



## The Role of Media in Political Participation in the Context of Modernization and Development: The Case of Revolutionary Iran

Zahra Baharvand Iran Nia<sup>1</sup> | Fazel Kord<sup>2</sup>

1. Corresponding author, Assistant Professor, Farhangian University of Iran, Tehran, Iran. Email: [Zaba3801@cfu.ac.ir](mailto:Zaba3801@cfu.ac.ir)
2. Ph.D. in Political Sociology, Independent Researcher. Email: [kordfazel3@gmail.com](mailto:kordfazel3@gmail.com)

### Article Info

#### Article type:

Research Article

#### Article history:

Received: 15 February 2025

Received in revised form: 4 October 2025

Accepted: 29 October 2025

Published online: 20 December 2025

#### Keywords:

Media,  
Political Participation,  
Modernization,  
Development.

### ABSTRACT

**Objective:** The primary objective of this study is to examine the role of media in shaping political participation within the context of modernization and development in Iran. Media have emerged as one of the most essential democratic institutions, particularly in mobilizing electoral resources and fostering political and electoral engagement during the country's transition toward development and modernization. They play a critical role in enhancing the quality of political systems. The central research question is: How have media contributed to political participation in the process of modernization and development?

**Method:** Data were collected through library-based research, utilizing documentary and online sources. The study employed a historical method with a descriptive-analytical approach.

**Results:** By influencing public opinion, the media have functioned as intellectual guides and directional agents in political and electoral competition. They have played an effective role in state-building and the structuring of political power, and have significantly contributed to political transformations, political participation, and the transition toward modernization and development.

**Conclusions:** The findings indicate that media serve both as instruments of public awareness and as communication channels among citizens, as well as between citizens and the government. They exert a decisive influence on political participation and the formation of public opinion in support of modernization and development. A meaningful relationship exists between mass media and political participation, suggesting that both domestic and international media have had positive—and at times negative—effects on the level of political engagement. In addition to generating political and intellectual discourse and paving the way for civil liberties, media are considered a vital component of social capital, affecting social bonds and the motivations underlying public participation.

**Cite this article:** Baharvand Iran Nia, Z., & Kord, F., (2025). The Role of Media in Political Participation in the Context of Modernization and Development: The Case of Revolutionary Iran. *News Science*, 14 (3.), 57-61. DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.506895.1330>



© The Author(s).

DOI: <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.506895.1330>



## The Journal of *News Science*

Vol. 14, No. 3, Ser.55, Autumn 2025, P. 57-61

Journal homepage: <https://www.mjourcom.ir/>

DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.506895.1330>

---

### Open Access

### ORIGINAL ARTICLE

## The Role of Media in Political Participation in the Context of Modernization and Development: The Case of Revolutionary Iran

Zahra Baharvand Iran Nia<sup>1</sup>  | Fazel Kord<sup>2</sup> 

1. Corresponding author, Assistant Professor, Farhangian University of Iran, Tehran, Iran. Email: [Zaba3801@cfu.ac.ir](mailto:Zaba3801@cfu.ac.ir)
2. Ph.D. in Political Sociology, Independent Researcher. Email: [kordfazel3@gmail.com](mailto:kordfazel3@gmail.com)

Received: February 15, 2025

Accepted: October 29, 2025

---

### EXTENDED ABSTRACT

#### Interdiction:

Media have long been among the most central democratic institutions in mobilizing electoral resources, promoting political participation, and facilitating transitions toward modernization and development. They have played a vital role in enhancing the quality of electoral systems, political parties, and civil institutions. As the so-called "fourth pillar of democracy," the media serve as a critical intermediary between the people and the state, significantly shaping public opinion.

Mass media, both before and during transitions to modernization and development, have functioned as legitimizing agents and key players in defining political discourses and conflicts. Beyond encouraging political and civic participation, the media have also laid the groundwork for the emergence of a developmental and modernizing state. As products of the modern world, mass communication tools have proven influential in driving social, political, cultural, and economic phenomena.

The media provide a space for dialogue and exchange in the public sphere. Through news, commentary, analysis, and information dissemination, they can exert either positive or negative

impacts on political participation. Consequently, the content and coverage offered by the media significantly shape public perception and the formation of public opinion.

Within the literature of political sociology, it is fundamentally assumed that political behaviors and phenomena result from broader social factors. From this perspective, political participation—its nature and scope—is closely tied to communication media. Both traditional and modern media have influenced political participation, political development, political parties, political movements, and civil society institutions, and are often described as driving forces across cultural, social, political, and economic domains.

Domestically, mass media provide political information and news, fostering intellectual and attitudinal transformations that raise citizens' awareness of societal challenges and political-social developments. On this cognitive and ideological basis, individuals are driven toward civic and political engagement. Additionally, the tools offered by media platforms shape political inclinations, as users increasingly express support for peers and causes through their presence on social media.

This article aims to investigate the role of mass media in political participation by employing modernization theory. It seeks to answer the following research question: How have mass media influenced political participation within the framework of development and modernization? This question essentially applies a theoretical framework to an empirical subject, focusing on the significant role of media in facilitating political engagement.

#### **Method:**

This study employs modernization theory as the analytical framework to examine the relationship between mass media and political participation.

#### **Findings:**

Based on the existing literature, the role of media in political development and modernization is significant and undeniable. In the context of political and social transformations, media have served as instruments for collective action and as communication channels linking citizens to one another and to the state. They have played a decisive role in political and electoral participation and in shaping public opinion. As the fourth pillar of democracy and a vital link between politicians and the public, media act as powerful social and cultural tools that influence public attitudes, behaviors, and political socialization.

In essence, media are powerful agents in the formation of public opinion and have demonstrable influence on political and social changes. Their impact, however, is contingent upon societal structure, the nature of the political regime, and the strength of civil society. Through media, citizens gain awareness, and media assume a central role in informing, raising consciousness, and mobilizing resources for political engagement.

Media serve not only as producers of discourse but also as distributors of ideological content that fuels political participation. As one of the most fundamental democratic institutions, mass media are pivotal in mobilizing electoral resources and facilitating the transition toward development and modernization. They have contributed substantially to the improvement of electoral systems, political parties, and civil institutions.

Moreover, media define discursive headlines and political debates. As products of the modern and industrial world, they have demonstrated their influence across social, political, economic, and cultural phenomena. As such, they have played both constructive and, at times, detrimental roles in political participation and are often referred to as driving forces in these domains.

Domestically, mass media provide political news and information that foster intellectual transformation and shift citizens' perspectives toward societal challenges and political

developments. This attitudinal foundation ultimately leads citizens to greater political and electoral participation. By enhancing awareness, breaking state monopolies over political discourse, and promoting civic engagement, media facilitate participation, domestic political dialogue, the strengthening of civil institutions and political parties, and the direction of social movements.

Within this framework, development is understood as the outcome of modernization, which itself is a process of transforming a traditional society into a modern, industrial one. Every political order is built upon social trust and public will, and its legitimacy and continuity depend on citizen participation in shaping their destiny and selecting their leaders. Scholars argue that the primary function of media in the modernization process is to respond to public expectations and generate motivation for progress and development. This is achieved by presenting developed countries as models—highlighting their strengths and weaknesses—thereby enabling citizens to make informed choices.

Given that development is a collective endeavor requiring national cohesion between intellectual and instrumental elites, mass media play an essential role in clarifying goals, policies, and plans, and in creating a shared understanding of challenges. If modernization is understood as the transformation from traditional to modern societies, then such change occurs through the symbols of modernization, including urbanization, education, and technology.

### **Conclusion:**

Accordingly, the social context of Iranian society in recent decades—shaped by modernization-oriented policies and cultural shifts—has undergone considerable change. The influence of mass and social media on political, social, cultural, and economic modernization is evident, having brought significant changes to family and community structures, sometimes challenging their integrity. With the advent of modern and digital media, emotional and value-based bonds have weakened, individualism has taken precedence over collectivism, and political and social modernization has led to increased exposure to diverse cultures and traditions.

#### **Data Availability Statement**

Data available on request from the authors.

#### **Acknowledgements**

The authors would like to thank anonymous reviewers.

#### **Ethical considerations**

Not applicable.

#### **Funding**

Not applicable.

#### **Conflict of interest**

The authors declare no conflict of interest.

### **References:**

- Abraham, A. (2008). *The Shift in Social Conception of Old Age: A Case Study of the Aged Population in Pathanamthitta District* (PhD Thesis). Mahatma Gandhi University, Kottayam. (Published online 2013).
- Azghandi, A., et al. (2018). Examining the Relationship Between the State and the New Middle Class in the Islamic Republic of Iran: A Case Study (1997–2005). *Rahyafte Enqelab-E Eslami*, 12(44). (In Persian).
- Chen, J., & Lu, C. (2011). Democratization and the Middle Class in China: The Middle Class's Attitudes Toward Democracy. *Political Research Quarterly*, 64(3), 705–719.
- Eisenstadt, S. N. (1964). Modernization and Conditions of Sustained Growth. *World Politics*, 16(4), 576–595.
- Eslamzadeh, B., et al. (2017). Qualitative Analysis of the Role of Social Modernization Along with Virtual Media on Family Structure. (In Persian).
- Hashemzādeh, F., & Ebadati, N. (2016). The Relationship Between National Media Cultural Promotion and the Development Process in Iran. *\*Journal of Communication Sciences\**, 5(3), 101–128. (In Persian).
- Huntington, S. P. (1965). Political Development and Political Decay. *World Politics*, 17(3), 386–430.

