‌هایی است که افراد جامعه باید از آن برخوردار باشند تا بتوانند بر عملکرد سیاست‌مداران و حاکمان تأثیر بگذارند و یکی از طرقی که دستیابی به این سرمایه را فراهم می‌گرداند، شبکه‌های اجتماعی مجازی است که با انعکاس گسترده هر آنچه در قالب سیاسی اتفاق می‌افتد کدها و رمزهایی را به دست مردم می‌دهد و آنها را از انفعال بیرون کشیده، به کنشگران سیاسی تبدیل می‌کند. کنشگرانی که قادرند با عملکردها، رفتارها، فرهنگ و آگاهی‌شان، تأثیرگذار باشند. از این‌رو وقتی فضای توسعه و گسترش فرهنگ سیاسی کنشگران فراهم می‌شود، جامعه، قله‌های پیشرفت را سریع‌تر پشت سر می‌گذارد. از این‌رو مطالعات مختلف بررسی‌شده که چهارده عنوان است، نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی مجازی در حد متوسط رو به کم بر مشارکت سیاسی، تأثیرگذار هستند.

پاسخ این سؤال که «آیا تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی در مطالعات یکسان بوده است» نشان می‌دهد که این تأثیر، یکسان نیست و تحت تأثیر عوامل مختلف اجتماعی، فرهنگی و سیاسی قرار دارد و تفاوت‌های نسلی و منطقه‌ای تأثیر شبکه‌های مجازی را بر مشارکت سیاسی ممکن است محدودتر نماید. همچنین در این فراتحلیل، عواملی که باعث تفاوت در اندازه اثر مطالعات شده، ناشی از ترکیبی از عوامل روش‌شناختی، زمینه‌ای و نظری است که تفاوت در تعریف و سنجش متغیرها، نوع شبکه‌های مجازی، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، زمینه‌های فرهنگی، سیاسی و نوع طراحی پژوهشی و روش تحلیل، حجم نمونه، سال انجام مطالعه، اریب انتشار و سوگیری‌های پژوهشی که حاوی اطلاعات ارزشمندی است، به ما کمک می‌کند تا الگوهای پیچیده‌تری از تأثیر شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی به دست آوریم و گاهی به جای یک پاسخ قطعی به فهم چندلایه و تطبیقی دست یابیم.

رابط پاتنام در نظریه خود، شبکه‌های افقی را مدنظر قرار می‌دهد. نتایج پژوهش

حاضر با نظر پاتنام، همخوانی دارد. بر اساس نظریه وی، شبکه‌های اجتماعی مجازی با تقویت سرمایه اجتماعی افقی، زمینه‌ساز افزایش مشارکت سیاسی شهروندان شده‌اند. این مشارکت از طریق اعتماد متقابل روابط برابر و کنشگری جمعی در شبکه‌های مجازی شکل گرفته است. بنابراین شبکه‌های مجازی را می‌توان به عنوان فضای تأثیر گذاردن مشارکت سیاسی در جامعه مدرن تحلیل کرد. لرنر نیز شبکه‌های اجتماعی را بر مشارکت سیاسی تأثیرگذار می‌داند. پژوهش حاضر نیز به چنین نتیجه‌ای ختم شده است. همچنین نتایج این پژوهش با نتایج اریجینوا و پرسوس^۱ (۲۰۲۳)، توفیق و همکاران، در پاکستان، همچنین محمود و امین در داکا و مطالعه پیرو و همکاران (۱۳۹۷) و مهدی‌زاده طالشی و همکاران (۱۳۹۶) همخوانی دارد. بدین ترتیب فضای مجازی با فراهم کردن بستر حضورهای مختلف، تا حدی مجالی برای گسترده‌ی انتخاب، اعتماد به رسانه و انتخاب حزب و نماینده سیاسی را فراهم می‌کند.

