

بررسی جامعه‌شناختی شبکه‌های اجتماعی در ایجاد رفتار جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری (مورد مطالعه شهر کرمان)

سپیده حضرتی^۱، آزاده موسوی^۲

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی در ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری است. این پژوهش از نوع کمی، با هدف بنیادی-کاربردی و شیوه گردآوری داده‌ها به صورت توصیفی-پیمایشی طراحی شده است. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه افراد بالای ۱۵ سال ساکن شهر کرمان بوده که با استفاده از شیوه نمونه‌گیری تصادفی خوشه‌ای، ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. جهت گردآوری داده‌ها، از پرسشنامه محقق‌ساخته با ضریب پایایی ۰/۷۹ استفاده شد. نتایج تحلیل رگرسیون نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری بر شکل‌گیری رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی دارند. ضرایب بتا استاندارد شده (β) نشان داد که متغیرهای ایجاد اعتراضات نمایشی ($\beta=0.725$)، شبکه‌های اجتماعی ($\beta=0.651$)، ایجاد جشن‌های نمایشی ($\beta=0.478$) و ایجاد تجمعات نمایشی ($\beta=0.389$) بیشترین تأثیر را در پیش‌بینی رفتارهای جمعی نمایشی دارند. این نتایج بیانگر آن است که شبکه‌های اجتماعی و اعتراضات نمایشی به‌ویژه نقش کلیدی در شکل‌گیری رفتارهای جمعی نمایشی ایفا می‌کنند. بر اساس این یافته‌ها، پیشنهادهایی برای بهره‌برداری بهینه از شبکه‌های اجتماعی به منظور تقویت تعاملات اجتماعی مثبت و مدیریت رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری ارائه شده است.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، رفتارهای جمعی نمایشی، فضاهای عمومی شهری، اعتراضات نمایشی

۱. استادیار گروه جامعه‌شناسی، واحد زاهدان، دانشگاه آزاد اسلامی، زاهدان. ایران (نویسنده مسئول)

sepideh_hazrati@yahoo.com

۲. مربی گروه جامعه‌شناسی، واحد کرمان، دانشگاه آزاد اسلامی، کرمان، ایران

torang_1360_torang@yahoo.com

تاریخ پذیرش ۱۴۰۳/۳/۲۲

تاریخ وصول ۱۴۰۲/۱۲/۱۳

مقدمه

شبکه‌های اجتماعی نه تنها به تحول در شیوه‌های ارتباط فردی کمک کرده‌اند، بلکه ساختارهای اجتماعی را نیز بازتعریف کرده‌اند (هرسیچ و ربیعی‌نیا، ۲۰۱۴:۴) به گفته کاستلز (۲۰۱۰)، این شبکه‌ها با فراهم کردن امکان ارتباطات چند لایه و جهانی، شکاف‌های جغرافیایی و فرهنگی را کاهش داده‌اند و به شکل‌گیری «جامعه شبکه‌ای» کمک کرده‌اند این مفهوم به محیطی اشاره دارد که در آن اطلاعات به سرعت منتقل می‌شود و افراد به‌طور هم‌زمان در چندین اجتماع مجازی عضویت دارند. (کاستلز، ۲۰۱۴:۱۴۱). برای مثال، ظهور شبکه‌هایی مانند توئیتر و اینستاگرام نقش مهمی در سازماندهی جنبش‌های اجتماعی در شهرهای بزرگ داشته و نشان داده است که چگونه فناوری می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان ممکن جمعیت زیادی را حول یک هدف مشترک گرد هم آورد (چانگ و همکاران^۱، ۲۰۲۲:۷۷۹) شبکه‌های اجتماعی در جوامع شهری، بستری مؤثر برای تعاملات اجتماعی و شکل‌دهی به رفتارهای جمعی نمایشی فراهم کرده‌اند (مید، ۲۰۱۴:۲۲). این رفتارها معمولاً زمانی پدیدار می‌شوند که محتواهای اشتراکی در شبکه‌های اجتماعی به سرعت بازنشر شده و افراد با انگیزه‌های هیجانی، به یک مکان عمومی جذب شوند (مارگتس و همکاران^۲، ۲۰۱۵:۳۲). چنین رفتارهایی می‌تواند اشکال گوناگونی داشته باشد، از تجمعات اعتراضی گرفته تا رویدادهای فرهنگی یا جشن‌های خودجوش. برای نمونه، گردهمایی‌های «فلش‌ماب» که با انتشار یک پیام در شبکه‌های اجتماعی آغاز می‌شوند (مشکینی و همکاران، ۲۰۱۴:۱۴۰۱). نمونه‌ای از رفتارهای جمعی نمایشی هستند که در عین سرگرمی، گاهی چالش‌هایی برای مدیریت شهری ایجاد می‌کنند.