- Huntington, S. P. (1968). *Political Order in Changing Societies*. New Haven & London: Yale University Press.
- Huntington, S. P. (1991). *Political Order in Changing Societies* (M. Salasi, Trans.). Tehran: Elm Publications. (In Persian).
- Huntington, S. P. (1994). *The Third Wave of Democratization at the End of the Twentieth Century* (A. Shahsa, Trans.). Tehran. (In Persian).
- Huntington, S. P. (2011). *Political Order in Changing Societies* (M. Salasi, Trans.). Tehran: Elm Publications, Ministry of Interior, Report on Electoral Results. (In Persian).
- Jamshidihā, T. (2017). The Historical Trend of the Emergence of a Developmental State in Iran with Emphasis on the Post-War Period. *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, 14(1), 113–155. (In Persian).
- Khajeh, H. (2017). Hashemi Rafsanjani's Legacy in the Political-Social Sphere (Expansion of the New Middle Class). *International Political Studies Quarterly*, 2(4), 175–191. (In Persian).
- Kord, F. (2022). Political-Media Scaffolding of the New Middle Class Toward Building or Capturing a Facilitating State (1997–2017). *Journal of Communication Sciences*, 11(1), 163–200. (In Persian).
- Kord, F. (2022). Political-Media Engagement of the New Middle Class in the Idea of Good Governance (Post-Revolutionary Iran). *Journal of Communication Sciences*, 10(39), 185–223. (In Persian).
- Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York: Free Press.
- Lipset, M. (2002). *Encyclopedia of Democracy\** (K. Khani & N. Moradi, Trans.). Tehran: Ministry of Foreign Affairs, Specialized Library. (In Persian).
- Mohammadi, H., & Rostampour, M. (2017). The Government's Approach to the New Middle Class in the Islamic Republic of Iran (1989–1997). *National Interests Studies Quarterly*, 2(8), 57–81. (In Persian).
- Raeisi Dehkordi, Z., & Rezvani Pour, F. (2015). Exploring the Role of Media in Political Development. Conference Paper. (In Persian).
- Tavakoli, F. (2011). The Role of Media in Cultural Democracy of the Contemporary World. *Interdisciplinary Journal of Culture and Media Studies*, Spring & Summer, 85–98. (In Persian).
- Zahedi, M. J. (2013). A Sociological Study of the Impact of the Modernization Process on Family Structure. *Quarterly of Women and Family Cultural-Social Council*, 16(61), 5–28. (In Persian).
- Abedi Ardakāni, M. (2002). *Tradition and Political Modernization*. Yazd: Reyhānat Al-Rasoul Cultural Foundation. (In Persian).
- Casino, J. (1985/2003). *The Power of Television* (A. Asadi, Trans.). Tehran: Amir Kabir Publications. (In Persian).
- Ghavām, A. (1991). *Political Development and Administrative Transformation*. Tehran: Ghoomes Publications. (In Persian).
- Lawā'i, S. (2001). *The Challenge of Modernity: The Arab World in Search of Authenticity* (A. Movahedi, Trans.). Tehran: Dadgostar Publications. (In Persian).
- Mohammadpour, A. (2013). *The Experience of Modernization: Study of Change and Development in Hawraman Using Grounded Theory*. Tehran: Sociologists Publications. (In Persian).
- Mosaffā, N. (1996). *Women's Political Participation in Iran*. Tehran: Ministry of Foreign Affairs. (In Persian).
- Naqibzadeh, A. (1989). *Modernization and Political Transformation*. Tehran: Safir Publications. (In Persian).
- Shirzādi, R. (1994). *Development Programs in Post-Revolutionary Iran*. (In Persian).
- Statistical Center of Iran. (2007–2016; 2018–2024). *Two National Statistical Yearbooks*. Tehran: Statistical Center of Iran. (In Persian).
- Sardār Abadi, Kh. (2004). *A Comparative Study of the Impact of Mass Media, Modern Communication Technologies, and Interpersonal Communication on Students' Political Knowledge* (Unpublished Doctoral Dissertation). Tarbiat Modares University. (In Persian).





## نقش آفرینی رسانه‌ها بر مشارکت سیاسی در راستای نوسازی و توسعه

زهرا بهاروند ایران نیا<sup>۱</sup> و فاضل کُرد<sup>۲</sup>

۱- استادیار گروه علوم تربیتی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران، (نویسنده مسئول) رایانامه: [zaba3801@cfu.ac.ir](mailto:zaba3801@cfu.ac.ir)

۲- دکترای جامعه‌شناسی سیاسی از دانشگاه علامه طباطبائی و پژوهشگر آزاد، لرستان، ایران، رایانامه: [kordfazele3@gmail.com](mailto:kordfazele3@gmail.com)

### اطلاعات مقاله

نوع مقاله: مقاله پژوهشی

### چکیده:

**هدف:** هدف اصلی پژوهش چگونگی نقش آفرینی رسانه‌ها بر مشارکت سیاسی در راستای نوسازی و توسعه در ایران است. رسانه‌ها از محوری‌ترین نهادهای دموکراتیک در بسیج منابع رای‌دهی و مشارکت‌های سیاسی-انتخاباتی در گذار به توسعه و نوسازی بوده‌اند و در بهبود کیفیت نظام‌های سیاسی بازیگر عمده می‌باشند. پرسش پژوهش آن است که نقش آفرینی رسانه‌ها بر مشارکت سیاسی در راستای نوسازی و توسعه چگونه بوده است.

### تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۱۱/۲۷

**روش:** جمع‌آوری اطلاعات و داده‌ها به صورت کتابخانه‌ای و بر اساس منابع اسنادی و اینترنتی بوده و روش آن روش تاریخی با رویکرد توصیفی و تحلیلی مورد ارزیابی قرار گرفته است.

### تاریخ بازنگری:

۱۴۰۴/۷/۱۲

**یافته‌ها:** رسانه‌ها با نقش آفرینی و اثربخشی بر افکار عمومی، هدایت‌گر و جهت‌دهنده فکری در راستای رقابت‌های سیاسی و انتخاباتی بوده و به عنوان عنصری اثربخش بر ساخت دولت و قدرت سیاسی، نقش آفرین در تحولات سیاسی و مشارکت سیاسی و گذار به توسعه و نوسازی بوده‌اند.

### تاریخ پذیرش:

۱۴۰۴/۸/۷

### تاریخ انتشار:

۱۴۰۴/۹/۳۰

**نتیجه‌گیری:** یافته‌های پژوهش نشان داده است که رسانه‌ها ابزار آگاهی‌بخش در خدمت‌کنش‌های جمعی و همچنین کانال ارتباطی میان شهروندان با هم و شهروندان با دولت بوده و نقش تعیین‌کننده‌ای در مشارکت‌های سیاسی و جهت‌دهی به افکار عمومی در راستای توسعه و نوسازی داشته‌اند. میان وسایل ارتباط جمعی و مشارکت سیاسی رابطه معناداری وجود دارد به این معنا که رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان مشارکت سیاسی نقش مثبت و گاه منفی داشته‌اند. رسانه‌ها علاوه بر تولید گفتمان‌های سیاسی و فکری و زمینه‌سازی آزادی‌های مدنی، مهم‌ترین سرمایه اجتماعی تلقی شده که پیوند‌های اجتماعی و انگیزه‌های مشارکت را گسترش و یا کاهش می‌دهند.

### کلیدواژه‌ها:

رسانه،  
مشارکت سیاسی،  
نوسازی،  
توسعه.



**استناد:** بهاروند ایران نیا، زهرا و کُرد، فاضل. (۱۴۰۴). نقش آفرینی رسانه‌ها بر مشارکت سیاسی در راستای نوسازی و توسعه. فصلنامه علوم خبری، ۱۴ (۳)،

۲۳۹-۲۲۶.



DOI : <http://doi.org/10.22034/lrsi.2025.506895.1330>

© نویسندگان.

## ۱- مقدمه

رسانه ها از محوری ترین نهادهای دموکراتیک در بسیج منابع رای دهمی و مشارکت های سیاسی و گذار به نوسازی و توسعه بوده و در بهبود کیفیت نظام های انتخاباتی، احزاب سیاسی و نهادهای مدنی نقش حیاتی را بازی کرده اند. رسانه ها به عنوان رکن چهارم دموکراسی حلقه واسطه میان مردم و حکومت بوده که نقش مهمی در شکل دهی به افکار عمومی داشته اند. رسانه های جمعی پیش و پس از گذار به نوسازی و توسعه نقش مشروعیت دهی و تعیین کننده موضوعات گفتمانی و نزاع های سیاسی بوده اند. رسانه ها علاوه بر تشویق شهروندان به مشارکت سیاسی و مشارکت عمومی، زمینه ساز گذار به دولت توسعه گرا و نوساز نیز بوده اند. وسایل ارتباط جمعی ره آورد دنیای جدید در راه توسعه و نوسازی و همچنین اثربخش بر پدیده های اجتماعی و سیاسی و فرهنگی و اقتصادی می باشند. رسانه ها جمعی فضایی برای تبادل نظر و بحث و گفتگو در حوزه عمومی اند که از طریق اخبار، نظرات، تحلیل ها و اطلاع رسانی نقش منفی و یا مثبت در مشارکت سیاسی داشته اند. بنابراین رسانه ها از طریق محتوا و پوشش بر چگونگی درک افراد جامعه و شکل گیری افکار عمومی نقش بسزایی داشته اند. در ادبیات جامعه شناسی سیاسی فرض پایه بر آن است که پدیده ها و رفتارهای سیاسی محصول عوامل اجتماعی اند و از همین نگاه می توان گفت که مشارکت سیاسی و کم و کیف آن در ارتباط کامل با رسانه های ارتباطی است. رسانه های ارتباطی جدید و قدیم بر مشارکت سیاسی، توسعه سیاسی، احزاب و جریان های سیاسی و نهادهای مدنی تاثیر گذار بوده و از آنان به عنوان موتور محرکه در حوزه های فرهنگی و اجتماعی و سیاسی و اقتصادی یاد شده است. رسانه های همگانی در سطح داخلی با در اختیار قرار دادن اطلاعات و اخبار سیاسی و تحول فکری و نگرشی، شهروندان را نسبت به چالش ها و واقعیت های جامعه و تحولات سیاسی و اجتماعی آگاه می کنند و به واسطه این پشتوانه فکری و نگرشی است که شهروندان به سمت مشارکت سیاسی و مدنی هدایت می شوند. در همین راستا، با توجه به ابزارهایی که در اختیار کاربران قرار می دهند بانی گرایش های سیاسی شده و افراد با حضور در شبکه های اجتماعی به حمایت از اطرافیان خود می پردازند. مقاله حاضر می کوشد با هدف نقش رسانه های همگانی بر مشارکت سیاسی و استفاده از نظریه نوسازی به این پرسش پاسخ دهد که نقش آفرینی رسانه های همگانی بر مشارکت سیاسی و در راستای توسعه و نوسازی چگونه بوده است؟ سوال مطرح شده در واقع تطبیق یک نظریه با یک موضوع بوده که در آن به نقش برجسته رسانه ها بر مشارکت سیاسی توجه شده است.

