



Presenting a model for measuring the impact of social media on Political Developments in Turkey

Mahmoud Reza Rahbar Qazi ^{1*}
Ali Arefian Jezi ²

Received on: 01/12/2023
Accepted on: 02/04/2024

Abstract

One of the tools that has been able to greatly influence the political and cultural developments of different societies in recent years is social media. By providing a space for extensive communication, exchange of information, and expression of different thoughts and opinions, these media have played an important role in shaping the political behaviors of citizens. This research was conducted to investigate this issue using the latest wave of data from the Global Values Survey on Turkey. In this regard, the secondary data statistical analysis method and SPSS software were used to answer the research questions, and they were analyzed using statistical methods. The descriptive results of the research show that the level of social media use among Turkish citizens is high, their tendency towards secular and emancipatory values is low, and their tendency towards democracy is high. The inferential results also indicate that, firstly, social media in Turkey has had a negative and significant effect on democracy and has reduced people's tendency towards democracy. Secondly, the results indicate that although social media increases and strengthens citizens' tendency towards democracy through the mediating variable of emancipatory values, the same media negatively affects democracy and reduces citizens' tendency towards democracy through the mediating variable of secular values.

Keywords: Social media, Emancipatory values, Secular values, Democracy, Turkey.

1* . Associate Professor of Political Science, Faculty of Literature and Humanities, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran. (Corresponding Author: m.rahbarqazi@uma.ac.ir)

2 . PhD Student in Political Science, Faculty of Administrative Sciences and Economics, University of Isfahan, Isfahan, Iran. (Email: a.arefian@ase.ui.ac.ir).



Extended Abstract

Social media has become one of the most important factors influencing political and cultural developments in societies in the last two decades, and its role in strengthening or weakening democracy has become a controversial issue in the literature of political science and communication. The present study aims to provide a model for measuring the impact of social media on democratic political culture in Turkey and attempts to examine this impact not only directly, but also through two mediating variables: “liberation values” and “secular values”. The choice of Turkey as a case study is important because this country has experienced significant fluctuations in the democratization process over the last two decades; in such a way that after democratic growth in the 2000s, it has faced a downward trend in democracy indicators since the 2010s. This situation provides a suitable context for analyzing the dual function of social media.

The theoretical framework of the research is developed using actor-network theory, mediatization of politics theory, network governance theory, and Castells’s network society perspective. Based on these approaches, social media are not simply neutral tools for transmitting messages, but rather play an active role as a network of human and non-human actors (users, algorithms, platforms, and political institutions) in shaping public opinion and political culture. Also, relying on Inglehart and Welzel’s value transformation theory, it is assumed that emancipatory values (including individual autonomy, gender equality, the right to choose, and acceptance of citizens’ voices) and secular-rational values can mediate the path of social media’s impact on democracy.

The research method is quantitative and based on the analysis of secondary data from the seventh wave of the Global Values Survey (2020) in Turkey. The sample size was 2415 Turkish citizens, and the data were analyzed using SPSS software and the bootstrap path analysis method (Preacher and Hayes). The independent variable was the amount of social media use for news; the mediating variables were emancipatory values and secular values; and the dependent variable was democratic political culture (based on support for free elections, civil liberties, equal rights, and opposition to authoritarianism).

Descriptive findings show that the amount of social media use among Turkish citizens is above average. In contrast, the average of emancipatory values and secular values was assessed to be below average, indicating the continued weight of traditional values in Turkish society. However, the average tendency towards democratic political



culture was relatively high, indicating the existence of democratic attitudes at the societal level.

The analytical results show that social media has a direct and significant negative effect on democracy; That is, the increase in the use of these media has been accompanied by a decrease in the tendency towards democratic political culture. This finding is consistent with views that emphasize the role of social media in spreading polarization, spreading misinformation, and weakening public trust. However, the mediation analysis shows that the effect of social media on democracy is not uniform and simple. Specifically, social media has a positive and significant effect on the tendency towards democracy by reinforcing emancipatory values, but it has a negative and significant effect on democracy by reinforcing secular values. Therefore, the function of social media in Turkey is dual and depends on the value paths that are activated.

The coefficient of determination of the model shows that the included variables explain about 4.7% of the variance in democracy; therefore, a major part of the changes in democracy are related to other structural, institutional, and economic factors. However, the significance of the direct and indirect paths indicates that social media, as one of the new cultural-communication variables, plays a role in shaping democratic attitudes.

Overall, the research findings show that the impact of social media on democracy in Turkey is neither entirely positive nor entirely negative, but rather conditional and multifaceted. These media can help deepen democratic culture by strengthening emancipatory values, but at the same time, they can weaken it through some value developments and political-institutional contexts. Therefore, the impact of social media on democracy depends on the social context, the level of institutionalization of democracy, and the type of interaction between technology, values, and power structure. This result emphasizes the need for more case studies and avoiding generalizations about the relationship between social media and democracy.



ارائه مدلی برای سنجش تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تحولات سیاسی در ترکیه

محمودرضا رهبرقازی^{*۱}

علی عارفیان جزی^۲

چکیده

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۱۰

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۱/۱۴

یکی از ابزارهایی که در سال‌های اخیر توانسته است به شدت بر تحولات سیاسی و فرهنگی جوامع مختلف تأثیرگذار باشد، رسانه‌های اجتماعی هستند. این رسانه‌ها با فراهم آوردن فضایی برای ارتباطات گسترده، تبادل اطلاعات و بروز افکار و نظرات مختلف، نقش مهمی در شکل‌دهی به رفتارهای سیاسی شهروندان ایفا کرده‌اند. این پژوهش به منظور بررسی این امر با استفاده از موج آخر داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی درباره کشور ترکیه صورت گرفته است. در این راستا، به منظور پاسخ به سؤالات پژوهش از روش تحلیل آماری داده‌های ثانویه و نرم‌افزار اس.پی.اس.اس استفاده شده است و با استفاده از روش‌های آماری تحلیل شده‌اند. نتایج توصیفی پژوهش نشان می‌دهد که میزان استفاده از رسانه‌های اجتماعی در میان شهروندان ترکیه بالا، گرایش آن‌ها به ارزش‌های سکولار و رهایی‌پایین و تمایل آن‌ها به دموکراسی بالا است. همچنین نتایج استنباطی حاکی از آن است که اولاً، رسانه‌های اجتماعی در کشور ترکیه تأثیر منفی و معناداری بر دموکراسی داشته‌اند و باعث کاهش گرایش مردم به دموکراسی گشته‌اند. ثانیاً، نتایج حاکی از آن است که هرچند رسانه‌های اجتماعی از طریق متغیر میانجی ارزش‌های رهایی‌بخش و تقویت گرایش شهروندان به دموکراسی می‌شوند؛ اما همین رسانه‌ها از طریق متغیر میانجی ارزش‌های سکولار بر دموکراسی تأثیر منفی می‌گذارند و گرایش شهروندان به دموکراسی را کاهش می‌دهند.

واژگان کلیدی: رسانه‌های اجتماعی، ارزش‌های رهایی، ارزش‌های سکولار، دموکراسی، ترکیه.

*۱. دانشیار علوم سیاسی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. (صفحه ۱-۲۶)

(نویسنده مسئول: m.rahbarqazi@uma.ac.ir)

۲. دانشجوی دکتری علوم سیاسی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد، دانشگاه اصفهان، اصفهان، ایران.

(a.arefian@ase.ui.ac.ir)

مقدمه

ایجاد اشکال جدید رسانه‌های اجتماعی دیجیتال در دهه اول قرن بیست و یکم، روش‌های ارتباطی و به اشتراک‌گذاری اطلاعات را تغییر داده است. با این حال، تأثیراتی که ظهور پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بر فرایندهای سیاسی داشته، بحث‌برانگیز است و به اندازه کافی بررسی نشده است. بسیاری معتقدند که رسانه‌های اجتماعی در واقع فرایندهای سیاسی را دموکراتیک‌تر می‌کنند؛ اما شواهد همیشه مؤید چنین ادعایی نیست. دو دیدگاه متناقض درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر فرایندهای دموکراتیک وجود دارد. از یک طرف بسیاری از جمله فعالان و کاربران رسانه‌های اجتماعی معتقدند که تغییرات سیاسی عمده، مانند تغییراتی که در خاورمیانه از سال ۲۰۱۰ تاکنون رخ داده است، در واقع می‌تواند به‌عنوان نتیجه مستقیم استفاده از رسانه‌های اجتماعی تلقی شود و یک «انقلاب فیس‌بوکی» واقعی است. در مقابل، بسیاری دیگر معتقدند که دولت‌ها و شرکت‌های بزرگ بخش خصوصی به‌طور فزاینده‌ای از رسانه‌های اجتماعی و اینترنت به‌عنوان ابزاری برای نظارت و حفظ کنترل بیشتر بر شهروندان استفاده می‌کنند (unwin, 2012:13).

تحقیق درباره تأثیر فناوری به‌طور عام و اینترنت به‌طور خاص بر دموکراسی، مسئله جدیدی نیست. آرمان شهری اولیه اینترنت نظریه‌ای از «فناوری‌های بخش» را به‌عنوان شیوه‌ای از ارتباط بدون مانع و فراملی ارائه کرد که رژیم‌های اقتدارگرا را تضعیف و آزادی را در سراسر جهان ترویج می‌کند. اگرچه برخی مطالعات اخیر استدلال کرده‌اند که فناوری‌های بخش مانند اینترنت، تلفن‌های همراه و رسانه‌های اجتماعی، پتانسیل تأثیرگذاری مثبت بر نتایج دموکراتیک را دارد (Diamond 2012; Saleh 2010)؛ اما اینکه آیا رسانه‌های اجتماعی می‌توانند باعث پیشبرد دموکراسی شوند یا خیر، به‌طور تجربی در مطالعات مقطعی از کشورها مورد بررسی قرار نگرفته است (Jha and Tedika, 2019:3). شواهد تجربی درباره رابطه بین اینترنت و دموکراسی، متناقض هستند و به همین دلیل، اینترنت نه‌تنها به‌عنوان ابزاری برای دموکراتیزه‌کردن، بلکه به‌عنوان ابزاری برای اقتدارگرایی نیز می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. این مسئله نشان‌دهنده آن است که رابطه بین اینترنت و فناوری‌های مبتنی بر اینترنت، مانند رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی ممکن است به عوامل دیگری مانند نقش جامعه مدنی بستگی داشته باشد (Aday et al 2010; Morozov 2012).

