

فصلنامه مطالعات سیاسی

سال دوازدهم، شماره ۴۸، تابستان ۱۳۹۹

صفحات: ۹۳-۱۱۸

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۳/۲۱؛ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۳۹۹/۰۵/۲۶

نوع مقاله: پژوهشی

## نقش فضای مجازی بر وضعیت حوزه عمومی در ایران

سعید بشیری\* / سید مصطفی ابطحی\*\* / علی مرشدی زاد\*\*\*

### چکیده

امروزه پدیده انقلاب اطلاعاتی و ارتباطی و محصول شناخته شده آن یعنی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در حال ایجاد تغییرات بنیادین و وسیعی در ماهیت اشکال و ساختارهای سیاسی اجتماعی در جوامع گوناگون است و این امر ذهن پژوهشگران را درباره چگونگی و پیامدها و تأثیرات این تغییرات مشغول داشته است. فضای مجازی بر تمامی عرصه‌های اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جوامع مؤثر بوده و با توجه به ظرفیت‌هایی چون سرعت، فراگیری، دسترسی دائم، تعامل دوسویه و چند سویه، فرا مکانی و فرا زمانی توانسته به عنوان ابزاری اساسی و مؤثر بر روابط میان شهروندان مطرح شود. پژوهش در پی بررسی نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی بر ایجاد و تقویت حوزه عمومی در میان ایرانیان است. پژوهش با استفاده از روش توصیفی تحلیلی و مطالعه اسنادی و کتابخانه‌ای و در جمع‌آوری اطلاعات از کتب نشریات مقالات و سایت‌های اینترنتی بهره‌گیری شده است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد فضای مجازی و جدیدترین دستاورد آن یعنی شبکه‌های اجتماعی در جهت‌دهی و تنویر افکار عمومی، افزایش آگاهی بخشی در جامعه، تقویت کارکردهای جامعه مدنی و سازمان‌های مردم‌نهاد نقشی مهم و بنیادین ایفا می‌نماید. نتایج پژوهش حاکی از این نکته است که فضای مجازی در بازتعریف و تقویت حوزه عمومی در میان ایرانیان نقشی مؤثر و مثبت داشته است.

### کلیدواژه‌ها

فضای مجازی؛ حوزه عمومی؛ جامعه مدنی؛ افکار عمومی؛ سازمان‌های مردم‌نهاد.

\* دانشجوی دکتری رشته علوم سیاسی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد

bashiri\_2@yahoo.com

اسلامی، تهران، ایران

\*\* استادیار گروه علوم سیاسی، دانشکده حقوق، الهیات و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران،

m.abtahi100@gmail.com

ایران (نویسنده مسئول)

morshedizad@shahed.ac.ir

\*\*\* دانشیار گروه علوم سیاسی و انقلاب اسلامی، دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

## مقدمه

گسترش روزافزون فضای مجازی و حضور همزمان آن در کنار فضای واقعی به بخش جدایی‌ناپذیر زندگی امروزی تبدیل شده است. فضای مجازی محصول تحولات رخ داده در زمینه فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای به‌ویژه ظهور و گسترش اینترنت و صورت‌های مختلف ارتباطات مجازی است. گسترش فضای مجازی موجب بروز تحولات و پیامدهایی در سطح جامعه شده است. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی، امکان تغییر رابطه یک‌سویه از دولت به مردم را به رابطه متقابل و تعامل مردم و دولت و تغییر در روابط میان مردمان با همدیگر شده است؛ تنوع امکانات فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و درگیر ساختن افراد در روابط و تعاملات جدید از یک‌سو و تنوع اشکال این شبکه‌ها و نوع دسترسی متفاوت به آنها از سوی دیگر باعث گسترش و نفوذ آنها در میان مردم شده است. امروزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی صدها میلیون کاربر را در درون خود دارند و با سرعت بالایی نیز در حال رشد هستند. فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی موجب تسهیل فرآیند شده که هابرماس آن را به‌عنوان حوزه عمومی تعریف کرده است یعنی جایی که در آن افکار عمومی شکل می‌گیرد.

هدف از انجام این پژوهش بررسی امکان شکل‌گیری حوزه عمومی در فضای مجازی با توجه به معیارهای حوزه عمومی هابرماس است. هابرماس در تشریح حوزه عمومی موقعیتی را توصیف می‌کند که در آن افراد می‌توانند در مورد مسائل مربوط به حوزه به‌صورت انتقادی بحث کنند و گاهی از موضوعات عمومی به دست آورند در این فضا است که افکار عمومی شکل می‌گیرد و فضای عمومی و مشترک که در آن تصمیمات از راه گفتگو اتخاذ می‌شود؛ در وضعیت آرمانی گفتگو افراد با یکدیگر صحبت می‌کنند تا درباره اینکه کدام اندیشه‌ها ارزش‌ها معتبرند به تفاهم برسند، با ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی و گستردگی فضای مجازی جهان وارد دوران جدیدی شده است که با عناوین ویژه مانند جامعه اطلاعاتی و جامعه شبکه‌ای از دوره‌های پیش از خود متمایز می‌شود. پژوهش در پی پاسخگویی به این سؤال که فضای مجازی چه نقشی بر حوزه عمومی در میان ایرانیان دارد؟ در تبیین فرضیه پژوهش از دیدگاه‌ها و نظریات کاستلز و هابرماس استفاده شده و این‌چنین بیان می‌شود «فضای مجازی از طریق جهت‌دهی به افکار عمومی، تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد و جامعه مدنی و ارتقای آگاهی‌های سیاسی اجتماعی نقشی تأثیرگذار و مثبت بر بازتعریف، احیا و تکوین حوزه عمومی در میان ایرانیان دارد».

## پیشینه و مبانی نظری تحقیق

### پیشینه تحقیق

پُستمن و برانستینگ (۲۰۰۲) معتقدند اینترنت در حال دگرگون کردن گُنشگرایی به گونه‌ای ژرف است که تأثیر مستقیمی بر کنش جمعی دارد. اینترنت با انتشار دیدگاه‌ها و اخبار بدیل مردم را بسیج کرده و نوعی تأثیر بسیج‌کنندگی داشته و جایگاهی برای ارتباط، بحث اجتماعی، جماعت‌های فکری و جنبش‌های شکوفا است. بنتیوانا (۲۰۰۶) معتقد است رسانه‌های جدید موجب ایجاد تغییراتی در نظام سنتی ارتباطات شده و به حوزه‌های اقتصادی، حقوقی و فرهنگی و سیاسی نفوذ کرده‌اند. فناوری‌های اطلاعاتی ارتباطی در سه جنبه ساختاری، نمایندگی و تعامل نقش مهمی در حوزه عمومی مردم ایفا می‌کند. هرمانس (۲۰۰۸) معتقد است فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی می‌تواند بر انگیزه رأی‌دهی و درگیر شدن در فعالیت‌های سیاسی، اشکال مشارکت سیاسی، تشکیل سرمایه اجتماعی از طریق شبکه‌ها و گسترش حوزه عمومی تأثیر گذارده‌اند. مهدی زاده (۱۳۸۳) معتقد است اینترنت و فناوری‌های مرتبط به گونه‌ای سازماندهی شده‌اند که فضای عمومی را برای بحث سیاسی ایجاد کرده و این فضای عمومی به احیای حوزه عمومی کمک می‌کند. میناوند (۱۳۸۵) معتقد است مفهوم حوزه عمومی را نمی‌توان بدون ارجاع آن به چارچوب کلی نظریات هابرماس دریافت ولی درنهایت موافقت خود را با ایده اصلی نظریه کنش ارتباطی به شرط در نظر گرفتن چارچوب کلی این نظریه و تمایز زیست جهان و سیستم در نظریه جامعه‌شناسی هابرماس اعلام می‌کند. علوی (۱۳۹۰) در رساله دکتری خود معتقد است وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی از مصادیق حوزه عمومی در فضای مجازی هستند و نظریه حوزه عمومی قابلیت به‌کارگیری در حوزه مجازی را دارد اما ویژگی‌های فضای مجازی، حوزه عمومی را فضای متکثر و چندپاره ساخته است. ربیعی و همکاران (۱۳۹۱) معتقدند وبلاگ‌های ایرانی اگرچه ظرفیت‌هایی برای احیای حوزه‌های عمومی دارا هستند اما درنهایت منجر به تجزیه شدن یا قبیله شدن حوزه عمومی شده است. یزدخواستی و دیگران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای معتقدند شبکه اجتماعی فیس‌بوک اگرچه در بین کاربران ایرانی منجر به افزایش دسترسی به اطلاعات شده است اما تولید بیش‌ازحد محتوا درنهایت منجر به چندپاره و متکثر شدن واقعیت می‌شود. قانعی راد و جُناده (۱۳۹۴) معتقدند علیرغم وجود برخی ظرفیت‌های بالقوه فضای مجازی برای شکل‌گیری حوزه عمومی، همچنان چالش‌های مهمی از جمله شکاف دیجیتال، قطبی بودن و چند تاریکی بودن در فضای مجازی،

ناشناس بودن و درنهایت سست شدن پیوندهای اجتماعی واقعی وجود دارد. سبزه‌ای (۱۳۹۴) معتقد است حوزه عمومی در ایران از مکان‌های عمومی- اجتماعی واقعی، رسانه‌های جمعی داخلی و خارجی و مطبوعات و فضای مجازی چون اینترنت و شبکه‌های اجتماعی جدید، فضای گفتمانی برای فعالیت‌های نهادهای غیردولتی و فضای کنشگری اجتماعی تشکیل شده است. خانیکی و دیگران (۱۳۹۶) معتقدند فیس‌بوک به دلایلی چون وجود توزیع نابرابر سرمایه‌های مختلف، خصلت سطحی بودن اطلاعات، ادامه‌دار نبودن مسائل مطرح‌شده، جنبه سرگرم‌کننده بودن مطالب و قابل‌انتقال نبودن مطالب، قابلیت تبدیل شدن به یک حوزه عمومی مجازی را ندارد.