منابع

- ابراهیمی، شهرز و داود نجفی و رضا محمود اوغلی و زهرا صادقی نقدعلی (۱۳۹۲) «رابطه شبکه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در میان دانشجویان دانشگاه اصفهان»، نشریه راهبرد، شماره بیست و دوم، شماره ۶۶، صص ۲۶۳-۲۸۴.
- ابولی، عابدین و علی محمد حقیقی و غفار زارعی (۱۳۹۹) «تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رویکرد و مشارکت سیاسی کارکنان وزارت کشور (مطالعه موردی: انتخابات دوره دوازدهم ریاست جمهوری)»، جامعه‌شناسی سیاسی ایران، سال سوم، شماره ۱، صص ۹۰۰-۹۲۲.
- <https://doi.org/10.30510/psi.2021.319114>.
- اشترینان، کیومرث و محمدرضا امیرزاده (۱۳۹۴) «بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: شهر تهران)»، سیاست، سال چهل و پنجم، شماره ۴، صص ۸۲۵-۸۴۱.
- <https://doi.org/10.22059/jpq.2015.055946>.
- الهی‌منش، محمدحسن و طاهره قدیری و هادی فرجامی کیا (۱۳۹۷) «تأثیر فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان جمهوری اسلامی ایران (مطالعه موردی: شهر تهران)»، علوم اجتماعی شوشتر، سال دوازدهم، شماره ۴، صص ۲۴۷-۲۷۲.
- امینی، سلام و مصطفی کواکبیان و طهمورث شیرینی (۱۳۹۹) «مطالعه عوامل اجتماعی موثر بر مشارکت سیاسی مردم استان ایلام»، جامعه‌شناسی سیاسی ایران، شماره ۱۱، صص ۲۱۵-۲۴۳.
- <https://doi.org/10.30510/psi.2020.1176981>.
- بهشتی، یاسر (۱۳۹۷) مطالعه تطبیقی نقش تلویزیون و شبکه‌های اجتماعی مجازی در مشارکت سیاسی مسالمت‌آمیز و غیرمسالمت‌آمیز دانشجویان دانشگاه‌های شهر تهران، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشکده صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران.
- بیات، مصطفی (۱۳۹۷) استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان و رابطه آن با مشارکت سیاسی (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه سوره)، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد ارتباطات گرایش تبلیغ، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه سوره.
- پانتام، روبرت (۱۳۸۰) دموکراسی و سنت‌های مدنی، محمدتقی دلفروز، روزنامه سلام، تهران.
- پیرو، فریبرز و ابراهیم متقی و مهرداد نوا بخش (۱۳۹۷) «تحلیل جامعه‌شناختی نقش رسانه اجتماعی تلگرام به‌مثابه حوزه عمومی در انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی ایران (مطالعه موردی: تهران)»، نشریه جامعه‌شناسی نهادهای اجتماعی، دوره پنجم، شماره ۱۲، صص ۲۱۳-۲۴۵.
- <https://doi.org/1022080/ssi.1970.2188>.

خانیکی، هادی و یوسف خجیر (۱۳۹۷) «رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی، فراتحلیل مشارکت سیاسی کاربران رسانه‌های اجتماعی»، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، شماره پیاپی ۴۱، زمستان، صص ۱۰۱-۱۲۸.

<https://doi.org/10.22035/isih.2019.3122.3422>.

خردمند، جمشید (۱۳۹۸) بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (با تأکید بر تلگرام) بر مشارکت در انتخابات ریاست‌جمهوری ایران در دوره دوازدهم (مورد مطالعه: دانشجویان دانشگاه‌های دولتی تهران)، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم سیاسی، به راهنمایی دکتر مهدی براتعلی‌پور، دانشکده حقوق و علوم سیاسی، دانشگاه خوارزمی.

خواجه سروری، غلامرضا و سید مسعود نوربخش (۱۳۹۷) «نحوه تأثیر رسانه‌های جمعی در مشارکت سیاسی شهروندان تهرانی»، سال نهم، شماره ۲، صص ۵۵-۸۱.

<https://doi.org/1030465/cps.2018.3406>.

رضایی، حسین (۱۳۹۲) «نظریه‌های مشارکت سیاسی با رویکرد انتخابات»، فصلنامه مطالعات انتخابات، سال دوم، شماره ۵-۶، صص ۱۵-۲۴.

ساروخانی، باقر (۱۳۷۰) «مدل‌های علی»، نامه علوم اجتماعی، شماره ۵، صص ۹-۳۲.

سهراب‌زاده، امیدعلی (۱۴۰۰) نقش شبکه‌های اجتماعی در مشارکت سیاسی دانشجویان (مورد مطالعه: انتخابات ریاست‌جمهوری یازدهم)، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد رشته جامعه‌شناسی، دانشگاه پیام نور، مرکز سنجش.

شهرام‌نیا، امیرمسعود و حوا ابراهیم‌پور و رضا محمود محمود اوغلی و مجید ملکان (۱۳۹۶) «سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه مازندران)»، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست‌وهشتم، شماره ۱، صص ۱۹-۳۲.

<https://doi.org/10.22108/jos.2017.21248>.