از آنجایی که فناوری‌های مختلف مبتنی بر اینترنت، اشکال متفاوتی دارند و از این رو بر انواع رفتارها

تأثیر می‌گذارند، محققان مختلف پیشنهاد کرده‌اند که به جای مطالعه اینترنت به‌طور عام، پژوهشگران باید به‌طور خاص فناوری‌های مختلف مبتنی بر اینترنت مانند رسانه‌های اجتماعی و پیامدهای آن‌ها را برای نتایج دموکراتیک و سیاسی بررسی کنند (Jha and Tedika, 2019:4); بنابراین، با وجود نظرات مختلف درباره تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی، بهترین روش برای درک این موضوع، بررسی تجربی آن بر اساس مطالعات موردی است و این، دقیقاً هدف پژوهش حاضر است.

حال، این پژوهش درصدد است تا یکی از حوزه‌های تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر عرصه سیاست در کشور ترکیه را بررسی کند. به عبارت دقیق‌تر، موضوع پژوهش حاضر، تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی در ترکیه (با تأکید بر داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی اینگلهارت) است. انتخاب ترکیه به‌عنوان موضوع مطالعه موردی در تحقیق حاضر به این دلیل بوده است که فرایند دموکراتیک‌سازی در این کشور بیش از سایر کشورهای منطقه خاورمیانه نوسان داشته است. به عبارت دقیق‌تر، فرایند دموکراتیک‌سازی در ترکیه در طی دهه ۲۰۰۰ رشد چشمگیری داشته است؛ اما از سال‌های دهه ۲۰۱۰ به بعد فرایند دموکراتیک‌سازی به تدریج تضعیف شده است (صادقیان و عباسی، ۱۳۹۸)؛ به طوری که بر اساس گزارش موسسه وی‌دم^۱ میزان دموکراسی در ترکیه از عدد ۰/۵ در سال ۲۰۰۶ به عدد ۰/۱ در سال ۲۰۲۳ کاهش پیدا کرده است (V-Dem Institute, 2024). چنین نوسانی در فرایند دموکراتیک‌سازی، احتمالاً می‌تواند نشان‌دهنده کارکرد دوگانه اینترنت و رسانه‌های اجتماعی در رابطه با دموکراسی و دموکراتیک کردن فرایند سیاسی باشد؛ به این معنا که در صورت تأیید این فرضیه، می‌توان استدلال کرد که از یک سو، این ابزارها هرچند می‌توانند فرایند دموکراتیک‌سازی را در برخی جوامع تقویت کنند ولی از سوی دیگر، آن‌ها با ایجاد بسترهایی برای انتشار اطلاعات نادرست، قطبی‌سازی سیاسی و کنترل دولتی در جوامع دیگر، شاید بتوانند به تضعیف آن بینجامند. از این‌رو، بررسی تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی در کشوری مانند ترکیه که این کارکردهای دوگانه را تجربه کرده، برای بررسی اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی و فرایند دموکراتیک نمونه کاملاً مناسبی است. بر این اساس، پژوهش حاضر تلاش خواهد کرد به سؤالات زیر پاسخ دهد:

۱. رسانه‌های اجتماعی به‌طور مستقیم چه تأثیری بر فرهنگ دموکراسی فرامادی‌گرا در ترکیه دارد؟
۲. رسانه‌های اجتماعی به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی ارزش‌های رهایی‌چه تأثیری بر فرهنگ دموکراتیک در ترکیه دارد؟

۳. رسانه‌های اجتماعی به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی ارزش‌های سکولار چه تأثیری بر فرهنگ دموکراتیک در ترکیه دارد؟

الف- مبانی مفهومی

۱- تعریف مفاهیم

رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی به پلتفرم‌های آنلاین و فناوری‌هایی گفته می‌شود که به کاربران امکان تولید، اشتراک‌گذاری و تعامل با محتوا را می‌دهند. این رسانه‌ها شامل شبکه‌های اجتماعی (مانند فیس‌بوک و توییتر)، وبلاگ‌ها، ویکی‌ها، پادکست‌ها و دیگر ابزارهای ارتباطی دیجیتال هستند (Boyd & Ellison, 2007).

ارزش‌های رهایی: اینگلهارت و ولزل (۲۰۲۲) مفهوم ارزش‌های رهایی را در تقابل با ارزش‌های بقا مطرح می‌کنند. ارزش‌های بقا بر امنیت اقتصادی، ثبات اجتماعی و حفاظت از شرایط فیزیکی افراد متمرکز است و معمولاً در جوامعی که با ناامنی‌های اقتصادی و تهدیدهای فیزیکی روبه‌رو هستند، برجسته‌تر می‌شود. در مقابل، ارزش‌های رهایی با تأکید بر تساهل، برابری جنسیتی، آزادی‌های فردی و مشارکت فعال در جامعه، به دنبال ایجاد فضایی هستند که افراد بتوانند به‌طور مستقل اهداف و خواسته‌های خود را دنبال کنند. این تغییر ارزش‌ها معمولاً در جوامعی رخ می‌دهد که توسعه اقتصادی و اجتماعی بیشتری را تجربه کرده‌اند.

ارزش‌های سکولار: اینگلهارت و ولزل (۲۰۲۲) ارزش‌های سکولار-عقلانی را در نقطه مقابل ارزش‌های سنتی قرار می‌دهند. در جوامعی که این ارزش‌ها غالب‌اند، نقش دین در زندگی عمومی و خصوصی کاهش می‌یابد، اقتدارگرایی کمرنگ‌تر می‌شود و ارزش‌های سنتی خانوادگی مانند اطاعت بی‌چون‌وچرای فرزندان از والدین یا تأکید بر ساختارهای خانوادگی سنتی اهمیت کمتری پیدا می‌کند. در مقابل، این جوامع بر عقلانیت، فردگرایی و تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر منطق و شواهد تأکید بیشتری دارند. چنین تحولاتی معمولاً در جوامعی رخ می‌دهد که فرآیندهای مدرنیزاسیون و توسعه اقتصادی را تجربه کرده‌اند.

فرهنگ سیاسی دموکراتیک: در نظریه اینگلهارت (۲۰۱۸)، فرهنگ سیاسی دموکراتیک به

مجموعه‌ای از ارزش‌ها و نگرش‌هایی اشاره دارد که مشارکت شهروندان و حمایت از حقوق فردی را تقویت می‌کند. از نظر او، دموکراسی نه تنها نیازمند نهادهای سیاسی مناسب، بلکه مستلزم فرهنگ سیاسی مشارکتی و شهروندانی با ارزش‌های سازگار با دموکراسی است.

۲- مرور پیشینه پژوهش

شکرخواه و همکاران (۱۳۹۹) در مقاله‌ای با عنوان «ارائه مدلی برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر توسعه دموکراسی در ایران: یک مطالعه داده‌بنیاد» به طراحی یک مدل برای بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر توسعه دموکراسی پرداخته است. نویسندگان با به‌کارگیری استراتژی داده‌بنیاد و رویکرد ساخت‌گرا و با استفاده از ابزار مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با ۱۰ نفر از صاحب‌نظران، خبرگان و استادان دانشگاه در عرصه مدیریت رسانه، به طراحی این مدل پرداخته‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی با جهانی‌شدن، توسعه آگاهی عمومی، کمبود زیرساخت‌های قانونی و حقوقی، انحصار اطلاعات، قدرت مطلق دولت، استفاده مقامات و مسئولان از شبکه‌های مجازی، فیلترینگ، نشر محتوای نامناسب، سواد رسانه‌ای، شفافیت و پاسخ‌گویی، بهبود سرمایه‌های اجتماعی، تقویت صدای عمومی، دموکراسی خواهی، ایجاد جامعه شبکه‌ای منسجم و جامعه مدنی تأثیر قابل‌توجهی بر توسعه دموکراسی در ایران داشته است.

صادقیان و عباسی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «میزان تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی و مجازی بر فرایند دموکراتیزاسیون: مطالعه موردی دولت حزب عدالت و توسعه ترکیه از سال ۲۰۰۲ تاکنون» که با روش کتابخانه‌ای و توصیفی-تحلیلی صورت گرفته است، تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی در ترکیه را از زاویه وابستگی کارکرد این رسانه‌ها به ماهیت نظم سیاسی بررسی می‌کند. نویسندگان مقاله استدلال می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی درحالی‌که از لحاظ ذاتی و محتوایی، کارکرد متعارض «خدمت و خیانت» دارند، به لحاظ عرضی و جانبی کارکردشان به «ماهیت نظام سیاسی» بستگی دارد. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که با ظهور دولت‌های به نسبت دموکراتیک در ترکیه، برای نزدیک به سه دهه (از سال‌های ۱۹۹۰ تاکنون)، رسانه‌ها و فضای مجازی از یک‌سو رشد فزاینده‌ای داشتند و از سوی دیگر، میزان ارتباط بین فضاها و واقعی افزایش یافت؛ به گونه‌ای که روند دموکراتیزاسیون بین سال‌های ۲۰۰۰ و ۲۰۰۸ رشد چشمگیری داشت. با این حال، از

سال ۲۰۱۰ به بعد، به علت تضعیف عملکرد دموکراتیک ساختار سیاسی حاکم و شدت یافتن روحیه قدرت‌گرایانه رهبران سیاسی (تغییر ماهیت سیاسی از دموکراسی به اقتدارگرا/قدرت‌گرا) سبب انقطاع تقریبی پیوند و رابطه بین فضای مجازی و واقعی شده و در نتیجه، روند دموکراتیک‌سازی نیز تضعیف و متوقف گردیده است.