### فناوری‌های ارتباطی جدید و جامعه اطلاعاتی<sup>۱</sup>

امروزه ما در جریان یک انقلاب رسانه‌ای به سر می‌بریم که در آن فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی نقش مهمی در جوامع بازی کرده و ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی باعث دگرگونی شکل ارتباطات شده به نحوی که اطلاعات بیشتری پردازش و ارتباطات سریع‌تر و آسان‌تر از هر زمان دیگری رخ می‌دهد (ویلیامز، ۱۳۹۰: ۳۳۳). ویژگی اصلی جامعه اطلاعاتی آن است که اطلاعات، توانمندترین عامل اجتماعی و اقتصادی آن است. امروزه اطلاعات در تمام صور خود به کمک فضای مجازی با سرعتی بیش‌ازپیش در دسترس است و این روند با توجه به کاربرد روزافزون بزرگراه‌های اطلاعاتی در حال سرعت گرفتن است (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۱۶). در جامعه اطلاعاتی ارتباطات دوسویه اهمیت داشته و متمایل به گسترش علایق چندگانه و متعدد است. به تعبیر دانیل بل<sup>۲</sup>، جامعه اطلاعاتی در حکم نوعی گسترش مفهوم جامعه فرا صنعتی است و عنصر اطلاعاتی مهم‌ترین عامل متحول کننده سازمان اجتماعی است (مهدی زاده، ۱۳۹۷: ۳۰۲). نظریه پردازان جامعه اطلاعاتی نمی‌گویند که رسانه علت اصل گذار به جامعه اطلاعاتی می‌باشند بلکه نقش رسانه‌ها بیش‌تر منعکس کردن و نشان دادن آن چیزی است که در پیش است. رسانه‌ها در تولید و توزیع اطلاعات کارایی بیشتری پیدا کرده و محرک و انگیزه خوبی برای ارزیابی و مصرف اطلاعات در معنای وسیع آن به شمار می‌آیند (مک کوایل، ۱۳۸۸: ۱۱۷).

1 Information society

2 Daniel Bell

## اینترنت و فضای مجازی و کارکردهای آن

امروزه اینترنت چهره وسایل ارتباط جمعی را دگرگون کرده است. اینترنت به عنوان آخرین زنجیره تغییرات تکنولوژیکی، گسترده ترین رسانه جهانی است و همه چیز در آن یافت می شود. می توان گفت اینترنت دنیا را در خود جای داده و شاید بزرگ تر از دنیا باشد. از طریق اینترنت می توان یک گفتار شفاهی را تبدیل به یک پیام و همچنین آن را چاپ کرد؛ آن را به صورت الکترونیک به تعداد نامحدودی از کاربران فرستاد؛ می توان گفت اینترنت یک رسانه تک بعدی یک سویه و تک گویانه نبوده و این امکان را فراهم می کند که از یک نقطه به نقطه دیگر حرکت کرده و دوباره به نقش پیشین بازگشت. در اینجا هم می توان هم عمومی بود و هم خصوصی و هم به طور هم زمان می توان فرستنده بود و هم گیرنده (رانتانن، ۲۰۰۶: ۱۳۹). اینترنت هیچ گاه در حصار مرزهای سنتی ملت ها، نژادها یا طبقات خاصی محدود نمی گردد؛ چراکه پدیده ای جهانی و بین المللی و متعلق به همگان است. اینترنت موجب انتقال فوری و جهانی انواع داده ها شده و به همین دلیل شالوده پدیده جهانی شدن را تشکیل می دهد (ناکامورا، ۲۰۰۵: ۵۲۳).

امروزه مفهوم فضای مجازی<sup>۱</sup> به اندازه ای بر زندگی واقعی افراد سایه افکنده که تقریباً به موازات جهان واقعی قابل بررسی و تأمل است؛ فضای مجازی دنیایی عظیم است که فرصت های چالش ها، اضطراب ها، ترس ها، محدودیت ها و امکانات زیادی را برای عاملان خود به ارمغان آورده است (رومان، ۲۰۰۲: ۳). منظور از فضای مجازی، فراتر از جغرافیا و فضای غیر واقعی است که مبتنی بر تصویر، کلام یا صوت، مفهوم یا متن و موسیقی می باشد و می تواند ارتباط یک سویه یا دوسویه و هم زمان یا غیرهم زمان را بین دو طرف که می توانند هویت مشخصی داشته باشند و در فواصل نامشخصی از هم قرار دارند، برقرار نمایند (امیرپور و بهرامیان، ۱۳۹۲: ۳۳۲). فضای مجازی دارای ظرفیت ها و امکانات خاصی است که رسانه های سنتی فاقد آنها هستند. فقدان کنترل و مرجعیت متمرکز، فقدان سلسله مراتب، گسترده ای سیاره ای، دسترسی بالقوه همگانی و محو یا کاهش محدودیت های مکانی و زمانی از جمله این ویژگی هاست (میناوند، ۱۳۹۴: ۱۲). می توان مهم ترین ویژگی های آن را جهانی بودن و بی مرز بودن، سرعت، دسترسی دائم، فراگیری، فرازمانی و فرامکانی بودن، چندرسانه ای بودن (عاملی، ۱۳۹۰: ۲۹-۲۷) تمرکززدایی (پوستر، ۲۰۰۵: ۱۶) تکه تکه بودن، مجازی بودن (چالکن، ۲۰۰۸: ۱۷)، تعاملی بودن (کالنر، ۲۰۰۳: ۶۸) بیان نمود.

## شبکه‌های اجتماعی<sup>۱</sup>

امروزه با گسترش فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی در سراسر جهان، خدمات «شبکه‌های اجتماعی» مبتنی بر اینترنت توسعه زیادی پیدا کرده است و افراد زیادی عضو آن هستند. شبکه‌های اجتماعی، پلتفرمی هستند که روابط اجتماعی را در بین افرادی که بر اساس علایق، فعالیت‌ها، زمینه‌ها و... خواهان تعامل و ارتباط متقابل هستند، فراهم می‌کنند (اسکات و دیویس، ۲۰۰۳). در تعریف شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توان گفت، سایت‌هایی هستند که از یک سایت ساده مانند موتور جست‌وجوگر با اضافه شدن امکاناتی مانند چت، ایمیل و امکانات دیگر خاصیت اشتراک‌گذاری را به کاربران خود ارائه می‌دهند (پمپک و همکاران، ۲۰۰۹: ۲۲۸). شبکه‌های اجتماعی از همگرایی رسانه‌های مختلف مانند اینترنت و تلفن همراه و مدیریت فناوری‌های تولید، پردازش، ذخیره و انتقال اطلاعات استفاده می‌کنند تا تعامل همه‌جانبه و چندرسانه‌ای از جمله انتقال دوطرفه صوت و تصویر و متن و همچنین به اشتراک‌گذاری فایل-های مختلف را فراهم کنند (کادوشین، ۲۰۱۲: ۱۰-۶). در شبکه‌های اجتماعی امکان مشارکت کاربر در تولید محتوا و به اشتراک‌گذاری اطلاعات، شامل متن، عکس، فیلم، لینک، فایل و هرگونه داده دیگر فراهم‌شده و امکان تعامل گسترده میان کاربران اینترنت و تبادل سریع و گسترده اطلاعات میان آنها را فراهم می‌آورند (ضیایی پرور، ۱۳۹۲: ۳۶-۳۴). از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌توان گروه‌ها را تقویت و ساختاربندی نمود یک گروه یا جامعه آنلاین می‌تواند به‌عنوان یک روح جمعی از هویت افراد یا سازمان‌ها تعریف شود که از طریق وسایل الکترونیکی به‌صورت دائمی یا موقتی گرد هم می‌آیند تا در فضای موردنظر خود و درزمینه‌ی یک مشکل یا موضوع مشترک تعامل برقرار کنند (جانسون و همکاران، ۲۰۰۹).

## هابرماس؛ رسانه‌ها و حوزه عمومی

یورگن هابرماس<sup>۲</sup> معتقد است هر اجتماعی دارای سه حوزه خصوصی، عمومی و حاکمیت است. در عرصه خصوصی، افکار و عقاید شخصی شکل می‌گیرد، ابتکارات و خلاقیت‌های جدید به‌صورت فردی در حوزه کوچک ساخته و پرورده می‌شوند، سپس این عقاید و ابتکارات به حوزه عمومی<sup>۳</sup>، آورده می‌شود. در حوزه عمومی، جامعه آزادانه، خردمندانه، دور از هر نوع سلطه به

<sup>1</sup> Social network

<sup>2</sup> Jürgen Habermas

<sup>3</sup> Public sphere

گفتگو پرداخته و در روابط خود تصمیم‌گیری می‌نماید. درنهایت این تصمیمات مورد اجماع حوزه عمومی، تبدیل به هنجار و ارزش شده و مورد تبعیت و پیروی شهروندان واقع می‌شود و بخش دیگر که جنبه الزام‌آور دارد و نیاز به امکانات و پشتیبانی دارد با استفاده از سازوکارهایی در دستور کار حاکمیت برای قانونی شدن قرار می‌گیرد (هابرماس، ۱۳۸۴: ۷۱-۶۱). هابرماس این حوزه را دارای تباری اجتماعی و انتقادی و دارای کارکردهای سیاسی مشخصی همچون استقلال حوزه و حقوق خصوصی و نیز شکل‌گیری بازار آزاد می‌داند (اوثویت، ۱۳۸۶: ۲۰). هابرماس از حوزه عمومی به‌عنوان حلقه مفقوده در جامعه مدرن یاد کرده که می‌تواند واسطه‌ای میان جامعه مدنی و دولت باشد و دولت را از اقتدار و نسخه‌پیچی مدرن بازدارد. هابرماس می‌گوید منظور من از حوزه عمومی قبل از هر چیز عرصه یا قلمروی از حیات اجتماعی ماست که در آن بتوان چیزی را در برخورد با افکار عمومی شکل داد؛ زمانی که شهروندان درباره مسائل موردعلاقه عمومی به‌گونه‌ای آزاد بدون قیدوبند با یکدیگر مشورت و کنکاش می‌کنند درواقع به‌صورت یک پیکره عمومی عمل می‌کنند (نوذری، ۱۳۸۹: ۴۶۶). درک هابرماس از حوزه عمومی بر چهار نکته مهم مشارکت، عدم تبعیض، استقلال و بحث انتقادی منطقی استوار است؛ درواقع حوزه عمومی را می‌توان نوعی ساختار ارتباطی دانست که در شبکه جمعی جامعه مدنی ظهور می‌کند و در آن شهروندان فعالانه گرد هم می‌آیند تا آزادانه به گفتگوی باز سیاسی پرداخته و شبکه‌ای برای تبادل اطلاعات و دیدگاه‌ها میان شهروندان می‌باشد که افکار عمومی در آن شکل می‌گیرد. (هولاب، ۱۳۹۳: ۴).

