

DOI: 10.30495/jss.2021.1934207.1355

**Research Paper**

## **Determining the effective factors on the behaviors of the political elites of the Islamic Republic in cyberspace**

**Behrouz Fooladi**

*Ph. D. student in Political Sociology, Qom Islamic Azad University, Iran.*

**Ali Mohseni**

*Assistant Professor, Department of Political Science, Faculty of Humanities, Islamic Azad University of Qom, Iran (Corresponding Author). E- mail: amohseni@qom-iau.ac.ir*

**Reza Parizad**

*Assistant Professor and Faculty Member, Department of Political Science, Faculty of Humanities, Islamic Azad University of Qom, Iran.*

The purpose of this study was to determine the factors affecting the behaviors of the political elites of the Islamic Republic in cyberspace. Research Method of The present study is a documentary research method. The statistical population of the study includes the political elites of the Islamic Republic in cyberspace. The technique of collecting information is also taking notes. In a democratic country with good governance, the participation of political elites and the people has an effective role in formulating government policies in the public arena. A good government strives to provide a platform for the participation of all members of the community, as well as the political elite, in policy-making and the formulation of government strategies. Today, with the emergence of new communication media, attention has been drawn to using this information exchange platform to improve the participation and political activism of the elite and the public. In this article, with the aim of examining the factors affecting the behavior of elites in cyberspace, it is tried to answer the question of what prerequisites and factors cause political elites to engage in political behavior and activism in cyberspace. It is obvious that a government based on democracy and high political and social participation needs to strengthen social and political interactions and actions among all sections of society, especially the political elites.

### ***Conflict of interest:***

**ACCORDING TO THE AUTHORS, THE ARTICLE DID NOT HAVE ANY CONFLICT OF INTEREST.**

**Key words: *Political Elite, Political Behavior, Cyberspace.***

## تعیین عوامل مؤثر بر رفتارهای نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی

بهروز فولادی<sup>۱</sup>

علی محسنی<sup>۲</sup>

رضا پریزاد<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۰/۸/۳

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۴/۶

### چکیده

زمینه و هدف: هدف این پژوهش تعیین عوامل مؤثر بر رفتارهای نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی بود.

روش: روش پژوهش تحقیق حاضر روش تحقیق اسنادی است. جامعه آماری پژوهش شامل نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی است. تکنیک جمع‌آوری اطلاعات نیز فیش‌برداری است. یافته‌ها: در یک کشور دموکراتیک با نوع حکمرانی خوب مشارکت نخبگان سیاسی و مردم نقش مؤثری در تدوین خط‌مشی‌های حکومت در عرصه عمومی دارد. یک حکومت خوب تلاش می‌کند تا بسترهای مناسب برای مشارکت همه آحاد جامعه و همچنین نخبگان سیاسی را در امر سیاست‌گذاری و تدوین استراتژی‌های حکومتی فراهم نماید.

نتیجه‌گیری: امروزه با پیدایش رسانه‌های نوین ارتباطی توجه‌ها به سمت استفاده از این بستر تبادل اطلاعات برای بهبود مشارکت و کنشگری سیاسی نخبگان و عامه، جلب شده است. در این مقاله نیز با هدف بررسی عوامل مؤثر بر رفتارهای نخبگان در فضای مجازی تلاش کردیم تا به این سؤال که چه پیشنهادها و عواملی باعث می‌شود تا نخبگان سیاسی در فضای مجازی دست به رفتار و کنشگری سیاسی بزنند پاسخ دهیم. بدیهی است که یک حکومت مبتنی بر دموکراسی و مشارکت سیاسی و اجتماعی بالا نیازمند تقویت تعامل‌ها و کنش‌های اجتماعی و سیاسی در بین همه آحاد جامعه به ویژه نخبگان سیاسی می‌باشد.

واژگان کلیدی: نخبگان سیاسی، رفتار سیاسی، فضای مجازی.

۱. دانشجوی دکتری علوم سیاسی (جامعه‌شناسی سیاسی)، گروه علوم سیاسی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران.

۲. استادیار علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول).

E-mail: amohseni@qom-iau.ac.ir

۳. استادیار علوم سیاسی، دانشکده علوم انسانی، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران.

### مقدمه

تکنولوژی اطلاعاتی - ارتباطی به طور اساسی موجب تغییر در اطلاعات و ارتباطات دو اصل اساسی در دیپلماسی نخبگان حکومتی شده است. در واقع، اینترنت و شبکه‌های ارتباطی یکی از عمیق‌ترین تغییرات را در سیاست به همراه داشته است. تحولات مذکور در جامعه مدرن وابستگی متقابل میان بازیگران مهم در سیاست جهانی و تقاضا برای دیپلماسی به عنوان شیوه‌ای از حل و فصل منازعات از طریق مذاکرات و مصالحه را افزایش داده است.

در مجموع باید گفت رسانه‌های نوین اجتماعی و ارتباطی اگرچه دیپلماسی را به عنوان روشی برای مدیریت عرصه سیاست بین‌الملل تقویت کرده، اما ماهیت، ساختار و نهادهای مرتبط با آن را دستخوش تحولاتی نموده است. این تغییرات هنوز در جریان است و از این رو حضور اثربخش در عرصه جهانی منوط به درک درست ماهیت این تغییر و طراحی درست ساختارها و نهادهای اجرایی آن است. این امر که سرنوشت هر جامعه بر آن بستگی تام دارد، ضرورت بررسی نحوه بهره‌گیری و جایگاه رسانه‌های نوین را در عرصه تصمیم‌گیری‌های نخبگان حکومتی مورد تأکید جدی قرار می‌دهد و آن را جزو حیاتی‌ترین مباحث آینده کشور می‌سازد. پدیده انقلاب ارتباطات و محصول کاملاً شناخته شده آن، یعنی رسانه‌ها، در حال ایجاد تغییرات اساسی وسیعی در ماهیت، اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع گوناگون، اعم از توسعه یافته و در حال توسعه است.

### بیان مسئله

حضور و گستردگی رسانه<sup>۱</sup> در سپر عمومی و انباشت و فوران نشانه‌ها و تصاویر رسانه‌ای در همه شئون زندگی چون اقتصاد، سیاست، فرهنگ و تولید و توزیع معانی، به رسانه‌ای شدن فرهنگ، سیاست و اجتماع منتهی شده است. تکنولوژی اطلاعاتی - ارتباطی به طور اساسی موجب تغییر در اطلاعات و ارتباطات دو اصل اساسی در دیپلماسی نخبگان حکومتی شده است. در واقع، اینترنت و شبکه‌های ارتباطی یکی از عمیق‌ترین تغییرات را در سیاست به همراه داشته است. تحولات مذکور در جامعه مدرن وابستگی متقابل میان بازیگران مهم در سیاست جهانی و تقاضا برای دیپلماسی به عنوان شیوه‌ای از حل و فصل منازعات از طریق مذاکرات و مصالحه را افزایش داده است.