مهدی زاده و شیفته (۱۳۹۸) در مقاله‌ای با عنوان «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تحقق دموکراسی دیجیتال: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران» به دنبال یافتن پاسخ این پرسش بوده‌اند که شبکه‌های مجازی و دولت الکترونیک چه میزان می‌تواند زمینه و شرایط محقق‌شدن دموکراسی دیجیتال را از راه شکل‌گیری حوزه عمومی فراهم نماید؟ یافته‌های تحقیق بیانگر سطح بالای استفاده از شبکه‌های مجازی و خدمات دولت الکترونیک است. با وجود این، کاربرد شبکه‌های اجتماعی و خدمات دولت الکترونیکی برای فعالیت‌های سیاسی در حد متوسط و کم است. به این معنا که دموکراسی دیجیتال به‌طور کامل محقق نشده است. با این حال، نتایج تبیینی، فرضیه‌های اصلی تحقیق مبنی بر وجود رابطه بین شبکه‌های اجتماعی، دولت الکترونیکی و دموکراسی دیجیتال را تأیید می‌کند. همچنین، نتایج معادله رگرسیون نشان بر این دارد که ۵۴ درصد از میزان کل تغییر در تحقق دموکراسی دیجیتال به وسیله دو متغیر مستقل شبکه‌های اجتماعی مجازی و دولت الکترونیکی تبیین می‌شود و دولت الکترونیک، مهم‌ترین و قوی‌ترین متغیر پیش‌بینی‌کننده بر محقق‌شدن دموکراسی دیجیتال در میان جامعه نمونه پژوهش حاضر است. در این پژوهش، پس از متغیر دولت الکترونیک، شبکه‌های اجتماعی بیشترین تأثیر را در تحقق دموکراسی دیجیتال داشته است.

خیری و کریمی (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «توسعه سیاسی در ترکیه، چشم‌اندازی آینده‌پژوهانه» از موضع نهادگرایانه و با فرض این که فرایند توسعه سیاسی در ترکیه در دو دهه اخیر نتیجه مستقیم برنامه‌ها و سیاست‌های نهاد دولت بوده است، استدلال می‌کنند که با توجه به تجارب تاریخی گذشته، تحولات و مختصات ماهیت نهادی دولت در ترکیه، روند توسعه سیاسی نسبت به سیاست‌های اعمال شده نهاد دولت و هنجارهای رسمی جامعه کمالیستی قبل از دهه ۸۰ با چالش‌های کمتری مواجه خواهد بود.

بیگدلو و هادیان (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تأثیر کارکردهای شبکه‌های اجتماعی بر سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران (مطالعه موردی وایبر و تلگرام)» نشان می‌دهند که سه کارکرد «توسعه قابلیت‌های نظارتی، هم‌گرایی ارتباطات اجتماعی و ارزش‌سازی وایبر

و تلگرام» بر شش مؤلفه از هشت مؤلفه فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران مؤثر بوده که از این میان، تأثیر این کارکردها بر نقد نظام سیاسی، «متوسط» و تأثیر بر مؤلفه‌های بی‌اعتمادی، مطلق‌گرایی فکری، بیگانه‌ستیزی، افراط‌گرایی و غالب‌بودن ارزش‌های دینی، «ضعیف ولی مثبت» بوده است و دو مؤلفه رفتارهای فراقانونی و خودمداری، از این کارکردها تأثیری نمی‌پذیرند.

توکلی (۱۳۹۰) در مقاله‌ای با عنوان «نقش رسانه‌ها در دموکراسی فرهنگی جهان معاصر» به تبیین رابطه متقابل بین رسانه و فرهنگ پرداخته است. نویسنده استدلال می‌کند که رسانه‌ها، ابزار و نهادهای مؤثر در فرهنگ هر جامعه هستند و عرصه عمل و فعالیت آن‌ها، فرهنگ است. نتیجه این پیوستگی و ارتباط، برقراری رابطه دوسویه میان رسانه و فرهنگ است. انقلاب اطلاعاتی و پیرو آن، گسترده‌گی جهانی رسانه‌هایی مانند اینترنت، رایانامه، شبکه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، تلفن‌های همراه، دستگاه‌های دورنگار و جز این‌ها، نقطه عطفی در توسعه همکاری‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی بین جوامع گوناگون شده است. این همکاری میان جوامع سبب تسریع ارتباطات، دسترسی جهانی به منابع و اطلاعات، ایجاد منابع جدید قدرت و اشاعه فرهنگ مشترک جهانی گردیده است.

زونیکا و همکاران^۱ (۲۰۱۹) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی» به بررسی سه موضوع درباره رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی می‌پردازند. اول، بررسی می‌کنند که چگونه رسانه‌های اجتماعی بیان مطالبات سیاسی افراد را تسهیل می‌کنند. دوم، به بررسی این موضوع می‌پردازند که چگونه این رفتار ارتباطی تقویت شده، منجر به شکل‌گیری یک جامعه مشارکتی بیشتر در یک نظام دموکراتیک می‌شود. سوم، این مسئله را بررسی می‌کنند چگونه فقدان مکانیسم‌های دموکراتیک در رابطه با رسانه‌های اجتماعی باعث کسب دانش سیاسی راکد می‌شود. درنهایت نویسندگان چنین نتیجه‌گیری می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی مثل شمشیر دولبه‌ای است که می‌تواند هم عامل و هم مانع دموکراسی باشد و تحقق هر یک از این دو به عملکرد نظام‌های سیاسی بستگی دارد.

ثاقب‌خان و همکاران^۲ (۲۰۱۵) در مقاله‌ای با عنوان «ترویج رفتار دموکراتیک و نقش رسانه‌ها» تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر رفتار دموکراتیک دانشجویان دانشگاه گومل را بررسی کرده‌اند. پرسش اصلی پژوهش بیان شده، عبارت از این است که رسانه‌های اجتماعی چه نقشی در ارتقای رفتار

1 . Brigitte Huber, Homero Gil de Zúñiga and Nadine Strauß

2 . Muhammad Saqib Khan

دموکراتیک دانشجویان دارند. نمونه ۷۰ نفری پاسخ‌دهندگان (دانشجویان) به روش تصادفی ساده انتخاب شدند. نتایج پژوهش حاکی از تأثیرگذاری متفاوت رسانه‌های اجتماعی بر رفتار دموکراتیک دانشجویان است؛ به طوری که دانشجویان شهری که از امکان استفاده از رسانه‌های اجتماعی برخوردارند، نسبت به دانشجویان روستایی که از چنین امکانی بی‌بهره هستند، بیشتر با آموزه‌ها و رفتار دموکراتیک آشنا شده‌اند که این امر در رفتار رأی‌دهی، آگاهی سیاسی و الگوی مشارکت سیاسی آن‌ها نمود یافته است.

آکسر و هاوکز^۱ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه و دموکراسی در ترکیه: به سوی مدلی از استبداد رسانه‌ای نئولیبرال» به بررسی روش‌هایی می‌پردازند که از طریق آن استبداد رسانه‌ای در سطوح سیاسی، قضایی، اقتصادی و گفت‌وگویی در رسانه‌های ترکیه پس از سال ۲۰۰۷ عمل می‌کند. این استبداد رسانه‌ای دارای چهار ویژگی محافظه‌کارانه، باز توزیع‌کننده، همه‌جانبه و تبعیض‌آمیز است. نویسندگان استدلال می‌کنند که رسانه‌های اجتماعی در ترکیه از طریق چهار ابزار، کنترل و سانسور می‌شوند. این چهار ابزار عبارت‌اند از: سرکوب قضایی، تبعید آنلاین، بدنام‌سازی و تبعیض اعتباربخشی. سطوح و ابزار این استبداد رسانه‌ای در نهایت به نتایج خاصی درباره کیفیت محیط رسانه‌ای منجر شده است.

پروخوروف^۲ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی: فیس‌بوک به عنوان ابزاری برای استقرار دموکراسی در مصر» به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در استقرار و پیشبرد دموکراسی پرداخته است. نویسنده برای بررسی این موضوع، فیس‌بوک و انقلاب مصر را به عنوان مطالعه موردی انتخاب کرده است. نویسنده به طور مشخص سه پرسش مطرح می‌کند که عبارت‌اند از: آیا فیس‌بوک نسبت به رسانه‌های سنتی آزادتر و فاقد کنترل است؟ آیا فیس‌بوک می‌تواند رسانه‌ای مفید و متحدکننده باشد؟ و آیا فیس‌بوک را می‌توان به عنوان یک حوزه عمومی در نظر گرفت؟ نتایج پژوهش مذکور نشان می‌دهد که فیس‌بوک در جریان انقلاب ۲۰۱۱ مصر ثابت کرد که رسانه‌ای سیار، دسترس‌پذیر، متحدکننده و غیرقابل کنترل است که شهروندان را قادر می‌سازد نظرات خود را آزادانه به اشتراک بگذارند و سرنگونی رئیس‌جمهور و در نتیجه رژیم استبدادی تحت رهبری او را تسهیل کرد.

1 . Murat Aksera and Banu Hawks
2 . Sergiy Prokhorov

بررسی پیشینه تجربی نشان می‌دهد که مطالعات متعددی به بررسی نقش رسانه‌های اجتماعی در دموکراتیزاسیون پرداخته‌اند. برای مثال، شکرخواه و همکاران (۱۳۹۹) مدل تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دموکراسی را در ایران تدوین کرده‌اند، درحالی‌که صادقان و عباسی (۱۳۹۸) تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی در ترکیه را با تأکید بر ماهیت نظام سیاسی تحلیل کرده‌اند و غیره؛ اما مقاله حاضر از این جهت نوآورانه است که برخلاف پژوهش‌های پیشین، از داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی (WVS) استفاده کرده و تأثیر رسانه‌های اجتماعی را نه صرفاً بر اساس کارکردهای آن، بلکه از طریق متغیرهای میانجی «ارزش‌های رهایی» و «ارزش‌های سکولار» بررسی می‌کند. این روش، امکان تحلیل دقیق‌تری از مکانیزم‌های اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی را فراهم می‌آورد. چنین رویکردی که به‌جای بررسی کلی تأثیر رسانه‌های اجتماعی، مسیرهای اثرگذاری آن را تحلیل می‌کند، وجه تمایز این پژوهش با تحقیقات مشابه است.