هسته‌ی نهادی حوزه عمومی شبکه‌های ارتباطی است که دامنه آن به مجموعه‌های فرهنگی، مطبوعات و رسانه‌ها گسترده شده است؛ این حوزه‌ها به اشخاص حقوقی امکان می‌دهند در بازتولید فرهنگ شرکت کرده، چنانچه به شهروندان دولت به‌مثابه عموم امکان می‌دهد در پیوستگی اجتماعی به میانجی افکار عمومی مشارکت داشته باشند (هابرماس، ۱۳۹۲: ۷۰۸). هابرماس جامعه اطلاعاتی و جهانی‌شدن رسانه‌ای را در قالب حوزه عمومی و همگانی موردتوجه قرار داده است. او اینترنت را محیطی می‌داند که یک حوزه و فضای عمومی را در جامعه فراهم کرده است. این حوزه در جوامع باز و مردم‌سالار شکوفا می‌شود، قدرت در آن دخالتی ندارد و در این فضا گفت‌وگوها به‌صورت آزادانه انجام‌شده و افراد می‌توانند مسائل موردعلاقه و حتی خصوصی خود را مطرح کنند. در نگاه هابرماس اینترنت مدت‌هاست به‌عنوان یک حوزه عمومی جدید مطرح‌شده به‌شدت در حال رشد است (آذرنگ، ۱۳۹۷: ۳۷). به نظر

می‌رسد فضای مجازی از قابلیت‌ها و امکانات زیادی برای ایفای کارکردهای سه‌گانه حوزه عمومی برخوردار است. فضای مجازی امکاناتی در اختیار مردم جوامع می‌گذارد تا در فضایی مناسب به گفت‌وگوی آزاد و برابر باهم بپردازند؛ در نتیجه فرایندهای گفت‌وگو و مباحثه به دیدگاه‌های مشترکی درباره مسائل سیاسی و اجتماعی دست یابند و به افکار عمومی خود شکل دهند و آنگاه از ابزارهای مختلفی که اینترنت در اختیار آنان گذارده برای دست زدن به کنش جمعی و مشترک در زندگی اجتماعی و سیاسی استفاده کنند (میناوند، ۱۳۹۴: ۱۹۸).

### عصر اطلاعات و جامعه شبکه‌ای

مانوئل کاستلز<sup>۱</sup> در کتاب «عصر اطلاعات»<sup>۲</sup> معتقد است فناوری ارتباطات و اطلاعات امکان ظهور جامعه شبکه‌ای<sup>۳</sup> را فراهم آورده است؛ او شبکه‌های اطلاعاتی و ارتباطی را عنصر اصلی کنشگری‌های اجتماعی در اواخر سده بیستم دانسته و به بررسی روابط این شبکه‌ها و تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی می‌پردازد (کاستلز، ۱۳۸۴، ج ۱: ۳۰-۱۶). کاستلز ارتباطات الکترونیکی را فرصت برای تقویت مشارکت سیاسی و ارتباط افقی میان شهروندان می‌داند. از دیدگاه او امروزه فضای مجازی موجب تسهیل انتشار و اصلاح اطلاعات و ارائه امکاناتی برای تعامل و مباحثه در عرصه‌های خودمختار و الکترونیک شده است (همان: ج ۲: ۴۱۹). اینترنت به‌طور خاص و جامعه شبکه‌ای به‌طور عام موجب تضعیف نظام پدرسالارانه می‌شود. فضای اینترنت همچنین به گسترش حوزه عمومی و شکل‌دهی فرهنگ آینده نقش مهمی ایفا خواهند کرد و در نهایت تجربه مشارکت الکترونیکی شهروندان، دموکراسی محلی را تقویت می‌کند (همان: ۴۱۸). به اعتقاد کاستلز با گسترش اینترنت، شکل جدیدی از ارتباطات تعاملی پدید آمده است. فضای مجازی در فرایند افزایش آگاهی‌ها و ارتقای قابلیت کمپین‌سازی گروه‌ها مهم هستند (کاستلز، ۱۳۹۴: ۵۷۸). از نظر او حوزه عمومی عرصه تبادل ایده‌ها و برنامه‌هایی است که از جامعه ظهور می‌کنند و تصمیم‌سازان در نهادهای جامعه را مخاطب قرار می‌دهند. حوزه عمومی عنصر اساسی در سازمان سیاسی- اجتماعی و عرصه‌ای است که مردم به‌مثابه شهروندان گرد هم آمده و دیدگاه‌های مستقل خود را به‌منظور تأثیرگذاری بر نهادهای سیاسی جامعه مفصل‌بندی می‌نمایند. به نظر کاستلز در جامعه شبکه‌ای، حوزه عمومی بر مبنای

<sup>1</sup> Manuel Castells

<sup>2</sup> The Information Age

<sup>3</sup> The Network Society



شبکه‌های ارتباطی رسانه‌ای شامل انواع گوناگون رسانه‌های توده‌ای و هم اینترنت و شبکه‌های ارتباطی بی‌سیم (موبایل) می‌شود (کاستلز، ۲۰۰۸: ۷۸). از دید کاستلز، یک جامعه شبکه‌ای، نظم نوینی از فضای عمومی و حوزه همگانی به وجود می‌آورد. فضای مجازی موجب پیکربندی فضای عمومی و حوزه همگانی شده است؛ چون امکان به وجود آمدن اشکال جدید گفتگو، اظهار نظر و افکار سازی را فراهم می‌سازد (نایار، ۱۳۹۴: ۳۸۹).

### نقش فضای مجازی بر تقویت حوزه عمومی

امروزه فضای مجازی مهم‌ترین ارکان اطلاع‌رسانی، آگاهی بخشی، کنشگری، هماهنگ‌کننده و فرهنگ‌سازی در جوامع به شمار آمده و در چگونگی تعامل شهروندان تأثیرگذار، کنش‌ها و واکنش‌ها را جهت‌دار و متناسب با دیگر ابعاد جامعه هدایت می‌کند. به نظر می‌رسد ابعاد فضای مجازی هرروز دستخوش پیشرفت و تحولی جدید شده و توانسته بشر را در بالاترین سطح اطلاعات و ارتباطات تعاملی و چند سویه قرار دهد. فضای مجازی و جدیدترین دستاورد آن یعنی شبکه‌های اجتماعی، قابلیت‌های منحصر به فردی برای انسان به ارمغان آورده که این خود روابط میان انسانها و حوزه عمومی میان آنان را وارد مرحله تازه‌ای نموده است. مهم‌ترین یافته‌های تأثیرگذار فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی جدید بر تقویت و بازتعریف حوزه عمومی در میان شهروندان را می‌توان افزایش آگاهی‌ها و برقراری کنش اجتماعی - سیاسی در جامعه، تقویت کارکردهای جامعه مدنی و حمایت و ارتقای فعالیت‌های سازمان‌های مردم‌نهاد و تنویر و جهت‌دهی به افکار عمومی بیان داشت.

### نقش فضای مجازی در آگاهی‌بخشی و جامعه‌پذیری شهروندان

یکی از کارکردهای اساسی فضای مجازی، اطلاع‌رسانی و مباحثه و تبادل نظرات از تحولات و رویدادهایی است که در محیط اجتماعی واقع می‌شود. امروزه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها در رسانه‌ها رسوخ کرده و از خصوصی‌ترین رفتار تا بزرگ‌ترین تغییرات نهادهای اجتماعی و ساختارهای فرهنگی و سیاسی از طریق رسانه‌ها ارائه می‌گردد. رشد فزاینده فناوری‌های ارتباطی سبب شده رسانه‌ها به ابزارهای قدرتمندی در جوامع تبدیل شوند که مدیریت جریان اطلاعات، تفکرات، احساسات و هیجانات را بر عهده‌دارند (فریر و امدادحق، ۲۰۰۳: ۲۷۳). فضای مجازی با از بین بردن فاصله‌های زمانی و مکانی، ارتباط افراد با یکدیگر را

در تمام نقاط دنیا برقرار می‌سازند و توانسته خود را به‌عنوان مهم‌ترین ابزارهای اطلاع‌رسانی و ارتباط میان دولت‌ها و مردم و در جوامع گوناگون تبدیل نمایند. فضای مجازی با فراهم آوردن پوشش خبری کامل در زمینه‌های مختلف اعم از اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و... سعی دارند افکار عمومی را به سمت اهداف خود جهت‌دهی کنند؛ به تعبیر کاستلز فناوری‌های نوین اطلاعات، نقاط دور عالم را در شبکه‌های جهانی به هم پیوند داده، ارتباطات رایانه‌ای مجموعه‌ای از جوامع مجازی را به وجود می‌آورند که در نتیجه آن، همه ساختارها و فرایندهای مادی و معنوی بشر دگرگون می‌شوند.

