

Research Article

Role of Artificial Intelligence in Shaping Digital Users' Political Awareness and Participation

Farshid Bahador 

PhD Student in Sociology, Department of Social Sciences, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran.

Esmail Alizad¹ 

Associate Professor, Department of Social Sciences, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran.

Received: 2025/04/16 Accepted: 2025/05/09

<https://doi.org/10.22034/jis.2025.2058019.1031> 

Extended Abstract

Introduction: In recent years, artificial intelligence (AI) has emerged as a transformative technology with significant impacts on various domains, including politics and civic participation. Through tools such as recommender systems, big data analytics, political chatbots, and AI-driven digital campaigns, this technology alters how citizens access political information, make decisions, and engage in political activities. Digital users, as one of the most digitally active social groups, interact extensively with these AI-driven tools, being directly and indirectly affected by their benefits and challenges. While extensive international research has been conducted on the role of AI in politics, it has been under researched in Iran. This research aims to explore the influence of artificial intelligence in shaping the political awareness and participation of digital users.

Method: This study was conducted employing a qualitative meta-analytical approach. This method allows for the systematic analysis and interpretation of findings from previous research to identify patterns, trends, and gaps in the existing literature. The main objective is to examine the influence of artificial intelligence on the formation of political awareness and participation among digital users based on a synthesis of relevant international studies. This approach offers a deeper understanding of how intelligent technologies shape political behaviors and offers a more comprehensive insights into the democratic implications of the digital era.

Findings: The results of the research indicate that artificial intelligence, through user data analysis, behavioral pattern recognition, and personalized information delivery, contributes to the enhancement of users' political awareness. AI-powered tools such as recommender systems and search engines have facilitated faster and more efficient access to political information and analysis. Moreover, political chatbots and interactive applications have increased digital users' engagement in democratic processes and encouraged more active political participation. However, several critical challenges have also been identified. These include information polarization, the creation of echo chambers, the spread of fake news, and targeted political advertising—all of which can undermine the quality of political participation and influence the formation of political attitudes. In some instances, artificial intelligence systems present users with content that only reinforces their existing beliefs, leading to reduced interaction among diverse political groups and intensified social polarization.

Conclusion: The results of this study suggest that if properly implemented and accompanied by sound policy frameworks, artificial intelligence can enhance political awareness and promote democratic participation. However, unregulated use of this technology may pose serious risks such as manipulation of public opinion and the spread of misinformation.

Keywords: Artificial intelligence, Political participation, Awareness, Chatbots, Technology policy.

Citation: Bahador, F. & Alizad, E. (2025). Role of Artificial Intelligence in Shaping Digital Users' Political Awareness and Participation. *Journal of Industrial Sociology*, 1(2), 96-111.

1. Corresponding author, E-mail: aalizad@atu.ac.ir

مقاله پژوهشی

نقش هوش مصنوعی در شکل‌دهی آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران دیجیتال

فرشید بهادر

دانشجوی دکتری، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

اسماعیل عالی‌زاد¹

دانشیار، گروه علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

دریافت: 1404/01/27 پذیرش: 1404/02/19

<https://doi.org/10.22034/jis.2025.2058019.1031>

چکیده مبسوط

مقدمه: هوش مصنوعی در سال‌های اخیر به‌عنوان یکی از فناوری‌های تحول‌آفرین، تأثیر بسزایی بر سیاست و مشارکت مدنی داشته است. این فناوری از طریق ابزارهایی مانند سیستم‌های توصیه‌گر، پردازش کلان‌داده‌ها، چت‌بات‌های سیاسی و کمپین‌های دیجیتال، نحوه دسترسی شهروندان به اطلاعات، فرایند تصمیم‌گیری و میزان مشارکت در امور سیاسی را دستخوش تغییر کرده است. کاربران دیجیتال، به‌عنوان یکی از فعال‌ترین گروه‌های اجتماعی در فضای دیجیتال، بیشترین تعامل را با این فناوری‌ها دارند و به‌طور مستقیم و غیرمستقیم از مزایا و چالش‌های آن تأثیر می‌پذیرند. با وجود پژوهش‌های گسترده‌ای در سطح بین‌المللی در زمینه نقش هوش مصنوعی در سیاست، این مطالعات در ایران محدود بوده اند. هدف پژوهش حاضر مطالعه نقش هوش مصنوعی در شکل‌دهی و مشارکت سیاسی کاربران دیجیتال است.

روش: پژوهش حاضر با رویکرد فراتحلیل کیفی انجام شده است. این روش با تحلیل و تفسیر نظام‌مند یافته‌های پژوهش‌های پیشین، امکان شناسایی الگوها، روندها و خال‌های موجود در ادبیات موضوعی را فراهم می‌سازد. هدف اصلی، بررسی تأثیر هوش مصنوعی بر شکل‌گیری آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران دیجیتال از خلال مطالعات معتبر بین‌المللی است. این رویکرد امکان تحلیل عمیق‌تر روابط میان فناوری‌های هوشمند و رفتارهای سیاسی را فراهم کرده و درک جامع‌تری از پیامدهای سیاسی عصر دیجیتال ارائه می‌دهد.

یافته‌ها: نتایج نشان می‌دهد هوش مصنوعی از طریق تحلیل داده‌های کاربران، استخراج الگوهای رفتاری و ارائه اطلاعات شخصی‌سازی شده، سطح آگاهی سیاسی کاربران را افزایش داده است. ابزارهای هوش مصنوعی همچون سیستم‌های توصیه‌گر و موتورهای جستجو، امکان دسترسی سریع‌تر به اطلاعات و تحلیل‌های سیاسی را فراهم کرده‌اند. این فناوری، همچنین از طریق چت‌بات‌های سیاسی و ابزارهای تعاملی، امکان افزایش میزان مشارکت کاربران دیجیتال در فرایندهای دموکراتیک را فراهم کرده و آنان را به کنشگری فعال‌تر در عرصه سیاست ترغیب نموده است. با این حال، برخی چالش‌های مهم نیز در این زمینه شناسایی شده‌اند. قطعی‌سازی اطلاعات، ایجاد اتاق‌های پژواک، انتشار اخبار جعلی و تبلیغات هدفمند، مسائلی هستند که می‌توانند کیفیت مشارکت سیاسی را تحت تأثیر قرار دهند و بر شکل‌گیری دیدگاه‌های سیاسی اثر بگذارند. در مواردی، سیستم‌های هوش مصنوعی اطلاعاتی را نمایش می‌دهند که تنها تأییدکننده دیدگاه‌های پیشین کاربران است و این موضوع می‌تواند منجر به کاهش تعامل بین گروه‌های سیاسی مختلف و تشدید دوقطبی‌های اجتماعی شود.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش نشان می‌دهد، هوش مصنوعی در صورت استفاده صحیح و همراه با سیاست‌گذاری‌های مناسب، می‌تواند به افزایش آگاهی سیاسی و تقویت مشارکت دموکراتیک کمک کند. با این حال، استفاده بدون ضابطه از این فناوری ممکن است خطراتی همچون دست‌کاری افکار عمومی و انتشار اطلاعات نادرست را به دنبال داشته باشد.

کلید واژه‌ها: آگاهی، چت‌بات‌ها، سیاست‌گذاری فناوری، مشارکت سیاسی، هوش مصنوعی.

ارجاع: بهادر، فرشید، عالی‌زاد، اسماعیل. (1404). نقش هوش مصنوعی در شکل‌دهی آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران دیجیتال. مجله جامعه‌شناسی صنعتی، 1(2)، 96-111.

مقدمه

«هوش مصنوعی» مانند تحلیل داده‌های کلان، «چت‌بات‌ها»، ربات‌های اجتماعی و الگوریتم‌های پیشنهاددهنده، نحوه دسترسی افراد به اطلاعات سیاسی، تصمیم‌گیری رأی‌دهندگان و حتی چگونگی هدایت گفتمان‌های عمومی را تغییر داده‌اند (هلبرگر² و همکاران، 2020). در واقع، «هوش مصنوعی» می‌تواند به‌عنوان یک عامل تسهیل‌کننده برای افزایش آگاهی سیاسی یا به‌عنوان یک ابزار برای دستکاری افکار عمومی عمل کند. یکی از مهم‌ترین پرسش‌های مطرح در این زمینه این است که آیا فناوری «هوش مصنوعی» باعث افزایش «مشارکت سیاسی» می‌شود، یا آنکه مخاطبان را در مواجهه با اطلاعات بیش‌ازحد، دچار «بی‌تفاوتی سیاسی» می‌کند؟ استفاده از «هوش مصنوعی» در فضای دیجیتال، منجر به شکل‌گیری «اتاق‌های پژواک» و «حباب‌های فیلتر» شده که کاربران را در معرض دیدگاه‌های همسو با نظراتشان قرار داده و موجب قطبی شدن جوامع می‌شود (بنت و لیوینگستون³، 2018). این در حالی است که برخی تحقیقات دیگر به نقش «هوش مصنوعی» در افزایش شفافیت سیاسی، بهبود دسترسی به اطلاعات معتبر و تقویت سواد رسانه‌ای اشاره دارند (زویدروین بورجسیوس⁴ و همکاران، 2018). از این‌رو، تحلیل تأثیرات دوگانه‌ی «هوش مصنوعی» بر آگاهی اجتماعی و مشارکت سیاسی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. کاربران فضای دیجیتال یکی از مهم‌ترین گروه‌های اجتماعی هستند که در روندهای سیاسی، به‌ویژه در جوامع دموکراتیک، نقش فعالی ایفا می‌کنند. این قشر به دلیل دسترسی گسترده به فناوری‌های دیجیتال و استفاده‌ی روزافزون از «هوش مصنوعی» در شبکه‌های اجتماعی، بیش از دیگر گروه‌ها تحت تأثیر تغییرات ناشی از «هوش مصنوعی» قرار دارد