رفتارهای جمعی نمایشی به دلیل ماهیت هیجانی و پیش‌بینی‌ناپذیرشان می‌توانند پیامدهای دوگانه‌ای داشته باشند. از یک‌سو، این رفتارها می‌توانند به تقویت همبستگی اجتماعی و ایجاد حس تعلق در جوامع شهری کمک کنند (بلومر، ۱۳۹۵:۶۵) به‌عنوان مثال، تجمعات خودجوش پس از حوادث ملی یا بین‌المللی می‌تواند نماد اتحاد جمعی باشد که در آن افراد از گروه‌های مختلف اجتماعی در کنار هم قرار می‌گیرند و از این طریق پیوندهای اجتماعی تقویت می‌شود. چنین تجمعاتی می‌توانند تفاوت‌های فردی را کنار بگذارند و احساس مشترکی از هویت جمعی و همبستگی اجتماعی را به وجود آورند. این نوع تعاملات جمعی، به‌ویژه در فضاهای عمومی

¹ Chang et al

² Margetts et al

شهری، منجر به افزایش احساس امنیت اجتماعی و پایداری می‌شود، چون افراد در این فضاها احساس حمایت اجتماعی بیشتری می‌کنند (شاهینی و همکاران، ۱۳۹۸:۴۵).

اما از سوی دیگر، این رفتارها می‌توانند چالش‌هایی را برای مدیریت شهری ایجاد می‌کنند. تجمعات بزرگ و خودجوش ممکن است منجر به ازدحام، ناهماهنگی و حتی تنش‌های اجتماعی شوند که نیازمند برنامه‌ریزی و مدیریت دقیق است (جان بزرگی، ۱۳۹۰:۱۲۵). در این شرایط، اگر رفتارهای جمعی به‌درستی هدایت نشوند، می‌توانند به بحران‌های اجتماعی منجر شوند (بلومر، ۱۳۹۵:۶۸). به‌ویژه در مناطق شهری با تراکم جمعیتی بالا، این تجمعات می‌توانند فشار زیادی بر زیرساخت‌ها، خدمات عمومی و امنیت عمومی وارد کنند و در برخی موارد، این مشکلات ممکن است به درگیری‌های اجتماعی یا اختلال در نظم عمومی منجر شود؛ بنابراین، اگرچه رفتارهای جمعی می‌توانند به ایجاد حس تعلق و همبستگی اجتماعی کمک کنند، لازم است که مدیران شهری برای جلوگیری از پیامدهای منفی آن‌ها، تدابیر مدیریتی مناسبی اتخاذ کنند (عسکرزاده و همکاران^۱، ۲۰۲۴:۲۲۷). رفتارهای جمعی نمایشی در قالب‌های متنوعی ظاهر می‌شوند، از اعتراضات خودجوش تا جشن‌ها و شادی‌های عمومی که غالباً با هیجان‌ات‌آنی همراه هستند (اسملسر و افروغ، ۱۳۸۱:۸۹). شبکه‌های اجتماعی نقش اصلی را در سازماندهی این رفتارها ایفا می‌کنند، زیرا امکان ارتباط سریع و انتقال پیام به گستره‌ای وسیع از مخاطبان را فراهم می‌کنند (اسکات و مریمن^۲، ۲۰۱۶:۹۸) برای مثال، استفاده از هشتگ‌ها در توییت‌ها یا انتشار پست‌ها در اینستاگرام به کاربران کمک می‌کند که در مدت‌زمان کوتاهی از موضوعات مطلع شوند و به شکلی هماهنگ به فضاهای عمومی بیایند. این پلتفرم‌ها با ارائه امکاناتی همچون ارسال زنده و بازنشر سریع، حس همبستگی میان کاربران را تقویت کرده و زمینه‌ساز تجمعات گسترده می‌شوند (ورگا و همکاران^۳، ۲۰۱۳:۴۱۵). فضاهای عمومی شهری به دلیل دسترسی آسان و محیط‌های باز خود، محل مناسبی برای ظهور رفتارهای جمعی نمایشی هستند. طبق نظریه هنری لوفور (۱۹۹۱)، فضاهای عمومی تنها مکانی فیزیکی نیستند، بلکه محصول تعاملات اجتماعی و فرهنگی جامعه به شمار می‌آیند. در جوامع در حال گذار، مانند ایران، این فضاها اغلب به بستری برای بیان مطالبات اجتماعی یا بروز هیجان‌ات‌آنی تبدیل می‌شوند. برای مثال، میادین اصلی شهر کرمان مانند میدان آزادی یا باغ فتح‌آباد، به دلیل موقعیت جغرافیایی و