رینگولد، معتقد است که در عصر فناوری‌های اطلاعاتی، حوزه عمومی، تجدید حیات ریشه‌ای داشته است. در این حوزه، علاوه بر تبادل اطلاعات، تعامل و گفتگوی شهروندان در اجتماعات مجازی ممکن گردیده است. به اعتقاد وی، شبکه‌های عمومی الکترونیکی، نمایانگر یک شکل جدید از دموکراسی الکترونیکی است (هارپر، ۱۳۹۱: ۵۰۱). تعاملی بودن فضای مجازی می‌تواند به احیاء گفتمان عمومی میان مردم و حاکمان کمک نماید. در حوزه عمومی مجازی هم دولت‌ها و هم شهروندان می‌توانند وارد گفتگو درباره روش‌ها، اهداف سیاسی و اجتماعی شوند و موانعی را که موجب جدایی فرد از دولت می‌شود از میان بردارند (میناوند، ۱۳۹۴: ۱۱۷). رسانه‌های الکترونیکی، جهانی وسیع برای انسان‌ها ساخته، موجب می‌شوند تا محیطی چندبعدی تحت وضعیت محلی و جهانی ظاهر شود، امروزه مخاطبان در رسانه‌های اجتماعی، حضوری بیشتر و تعامل‌هایی سریع‌تر نسبت به رسانه‌های جمعی دارند (کمپی، ۲۰۱۵: ۳). فضای مجازی می‌تواند به‌عنوان 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 (برانس، ۲۰۰۸: ۴۶). امروزه شبکه‌های اجتماعی عامل مهمی در اثرگذاری بر افکار عمومی و جهت‌دهی به فرهنگ عمومی و جامعه‌پذیری افراد محسوب می‌شوند (فرزانه و همکاران، ۲۰۱۵: ۱۱).

جامعه‌پذیری در ایران طی سال‌های قبل از دهه ۹۰ بیشتر از طریق احزاب، گروه‌ها، مطبوعات و صداوسیما، خانواده و نهادهای مذهبی صورت گرفته و نقش رسانه‌های مستقل محدود و کم‌رنگ بوده ولی با افزایش فضای مجازی توانسته جایگاه برجسته‌ای در تحت تأثیر قرار دادن افراد و گروه‌ها و درعین حال هماهنگ نمودن فعالیت‌ها برای دیگر ابزارها به دست آورد. در سال‌های اخیر در ایران، شبکه‌های اجتماعی ما با جنبه‌هایی مثبت از جمله دسترسی

آسان به منابع اطلاعاتی، احساس صمیمیت میان افراد، یافتن دوستان جدید و جنبه‌های منفی مانند افزایش آسیب‌های اجتماعی، تغییر فرهنگ‌های محلی و ... همراه بوده‌اند (زندوانیان و زین‌العابدینی، ۱۳۹۵: ۶۵). فضای مجازی ماهیت و شکل رابطه‌ها و ارتباطات را متحول و در تمامی حوزه‌های حیات بشری دگرگونی‌هایی را به وجود آورده که یکی از این دگرگونی‌ها مربوط به حوزه جامعه‌پذیری سیاسی است (ساروخانی و همکاران، ۱۳۹۷: ۸۰).

ورود شبکه اینترنت به ایران نخستین بار توسط موسسه مطالعات فیزیک نظری و ریاضیات صورت گرفت. از سال ۱۳۷۶ آشنایی با اینترنت در ایران قوت گرفت و سازمان‌ها و نهادهای دولتی آرام‌آرام به شبکه اینترنت وصل شدند. در ۱۳۷۹ با راه‌اندازی پرشین بلاگ، پدیده وبلاگ نویسی نیز در ایران آغاز شد (سهراب زاده، ۱۳۹۵: ۶۰). ایران با داشتن ۲۳ میلیون کاربر در سال ۲۰۰۸ در میان کشورهای خاورمیانه در رتبه اول تعداد مصرف‌کننده اینترنت قرار داشت ([www.sci.org.ir](http://www.sci.org.ir)). در سال ۲۰۰۹ از مجموعه جمعیت کشور، حدود ۱۱ میلیون نفر کاربر اینترنت وجود داشته و در سال ۲۰۱۰ این تعداد به ۳۳ میلیون کاربر رسید (مرکز آمار ایران، ۱۳۸۹: ۱۸). آمار کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۸ در ایران به بیش از ۶۰ میلیون نفر رسید ([www.InternetLiveStats.com](http://www.InternetLiveStats.com)).

جدول کاربران اینترنت در ایران

سال	کل جمعیت	کاربران اینترنت	افراد فاقد اینترنت	تغییر جمعیت	نفوذ اینترنت
۲۰۱۷	۸۰۹۴۶۷۱۸	۵۶۷۰۰۰۰۰	۲۴۲۴۵۷۱۸	-	٪۷۰
۲۰۱۰	۷۴۲۵۳۳۷۳	۱۱۸۰۶۲۸۹	۶۲۴۴۷۰۸۷	٪۱,۲	٪۱۵,۹
۲۰۰۰	۶۵۸۵۰۰۶۲	۶۱۵۱۶۵	۶۵۲۳۴۸۹۷	٪۱,۶۵	٪۰,۹

ایرانیان در میان کاربران اینترنتی و به‌ویژه در استفاده از امکاناتی مانند وب‌نویسی همیشه در بالاترین رده‌ها قرار دارند. کسب رتبه‌ی چهارم وب‌نویسی جهان طی سال‌های ۸۳ و ۸۶ توسط وب‌نویسان ایرانی، نشانه رویکرد کاربران اینترنتی در ایران به سمت فضای مجازی ارزیابی می‌شود. ایرانی‌ها در سال ۱۳۸۴ تا ۱۳۸۵ نصف آمریکایی‌ها و دو برابر هندی‌ها، با شش درصد رتبه سوم در میان اعضای «اورکات» را از آن خود کرده بودند. داده‌های پژوهشی تجربی انجام‌شده در ایران و جهان نشان می‌دهد که کاربران اینترنت به‌طور فزاینده‌ای از اینترنت جهت اهداف علمی و فرهنگی استفاده می‌کنند و اینترنت در حوزه‌های مختلف زندگی آنها دارای

کارکردها و نتایج مثبت زیادی بوده است (دانا و الیسون، ۲۰۰۷: ۲۱۸-۲۱۱). استفاده کاربران ایرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی رو به گسترش است و به‌طور گریزناپذیری، جوانان، پرجمعیت‌ترین و پرتعدادترین گروه نسلی ایران، در مواجهه با اینترنت و متأثر از فضای مجازی هستند. همچنین بر اساس آمار سایت الکسا<sup>۱</sup> در سال ۲۰۱۵، رتبه ایران در هر یک از این شبکه‌های اجتماعی نشان‌دهنده حضور فعال کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی می‌باشد (ساروخانی و بابایی‌فرد، ۱۳۹۱: ۲۶۳). در سال‌های اخیر در ایران، شبکه‌های اجتماعی مختلفی مانند وایبر، واتساپ، لاین و تلگرام به‌عنوان مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی مجازی پیام‌رسان با استفاده از بستر گوشی‌های همراه استفاده شده‌اند که با جنبه‌هایی مثبت از جمله دسترسی آسان به منابع اطلاعاتی، احساس صمیمیت میان افراد. یافتن دوستان جدید و جنبه‌های منفی مانند افزایش آسیب‌های اجتماعی، تغییر فرهنگ‌های محلی و غیره همراه بودند (زندوانیان و زین‌العابدینی، ۱۳۹۵: ۶۵). مطابق نظرسنجی مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران در بهمن ۱۳۹۵ نیز میانگین حضور افرادی که در فضای مجازی حضور دارند و عضو حداقل یکی از شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند ۱۲۰ دقیقه در روز است (آقاسی، ۱۳۹۶: ۱۱). طی این زمان بیش از ۶۰ درصد پاسخگویان حداقل از یک شبکه اجتماعی استفاده می‌کنند که نسبت به سال قبل افزایش ۳۵ درصدی داشت (همان: ۲۷). طبق آمار رسمی محتوای موردعلاقه در شبکه‌های اجتماعی شامل مطالب سیاسی، (۴،۶،۷ درصد) سرگرمی (۳۰ درصد)، ورزشی (۲۵ درصد)، جنسی (۲۰ درصد)، مطالب علمی (۱۷ درصد)، دینی (۵ درصد) را دنبال می‌کنند (همان: ۳۲-۳۱).

### فضای مجازی و تقویت کارکردهای جامعه مدنی

در بحث جامعه مدنی<sup>۲</sup> عمدتاً بحث بر سر یک طبقه واسط است، طبقه‌ای که واسط بین دولت و مردم است و می‌تواند از حقوق مردم در مقابل دولت دفاع کند. جامعه مدنی به مجموعه‌ای از شهروندان که در قالب نهادها، مؤسسات و جنبش‌هایی برای کنترل قدرت دولت فعالیت می‌کنند، گفته می‌شود (سمتی، ۱۳۸۷: ۷۶). رسانه‌ها از ابتدای پدید آمدن جامعه مدرن یکی از مهم‌ترین ابزارها برای تقویت جامعه مدنی و کمک به شهروندان برای دفاع از حقوق

<sup>۱</sup> Alexa Internet

<sup>۲</sup> Civil society

خود بوده‌اند و این رسالت حقیقی آنها و دلیل اصلی وجودی آنها به شمار می‌رود. گسترش فضای مجازی باعث بهبود مشارکت مدنی و ارتباطات بین شهروندان و دولت و پاسخ‌های دولت به جامعه شده است. فضای مجازی به‌عنوان پیش‌برنده جامعه مدنی تلقی شده، فرایندهای دموکراتیک بازخورد افکار و تبادل نظر را تسهیل و دوران جدید را برای جامعه مدنی ساخته که کنشگری سیاسی، اجتماعی و فرهنگی را از انتشار افکار تا عمل سیاسی بهبود می‌بخشد (ناپار، ۱۳۹۴: ۵۴-۵۳). فضای مجازی با توجه به ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن، همزمان بودن، ارتباط همه‌جایی بودن، فقدان کنترل مرکزی، فقدان مالکیت بر شبکه و سانسور گریزی فضای مناسبی برای احیای ابعاد ازدست‌رفته مشارکت سیاسی و دموکراسی در جوامع پیشرفته و تقویت مردم‌سالاری در جوامع در حال توسعه به وجود آورده است (هرسیچ و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۱۲). «پیتر دالگرن» معتقد است تحولات فن‌شناختی مدرن به‌خصوص رسانه‌های اجتماعی تأثیر بسیار عمیقی بر مسائلی چون سیاست و مشارکت می‌گذارد (یوسیفیدیس و ویلر، پیشین: ۱۶). «جاکوب گروشک» نیز بر این اعتقاد است که تشکل‌های اینترنتی و فعالیت آن‌ها در فضای سایبر تأثیر غیرقابل‌انکاری بر دموکراسی و اداره‌ی امور عمومی کشور توسط شهروندان دارد. چه اینترنت زبان گویای اقلیت‌ها نیز می‌باشد (گروشک، ۲۰۰۹).