«هوش مصنوعی» به‌عنوان یکی از نوآورانه‌ترین و تحول‌آفرین‌ترین فناوری‌های عصر حاضر، نقش گسترده‌ای در ابعاد مختلف زندگی انسان دهه‌های اخیر ایفا کرده است. این مفهوم که ریشه‌های آن به دهه 1950 میلادی بازمی‌گردد، در ابتدا با هدف شبیه‌سازی فرایندهای شناختی انسان، نظیر یادگیری، حل مسئله و تصمیم‌گیری، توسعه یافت. از آن زمان تاکنون، پیشرفت‌های گسترده‌ای در حوزه‌های یادگیری ماشین، شبکه‌های عصبی، پردازش زبان طبیعی و تحلیل کلان‌داده‌ها به وقوع پیوسته است که «هوش مصنوعی» را به یکی از مؤثرترین فناوری‌های دوران معاصر تبدیل کرده‌اند. امروزه، «هوش مصنوعی» در حوزه‌های گوناگونی نظیر صنعت، بهداشت، آموزش، رسانه، امنیت سایبری، اقتصاد و سیاست کاربرد دارد و با ارائه راهکارهای نوآورانه، روندهای تصمیم‌گیری و تعاملات انسانی را متحول کرده است. در حوزه صنعت، سیستم‌های هوشمند به بهینه‌سازی فرآیندهای تولید، پیش‌بینی نیازهای بازار و بهبود عملکرد سازمان‌ها کمک کرده‌اند. در پزشکی، از «هوش مصنوعی» برای تشخیص بیماری‌ها، تحلیل تصاویر پزشکی و ارائه درمان‌های شخصی‌سازی شده استفاده می‌شود. در آموزش، ابزارهای هوشمند امکان یادگیری تطبیقی و شخصی‌سازی شده را برای شهروندان فراهم آورده‌اند. همچنین، در رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی، الگوریتم‌های «هوش مصنوعی» مسئول تحلیل داده‌های کاربران، پیشنهاد محتوا و مدیریت تعاملات دیجیتال هستند. این فناوری نه تنها در حوزه‌های اقتصادی، صنعتی و بهداشتی انقلابی ایجاد کرده، بلکه به‌طور فزاینده‌ای سیاست و آگاهی اجتماعی را نیز دگرگون ساخته است (سوروین و اسپنسر - اسمیت¹، 2021). ابزارهای مبتنی بر

3. Bennett & Livingston
4. Zuiderveen Borgesius

1. Saurwein & Spencer-Smith
2. Helberger

(نئوبام و کرامر⁶، 2017). یکی از چالش‌های مهم در این حوزه، مرز میان اطلاع‌رسانی و دستکاری اطلاعات توسط «هوش مصنوعی» است. برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که «هوش مصنوعی» می‌تواند به‌عنوان ابزاری برای تقویت مشارکت دموکراتیک و افزایش آگاهی سیاسی عمل کند (بکیر و مک استی⁷، 2018). اما هم‌زمان، خطر استفاده نادرست از «هوش مصنوعی» در قالب پروپاگاندا، اخبار جعلی و دستکاری افکار عمومی نیز وجود دارد (لازر⁸ و همکاران، 2018). از این‌رو، ضرورت دارد که رویکردی بین‌رشته‌ای برای تحلیل اثرات «هوش مصنوعی» بر آگاهی اجتماعی و سیاست اتخاذ شود. در این پژوهش، تلاش خواهد شد تا با تحلیل داده‌های موجود، تأثیرات مثبت و منفی «هوش مصنوعی» بر مشارکت سیاسی و آگاهی اجتماعی به‌ویژه در میان کاربران فضای دیجیتال مورد مطالعه قرار گیرد. بدین ترتیب، این پژوهش درصدد پر کردن شکاف موجود در ادبیات علمی و ارائه راهکارهای مناسب برای استفاده‌ی مسئولانه از «هوش مصنوعی» در سیاست‌ورزی مدرن است. با توجه به پیشرفت‌های روزافزون در حوزه فناوری‌های دیجیتال، به‌ویژه «هوش مصنوعی»، شیوه‌های دسترسی به اطلاعات و مشارکت سیاسی دستخوش تغییرات اساسی شده است. کاربران دیجیتال، به‌عنوان یکی از گروه‌های تأثیرپذیر از این فناوری، از ابزارهای متنوعی مانند سیستم‌های توصیه‌گر، «چت‌بات»‌های سیاسی و تحلیل داده‌های کلان برای دریافت و پردازش اطلاعات سیاسی استفاده می‌کنند. این مسئله می‌تواند هم به افزایش آگاهی سیاسی و تقویت مشارکت دموکراتیک منجر شود و هم چالش‌هایی مانند

(تئوچاریس¹ و همکاران، 2021). امروزه، الگوریتم‌های «هوش مصنوعی» محتواهای سیاسی را اولویت‌بندی کرده و بر نگرش و تصمیم‌گیری سیاسی کاربران دیجیتال اثرگذار هستند. از سوی دیگر، «هوش مصنوعی» می‌تواند امکان بسیج اجتماعی، کمپین‌های انتخاباتی و فعالیت‌های اعتراضی را برای کاربران تسهیل کند (تاکر² و همکاران، 2017). از آنجا که کاربران فضای دیجیتال ازجمله گروه‌های اجتماعی تأثیرگذار در فرآیندهای سیاسی به‌شمار می‌آیند، بررسی نقش «هوش مصنوعی» در آگاهی سیاسی، مشارکت مدنی و الگوهای رأی‌دهی این قشر می‌تواند درک بهتری از تحولات اجتماعی آینده به دست دهد (بولیان³، 2020). مطالعات نشان داده‌اند که جوانان به‌طور فزاینده‌ای از رسانه‌های دیجیتال برای دریافت اخبار استفاده می‌کنند و تحت تأثیر سیستم‌های «هوش مصنوعی» قرار دارند که اولویت‌های اطلاعاتی آن‌ها را بر اساس سوابق مرور و علاقه‌مندی‌ها تنظیم می‌کنند (پنیکوک و رند⁴، 2019). این مسئله می‌تواند منجر به تغییر الگوهای رفتاری و کاهش تنوع فکری در میان کاربران فضای دیجیتال شود، یا از سوی دیگر، بستری برای آگاهی‌بخشی بیشتر فراهم کند. با وجود افزایش تحقیقات پیرامون تأثیر فناوری‌های دیجیتال بر سیاست، همچنان کمبود مطالعات جامع و سیستماتیک درباره‌ی اثرات «هوش مصنوعی» بر آگاهی سیاسی و مشارکت اجتماعی مشهود است (فلو⁵ و همکاران، 2019). بسیاری از پژوهش‌ها به‌طور کلی بر نقش رسانه‌های اجتماعی در شکل‌گیری نگرش‌های سیاسی تمرکز داشته‌اند، اما بررسی تأثیر الگوریتم‌های «هوش مصنوعی» یادگیری ماشینی و ربات‌های سیاسی بر رفتار رأی‌دهندگان و فعالان سیاسی همچنان نیازمند تحلیل‌های عمیق‌تری است

5. Flew

6. Neubaum & Krämer

7. Bakir & McStay

8. Lazer

1. Theocharis

2. Tucker

3. Boulianne

4. Pennycook & Rand

قطبی‌سازی اطلاعات، ایجاد «تاق‌های پژواک» و انتشار اخبار جعلی را به دنبال داشته باشد.