¹ Askarizadeh et al

² Scott & Maryman

³ Vraga et al.

معنای فرهنگی خود، معمولاً مکان‌هایی برای تجمعات نمایشی هستند. بررسی این فضاها نشان می‌دهد که چگونه فرهنگ محلی و ساختار اجتماعی بر شکل‌گیری این رفتارها تأثیر می‌گذارند. شهر کرمان با تنوع فرهنگی و وجود فضاهای عمومی گوناگون، نمونه‌ای مناسب برای بررسی رفتارهای جمعی نمایشی به شمار می‌آید. این شهر با داشتن پیشینه‌ای غنی از تعاملات اجتماعی و فرهنگی، بستری ایده‌آل برای مطالعه تأثیر تکنولوژی‌های ارتباطی بر فرهنگ شهری فراهم می‌کند. به‌ویژه در شرایطی که تغییرات اجتماعی و فناوری، رفتارهای جمعی را در ایران تحت تأثیر قرار داده است، مطالعه کرمان می‌تواند به درک عمیق‌تری از رابطه بین شبکه‌های اجتماعی و فضاهای شهری منجر شود. این تحقیق می‌تواند به شناسایی فرصت‌ها و چالش‌های مرتبط با مدیریت شهری در مواجهه با این رفتارها کمک کند و چارچوبی برای برنامه‌ریزی آینده ارائه دهد.

این پژوهش با تمرکز بر نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی به رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری کرمان، به دنبال تبیین ارتباط میان تکنولوژی‌های نوین و تحولات اجتماعی است. تحلیل جامعه‌شناختی این پدیده‌ها می‌تواند به ارائه راهکارهایی برای مدیریت بهتر فضاهای عمومی و ارتقای تعاملات اجتماعی در این شهر منجر شود؛ بنابراین در این پژوهش در جهت یافتن پاسخی به این سؤال انجام شد که آیا شبکه‌های اجتماعی بر شکل‌گیری رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است؟