با تغییر در مفهوم و ماهیت قدرت، منابع و ساختارهای قبلی تولید قدرت کارکرد خود را از دست داده و نیازمند تغییر و مهندسی مجدد هستند. یکی از قابلیت‌های اینترنت که تحولات زیادی را موجب شده، شبکه‌های اجتماعی هستند.

<sup>۱</sup>. Media

در میان فعالین و نیروهای مؤثر در رشد مشارکت سیاسی، پیشرفت کشور و ارتباط با کشورهای همسایه و پیشرفته گروه نخبگان سیاسی، خصوصاً در جوامع در حال توسعه<sup>۱</sup> از جایگاه ویژه‌ای برخوردارند. زیرا در این جوامع، این گروه علاوه بر نقش ویژه سیاسی و علمی، معمولاً از منزلت اجتماعی بالائی برخوردارند، و به عنوان گروه مرجع در چشم دیگران تلقی می‌شوند. چنان که تأسیس یک جامعه سیاسی، همواره با برآمدن گروهی از افراد در مقام نخبگان علمی همراه بوده است، و نیز مشارکت یا عدم مشارکت سیاسی آن‌ها در جوامع در حال توسعه، دارای نقش مؤثرتری در گسترش بسیج سیاسی جامعه داشته و دارد. امروزه با رشد شبکه‌های اجتماعی شرایط تعامل و کنشگری نخبگان سیاسی در رسانه‌های ارتباط جمعی نوین فراهم‌تر شده و شاهد افزایش فعالیت‌های نخبگان سیاسی کشورمان در این فضا به خصوص در توییت‌ر هستیم. در این مقاله در نظر داریم تا به بررسی عوامل مؤثر بر رفتارهای نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی بپردازیم.

### اهمیت و ضرورت پژوهش

با توجه به این که پژوهشی در این زمینه انجام نشده است از لحاظ علمی و پشتوانه پیشینه تحقیق نیز انجام رساله ضروری می‌باشد. همچنین از لحاظ کاربردی نیز به دلیل پویا بودن این موضوع و تأثیر روزافزون تکنولوژی و شبکه‌های مجازی و رسانه‌های ارتباطی بر آحاد جامعه شناسایی الگوی تأثیرگذاری آن بر نخبگان سیاسی کشورهای در حال توسعه ضروری می‌باشد.

### اهداف تحقیق

#### هدف اصلی تحقیق

- تعیین عوامل مؤثر بر رفتارهای نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی.

#### اهداف فرعی

- تعیین تأثیر تکنولوژی‌های ارتباطی رسمی مانند شبکه‌های رسمی داخلی و خارجی بر کنش‌های نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی ایران.  
- تعیین تأثیر شبکه‌های ارتباطی مجازی مانند توییت‌ر و اینستاگرام و ... بر کنش‌های نخبگان سیاسی.

<sup>۱</sup>. Developing Communities

**سوالات تحقیق****سوال اصلی**

چه عوامل مؤثری بر رفتارهای نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی اثرگذار است؟

**سوالات فرعی**

آیا تکنولوژی‌های ارتباطی رسمی مانند شبکه‌های رسمی داخلی و خارجی بر کنش‌های نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی ایران اثرگذار است؟  
 آیا شبکه‌های ارتباطی مجازی مانند توئیتر و اینستاگرام و ... بر کنش‌های نخبگان سیاسی اثرگذار است؟

**فرضیه کلی پژوهش**

به نظر می‌رسد تکنولوژی اطلاعاتی - ارتباطی با افزایش شفاف‌سازی، کنترل و نظارت مردم بر عملکرد نخبگان حکومتی و ارتقاء آگاهی و بینش مردم و مشارکت سیاسی آنان، موجب ازدیاد ضرورت پاسخگویی و مسئولیت‌پذیری و اقناع افکار عمومی توسط نخبگان حکومتی می‌شود و به مثابه ابزاری جهت بسیج سیاسی و پیشبرد سیاست‌های حکومتی در جمهوری اسلامی ایران شده است.

**روش تحقیق**

روش پژوهش در تحقیق حاضر روش تحقیق اسنادی می‌باشد که از طریق جمع‌آوری داده‌های کیفی و اسنادی در کتاب‌ها و مجلات و فصلنامه‌های علمی پژوهشی، محقق در پی تبیین و تحلیل موضوع پژوهش بر آمده است. روش جمع‌آوری اطلاعات نیز در این روش پژوهش، فیش‌برداری و نکته‌برداری بوده است.

**مبانی نظری****پیشینه تجربی تحقیق**

کتاب "منازعات نخبگان سیاسی و ثبات سیاسی در جمهوری اسلامی ایران" اثر امیر عظیمی دولت‌آبادی است که در سال ۱۳۸۷ منتشر شده است. نویسنده ضمن طرح مباحث نظری منازعات نخبگان سیاسی در طی سال‌های ۱۳۸۲-۱۳۷۶ در انتخابات دوره‌های هفتم و هشتم ریاست جمهوری، ششم و هفتم مجلس شورای اسلامی و اول و دوم شوراهای اسلامی شهر و روستا و تأثیر آن‌ها بر ثبات سیاسی را مورد بررسی قرار داده است. او همچنین "توقیف نشریات" را به عنوان یکی از شاخص‌های

سنجش منازعه میان نخبگان سیاسی در نظر گرفته است و این موضوع را از نشانه‌های شدت منازعات نخبگان و بی‌ثباتی سیاسی تلقی کرده است.

تأثیر شکاف‌های اجتماعی در گروه‌بندی و کشمکش "نخبگان سیاسی" عنوان رساله دکتری علوم سیاسی علی‌اصغر داودی در واحد علوم تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی در سال ۱۳۸۱ است. نویسنده در این رساله با اشاره به این که شکاف‌های اجتماعی منجر به گروه‌بندی‌های مختلف در عرصه سیاست و اجتماع می‌گردد، تأکید می‌کند وقوع انقلاب اسلامی در عین حالی که متأثر از شکاف‌های قبل بوده، خود نیز بر فعالیت شکاف‌ها اثر گذاشته و برخی را فعال و برخی را غیرفعال کرده و حتی زمینه را برای تکوین برخی شکاف‌های جدید فراهم نموده است. وی تأکید می‌کند شکاف‌های اجتماعی و سیاسی موجود و ویژگی‌های نهفته در آن هم‌چنان احتمال وقوع کشمکش‌های شدید و خشونت‌آمیز و بی‌ثبات کننده را با خود دارند.