فضای مجازی در درگیر سازی مدنی و سیاسی شهروندان بسیار مهم است. درگیر شدگی مدنی در قالب گفت‌وگو کنش جمعی در درون طیفی از علایق، نهادها و شبکه‌های اجتماعی موجب شکل‌گیری و گسترش هویت‌های مدنی؛ و درگیر سازی مردم در پویای حکمرانی شده است، مشارکت مدنی از مشارکت سیاسی متمایز است و آن را باید در قالب فرصت‌های فراهم‌شده از سوی حکومت برای شهروندان به‌منظور بیان و انتقال تقاضاها و پشتیبانی‌ها به پویای تصمیم‌گیری حکومت تعریف کرد (پارک هون، ۲۰۰۷: ۹). درگیر شدگی مدنی طیفی از فعالیت‌های شهروندان مثل رأی دادن، شرکت در همایش‌ها و سخنرانی‌ها، ارسال ایمیل، عضویت در انجمن‌های داوطلبانه و سیاسی، فعالیت برای مبارزات انتخابی حزبی و غیر حزبی و... شامل می‌شود (همان). احزاب سیاسی، از دموکراسی دیجیتالی برای انتقال اطلاعات و عقاید سیاسی خود، جذب اعضای جدید، تجمیع خواسته‌ها و حفظ ارتباطات حزبی، استفاده کرده و از طریق این ابزارها با اعضا در ارتباط هستند و خلاصه جلسات و تصمیمات حزبی را به اطلاع آنان می‌رسانند (نیکسون، ۱۹۹۹: ۱۱). فضای مجازی به احیای گفت‌وگو عمومی میان مردم و حاکمان کمک نموده و طرفین می‌توانند وارد گفت‌وگو درباره روش‌ها و اهداف سیاسی

و اجتماعی شوند و موانعی که موجب جدایی فرد از دولت می‌شود را از میان بردارد. افراد با شرکت در گروه‌های خبری و دیگر رسانه‌های مجازی از فرصتی برای بحث و گفت‌وگوی مدنی و تشکیل افکار عمومی واحد فراهم آورده است (میناوند، ۱۳۹۴: ۱۹۲). امروزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی افراد را بیش از گذشته در زندگی سیاسی اجتماعی، به دموکراسی مبتنی بر گفت‌وگو مشارکت کمک قابل توجهی نموده و برای افراد در حاشیه مانده در حوزه عمومی مجازی، فرصت‌های فزاینده مشارکت سیاسی فراهم آورده است. افرادی مانند بنجامین باربر<sup>۱</sup>، رینگولد<sup>۲</sup>، گراسمن<sup>۳</sup> و بیکر<sup>۴</sup> در عصر اینترنت از واژه‌هایی نظیر دموکراسی قوی و دموکراسی از راه دور یاد می‌کنند که بر درگیرشدگی سیاسی برخط و غیر برخط شهروندان و تعامل و تماس‌های مستقیم و نزدیک شهروندان با یکدیگر و با حکومت و ایجاد و گسترش الگوهای نوین مشارکت مجازی انجامیده است (گیسون و همکاران، ۲۰۰۵: ۵۹۲).

نظام انتخاباتی ایران پیوندی با احزاب سیاسی ندارد به‌رغم وجود برخی احزاب سیاسی این احزاب نتوانستند نقش مؤثری از این حیث در انتخابات ایفا نمایند و انتخابات بیشتر به‌صورت دموکراسی ساده جریان دارد و احزاب سیاسی تنها وظیفه بسیج گری را ایفا می‌نمایند. شبکه‌های اجتماعی تا حدودی نقش احزاب سیاسی را ایفا می‌کنند این شبکه‌ها می‌توانند میزانی از آگاهی بخشی را ارائه دهند می‌توانند نقش بسیج گری داشته باشند و می‌توانند در ایجاد شفافیت مؤثر باشند (مرشدی زاد، ۱۳۹۶: ۲۲۹-۲۲۸). استفاده از این شبکه‌ها حجم مراودات در روابط واقعی بین فردی را افزایش داده و موجب تقویت ارتباطات افقی در جامعه شده که این خود در موقع انتخابات می‌تواند موجب برانگیخته شدن جامعه شود البته گروه‌های سیاسی و نامزدهای انتخاباتی نیز فرصت دارند تا با تسلط و استفاده بهینه از این ابزارها در جهت خواسته‌ها و منافع خود بهره‌برداری کرده و کاربران را تحت تأثیر قرار دهند (همان: ۳۱۷). در سال‌های اخیر جامعه مدنی ایران از اینترنت به مشابه ابزاری مهم برای دسترسی و مبادله آزاد اطلاعات، شکستن انحصار خبری، گسترش فضای مجازی و شبکه اجتماعی و ظرفیت‌سازی و تواناسازی شهروندان و فعالان مدنی استفاده کرده است. همچنین جامعه مدنی ایران برای اطلاع‌رسانی، بسیج و سازمان‌دهی از فضای مجازی استفاده می‌کند؛ امروزه فعالان

---

1 Benjamin Barber.  
2 Howard Rheingold  
3 Lowerence Grossman  
4 Fred Baker

مدنی در ایران بیش از هر ابزار دیگری بر فضای مجازی متکی هستند. فضای مجازی این امکان را داده که بدون مانور درباره عقاید و خواسته‌ها و علایق خود به اظهار نظر پردازند. رسانه‌های اجتماعی در ایران توانسته‌اند تا حدودی میزان و نحوه مشارکت سیاسی افراد را دگرگون کنند. فضای مجازی تنها به‌عنوان یکی از عوامل مؤثر بر مشارکت افراد در فرایند سیاسی در نظر گرفته می‌شود. در این فضا با ارائه اخبار و اطلاعات متنوع و انبوه، دیدگاه‌های افراد جامعه و به‌ویژه قشر جوان و البته دانشجویان را نسبت به پدیده مشارکت سیاسی، کم و کیف و نحوه آن شکل می‌دهند.

نتایج بخشی از تحقیقات پیرامون موضوع فضای مجازی و مشارکت سیاسی حاکی از این نکته است که. رسانه‌ها با جهت‌دهی به فرهنگ سیاسی جامعه در راستای مشارکت در نظام سیاسی می‌توانند موجب انگیزش، تحرک و بسیج مردم در سطوح مختلف شوند (ابراهیمی فر و یعقوبی فر، ۱۳۹۳: ۸۴). فضای مجازی هزینه ارتباطات و درک اطلاعات را کاهش داده، موقعیت‌های بهتری را برای مشارکت سیاسی ایجاد می‌کند و درنهایت باعث تقویت گروه‌های جدید و افزایش مشارکت مردم‌سالارانه می‌شود (هرسیج و همکاران، ۱۳۹۲: ۲۲۴-۲۲۳). با افزایش میزان دسترسی به اینترنت میزان نگارش مطالب سیاسی و ارسال آن به دیگران از طریق میزان بالای امکان دسترسی به اینترنت در میان شهروندان باعث بالاتر رفتن میزان نگارش مطالب سیاسی در وبلاگ‌ها شده (دانش و مهدیان ۱۳۹۳: ۶۳). به نظر می‌رسد با پیدایی رسانه‌های اجتماعی، رسانه‌های سنتی نقش قانونی قبلی را در انتخابات نخواهند داشت و این نقش به تدریج از رسانه‌های سنتی به رسانه‌های اجتماعی منتقل خواهد شد (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲۰۶). رسانه‌های اجتماعی به‌واسطه برخوردار بودن از برخی ویژگی‌ها مانند فراهم آوردن فضای چندصدایی، رسمیت پایین‌تر نسبت به رسانه‌های رسمی، تریبون یافتن افراد گوناگون، امکان شنیده شدن و دیده شدن نگاه‌های فراوان و متکثر و نیز ماهیت تعاملی آن‌ها در بعد نقش سیاسی رسانه و در انتخابات، به تدریج جایگزین رسانه‌های سنتی خواهند شد (همان: ۲۰۸). رسانه‌های مجازی از طریق تأثیری که بر فرهنگ سیاسی و اثربخشی سیاسی داشته و دارند، محرکی قوی برای ایجاد و افزایش انگیزه‌های مشارکت سیاسی به شمار می‌آید (قلی نژاد، ۱۳۹۷: ۱۰۴). در دوران انتخابات ریاست جمهوری، شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه پیام‌رسان تلگرام، شکل‌گیری حوزه عمومی و ایجاد فضایی برای تبادل نظر شهروندان را تسهیل کرده و ابزاری برای نظرسنجی، مطالعه و پیش‌بینی رفتارهای جمعی فراهم نمودند (معرارجی اسکویی،

۱۳۹۴: ۴۸). تلگرام نقش اساسی در آگاهی از مسائل روز در جریان انتخابات ایفا نموده است (مهدی زاده و همکاران، ۱۳۹۷: ۳۱). زمان استفاده و فعالیت کاربر در تلگرام سبب تقویت مشارکت سیاسی، آگاهی سیاسی و اثربخشی سیاسی داخلی و خارجی می‌شود (مرادی فر و همکاران، ۱۳۹۷: ۱۲۲). تلگرام که با ویژگی‌های اساسی خود قافیه را از رسانه‌های دولتی و سنتی ربوده و در واقع به مهم‌ترین ابزار ارتباطی در شناسایی، تبلیغ، آگاه‌سازی و درنهایت رأی‌دهی مخاطبان نقش ایفا کرده است (مهدی زاده و همکاران، ۱۳۹۶: ۳۷-۳۶).