ب- مبانی نظری و روش

۱- مبانی نظری

جامعه شبکه‌ای را به‌عنوان شکلی از جامعه می‌توان تعریف کرد که به شیوه افزایش‌دهی روابط خود را در شبکه‌ها سازمان‌دهی می‌کند؛ شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین یا تکمیل‌کننده شبکه‌های اجتماعی ارتباطات چهره‌به‌چهره می‌شود. این امر بدان معناست که رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی در حال شکل‌دهی به «سبک و شیوه سازمان‌دهی» و «ساختارهای» بسیار بااهمیت جامعه مدرن است. این شبکه‌ها، همه واحدها و بخش‌های این دسته‌بندی (افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها) را به‌طور فزاینده‌ای باهم مرتبط و متصل می‌سازد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱: ۳۱۸). در این راستا، اولین مکتب مرتبط با تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی، «نظریه کنشگر - شبکه» است. این نظریه عمدتاً با نام «برونو لاتور» شناخته می‌شود؛ اما «میشل کالون» و «جان لائو» نیز در توسعه آن نقش بسزایی داشته‌اند. هسته اصلی این نظریه بر تحلیل متقارن عاملیت انسان و غیرانسان در سازه‌های متنوعی تمرکز دارد که در حوزه‌های مختلف، از جمله علم و فناوری، شکل می‌گیرند (شریف‌زاده، ۱۳۹۵: ۱۱۸). در نظریه کنشگر - شبکه، تأکید بر شبکه‌سازی، کنشگران، ائتلاف‌ها و گفتگوها و چانه‌زنی میان کنشگران (انسان - انسان، انسان - غیرانسان) است و مفهوم محوری این نظریه «ترجمه» است که به چگونگی

برقراری ارتباط و پیوند میان کنشگران اشاره دارد. این نظریه توجه را از «عامل» به «شبکه» و «اشیا» یعنی موجودیت‌های غیرمادی منتقل می‌کند. به بیان دیگر، توانایی موجودات انسانی در تکوین شبکه‌های اجتماعی نه تنها به تعامل با انسان‌های دیگر بلکه به تعامل با عوامل غیرانسانی نیز بستگی دارد (ریترز، ۱۳۹۰: ۷۰۵). در این راستا، به‌طور خاص، لائو بیان می‌کند که کنشگران یا موجودات شکل خود را می‌گیرند و ویژگی‌های خود را در نتیجه روابطشان با سایر موجودات به دست می‌آورند. از این منظر، روابط اجتماعی و فنی به‌عنوان مجموعه‌ای از تعاملات یا انجمن‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که در آن موجودیت‌ها پیش از ورود به این روابط، تعریف نشده باقی می‌مانند (Cordella & Hesse, 2015: 110). لائور معتقد است که نهادهایی مانند شهروندان، مصنوعات فناورانه یا سازمان‌ها تأثیرات پیشینی بر روابط خود ندارند؛ بلکه اثرات به‌عنوان پیامدی از تعاملات یا انجمن‌های آن‌ها در شبکه‌های رابطه‌ای ظاهر می‌شوند (Cordella, 2009: 35). به عبارت دیگر، هدف لائور و همفکرانش بازگرداندن جایگاه واقعی انسان و غیرانسان در شبکه‌های اجتماعی است. آن‌ها معتقدند که نظریه کنشگر - شبکه به اسطوره قلمروهای خالص پایان می‌دهد. در این نظریه، کنشگران برای رسیدن به اهداف خود دائماً در تلاش برای پیوندیابی و ایجاد شبکه‌های قوی هستند و هر تغییری ناشی از پیوندیافتن یا ازهم‌گسیختن این کنشگران است. قدرت، چه برای بقا و چه برای تغییر و ساخت، در یافتن و ایجاد پیوندهای قوی نهفته است و به همین دلیل، لائور معتقد است کنشگران در مذاکره برای ایجاد پیوند بوده و اهداف یکدیگر را ترجمه می‌کنند (هاشمیان و انواری، ۱۳۹۶: ۶۳). به نظر می‌رسد، این مکتب نظری می‌تواند به‌خوبی برای تحلیل تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی بکار رود، چرا که این رسانه‌ها به‌عنوان شبکه‌هایی از کنشگران انسانی و غیرانسانی (مانند الگوریتم‌ها و پلتفرم‌ها) عمل می‌کنند و از این منظر، دموکراسی به‌عنوان پیامدی از تعاملات پیچیده میان کاربران، فناوری‌ها و ساختارهای اجتماعی در شبکه‌های رسانه‌های اجتماعی قابل درک است.

دومین مکتب مرتبط با تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی، «نظریه رسانه‌ای شدن سیاست» است. این نظریه توسط «کنت آسپ»، محقق سوئدی در حوزه رسانه، معرفی شد. آسپ در اواسط دهه ۱۹۸۰ استدلال کرد که «بازیگران سیاسی تا حد زیادی با الزاماتی که رسانه‌های جمعی برای پوشش جهان سیاسی قائل می‌شوند، سازگار شده‌اند». او این گرایش به انطباق را «رسانه‌ای شدن سیاست» نامید (Asp 1986: 380). بر اساس این نظریه، سیاستمداران به‌منظور جلب توجه رسانه‌ها، پیام‌های خود را به‌گونه‌ای تنظیم می‌کنند که با نیازهای رسانه‌ها و ترجیحات مخاطبان هماهنگ باشد.

به‌عنوان مثال، سیاست‌مداران از راهبردهایی مانند شخصیت‌پردازی، ساده‌سازی و قطبی‌سازی منازعات بهره می‌برند تا پیام‌هایشان تأثیرگذاری بیشتری داشته و شانس بیشتری برای پوشش رسانه‌ای پیدا کنند. این امر منجر به شخصی‌سازی و قطبی‌شدن گفتمان سیاسی می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، سیاست‌مداران به‌جای تمرکز بر محتوای سیاست‌ها، بیشتر بر جنبه‌های نمایشی و احساسی پیام‌های خود تأکید می‌کنند تا بتوانند توجه رسانه‌ها و مخاطبان را جلب کنند. آسپ همچنین به استقلال فزاینده رسانه‌ها از منابع سیاسی اشاره می‌کند و آن را نشانه‌ای از رسانه‌ای‌شدن سیاست می‌داند. او معتقد است که رسانه‌ها به‌تدریج کنترل بیشتری بر محتوای خبری به دست آورده‌اند و دیگر صرفاً به بازتاب دیدگاه‌های سیاست‌مداران محدود نیستند (Asp 1986: 381) و این روند باعث شده رسانه‌ها به‌عنوان بازیگرانی مستقل در عرصه سیاست ظاهر شوند و بر شکل‌گیری افکار عمومی و جهت‌گیری سیاسی تأثیر بگذارند. ماسولنی و شولز (۱۳۷۹) نیز با الهام از آسپ، مفهوم «رسانه‌سازی» را برای توضیح تأثیر رسانه‌ها بر سیاست معرفی کردند. به باور آن‌ها، سیاست رسانه‌ای‌شده سیاستی است که استقلال خود را از دست داده و در کارکردهای اصلی خود به رسانه‌های جمعی وابسته شده است. این سیاست پیوسته از طریق تعامل با رسانه‌های جمعی شکل می‌گیرد و تحت تأثیر آن‌ها قرار می‌گیرد (ماسولنی و شولز، ۱۳۷۹: ۱۴). در این مفهوم، برخلاف اصطلاح خنثی «میانجی‌گری»، «رسانه‌ای‌شدن» نشان می‌دهد که خود رسانه‌های جمعی به‌طور فزاینده‌ای در حال تبدیل‌شدن به یکی از مهم‌ترین نهادهای سیاسی هستند. از این منظر، رسانه‌ها با آگاهی‌بخشی به توده‌ها، فهم سیاسی آن‌ها را شکل می‌دهند و از سوی دیگر، با انعکاس مطالبات و منافع مردم به نخبگان سیاسی، نقش واسطه‌ای در تسریع و تسهیل مشارکت سیاسی ایفا می‌کنند. در نتیجه، هرچه رسانه‌ها گسترش بیشتری پیدا کنند، دموکراسی به‌طور بالقوه عملی‌تر و کنترل توده‌ها بر سرنوشت سیاسی‌شان بیشتر می‌شود. رسانه‌ای‌شدن سیاست، نمایانگر این روند فزاینده است (آذری و دینانی، ۱۳۹۱: ۱۵۶)؛ بنابراین، رسانه‌سازی سیاست را می‌توان به‌عنوان یک فرآیند بلندمدت تعریف کرد که از طریق آن اهمیت رسانه‌ها و تأثیرات سرریز آن‌ها بر فرایندها، نهادها، سازمان‌ها و بازیگران سیاسی افزایش می‌یابد. این فرایند از مفهوم «میانجی‌گری» که به‌طور عمومی به عمل خنثی انتقال پیام و برقراری ارتباط از طریق رسانه‌ها اشاره دارد، متمایز است. برخلاف میانجی‌گری، رسانه‌ای‌شدن مفهومی پویا و فرآیندگرا است و این واقعیت که پیام‌ها و تجربیات بیش از هر زمان دیگری از طریق رسانه‌ها، یعنی به‌طور غیرمستقیم منتقل می‌شوند، بخش مهمی از میانجی‌گری است؛ اما رسانه‌ای‌شدن بر خلاف میانجی‌گری، تأکید بر تأثیرات

و تغییرات عمیق‌تری دارد که در سطح سیاست و نهادها در حال وقوع است (Stromback & Esser 2014: 377). نظریه رسانه‌شدن سیاست به‌ویژه در تحلیل تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر فرهنگ سیاسی دموکراتیک مفید است، زیرا این رسانه‌ها به‌عنوان بسترهایی برای نمایشگری سیاسی، شخصی‌سازی پیام‌ها و قطبی‌سازی گفتمان عمومی عمل می‌کنند. در واقع، سیاست‌مداران و بازیگران سیاسی در رسانه‌های اجتماعی نه تنها پیام‌های خود را به‌صورت استراتژیک تنظیم می‌کنند، بلکه به‌طور فعال در ساخت روایت‌های سیاسی و جهت‌دهی به افکار عمومی نقش ایفا می‌کنند. از این رو، نظریه رسانه‌شدن سیاست به ما کمک می‌کند تا پیچیدگی‌های ارتباط میان رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی را بهتر درک کنیم.