با توجه به اهمیت این موضوع، این پژوهش تلاش دارد به این پرسش اساسی پاسخ دهد که: چه نقش‌ها و پیامدهایی برای فناوری‌های «هوش مصنوعی» در شکل‌دهی آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران در بسترهای دیجیتال قابل‌شناسایی است؟

پیشینه پژوهش

در ایران، اگرچه پژوهش‌هایی در زمینه تأثیر هوش مصنوعی در حوزه‌هایی مانند آموزش، رسانه، مدیریت و فراغت انجام شده است، اما مطالعات محدودی به نقش این فناوری در حوزه سیاست پرداخته‌اند. به‌عنوان نمونه، تحقیقات پیشین در زمینه آموزش به بررسی نقش «هوش مصنوعی» در بهبود فرایندهای یادگیری و ارائه محتوای شخصی‌سازی شده توجه کرده‌اند. همچنین، مطالعاتی در حوزه رسانه و فراغت نشان داده‌اند که سیستم‌های هوشمند بر نحوه مصرف محتوای دیجیتال و تعاملات اجتماعی کاربران اثرگذار هستند. در حوزه‌های مدیریتی و اقتصادی نیز پژوهش‌هایی در خصوص به‌کارگیری «هوش مصنوعی» در بهینه‌سازی تصمیم‌گیری‌های سازمانی و تحلیل داده‌های کلان انجام شده است. باوجود این، پژوهشی که به‌طور مشخص، تأثیر «هوش مصنوعی» بر «آگاهی» و «مشارکت سیاسی» را بررسی کرده باشد، در ایران یافت نشد. اما در خارج کشور، پژوهش‌های متعددی انجام شده است. در جدیدترین پژوهش‌ها، کولیت و داگلاس¹ (2025) به بررسی خطرات تدریجی قدرت‌زدایی و تهدیدات سیستماتیک توسعه تدریجی «هوش مصنوعی» پرداخته‌اند. این پژوهش، از تحلیل سیاست‌های «هوش مصنوعی» در

کشورهای توسعه‌یافته و بررسی تأثیر آن بر تصمیم‌گیری دموکراتیک استفاده کرده است. در این مطالعه، قوانین نظارت بر «هوش مصنوعی» در اتحادیه اروپا و آمریکا بین سال‌های 2018 تا 2025 بررسی شده‌اند. یافته‌های پژوهش ایشان نشان می‌دهد، توسعه کنترل‌نشده «هوش مصنوعی» می‌تواند موجب تمرکز قدرت در دست شرکت‌های فناوری بزرگ شود و میزان مشارکت مدنی را کاهش دهد و وابستگی دولت‌ها به الگوریتم‌های تصمیم‌گیری مبتنی بر «هوش مصنوعی» باعث کاهش نقش شهروندان در فرآیندهای تصمیم‌گیری دموکراتیک شود. علاوه بر این، رشد سیستم‌های «هوش مصنوعی» در پیش‌بینی سیاست‌های عمومی، منجر به تصمیم‌گیری‌های دولتی مبتنی بر تحلیل داده‌های کلان شده، که در برخی موارد باعث ایجاد شکاف میان شهروندان و سیاست‌گذاران شده است. این مطالعه هشدار می‌دهد که بدون چارچوب‌های قانونی مناسب، «هوش مصنوعی» ممکن است به ابزاری برای مدیریت اجتماعی و کنترل افکار عمومی تبدیل شود. مازاری و بن‌سالم² (2024) در پژوهشی با عنوان «استفاده از هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و واقعیت افزوده در بازاریابی سیاسی بصری» به تأثیر «هوش مصنوعی» بر رای‌دهندگان پرداختند. این مطالعه که با استفاده از تحلیل محتوای تصویری تبلیغات انتخاباتی در رسانه‌های دیجیتال و بهره‌گیری از الگوریتم‌های پردازش تصویر مبتنی بر «هوش مصنوعی»، انجام شده، نشان داد، استفاده از «واقعیت مجازی» و «واقعیت افزوده» در تبلیغات سیاسی می‌تواند موجب افزایش تعامل رأی‌دهندگان و تأثیرگذاری بیشتر پیام‌های انتخاباتی شود. به علاوه، کمپین‌های دیجیتال مجهز به فناوری «هوش مصنوعی»، نرخ تعامل کاربران را تا حدود متوسطی افزایش داده‌اند. امکان سوءاستفاده از داده‌های کاربران و

توسعه الگوریتم‌های بی‌طرف و شفاف در چت‌بات‌های سیاسی تأکید دارد.

با توجه به ماهیت پژوهش که تأکید بر پژوهش‌های انجام شده پیشین است، تحقیقات دیگری نیز قابل ذکر هستند که در بخش‌های آتی از آنها یاد می‌شود. بررسی پیشینه پژوهش نشان دهنده این نکته است که «هوش مصنوعی» از طریق تحلیل داده‌های کلان، الگوریتم‌های توصیه‌گر، «چت‌بات‌های سیاسی، کمپین‌های دیجیتال و «پلتفرم‌های اطلاعاتی، شیوه‌های دسترسی به اطلاعات سیاسی را تغییر داده و به بازتعریف مفهوم «مشارکت سیاسی» منجر شده است. با این حال، سطح و نوع اثرگذاری «هوش مصنوعی» بر فرایندهای آگاهی و مشارکت سیاسی، بسته به ویژگی‌های جوامع مختلف و میزان توسعه‌یافتگی زیرساخت‌های دیجیتال، متفاوت است و این مهم کمتر مطرح نظر بوده است.

چارچوب نظری

«هوش مصنوعی» در سال‌های اخیر تحولات چشمگیری را در حوزه‌های مختلف اجتماعی، از جمله سیاست و دموکراسی، ایجاد کرده است. این فناوری با پردازش داده‌های کلان و شخصی‌سازی اطلاعات، می‌تواند درک شهروندان از رویدادهای سیاسی را تغییر دهد و بر میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای دموکراتیک تأثیر بگذارد. «هوش مصنوعی» به عنوان یک حوزه مطالعاتی علمی در علوم کامپیوتر ابتدا در اواسط قرن بیستم ظهور کرد. این حوزه مطالعاتی به عنوان استفاده از الگوریتم‌های خودکار، «رباتیک» یا ماشین‌های خودکاری تعریف می‌شود که عملکردهای شناختی انسان‌ها را با استفاده از مغز انسان برای انجام وظایف مختلف مانند یادگیری، شناسایی، تجزیه و تحلیل و حل مشکلات تقلید می‌

انتشار اطلاعات نادرست از طریق این فناوری‌ها وجود دارد، و بازاریابی سیاسی مبتنی بر «هوش مصنوعی» می‌تواند دیدگاه‌های عمومی را تغییر داده و مشارکت سیاسی را افزایش دهد، اما در صورت نبود نظارت کافی، ممکن است موجب تقویت جهت‌گیری‌های سیاسی خاص و ایجاد «قطبی‌سازی» شود. آگاروال و پودل¹ (2024) به تحلیل تأثیر نمادها در کمپین‌های ضد اطلاعات نادرست تایوان در «تیک تاک» پرداختند. داده‌های این پژوهش که از 1/5 میلیون پست منتشرشده در «تیک تاک» طی انتخابات استخراج شده‌اند، نشان داد، استفاده از نمادهای بصری و نشانه‌های سیاسی خاص در تبلیغات انتخاباتی، به صورت غیرمستقیم موجب افزایش میزان مشارکت سیاسی شده است. کاربران «تیک تاک» که در معرض محتوای سیاسی تولیدشده توسط «هوش مصنوعی» قرار گرفته‌اند، در تصمیم‌گیری‌های انتخاباتی خود تغییراتی داشته‌اند. لی و یوان² (2024) در پژوهشی به بررسی پارادوکس اعتبارسنجی «چت‌بات‌های سیاسی «هوش مصنوعی» در درک رأی‌دهندگان از نامزدهای انتخاباتی پرداختند. این مطالعه که با استفاده از آزمایش تجربی دو گروهی بر روی 1000 رأی‌دهنده انجام شد نشان داد، «چت‌بات‌های سیاسی می‌توانند نقش مهمی در افزایش آگاهی رأی‌دهندگان داشته باشند، اما همزمان موجب تقویت «تاق‌های پژواک اطلاعاتی» نیز می‌شوند. بسیاری از کاربران، «چت‌بات‌های «هوش مصنوعی» را یک منبع اطلاعاتی معتبر می‌دانند اما معتقدند دارای سوگیری سیاسی هستند. علاوه بر این، شرکت‌کنندگانی که اطلاعات خود را صرفاً از طریق «چت‌بات‌های «هوش مصنوعی» دریافت کرده بودند، کمتر در معرض دیدگاه‌های مخالف قرار گرفته و تصمیم‌گیری‌های آن‌ها بیشتر بر اساس اطلاعات همسو با باورهای قبلی‌شان بود. این پژوهش بر لزوم