### فضای مجازی و تقویت سازمان‌های مردم‌نهاد

سازمان‌های مردم‌نهاد<sup>۱</sup> شخصیتی غیرانتفاعی است که اعضای آن شهروندان یا مجموعه از شهروندان یک یا چند کشور است که نوع فعالیت آنها به‌منظور پاسخ‌گویی به احتیاجات افراد جوامع یا جوامع که سازمان مذکور با آن همکاری می‌نماید تعیین می‌شود (اوتو، ۱۹۹۶: ۴۵). مهم‌ترین اهداف سازمان‌های غیردولتی عبارت‌اند از اطلاع‌رسانی و آگاه‌سازی (ارتباطات)، جلب مشارکت مردمی (بسیج مردمی)، جذب سرمایه‌ها و منابع کوچک مردمی (بسیج منابع)، ایجاد گسترش و تقویت هماهنگی میان دولت و مردم (هماهنگی) (سهراب زاده، ۱۳۹۲: ۳۰-۲۹). جاکوب گروشک بر این اعتقاد است که تشکل‌های مجازی و فعالیت آنها در فضای سایبر تأثیر غیرقابل‌انکاری بر دموکراسی و اداره‌ی امور عمومی کشور توسط شهروندان داشته و اینترنت زبان گویای اقلیت‌ها نیز می‌باشد (گروشک، ۲۰۰۹: ۱۲۹).

سازمان‌های غیردولتی چون متعلق به حوزه عمومی و غیردولتی هستند در حل مسائل حوزه عمومی به بحث و گفتگو می‌پردازند و تجربیات را به هم انتقال می‌دهند و به‌نوعی به جامعه‌پذیری افراد جامعه کمک می‌کند؛ از طریق فضای مجازی، مطالب و اطلاعات زیادی در جامعه ردوبدل شده که خود برای مدت‌ها به‌صورت بحث و گفتگو تبدیل شده است. قدرت تعاملی زیاد در این فضا، استقلال و سانسورگریزی دولت‌ها و توانایی در تبادل بالای اطلاعات موجب شده که فضای آرمانی و مطلوب برای آزادی بیان و به چالش کشیدن دولت‌ها مطرح شود؛ در این میان سازمان‌های مردم‌نهاد برای این مهم خود به‌صورت گسترده و انبوه از آن بهره می‌برند، عضوگیری و برگزاری مراسمات و کمپین‌ها و مطالبه‌جویی و درنهایت رسیدن به اهداف این سازمان‌ها از نتایج حضور در فضای مجازی و تعامل است. فضای مجازی از طریق به

<sup>1</sup> non-government organizations



اشتراک‌گذاری عکس، فیلم، متن و ... وسیله‌ای برای هماهنگ ساختن پاسخ‌های صریح و گسترده سیاسی در مقابل اقدامات دولت و در اختیار عموم مردم گذاشته که نهایتاً موجب افزایش دموکراسی و حوزه عمومی شده است (یوسیفیدیس و ویلر، ۱۳۹۶: ۳۶۳). پژوهشگران معتقدند که نقش اینترنت و مصادیق آن در جنبش‌های اجتماعی دوچندان است، اینترنت می‌تواند کنش‌گری آنلاین و قدیمی را تسهیل بخشد و با افزودن کمپین‌های ایمیل، دادخواست‌های آنلاین و حتی اعتصاب‌های مجازی در تول‌باکس‌های موجود فعالان، جنبش را تقویت کنند و یا حتی می‌تواند اشکال جدیدی از کنش‌گری و مقاومت را ایجاد کند (هارلو، ۲۰۱۱: ۵). فضای مجازی و شبکه اجتماعی توانسته آرزوی دیرینه جنبش‌های اجتماعی در زمینه‌ی برپا کردن جامعه مدنی و حوزه‌های عمومی را برآورده سازند. درواقع این شبکه به علت افقی بودن روابط میان کاربران می‌تواند عقلانیتی تفاهمی بر پایه گفت‌وگو و کنش بین الازدهانی پدیدآورند (محمدی، ۱۳۹۷: ۱۸۲).

فضای مجازی دارای فرصت‌ها و امکانات بسیار مهم تکنیکی- ارتباطی برای جنبش‌هاست که از طریق آن به سازمان‌دهی اعتراض‌ها می‌پردازند. از این طریق با فشرده‌سازی زمان و مکان، سرعت ارتباطات و پیوندهای درون‌سازمانی بین فعالان و هواداران جنبش را که از حیث جغرافیایی از یکدیگر فاصله دارند، به صورت بی‌سابقه‌ای افزایش داده است (روتلیج، ۲۰۰۰: ۲۵۰). همچنین این ابزارها توانسته پیوندهای ضعیف بین فعالان و اعضای جنبش را تقویت کند. انتقال باورها، آرمان‌ها، نهادها، اهداف و دغدغه‌های جنبش به اعضا از طریق فضای مجازی، در انجام درون‌سازمانی و هماهنگ‌سازی کنش‌ها و فعالیت‌های اعتراضی بسیار مهم است، از سلسله‌مراتب سازمانی جنبش‌ها می‌کاهد، آنها را انعطاف‌پذیرتر می‌سازد و در را به روی فعالان و هواداران آن بازتر و امکان اظهارنظر آنان را در سطح جهانی فراهم می‌کند (دلپورتا و موسکا، ۲۰۰۵: ۱۲). ماری جویس<sup>۱</sup> نقش فضای مجازی و رسانه‌های جدید را در تحولات منطقه خاورمیانه از طریق سه شیوه مؤثر می‌داند: اول، فعال کردن کنش‌گرایی مجازی به‌عنوان یک برانگیزنده کنش‌های خیابانی؛ دوم، تشویق درگیری مدنی از طریق کمک به بسیج و سازمان‌دهی به اعتراضات؛ و سوم، فراهم کردن شکل جدیدی از روزنامه‌نگاری شهروندی که عرصه‌ای را برای شهروندان عادی فراهم می‌کند تا نظر خود را بیان کرده و تفسیر خود را از واقعیت ثبت کنند (جویس، ۲۰۱۱: ۴).

<sup>1</sup> Marie joyce

### تنویر و جهت‌دهی به افکار عمومی

افکار عمومی<sup>۱</sup>، پدیده‌ای روانی-اجتماعی با خصلتی جمعی و بازتابی از هستی اجتماعی انسان است و می‌توان آن را چنین تعریف کرد: افکار عمومی، نوعی داوری مردم در یک مسئله همگانی مورد اختلاف در زمانی مشخص است. افکار عمومی نتیجه کنش متقابل فردی و گروهی در یک بافت فرهنگی - اجتماعی و اقتصادی خاص که می‌توان آن را نوعی تولید اجتماعی دانست (دادگران، ۱۳۹۳: ۲۷). در فرایند شکل‌گیری افکار عمومی سه عامل اصلی کانال‌های ارتباطی، مسائل و موضوعات مهم و عموم مردم وجود دارد (همان: ۱۵). پرایس<sup>۲</sup> و رابرتز<sup>۳</sup> معتقدند که رسانه‌ها با قرار گرفتن میان کنشگران سیاسی و مردم دو کار اساسی را در فرایند افکار عمومی انجام می‌دهند؛ اول آنکه نقش گزارشی خود را بازی می‌کنند. دوم رسانه‌ها با منعکس کردن پاسخ‌های مردم به برخی پرسش‌ها، نقش نظرسنجی را به خود اختصاص داده و این امکان را فراهم می‌کنند که همه در جریان فضای ذهنی مردم قرار بگیرند. در واقع جهت‌دهی به افکار عمومی از طریق افزایش سطح آگاهی‌های عمومی به‌وسیله رسانه‌ها صورت گرفته که در این حالت برآیند حوزه عمومی را می‌توان بر اساس انجام نظرسنجی، همه‌پرسی و پیشنهادها ارزیابی کرد (براون و همکاران، ۲۰۱۸: ۵۰۲).

با گسترش فضای مجازی، امکان دسترسی به اطلاعات و مشارکت اجتماعی شهروندان افزایش بی‌سابقه‌ای یافته و نقش رسانه‌های سنتی در شکل‌دهی به افکار عمومی بسیار کاهش یافته و سایت‌های خبری، شهروند خبرنگاران و شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار پررنگی در شکل‌دهی به افکار عمومی دارند. شهروندان برای دریافت و تفسیر خبر به‌راحتی و با سرعت به شبکه‌های اجتماعی مراجعه و نیازهای خود را برطرف می‌سازند (بهرامی کمیل، ۱۳۹۶: ۹۷-۹۶). فضای مجازی از طریق تبلیغات، تکرار، دسته‌بندی مطالب، بمباران خبری، ارائه آمار، جلوه دادن و استفاده تبلیغاتی از ایمیل بر افکار عمومی تأثیر می‌گذارد. فضای مجازی با دامن زدن به بحث گفت‌وگو حول موضوعی که در جامعه شکل گرفته است و بررسی ابعاد و زوایای آن، در سرعت بخشیدن به حرکت گفت‌وگو کمک می‌کند و هم‌زمان با بالا رفتن سرعت افقی در جامعه، بحث و گفت‌وگوی عمومی در جهت عمق نیز حرکت می‌کند. فضای مجازی می‌تواند با تعریفی که از اخبار و اطلاعات ارائه می‌دهند بر افکار عمومی تأثیرگذار باشد؛ از یک‌سو خود

<sup>1</sup> Public opinion

<sup>2</sup> Price

<sup>3</sup> Roberts

متأثر از بافت اجتماعی جامعه بوده و از سوی دیگر در عرصه اطلاعات و ارتباطات فشرده به‌عنوان بازیگری فعال و روشنگر و تأثیرگذار بر رفتارهای اجتماعی و فرهنگی می‌توانند از فرهنگ در شکل‌دهی به عادت‌ها، مهارت‌ها، شیوه‌ها و راهبردهای کنش بهره‌ای وافر ببرند و بدین‌سان تأثیر شگرف بر افکار عمومی داشته باشند. طی سالهای گذشته در ایران فضای مجازی توانسته گوی رقابت را از سایر رسانه‌ها در جهت‌دهی، تنویر و برتری افکار عمومی برآید؛ آمار و نتایج تحقیقات مختلف حاکی از این نکته است که ایرانیان بخش عمده‌ای از زمان خود را در فضای مجازی سپری کرده در آن اخبار، اطلاعات، تحلیل‌ها و وابستگی به آن را از این طریق درک، تحلیل و انتشار می‌دهند.