کتاب "آینده‌پژوهی ثبات سیاسی ایران" نوشته عبدالحمود محمدی لرد است که در سال ۱۳۹۳ به چاپ رسید. این اثر در واقع رساله دکتری علوم سیاسی نویسنده در دانشگاه علامه طباطبایی است. بر اساس یافته‌های این تحقیق، مهم‌ترین عواملی که بر ثبات سیاسی تأثیر دارند عبارت‌اند از فساد حکومت، کارآمدی حکومت، سودمندی اقتصادی، حاکمیت قانون، فرهنگ سیاسی دموکراتیک، جهانی شدن، نفوذ شبکه‌های جمعی و وفاق نخبگان سیاسی. وی با استفاده از سامانه شبیه‌سازی به ارزیابی سناریوهای مختلف پرداخته و درصد ارائه مناسب‌ترین راهبرد جمهوری اسلامی ایران برای افزایش ثبات سیاسی در دهه ۱۴۰۰ هجری شمسی بر آمده است.

"رسانه و ثبات سیاسی در ایران" عنوان مقاله‌ای از علی‌اصغر کیا در فصلنامه پژوهش حقوق و سیاست در زمستان ۱۳۸۹ است. در این مقاله نویسنده بر این باور است رسانه‌ها و عملکرد آن‌ها می‌تواند بر ثبات سیاسی کشور هم اثر مثبت و ایجابی و هم تأثیرات منفی و سلبی داشته باشد. اما نکته اساسی این است که تأثیر رسانه‌ها به عنوان یک متغیر مستقل بر ثبات سیاسی به عنوان یک متغیر وابسته در تعامل آن‌ها با متغیرهای واسطه‌ای چون تمرکز بر نخبگان سیاسی، محرومیت نسبی، فرصت‌های سیاسی، مشکلات اقتصادی و ... بروز و ظهور می‌یابد. نویسنده بهترین راهبرد ثبات سیاسی در بعد رسانه‌ای را آزادسازی بیشتر فضای رسانه‌ای کشور به صورت آرام و تدریجی دانسته است.

### مفهوم نخبگان

نُخبه یا الیت (Elite) از واژه Eligere به معنی انتخاب و یا انتخاب کردن، گرفته شده است. مفهوم اولی برای تبیین کیفیت اجناس و کالاهایی به کار می‌رود که دارای نوعی ویژگی و برتری، نسبت به سایر کالاها دارد. نخبه به کلی‌ترین مفهوم آن، به گروهی از اشخاص گفته می‌شود که در هر جامعه‌ای مواضع رفیع را در اختیار دارند. به بیان جزئی‌تر، مشتمل بر گروهی از افراد است که در رشته‌ای خاص تبحر و

برتری دارند. Gould and William (۱)، دقیق‌ترین تعریف از نخبگان را از پارتو ارائه داده است. به اعتقاد او، نخبه کسی است که ذاتاً دارای امتیازات هوشی، جسمی و روانی است. این مواهب را طبیعت در وجود یک شخص به عاریت نهاده است.

معمولاً برگزیدگان، در بر گیرنده تمام افراد و اشخاصی‌اند، که دارای خصوصیات استثنایی و منحصر به فرد بوده و یا دارای استعداد و قابلیت‌هایی عالی در زمینه کار خود، و یا در برخی فعالیت‌ها می‌باشند (۲). در دوره جدیدتر، هارولد لاسول، نخبگان را متشکل از افرادی می‌داند، که بیشترین دسترسی و کنترل به ارزش‌ها را دارند. Gould and William (۱)، این نوع تعریف از نخبگان، مصداقی برای انواع مختلف نخبگان اجتماعی، مسامحه در تعبیر و ساده‌نگاری می‌باشد؛ زیرا همه گروه‌های نخبه، سیطره و کنترلی بر ارزش‌ها ندارند. تعریف لاسول مخصوص به گروه خاصی از نخبگان اجتماعی است - که در قالب نخبگان سیاسی می‌گنجد. گرچه اندیشه بحث نخبه‌گرایی را در ایده‌پردازی‌های افلاطون، ماکیاوول و دیگران می‌توان یافت (۳)، و اما در قرن‌های هیجدهم و نوزدهم، نخبه به اشخاص و گروه‌های اجتماعی اطلاق می‌شد که از جایگاه و منزلت اجتماعی، سیاسی و روحانی برتری نسبت به دیگران برخوردار بودند. نخبگان به افرادی برجسته و کارآمد اطلاق می‌شود که در خلق و گسترش علم، فناوری، هنر، ادب، فرهنگ و مدیریت کشور در چارچوب ارزش‌های اسلامی اثرگذاری بارز داشته باشند و همچنین فعالیت‌های آن‌ها بر پایه هوش، خلاقیت، انگیزه و توان‌مندی‌های ذاتی از یک سو و خبرگی، تخصص و توان‌مندی‌های اکتسابی از سوی دیگر، موجب سرعت بخشیدن به پیشرفت و اعتلای کشور شوند. نخبه - گرایی به‌عنوان یک نظریه پر قدرت اجتماعی توسط کارل مارکس، ویلفردو پارتو، گائتانو موسکا و رابرت میخلز طرح شده است. دیدگاه مشترک این گروه از متفکران بر این مبنا استوار بود که حاکمیت در جامعه به دست گروه کوچکی از نخبگان می‌چرخد (۴).

#### مفهوم شبکه‌های اجتماعی

قدرت نرم بر خلاف قدرت سخت که ماهیتی ایستا و بسیط دارد، ماهیتی ژلاتینی و چندبعدی دارد. مشروعیت نداشتن کشورها در به کار بردن قدرت سخت و ناکامی‌های کارکردی بسیار در آن، سبب شده است به ابزارهایی جدید رو آورده شود که هزینه‌های کمتری دارند و از تلفات جانی و مالی تا حد زیادی می‌کاهند و در عین حال، افکار عمومی را با خویش همراه می‌سازند. بر این اساس کشورهای مختلف توجه ویژه به قدرت نرم نشان داده‌اند (۵).

شبکه‌های اجتماعی از مهم‌ترین این ابزارها هستند که می‌توان آن‌ها را به دو دسته شبکه‌های مجازی و غیر مجازی تقسیم کرد. شبکه‌های غیر مجازی توسط مجموعه‌ای از افراد و گروه‌های به هم پیوسته در محیط اجتماعی عمل می‌کنند. شبکه‌های مجازی یا شبکه اجتماعی اینترنتی، وب سایت یا مجموعه‌ای از

وب سایت‌هایی است که به کاربران این امکان را می‌دهد تا علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خود را با یکدیگر به اشتراک بگذارند. در سال‌های اخیر شبکه‌های اجتماعی با سرعتی بی‌نظیر گسترش یافته‌اند. شبکه‌های اجتماعی مانند فلیکر<sup>۱</sup>، مای‌اسپیس<sup>۲</sup>، فرندستر<sup>۳</sup>، دلشز<sup>۴</sup>، یوتیوب<sup>۵</sup>، اراکات<sup>۶</sup> و فیس‌بوک<sup>۷</sup> بستری جدید برای ایجاد شبکه‌های مجازی میان افراد هستند و در مدت زمانی کوتاه، به سرعت رشد کرده‌اند. برای مثال فیس‌بوک با ۲۲ درصد رشد نسبت به سال ۲۰۱۲ در پایان سال ۲۰۱۴ حدود ۸۶۴ میلیون کاربر فعال داشته است (۶). به تازگی اعلام شده است که ۳ میلیارد حساب کاربری فعال در شبکه‌های اجتماعی وجود دارند. این به معنای آن است که تقریباً نیمی از مردم جهان در روز وقت خود را به شبکه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند. در بین شبکه‌های اجتماعی؛ فیس‌بوک، یوتیوب و واتس‌آپ به ترتیب در جایگاه اول تا سوم فهرست بیشترین کاربران فعال قرار دارند. گفتنی است، شبکه اجتماعی اینستاگرام و توییتر نیز به ترتیب هفتم و دهم قرار دارند. از طرف دیگر تعداد کاربرانی که از گوشی هوشمند خود به صورت عام از اینترنت استفاده می‌کنند در حدود بیش از ۵ میلیارد کاربر عنوان شده است (۷).