## ۲- مفاهیم اصلی پژوهش

### ۲-۱ رسانه

در تحولات سیاسی و اجتماعی، وسایل ارتباط جمعی و شبکه‌های ارتباطی ابزارهایی در خدمت کنش‌های جمعی و کانال ارتباطی میان شهروندان با دولت و میان شهروندان با هم می‌باشند. رسانه‌ها نقش تعیین‌کننده در مشارکت‌های سیاسی و همگانی و جهت‌دهنده اصلی به افکار عمومی بوده و نقش محوری در اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و بسیج‌گر منابع در عرصه عمومی می‌باشند. رسانه‌های جمعی ابزارهایی می‌باشند که از طریق آنها، افراد زیادی با هم در ارتباط بوده و سبب تحول و تغییر در جامعه می‌شوند و افکار و عقاید و نگرش‌های جدید را به بستر اجتماعی تزریق می‌کنند. دانیل لرنر بر این باور است که ارتباطات زمینه‌ساز بسیج سیاسی و اجتماعی بوده و توسعه سیاسی را سامان می‌بخشند، بنابراین میان وسایل ارتباطات جمعی و مشارکت مردمی در امر سیاسی رابطه معناداری وجود داشته و با ورود رسانه‌های جدید به زندگی افراد، نوع جدیدی از روابط میان مردم با هم و مردم با نظام سیاسی شکل می‌گیرد. منظور از رسانه‌های همگانی و گروهی مجموعه‌ای از وسایل ارتباطی دیداری و شنیداری اعم از رادیو، تلویزیون، مطبوعات، تلفن همراه، اینترنت، واتساپ، تلگرام، فیسبوک، توئیتر است که توانایی تأثیرگذاری بر ذهنیت افکار عمومی را داشته و ارتباط میان افراد جامعه را تسهیل می‌کنند. در این میان یکی از مشخص‌ترین کارکردهای رسانه‌ای کارکرد سیاسی آن است که به بهره‌گیری از قدرت به راحتی می‌تواند جریان‌ها و گرایش‌های سیاسی را برای مخاطبان خود تبیین و راهبری کند (ژان کازینو، ۱۳۶۴، ۱۰۲).

### ۲-۲ مشارکت سیاسی

مشارکت سیاسی از مهمترین مفاهیم جامعه‌شناسی سیاسی است که با رواج بحث توسعه سیاسی جایگاه ویژه‌ای را در علم سیاست و جامعه‌شناسی سیاسی باز کرده است. دایره المعارف بین‌المللی علوم اجتماعی مشارکت سیاسی را فعالیت داوطلبانه اعضای جامعه در انتخاب حکام و رهبران و شرکت مسقیم و غیر مستقیم در سیاست‌گذاری عمومی تعریف کرده است (مصفا، ۱۳۷۵، ۱۱۹). در واقع هدف از مشارکت سیاسی نقش آفرینی رسانه و احزاب سیاسی و جریان‌های سیاسی در راستای روند ساخت دولت است. مشارکت سیاسی نوعی کنش جمعی است که رفتار شهروندان و رفتار سیاسی آنان را در بر می‌گیرد. در این میان رای‌دهی و مشارکت انتخاباتی آشکارترین نوع مشارکت برای اغلب شهروندان در جوامع مردم‌سالار بوده که بر پایه اعتماد و اراده عمومی استوار است و مشروعیت و استمرار هر نظم سیاسی وابسته به مشارکت سیاسی مردم در سرنوشت خود می‌باشد. بر همین مبنا ساموئل هانتینگتون در نظریه نوسازی خود، مشارکت سیاسی را فعالیت شهروندان به منظور تأثیرنهادن بر فرآیندهای تصمیم‌گیری سیاسی دولت می‌داند (هانتینگتون، ۱۳۹۰، ۷۷).

### ۲-۳ نوسازی و توسعه

توسعه یک جریان تاریخی با بازیگری نخبگان فکری و ابزاری و با مشارکت همگی و همگام است که عامل تغییر در جوامع است. در واقع توسعه نتیجه رشد و تکامل و نوسازی است و نوسازی فرآیندی برای دگرگونی از جامعه سنتی به سمت جامعه‌ای مدرن و صنعتی تعریف شده و شامل تحول در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی و روانی است. از نگاه مایکل تو دارو توسعه جریانی چند بعدی است که مستلزم تغییرات اساسی در ساخت اجتماعی، طرز تلقی مردم و نهادهای ملی و نیز تسریع رشد اقتصادی، کاهش نابرابری و ریشه‌کن کردن فقر مطلق است. در واقع نوسازی فرآیند چند بعدی است که تمام عرصه‌ها و بخش‌های اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد و یک نوع برنامه‌ریزی در تمام ابعاد سیاسی و اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی است. مفهوم نوسازی در نگاه اقتصاد دانان و سیاستمداران و جامعه‌شناسان در بر دارنده مفاهیمی است که از ارزش‌های حاکم بر آنها سرچشمه می‌گیرد. پاره‌ای از اندیشمندان علوم سیاسی نیز نوسازی را به ساختارهای سیاسی تنوع یافته و تخصصی شده و نیز توزیع اقتدار سیاسی در میان کلیه بخش‌ها و حوزه‌های جامعه مرتبط می‌سازند (S.N. Eisenstadt، 1964) ساموئل هانتینگتون نیز نوسازی را بر اساس میزان صنعتی شدن، تحرک و تجهیز اجتماعی، مشارکت سیاسی و رشد

اقتصادی مورد ارزیابی قرار می‌دهد و معتقد است که از آنجایی که در فرآیند نوسازی و توسعه سیاسی تقاضاهای جدیدی به صورت مشارکت و ایفای نقش‌های جدیدتری ظهور می‌کنند، لذا نظم سیاسی باید از ظرفیت و توانایی‌های لازم برای تغییر وضعیت بر خوردار باشد، در غیر این صورت سیستم با بی‌ثباتی و هرج و مرج و اقتدارگرایی و زوال سیاسی مواجه خواهد شد (S. Huntington, 1968). اغلب تئوری‌ها و نظریه‌های نوسازی و توسعه، مستقیم و غیرمستقیم از مقایسه جوامع توسعه یافته و جوامع توسعه نیافته و یا در حال رشد شکل گرفته‌اند. اقتصاد دانان نوسازی را از نگاه کاربرد تکنولوژی و فراهم کردن وسایل افزایش بازده سرانه مورد توجه قرار می‌دهند و پژوهشگران سیاسی به تغییرات در نظام سیاسی، ساخت قدرت و مشارکت مردمی و باور‌ها و ارزش‌ها توجه دارند. در نگاه اقتصادی والت روستو در کتاب مراحل رشد اقتصادی به تقابل جامعه سنتی با جامعه مدرن اشاره دارد و مراحل رشد مورد نظر او از وضعیت سنتی (وجه اقتصادی) به وضعیت مدرن منتقل می‌کند. روند توسعه سیاسی بخشی از تلاش بازیگران مدنی و سیاسی در راستای آبادانی بوده و برنامه‌های توسعه نیز متأثر از تحولات سیاسی و الزامات داخلی است. برخی از پژوهشگران توسعه را به معنای رشد درآمد سرانه در مناطق اقتصادی کم توسعه می‌دانند و برخی نیز دگرگونی را نه تنها در حوزه اقتصادی، بلکه به جنبه‌های سیاسی و اجتماعی و فرهنگی نیز توجه نموده‌اند. عبدالعلی قوام (۱۳۷۰) در تحول اداری و نوسازی سیاسی به این نکته اشاره دارد که آیا نظام اداری از توسعه و رشد لازم برخوردار است؟ و اگر نظم اداری از نارسایی‌های جدی رنج می‌برد و از امکانات کافی برخوردار نیست، چگونه می‌تواند مسئولیت توسعه اقتصادی و اجتماعی را بر عهده بگیرد؟ در بسیاری از موارد توسعه و نوسازی سیاسی مترادف هم دانسته می‌شوند، اما پاره‌ای از محققان توسعه سیاسی را خیلی کلی‌تر و عام‌تر از نوسازی سیاسی تلقی می‌کنند و باور دارند که نوسازی سیاسی در بطن توسعه سیاسی جای می‌گیرد و ویژگی‌های آن را همبستگی میان ساختارها و عملکردها برای ابتکار و نوآوری، وجود ساختارهای اجتماعی و تخصصی شده و انعطاف‌پذیری می‌دانند، رضا شیرزادی (۱۳۷۷) در برنامه‌های توسعه در ایران توسعه را علاوه بر بهبود میزان تولید و درآمد، شامل دگرگونی‌های اساسی در ساختارهای نهادی، سیاسی و اجتماعی و حتی دیدگاه‌های عمومی مردم می‌داند.

### ۳- پیشنهاد پژوهش

عمده پژوهش‌های صورت گرفته در راستای دولت توسعه‌گرا و نوسازی سیاسی و اجتماعی و اثربخشی رسانه‌ها در این مورد است. در این میان S.N. Eisenstadt بر این باور است که نوسازی به ساختارهای سیاسی تنوع یافته و تخصصی شده و نیز توزیع اقتدار سیاسی در میان کلیه بخش‌ها و حوزه‌های جامعه است. ساموئل هانتینگتون (۱۹۶۵) نوسازی را بر اساس میزان صنعتی شدن، تحرک اجتماعی و تجهیز اجتماعی، مشارکت سیاسی و رشد اقتصادی مورد ارزیابی قرار می‌دهد. احمد نقیب زاده و همکاران (۱۳۸۵) میزان عقب ماندگی توسعه سیاسی را با مشروعیت سیاسی و نهادی شدن ربط می‌دهند و شاخص‌های توسعه سیاسی را میزان مشروعیت و اعتماد مردم، مشارکت مردم با نهادهای اجتماعی و سیاسی، قانون‌گرایی و میزان اقتدار، توانایی عمل سیاسی، سازمان‌یابی نیروهای اجتماعی و ساخت سیاسی می‌دانند. جمشیدیها و تیموری (۱۳۹۶) در مقاله روند تاریخی ظهور دولت توسعه‌گرا در ایران، با تأکید بر دوره زمانی پس از جنگ، بر این باور اند که روند تغییر محیط اقتصادی و اجتماعی، دامنه جغرافیا، تنوع کارکردی بیشتری به دولت توسعه‌گرا بخشیده و سنخ‌های متفاوتی از دولت‌های توسعه‌گرا را در میان مناطق جغرافیایی بوجود آورده است. مجیدی و رستم‌پور (۱۳۹۶) حسن‌خواجه (۱۳۹۶) از غندی و همکاران (۱۳۹۷) در مقالات نوشتاری خود، به رابطه دولت و طبقه متوسط جدید در راستای توسعه پرداخته‌اند. متقی و سجادی نیز در مقاله‌ای با نام دولت توسعه‌گرا در بسیج نیروهای تحصیل کرده بر این باورند که جوامع در حال توسعه آموزش نیروی انسانی را در اولویت خود قرار می‌هند که پتانسیل بالایی را برای توسعه و نوسازی کشورهای در حال توسعه ایجاد بکنند. فاطمه هاشم‌زاده - نرجس عباداتی (۱۳۹۵) در بررسی رابطه فرهنگ سازی رسانه ملی با فرایند توسعه در ایران، میان فرهنگ سازی رسانه ملی با فرایند توسعه سیاسی و اقتصادی رابطه معناداری دانسته‌اند و رادیو تلویزیون را دارای نقش کلیدی در توسعه و ابزارهای قدرتمند در جهت زمینه سازی در راستای توسعه میدارد. در همین زمینه فاضل کرد (۱۴۰۱) در مقاله داربست‌های سیاسی - رسانه‌ای طبقه