پیشینه تحقیقات

هرسیج و ربیعی‌نیا، (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان الگوی شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی چنین بیان می‌کنند که شبکه‌های اجتماعی در قالب سه مضمون کلی «هنجارسازی»، «بسیج و سازمان‌دهی» و «واکنش میدانی»، بر جنبش‌های اعتراضی تأثیر می‌گذارد. منصور و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی با عنوان مطالعه جامعه‌شناختی رفتارهای جمعی نمایشی ناشی از شیوع کرونا و ویروس نشان دادند که میانگین واقعی میزان رفتار جمعی نمایشی برای پاسخگویان برابر ۱۹۵/۱۱ است که از میانگین متوسط آن (۱۶۸) بالاتر است. همچنین میانگین هریک از مؤلفه‌های شش‌گانه رفتار جمعی نمایشی (هراس اجتماعی، مُد اجتماعی، هوس جمعی، شیدایی اجتماعی، جنون اجتماعی و شایعه) در بین مردم بوشهر، بیشتر از میانگین مورد انتظار است احمدی (۱۳۹۵) در تحقیقی با عنوان «بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتارهای جمعی» بر اساس نتایج این تحقیق، شبکه‌های

اجتماعی نقش مؤثری در شکل‌گیری و هدایت رفتارهای جمعی دارند. این ابزارهای ارتباطی، به دلیل دسترسی آسان، گستره وسیع ارتباطات و امکان انتشار سریع اطلاعات، به بستری برای تعاملات اجتماعی و هماهنگی در میان افراد تبدیل شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی علاوه بر افزایش آگاهی عمومی و تقویت حس همبستگی در گروه‌های مختلف، می‌توانند رفتارهای جمعی را در زمینه‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تحت تأثیر قرار دهند. عسکری‌زاده و همکاران (۲۰۲۴). در تحقیقی با عنوان «کاربرد نحو فضا برای افزایش جامعه‌پذیری در فضاهای شهری عمومی: یک بررسی سیستماتیک»: این مطالعه نشان داد که استفاده از تحلیل‌های ساختاری فضا در طراحی فضاهای شهری می‌تواند به افزایش تعاملات اجتماعی و ارتقاء روابط میان افراد کمک کند. نتایج نشان می‌دهند که فضاهایی که از نظر ساختاری قابلیت دسترسی بیشتری دارند، به‌طورکلی محیط‌های اجتماعی‌تری هستند که افراد در آن‌ها تمایل بیشتری به تعامل با یکدیگر دارند. زانگ و همکاران^۱ (۲۰۲۳) در تحقیقی با عنوان «ارزیابی توصیفی و شبکه‌ای پس از اشغال فضای عمومی شهری از طریق رسانه‌های اجتماعی: مطالعه موردی پارک برایانت» نتایج این مطالعه نشان می‌دهند که ارزیابی فضاهای عمومی از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند اطلاعات دقیقی در مورد رفتار و تعاملات افراد در این فضاها ارائه دهد. کانوز^۲ و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین رفتارهای جمعی فناوری اطلاعات و ارتباطات و احساس جامعه: تحلیل پناهندگان شهری» نشان دادند که رفتارهای جمعی با تلفن‌های همراه رابطه مثبتی با احساسات جامعه دارد که در درجه اول با ارائه کمک در مقایسه با اشتراک‌گذاری هدایت می‌شود. خودکارآمدی فناوری اطلاعات و ارتباطات با احساسات جامعه رابطه مثبت داشت. باین‌حال، تأثیرات رفتارهای جمعی بر اساس جنسیت متفاوت بود که نشان می‌دهد پویایی‌های اجتماعی بر این رابطه تأثیر می‌گذارد.

جمع‌بندی پیشینه و نوآوری پژوهش

پژوهش‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی و رفتارهای جمعی نشان‌دهنده ابعاد مختلفی از این پدیده در زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی و شهری است. پژوهش‌هایی نظیر هرسیج و ربیعی‌نیا (۱۴۰۲) بر تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی در شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی تأکید کرده‌اند و آن را در سه محور اصلی «هنجارسازی»، «بسیج و سازمان‌دهی» و «واکنش میدانی» بررسی