### مفهوم شبکه‌های اجتماعی مجازی

شبکه‌های اجتماعی مجازی سایت‌هایی هستند که با افزودن امکاناتی مانند چت، ایمیل، دنبال کردن، امتیاز دادن، امکان ایجاد شبکه خصوصی و مانند آن و توسعه امکانات قالب وب سایت‌های ساده مانند موتور جست و جو خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند. شبکه‌های اجتماعی، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنت است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات می‌پردازند. یک شبکه اجتماعی، سایتی است که در مرحله اول به افراد و سازمان‌ها اجازه می‌دهد صفحات خود را روی آن ایجاد کنند و در مرحله دوم اجازه می‌دهد این صفحات بر اساس مشترکات گوناگون به هم متصل شوند. وقتی صحبت از شبکه اجتماعی می‌شود باید به «اجتماع<sup>۸</sup> کاربری» هم اشاره کرد. هم‌چنین شبکه‌های اجتماعی وب سایت‌های مبتنی بر فناوری‌های وب است که با قابلیت ایجاد شبکه و ارتباطات مجازی تعاملی در فضای سایبر، به تأثیرگذاری بر سایت‌های رسمی می‌پردازند. فیس‌بوک، توییتر، فرند فیدز، بازنگار، دیگ، دلشز، گروه‌های ایمیلی، وبلاگ‌ها، چت روم‌ها، و فروم‌ها از جمله سایت‌هایی هستند که قابلیت شبکه‌سازی وسیعی در اینترنت ایجاد کرده‌اند. در برخی مواقع این شبکه‌ها اقدامات خود را در

1. Flickr  
 2. MySpace  
 3. Friendster  
 4. Del.icio.us  
 5. YouTube  
 6. Orkut  
 7. FaceBook  
 8. Community



فضای واقعی جامعه نیز تسری داده‌اند که برای مثال هماهنگی و سازمان‌دهی بسیاری از تجمع‌های سیاسی و اعتراضی در همین شبکه‌ها انجام گرفته است (۸).

### تأثیر رسانه‌های نوین بر فرهنگ سیاسی

فرهنگ سیاسی محصول تاریخ جمعی یک نظام سیاسی و تاریخ زندگی افرادی است که آن نظام را می‌سازند و به همین دلیل به طور یکسان در حوادث و تجربه‌های شخصی ریشه دارد (۹). سریع‌القول این تأثیرپذیری را این گونه تشریح می‌کند که از آن جایی که فرهنگ سیاسی عمدتاً در بخش نهفته علم سیاست جای دارد و قسمت ناخودآگاه ذهن را در بر می‌گیرد، طی سال‌ها از طریق خانواده، نظام آموزشی، فرهنگ عمومی و ماهیت نظام سیاسی به طور پیچیده‌ای و عمدتاً با ابزار روانی و با نتایج سیاسی به فرد منتقل می‌شود و نظام کنش واکنش او را نسبت به پدیده‌های سیاسی شکل می‌دهد (۱۰).

رسانه‌ها را بسیاری به درستی ابزاری فرهنگی می‌دانند زیرا از بطن فرهنگ بر می‌خیزند، با توجه به فرهنگ کاربردی متمایز می‌یابند و سپس بر فرهنگ جامعه تأثیر می‌نهند. در این راستا رسانه‌های جدید در ساختن جامعه و فرهنگ تازه، تصور از زندگی و امکان دستیابی به جهان معاصر به طور مجازی، مؤثر هستند. انسان در جامعه رسانه‌ای دیروز، بیشتر نقش‌پذیر بود تا نقش‌آفرین؛ اما با شکل‌گیری جهان مجازی، نقش و سهم انسان به طور مجازی و تصور از خود و دیگری که جهان اجتماعی را می‌سازد، بیشتر شده است. رسانه‌های الکترونیکی، جهانی وسیع برای انسان‌ها ساخته، موجب می‌شوند تا محیطی چندبعدی تحت وضعیت محلی و جهانی ظاهر شود، بر خلاف گذشته که ایجاد فاصله میان بیننده و وقایع را سبب شده بود. امروزه مخاطبان در رسانه‌های اجتماعی، حضوری بیشتر و تعامل‌هایی سریع‌تر نسبت به رسانه‌های جمعی دارند و مخاطبان در این رسانه‌ها به جای این که دریافت‌کنندگان غیر فعال اطلاعات باشند، می‌توانند با تولید کنندگان محتوا و حتی با یکدیگر برخورد داشته، خود نیز به تولید محتوا بپردازند. و وقتی این فناوری‌های جدید در جامعه گسترش می‌یابند و فراگیر می‌شوند، همه جا حضوری نامحسوس دارند. فرهنگ دیجیتال حاصل توسعه فعالیت این رسانه‌ها، به طور عمده فرهنگ دسترسی طبق تقاضا به محتویات است، خواه برای آن هزینه کنند، خواه به صورت نظیر به نظیر آن را به اشتراک بگذارند. در حقیقت، این فرهنگ تلاش دارد تا از سنگینی بار جغرافیا خلاص شود زیرا تحدید و وضعیت جغرافیایی را منبع اصلی ناکامی و محدودیت در زندگی انسان می‌داند؛ این فرهنگ در صدد تأسیس نظم ضد فضایی بدیلی به جای جهانی واکنش‌پذیر است چون اعتقاد دارد، برای انسان‌ها خوشایندتر خواهد بود. در این فضای فرهنگی با توجه به شرایط زیستی نوین مبتنی بر خصلت محلی جهانی به دلیل باز بودن زندگی اجتماعی نوین و هم‌چنین به دلیل تکثیریابی زمینه‌های عمل و تنوع مراجع اجتماعی، نظام کنش اجتماعی و انتخاب شیوه زندگی و مبانی رفتاری، بیش از پیش در ساخت هویت کنشگران اجتماعی، سلطه نشان‌ها، تصاویر و بازکرده‌های دنیای رسانه‌ای شده، متبلور می‌شوند. این ویژگی‌ها باعث شده جامعه‌شناسان، فضای

فرهنگی مجازی را به طور کامل جدید و بسا مدرن دانسته، آن را نشانگر گسستی عمده و اساسی در الگوهای فرهنگی جامعه، هویت و ارتباطات در نظر بگیرند. این فضای فرهنگی، فضای مجازی می‌تواند به عنوان حوزه‌ای عمومی (که در آن شهروندان می‌توانند با یکدیگر در خصوص علایق مشترک خود ملاقات و تعامل داشته باشند)، نقشی مهم بازی کند و از این طریق، به گسترده‌تر کردن حوزه‌های عمومی برای ارتباطات سیاسی کمک کند (۱۱).