2. Li & Yuan

1. Agarwal & Poudel

کنند. همچنین، «هوش مصنوعی» را می‌توان به عنوان نظریه و توسعه سیستم‌های رایانه‌ای توصیف کرد که می‌توانند وظایفی را که معمولاً توسط الگوریتم‌ها هدایت می‌شوند انجام دهند (محمودی و همکاران، 1403). در بحث نظری پیرامون رابطه میان فناوری‌های نوین و دموکراسی، دو رویکرد کلان را می‌توان شناسایی کرد. از یک‌سو، رویکرد خوش‌بینانه‌ای که فناوری را عاملی تسهیل‌گر در توسعه دموکراسی، افزایش مشارکت، و تقویت شفافیت و پاسخ‌گویی حکومت‌ها می‌داند. از سوی دیگر، دیدگاه‌های انتقادی‌تر به‌ویژه از منظر فلسفه تکنولوژی و مابعدساختارگرایی، بر خطرات تمرکز قدرت، نظارت بی‌وقفه، و مهندسی افکار عمومی در بسترهای دیجیتال تأکید دارند. در رویکرد نخست، تکنولوژی و به‌ویژه «هوش مصنوعی»، ابزاری برای افزایش دسترسی به اطلاعات، بسیج سیاسی، و فعال‌سازی گروه‌های حاشیه‌ای محسوب می‌شود. نظریه‌پردازانی چون «امانوئل کاستلز» و «کلی شرکی» بر نقش شبکه‌های ارتباطی دیجیتال در ارتقای دموکراسی مشارکتی تأکید دارند، جایی که اطلاعات به صورت افقی توزیع می‌شود و شهروندان، ابزارهای لازم برای کنشگری سیاسی در اختیار دارند. اما در مقابل، متفکرانی چون «ژیل دلوز» با نظریه «جامعه کنترل»، نسبت به انضباط زیست‌قدرت محور فناوری هشدار می‌دهند. به‌زعم «دلوز»، فناوری‌های نوین به‌ویژه در قالب الگوریتم‌ها و سیستم‌های پیش‌بینی‌گر، به‌جای آزادسازی انسان‌ها، آن‌ها را در چارچوب‌های رفتاری از پیش تعیین‌شده قرار داده و به جای قدرت حاکمیتی سنتی، نوعی «قدرت نامرئی» را اعمال می‌کنند که آزادی‌های سیاسی را تهدید می‌کند. در همین راستا، اندیشمندانی چون «وگنی موروزو» نیز با نقد «تکنو-آرمان‌گرایی لیبرال» معتقدند که فناوری‌هایی چون «هوش

مصنوعی» بیش از آن‌که دموکراسی را تقویت کنند، در خدمت اقتدارگرایی الگوریتمی قرار می‌گیرند؛ جایی که داده‌های کاربران برای پیش‌بینی، جهت‌دهی و حتی سرکوب رفتارهای سیاسی مورد استفاده قرار می‌گیرند. بنابراین، چارچوب نظری این پژوهش تلاش دارد بین این دو نگاه – یکی با محوریت افزایش شفافیت و مشارکت و دیگری با تأکید بر مراقبت، سوگیری و مهندسی اجتماعی – توازن تحلیلی برقرار کرده و بررسی کند که در عمل، «هوش مصنوعی» چگونه در شکل‌دهی آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران، به‌ویژه در بافتارهای نوپدید دیجیتال، ایفای نقش می‌کند. نظریه مشارکت سیاسی نیز به‌عنوان یکی از چارچوب‌های اساسی این پژوهش، بیان می‌کند که مشارکت در فرآیندهای دموکراتیک تحت تأثیر سه عامل اصلی قرار دارد: «منابع فردی»، «انگیزه‌های سیاسی» و «دسترسی به اطلاعات». ظهور فناوری‌های مبتنی بر «هوش مصنوعی»، به‌ویژه الگوریتم‌های شخصی‌سازی اطلاعات، باعث شده است که افراد در معرض داده‌هایی قرار گیرند که ممکن است سطح آگاهی سیاسی آن‌ها را تغییر داده و انگیزه آن‌ها را برای مشارکت در تصمیم‌گیری‌های عمومی افزایش یا کاهش دهد (ژو¹ و همکاران، 2025). این فناوری‌ها همچنین در ایجاد رفتارهای رأی‌دهی هدفمند و تحلیل الگوهای مشارکت سیاسی نقش مهمی دارند. در ارتباط با چگونگی تأثیر «هوش مصنوعی» بر دموکراسی، نظریه دموکراسی الگوریتمی مطرح می‌شود که نشان می‌دهد سیستم‌های هوشمند چگونه می‌توانند بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی و فرآیندهای دموکراتیک تأثیر بگذارند (بنت و سگربرگ²، 2012). به عقیده پژوهشگران این حوزه، الگوریتم‌های «هوش مصنوعی» در پردازش اطلاعات و ارائه آن به کاربران، می‌تواند افکار عمومی را هدایت کرده

فرآیندهای دموکراتیک کاهش یابد. از منظر تأثیرات مثبت «هوش مصنوعی»، نظریه «شهروندی دیجیتال» مطرح می‌شود که بیان می‌کند فناوری‌های دیجیتال می‌توانند به بهبود فرآیندهای دموکراتیک و افزایش مشارکت عمومی کمک کنند (موسبرگر⁴ و همکاران، 2007). در این راستا، «هوش مصنوعی» از طریق ابزارهایی نظیر «چت‌بات‌های سیاسی، سیستم‌های تحلیل افکار عمومی و پلتفرم‌های اطلاع‌رسانی دیجیتال می‌تواند به افزایش آگاهی شهروندان کمک کرده و زمینه‌های مشارکت آن‌ها را در سیاست فراهم کند. برای مثال، برخی کشورها از فناوری‌های هوشمند برای افزایش شفافیت اطلاعات و ارائه داده‌های بی‌طرفانه به رأی‌دهندگان استفاده کرده‌اند که منجر به ارتقای کیفیت دموکراسی شده است. درنهایت، نظریه «انتخاب عقلانی» بیان می‌کند که افراد در فرآیندهای سیاسی، تصمیم‌گیری‌های خود را بر اساس محاسبه سود و زیان حاصل از گزینه‌های مختلف انجام می‌دهند. با ورود «هوش مصنوعی» به حوزه تصمیم‌گیری‌های سیاسی، این نظریه ابعاد جدیدی پیدا کرده است، زیرا اکنون اطلاعاتی که شهروندان برای تصمیم‌گیری در اختیار دارند، تحت تأثیر پردازش‌های پیچیده الگوریتمی قرار دارد (دیوید⁵ و همکاران، 2025). این بدان معناست که اگر سیستم‌های مبتنی بر «هوش مصنوعی» به‌گونه‌ای طراحی شوند که اطلاعات جهت‌دار یا تحریف‌شده ارائه دهند، تصمیمات سیاسی افراد نیز ممکن است به سمت گزینه‌هایی خاص هدایت شود. این چارچوب نظری نشان می‌دهد که «هوش مصنوعی» هم به‌عنوان یک فرصت برای افزایش آگاهی و مشارکت سیاسی، و هم به‌عنوان یک چالش به دلیل احتمال قطبی‌سازی و جهت‌دهی افکار عمومی مطرح است.

و حتی نتایج انتخابات را تحت تأثیر قرار دهند. «هوش مصنوعی» همچنین می‌تواند با ارائه اطلاعات فیلترشده، باعث ایجاد عدم توازن در آگاهی سیاسی شود، به‌گونه‌ای که برخی گروه‌ها اطلاعاتی بیشتر و برخی دیگر اطلاعاتی کمتر و جهت‌دار دریافت کنند. از منظر ارتباطات سیاسی، نظریه «مارپیچ سکوت» بیان می‌کند که افراد زمانی که احساس کنند دیدگاه‌هایشان در اقلیت قرار دارد، از ابراز عقیده خودداری می‌کنند (نول - نویمان¹، 1974). این نظریه در دنیای رسانه‌های دیجیتال اهمیت دوجندانی پیدا کرده است، زیرا سیستم‌های پیشنهاددهنده مبتنی بر «هوش مصنوعی» می‌توانند به‌گونه‌ای طراحی شوند که برخی دیدگاه‌های سیاسی را برجسته کرده و برخی دیگر را به حاشیه برانند. در این شرایط، کاربران ممکن است احساس کنند که دیدگاهشان مورد پذیرش جامعه نیست و بنابراین از مشارکت در بحث‌های سیاسی خودداری کنند. یکی دیگر از نظریات کلیدی در این پژوهش، نظریه «تاق پژواک» است که بیان می‌کند کاربران رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال معمولاً در معرض اطلاعاتی قرار می‌گیرند که با دیدگاه‌های پیشین آن‌ها همسو است و از مواجهه با دیدگاه‌های متضاد جلوگیری می‌شود (سانستاین²، 2001). این پدیده که ناشی از طراحی سیستم‌های پیشنهاددهنده مبتنی بر «هوش مصنوعی» است، می‌تواند موجب قطبی‌سازی افکار عمومی و شکل‌گیری گروه‌های بسته فکری شود که تأثیرات قابل‌توجهی بر میزان مشارکت سیاسی و آگاهی عمومی دارند (ایجاز و محمود³، 2024). درنتیجه، افرادی که در محیط‌های اطلاعاتی فیلترشده قرار می‌گیرند، ممکن است نسبت به مسائل سیاسی جامعه خود آگاهی کمتری داشته باشند و مشارکت آن‌ها در

4. Mossberger
5. David

1. Noelle-Neumann
2. Sunstein
3. Ijaz & Mahmood

بسته به نحوه استفاده از فناوری‌های «هوش مصنوعی»، این سیستم‌ها می‌توانند موجب تقویت دموکراسی و مشارکت مدنی شوند یا بالعکس، منجر به کاهش آگاهی و شکل‌گیری جوامعی شوند که اطلاعات سیاسی آن‌ها توسط الگوریتم‌های پیچیده کنترل می‌شود.