### نتیجه‌گیری

فضای مجازی از یک‌سو بدون محدودیت‌های رسانه‌های گروهی سنتی، با فراهم نمودن فرصتی برابر برای همه مشارکت‌کنندگان و کاربران برای دسترسی به اطلاعات یکی از اصول اساسی حوزه عمومی یعنی در دسترس بودن و باز بودن برای همگان را محقق ساخته و از سوی دیگر به دلیل قابلیت و امکانات تکنولوژیکی خود زمینه را برای ایجاد کنش‌های ارتباطی هدفمند فراهم می‌کند. امروزه فضای مجازی با ویژگی‌های منحصر به فرد خود این امکان را فراهم ساخته تا افراد باهم ارتباط برقرار کرده، نیازهای خود را مطرح کنند، این طرح نیازها باعث شکل‌گیری یک فضای گفتگو و مباحثه شد، افکار جدیدی شکل گرفته و حوزه عمومی صورت‌بندی می‌شود. اگر مؤلفه‌های حوزه عمومی را گفتگو، افکار عمومی و کنش بدانیم فضای مجازی بستر مناسبی برای ظهور و ارتقای این‌هاست. می‌توان ظهور فضای مجازی را مصداق احیا و بازتولید حوزه عمومی هابرماسی نیز تعبیر نمود چراکه این رسانه‌ها با برخورداری از شاخص‌هایی چون وسعت انتشار، دامنه وسیع مخاطبان، فرامرزی و فرازمانی و مهم‌تر از همه حفظ حریم خصوصی و گسترش فضای عمومی و نقادانه و البته صمیمی و صادقانه می‌تواند میان مردم و دولت‌ها منجر به توانایی بخشیدن به حوزه عمومی شود.

مهم‌ترین نقطه پیوند فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با حوزه عمومی آن است که در فضای مجازی همانند تعریف هابرماس امروزه همه افراد می‌توانند بدون هرگونه تبعیض و به‌راحتی در مباحث آن وارد شده و رسانه‌های اجتماعی جدید این امکان را به همگان داده است تا در مباحث مختلف اظهارنظر و مشارکت داشته باشند. در این فضا انسان‌ها منعی برای ارائه

نظرات و موضوعات مخالف و نقادانه وجود نداشته و قدرت، از هر نوع و در هر سطحی در ابراز نظرات در فضای مجازی دخالت نمی‌کند؛ می‌توان تبلور این امکان را در سانسور گریزی فضای مجازی و دسترسی آسان به برای همه مردم در همه عرصه‌ها را بیان نمود. از طریق فضای مجازی درباره موضوعات موردعلاقه مشترک به بحث و گفت‌وگو می‌پردازند تا عقیده مشترکی را تشکیل دهند، یعنی بحثی عقلانی که می‌تواند به توافق منجر شود و تضارب آرا و اندیشه‌های گوناگون منجر به ایجاد حوزه عمومی نوینی شود.

امروزه شبکه‌های اجتماعی به قول هابرماس منجر به ایجاد زیست جهان متکثری می‌شوند که از طریق تعامل و گفت‌وگوی مجازی می‌تواند در خصوص یک مسئله اجتماعی مشترک به ابراز عقیده و نظر پردازند و از طریق وجود گفتمان‌های مختلف و حتی متضاد به نسبت به یک رویداد به اتفاق نظر دست یابند. چنانچه حوزه عمومی را به‌عنوان ساختار ارتباطی و بین‌ذهانی تصور کنیم، با گسترش و همه‌گیری فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در سطوح مختلف جامعه امکان بازسازی عرصه عمومی امکان‌پذیر خواهد بود. با توجه به ماهیت متکثر حوزه عمومی، در کنار جامعه مدنی، فضای مجازی می‌توانند به‌واسطه نظم بخشیدن به کنش اجتماعی و پیوند دادن افراد با فواصل جغرافیایی زیاد و دیدگاه‌های متفاوت شرایط و امکانات ایجاد حوزه عمومی را مهیا کنند.

بنا بر دیدگاه‌ها و نظریات کاستلز امروزه در ایران، فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را می‌توان عنصر اصلی کنشگری اجتماعی بحساب آورد که خود تغییرات فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در سطح جامعه به وجود آورده است؛ فضای مجازی توانسته شکل جدیدی از ارتباطات تعاملی و افقی را به وجود بیاورد؛ این ارتباطات موجب تسهیل و تسریع انتشار اطلاعات و اخبار و امکاناتی برای تعامل و مباحثه میان شهروندان شده که نقش زیادی در شکل دهی به فرهنگ جامعه در پی داشته و توانسته حوزه عمومی میان شهروندان را در حد بسیار بالایی گسترش دهد و در آن افراد با شبکه سازی میان خود، آگاهی‌هایشان را افزایش داده، ایده‌ها و برنامه‌هایشان را به مباحثه می‌پردازد؛ در واقع فضای مجازی در ایران امروزه تبدیل به فضای واقعی شده که اشکال جدید گفتگو، اظهارنظر، کنش و افکار عمومی در آن شکل می‌گیرند.

## فهرست منابع

### الف) منابع فارسی

- آذرنگ، عبدالحسین (۱۳۹۷). پدیده جهانی شدن وضعیت بشری و تمدن اطلاعاتی، تهران، نشر آگه، چاپ سوم.
- آقاسی، محمد (۱۳۹۶). افکار عمومی و مصرف شبکه‌های اجتماعی مجازی، مرکز افکار سنجی دانشجویان ایران، تهران، سازمان جهاد دانشگاهی.
- ابراهیمی فر، طاهره. حامد یعقوبی فر (۱۳۹۳). «تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی: مورد انتخابات سال ۸۸»، دانش انتظامی، سال هفتم، شماره ۱.
- امیرپور، مهناز. شفیق بهرامیان (۱۳۹۲). مبانی کلی نظریه‌های ارتباط جمعی، تهران، نشر جامعه‌شناسان
- اوت ویت، ویلیام (۱۳۸۶). هابرماس؛ معرفی انتقادی، ترجمه‌ی لیلا جوافشانی و حسن چاوشیان، تهران، نشر اختران.
- بهرامی کمیل، نظام (۱۳۹۶). بازخوانی امنیت در فرهنگ با تمرکز بر رسانه‌های اجتماعی، تهران، موسسه فرهنگی هنری پویه مهر اشراق.
- خانیکی، هادی. محمد اتابک. فریب عزیزی (۱۳۹۶). «تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس؛ مورد مطالعه چند گروه فیسبوکی»، مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره هجدهم، شماره ۳۷، بهار.
- دادگران، محمد (۱۳۹۳). افکار عمومی و معیارهای سنجش آن، تهران، مروارید، چاپ دهم.
- دانش، پروانه. مونا مهدیان (۱۳۹۳). «بررسی نقش رسانه‌های مجازی در مشارکت سیاسی مورد مطالعه شهروندان تهران»، مطالعات افکار عمومی، سال سوم، شماره ۱۰.
- ربیعی، علی. زهره علیخانی. غلامی (۱۳۹۲). «تحلیل وبلاگ‌های سیاسی اجتماعی با رویکرد حوزه عمومی هابرماس»، مجله جهانی رسانه، نسخه فارسی، دوره ۷، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۴.

زندوانیان احمد و زهره زین‌العابدینی (۱۳۹۵). «رابطه سواد رایانه‌ای و تجربه شبکه‌های اجتماعی مجازی در دانشجویان دختر دانشگاه یزد»، **نامه آموزش عالی**، دوره جدید، سال ۹، شماره ۳۳.

ساروخانی، باقر. اسدا... بابایی فرد (۱۳۹۱). **اینترنت، جهانی‌شدن و هویت فرهنگی جوانان در ایران**، تهران نشر دیدار.

ساروخانی، باقر. بابک احمد پور ترکمانی. مصطفی ازکیا (۱۳۹۷). «تبیین جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در جامعه‌پذیری سیاسی جوانان شهر تهران»، **مجله جهانی رسانه**، نسخه فارسی، دوره ۱۳، شماره ۱.

سبزه‌ای، محمد تقی (۱۳۹۵). **تحلیل جامعه‌شناسی حوزه عمومی در ایران پس از انقلاب، علوم اجتماعی**، سال ۲۵، شماره ۷۱، زمستان.

سمتی، هادی (۱۳۸۷). **جامعه مدنی: جهانی یا ملی**، در کتاب **جامعه مدنی**، تهران، پژوهشکده مطالعات راهبردی.

سهراب زاده، عباس (۱۳۹۵). **تصویر، صدا، سیاست؛ تأملی بر تأثیر رسانه‌های جدید بر فضای سیاسی ایران در دهه هشتاد خورشیدی**، تهران، نشر تیسرا.

سهراب زاده، مهران (۱۳۹۲). **جامعه‌شناسی سازمان‌های غیردولتی**، تهران، انتشارات سخنوران.