متوسط جدید در راستای ساخت یا تسخیر دولت تسهیلگر مشارکت و رقابت سیاسی و رسانه‌های همگانی را ابزارهای کلیدی در مشارکت سیاسی و ساخت دولت حداقل و تسهیلگر دانسته است، چرا که نظم سیاسی برپایه اعتماد و اراده عمومی است و مشروعیت وابسته به مشارکت سیاسی در سرنوشت خود است وی همچنین در مقاله بازیگری سیاسی - رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب (۱۴۰۰) رقابت و مشارکت سیاسی، رسانه‌های همگانی، دولت حداقل و پاسخگو، توانمندی نهادهای مدنی، فرهنگ سیاسی و تکنوکراسی در بروکراسی را ابزارهای کلیدی در راستای حکمرانی خوب معرفی کرده است.

از نگاه دیگر فائزه توکلی (۲۰۱۱) در مقام نقش رسانه‌ها در دموکراسی فرهنگی در جهان معاصر بر این باور است که با گسترش رسانه‌های جمعی در سطح داخلی و خارجی و تاثیر گذاری آنها بر نهادهای فرهنگی جامعه، عناصر مشترک فرهنگ‌های مختلف در اثر تماس و آمیزش و ارتباط فرهنگی است. موسوی و پورعلی در یادداشت مشترکی برای دیپلماسی ایرانی بر نقش رسانه بر دموکراسی‌ها و چرایی اهمیت آن پرداخته‌اند، آنان رسانه‌ها را در مشارکت دموکراتیک دارای نقش بسزایی دانسته‌اند که فضایی برای تبادل نظر، بحث و گفتگو ایجاد می‌کنند، فضایی که آنان آن را حوزه عمومی نام می‌برند، آنان همچنین بر این باورند که رسانه‌ها کانال ارتباطی میان سیاستمداران و مردم‌اند که در این فرآیند صدای مردم توسعه رسانه شنیده می‌شود. رسانه‌ها در این روند نقش آموزش دهنده و سرگرم کننده داشته و نقش مهمی در شکل دادن به افکار عمومی را ایفا می‌کنند. رئیسی و همکاران (۱۳۹۴) در واکاوی نقش رسانه‌ها در توسعه سیاسی بیان می‌دارند که عصر حاضر عصر ارتباطات بوده و بی تردید بزرگترین رساله اطلاع رسانی بر دوش رسانه‌های جمعی است. آنان همچنین عقیده دارند که رسانه‌ها با گسترش مرزهای جغرافیایی، فرهنگی و سیاسی هویت انسان معاصر را تحت تاثیر قرار داده و به نقش انکار ناپذیر رسانه‌ها در هدایت و شکل دهی به افکار عمومی و اثربخشی بر تحولات سیاسی و اجتماعی توجه کرده‌اند.

#### ۴- چارچوب نظری و روش پژوهش

بر اساس الگوهای مطرح شده توسط اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی و سیاسی، عوامل مختلفی در فرآیند نقش آفرینی رسانه‌ها بر مشارکت سیاسی و دموکراسی و توانمند سازی دولت توسعه‌گرا موثر بوده‌اند. یکی از نظریه‌های که این عوامل را براساس مولفه‌های مشترک به هم پیوند زده است نظریه‌های نوسازی است که در واقع نگاه اثربخشی رسانه را بر مشارکت سیاسی و دموکراسی و ساخت دولت توسعه‌گرا را به هم پیوند می‌زند. نظریه نوسازی به مشارکت سیاسی و گذار به دموکراسی و ساخت دولت توسعه‌گرا نگاهی تک خطی داشته و مدعی است که با گسترش مدرنیزاسیون، سطح درآمد و سطح با سواد و شهرنشینی و ارزش گذاری آزادی افزایش یافته که در نهایت موجب دموکراتیزه شدن یک جامعه و نهادهای آن خواهد شد (چن و همکاران، ۲۰۱۱، ۷۰۶) براین اساس گسترش مدرنیزاسیون و با سواد و آزادی در مشارکت سیاسی به گذار جامعه به دموکراسی و فریه شدن دولت توسعه‌گرا و کنش جمعی نیروهای اجتماعی منجر خواهد شد. به بیان دیگر، میان نوسازی اقتصادی و نوسازی سیاسی و ساخت دولت توسعه‌گرا رابطه معناداری وجود دارد، به این معنا که هر چه سطح مداخله و قدرت نفوذ گذاری نیروهای مدنی در بدنه دولت افزایش یابد، فرآیند گذار به دموکراسی حالتی عملیاتی بخود می‌گیرد. نظریه نوسازی مدعی است که توسعه یافتگی تقویت کننده مشارکت سیاسی و پایه تغییرات اجتماعی و سیاسی است و در این بستر منافع نیروهای اجتماعی را در حوزه مدنی و رسانه‌ای و احزاب سیاسی تضمین می‌کند. اکثریت تئوری پردازان نظریه نوسازی بر این باورند که صنعتی شدن، شهرنشینی، با سواد، و توسعه رسانه‌ای به توسعه یافتگی و رشد نیروهای اجتماعی کمک می‌کند. در این میان موثرترین نظریه پردازان نوسازی ساموئل هانتینگتون، سیمور مارتین لیپست، و دانیل لرنرا می‌توان نام برد. لیپست با مطالعه بر دموکراسی و نهادهای مدنی و ارزش‌ها و فرایندهای آن بر این باور است که پیشرفت و توسعه سرمایه‌داری پیش نیاز دموکراسی و ثروت اقتصادی موجب توسعه آموزشی و گسترش شهرنشینی، ارتقا سواد و تقویت رسانه‌های جمعی می‌گردد که در نهایت تحقق مشارکت سیاسی و دموکراسی و حرکت به سمت دولت توسعه‌گرا را هموار می‌کند، وی با شاهد آوردن از تاریخ باور دارد که توسعه دموکراسی محصول توسعه اقتصادی است، چرا که توسعه اقتصادی به ظهور نیروهای اجتماعی مدرن و مدنی و به تضعیف

قدرت دولت می‌انجامد. در همین راستا تضعیف قدرت دولت موجب افزایش احترام به حقوق انسانی و حاکمیت قانون بوده که پایه حکومت دموکراسی را تشکیل می‌دهد (لییست، ۱۳۸۱، ۱۴) از نگاه دیگر و در همین زمینه دانیل لرنر مسائل سیاسی و اجتماعی خاورمیانه و از جمله ایران را نوسازی و الگوی خطی مبتنی بر تجربه غرب دانسته است. او بر این باور است که رشد شهرنشینی منجر به افزایش سطح سواد و افزایش این دو به افزایش کارایی رسانه‌ای و در نهایت به مشارکت سیاسی می‌انجامد (لرنر، ۱۹۵۸، ۴۶).

او بر این اعتقاد است که اکثر مردم در این کشورها به دلیل الگوهای نوسازی سه گانه و قابل اندازه‌گیری (شهرنشینی، باسوادی، و گسترش رسانه‌ها) واجد حس مشارکت‌جویی می‌باشند. وی معتقد است که رهبری گذار به دموکراسی به عهده مردان باسواد و غیر کشاورزی است که در آن جهت زندگی سنتی به سمت مدرن و سرعت تغییر را تابعی از تعداد افرادی می‌دانند که در حال گذار قرار دارند (لرنر همان، ۸۳) نظریه لرنر از آن جهت دارای اهمیت است که تجربه کشورهای خاورمیانه و از جمله ایران را با خود به همراه داشته و الگوی سه گانه فوق در تحولات سیاسی و اجتماعی به نوعی در ایران قابل استفاده بوده است. از نگاه وی بین رسانه و سواد رابطه متقابلی وجود دارد، به طوری که که سواد موجب گسترش رسانه و رسانه نیز به توسعه کمک خواهد کرد. به عبارت دیگر افزایش شهرنشینی موجب افزایش میزان باسوادی و دسترسی به رسانه می‌شود و افزایش این دو سبب افزایش مشارکت و حرکت به سمت توسعه سیاسی خواهد شد. بنابراین افزایش شهرنشینی منجر به باسوادی و دسترسی به رسانه و پیامد این دو منجر به رشد نیروهای اجتماعی و در نهایت به خلق توسعه سیاسی می‌انجامد. دیگر نظریه پرداز نوسازی ساموئل هانتینگتون است، او به عوامل مختلف و موثر در دموکراسی شدن می‌پردازد که در آن مفهوم توسعه اقتصادی نقش اثربخشی خواهد داشت (هانتینگتون، ۱۳۷۳، ۶۹) وی در کتاب موج سوم دموکراسی تلاش کرده است که زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و بین‌المللی را به همراه نقش بازیگران اجتماعی و سیاسی ترکیب نماید و نظریه تلفیقی برای دموکراتیزه شدن ارائه نماید (همان، ۸) به باور او توسعه اقتصادی به رشد نیروهای اجتماعی و کاهش نابرابری می‌انجامد و شکاف اقتصادی را کمتر می‌کند. او معتقد است که تحقق دموکراسی نیازمند نخبگان حاکم منعطف در ساخت قدرت سیاسی است تا امکان سازش و توافق میان آنان و نهادهای اجتماعی فراهم شود. به طور کلی در نظریه ترکیبی از زمینه‌ساختاری (توسعه اقتصادی و ظهور نیروهای اجتماعی) و نخبگان حاکم از عوامل اثر گذار بر دموکراسی در موج سوم می‌باشند. از آنجا که درک و شرایط گذار به دموکراسی و دولت توسعه‌گرا از طریق نیروهای اجتماعی و مشارکت سیاسی و دموکراسی در ایران کنونی منوط به مطالعه تاریخ سیاسی و اجتماعی است.