¹ Zhang et al

² Canevez

کرده‌اند. احمدی (۱۳۹۵) نیز نقش مؤثر این شبکه‌ها در تقویت آگاهی عمومی، همبستگی اجتماعی و هماهنگی رفتارهای جمعی را بررسی نموده است. از سوی دیگر، پژوهش‌هایی مانند منصوری و همکاران (۱۴۰۱) با تمرکز بر رفتارهای جمعی نمایشی ناشی از بحران‌هایی نظیر شیوع کروناویروس، بر اهمیت مؤلفه‌های مختلف این رفتارها از جمله هراس اجتماعی و شایعه‌پردازی تأکید داشته‌اند. پژوهش‌های بین‌المللی نیز، مانند مطالعات کانوز و همکاران (۲۰۲۱) و زانگ و همکاران (۲۰۲۳)، به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر رفتارها و احساسات جمعی پرداخته‌اند. این مطالعات نشان داده‌اند که ارزیابی فضاهای عمومی از طریق رسانه‌های اجتماعی و همچنین رفتارهای جمعی مرتبط با فناوری اطلاعات، ابعاد جدیدی از تعاملات اجتماعی را آشکار می‌سازد.

تمایز پژوهش در این است که به‌طور خاص بر ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری به مطالعه موردی شهر کرمان تمرکز دارد. برخلاف پژوهش‌های پیشین که بیشتر به ابعاد کلی یا موضوعات خاصی نظیر اعتراضات یا بحران‌های بهداشتی پرداخته‌اند، این پژوهش شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان عاملی در بازتولید رفتارهای نمایشی در فضاهای شهری بررسی کرد و به تحلیل جامعه‌شناختی این پدیده پرداخته شد. همچنین، تمرکز بر شهر کرمان به‌عنوان یک بستر مطالعاتی خاص، امکان ارائه یافته‌های بومی و قابل تعمیم برای سایر شهرهای مشابه را فراهم می‌کند.

مبانی نظری:

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از ابزارهای مدرن، تأثیر قابل‌توجهی بر شکل‌گیری و تقویت رفتارهای جمعی در فضاهای عمومی شهری دارند. نظریه‌های مختلف جامعه‌شناسی و علوم اجتماعی می‌توانند این فرایند را تبیین کنند. نظریه کنش جمعی^۱ مانکور اولسن^۲ بیان می‌کند که شبکه‌های اجتماعی با کاهش هزینه‌های هماهنگی، امکان بسیج سریع افراد را برای کنش‌های جمعی فراهم می‌آورند. این پلتفرم‌ها به تسهیل دسترسی به اطلاعات و دعوت به مشارکت کمک می‌کنند (اولسون^۳، ۱۹۶۵:۵۲). در همین راستا، نظریه جنبش‌های اجتماعی^۴ جدید آلبرتو

^۱ Collective Action Theory

^۲ Mancur Olson

^۳ Olson

^۴ New Social Movements Theory

ملوچی^۱ نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی هویت‌های مشترک و اهداف گروهی را برجسته می‌کنند و به بروز رفتارهای جمعی نمایشی منجر می‌شوند (ملوچی، ۱۵:۱۹۸۹). ملوچی بیان می‌کند که جنبش‌های اجتماعی معاصر بیشتر بر «هویت» و «فرهنگ» تأکید دارند تا تغییرات اقتصادی یا سیاسی. از نظر ملوچی، این جنبش‌ها بر اساس احساسات و تمایلات مشترک افراد شکل می‌گیرند و به‌ویژه به‌دنبال تغییر در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی هستند؛ به عبارت دیگر، جنبش‌های اجتماعی جدید به‌جای متمرکز بودن بر مطالبات مادی، بر موضوعاتی مانند حقوق بشر، محیط‌زیست، جنسیت و آزادی‌های فردی تأکید می‌کنند (دیانی ۱۹۹۲:۶). در این زمینه، شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهایی برای سازماندهی و بسیج شدن در جنبش‌های اجتماعی جدید مطرح می‌شوند. این شبکه‌ها می‌توانند به گروه‌ها کمک کنند تا هویت جمعی خود را بازسازی کرده و به‌طور مؤثرتر و سریع‌تر به جمع‌آوری منابع و ایجاد تأثیرات فرهنگی پرداخته و درنهایت رفتارهای جمعی نمایشی را تقویت کنند.