سومین مکتب در نظریه جامعه شبکه‌ای، «نظریه حکمرانی شبکه‌ای» است. طبق این نظریه، مدیران دولتی برای مؤثر بودن و مدیریت فعال شبکه‌های خود، باید با ذی‌نفعان مختلف تعامل داشته باشند؛ اما این تعامل نیازمند ظرفیت‌ها و مهارت‌های رهبری است که با مهارت‌های لازم برای بقا در دنیای سیاسی رسانه‌ای و نمایشی در تضاد است. محققان بر این باورند که سیاست به‌طور فزاینده‌ای جنبه نمایشی پیدا کرده است، روندی که عمدتاً توسط رسانه‌ها تقویت شده است. در این وضعیت، دموکراسی به یک نمایش دموکراسی تبدیل می‌شود (Elchardus, 2002; Hjarvard, 2008) و به نظر می‌رسد که در دنیای رسانه‌ای شده دموکراسی، رهبران قدرتمند باید ایده‌های قوی و جذاب را به اشتراک بگذارند. سیاست به‌طور فزاینده‌ای شخصی‌شده و انتقال ایده‌ها از اجرای آن‌ها مهم‌تر شده است و در این راستا، تحقیقات اخیر نشان می‌دهند که توجه منفی رسانه‌ها می‌تواند تأثیرات منفی قابل توجهی بر عملکرد شبکه‌ها داشته باشد (Korthagen & Klijn, 2011). رسانه‌ای شدن سیاست تنها به رسانه‌های جمعی محدود نمی‌شود؛ بلکه با افزایش استفاده از رسانه‌های اجتماعی مانند اینترنت، تلفن‌های همراه، پیام‌های متنی، توئیتر و دیگر پلتفرم‌ها، این پدیده گسترش یافته است. گسترش رسانه‌های جدید منجر به ظهور شبکه‌های مجازی می‌شود که تحت شرایط خاص ممکن است بر شبکه حکمرانی و سیاست تأثیر بگذارند و این شبکه‌ها به‌جای بازتاب واقعیت‌های مجازی، مجازی‌سازی واقعیت‌ها را تولید می‌کنند. سیاست‌گذاران اغلب از وجود این شبکه‌های مجازی و پویایی‌هایی که ایجاد می‌کنند، بی‌اطلاع هستند؛ تأثیرگذاری این شبکه‌ها بر رفتار بازیگران در شبکه‌های حکومتی، بسیج‌شدن برای حمایت از سیاست‌ها یا مخالفت با آن‌ها و تعیین دستور کار رسانه‌های جمعی سنتی از جمله عواملی هستند که در بسیاری از مواقع نادیده گرفته می‌شوند (Bekkers et al, 2011)؛ بنابراین به نظر می‌رسد که رابطه بین حاکمیت شبکه و دموکراسی در ابهام

است؛ از یک سو، سلسله‌مراتبی نبودن حکومت فرصت‌هایی را برای ورود گروه‌های جدید به فرآیندهای سیاسی فراهم می‌کند و انتشار نفوذ سیاسی نهادهای نمایندگی به شهروندان می‌تواند به تقویت دموکراسی کمک کند. از سوی دیگر، برخی ویژگی‌های حاکمیت شبکه‌ای با ارزش‌های اساسی دموکراسی ناسازگار است. به‌عنوان مثال، شبکه‌ها فاقد بسیاری از ترتیبات رسمی لازم برای اجرای فرایندهای دموکراتیک هستند و امکان عدم شفافیت، پاسخ‌گویی و ضعف در تقویت مشارکت مردم در شبکه‌ها، تردیدهایی در مورد ماهیت دموکراتیک این شبکه‌ها ایجاد می‌کند (خواجه نائینی، ۱۳۹۴: ۱۳۹).

سرانجام چهارمین و آخرین مکتب در این زمینه، «نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز» است. دیدگاه شبکه‌ای کاستلز درباره رسانه دارای سه فرض اساسی است. اولین فرض دیدگاه شبکه‌ای درباره رسانه این است که ما نباید صرفاً گروه‌ها و سازمان‌های بزرگ را به‌عنوان واحد تحلیل در نظر بگیریم. گاهی اوقات گروه‌های رسانه‌ای، قانون‌گذاران ایالتی و احزاب سیاسی بزرگ تأثیر زیادی بر رسانه‌ها و از طریق رسانه‌ها دارند. عصر دیجیتال مملو از نمونه‌هایی است که نشان می‌دهد چگونه افراد از لوازم الکترونیکی ارزان‌قیمت استفاده می‌کنند تا تأثیر قابل توجهی بر زندگی سیاسی، اقتصادی و فرهنگی دیگران داشته باشند. علاوه بر این، مصنوعات رسانه‌های دیجیتال، مانند وب‌سایت‌ها و برنامه‌های شبکه‌های اجتماعی، می‌توانند واحدهای معناداری برای تحلیل باشند و شواهد خوبی درباره ساختار تعامل اجتماعی ارائه دهند. به این ترتیب، مطالعه رسانه‌ها باید شامل مطالعه سازمان‌های بزرگی باشد که زیرساخت‌های رسانه‌ای را ایجاد و مدیریت می‌کنند، افرادی که محتوا را از طریق رسانه تولید و مصرف می‌کنند و محتوایی که از طریق رسانه تولید و مصرف می‌شود. فرض دوم دیدگاه شبکه‌ای درباره رسانه این است که همه شبکه‌ها برابر نیستند و شبکه‌ها از شبکه‌های دیگر تشکیل شده‌اند. این پیوندها، تعاملات و رابطه‌های بین سازمان‌ها، افراد و محتوا چیزهای زیادی را درباره ساختار نشان می‌دهد. مردم ممکن است فکر کنند افرادی هستند که به گروه‌ها می‌پیوندند؛ اما در واقع آن‌ها، گروه‌های شبکه هستند. فرض سوم دیدگاه شبکه‌ای درباره رسانه این است که ساختار یک شبکه هم ظرفیت‌ها و هم محدودیت‌هایی را برای کنش اجتماعی فراهم می‌کند. این شبکه از روابط اجتماعی و پیوندهای دیجیتالی می‌تواند انواع مشابهی از سازمان‌ها، افراد و محتوا را به هم پیوند دهد. همچنین می‌تواند پل‌هایی را بین انواع مختلف سازمان‌ها، افراد و محتوا ایجاد کند؛ اما صرف‌نظر از واحد تحلیل، دیدگاه شبکه‌ای در مطالعه رسانه راه‌هایی را که پیوندها در آن ساختار ایجاد می‌کنند، آشکار می‌کند (Smith, 2011:3-6).

از دیدگاه کاستلز، انقلاب فناوری اطلاعات تعامل بین بحران‌های اقتصادی سرمایه‌داری و دولت و بازسازی متعاقب آن و توسعه جنبش‌های اجتماعی - فرهنگی مانند طرف‌دار آزادی، حقوق بشر، فمینیسم و محیط‌زیست است. زندگی ساختار اجتماعی مسلط جدیدی به نام جامعه شبکه‌ای، اقتصاد جدید، اقتصاد دانش جهانی و فرهنگ جدید، فرهنگ مجازی ایجاد کرده است. وی ویژگی‌های اصلی جامعه شبکه‌ای را اقتصاد دانش، اقتصاد جهانی، فعالیت‌های اقتصادی شبکه‌ای، تحول ساختار کسب‌وکار و اشتغال، پیدایش قطب‌های مشترک، فرهنگ واقعیت مجازی، سیاست رسانه‌ای، زمان عنوان کرد. جریان‌ها تعریف می‌کند. (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۷) بر اساس فرضیه کاستلز، جامعه شبکه‌ای بدین معناست که ساختار اجتماعی مسلط و غالب در عصر اطلاعات پیرامون اشکال نوینی از زمان و فضا سازماندهی می‌شود؛ ویژگی‌های زمان بی‌زمان، فضای جریان‌ها و انتقال آنی اطلاعات. منظور کاستلز از زمان بی‌زمان، استفاده و کاربرد مداوم فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطات جدید برای ازمیان برداشتن زمان، فشرده‌ساختن و تبدیل سال‌ها به دقیقه‌ها و فشرده‌سازی دقیقه‌ها در اغلب لحظات است. درعین حال، کاستلز بر این عقیده است که بسیاری از مردم جهان همچنان طبق ساعت زیست‌شناسی زندگی و کار می‌کنند؛ اما عملکرد اکثر گروه‌های اجتماعی در زمان بی‌زمان است. فضاها همچنان کانون زندگی روزمره، کنترل سیاسی و اجتماعی، منبع فرهنگ و عامل انتقال تاریخ هستند؛ اما این جریان‌ها هستند که فضاها را در برداشته است. به عقیده کاستلز، قدرت سیاسی از دولت - ملت‌ها و نظام‌های دموکراتیک به رسانه‌ها و دیگر محصولات فرهنگی منتقل شده است. به گفته کاستلز، در رسانه‌های ارتباطی نوین، امکانات و قابلیت‌های جدید و دموکراتیک برای ارتباطات و مشارکت وجود دارد. این فرصت‌ها و امکانات، ظرفیت و توانایی بالقوه ایدئولوژی مسلط و غالب را برای اعمال سلطه محدود می‌کند. در مقابل، افراد قادر به ساختن دنیای مجازی خود خواهند بود که اساس دموکراتیک‌شدن باورها و تصورات است (کاستلز، ۱۳۸۰: ۱۹).

از سوی دیگر، دالبرگ^۱ (۲۰۰۱) نیز تأثیر فضای مجازی بر دموکراسی را در چارچوب نظریه حوزه عمومی هابرماسی بررسی می‌کند و معتقد است که این رسانه‌ها پتانسیل ایجاد فضایی برای گفتمان عقلانی و انتقادی را دارند. به باور او، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند بستری برای مشارکت برابر و آزاد فراهم کنند که در آن افراد بتوانند نظرات و عقاید خود را بدون دخالت مستقیم قدرت‌های سیاسی یا اقتصادی بیان کنند. دالبرگ تأکید می‌کند که برای تحقق این پتانسیل، لازم است گفتمان‌های

1. Dahlberg

ایجادشده در فضای مجازی بر پایه استدلال منطقی و نقادانه باشند و کاربران به جای اصرار بر مواضع شخصی، به دنبال بررسی و تحلیل دیدگاه‌های مختلف باشند، دالبرگ به چالش‌های موجود در تحقق این پتانسیل نیز اشاره می‌کند. او معتقد است که علی‌رغم ظرفیت فضای مجازی برای ایجاد حوزه عمومی جدید، ساختارهای اقتصادی و سیاسی مسلط می‌توانند این فضاها را به سمت منافع خاص هدایت کنند. به ویژه، الگوریتم‌های پلتفرم‌های اجتماعی با اولویت دادن به محتوای عامه‌پسند و سطحی، به‌جای مباحثات عمیق و انتقادی، موجب تضعیف گفتمان دموکراتیک می‌شوند. دالبرگ هشدار می‌دهد که اگر این چالش‌ها به درستی مدیریت نشوند، فضای مجازی به جای تقویت دموکراسی، به ابزارهایی برای تقویت قدرت‌های اقتصادی و سیاسی تبدیل خواهند شد.