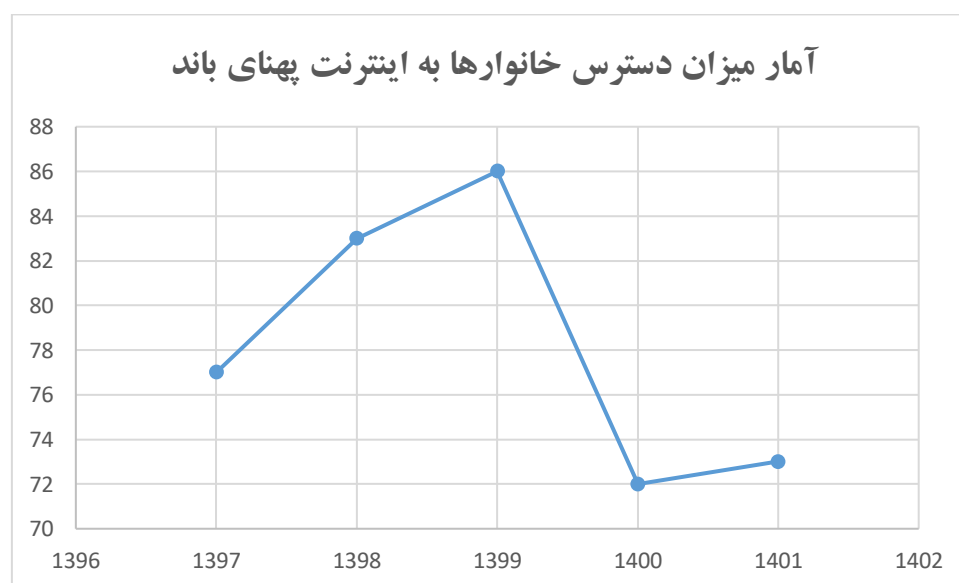
## ۵- نقش آفرینی رسانه‌ها در مشارکت سیاسی

هر نظم سیاسی بر پایه اراده عمومی و اعتماد اجتماعی استوار بوده و مشروعیت و استمرار هر نظم سیاسی وابسته به مشارکت سیاسی مردم در سرنوشت خود و انتخاب حکام در قالب ساخت دولت است. در این فرآیند مشارکت سیاسی شهروندان برای استقرار مردم‌سالاری و دموکراسی و ساخت دولت امری حیاتی است. مشارکت سیاسی و رفتار سیاسی از نشانه‌های مردم‌سالاری و تصمیم‌سازی و افزایش تقاضا برای سهمین شدن در قدرت سیاسی است. در فرآیند این گفت‌وگو، مشارکت به معنای اعتراض یا حرکتی مقاومتی نسبت به سیاست‌های موجود تلقی می‌شود. این‌که مردم به چه میزانی و چگونه رای می‌دهند رفتار انتخاباتی آنان را تشکیل می‌دهد و رفتار رای‌دهی اولین گام مشارکت سیاسی است. براساس مطالعات لییست مردان بیش از زنان و شهرنشینان بیش از روستا نشینان و متاهلین بیش از مجردین در مشارکت سیاسی و انتخاباتی فعال بوده‌اند. در میان همه عوامل و متغیرهای مداخله‌گر رسانه‌های ارتباط جمعی به درک افراد برای سامان سیاسی کمک می‌کنند. رسانه‌ها میدان و عرصه‌ای برای آگاهی بخشی و اطلاع‌رسانی و شکل‌دهی به افکار عمومی و فرصتی برای نامزدهای انتخاباتی در جهت تبلیغات در عرصه عمومی می‌باشند از نگاه دیگر نقش آفرینی رسانه‌ها بر محوریت افراد و رفتار سیاسی قابل توجه است، چرا که محوریت بانی نارضایتی اجتماعی می‌شود و رفتار رای‌دهی و رفتار سیاسی افراد را تحت پوشش قرار می‌دهد. مطالعات پژوهشگران نشان

از آن دارد که اینترنت مهم‌ترین منبع جمع‌آوری اطلاعات و اخبار سیاسی در میان نیروهای اجتماعی مدنی نسبت به سایر وسایل ارتباطی به مانند رادیو، تلویزیون، سینما و مطبوعات است و نقش آفرینی بیشتری داشته است، در این میان هر اندازه دسترسی افراد به رسانه‌های اجتماعی بیشتر و سریع‌تر باشد، مشارکت فعال سیاسی بیشتر یا کمتر خواهد شد. وسایل ارتباط جمعی بر تمایل افراد به گرایش سیاسی نیز اثربخش بوده است به طوری که هر اندازه رسانه‌های اجتماعی بازخورد بیشتری داشته باشند، مشارکت مدنی و حوزه عمومی تقویت شده و هر اندازه نفوذ و گسترش رسانه‌ها بیشتر می‌شود به همان اندازه محتوای رسانه‌ها متغیرهای تعیین‌کننده خواهند بود و اثرات مثبت و یا منفی بر جای خواهند گذاشت. وسایل ارتباط جمعی ابزاری در خدمت کنش جمعی و کانال ارتباطی میان شهروندان با هم و شهروندان با دولت بوده و نقش اثربخشی را در مشارکت‌های سیاسی و اجتماعی در جهت هدایت افکار عمومی داشته‌اند. وسایل ارتباط جمعی اعم از کلاسیک و مدرن نگرش‌های جدیدی را خلق می‌کنند و با ورود به زندگی افراد نوع جدیدی از روابط را شکل می‌دهند. وسایل ارتباط جمعی ابتدا در شکل کلاسیک آن به صورت دیداری و شنیداری (روزنامه، مطبوعات، رادیو و تلویزیون) ظاهر شدند و سپس وسایل ارتباط جمعی مدرن امکان برقراری ارتباط را میان شهروندان دوچندان کردند. از آنجا که میان رشد مشارکت سیاسی و توسعه رسانه‌ها رابطه معناداری وجود دارد، بنابراین از رهگذر وسایل ارتباط جمعی و توسعه آنان می‌توان به ارتباط وسایل جمعی با مشارکت سیاسی رسید. بر اساس داده‌های اماری مرکز آمار ایران در بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات، رقم استفاده خانوارهای ایرانی از تلفن همراه، و دیگر وسایل ارتباط جمعی رو به افزایش بوده است، جدول ذیل، تعداد درصد خانوارهای ایرانی را در فاصله سال‌های ۸۷ تا ۹۵ به شکل نمونه نشان داده و هر اندازه خانوارها از فضای اینترنت بیشتری استفاده بیشتری داشته‌اند، میزان نقش آفرینی آنان در مشارکت سیاسی بیشتر یا کمتر شده است.

جدول شماره یک: خانوارهای کشور بر حسب برخورداری از فناوری‌های ارتباطات ۱۳۸۷-۱۳۹۵

شرح کار	۱۳۸۷		۱۳۸۹		۱۳۹۲		۱۳۹۴	
	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد	تعداد	درصد
کل خانوارهای کشور	۱۸۷۷۹۴۷۹	٪۱۰۰	۲۰۲۸۶۲۴۷	٪۱۰۰	۲۲۸۲۱۷۷۰	٪۱۰۰	۲۴۲۹۹۷۵۸	٪۱۰۰
خانوارهای دارای تلفن	۱۷۶۶۷۰۲۰	۰۷/۹۴	۱۹۵۰۲۸۲۲	۱۳/۹۶	۲۲۲۶۲۸۱۱	۵/۹۷	۲۳۹۷۷۱۰۹	۶۷/۹۸
خانوارهای دارای رایانه	۵۶۶۵۹۰۲	۱۷/۳۰	۷۱۴۴۶۱۷۱	۲۲/۳۵	۱۰۴۶۸۴۰۷	۸۷/۴۵	۱۳۹۳۸۹۴۳	۳۶/۵۷
خانوارهای با دسترسی به اینترنت سکونت	۳۴۱۱۴۹۹	۲/۱۸	۴۳۳۶۵۶۷	۴/۲۱	۸۶۲۲۵۰۶۷	۸/۳۷	۱۳۴۷۹۸۱۵	۴۷/۵۵



سالنامه اماری، مرکز آمار ایران (بخش فناوری اطلاعات و ارتباطات ۱۳۹۵)

منبع: امار، فناوری و ارتباطات، مخابرات، مرکز آمار ایران سالنامه اماری

جدول فوق آمار میزان دسترسی خانوارهای ایرانی به اینترنت پهن باند در فاصله سال‌های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۱ را نشان می‌دهد که در آن میزان دسترسی خانوارهای ایرانی به اینترنت پهن باند حالتی نوسانی داشته که بیشترین میزان مربوط به سال ۱۳۹۹ و کمترین میزان دسترسی مربوط به سال ۱۴۰۰ است. با توجه به منحنی فوق میزان افزایش در سال ۱۳۹۷ به مقدار ۷۹.۲ درصد و در سال ۱۳۹۸ به مقدار ۸۴.۵ درصد و در سال ۱۳۹۹ به مقدار ۸۶ درصد و در سال ۱۴۰۰ به مقدار ۷۱ و در سال ۱۴۰۱ به مقدار ۷۱.۴ درصد بوده است. از نگاه دیگر از محتوای جدول می‌توان برداشت نمود که میان عوامل رسانه‌ای و گرایش به مشارکت سیاسی رابطه معنا داری وجود دارد. به این معنا که هر اندازه دسترسی مردم به رسانه‌های جمعی و شبکه‌های اجتماعی بیشتر باشد به همان اندازه تمایل به مشارکت سیاسی کاهش و یا افزایش داشته است، در این میان دسترسی شهروندان به رسانه‌های داخلی تمایل به مشارکت سیاسی را افزایش و دسترسی شهروندان به رسانه‌های خارجی تمایل آنان را به مشارکت سیاسی کاهش می‌دهد. بنابر ارقام آماری مرکز امار ایران، رشد و گسترش وسایل ارتباط جمعی نسبت به گذشته، فرصتی را برای نیروهای اجتماعی مدنی و سیاسی فراهم ساخته است تا سبک زندگی، نوع نگرش در حوزه اندیشه و رفتار خود را به موازات چنین تغییراتی تغییر دهند. همچنین با گسترش رسانه‌های ارتباطی اندیشه و نگرش‌های دموکراتیک و مشارکت سیاسی در ایران گسترش یافته و تلقی جدیدی از انسان نسبت به جهان اجتماعی و سیاسی در جامعه بوجود آورده است. رسانه‌ها فضایی را برای ایجاد روابط میان افراد و گروه‌ها بوجود آورده‌اند که در نهایت به تحکیم جامعه مدنی منجر شده و راه مشارکت سیاسی را به دموکراسی مهیا کرده است.