از دیدگاه نظریه تعامل نمادین^۲، گافمن^۳، شبکه‌های اجتماعی مانند یک صحنه تئاتر عمل می‌کنند که افراد در آن نقش خود را به‌صورت عمومی به نمایش می‌گذارند. این رفتارها اغلب به شکل نمایشی و نمادین در فضاهای شهری منعکس می‌شوند (میلر^۴، ۱۲۱:۱۹۹۵). به‌موازات آن، نظریه تولید فضا^۵ لوفبور^۶ تأکید دارد که فضاهای شهری به‌عنوان بستر تعاملات اجتماعی تحت تأثیر ابزارهای دیجیتال، ظرفیت بروز کنش‌های نمایشی را افزایش می‌دهند. در این نظریه، سه بُعد اصلی فضا مطرح می‌شود؛ فضای ادراکی^۷، فضای فیزیکی و عینی که مردم در آن زندگی می‌کنند و تعاملات خود را شکل می‌دهند. فضای تصویری فضای ذهنی و ایدئولوژیکی که توسط نخبگان، برنامه‌ریزان شهری و قدرت‌های حاکم طراحی و بازنمایی می‌شود. فضای زیسته^۸ فضایی که مردم از طریق تجربیات روزمره و تعاملات خود خلق می‌کنند و به آن معنا می‌بخشند (لوفبور، ۶۸:۱۹۹۱). لوفبور در این نظریه به این نکته اشاره دارد که فضاها به‌صورت مداوم بازتولید می‌شوند و این بازتولید تحت تأثیر روابط قدرت قرار دارد. در زمینه شبکه‌های

^۱ Alberto Melucci

^۲ Symbolic Interactionism

^۳ Goffman

^۴ Miller, H.

^۵ Production of Space

^۶ Lefebvre

^۷ Perceived Space

^۸ Lived Space

اجتماعی و رفتارهای جمعی نمایشی، نظریه تولید فضا می‌تواند توضیح دهد که چگونه فضاهای شهری به‌واسطه ابزارهای دیجیتال تغییر می‌کنند و به بستری برای تعاملات و نمایش‌های جمعی تبدیل می‌شوند. این فضاها از طریق تعاملات میان فضای زیسته (مانند فعالیت‌های روزمره مردم)، فضای تصویری (مانند سیاست‌های شهری) و فضای ادراکی (مانند محیط فیزیکی) بازتعریف می‌شوند (اشمید^۱، ۲۰۰۸: ۵۵).

همچنین، نظریه ارتباطات جمعی^۲ مانوئل کاستلز^۳ به نقش شبکه‌های اجتماعی در تولید محتوا و اطلاعاتی اشاره دارد که می‌توانند افراد را حول یک هدف خاص بسیج کنند (کاستلز، ۲۰۰۹: ۵۸). کاستلز در این نظریه، به تغییرات اساسی در نحوه تولید، توزیع و مصرف اطلاعات در دنیای معاصر اشاره می‌کند. او استدلال می‌کند که ما وارد «دوران شبکه‌ای» شده‌ایم که در آن قدرت‌های اجتماعی و اقتصادی نه بر اساس هیرارشی‌های سنتی، بلکه بر اساس شبکه‌های ارتباطی و تعاملات دیجیتال سازمان‌دهی می‌شوند. این شبکه‌ها که به‌ویژه از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی تقویت می‌شوند، نه تنها به تسهیل ارتباطات کمک می‌کنند بلکه به‌طور مؤثر بر نحوه شکل‌گیری هویت‌ها، رفتارهای اجتماعی و فرآیندهای سیاسی تأثیر می‌گذارند (کاستلز، ۲۰۱۰: ۵۸). در این زمینه، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان مکان‌هایی برای شکل‌گیری و گسترش رفتارهای جمعی نمایشی عمل کنند. افراد از طریق این شبکه‌ها می‌توانند هویت خود را بازسازی کرده و در فضاهای عمومی شهری نقش‌های اجتماعی خود را به نمایش بگذارند. کاستلز همچنین به چگونگی تأثیرگذاری این شبکه‌ها بر نظم اجتماعی و سیاست‌گذاری‌ها می‌پردازد و تأکید می‌کند که شبکه‌ها می‌توانند به قدرت‌های جدیدی منجر شوند که با ساختارهای سنتی در تضاد هستند (کاستلز، ۲۰۰۹: ۵۸).