۲- روش پژوهش

در این پژوهش از آخرین موج، یعنی موج هفتم داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی استفاده شده است که در ترکیه در سال ۲۰۲۰ جمع‌آوری شده‌اند. پیمایش ارزش‌های جهانی^۱ یک طرح پژوهشی جهانی است که ارزش‌ها و باورهای افراد را بررسی می‌کند: چگونه در طول زمان تغییر می‌کنند و چه اثرات اجتماعی و سیاسی دارند. از سال ۱۹۸۱ یک شبکه جهانی از دانشمندان علوم اجتماعی نمونه‌های پیمایش‌های ملی را به‌عنوان بخشی از پیمایش ارزش‌های جهانی در حدود ۱۰۰ کشور انجام داده‌اند. معیارهای پیمایش ارزش‌های جهانی عمدتاً شامل پشتیبانی از دموکراسی، مدارا با خارجی‌ها و اقلیت‌های قومی، پشتیبانی از برابری جنسیتی، نقش دین و تغییر سطح دینداری، تأثیر جهانی شدن، نگرش نسبت به محیط‌زیست، کار، خانواده، سیاست، هویت ملی، فرهنگ، تنوع، نامنی و رفاه ذهنی و برخی موارد دیگر می‌شود. مؤسسه پیمایش ارزش‌های جهانی، این اطلاعات را به‌صورت رایگان در اختیار عموم قرار داده است. در موج هفتم پیمایش ارزش‌های جهانی ۲۴۱۵ نفر شهروند ترک آزمون شده‌اند. از سوی دیگر، تعریف عملیاتی متغیرهای پژوهش عبارت بودند از:

رسانه‌های اجتماعی: رسانه‌های اجتماعی، متغیر مستقل پژوهش است. این متغیر از طریق یک گویه سنجش شده که در آن، میزان استفاده افراد از فیس‌بوک، توئیتر و غیره به‌منظور کسب اخبار سؤال شده است.

1. World Values Survey

ارزش‌های رهایی: ارزش‌هایی بر اساس ترکیب چهار متغیر استقلال فردی (اهمیت استقلال، تخیل و عدم اطاعت‌پذیری در تربیت کودک)، برابری جنسیتی (موقعیت برابر زنان و مردان در اشتغال، تحصیلات و فعالیت‌های سیاسی)، حق انتخاب (پذیرش هم‌جنس‌بازی، سقط‌جنین و طلاق) و پذیرش صدای شهروندان (اولویت آزادی بیان افراد در سطح ملی و محلی) تعریف شده است.

ارزش‌های سکولار: ارزش‌های سکولار از طریق ترکیب چهار متغیر بی‌اعتنایی (معکوس احترام به اقتدار، معکوس غرور ملی، معکوس زهد و تقوا)، بی‌اعتقادی (معکوس اهمیت مذهب در زندگی، معکوس شخصیت مذهبی داشتن، معکوس اعمال دینی)، نسبی‌گرایی (معکوس احترام به هنجارها و سنت‌های اجتماعی) و شک‌گرایی (معکوس اعتماد به ارتش، معکوس اعتماد به پلیس، معکوس اعتماد به دادگاه‌ها) تعریف شده است.

فرهنگ سیاسی دموکراتیک: متغیر فرهنگ سیاسی دموکراتیک از طریق پنج گویه مورد سنجش قرار گرفته است که برخی از آن‌ها عبارت‌اند از: مخالفت با تفسیر قانون توسط صرفاً سیاست‌مداران مذهبی، حمایت از انتخاب حاکمان توسط انتخابات آزاد، حمایت حقوق مدنی از آزادی‌های مردم، مخالفت با اطاعت بی‌چون‌وچرای مردم از حاکمان، حمایت از حقوق برابر زنان و مردم.

پ- تحلیل و تبیین داده‌های تحقیق

در این پژوهش، به‌منظور تحلیل داده‌های خام پیمایش ارزش‌های جهانی برای کشور ترکیه، از آزمون‌های آماری توصیفی جهت توصیف ویژگی‌های جمعیت‌شناختی و متغیرهای کلیدی استفاده شد. برای بررسی روابط بین متغیرها، از آزمون همبستگی به‌منظور سنجش شدت و جهت ارتباط میان آن‌ها بهره گرفته شد. همچنین، برای تحلیل سؤالات و نقش میانجی و تعدیل‌گر متغیرها، از روش پریچر و هایس که یکی از معتبرترین روش‌های تحلیل مسیر با استفاده از بوت‌استرپینگ است، استفاده گردید.

۱- یافته‌های توصیفی پژوهش

جدول شماره ۱، آمار توصیفی متغیرهای پژوهش را مورد آزمون قرار می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که میانگین سنی افراد ۳۸/۸۳ بوده است. همچنین با تقسیم‌بندی سطح تحصیلی در ۸ درجه از بی‌سواد

جدول شماره ۱- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

انحراف استاندارد	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد	
۱۲/۶۷	۳۸/۸۳	۹۵	۱۸	۲۴۱۴	سن
۱/۹۲	۲/۳۳	۶	۰	۲۴۰۶	تحصیلات
۱/۷۲	۵/۳۴	۱۰	۱	۲۳۲۹	درآمد
۰/۵۰	۱/۵۰	۲	۱	۲۴۱۵	جنسیت
۱/۴۹	۴/۰۸	۵	۱	۲۴۰۵	رسانه‌های اجتماعی
۰/۱۴	۰/۳۶	۰/۸۹	۰	۲۳۷۵	ارزش‌های رهایی
۰/۱۶	۰/۲۶	۰/۸۷	۰	۲۴۰۵	ارزش‌های سکولار
۱/۷۰	۷/۰۱	۱۰	۲/۴۰	۲۲۴۷	دموکراسی

(منبع: محقق ساخته)

تا دکتری، میانگین سطح تحصیلات افراد ۲/۳۳ بوده است. سطح درآمد افراد تا حدودی متوسط بوده است؛ چراکه حد وسط سطح درآمد افراد نزدیک ۵/۵ قرار گرفته است. تعداد مردان و زنان در این مطالعه مساوی بودند. میانگین استفاده افراد از رسانه‌های اجتماعی ۴/۰۸ بوده است که نشان می‌دهد آن‌ها بیشتر از حد متوسط از چنین رسانه‌هایی استفاده می‌کنند. همچنین میانگین هر دو متغیر میانجی، یعنی ارزش‌های رهایی و علاقه به سکولاریسم در بین شهروندان ترک پایین‌تر از متوسط بوده است و این امر نشان می‌دهد که هرچند در سال‌های اخیر، ارزش‌های مدرن و پست‌مدرن در خاورمیانه در حال افزایش بوده است؛ اما نمی‌توان آن را به کل جامعه تعمیم داد. سرانجام، میانگین فرهنگ سیاسی دموکراسی در میان شهروندان ترک، بالاتر از متوسط، یعنی ۷/۰۱ بوده که تا حدودی بالاتر از حد متوسط است و حاکی از آن است که شهروندان ترکیه از گرایش‌های دموکراتیک بالایی برخوردارند.

جدول شماره ۲، رابطه همبستگی متغیرهای دموگرافیک، مستقل، میانجی و وابسته پژوهش را مورد آزمون قرار می‌دهد. نتایج نشان می‌دهد که همه متغیرهای مورد آزمون پژوهش، به‌جز سن و جنسیت و ارزش‌های رهایی، با دموکراسی فرامادی گرایانه رابطه معناداری دارند. از سوی دیگر، نتایج آزمون نشان می‌دهد که افزایش سطح تحصیلات می‌تواند گرایش شهروندان به دموکراسی را تقویت کند؛ اما درآمد، رسانه‌های اجتماعی و ارزش‌های سکولار تأثیر منفی در تقویت سکولاریسم داشته است.

جدول شماره ۲- ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
سن	۱/۰۰							
تحصیلات	-۰/۲۹	۱/۰۰						
درآمد	-۰/۰۷	۰/۲۹	۱/۰۰					
جنسیت	۰/۰۵	-۰/۰۹	۰/۰۰	۱/۰۰				
رسانه‌های اجتماعی	-۰/۳۴	۰/۲۴	۰/۱۴	-۰/۱۱	۱/۰۰			
ارزش‌های سکولار	-۰/۰۴	۰/۰۶	۰/۰۵	۰/۰۶	۰/۰۷	۱/۰۰		
ارزش‌های رهایی	-۰/۰۴	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۰۸	۰/۰۸	۰/۴۶	۱/۰۰	
دموکراسی	۰/۰۲	۰/۰۶	-۰/۰۵	-۰/۰۲	-۰/۰۵	-۰/۱۸	۰/۰۳	۱/۰۰

(منبع: محقق ساخته)

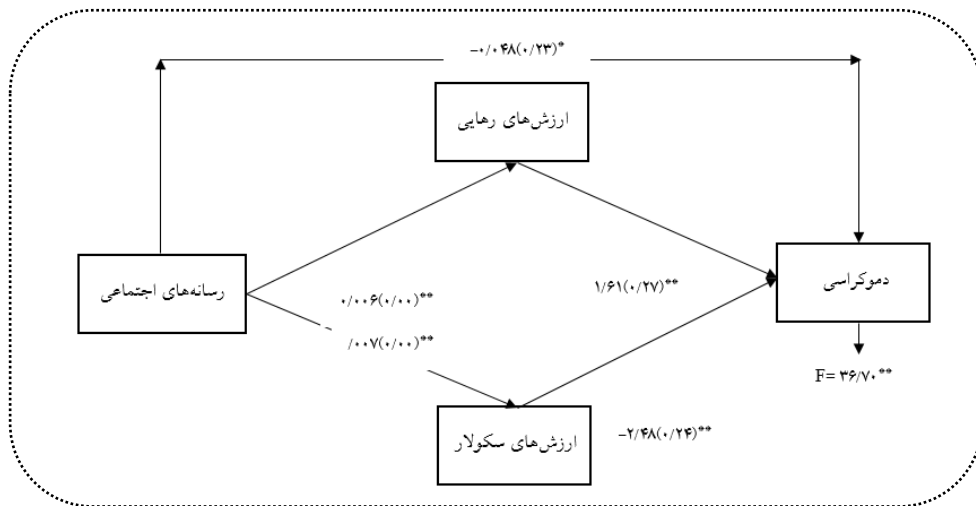
توجه: همبستگی‌هایی که در سطح ۰/۰۵ معنادار بودند، بولد شده‌اند.