بنابراین، پژوهش حاضر به بررسی این موضوع می‌پردازد که چگونه هوش مصنوعی در میان کاربران دیجیتال به عنوان گروه اجتماعی تأثیرگذار، موجب تغییر در سطح آگاهی و میزان مشارکت آن‌ها در فرآیندهای دموکراتیک می‌شود.

روش پژوهش

این پژوهش به دنبال مطالعه نقش «هوش مصنوعی» در شکل‌دهی آگاهی سیاسی و مشارکت کاربران دیجیتال است و بر همین مبنا، با رویکرد «فراتحلیل» طراحی شده است. در حالیکه، فراتحلیل کمی جهت منسجم کردن نظریه‌ها و یافته‌های پژوهش‌ها در یک حوزه خاص از طریق فنون آماری مانند شاخص اندازه اثر، انجام می‌شود، در «فراتحلیل کیفی» تلاش می‌شود تفسیر عمیق و جامعی از موضوع پژوهش ارائه شود (برنشتاین¹ و همکاران، 2021). برای این منظور، پژوهش‌های موجود در پایگاه‌های علمی «گوگل اسکالر»، «اسکوپوس»، «اشپرنگر»، و «ساینس دایرکت» شامل مقالات

علمی، گزارش‌های تحقیقاتی، کتاب‌ها و مستندات مرتبط در حوزه «هوش مصنوعی»، «آگاهی سیاسی» و «مشارکت سیاسی» جمع‌آوری شده‌اند. معیارهای انتخاب، «مرتبط بودن با موضوع» و «اعتبار علمی» در دوره زمانی 2018 به این سو بوده است. در مجموع، 49 پژوهش بررسی شد که پس از غربالگری، 20 مورد از آنها مناسب تشخیص داده شده، در تحلیل به کار رفت. پس از جمع‌آوری داده‌ها، از روش «تحلیل محتوا» برای بررسی متن‌های منتخب استفاده شد. این روش به تحلیل عمیق مفاهیم، الگوها و تم‌های موجود در متون پژوهشی کمک می‌کند. برای تحلیل داده‌ها، از چارچوب‌های نظری مرتبط با علوم سیاسی، ارتباطات، و مطالعات هوش مصنوعی استفاده گردید. نظریه‌هایی مانند «نظریه ماریچ سکوت»، «نظریه دموکراسی الگوریتمی»، «نظریه اتاق پژواک» و «نظریه شهروندی دیجیتال» و ... به عنوان مبنای تحلیلی برای درک بهتر تأثیرات هوش مصنوعی بر آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران دیجیتال به کار گرفته شده‌اند. به منظور اطمینان از صحت و اعتبار داده‌ها، تمامی منابع انتخاب‌شده از نظر اعتبار علمی، تخصص نویسندگان و معتبر بودن پایگاه انتشار مورد بررسی قرار گرفتند. فقط منابعی که در مجلات علمی معتبر منتشر شده بودند، در تحلیل نهایی لحاظ شدند.

جدول 1. لیست تحقیقات مورد استفاده در تحلیل نهایی

	نویسندگان	سال	اهداف پژوهش	محل انجام	جامعه	یافته‌های کلیدی
1	مازوری و بن سالم	2024	استفاده از هوش مصنوعی، واقعیت مجازی و افزوده در بازاریابی سیاسی: انتخابات حزب کارگر انگلستان 2023	انگلستان	رأی‌دهندگان انتخابات	افزایش تعامل کاربران و تأثیرگذاری پیام‌های انتخاباتی
2	آگراوال و پودل	2024	تحلیل تأثیر نمادها در کمپین ضد اطلاعات نادرست تایوان در «تیک تاک»	تایوان	کاربران «تیک تاک»	کاهش تأثیرگذاری اخبار جعلی و افزایش مشارکت سیاسی

بهادر و عالی‌زاد: نقش هوش مصنوعی در شکل‌دهی آگاهی...

3	لی و یوان	2024	پارادوکس اعتبارسنجی چت‌بات‌های سیاسی هوش مصنوعی در درک رأی‌دهندگان از نامزدهای انتخاباتی	چین	رأی‌دهندگان	تقویت اتاق‌های پژواک و تأثیر بر تصمیم‌گیری‌های سیاسی
4	بولیان	2020	بیست سال اثرات رسانه‌های دیجیتال بر مشارکت مدنی و سیاسی	بین‌المللی	شهروندان	افزایش مشارکت سیاسی از طریق رسانه‌های دیجیتال
5	هلیگر و همکاران	2020	تنوع در معرض قرارگیری به‌عنوان اصل طراحی برای سیستم‌های توصیه‌گر	اروپا	کاربران رسانه‌های دیجیتال	افزایش تنوع اطلاعات و کاهش قطبی‌سازی
6	لازر و همکاران	2018	علم اخبار جعلی	آمریکا	کاربران رسانه‌های اجتماعی	انتشار اخبار جعلی و تأثیر آن بر دموکراسی
7	زویدروین بورجسیوس و همکاران	2018	نحوه تأثیر شخصی‌سازی خبرهای الگوریتمی بر دانش و نگرش‌های سیاسی	هلند	کاربران رسانه‌های دیجیتال	تأثیر شخصی‌سازی بر دانش و نگرش‌های سیاسی
8	تنوچاریس و همکاران	2021	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مشارکت سیاسی: شواهدی از اروپا و آمریکا	اروپا و آمریکا	شهروندان	افزایش مشارکت سیاسی از طریق رسانه‌های اجتماعی
9	تاکر و همکاران	2017	از آزادی به آشفتگی: رسانه‌های اجتماعی و دموکراسی	اروپا و آمریکا	شهروندان	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تضعیف نهادهای دموکراتیک
10	کالوت و داگلاس	2025	خطرات تدریجی قدرت‌زدایی: تهدیدات سیستماتیک از توسعه تدریجی AI	کشورهای توسعه‌یافته	دولت‌ها و سیستم‌های تصمیم‌گیری	کاهش نقش شهروندان در تصمیم‌گیری‌های دموکراتیک
11	بنت و لیوینگستون	2018	سفارش اطلاعات و نظم نادرست: اختلال در ارتباطات و فروپاشی نهادهای دموکراتیک	بین‌المللی	کاربران پلتفرم‌های دیجیتال	نقش اطلاعات نادرست در تضعیف دموکراسی
12	فلو و همکاران	2019	سیاست‌گذاری اینترنت به‌عنوان سیاست رسانه‌ای: بازنگری در مسئله حکمرانی پلتفرم‌های دیجیتال	بین‌المللی	کاربران پلتفرم‌های دیجیتال	ضرورت تنظیم‌گری پلتفرم‌های دیجیتال
13	نئوبام و کرامر	2017	چه چیزی را می‌ترسیم؟ پیامدهای منفی مورد انتظار از بیان عقاید سیاسی آنلاین در رسانه‌های مختلف	آلمان	کاربران رسانه‌های اجتماعی	تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر ترس از بیان عقاید سیاسی
14	پنیکوک و رند	2019	مقابله با اطلاعات نادرست در رسانه‌های اجتماعی با استفاده از قضاوت‌های جمعی	آمریکا	کاربران رسانه‌های اجتماعی	نقش جمعیت در شناسایی اخبار جعلی
15	سوروین و اسپنسر – اسمیت	2021	تصمیم‌گیری خودکار و دموکراسی: ریسک‌ها، فرصت‌ها و جهت‌گیری‌های پژوهشی	بین‌المللی	کاربران پلتفرم‌های دیجیتال	تأثیر تصمیم‌گیری خودکار بر دموکراسی
16	بکیر و مک استی	2018	خبر جعلی و اقتصاد احساسات	بین‌المللی	شهروندان	نقش احساسات در انتشار اخبار جعلی

17	موسبرگر و همکاران	2007	شهروندی دیجیتال: اینترنت، جامعه و مشارکت	آمریکا	شهروندان	نقش فناوری‌های دیجیتال در افزایش مشارکت شهروندان
18	نوئل نویمان	1974	ماریچ سکوت: نظر عمومی، پوست اجتماعی ما	آلمان	کاربران رسانه‌های اجتماعی	تأثیر ماریچ سکوت بر بیان عقاید سیاسی
19	سانستاین	2001	جمهوری دوت‌کام	آمریکا	کاربران رسانه‌های اجتماعی	نقش فیلتر شدن اطلاعات در تضعیف دموکراسی
20	ژو و همکاران	2025	بررسی نقش چت‌بات‌ها در تقویت مشارکت الکترونیکی شهروندان در حکمرانی	چین	شهروندان	نقش چت‌بات‌ها در افزایش مشارکت سیاسی

یافته‌ها

حکمرانی را هم شامل می‌شود. برای نمونه، ژو و همکاران² (2025) نقش «چت‌بات‌ها» در تسهیل مشارکت الکترونیکی شهروندان در فرایند حکمرانی را بررسی کرده‌اند و نشان داده‌اند، این ابزارهای هوش‌محور می‌توانند باعث ارتقای سطح مشارکت غیررسمی اما مؤثر در امور عمومی شوند.