### کنشگری سیاسی در فضای مجازی

پیشرفت‌های فناوری اطلاعات و تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید، فرهنگ ارتباطات و اطلاعات و فضا یا ابعاد رابطه رسانه را تغییر داده‌اند. رسانه اجتماعی به عنوان نوعی از رسانه دیجیتال، مدل‌های ارتباطی جدیدی را معرفی کرده است. موضوعات و مباحث جدید ارتباطی ضمن توسعه آزادی بیان، مشارکت گسترده را فراهم آورده و به طبقات مختلف مردم فرصتی داده‌اند تا نظریات و نگرش خود را منتقل کنند؛ اصول و قواعد اجتماعی را به چالش بکشند و بر تحولات اجتماعی اثرگذار شوند. رسانه اجتماعی این فرصت را به افراد داده است تا به شیوه‌های گوناگون به بیان نظریات خود و ابراز وجود بپردازند و در رخدادهای مهم مشارکت جویند؛ زیرا سلسله مراتب کم‌رنگ‌تر می‌شود و بیشتر ساختارهای دموکراتیک مورد توجه قرار می‌گیرند. روش‌هایی برای ارتباط رسانه‌ای فراهم آورده که قبلاً طبق موانع مکانی یا موقتی محدود شده بود. رسانه اجتماعی به دلیل نقشی که در فرایند اجتماعی - سیاسی دارد، زمینه‌ساز تحولات اجتماعی شده است. توسعه پرشتاب تکنولوژی‌های رسانه اجتماعی در سالیان اخیر، بحث‌های مربوط به اثر آن‌ها بر کنش اجتماعی و سیاسی را شکل داده است (۱۲).

بر اساس نظریه (Castells, 2009)، ارتباطات گسترده رسانه‌ای از طریق اینترنت مخاطب جهانی را جذب و موضوعات گسترده‌ای خلق می‌کند؛ مخاطبین خاص و بالقوه را شناسایی و هدایت می‌نماید و اطلاعات را با افرادی که با یکدیگر در ارتباط هستند، بازیابی می‌کند. با فراگیر شدن و گستردگی منابع و روابط، قابلیت‌های تکنولوژی رسانه اجتماعی برای بررسی تحولات اجتماعی افزایش یافته است. به علاوه، رسانه اجتماعی امکان دسترسی به دانش و اطلاعات دیجیتال و توزیع و تغییر آن‌ها توسط کاربران را فراهم آورده است. مخاطبین برای ایجاد ارتباط با افراد مختلف دارای اختیار و آزادی عمل هستند و در نتیجه شبکه‌های اجتماعی، روابط شخصی آن‌ها متحول می‌گردد (۱۳).

رسانه اجتماعی با ویژگی متفاوت خود، با ابعاد مختلف تولید و توزیع همراه است. این امر با ژورنالیسم مدنی ارتباط دارد. ژورنالیسم مدنی نوع جدیدی از ژورنالیسم است که اثبات می‌کند روش‌های تولید و عرضه رسانه اجتماعی برای عموم فراهم است. هم اشخاص و هم فعالان رسانه‌ای به شکل برابر، امکان دسترسی به اطلاعات را دارند. به علاوه، حتی افرادی که دارای حداقل مهارت‌های تکنیکی هستند، می‌توانند تکنولوژی‌های رسانه اجتماعی را به کار برند. هر فرد در صورت دسترسی می‌تواند این روش‌ها را

دنبال کند و موضوعات را تغییر دهد. بنابراین مفهوم موضوعات و اطلاعات در فضای شبکه‌های مجازی توانسته است روابط قدرت و اختیارات را بین افراد و فعالان رسانه‌ای شکل دهد. کاربران بر اطلاعاتی که از وب سایت‌های اجتماعی فراهم می‌آید، کنترل دارند. مخاطبین دارای این قدرت و اختیار هستند که دارای معنوی خود را به وجود آورند (۱۳).

به نظر (۱۲)، گزارش‌های مربوط به اثرات تحوّل ناشی از شبکه اجتماعی مانند فیس‌بوک و سایر شبکه‌ها، اثر گسترده شبکه را بر تحوّل سیاسی نشان می‌دهد. به گفته محققان گوناگون، رسانه اجتماعی چون سایت‌های شبکه اجتماعی، منبع جدید و مهم سازمان‌دهی موفق و عملیاتی کردن جنبش‌های اجتماعی است. تحولات سیاسی اخیر در مصر، آفریقای شمالی، تونس، لیبی، خاورمیانه و سوریه تحت تأثیر تکنولوژی‌های رسانه اجتماعی بوده است. گزارش رسانه‌ای اجتماعی عرب اشاره می‌کند که شبکه‌های اجتماعی در تحولات انقلابی کشورهای عربی چهار کارکرد زیر را داشته‌اند:

۱. سازمان‌دهی تظاهرات؛ ۲. انتشار اطلاعات؛ ۳. بالا بردن آگاهی از وقایع در حال وقوع، به صورت محلی و جهانی؛ ۴. تشویق مشارکت مردم در تظاهرات و جنبش‌های مدنی.
- استپانوا به دو کارکرد مهم این شبکه‌ها در تحولات منطقه اشاره می‌کند. این دو کارکرد عبارت‌اند از: ۱. سازمان‌دهی اعتراضات؛ ۲. انتشار اطلاعات تحولات منطقه از طریق تبلیغات بین‌المللی.
- کاربران شبکه وب هسته مرکزی تحوّل اجتماعی در عصر ارتباطات را تشکیل می‌دهند. ویژگی مشارکتی تکنولوژی‌های رسانه اجتماعی، امکان اجرای شیوه‌های جدید ارتباطی را فراهم می‌آورد و نقش مؤثری در فرایندهای تغییر سیاسی دارد. این مسئله از طریق نقش‌های متفاوتی که رسانه اجتماعی ایفا کرده، اثبات می‌شود. نقش‌هایی چون تبلیغات و ترویج مشارکت مدنی، ایجاد انگیزه تحوّل و جنبش‌های عمومی، توسعه فعالیت سایبری و مجازی و ژورنالیسم مدنی، توسعه جامعه مدنی، ایجاد فضای سیاسی بازتر و پشتیبانی از عوامل و جریان‌های سیاسی (۱۵).