۲- آزمون فرضیات پژوهش

در این پژوهش، به منظور آزمون فرضیات از روش بوت استرپ^۱ در برنامه ماکرو پریچر و هایس^۲ (۲۰۰۸) استفاده شد که نتایج در پایین گزارش شده است.

شکل شماره ۲، ضریب مسیرهای مستقیم غیراستاندارد الگوی چند میانجی‌گر را با استفاده از روش پریچر و هایس نشان می‌دهد. با توجه به این شکل، در مسیرهای a، میزان اثر مستقیم غیراستاندارد از متغیر رسانه‌های اجتماعی به ارزش‌های رهایی برابر است با ۰/۰۰۶ و از متغیر رسانه‌های اجتماعی به سکولاریسم برابر با ۰/۰۰۷ است. در مسیرهای b، میزان اثر مستقیم غیراستاندارد از متغیر ارزش‌های رهایی به دموکراسی برابر است با ۱/۶۱ و از سکولاریسم به دموکراسی برابر با ۲/۴۸- است. سرانجام، نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی به صورت مستقیم

1. Bootstrap
2. Preacher & Hayes



شکل شماره ۲- مدل تأثیرات مستقیم متغیرهای مستقل و میانجی بر دموکراسی

(منبع: محقق ساخته)

توجه: ** و * به ترتیب، معناداری در سطوح ۱٪ و ۵٪ را نشان می‌دهند. ورودی‌ها ضرایب رگرسیون غیراستاندارد با خطاهای استاندارد هستند.

بر دموکراسی تأثیر معنادار و منفی دارد. همچنین نتایج آزمون نشان می‌دهد میزان $F(۳۶/۷۰)$ در سطح ۰/۰۱ معنادار است و بنابراین مدل پژوهش از توان خوبی برای تبیین دموکراسی برخوردار است. از سوی دیگر، میزان ضریب تعیین در این پژوهش ۰/۰۴۷ است که این امر نشان می‌دهد این مدل پژوهشی ۴/۷ درصد از واریانس تغییرات دموکراسی را تبیین می‌کند و ۹۵/۳ درصد عوامل دیگری هستند که بر دموکراسی تأثیر می‌گذارند؛ اما در این پژوهش تبیین نشده‌اند.

جدول شماره ۳- تأثیرات غیرمستقیم رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی فرامادی از طریق متغیرهای میانجی

سطح معناداری	Z	خطای استاندارد	اندازه تأثیر	کل
۰/۱۴	-۱/۴۴	۰/۰۰۵	-۰/۰۰۸	کل
۰/۰۰	۲/۸۹	۰/۰۰۳	۰/۰۱۱	ارزش‌های رهایی
۰/۰۰	-۳/۱۴	۰/۰۰۶	-۰/۰۱۹	سکولاریسم
۰/۰۰	-۳/۵۴	۰/۰۰۸	-۰/۰۳۰	C1

(منبع: محقق ساخته)

جدول شماره ۳، نتایج حاصل از استراتژی بوت استرایپینگ پریچر و هایز است که اثرات غیرمستقیم رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی با میانجیگری ارزش‌های رهایی و سکولاریسم (مسیرهای ab) را نشان می‌دهد. در این آزمون، تعداد نمونه‌گیری‌های مجدد بوت استراپ (k) برابر با 1000 و سطح اطمینان برای فواصل اطمینان 95 درصد است. بر اساس داده‌های این جدول، مقدار اثر غیرمستقیم کلی رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی (Σab) برابر با ۰/۰۰۸- است و در فاصله اطمینان ۰/۰۰۲ تا ۰/۰۱۸- معنادار نیست. مقدار اثر غیرمستقیم رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی با میانجی‌گری ارزش‌های (a1b1) در فاصله اطمینان ۰/۰۲۱ تا ۰/۰۰۳- برابر با ۰/۰۱۱- است که به لحاظ آماری معنادار و مثبت هستند. همچنین، مقدار اثر غیرمستقیم رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی با میانجی‌گری (a2b2) سکولاریسم در فاصله اطمینان ۰/۰۰۸- تا ۰/۰۳۰- برابر با ۰/۰۱۹- است که به لحاظ آماری معنادار و منفی می‌باشد. نتایج به صورت کلی نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی از طریق هر دو متغیر میانجی ارزش‌های رهایی و سکولاریسم می‌تواند تأثیر معناداری بر دموکراسی بگذارد؛ با این تفاوت که درحالی‌که رسانه‌های اجتماعی از طریق میانجی ارزش‌های رهایی باعث افزایش میزان گرایش شهروندان به دموکراسی می‌شود؛ اما متغیر میانجی ارزش‌های سکولار باعث کاهش میزان تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی می‌گردد.

نتیجه‌گیری

اینترنت و رسانه‌های اجتماعی پدیده‌های نسبتاً جدیدی هستند که کارکرد دوگانه (مثبت و منفی) آن‌ها در فرایند دموکراتیک‌سازی، محل بحث و تردید است؛ به گونه‌ای که برخی از فرضیه‌پردازان و دانشمندان علوم سیاسی و ارتباطات بر این عقیده‌اند که اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر ساحت‌های گوناگون سیاست به سان تأثیر این رسانه‌ها بر دیگر حوزه‌ها، تلفیق و ترکیبی از «کارآمدی و آسیب‌پذیری» است؛ بدین معنا که از یک‌سو، رسانه‌های اجتماعی اثرات مثبتی همچون افزایش شفافیت سیاسی، مشارکت گروه‌های حاشیه‌ای در فرایند سیاسی، افزایش همکاری انتخاباتی شهروندان و مواردی از این قبیل را می‌تواند داشته باشند. از دیگر سو، قادر خواهند بود آثار منفی مانند تضعیف دولت، عرفی‌کردن عرصه سیاست، تضعیف کنشگری فعال و تقویت کنشگری منفعل از طریق فناوری‌های جدید نظیر تلفن‌های همراه هوشمند و رایانه‌ها و از این جمله به همراه داشته باشند.

در پژوهش حاضر تلاش شد تا تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی در کشور ترکیه مورد آزمون قرار گیرد. اثرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی با تأکید بر داده‌های پیمایش ارزش‌های جهانی اینگلهارت، بررسی شد. بر این اساس، نتایج تحقیق در وهله اول، نشان‌دهنده تأثیر مثبت رسانه‌های اجتماعی بر فرایندهای دموکراتیک است؛ بنابراین، حداقل درباره ترکیه به‌عنوان یک نمونه موردی، می‌توان ادعا کرد که رسانه‌های اجتماعی کارکرد مثبتی در راستای دموکراتیک‌سازی و پیشبرد فرایند دموکراتیک داشته‌اند. علاوه بر این، نتایج پژوهش نشان‌دهنده تأثیرات مثبت رسانه‌های اجتماعی در عرصه‌های مختلف فرایند دموکراتیک است.

چنان‌که نتایج پژوهش نشان می‌دهد میزان استفاده شهروندان ترکیه از رسانه‌های اجتماعی بالاتر از حد متوسط است و همین امر یکی از دلایل تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی در کشور ترکیه است. همچنین بنا بر نتایج پژوهش، ارزش‌های رهایی و علاقه به سکولاریسم در بین شهروندان ترکیه پایین‌تر از متوسط بوده است که نشان می‌دهد برخلاف روند افزایشی ارزش‌های مدرن و پست‌مدرن در خاورمیانه، چنین ارزش‌هایی در جامعه ترکیه روند صعودی نداشته است. علاوه بر این، میانگین فرهنگ سیاسی دموکراتیک در میان شهروندان ترکیه تا حدودی بالاتر از حد متوسط است که حاکی از بالا بودن گرایش‌های دموکراتیک در میان شهروندان ترکیه است. همچنین نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در جامعه ترکیه سن و جنسیت با ارزش‌های رهایی و دموکراسی فرامادی‌گرایانه رابطه معناداری دارند و افزایش سطح تحصیلات به تقویت گرایش شهروندان به دموکراسی منجر شده؛ اما میزان درآمد، رسانه‌های اجتماعی و ارزش‌های سکولار تأثیر منفی در تقویت سکولاریسم داشته است. علاوه بر نتایج بیان‌شده، یافته‌های پژوهش دو یافته مهم و عمده را نشان می‌دهد. اول اینکه، رسانه‌های اجتماعی به‌صورت مستقیم بر مشارکت انتخاباتی، تأثیر معنادار و منفی دارد. به عبارت دقیق‌تر، رسانه‌های اجتماعی در ترکیه نه تنها باعث افزایش مشارکت انتخاباتی نشده؛ بلکه آن را کاهش داده است. کاهش مشارکت انتخاباتی علاوه بر تأثیر رسانه‌های اجتماعی می‌تواند متأثر از عوامل دیگری نیز باشد. ازجمله سایر عواملی که به نظر می‌رسد باعث کاهش مشارکت انتخاباتی در این کشور شده است، می‌توان به تضعیف رویه دموکراتیک ساختار سیاسی حاکم و تشدید روحیه اقتدارگرایانه رهبران سیاسی یا به عبارت دقیق‌تر تغییر ماهیت سیاسی از دموکراتیک به اقتدارگرایی و در نتیجه، تضعیف فرایند دموکراتیک‌سازی؛ تغییر هدفمند برخی مفاد قانون اساسی و تغییر نظام سیاسی از پارلمانی به ریاستی اشاره کرد.