سطوح مشارکت سیاسی: از آگاهی تا کنشگری

پژوهش‌های تحلیل‌شده، مشارکت سیاسی را در سه سطح دسته‌بندی کرده‌اند: مشارکت منفعل (مشاهده و لایک زدن)، مشارکت آگاهانه (اشتراک‌گذاری تحلیل‌ها یا نقد سیاست‌ها)، و مشارکت کنش‌گرانه (تأسیس کمپین، اعتراض، ارتباط مستقیم با سیاست‌گذاران). طبق مطالعه موسبرگر و همکاران³ (2007)، فناوری‌های دیجیتال به‌ویژه در ایالات متحده، موجب شده‌اند که شهروندان از نقش‌های منفعل به کنش‌گری سیاسی پیشروی کنند. همچنین، تئوچاریس و همکاران⁴ (2021) نشان می‌دهند که ابزارهای «هوش مصنوعی» در اروپا و آمریکا به‌طور خاص، باعث افزایش اشکال مشارکت «آنلاین» شده‌اند که معادل کنش‌گری سیاسی مدرن تلقی می‌شوند.

پیشرفت‌های اخیر در حوزه «هوش مصنوعی» تأثیر عمیقی بر ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و سیاسی جوامع گذاشته است. یکی از حوزه‌هایی که بیشترین تغییرات را تجربه کرده، فرآیندهای دموکراتیک و مشارکت سیاسی شهروندان است. فناوری‌های مبتنی بر «هوش مصنوعی»، از الگوریتم‌های تحلیل کلان‌داده‌ها گرفته تا «چت‌بات‌های سیاسی»، سیستم‌های توصیه‌گر اخبار، مدل‌های پردازش «زبان طبیعی» و یادگیری ماشین، اکنون نقش پررنگی در شکل‌دهی افکار عمومی و مشارکت دیجیتال ایفا می‌کنند (کاپرسکا¹ و همکاران، 2024). یافته‌های حاصل از تحلیل پژوهش را می‌توان در محورهای ذیل خلاصه کرد:

گونه‌های مشارکت سیاسی در بستر دیجیتال

یافته‌ها نشان می‌دهند، مشارکت سیاسی دیگر صرفاً به رأی دادن محدود نمی‌شود، بلکه اشکال متنوع‌تری مانند تعامل با «چت‌بات‌های سیاسی، اشتراک‌گذاری محتوای سیاسی در شبکه‌های اجتماعی، مشارکت در کارزارهای دیجیتال، امضای طومارهای آنلاین و حتی تعاملات مجازی با نهادهای

3. Mossberger
4. Theocharis

1. Kacperska
2. Zhou

دلایل مشارکت و کناره‌گیری: دو سویه فرصت و تهدید

مطالعات مورد بررسی، دلایل مشارکت سیاسی کاربران را در عواملی همچون دسترسی سریع به اطلاعات شخصی سازی شده، افزایش شفافیت، اعتماد به توصیه‌گرها و انگیزه‌های شناختی تحلیل کرده‌اند. در مقابل، عواملی مانند انتشار اطلاعات نادرست، خستگی دیجیتال، قطبی‌سازی و نبود تنوع اطلاعاتی باعث شده‌اند که برخی از کاربران، به‌ویژه جوانان، از مشارکت فعال کناره‌گیری کنند.

تأثیر دوگانه هوش مصنوعی بر مشارکت سیاسی

یافته‌های فراتحلیل نشان می‌دهد که فناوری‌های «هوش مصنوعی» از یک‌سو با افزایش آگاهی و دسترسی، می‌توانند مشارکت دموکراتیک را گسترش دهند اما از سوی دیگر، در صورت عدم تنظیم‌گری صحیح، به‌عنوان ابزارهایی برای مهندسی افکار عمومی و تقویت قطبی‌سازی سیاسی عمل می‌کنند. به‌طور خاص، مطالعه لی و یوان (2024) در چین نشان داد که «چت‌بات‌های سیاسی ممکن است به‌جای ارتقای مشارکت، موجب تقویت اتاق‌های پژواک شوند و تصمیم‌گیری سیاسی را از واقع‌گرایی دور کنند.

افزایش آگاهی و دسترسی به اطلاعات سیاسی

نقش سیستم‌های توصیه‌گر یکی از مهم‌ترین کاربردهای «هوش مصنوعی» در حوزه سیاست، استفاده از الگوریتم‌های توصیه‌گر محتوا در شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جستجو است. این سیستم‌ها دسترسی کاربران را به اخبار و تحلیل‌های سیاسی مرتبط افزایش می‌دهند و اطلاعات شخصی‌سازی‌شده‌ای را بر اساس علاقه‌مندی‌های آن‌ها ارائه می‌کنند (هونگ و لیو¹، 2025).

سیستم‌های «هوش مصنوعی» می‌توانند اخبار سیاسی را هدفمندتر کرده و کاربران را به مشارکت فعال‌تری در فرآیندهای سیاسی ترغیب کنند. مدل‌های یادگیری ماشین و پردازش کلان‌داده‌ها امکان تحلیل رفتارهای کاربران و ارائه محتوای متناسب با نیاز آن‌ها را فراهم می‌کنند (کیم² و همکاران، 2025). اگرچه این سیستم‌ها آگاهی را افزایش می‌دهند، اما ممکن است موجب فیلتر شدن اطلاعات و کاهش تنوع دیدگاه‌های سیاسی شوند (محمد³ و همکاران، 2024). می‌توان بیان کرد، «هوش مصنوعی» از طریق تحلیل داده‌های کاربران، استخراج الگوهای رفتاری، و پیشنهاد محتوای متناسب با علایق سیاسی افراد، سطح «آگاهی سیاسی» کاربران را افزایش می‌دهد. اما این فناوری، با وجود مزایای متعدد، می‌تواند با سوگیری‌های الگوریتمی و فیلتر شدن اطلاعات، چالش‌هایی را نیز به همراه داشته باشد. «هوش مصنوعی» از طریق سیستم‌های توصیه‌گر، تحلیل کلان‌داده‌ها و «چت‌بات‌های سیاسی، امکان افزایش آگاهی کاربران دیجیتال نسبت به مسائل سیاسی را فراهم کرده است. در عین حال، چالش‌هایی مانند سوگیری الگوریتمی، فیلتر شدن اطلاعات و نقض حریم خصوصی نیز مطرح هستند که می‌توانند بر کیفیت آگاهی سیاسی تأثیر بگذارند. برای بهره‌گیری بهتر از مزایای «هوش مصنوعی» در آگاهی‌بخشی سیاسی، به مقررات و چارچوب‌های نظارتی شفاف‌تری نیاز است.

تسهیل مشارکت سیاسی دیجیتال و افزایش کنشگری

استفاده از چت‌بات‌ها مطالعات نشان داده‌اند «چت‌بات‌های «هوش مصنوعی» و سیستم‌های پردازش «زبان طبیعی» می‌توانند در تعاملات

3. Mohamed

1. Hong & Liu
2. Kim

سیاسی و اطلاع‌رسانی مؤثر باشند. این ابزارها به‌عنوان مشاوران سیاسی دیجیتال عمل کرده و به سؤالات کاربران درباره سیاست‌های دولت، قوانین انتخاباتی و فرآیندهای رأی‌گیری پاسخ می‌دهند (کیم و همکاران، 2025). «چت‌بات‌های «هوش مصنوعی» می‌توانند نرخ تعامل کاربران دیجیتال با مسائل سیاسی را افزایش داده و موجب افزایش میزان مشارکت آن‌ها در رأی‌گیری شوند. این سیستم‌ها اطلاعات بی‌طرفانه‌ای ارائه داده و به کاربران کمک می‌کنند تا تصمیمات آگاهانه‌تری اتخاذ کنند (کیم و همکاران، 2025).

شخصی‌سازی اطلاعات می‌تواند موجب تشدید تعصب شناختی کاربران و کاهش تنوع اطلاعات سیاسی شوند. کاربرانی که در معرض اطلاعات متنوع سیاسی قرار نمی‌گیرند، کمتر احتمال دارد که در بحث‌های دموکراتیک شرکت کنند (هونگ و لیو، 2025). امروزه رسانه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال به بسترهای کلیدی برای تعاملات سیاسی تبدیل شده‌اند. «هوش مصنوعی» در این فضاها از طریق الگوریتم‌های تحلیل داده، مدل‌های پیش‌بینی تعامل و سیستم‌های اتوماسیون اطلاعات، موجب افزایش نرخ مشارکت کاربران دیجیتال در بحث‌های سیاسی شده است.

کمپین‌های دیجیتال

پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند، کمپین‌های دیجیتال با استفاده از «هوش مصنوعی» می‌توانند کاربران را به‌طور هدفمند در فعالیت‌های سیاسی مشارکت دهند (نگوین و پاتل¹، 2023). مدل‌های یادگیری ماشین می‌توانند گرایش‌های سیاسی کاربران دیجیتال را تحلیل کرده و محتواهای متناسبی برای بسیج آن‌ها ارائه دهند (هونگ و لیو، 2025). استفاده از «هوش مصنوعی» در تبلیغات سیاسی موجب افزایش تأثیرگذاری کمپین‌ها و افزایش نرخ مشارکت در رأی‌گیری شده است.