عبداللهی‌نژاد، علیرضا و جواد صادقی و ابوذر قاسمی‌نژاد (۱۳۹۵) «رسانه‌های اجتماعی و مشارکت سیاسی در انتخابات رابطه استفاده از فیس‌بوک، تلگرام و اینستاگرام و مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴»، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال دوم، شماره ۵، صص ۳۴-۷۵.

عدلی‌پور، صمد و وحید قاسمی و رضوان قصابی و نقی طاهری (۱۳۹۳) «تأثیر استفاده از شبکه اجتماعی فیس‌بوک بر اعتماد و مشارکت سیاسی جوانان»، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، سال پانزدهم، شماره ۲۸، صص ۷-۳۴.

<https://doi.org/20.1001.I.2008870,1393,1528.7.3>.

عزیزی، یاسمن (۱۳۹۶) نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در میزان مشارکت سیاسی زنان (مطالعه موردی: زنان ۱۸ تا ۴۵ ساله ساکن شهر تهران)، پایان‌نامه کارشناسی‌ارشد علوم ارتباطات، استاد راهنما دکتر علی رضا حسینی پاک دهی، دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی.

<https://gaxj.Iraxdoc.ac.ir>.

عیسی‌نژاد، امید و سید جواد امام جمعه زاده، رضا محمود اوغلی (۱۳۸۹) «بررسی رابطه میان دین‌داری و مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، نشریه پژوهشنامه علوم سیاسی، شماره ۱، صص ۷-۳۴.

<https://doi.org/10.22034/psj.2011.8894>.

غفاری، غلامرضا و محسن نیازی (۱۳۸۵) جامعه‌شناسی مشارکت، تهران، نزدیک. کاظمی‌زاد حیدرباگی، علیرضا و حسین احمدی سفیدان و عزیز جوان پور هروی و احسان شاکری (۱۴۰۲) «تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان»، مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، دوره هفتم، شماره ۲۶، صص ۱۸۵-۲۱۸.

<https://doi.org/10.51547/issk.7.26.2526>.

محمدی، ایوب و امیر حسین یآوری و محمد جوانمرد (۱۳۹۶) «نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایجاد بحران‌های اجتماعی»، فصلنامه پژوهش‌های دانش انتظامی، سال نوزدهم، بهار، صص ۱-۲۳.

<https://doi.org/10.5247/Pok.19.1.1301310>.

مرادی‌فر، سعیده و علی امیددی محمد علی بصیری (۱۳۹۷) «تبیین تأثیر تلگرام بر رویکرد مشارکت سیاسی (مطالعه موردی: دانشگاه اصفهان)»، فصلنامه علمی رسانه، دوره بیست‌ونهم، شماره ۲، صص ۱۰۵-۱۲۶.

<https://doi.org/10.10227/80.1397.29.2.5.7>.

مرکز ملی فناوری مجازی (۱۳۹۷).

majazi.ir (1397).

مهدی‌زاده طالشی، سید محمد و سید محمد و اقبال خالدیان و مهرآه فردوسی (۱۳۹۶) «نقش نرم‌افزار اجتماعی «تلگرام» در تبلیغات دوازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری از منظر رأی‌دهندگان»، مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱۰، صص ۱-۳۹.

<https://doi.org/10.22054/CS.2017.22793.247>.

هرسیج، حسین و رضا محمود اوغلی، محمودرضا رهبر قاضی و هادی عباس‌زاده باقی (۱۳۹۱) «بررسی رابطه مصرف رسانه‌ای با مشارکت سیاسی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، پژوهش‌های ارتباطی، سال نوزدهم، شماره ۲، صص ۱-۲۴.

<https://doi.org/10.22082/cr.2012.23363>.

- Arijeniwa, Nwaoboliatedeji. Precious, Emeke (2023), Setting agenda for public discourse: Examining the impact of social media on political participation amongst Nigerian youth, International Journal of Arts, Humanities and Management Studies , 10 (1), Pp 36-53.
- Kvale, j. (2003) "Qualitative Research Methods with a Focus on Research Interviews.
- Ortega, l. (2011) discussion of effect size or the strength of scientific findings in research.
- Mahmud, A .& Amin, R (2017) Use of social Networking Media in political participation: A study on Dhaka university students .Sociology and Anthropology 5 (6): do I: 10 .13189/sa.2017.050607.
- Parmelee , J. H. (2014). The agenda-building function of political tweets .New Media and society ,16(3),434-450.
- Taufiq, Ahmad & Aima, Alvi, & Muhammad, ittefaq (2019) The use of social Media on political participation among university students: An analysis of survey results from rural Pakistan. First published July 17, 2019.