دوم اینکه، نتایج نشان می‌دهد که رسانه‌های اجتماعی از طریق هر دو متغیر میانجی ارزش‌های رهایی و سکولاریسم می‌تواند تأثیر معناداری بر دموکراسی بگذارد؛ با این تفاوت که رسانه‌های اجتماعی از طریق متغیر میانجی ارزش‌های رهایی باعث افزایش میزان گرایش شهروندان به دموکراسی می‌شود؛ اما متغیر میانجی ارزش‌های سکولار باعث کاهش میزان تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی می‌گردد. این اثرگذاری متفاوت می‌تواند ناشی از عوامل متعدد و مختلفی باشد که خود نیازمند پژوهش جداگانه‌ای است. با این حال، به نظر می‌رسد مواردی مانند ضعف نهادهای مدنی و قدرت نهادهای سنتی در جامعه، عملکرد سازمان‌های سیاسی، وضعیت اقتصادی شهروندان، میزان آشنایی و تأثیرپذیری شهروندان از اندیشه‌های مدرن و پست‌مدرن، از جمله عوامل تأثیرگذار در این زمینه باشند. در نهایت، نتایج پژوهش مؤید این نکته است که تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی بر دموکراسی و فرایندهای دموکراتیک، مسئله‌ای عام و جهان‌شمول نیست و از کشوری به کشور دیگر متفاوت است و نیازمند بررسی موردی است. چنین بررسی‌های موردی یکی از خلأهای پژوهشی موجود در عرصه دموکراسی‌سازی است که امید آن می‌رود در پژوهش‌های آتی بیشتر مورد توجه پژوهشگران و محققان علوم سیاسی قرار گیرد.

منابع

الف - منابع فارسی

- بیگدلو، مهدی و هادیان، ناصر (۱۳۹۷)، «تأثیر کارکردهای شبکه‌های اجتماعی بر سمت‌گیری‌های فرهنگ سیاسی کاربران دانشگاهی در ایران (مطالعه موردی وایبر و تلگرام)»، *جامعه‌شناسی سیاسی جهان اسلام*، دوره ۶، شماره ۱۲، صص ۷۳-۱۰۴. [10.22070/iws.2018.2776.1487](https://doi.org/10.22070/iws.2018.2776.1487)
- توکلی، فائزه (۱۳۹۰)، «نقش رسانه‌ها در دموکراسی فرهنگی جهان معاصر»، *مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ*، دوره ۱، شماره ۱، صص ۹۸-۸۵. https://mediastudy.ihcs.ac.ir/article_201.html
- خواجه‌نابینی، علی (۱۳۹۴)، «درآمدی تحلیلی بر نقش شبکه‌های سیاسی در سیاست‌گذاری عمومی»، *فصلنامه دولت‌پژوهی*، ۱ (۳)، ۱۷۵-۱۴۷. <https://doi.org/10.22054/tssq.2016.2455>

- خیری، علی و کریمی، علی. (۱۳۹۸)، «توسعه سیاسی در ترکیه، چشم‌اندازی آینده‌پژوهانه»، *جامعه‌شناسی سیاسی جهان اسلام*، دوره ۷، شماره ۱۵، صص ۱۰۹-۱۳۸.
- 10.22070/iws.2019.4036.1727
- دینانی، ابتسام، آذری، طاهره (۱۳۹۱)، «نظریه شبکه و کاربرد آن در خانواده»، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۷، شماره ۳، صص ۱۶۹-۱۵۷.
- <https://sanad.iau.ir/ar/Journal/mediastudies/Article/792178/FullText>
- ریتزر، جورج (۱۳۹۰)، *نظریه‌های جامعه‌شناسی*، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- شکرخواه، یونس، سعیدآبادی، محمدرضا، نام‌آور، عبدالرضا (۱۳۹۹)، «ارائه مدلی برای تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر توسعه دموکراسی در ایران: یک مطالعه داده‌بنیاد»، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۶، شماره ۲۴، صص ۳۶-۱.
- <https://doi.org/10.22054/nms.2021.47781.856>
- صادقیان، حسن، اسدی، عباس (۱۳۹۸)، «میزان تأثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی و مجازی بر فرایند دموکراتیزاسیون: مطالعه موردی دولت حزب عدالت و توسعه ترکیه از سال ۲۰۰۲ تا کنون»، *فصلنامه علوم خبری*، دوره ۸، شماره ۳۰، صص ۱۹۴-۱۷۵.
- https://www.mjourcom.ir/article_113769.html
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، *عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ*؛ ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه افشین خاکباز و احمد علیقلیان، تهران: انتشارات طرح نو.
- مهدی‌زاده، شراره، شیفته، منصوره (۱۳۹۸)، «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر تحقق دموکراسی دیجیتال: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه مازندران»، *انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، دوره ۱۵، شماره ۵۵، صص ۱۵۱-۱۳۱.
- 10.22034/jcsc.2019.36674
- مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۱)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: همشهری
- هاشمیان، محمدحسین، انواری، محمدرضا (۱۳۹۶)، «دلالت‌های نظریه کنشگر شبکه در سیاست‌گذاری فرهنگی: تعامل تکنولوژی و انسان در سیاست‌گذاری»، *دین و سیاست فرهنگی*، دوره ۵، شماره ۱۰، صص ۶۴-۳۷.
- https://www.jrcp.ir/article_81056.html

ب- منابع انگلیسی

- Aday, S., Farrell, H., Lynch, M., Sides, J., Kelly, J., & Zuckerman, E. (2010). Blogs and bullets: New media in contentious politics. *United States Institute of Peace*, 65, 1-31.
- Akser, M., & Baybars-Hawks, B. (2012). Media and democracy in Turkey: Toward a model of neoliberal media autocracy. *Middle East Journal of Culture and Communication*, 5(3), 302-321.
<https://doi.org/10.1163/18739865-00503011>
- Bigdalo, M., & Hadian, N. (2018). The impact of social networking functions on the political culture orientations of university users in Iran (a case study of Viber and Telegram). *Political Sociology of the Islamic World*, 6 (12), 73-104. 10.22070/iws.2018.2776.1487 [In Persian]
- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of computer-mediated Communication*, 13(1), 210-230. <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Castells, M. (2001). *The Information Age: Economy, Society, and Culture; The Rise of the Network Society*, Translated by Afshin Khakbaz and Ahmad Aliqolian, Tehran: Tarh No Publications. [In Persian]
- Dahlberg, L. (2001). The Internet and democratic discourse: Exploring the prospects of online deliberative forums extending the public sphere. *Information, communication & society*, 4(4), 615-633.
<https://doi.org/10.1080/13691180110097030>
- Diamond, L. (2015). Liberation technology 1. In *In search of democracy* (pp. 132-146). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315685175-7>
- Dinani, A., & Azari, T. (2012). Network Theory and Its Application in the Family. *Media Studies*, 7 (3), 157-169.
<https://sanad.iau.ir/ar/Journal/mediastudies/Article/792178/FullText>
[In Persian]
- Hashemian, M., & Anvari, M. (2017). Implications of Network Actor Theory in Cultural Policy-Making: Interaction of Technology and Humans in Policy-Making. *Religion and Cultural Politics*, 5 (10), 37-64.
https://www.jrcp.ir/article_81056.html [In Persian]

- Jha, C. K., & Kodila-Tedika, O. (2020). Does social media promote democracy? Some empirical evidence. *Journal of Policy Modeling*, 42(2), 271-290. <https://doi.org/10.1016/j.jpolmod.2019.05.010>
- Khairy, A., & Karimi, A. (2019). Political development in Turkey, a futures perspective. *Political Sociology of the Islamic World*, 7 (15), 109-138. 10.22070/iws.2019.4036.1727 [In Persian]
- Khajeh Nayini, A. (2015). An analytical introduction to the role of political networks in public policy-making. *Quarterly Journal of State Studies*, 1 (3), 175-147. <https://doi.org/10.22054/tssq.2016.2455> [In Persian]
- Mehdizadeh, M. (2012). Media Theories: Popular Thoughts and Critical Perspectives, Tehran: Hamshahri. 10.22034/jcsc.2019.36674 [In Persian]
- Mehdizadeh, S., & Shifteh, M. (2019). The Impact of Social Networks on the Realization of Digital Democracy: A Case Study of Students at Mazandaran University. *Iranian Association for Cultural and Communication Studies*, 15(55), 131-151. 10.22034/jcsc.2019.36674 [In Persian]
- Morozov, E. (2012). The net delusion: The dark side of Internet freedom. PublicAffairs.
- Prokhorov, S. (2012). Social media and democracy: Facebook as a tool for the establishment of democracy in Egypt. Master Thesis. School of Arts and Communication. Malmo University. Available at : <https://www.diva-portal.org/smash/get/diva2:1482268/FULLTEXT01.pdf>
- Ritzer, J. (2011). *Sociological Theories*, translated by Houshang Naibi, Tehran: Ney Publishing.
- Sadeghian, H., & Asadi, A. (2019). The Impact of Social and Virtual Media on the Democratization Process: A Case Study of the Turkish Justice and Development Party Government from 2002 to Now. *Quarterly Journal of News Sciences*, 8 (30), 194-175. https://www.mjourcom.ir/article_113769.html [In Persian]
- Saleh, N. (2012). Egypt's digital activism and the Dictator's Dilemma: An evaluation. *Telecommunications Policy*, 36(6), 476-483. <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2012.04.001>

- Shekharkhah, Y., Saeedabadi, M.A., & Namaver, A. (2010). Presenting a Model for the Impact of Social Networks on the Development of Democracy in Iran: A Data-Based Study. *New Media Studies*, 6 (24), 36-1. <https://doi.org/10.22054/nms.2021.47781.856> [In Persian]
- Tavakoli, F. (2011). The role of media in cultural democracy in the contemporary world. *Interdisciplinary studies in media and culture*, (1)1, 98-85. https://mediastudy.ihcs.ac.ir/article_201.html [In Persian]
- Unwin, T. (2012). Social media, democracy and good governance. In Background paper for the Commonwealth Parliamentary Association's annual conference in Colombo, Sri Lanka, September.
- V-Dem Institute. (2024). *V-Dem Dataset v14*. University of Gothenburg. Retrieved from: <https://www.v-dem.net>
- Zuniga., H., Huber., B., & Straub., N. (2019). Social media and democracy. *El profesional de la información*. 27 (6). 1699-2407. <https://doi.org/10.3145/epi.2018.nov.01>