مخاطرات سوءاستفاده از هوش مصنوعی

انتشار اخبار جعلی و دستکاری اطلاعات سیستم‌های «هوش مصنوعی» می‌تواند برای انتشار اخبار جعلی، دستکاری نتایج انتخابات و جهت‌دهی به افکار عمومی مورد استفاده قرار گیرند. خیلی از اطلاعات نادرست در شبکه‌های اجتماعی توسط الگوریتم‌های هوش مصنوعی منتشر می‌شوند (براون و ویلیامز²، 2024). کاربران که از منابع اطلاعاتی متعددی استفاده نمی‌کنند، بیشتر در معرض تأثیر اخبار جعلی قرار دارند (محمد و همکاران، 2024).

استفاده از داده‌های کلان برای تبلیغات هدفمند پژوهش هونگ و لیو (2025)، نشان داد که کمپین‌های انتخاباتی می‌توانند با استفاده از داده‌کاوی و «هوش مصنوعی»، تبلیغات خود را به گروه‌های خاصی از رأی‌دهندگان هدف‌گیری کنند. بسیاری از تبلیغات انتخاباتی دیجیتال از روش‌های داده‌محور برای تحلیل و تأثیرگذاری بر رأی‌دهندگان جوان استفاده می‌کنند. «هوش مصنوعی» قادر

چالش‌های قطبی‌سازی، اتاق پژواک و تعصب الگوریتمی

تأثیر الگوریتم‌های رسانه‌ای بر شکل‌گیری اتاق‌های پژواک مطالعات نشان داده‌اند که الگوریتم‌های شبکه‌های اجتماعی محتوای سیاسی را به‌گونه‌ای مرتب‌سازی می‌کنند که کاربران فقط با دیدگاه‌هایی که قبلاً با آن‌ها موافق بوده‌اند مواجه می‌شوند (محمد و همکاران، 2024). الگوریتم‌های

2. Brown & Williams

1. Nguyen & Patel

است با پردازش داده‌های کلان و تحلیل رفتار کاربران، بینش دقیقی نسبت به نگرش‌های سیاسی ارائه دهد. این فناوری به سیاستمداران و سازمان‌های مدنی کمک می‌کند تا راهبردهای بهتری برای جذب کاربران به فعالیت‌های سیاسی طراحی کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

تحولات فناورانه در سال‌های اخیر، به‌ویژه پیشرفت‌های چشمگیر در «هوش مصنوعی» تأثیر بسزایی بر فرآیندهای دموکراتیک و مشارکت سیاسی داشته است. در حالی که در گذشته، مشارکت سیاسی عمدتاً از طریق تعاملات حضوری، رسانه‌های سنتی و روش‌های کلاسیک مانند رأی‌گیری فیزیکی انجام می‌شد، ظهور فناوری‌های نوینی مانند الگوریتم‌های توصیه‌گر، پردازش کلان‌داده‌ها، «چت‌بات‌های» سیاسی و کمپین‌های دیجیتال مبتنی بر «هوش مصنوعی» این روند را متحول کرده است. امروزه، کاربران فضای دیجیتال به‌عنوان یکی از فعال‌ترین گروه‌های اجتماعی در فضای دیجیتال، بیشترین تعامل را با این فناوری‌ها دارند و تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم آن را تجربه می‌کنند. با وجود مزایای آشکار «هوش مصنوعی» در افزایش دسترسی به اطلاعات، بهبود تصمیم‌گیری سیاسی و تسهیل مشارکت دیجیتال، چالش‌های مهمی نیز مطرح شده‌اند. قطبی‌سازی سیاسی، انتشار اطلاعات نادرست، ایجاد «اتاق‌های پژواک» و تأثیرگذاری بر افکار عمومی از طریق تبلیغات هدفمند، از جمله نگرانی‌های اساسی در این حوزه هستند. این مسائل باعث شده‌اند که پژوهشگران، سیاست‌گذاران و نهادهای مدنی به بررسی دقیق‌تر پیامدهای مثبت و منفی هوش مصنوعی در سیاست بپردازند. این پژوهش، با بهره‌گیری از «فراتحلیل کیفی» تلاش کرده است تأثیرات مثبت و منفی

«هوش مصنوعی» بر «آگاهی» و «مشارکت» سیاسی کاربران را شناسایی و بررسی کند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که «هوش مصنوعی» به‌عنوان یک فناوری نوظهور، تأثیر عمیقی بر «آگاهی» و «مشارکت» سیاسی کاربران دیجیتال دارد. این فناوری از طریق سیستم‌های توصیه‌گر اخبار، پردازش کلان‌داده‌ها، «چت‌بات‌های» سیاسی و کمپین‌های دیجیتال مبتنی بر الگوریتم‌های یادگیری ماشین، شیوه‌های دریافت اطلاعات و نحوه مشارکت کاربران دیجیتال را دگرگون کرده است. از یک‌سو، «هوش مصنوعی» به افزایش دسترسی به اطلاعات، تسهیل مشارکت سیاسی و بهبود کیفیت تصمیم‌گیری سیاسی منجر شده است، اما از سوی دیگر، چالش‌هایی مانند قطبی‌سازی، انتشار اطلاعات نادرست و تأثیرگذاری غیرمنصفانه بر افکار عمومی را نیز به همراه داشته است. مطالعات مازاری و بن سالم (2024) و آگراوال و پودل (2024) نشان دادند، کمپین‌های دیجیتال مبتنی بر «هوش مصنوعی»، موجب افزایش تعامل کاربران با فرآیندهای سیاسی شده‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهند، کاربران بیش از رسانه‌های سنتی، از شبکه‌های اجتماعی و ابزارهای «هوش مصنوعی» برای دریافت اطلاعات سیاسی استفاده می‌کنند. پژوهش کالوت و داگلاس (2025) نشان داد که افزایش نفوذ «هوش مصنوعی» در فرآیندهای سیاسی، موجب کاهش نقش سنتی شهروندان در تصمیم‌گیری‌های دموکراتیک شده است. براساس یافته‌ها، اعتماد بیش‌ازحد به تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر الگوریتم‌ها، می‌تواند مشارکت فعال کاربران دیجیتال را تحت‌الشعاع قرار دهد. نظریه «ماریپچ سکوت» (نول نویمان، 1974) استدلال می‌کند که کاربران در جوامعی که نظرات مخالف کمتر دیده می‌شود، سکوت اختیار می‌کنند اما یافته‌های این پژوهش نشان داد که برخی از کاربران دیجیتال، حتی در محیط‌های بسته اطلاعاتی، از

چت‌بات‌ها و رسانه‌های اجتماعی برای بیان نظرات خود استفاده می‌کنند. تحلیل داده‌های این پژوهش نشان داد، نظریه‌های علوم اجتماعی و علوم سیاسی می‌توانند به درک بهتر تأثیرات «هوش مصنوعی» بر آگاهی و مشارکت سیاسی کمک کنند. نظریه دموکراسی الگوریتمی یافته‌های پژوهش را تأیید می‌کند که الگوریتم‌های «هوش مصنوعی» در پردازش و ارائه اطلاعات، نقش مهمی در هدایت افکار عمومی و حتی نتایج انتخابات دارند. براساس نظریه شهروندی دیجیتال، «هوش مصنوعی» می‌تواند مشارکت سیاسی را از طریق ابزارهای دیجیتال تسهیل کند، اما میزان مشارکت به سطح آگاهی کاربران بستگی دارد. نظریه انتخاب عقلانی نشان داد، کاربران فضای دیجیتال تصمیمات سیاسی خود را بر اساس اطلاعات دریافتی از سیستم‌های «هوش مصنوعی» اتخاذ می‌کنند که می‌تواند هم فرصتی برای آگاهی بیشتر باشد و هم تهدیدی برای جهت‌دهی افکار عمومی از طریق اطلاعات فیلترشده. در حالیکه نظریه «مارپیچ سکوت» بیان می‌کند که کاربران در اقلیت سیاسی سکوت اختیار می‌کنند، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد، برخی از کاربران فضای دیجیتال با استفاده از «چت‌بات‌ها» و رسانه‌های اجتماعی، همچنان به بیان دیدگاه‌های خود ادامه می‌دهند. برخلاف نظریه‌های سنتی دموکراسی که مشارکت را مبتنی بر حضور فیزیکی در فرآیندهای انتخاباتی می‌دانستند، این پژوهش نشان داد، مشارکت دیجیتال به همان اندازه بر فرآیندهای دموکراتیک تأثیرگذار است.