جدول ذیل میزان مشارکت را بر اساس نگرش‌ها در پنج دوره ریاست جمهوری را نشان می‌دهد، محتوای آماری این جدول نشان می‌دهد که در دوره هفتم رئیس جمهوری با توجه به شعار توسعه سیاسی، میزان مشارکت در راستای توسعه سیاسی و مدیریت رسانه‌ای و اثربخشی آن در بستر اجتماعی به وضوح دیده می‌شود.

نام رئیس جمهور	دوره	تعداد واجدین شرایط	تعداد شرکت کنندگان	میزان مشارکت
اکبر هاشمی	ششم	۳۰۱۳۹۵۹۸	۱۶۴۵۲۵۶۲	۵۴/۵۹
محمد خاتمی	هفتم	۳۶۴۶۶۴۸۷	۲۹۱۴۵۷۴۵	۷۹/۹۲
محمود احمدی نژاد	نهم	۴۶۷۸۶۴۱۸	۲۹۴۰۰۸۵۷	۶۲/۸۴
حسن روحانی	دوازدهم	۵۶۴۱۰۷۵	۴۸۳۶۶۰۸۵	۷۳/۳۳
ابراهیم رئیسی	سیزدهم	۵۹۳۱۰۳۰۷	۲۸۹۳۳۰۰۴	۴۸/۸

منبع: گزارش نتایج انتخابات ریاست جمهوری از طریق رسانه‌های وابسته به وزارت کشور

بنابراین پیش فرض پایه‌ای برای دموکراسی و مشارکت سیاسی و مدنی وجود شهروندان آگاه است. بدون وجود شهروندان آگاه به حقوق سیاسی و اجتماعی و مدنی دموکراسی دوامی ندارد و مشارکت هدفمند و آگاهانه‌ای رخ نخواهد. دسترسی آزاد شهروندان به اطلاعات سیاسی از طریق مجاری ارتباطاتی جامعه مدنی و رسانه‌های جمعی و تحول نگرش‌های ناشی از آن در جهت نظارت بر عملکرد مسئولان حکومتی و نهادهای سیاسی و ایفای نقش شهروندی مشارکت یک ضرورت است (سردارآبادی، ۱۳۸۳، ۱). بنابراین آگاهی و تربیت سیاسی و آموزش مدنی عناصر ضروری برای شهروندان مدنی و دموکراسی است و رسانه‌های مستقل نشانه‌های نیرومندی جامعه مدنی اند. رسانه‌ها در نظام‌های دموکراتیک قلمرو اطلاعات و افکار عمومی را شکل داده و دیدگاه‌های انتقادی و دموکراتیک را در سطح گسترده بازتاب می‌دهند. در این نوع نظام سیاسی، رسانه‌های جمعی راحت‌ترین معیارها برای داوری و قضاوت خواهند بود.

## ۶- نقش آفرینی رسانه‌ها بر فرآیند نوسازی:

نوسازی (تغییر اجتماعی) مفهومی کلی و چند بعدی است که از نظر اقتصادی (صنعتی شدن و شهرسازی و دگرگونی تکنولوژی کشاورزی) و از نظر سیاسی (عقلانی سازی اقتدار و رشد یک دستگاه دیوانسالاری عقلانی ساز) از نظر اجتماعی (تضعیف پیوند های انتصابی و سر بر آوردن اکتسابی به عنوان مبنای پیشرفت شخصی) و از نظر فرهنگی (طلسم زدایی، رشد علم و دنیوی سازی بر اساس مواد و صلاحیت های علمی فزاینده) را شامل می‌شود (لوای، صفی، ۱۳۸۰، ۱۳-۱۱) از نگاه دیگر نوسازی سیاسی به فرآیندی اطلاق می‌شود که از طریق آن نخبگان با هر نوع ایدئولوژی سیاسی به طور موفقیت آمیز در صدد تفسیر ارزش های بومی (ملی، فرهنگی و مذهبی) به گونه ای بر می‌آیند که بسیج و مشارکت مردمی، همبستگی، حس اعتماد به نفس، هویت فردی و اجتماعی، جرات و جسارت، و توان سیاسی و تاسیس نهادهای سیاسی و عقلانی و تخصصی و تفکیک یافته را در پی داشته باشد (عابدی اردکانی، محمد) (۱۳۸۱، ۴۶) هانتیگتون نیز نوسازی را به سه دسته تقسیم می‌کند، نخست آنکه نوسازی سیاسی مستلزم معقول شدن اقتدار سیاسی است، دوم اینکه نوسازی سیاسی به تمایز های کارکردهای سیاسی نوین و رشد ساختارها مرتبط است و سوم اینکه نوسازی سیاسی به اشتراک هر چه بیشتر گروه های اجتماعی سراسر جامعه در امور سیاسی نیاز دارد (هانتیگتون ساموئل (۱۳۷۰ صص ۵۶-۵۷) همچنین یاد آور می‌شود که نوسازی بر اساس میزان صنعتی شدن، تحرک و تجهیز اجتماعی، مشارکت سیاسی و رشد اقتصادی مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (هانتیگتون، ۱۹۶۸) به باور وی هر اندازه که یک نظام سیاسی از سادگی به پیچیدگی و از وابستگی به استقلال، از انعطاف ناپذیری به انعطاف پذیری و از پراکندگی به یگانگی گرایش پیدا کند، به همان نسبت به میزان توسعه سیاسی آن افزوده می‌شود. فرآیند توسعه و نوسازی سیاسی باعث دگرگونی جامعه سنتی می‌شود. در جامعه سنتی گروه های سنتی ایفای نقش می‌کنند که به صورت قومی و قبیله ای و نژادی می‌باشند، این گروه ها برای تداوم حیات سیاسی خود به ناچار باید الزامات جامعه مدرن را بپذیرند و یا اینکه از بین بروند (سیف زاده، حسین، ۱۳۶۸، ص ۶۵) بنابراین میان رسانه و نوسازی رابطه معناداری وجود دارد. رسانه های گروهی رفتار سیاسی و اجتماعی را تحت تاثیر قرار می‌دهند و بر شکل دهی ذهنیت افراد در جهت دهی سیاسی و اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی موثر می‌باشند و هدایت گر مردم در کف اجتماعی و در راستای آگاهی بوده اند. از نگاه دیگر نه تنها نقش آفرینی رسانه ها بر ذهنیت افراد جامعه، بلکه جامعه هم بر رسانه ها اثربخشی خود را نشان می‌دهد، چرا که رسانه ها خلق شده ذهنیت افراد جامعه می‌باشند، اگر چه نقش آفرینی شبکه های اجتماعی نوین چهره چگونگی مشارکت سیاسی را تغییر داده است، اما رسانه های کلاسیک اعم از رادیو، تلویزیون و مطبوعات و با وجود خلق رسانه های مدرن (فیسبوک، اینترنت، واتساپ و تلگرام) هنوز جایگاه خود را حفظ کرده اند. دانیل لرنر (۱۹۵۸) در پژوهش خود در کشورهای ایران، لبنان، مصر، ترکیه، اردن و سوریه حرکت این جوامع را از سنت به مدرن بررسی کرده و سرانجام فرآیند نوسازی در این جوامع را ناگزیر به نوسازی دانسته است. لرنر فرآیند نوسازی در این جوامع را رشد شهر نشینی، رشد باسوادی و رشد رسانه های جمعی و مشارکت اقتصادی و اجتماعی دانسته است، بنابراین از نگاه لرنر نوسازی نیازمند بسترهای نوسازی است. از سوی دیگر یکی از معیارهای توسعه و پیشرفت کشورها میزان توسعه یافتگی و گسترش مطبوعات و رسانه های آزاد در هر کشوری است. رسانه ها در کشور های توسعه یافته مورد اعتماد مردم و ابزاری برای اهداف حقوق شهروندی تلقی می‌شوند. به باور پژوهشگران اولین کارکرد رسانه ها در فرآیند نوسازی برآورده کردن سطح انتظارات شهروندان و دومین کارکرد رسانه در فرآیند نوسازی ایجاد انگیزه در افراد برای پیشرفت و توسعه بوده است، به این معنا که رسانه ها با الگو قرار دادن کشورهای توسعه یافته و قوت و ضعف این کشورها آنان را به انتخاب گزینشی وادار می‌کنند. بنابراین از آنجا که توسعه امری جمعی و نیازمند انسجام ملی میان نخبگان فکری و ابزاری است، لذا رسانه های ارتباط جمعی در تبیین اهداف و سیاست ها و برنامه ریزی ها و با ایجاد درک مشترک از مسائل می‌توانند ایفای نقش نمایند. اگر نوسازی را دگرگونی یک جامعه سنتی به یک جامعه مدرن و دارای سازمان اجتماعی به مانند جوامع غربی بدانیم (آبرهام، ۲۰۱۳) تغییرات عمدتا از طریق نمادهای نوسازی و از جمله شهر نشینی و آموزش و تکنولوژی صورت خواهد گرفت. بستر جامعه ایران در دهه های اخیر به دلیل اجرای سیاست های مبتنی بر نوسازی و تغییرات فرهنگی متأثر از آن، شاهد