### نظریه ادوارد شیلز (نخبگان سیاسی و توسعه سیاسی)

نظریه ادوارد شیلز در باب رابطه نخبگان سیاسی و توسعه سیاسی قابل انطباق با شرایط فعالیت‌های سیاسی و سیاست‌ورزی نخبگان در نظام ج.ا.ایران است. وی معتقد است عمده‌ترین مانع در راه توسعه سیاسی در جوامع جهان سوم شکاف بین اقلیت نخبگان تازه متجدد شده با توده مردم بیگانه با تجدد است. وی پنج نوع نظام سیاسی را بر اساس مدارج توسعه سیاسی، معرفی می‌کند: دموکراسی سیاسی، دموکراسی سیاسی حمایت شده، الیگارش‌ی نوگرا، الیگارش‌ی تمامیت‌خواه و الیگارش‌ی سنتی. با توجه به شرایط قبل و پس از پیروزی انقلاب اسلامی، نظام سیاسی ایران در شرایط دموکراسی حمایت شده قرار دارد. شیلز معتقد است که این نظام‌ها، جوامعی هستند که امکانات دستیابی به دموکراسی را دارند ولی هنوز فرهنگ مدنی آن‌ها آسیب‌پذیر است و نظام فکری سنتی در آن‌ها غلبه دارد. این‌ها جوامعی هستند که فعلاً اولویت را به

نوسازی اقتصادی و اجتماعی می‌دهند، نهادهای دموکراسی در آن‌ها موجود است ولی متنوع نیست، تفکیک قوا موجود است ولی کارآمد نیست و چون قوه مجریه حاکم است محدودیت‌هایی برای بازی عادی دموکراسی فراهم می‌آید. شیلز معتقد است مانع عمده و اصلی برای برون رفتار این شرایط آن است که نخبگان، قواعد بازی دموکراسی را نپذیرفته و به آن ملزم نشده‌اند. بنابراین راه‌حل خروج از بن‌بست، خواست، فعالیت و صداقت نخبگان است. وی معتقد است که نخبگان به این امر عمل نمی‌کنند زیرا پذیرش قواعد بازی از سوی این گروه مساوی با کاهش قدرت آن‌هاست. بنابراین هر کدام از طرفین خواستار آن هستند که طرف دیگر به قواعد بازی تن دهد. با الهام از این مطلب می‌توان گفت در نتیجه پذیرش نظریه شیلز و با توجه به شرایط ایران امروز، مانع عمده بر سر راه توسعه سیاسی خود نخبگان هستند. نخبگانی که توسعه سیاسی را در پذیرش قواعد بازی توسط رقیب و نه التزام خود به قواعد بازی می‌بینند. شیلز، پیشرفت اقتصادی و حاکمیت سیاسی را نماد یک جامعه توسعه یافته می‌داند. حاکمیت سیاسی در دیدگاه وی مستلزم خصوصیتی نظیر داشتن احزاب قدرت‌مند در جامعه، دستگاه قانون‌گذاری و قوه قضائیه مستقل و بی‌طرف است. حاکمیت سیاسی در چنین جوامعی در یک فرایند دموکراتیک و قانونی با جامعه در تعامل به سر می‌برد و مردم با مشارکت سیاسی و قانونی در فرایند حاکمیتی به پیشبرد اهداف حاکمیت جامع عمل می‌پوشانند (۱۶).

### دلایل افزایش کنشگری در رسانه‌های اجتماعی

دلایل افزایش کنشگری در رسانه‌های اجتماعی را می‌توان در ۴ مورد خلاصه کرد: نخست این که رسانه اجتماعی فرصت‌های زیادی برای کنش سیاسی ایجاد می‌کند؛ مانند رأی‌گیری آنلاین در نظرسنجی‌ها، بحث و گفتگو، وبلاگ نویسی و ...

دلیل دوم این است که رسانه جدید، از هزینه کنش می‌کاهد و با از میان برداشتن هزینه‌های اضافی، موانع مشارکت در سیاست‌های آنلاین را برای شهروندان کاهش می‌دهد. در نتیجه، افراد با ارتباطات در مقیاس وسیع، به مشارکت در فعالیت‌های آنلاین علاقه‌مند می‌شوند. به این سبب بسیاری از محققان بر این باورند که مشارکت آنلاین دارای محیط بازی است که در نتیجه آن، فرصت‌های برابری برای کنش سیاسی در اختیار افراد قرار می‌دهد.

سوم این که، رسانه‌های اجتماعی سریع و بهروز هستند و قادرند اطلاعات بسیاری را که برای مشارکت در زندگی مدنی و بحث سیاسی لازم و ضروری است، فراهم کنند.

نهایتاً، رسانه اجتماعی به عنوان رسانه تعاملی می‌تواند مسیر تحقق دموکراسی را در جامعه تقویت کند و روابط بین شهروندان، سیاست‌مداران، و نمایندگان آن‌ها را از طریق فرایندهایی چون دولت الکترونیک بهبود بخشد (۱۷).

### عوامل مؤثر بر رفتار سیاسی نخبگان در اینترنت

تحقیقات نشان می‌دهد که الگوی استفاده فرد از رسانه بر میزان مشارکت سیاسی او مؤثر خواهد بود. رسانه‌ها می‌توانند مشارکت رأی دهندگان را از طریق ارتباطی که میان علائق سیاسی رأی دهندگان و آموزش از رسانه وجود دارد، افزایش دهند. McLeod و McDonald در مطالعه‌ای نشان داده‌اند که استفاده از رسانه با افزایش دانش سیاسی، اثربخشی و حتی میزان رأی دهندگان مرتبط است. رسانه اطلاعاتی را در اختیار رأی دهندگان قرار می‌دهد که بر اساس آن تصمیم‌گیری کنند و از این طریق، علائق سیاسی را تحریک می‌کند. رسانه‌ها همچنین با تبلیغ عقاید افراد و گروه‌ها، در شکل‌گیری افکار عمومی ایفای نقش می‌کنند. این امر می‌تواند رسانه‌ها را به ایفای نقش‌های مهم، در فرایند دستور کار و تصمیم‌گیری رهنمون و کمک کند به این که چه مسائلی مهم در نظر گرفته شوند و کدام مسائل مهم‌تر از بقیه هستند (۱۸).

اطلاعات موجود نشان می‌دهد که رسانه‌های الکترونیکی قابلیت گسترش دموکراسی و افزایش مشارکت سیاسی را دارند. اینترنت دسترسی ساده‌تر کاربران را به اطلاعات سیاسی در زمان کوتاه‌تر فراهم می‌کند؛ این امر ممکن است مشارکت در فعالیت‌های سیاسی را باعث شود (۱۸).

عوامل مختلفی در ایجاد رفتار سیاسی در فضای مجازی نقش دارند. در زیر تعدادی از این عوامل که در رفتار سیاسی مؤثر می‌باشند، بیان می‌شوند:

### عوامل فردی

از نظر صفات شخصی، افرادی که خود نظارتی زیادی دارند، کانون کنترل رفتارهای‌شان درون‌زا می‌باشد و آن‌ها نیاز شدیدی برای کسب قدرت دارند، همچنین با احتمال بیشتری به رفتارهای سیاسی دست می‌زنند؛ نسبت به محرک‌های اجتماعی، حساسیت بیشتری از خود نشان می‌دهند، سازگاری اجتماعی بالایی از خود به نمایش می‌گذارند و در رفتار سیاسی نسبت به کسانی که خود نظارتی کمتری دارند، مهارت بسیار زیادتری دارند. افرادی که خود را مسئول رفتارهای‌شان می‌دانند، از آن جایی که بر این باورند که می‌توانند محیط‌شان را نیز کنترل نمایند، بیشتر در معرض وسوسه قرار دارند (۱۹).