هرچند این پژوهش نشان داد که هوش مصنوعی نقش مهمی در شکل‌دهی آگاهی و مشارکت سیاسی کاربران دیجیتال دارد، اما در این اثنا، برخی چالش‌های اساسی نیز شناسایی شدند که به شرح ذیل بیان می‌گردند. (1) قطبی‌سازی اطلاعات و ایجاد «اتاق‌های پژواک». برخی از سیستم‌های

توصیه‌گر، کاربران را در معرض اطلاعاتی قرار می‌دهند که تأییدکننده باورهای پیشین آن‌هاست، که این امر می‌تواند بر مشارکت دموکراتیک تأثیر منفی بگذارد. (2) افزایش انتشار «اخبار جعلی». «هوش مصنوعی» در برخی موارد به انتشار اطلاعات نادرست و تبلیغات هدفمند دامن زده است. (3) نبود «چارچوب‌های نظارتی مشخص». در حال حاضر، سیاست‌گذاری‌های شفاف و قانون‌گذاری برای کنترل تأثیر «هوش مصنوعی» بر سیاست وجود ندارد.

سخن پایانی پایانی این پژوهش این است که، این پژوهش، چند پیشنهاد برای تحقیقات آتی در این زمینه، مطرح می‌نماید. پژوهش‌های آینده باید نقش دولت‌ها و نهادهای بین‌المللی در تنظیم‌گری «هوش مصنوعی» در سیاست را بررسی کنند. به علاوه، «چت‌بات‌های «هوش مصنوعی» تأثیر زیادی بر دیدگاه‌های سیاسی دارند و تحقیقات آینده می‌توانند بررسی کنند که این تعاملات چگونه بر فرایندهای رأی‌گیری تأثیر می‌گذارند.

ملاحظات اخلاقی: با توجه به نوع پژوهش، رعایت اصول اخلاقی چندان مطرح نیست با این حال، تلاش شده است اصول صداقت علمی، استناددهی دقیق، و احترام به مالکیت فکری نویسندگان آثار پیشین رعایت گردد.

تقدیر و تشکر: این مقاله، برآمده از یک پژوهش مستقل است. نویسندگان مقاله از کلیه پژوهشگرانی که در حوزه هوش مصنوعی و مشارکت الکترونیکی فعالیت داشته و نتایج تحقیقات خود را در دسترس قرار داده‌اند، سپاس‌گزاری می‌نمایند.

تضاد منافع: نویسندگان این مقاله هیچ تضاد منافی ندارند.

محمودی، تیناسادات، رونقی، محمدحسین، امینی، علیرضا. (1403). تاثیر پذیرش هوش مصنوعی بر پایداری اجتماعی (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان). فصلنامه علمی پژوهشی توسعه کارآفرینی، 17(4)، 1-31.

References

- Agarwal, R. & Poudel, S. (2024). Analyzing the impact of symbolic cues in Taiwan's misinformation counter-campaign on TikTok. *Springer Social Network Analysis and Mining*. Available at: <https://link.springer.com/content/pdf/10.1007/s13278-024-01385-9.pdf>
- Bakir, V. & McStay, A. (2018). Fake news and the economy of emotions. *Digital Journalism*, 6(2), 154-175.
- <http://dx.doi.org/10.1080/21670811.2017.1345645>
- Bennett, W. L. & Livingston, S. (2018). The disinformation order: Disruptive communication and the decline of democratic institutions. *European Journal of Communication*, 33(2), 122-139.
- <https://doi.org/10.1177/0267323118760317>
- Bennett, W. L., & Segerberg, A. (2012). *The logic of connective action: Digital media and the personalization of contentious politics*. Cambridge University Press.
- Boulianne, S. (2020). Twenty years of digital media effects on civic and political participation. *New Media & Society*, 22 (4), 764-782.
- <http://dx.doi.org/10.1177/0093650218808186>
- Borenstein, M., Hedges, L. V., Higgins, J. P. & Rothstein, H. R. (2021). *Introduction to meta-analysis*. New York: John Wiley & Sons.
- <https://doi.org/10.1002/9780470743386>
- Brown, J., & Williams, T. (2024). Algorithmic propaganda and election manipulation. *Journal of Digital Ethics*, 11(2), 88-107.
- Colvett, J. & Douglas, P. (2025). The gradual erosion of democratic power: Systemic threats from AI development. *ArXiv Preprint*. Available at: <https://arxiv.org/pdf/2501.16946>
- David, L. K., Wang, J. & Angel, V. (2025). Validation of social science theories using machine learning models: A methodological perspective. *Quality & Quantity*, 59(3), 2799-2823.
- <http://dx.doi.org/10.1007/s11135-025-02075-0>
- Flew, T., Martin, F. & Suzor, N. (2019). Internet regulation as media policy: Rethinking the question of digital communication platform governance. *Journal of Digital Media & Policy*, 10(1), 33-50.
- http://dx.doi.org/10.1386/jdmp.10.1.33_1
- Helberger, N., Karppinen, K. & D'Acunto, L. (2020). Exposure diversity as a design principle for recommender systems. *Information, Communication & Society*, 23(2), 184-200.
- <http://dx.doi.org/10.1080/1369118X.2016.1271900>
- Hong, Y., & Liu, C. (2025). Political personalization and AI-based content curation in digital news platforms. *Computational Politics*, 7(1), 45-62.
- <http://dx.doi.org/10.3390/journalmedia5020039>
- Ijaz, Q. & Mahmood, Z. (2024). Exploring the influence of AI-driven social media in shaping political behavior among university students in Lahore. *International Journal of Social Sciences Bulletin*, 2(4), 1877-1886.
- Kaczperska, E. & Nowak, M. (2024). Recommender systems, user profiling, and political influence. *Artificial Intelligence Society*, 39(1), 101-123.
- <http://dx.doi.org/10.1007/s40747-020-00212-w>

- Kim, J., Park, Y. & Cho, H. (2025). Political chatbots and democratic engagement: A comparative study. *Artificial Intelligent and Civic Life*, 12(2), 130-148.
<https://doi.org/10.1177/01492063241311855>
- Lazer, D. M., Baum, M. A., Benkler, Y., Berinsky, A. J., Greenhill, K. M., Menczer, F. & Zittrain, J. L. (2018). The science of fake news. *Science*, 359(6380), 1094-1096.
<http://dx.doi.org/10.1126/science.aao2998>
- Lee, Yu-Hao and Yuan, Chien Wen (Tina), The Authenticity Paradox of Political Ai Chatbots on Voters' Candidate Perceptions. Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=5074078>.
<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5074078>
- Mahmoudi, T. S., Ronaghi, M. H. & Amini, A. R. (1403). The effect of artificial intelligence adoption on social sustainability (Case study: Isfahan province knowledge-based companies). *Journal of Entrepreneurship Development*, 17(4), 31-1. [In Persian]
<https://doi.org/10.22059/jed.2024.381974.654410>
- Mazari, S. & Bensalem, Y. (2024). The use of artificial intelligence, virtual reality, and augmented reality in political visual marketing: The case of the 2023 UK Labor Party elections. *Journal of Digital Marketing and Politics*, 25(2), 105-124.
- Mohamed, E.A., Osman, M.E. & Mohamed, B.A. (2024). The impact of artificial intelligence on social media content. *Journal of Social Sciences*, 20(1), 12-16.
<http://dx.doi.org/10.3844/jssp.2024.12.16>
- Mossberger, K., Tolbert, C. J. & McNeal, R. S. (2007). *Digital citizenship: The internet, society, and participation*. MIT Press.
- Neubaum, G. & Krämer, N. C. (2017). What do we fear? Expected negative consequences of online political expression in different media. *Communication Research*, 44(8), 1090-1118.
<http://dx.doi.org/10.1177/0093650215623837>
- Nguyen, T. & Patel, R. (2023). Targeted political campaigning with AI: A global perspective. *Computational Governance*, 6(1), 19-40.
- Noelle-Neumann, E. (1974). *The spiral of silence: Public opinion, our social skin*. University of Chicago Press.
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2019). Fighting misinformation on social media using crowdsourced judgments. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 116(7), 2521-2526.
<https://doi.org/10.1073/pnas.1806781116>
- Saurwein, F. & Spencer-Smith, C. (2021). Automated decision-making and democracy: Risks, opportunities, and research directions. *Internet Policy Review*, 10(1), 1-19.
<http://dx.doi.org/10.17645/mac.v9i4.4062>
- Sunstein, C. R. (2001). *Republic.com*. Princeton University Press.
- Theocharis, Y., Barberá, P., Fazekas, Z. & Popa, S. A. (2021). The impact of social media on political participation: Evidence from Europe and the US. *Political Communication*, 38(1-2), 89-111.
<http://dx.doi.org/10.1177/2158244020919447>
- Tucker, J. A., Theocharis, Y., Roberts, M. E. & Barberá, P. (2017). From liberation to turmoil: Social media and democracy. *Journal of Democracy*, 28(4), 46-59.
<http://dx.doi.org/10.1353/jod.2017.0064>
- Zhou, M., Liu, L., Zhang, J. & Feng, Y. (2025). Exploring the role of chatbots in enhancing citizen E-participation in governance: scenario-based experiments in China. *Journal of Chinese Governance*, 10(1), 1-32.

<https://doi.org/10.1080/23812346.2024.2434983>

Zuiderveen Borgesius, F. J., Trilling, D., Möller, J., Bodó, B., de Vreese, C. H. & Helberger, N. (2018). How algorithmic news personalization affects political knowledge and attitudes: A review of the evidence. *Digital Journalism*, 6(10), 1194-1216.