تغییرات متفاوتی بوده است و در جریان این نوسازی جامعه ایرانی دستخوش تغییرات اساسی گردیده است. محمد پور، احمد (۱۳۹۱) به ابعاد نوسازی در ایران پرداخته و نوسازی را به نوسازی اقتصادی، نوسازی تکنولوژی، نوسازی اجتماعی، نوسازی خانواده، نوسازی بهداشتی، نوسازی در تعاملات اجتماعی، نوسازی ارزشی و اعتقادی تقسیم کرده است که در این میان یکی از عناصر نقش آفرین در این مسیر ورود رسانه‌های ارتباطی جمعی بوده‌اند. در این فرایند، اینترنت اولین حوزه عمومی به معنای شکل‌گیری و گسترش و تقویت روابط میان افراد با هم به شمار می‌رود (گل گل، ۱۳۹۴) میزان استفاده از رسانه‌های گروهی یکی از مصادیق توسعه و مدرنیته است که جامعه ایرانی در اواسط دهه هفتاد با نوسازی یک جانبه با آن مواجه بوده است و نقش آفرینی رسانه‌ها را در امر مدرنیته و نوسازی در بستر اجتماعی تجربه کرده است. بنا بر پژوهش اسلام زاده و همکاران، (۱۳۹۶) اثربخشی تکنولوژی ارتباطی بر جامعه و خانواده در برخی موارد باعث دوری از خود و خانواده و اجتماع، خلا عاطفی، تجدید سبک ارتباطات، ظاهر گرایی و تقدس زدایی و عدم آرامش، می‌شود. نقش آفرینی رسانه‌های همگانی و شبکه‌های اجتماعی بر نوسازی جامعه و بر ساختارهای فردی و جمعی اثربخش بوده و تغییرات زیادی بر نهاد خانواده و به تبعیت آن در حوزه اجتماعی گذاشته و ساختار خانواده را به چالش کشانده است و با ظهور اینترنت و تبدیل شدن جهان به دهکده جهانی ارتباطات شکل و سرعت بیشتری به خود گرفته است. رسانه‌های نوین افراد را به سمت انزوا طلبی آگاهانه کشانده و خود را در برابر این پدیده ناتوان یافته‌اند. حلقه عاطفی میان افراد کم رنگ شده است، فرد گرایی از جمع گرایی سبقت گرفته، نقش آفرینی والدین کم اثر گشته و منبع عاطفه و احساس به حاشیه رانده شده است. در ادامه این روند روابط از حالت فیزیکی خارج شده و ارزش‌های مذهبی را کم رنگ نموده، چشم هم‌چشمی نیز به یک‌مُد برتر تبدیل شده است، به طوریکه رسانه و نوسازی از یک طرف باعث نزدیکی آداب و فرهنگ‌های گوناگون شده‌اند و از طرف دیگر باعث گسستن پیوندهای سنتی با فرهنگ‌های قدیمی و آداب و رسوم شده‌اند. مثبت اندیشی جای خود را به رویاهای کاذب سپرده و شکاف‌های نسلی رو به افزایش گذاشته و جایگاه افراد از بین رفته و همدلی میان آدم‌ها کاهش محسوسی داشته و جای خود را به خودمحوری داده است. کاهش خلاقیت، کاهش تحرک. مصرف گرایی اطلاعاتی، حریم خصوصی، فرهنگ تقلید و کاهش اخلاق گرایی نمونه‌هایی از اثرات رسانه‌های جدید می‌باشند. بنابراین عمده‌ترین تحولی که در سطح جامعه ایرانی در سه دهه اخیر اتفاق افتاده است ورود به دنیای مدرن است که مصادیق آن رسانه‌های مجازی و گروهی و شبکه‌های اجتماعی‌اند. تغییرات گسترده در تحولات غرب و تحت عنوان مدرنیته پیامدهای مطلوب و گاه غیر مطلوب در جهان سوم بجا گذاشته است و مولفه‌های خانواده امروزی بر حسب تاثیرات نوسازی در حال پوست اندازی و تحول هستند (زاهدی و همکاران، ۱۳۹۲) نظریه پردازان نوسازی بر این باورند که بین توسعه اقتصادی و اجتماعی و فرآیند گذار به دموکراسی و دولت توسعه‌گرا در راستای نوسازی ارتباط مستقیمی وجود دارد. بر پایه نظریه‌های نوسازی، توسعه اقتصادی و صنعتی شدن منجر به گذار به دموکراسی و دولت توسعه‌گرای دموکراتیک می‌شود. در پژوهش‌های نوشتاری دیگر بر نقش دولت و درآمدهای نفتی در فرآیند نوسازی و توسعه تاکید شده است در حالیکه نقش نهادهای دولت در فرآیند نوسازی و توسعه قابل انکار نیست، اما نیروهای اجتماعی توسعه‌گرا نقش مهمی در روند نوسازی دولت‌ها داشته‌اند. در واقع توسعه و نوسازی به روابط دو جانبه مردم با دولت و بر عکس وابسته است و دولت توسعه‌گرا با همکاری نیروهای اجتماعی مدنی و سیاسی، روشنفکران، نویسندگان، طبقه متوسط جدید، کارگران و دیگر نیروهای اجتماعی نوگرا قابل تحقق است. بنابراین نوسازی و توسعه یکی از دغدغه‌های اصلی نخبگان فکری و ابزاری در تاریخ معاصر ایران است.

## نتیجه‌گیری

بر اساس نوشتار موجود نقش رسانه‌ها در توسعه سیاسی و نوسازی نقش قابل ملاحظه‌ای است. در تحولات سیاسی و اجتماعی رسانه‌ها ابزاری در خدمت کنش‌های جمعی و کانال ارتباطی میان شهروندان با هم و شهروندان با دولت بوده و نقش تعیین‌کننده‌ای در مشارکت‌های سیاسی-انتخاباتی و جهت‌دهی به افکار عمومی را داشته‌اند. رسانه‌ها رکن چهارم دموکراسی و رابطه میان سیاستمداران و مردم می‌باشند که به عنوان ابزاری اجتماعی و فرهنگی بر عقاید و رفتار مردم و جامعه پذیری نقش

آفرین بوده‌اند. در واقع رسانه‌ها ابزاری قدرتمند در شکل‌گیری افکار عمومی می‌باشند که بر تحولات سیاسی و اجتماعی اثربخش می‌باشند و قدرت آنان به ساختارهای اجتماعی و نوع حکومت و یا قدرت جامعه مدنی بستگی دارد از طریق همین رسانه‌ها است که شهروندان به آگاهی رسیده و نقش محوری را در اطلاع‌رسانی و آگاهی بخشی و بسیج منابع در مشارکت سیاسی را به عهده می‌گیرند. رسانه‌ها تولیدکننده گفتمان و پخش‌کننده خوراک نگرشی در راستای مشارکت سیاسی در جامعه می‌باشند. وسایل ارتباط جمعی از محوری‌ترین نهادهای دموکراتیک در بسیج منابع رای‌دهی و گذار به توسعه و نوسازی بوده و در بهبود کیفیت نظام‌های انتخاباتی، احزاب سیاسی و نهادهای مدنی نقش حیاتی را بازی کرده‌اند. رسانه‌ها همچنین تعیین‌کننده تیترهای گفتمانی و مجادلات سیاسی بوده و ره‌آورد دنیای جدید و صنعتی‌اند که اثربخشی خود را بر پدیده‌های اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و فرهنگی نشان داده و بازیگر نقش مثبت یا منفی در مشارکت سیاسی بوده‌اند و از رسانه‌ها به عنوان موتور محرکه در حوزه‌های فرهنگی و اجتماعی و سیاسی یاد شده است. این رسانه‌ها در سطح داخلی با در اختیار قرار دادن اطلاعات و اخبار سیاسی و تحول فکری، نگرش شهروندان را نسبت به چالش‌ها و واقعیت‌های جامعه و تحولات سیاسی و اجتماعی آگاه می‌کنند. به پشتوانه همین نگرش‌های فکری است که شهروندان به سمت مشارکت‌های سیاسی و انتخاباتی روی می‌آورند. رسانه‌ها با افزایش آگاهی و اطلاع‌رسانی و شکستن انحصار دولت‌ها در امر مشارکت‌های سیاسی، تسهیل‌کننده مشارکت، تعامل‌های سیاسی داخلی، تقویت نهادهای مدنی و احزاب سیاسی و هدایتگر جنبش‌های اجتماعی می‌باشند. بر همین روند، توسعه نتیجه رشد و تکامل نوسازی است و نوسازی فرآیندی برای دگرگونی از جامعه سنتی به یک جامعه مدرن و صنعتی است. هر نظم سیاسی بر پایه اعتماد اجتماعی و اراده عمومی استوار بوده و مشروعیت و استمرار هر نظم سیاسی وابسته به مشارکت سیاسی مردم در سرنوشت خود و انتخاب حکام می‌باشد. به باور پژوهشگران اولین کارکرد رسانه‌ها در فرآیند نوسازی برآورده کردن سطح انتظارات مردم و ایجاد انگیزه در افراد برای پیشرفت و توسعه است، به این معنا که رسانه‌ها با الگو قرار دادن کشورهای توسعه‌یافته و قوت و ضعف این کشورها آنان را برای انتخاب و یا گزینش مختار می‌کنند. بنابراین از آنجا که توسعه امری جمعی و نیازمند انسجام ملی میان نخبگان فکری و ابزاری است لذا رسانه‌های ارتباط جمعی در تبیین اهداف و سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌ها و با ایجاد درک مشترک از مسائل، می‌توانند مفید و دارای نقش آفرین باشند. اگر نوسازی را دگرگونی یک جامعه از سنت به مدرن بدانیم، تغییرات از طریق نمادهای نوسازی و از جمله شهرنشینی و آموزش و تکنولوژی صورت خواهد گرفت. بنابراین آنچه آمد بستر جامعه ایرانی در دهه‌های اخیر به دلیل اجرای سیاست‌های مبتنی بر نوسازی و تغییرات فرهنگی و متاثر از آن، شاهد تغییرات متفاوتی بوده است. اثر بخشی رسانه‌های همگانی و اجتماعی بر نوسازی سیاسی و اجتماعی و فرهنگی و اقتصادی امری قابل قبول بوده و تغییرات قابل ملاحظه‌ای را بر نهاد خانواده و جامعه داشته است و گاه خانواده و جامعه را به چالش کشیده است. با ورود رسانه‌های جدید و مدرن، حلقه‌های عاطفی و ارزشی کم‌رنگ و فرد‌گرایی بر جمع‌گرایی سبقت گرفته و ظهور نوسازی سیاسی و اجتماعی باعث نزدیکی به آداب و فرهنگ‌های گوناگون شده است.