یکی از عوامل مؤثر بر رفتار سیاسی نخبگان و کنشگران سیاسی بر اساس نظریه «فرهنگ مدنی» توانایی ذهنی افراد است. توانایی ذهنی ابعاد مختلفی دارد که از مهم‌ترین آن‌ها باید به اعتقاد به تأثیرگذاری بر نهادهای سیاسی اشاره کرد. در این حالت، شخص از نظر ذهنی اعتقاد دارد که می‌تواند بر دولت و حکومت اثرگذار باشد. البته ممکن است این اعتقاد لزوماً با نتایج عملی و اثرگذاری عینی همراه نباشد، اما توانایی ذهنی سبب افزایش توانایی سیاسی افراد می‌شود. عضویت در انجمن‌های داوطلبانه که آمووند و وربا مطرح می‌کنند، مانند سایر بخش‌ها و دیدگاه‌های نظری آن‌ها متأثر از نظریه پارسونز است و دارای عناصر و مفاهیمی است که از آن‌ها می‌توان به عنوان ابزاری برای تحلیل فرهنگ سیاسی سود جست. این عناصر عبارت‌اند از: کنش و نظام‌های کنش، کنشگر، وضعیت کنش و جهت‌گیری کنشگر به سوی

وضعیت (۲۰). از دیدگاه آلموند و وربا می‌توان جهت‌گیری کنشگر به سوی وضعیت را که پارسونز مطرح می‌کند به سه نوع جهت‌گیری تقسیم کرد که عبارت‌اند از: جهت‌گیری شناختی، جهت‌گیری احساسی و جهت‌گیری ارزشیابانه. جهت‌گیری شناختی به دانش و باور افراد در مورد نظام سیاسی، نقش‌ها، اشخاص و شیوه عمل آن‌ها اشاره دارد. جهت‌گیری احساسی مربوط به احساسات فرد در مورد نظام سیاسی، نقش‌ها، اشخاص و شیوه عمل است. جهت‌گیری ارزشیابانه در ارتباط با قضاوت‌ها و نظرهای افراد در مورد موضوعات سیاسی است که این موضوعات ترکیبی از معیارهای ارزشی است (۲۰).

### عوامل سازمانی و اجتماعی

فعالیت‌های سیاسی، بیشتر حاصل ویژگی‌های سازمانی است تا تفاوت‌های فردی، زیرا اکثر سازمان‌ها تعداد زیادی نیروی انسانی دارند که دارای ویژگی‌های شخصی گوناگونی هستند، ولی نوع رفتار سیاسی موجود در آن‌ها بسیار متفاوت است. همچنین باید گفت که رفتار سیاسی به وضعیت‌ها و فرهنگ‌های معینی دامن می‌زند، به ویژه هنگامی که منابع سازمانی رو به کاهش باشد یا هنگامی که الگوی موجود منابع، دستخوش تغییر و تحول می‌شود، این رفتار بیشتر جلوه می‌کند (۱۹). نخبگان ملی به خاطر موقعیتی که دارند و ناشی از اقتدار آن‌ها در سازمان‌های متبوع آن‌ها می‌باشد توانایی خاصی در تأثیرگذاری بر نتایج سیاست ملی دارد. نخبگان ملی به دلیل این که جایگاه بالایی در سازمان‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی برخوردارند که نتیجه آن قدرت فراوان برای این دسته از نخبگان است (۲۱).

آلموند و وربا ضمن پذیرش تأثیر نظام سیاسی بر فرهنگ سیاسی به دنبال شناخت منابع اجتماعی بر فرهنگ سیاسی هستند و در این زمینه، عوامل متعددی را نام می‌برند که از آن جمله می‌توان به نقش جنسیت، میزان تحصیلات، نرخ سواد، مشارکت در نهادهای مدنی، مذهب، سن، قومیت، طبقات اجتماعی، محل و منطقه تولد و سکونت، اندازه شهر، محل کار، نوع شغل افراد، صنعتی شدن، نوسازی و ... اشاره کرد. مشارکت در نهادهای غیر سیاسی از قبیل انجمن‌ها و تشکل‌های اجتماعی احتمالاً موجب می‌شود اعضا درباره مسائل سیاسی بیشتر بحث کنند که علاوه بر ایجاد انگیزش در افراد و گذاشتن منابع اطلاعاتی در دسترس آن‌ها می‌تواند به اعضای این گروه‌ها در زمینه فرهنگ سیاسی کمک کند و نگرش سیاسی آن‌ها را تحت تأثیر قرار دهد (۲۰). پس نخبگان و کنشگران سیاسی که در انجمن‌ها و تشکل‌های مختلف مدنی عضویت دارند و یا وابستگی سازمانی دارند به احتمال زیاد فعالیت بیشتری در زمینه سیاسی در فضای مجازی خواهند داشت.

نخبگان سیاسی (صاحب‌منصبان و کاندیداها) می‌توانند از اینترنت برای ایجاد شبکه‌های تازه و رسیدن به بینندگان جدید بهره گیرند. این شیوه از ارتباط به سیاست‌مداران اجازه می‌دهد تا پیغام‌های خود را با مسائل سازگار نمایند و گروه‌های ویژه‌ای از افراد به خصوص نسل جوان را هدف قرار دهند. اشکال قدیمی رسانه‌ها برای افراد بزرگسال مناسب است، اما شبکه‌های اجتماعی قابلیت نخبگان سیاسی را برای رسیدن

به رأی جوانان افزایش می‌دهند. در زمینه استفاده از اینترنت، کاندیداهای سیاسی دریافته‌اند که سایت‌های شبکه‌یابی اجتماعی، روشی ارزان برای رسیدن به گستره عظیمی از رأی دهندگان از مکان‌های مختلف و در دوره‌ای کوتاه است. بنابراین سیاستمداران از شبکه‌های اجتماعی برای توسعه برنامه‌های کاری خود به شیوه‌ای سریع‌تر از سایر منابع قدیمی رسانه‌ای استفاده می‌کنند (۱۷).