ضیایی پرور، حمیدرضا (۱۳۹۲). «پیشینه‌پیدایش و چشم‌انداز رسانه‌های اجتماعی»، در کتاب **رسانه‌های اجتماعی ابعاد و ظرفیت‌ها**، به اهتمام حسین بصیریان جهرمی، تهران، دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۰). **رویکرد و فضای به آسیب‌ها، جرائم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی**، تهران انتشارات امیرکبیر.

عقیلی، سیدوحید. طاهر روشندل اربطانی. محمد مهدی فرجیان (۱۳۹۷). «نقش رسانه‌های اجتماعی در انتخابات در ایران و تأثیر آن بر نقش رسانه‌های سنتی»، **مطالعات رسانه‌های نوین**، سال ۴، شماره ۱۳.

علوی، سید مسعود (۱۳۹۰). **حوزه عمومی در فضای مجازی**، رساله دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، تهران، دانشگاه علامه طباطبائی.

- قانع‌ی راد، محمدمبین. علی جُناده (۱۳۹۴). «رویکردهای متعارض درباره تکمیل حوزه عمومی در فضای مجازی»، **مطالعات رسانه‌های نوین**، سال اول، شماره ۱، بهار.
- قلی نژاد، مظاهر (۱۳۹۷). بررسی نقش سیاسی فضای مجازی با تاکید بر تلگرام و تاثیر آن بر آگاهی، شناخت و مشارکت سیاسی دانشجویان مطالعه موردی؛ دانشجویان واحد آیت اله آملی، بین سالهای ۱۳۹۶-۱۳۹۵، **پژوهش‌نامه مطالعات راهبردی علوم انسانی و اسلامی**، سال ۲، شماره ۱۲.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۴). قدرت ارتباطات ترجمه‌ی محمد آذری نجف‌آبادی، نسخه دیجیتال، انتشارات دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۴). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ**، ترجمه‌ی عبدالاحد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران، نشر طرح نو، چ ۴.
- مرشدی زاد، علی (۱۳۹۶). «حکمرانی خوب و حکمرانی مطلوب در تمدن نوین اسلامی»، **آینده‌پژوهی ایران**، سال دوم، شماره ۳.
- مرکز آمار ایران (۱۳۸۹) **نتایج آمارگیری از کاربران اینترنت**، تهران، نهاد ریاست جمهوری.
- معراجی اسکویی، شلاله (۱۳۹۴). «سپهر عمومی در شبکه اجتماعی تلگرام در دوازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران»، **فصلنامه مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید**، سال سوم، شماره ۱۲ و ۱۳.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۸). **درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی**، ترجمه‌ی پرویز اجلالی، تهران دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها، چاپ دوم.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۸۳). «اینترنت و حوزه عمومی»، **رسانه**، سال پانزدهم، شماره سوم.
- مهدی زاده، سیدمحمد (۱۳۹۷). **نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی**، تهران: نشر همشهری، چ ۷.
- میناوند، محمدقلی (۱۳۹۴). **جامعه‌شناسی سیاسی اینترنت؛ مطالعه‌ای درباره نقش فضای مجازی در توسعه سیاسی**، تهران، لوح زرین.

- نایار، پرامود. کی (۱۳۹۴). درآمدی بر رسانه‌های نوین و فرهنگ‌های مجازی، ترجمه سعیدرضا عاملی و گودرز میرانی، تهران، مرکز پژوهش و سنجش افکار صداوسیما.
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۹). بازخوانی هابرماس؛ درآمدی بر آراء، اندیشه‌ها و نظریه‌های یورگن هابرماس، نشر چشمه، تهران، چاپ ۳.
- ویلیامز کوین (۱۳۹۰). در تئوری رسانه، ترجمه‌ی رحیم قاسمیان تهران، نشر ساقی، چاپ دوم.
- هابرماس، یورگن (۱۳۹۲). نظریه کنش ارتباطی. ترجمه‌ی از آلمانی به انگلیسی تامس مک کارتی ترجمه‌ی کمال پولادی، تهران، نشر مرکز، ویراست دوم.
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۴). دگرگونی ساختاری حوزه عمومی: کاوشی در باب جامعه بورژوازی، ترجمه جمال محمدی، تهران، نشر افکار.
- هارپر، کریستوفر (۱۳۹۱). رسانه‌های نوین، ترجمه علی‌اصغر کیا، تهران نشر علم.
- هرسیچ، حسین. حوا ابراهیمی پور. محمود رهبر قاضی. مجید ملکان (۱۳۹۲). «بررسی رابطه فضای مجازی با مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان»، *جامعه‌شناسی کاربردی*، سال ۲۴، شماره ۴، پیاپی (۵۲).
- هولاب، رابرت (۱۳۹۳). یورگن هابرماس نقد در حوزه عمومی، ترجمه‌ی حسین بشیریه، تهران، نشر نی، چاپ هشتم.
- یزدخواستی، بهجت. صمد عدلی پور. آسیه سپهری (۱۳۹۲). «تحلیل محتوای صفحات و گروه‌های شبکه اجتماعی فیسبوک با نظریه حوزه عمومی هابرماس»، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره دوم، شماره یک، بهار.
- یوسیفیدیس پتروس. مارک ویلر (۱۳۹۶). شبکه‌های اجتماعی و حوزه عمومی، ترجمه‌ی جهاندار امیری، تهران، انتشارات دانشگاه صداوسیما.

#### ب) منابع انگلیسی

- Bentivegna, Sara (2006). "Rethinking Politics in the World of ICTS", *European Journal of Communication*, Vol 21(3).
- Brown, Garrett W, Iain McLean, and Alistair McMillan (2018). *A Concise Oxford Dictionary of Politics and International Relations* (4 ed).



Bruns, Axel. (2008). "Life beyond the Public Sphere: Towards a Networked Model for Political Deliberation". **Information Polity**, 13 (1-2).

Postmes, Tom and Brunsting, Suzanne (2002). "Collective Action in the Age of the Internet: Mass Communication and Online Mobilization", **Social Science Computer Review**, Vol. 20 No. 3, Fall 2002.

Castells, Manuel (2008), "The New Public Sphere: Global Civil Society, Communication Networks, and Global Governance", **The Annals of the American Academy of Political Science**, No. 616.

Danah m. boyd, Nicole B. Ellison (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, **Journal of Computer-Mediated Communication**, Volume 13, Issue 1, 1 October 2007, at: <https://doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>.

Farzaneh, S, Felahat i Shahabaldini, R. (2015). The Evaluation of Social Factors affecting on the trend to virtual social networks (case study: secondary school students of Babol city), **Journal of Participation and Social Development**.

Ferrier, N. Emdad Haque, C (2003). "Hazards Risk Assessment Methodology for Emergency Managers: A Standardized Framework for Application". **Natural Hazards**, 28.

Gibson, R. Lusoli, W, & Ward, S (2005). Online participation in the UK: Testing a "contextualized" model of Internet effects, **Policy Studies Association**, 7(4), Downloaded from: Gimmler, Antje, Deliberative democracy, the public sphere and the internet, *Philosophy & Social Criticism*, vol.27.

Groshek, Jacob, (2009). "The Democratic Effects of the Internet", **International Communication Gazette**, April, vol.71.

Jenkins,H (2006). "Conforting the challenges of Participatory Culture: media education for the 21 st century", Retrieved july 1 , at: [www.intrnetworldstatd.com](http://www.intrnetworldstatd.com).

Joyce, m(2011). "Tthe Uses of Digital Technolojy: popular Resistance in Egypt", **International Centeron Nonviolent Conflict**,18 April

Harlow,summer (2011). "social media and social movement:Facebook and an online Guatemalan justice movement that moved offline". **New media and society**, vol 14,do2.

Hermanns, Heike (2008). "Mobile democracy: Mobile Phones as Democratic Tools", **Politics**, Volume 28, Issue 2.

Kadushin, C. (2012). **Understanding social networks: Theories, concepts, and findings**, Oxford: Oxford University Press.

Kallner, Douglas. (2003). intellectuals, the new Public sphere and thechno politics. At: <http://www.gseis.ucla.edu/faculty/kellner>.

Kempe, Emelie (2015). **How social is the politics?** A case study of how political parties.

Nakamura, Lisa, (2005). **Head-hunting on the internet identiy;** Tourism, Avatars and racial Passing in Textual and Graphic chat spaces in popular culture: A Reader- Edited by: Raiford Guins and omayra Zaragoza Cruz, London. Thousand oaks. New Delhi SAGE publication.

Nixon, Pual (1999), **Transparency Through Technology**, in Barry Hauge (eds), Digital Democracy, London, Routhledge.

Otto, Dianne, (1996). Nongovernmental Organizations in the United Nations System: the emerging Role of Interna tional Civil Society, **Human Rights Quarterly**, Vo118, 5 No. I. February.

Schalken Kess. (2008). Internet as a new public sphere for Democracy, In I. T. M. Snellen, & W. B. H. J. van de Donk (Eds.), Public Administration in an Information Age, **Informatization Developments and the Public Sector**; No. 6, IOS Press.

Park Hun, M (2007). **How does Information and Communication Technology Affect civic Engagement?** Indian Univercity.

Pempek, T, & et al (2009). College students' social networking experiences on Facebook", **Journal of Applied Developmental Psychology**.

Poster, Mark (2005). Cyberdemocracy, Internet and the Public Sphere, at: [http:// www. hnet.uci. edu/ mposter/ writings/ democracy](http://www.hnet.uci.edu/mposter/writings/democracy).

Rantanen, T. (2006), **The Media Globalization**, London: Thousand Oaks.

Routledge, Politics (2000). Governance space and strategy in globalizing resistance, **Geo Journal**, Vol. 52, No 1.

Scott, W. Richard; Davis, Gerald F. (2003), **Networks In and Around Organizations**. Pearson Prentice Hall. ISBN 978-0-13-195893-7.

Vroman,s (2002)."The of invection preforming identityin syberspase", **New media and socity**: Vol 4, sage publication.