## منابع:

- ازغندی، علیرضا و همکاران (۱۳۹۷) بررسی رابطه دولت و طبقه متوسط جدید در جمهوری اسلامی ایران، مطالعه موردی (۱۳۷۶-۱۳۸۴) فصلنامه علمی-پژوهشی رهیافت انقلاب اسلامی، سال دوازدهم، شماره ۴۴
- اسلام زاده، بابک و همکاران (۱۳۹۶) تحلیل کیفی بررسی نقش نوسازی جامعه همراه با رسانه‌های مجازی بر ساختار خانواده بر اطلاعات سیاسی دانشجویان، پایان‌نامه دکتری علوم سیاسی، دانشگاه تربیت مدرس، صص ۱-۸
- توکلی، فایزه (۱۳۹۰) نقش رسانه‌ها در دموکراسی فرهنگی جهان معاصر، فصلنامه مطالعات بین‌رشته‌ای فرهنگ و رسانه، بهار و تابستان ۱۳۹۰، صص ۸۵-۹۸
- جمشیدیه‌ها، تیموری (۱۳۹۶) روند تاریخی ظهور دولت توسعه‌گرا در ایران با تاکید بر دوره زمانی بعد از جنگ تحمیلی، مجله علوم اجتماعی، دانشکده ادبیات و علوم انسانی فردوسی مشهد، سال چهاردهم، بهار و تابستان، شماره یک، صص ۱۱۳-۱۵۵
- خواجه، حسن (۱۳۹۶) میراث هاشمی در حوزه سیاسی-اجتماعی (گسترش طبقه متوسط جدید) فصلنامه علمی-تخصصی مطالعات

رئیس دهم، زهرا و همکاران (۱۳۹۴) واکاوی نقش رسانه‌ها در توسعه سیاسی زاهدی، محمد جواد (۱۳۹۲) جامعه‌شناختی تاثیر فرآیند نوسازی در ساختار خانواده، فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، ژان کازینو (۱۳۶۴، ۱۰۲) قدرت تلویزیون، مترجم: علی اسدی، تهران نشر امیرکبیر سردار آبادی، خلیل‌اله (۱۳۸۳) بررسی مقایسه‌ای تاثیر رسانه‌های جمعی، فناوری‌های نوین ارتباطی - اطلاعاتی و ارتباطات میان فردی سیاسی بین‌المللی، شماره چهارم شیرزادی، رضا (۱۳۷۳) برنامه‌های توسعه در ایران پسا انقلاب عابدی اردکانی، محمد (۱۳۸۱) سنت و نوسازی سیاسی، یزد، بنیاد فرهنگی ریحانه الرسول قوام، عبدالعلی (۱۳۷۰) توسعه سیاسی و تحول اداری، تهران، نشر قومس کرد، فاضل (۱۴۰۱) بازگیری سیاسی رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در ایده حکمرانی خوب (ایران پسا انقلاب)، فصلنامه علوم خبری، سال دهم، ش ۳۹، پاییز ۱۴۰۰، ص ۲۲۳-۱۸۵.

کرد، فاضل (۱۴۰۱) داربست‌های سیاسی - رسانه‌ای طبقه متوسط جدید در راستای ساخت یا تسخیر دولت تسهیلگر (۷۶-۹۶)، فصلنامه گل گل، بهروز (۱۳۹۴) نقش اینترنت و شبکه‌های مجازی بر هویت سیاسی و اجتماعی جامعه، ماهنامه کودک، ش ۱۱۷ لوای، صفی (۱۳۸۰) چالش مدرنیته، جهان عرب در جستجوی اصالت، ترجمه: احمد موثقی، تهران نشر دادگستر لیبست، مارتین (۱۳۸۱) دایره‌المعارف دموکراسی، ترجمه گروه مترجمان، به سرپرستی کامران خانی، نصرالله مرادی، کتابخانه تخصصی محمد پور احمد (۱۳۹۲) تجربه نوسازی (مطالعه تغییر و توسعه در هورامان با روش نظریه‌ای زمینه‌ای، انتشارات جامعه‌شناسان، چاپ اول

محمدی و رستم‌پور (۱۳۹۶). رویکرد دولت به طبقه متوسط جدید در جمهوری اسلامی ایران (۱۳۶۸-۱۳۷۶). فصلنامه مطالعات منافع ملی، سال دوم، شماره ۸.

مرکز آمار ایران (۱۳۹۵-۱۳۸۶، ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۳) دو سالنامه آماری کشور، تهران مرکز آمار ایران مصفا، نسربین (۱۳۷۵) مشارکت سیاسی زنان در ایران، تهران، وزارت خارجه

نقیب زاده، احمد (۱۳۶۸) نوسازی و دگرگونی سیاسی، تهران، سفیر وزارت خارجه

هاشم زاده، فاطمه و عبادتی، نرجس (۱۳۹۵) بررسی رابطه فرهنگ سازی رسانه ملی با فرآیند توسعه در ایران، فصلنامه علوم خبری، دوره پنج، شماره ۳، پیاپی ۱۹، آذر ۱۳۹۵، ص ۱۲۸-۱۰۱.

هانتیگتون، ساموئل (۱۳۹۰) سامان سیاسی در جوامع دستخوش دگرگونی، ترجمه محسن ثلاثی، نشر علم وزارت کشور، گزارش نتایج انتخاباتی

هانتیگتون، ساموئل (۱۳۷۳) موج سوم دموکراسی در پایان سده بیستم، ترجمه احمد شهسا، تهران

هانتیگتون، ساموئل (۱۳۷۰) سامان سیاسی در جوامع دستخوش تحول و دگرگونی، ترجمه: محسن ثلاثی، نشر علم، تهران

## References:

- Abraham, A. (2008). The Shift in Social Conception of Old Age: A Case Study of the Aged Population in Pathanamthitta District (PhD Thesis). Mahatma Gandhi University, Kottayam. (Published online 2013).
- Azghandi, A., et al. (2018). Examining the Relationship Between the State and the New Middle Class in the Islamic Republic of Iran: A Case Study (1997-2005). *Rahyafte Enqelab-E Eslami*, 12(44). (In Persian).
- Chen, J., & Lu, C. (2011). Democratization and the Middle Class in China: The Middle Class's Attitudes Toward Democracy. *Political Research Quarterly*, 64(3), 705-719.
- Eisenstadt, S. N. (1964). Modernization and Conditions of Sustained Growth. *World Politics*, 16(4), 576-595.
- Eslamzadeh, B., et al. (2017). Qualitative Analysis of the Role of Social Modernization Along with Virtual Media on Family Structure. (In Persian).
- Hashemzādeh, F., & Ebadati, N. (2016). The Relationship Between National Media Cultural Promotion and the Development Process in Iran. *Journal of Communication Sciences\**, 5(3), 101-128. (In Persian).
- Huntington, S. P. (1965). Political Development and Political Decay. *World Politics*, 17(3), 386-430.
- Huntington, S. P. (1968). *Political Order in Changing Societies*. New Haven & London: Yale University Press.

- Huntington, S. P. (1991). *Political Order in Changing Societies* (M. Salasi, Trans.). Tehran: Elm Publications. (In Persian).
- Huntington, S. P. (1994). *The Third Wave of Democratization at the End of the Twentieth Century* (A. Shahsa, Trans.). Tehran. (In Persian).
- Huntington, S. P. (2011). *Political Order in Changing Societies* (M. Salasi, Trans.). Tehran: Elm Publications, Ministry of Interior, Report on Electoral Results. (In Persian).
- Jamshidihā, T. (2017). The Historical Trend of the Emergence of a Developmental State in Iran with Emphasis on the Post-War Period. *Journal of Social Sciences, Ferdowsi University of Mashhad*, 14(1), 113–155. (In Persian).
- Khajeh, H. (2017). Hashemi Rafsanjani's Legacy in the Political-Social Sphere (Expansion of the New Middle Class). *International Political Studies Quarterly*, 2(4), 175–191. (In Persian).
- Kord, F. (2022). Political-Media Scaffolding of the New Middle Class Toward Building or Capturing a Facilitating State (1997–2017). *Journal of Communication Sciences*, 11(1), 163–200. (In Persian).
- Kord, F. (2022). Political-Media Engagement of the New Middle Class in the Idea of Good Governance (Post-Revolutionary Iran). *Journal of Communication Sciences*, 10(39), 185–223. (In Persian).
- Lerner, D. (1958). *The Passing of Traditional Society: Modernizing the Middle East*. New York: Free Press.
- Lipset, M. (2002). *Encyclopedia of Democracy\** (K. Khani & N. Moradi, Trans.). Tehran: Ministry of Foreign Affairs, Specialized Library. (In Persian).
- Mohammadi, H., & Rostampour, M. (2017). The Government's Approach to the New Middle Class in the Islamic Republic of Iran (1989–1997). *National Interests Studies Quarterly*, 2(8), 57–81. (In Persian).
- Raeisi Dehkordi, Z., & Rezvani Pour, F. (2015). Exploring the Role of Media in Political Development. Conference Paper. (In Persian).
- Tavakoli, F. (2011). The Role of Media in Cultural Democracy of the Contemporary World. *Interdisciplinary Journal of Culture and Media Studies*, Spring & Summer, 85–98. (In Persian).
- Zahedi, M. J. (2013). A Sociological Study of the Impact of the Modernization Process on Family Structure. *Quarterly of Women and Family Cultural-Social Council*, 16(61), 5–28. (In Persian).
- Abedi Ardakāni, M. (2002). *Tradition and Political Modernization*. Yazd: Reyhānat Al-Rasoul Cultural Foundation. (In Persian).
- Casino, J. (1985/2003). *The Power of Television* (A. Asadi, Trans.). Tehran: Amir Kabir Publications. (In Persian).
- Ghavām, A. (1991). *Political Development and Administrative Transformation*. Tehran: Ghoomes Publications. (In Persian).
- Lawā'i, S. (2001). *The Challenge of Modernity: The Arab World in Search of Authenticity* (A. Movahedi, Trans.). Tehran: Dadgostar Publications. (In Persian).
- Mohammadpour, A. (2013). *The Experience of Modernization: Study of Change and Development in Hawraman Using Grounded Theory*. Tehran: Sociologists Publications. (In Persian).
- Mosaffā, N. (1996). *Women's Political Participation in Iran*. Tehran: Ministry of Foreign Affairs. (In Persian).
- Naqibzadeh, A. (1989). *Modernization and Political Transformation*. Tehran: Safir Publications. (In Persian).
- Shirzādi, R. (1994). *Development Programs in Post-Revolutionary Iran*. (In Persian).
- Statistical Center of Iran. (2007–2016; 2018–2024). *Two National Statistical Yearbooks*. Tehran: Statistical Center of Iran. (In Persian).
- Sardār Abadi, Kh. (2004). *A Comparative Study of the Impact of Mass Media, Modern Communication Technologies, and Interpersonal Communication on Students' Political Knowledge* (Unpublished Doctoral Dissertation). Tarbiat Modares University. (In Persian).