یکی دیگر از عوامل مؤثر اجتماعی در کنشگری سیاسی را می‌توان اجتماعی شدن سیاسی دانست. مایکل راش معتقد است که نباید اجتماعی شدن سیاسی و مشارکت سیاسی را تنها در امتداد یکدیگر در نظر گرفت. اجتماعی شدن ممکن است هم متضمن باز اجتماعی شدن و هم تعدیل کننده آن باشد. از این طریق، فرد ممکن است نسبت به پدیده‌ها و انگیزه‌های سیاسی خارجی واکنش‌های متفاوتی نشان دهد. بدیهی است در این زمینه رفتار مناسب ممکن است حتی شرکت نکردن در فعالیت سیاسی باشد زیرا ممکن است که افراد با توجه به شناختی که از شرایط دارند و با بررسی وضعیت‌های سیاسی واقعی یا بالقوه تصمیم بگیرند که مشارکت نکنند (۲۲). پس بر این اساس کنشگری سیاسی نخبگان سیاسی در فضای مجازی نیز می‌تواند تابعی از میزان اجتماعی شدن سیاسی آن‌ها و میزان شناخت آن‌ها از فضای سیاسی جامعه داشته باشد.

### نتیجه‌گیری

هدف از انجام هر تحقیقی ارائه جواب به سؤالات تحقیق و نتیجه‌گیری در خصوص فرضیات تحقیق می‌باشد تا بتوان در نهایت در خصوص موضوع تحقیق و مسئله پژوهشی به نتیجه‌گیری پرداخت. اصولاً تمامی مراحل تحقیق در جهت رسیدن به آگاهی برای نتیجه‌گیری صورت می‌پذیرد. همان طور که بیان شد هدف از مطالعه حاضر تعیین عوامل مؤثر بر رفتارهای نخبگان سیاسی جمهوری اسلامی در فضای مجازی است. مشکل اساسی جامعه مدنی در جامعه ایران ریشه در نوع گفتمان سیاسی از سوی حکام، نخبگان سیاسی و مردم دارد که حاکی از وجود نوعی رابطه عمودی و آمرانه از بالا به پایین می‌باشد. بر این اساس کنشگری نخبگان سیاسی جامعه ما نیز بر همین منوال شکل گرفته است؛ نخبگان سیاسی با وجود فراهم شدن بسترهای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مختلف بیشتر فعالیت‌شان را محدود به رسانه اجتماعی مجازی چون توئیتر کرده‌اند که به دلیل فیلتر شدن و غیر قانونی بودن، همه مردم جامعه به آن دسترسی ندارند. در واقع کنشگری نخبگان سیاسی کشور ما بیشتر نمود بین‌المللی دارند تا ملی و لازم است که این گروه از فعالیت سیاسی برای نزدیک‌تر شدن به افراد جامعه و درک شرایط و دیدگاه‌های مردم خود تلاش کنند تا در شبکه‌های پر مخاطب‌تر و قابل دسترس‌تر به فعالیت بپردازند. اما آن چه دغدغه این مقاله بوده بررسی عوامل مؤثر بر کنشگری سیاسی نخبگان در فضای مجازی بوده که با توجه به مطالعات انجام شده می‌توان گفت که مجموعه‌ای از عوامل فردی (خودنظارتی، سازگاری اجتماعی، توانایی ذهنی افراد و ...)، سازمانی (جایگاه بالایی در سازمان‌های سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و اجتماعی)

---

و اجتماعی (جنسیت، میزان تحصیلات، نرخ سواد، مشارکت در نهادهای مدنی، مذهب، سن، قومیت، طبقات اجتماعی، محل و منطقه تولد، اجتماعی شدن سیاسی) بر نوع کنشگری سیاسی نخبگان در فضای مجازی تأثیرگذار است.

### **تعارض منافع**

«بنا بر اظهار نویسندگان مقاله حاضر فاقد هرگونه تعارض منافع بوده است.»



## منابع

1. Gould J, Kolb W. (2005). Culture of Social Sciences. translated by Baqer Parham, Nahran: Maziar.
2. Roche G. (1997). Parsons Sociology. Tehran: Tebyan.
3. Baturmor T. (2003). Political Sociology. Tehran: Qatreh Publishing Company.
4. Evans M. Elitism. (2004). Farhang-e Andisheh.
5. Shahram Nia S, Ebrahimi A, Balbasi M. (2013). Conceptual analysis of soft power and Iran's strategy and opportunities against it. Journal of Political and International Knowledge.
6. Statisticbrain. Facebook Statistics. (2015).
7. Club YJ. , (2006). The number of active users of social networks exceeded 3 billion people + infographic, news code: 6668506, September 16th.
8. Hosseini H, Moghadamfar H, Ghanbarpour M. (2014). Analysis of the role and function of virtual social networks in the events of the 2009 elections in the Islamic Republic of Iran. Afagh-e-Asmat Quarterly. 7 (24), P.p: 53-77.
9. Elm m. (2008). The share of Iranian political culture in the instability of parties. Tehran. Nik Farjam Publications.
10. Sari al-Qalam M. (2007). Political Culture of Iran. Tehran: Research Institute for Cultural and Social Studies.
11. Mahdi B, Hadian N. (2018). The Effect of Social Networking Functions on the Orientations of Political Culture of Academic Users in Iran (Case Study Viber and Telegram. Quarterly Journal of Islamic World Studies. 6 (12), P.p: 73-104.
12. Schneider N-C. (2011). Social Dynamics 2.0: Researching Change in Times of Media Convergence: Case Studies from the Middle East and Asia: Frank & Timme GmbH.
13. Kaplan MB, J. (2009). The business and culture of social media.
14. Kietzmann JH, Hermkens K, McCarthy IP, Silvestre BS. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. Business horizons. 54 (3), P.p: 241-251.
15. Khamis S, Vaughn K. (2011). Cyberactivism in the Egyptian revolution: How civic engagement and citizen journalism tilted the balance. Arab Media and Society. 14 (3), P.p: 1-25.
16. Ahmadi Tabatabai SMR. (2017). The effect of the performance of political elites on the process of political progress of the Islamic Republic of Iran. Quarterly Journal of the Islamic Revolution. 11 (40), P.p: 3-24.
17. Mahmoudavoghli R. A. (2016). Study of the Effects of Social Networks on Political Activism of Isfahan University Students. Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies. 4 (4), P.p: 68-145.
18. Bastani S, Lolaie F. (2013). Media Use and Political Behavior of Tehran University Students. Quarterly Journal of Socio-Cultural Development Studies. 1 (3), P.p: 7-38.
19. Jazinizadeh M, Motahhari Nejad H. (2015). Factors affecting the formation of political behavior in the organization. International Conference on New Research Findings in ScienceEngineering and Technology.
20. Karimi A, Babaei M, Ahmadirad P. (2020). Political Attitude of Acting Students and Social Factors Affecting It (Case Study: University Students in Tehran). Social Studies and Research in Iran. 9 (1), P.p: 235-262.

- 
21. Piri D, Mirzaei Jagarloo N. (2006). Morphology of the pattern of behavior of political elites in Iran after the Islamic Revolution. *Journal of Political Science*. 147 (42), 47-125.
  22. Abdolahinejad A, Sadeghi J, GHASEMI NA. (2016). Social Media And Political Participation In Elections The Relation Between Using Facebook, Telegram And Instagram And Political Participation Of Students In Iran's Parliamentary Elections In 2016.