نظریه فضاهای سوم^۴ اولدنبورگ^۵ نیز نقش فضاهای عمومی را به‌عنوان عرصه‌ای برای تعاملات غیررسمی و رفتارهای جمعی برجسته می‌کند. فضاهایی اشاره دارد که در آن‌ها افراد می‌توانند به‌طور آزادانه و بدون الزام به مسئولیت‌های اجتماعی یا شغلی خود به تعامل و روابط اجتماعی بپردازند. این فضاها معمولاً به‌عنوان مکان‌های غیررسمی در نظر گرفته می‌شوند که بر اساس انتخاب شخصی و نه تعهدات اجتماعی شکل می‌گیرند. اولدنبورگ برای نمونه از کافه‌ها،

¹ Schmid, C.

² Mass Communication Theory

³ Castells

⁴ Third Place Theory

⁵ Oldenburg

کتابخانه‌ها، پارک‌ها و سایر فضاهای عمومی مانند بازارها یا مراکز خرید یاد می‌کند که افراد می‌توانند به‌طور خودخواسته در آن‌ها حضور یابند و با دیگران تعامل داشته باشند (اولدنبورگ، ۱۹۹۷: ۸۶). فضاهای سوم به‌ویژه در تحلیل‌های شهری و جامعه‌شناختی مهم هستند، چراکه به‌عنوان فضاهایی شناخته می‌شوند که در آن‌ها افراد می‌توانند هویت اجتماعی و تعاملات خود را شکل دهند. این فضاها جایگزینی برای فضاهای «اول» (خانه) و «دوم» (محل کار) محسوب می‌شوند و می‌توانند به تقویت همبستگی اجتماعی و روابط غیررسمی کمک کنند (اولدنبورگ، ۱۹۹۹: ۸۶). اولدنبورگ تأکید می‌کند که این فضاها نقش مهمی در زندگی شهری و در تعاملات اجتماعی ایفا می‌کنند، زیرا فرصت‌هایی برای شناسایی و ایجاد ارتباطات جدید بدون فشارهای اجتماعی یا اقتصادی فراهم می‌کنند. این فضاها معمولاً به‌عنوان مکان‌هایی برای استراحت، گفتگو و حتی شکل‌گیری جنبش‌های اجتماعی غیررسمی شناخته می‌شوند. نظریه رفتار جمعی^۱ بلومر^۲ به واکنش‌های هیجانی و ناپایدار رفتارهای جمعی اشاره دارد که از طریق شبکه‌های اجتماعی تشدید و در فضاهای شهری به نمایش گذاشته می‌شوند. این نظریات به‌طور کلی نشان می‌دهند که چگونه شبکه‌های اجتماعی و فضاهای عمومی شهری در تعامل با یکدیگر می‌توانند به خلق و گسترش رفتارهای جمعی نمایشی بپردازند و درعین حال چالش‌ها و فرصت‌هایی را برای جوامع شهری ایجاد کنند.

تعاریف مفهومی:

۱. **شبکه‌های اجتماعی:** شبکه‌های اجتماعی به پلتفرم‌هایی گفته می‌شود که افراد از طریق آن‌ها قادر به برقراری ارتباط و تبادل اطلاعات به‌صورت آنلاین هستند. این پلتفرم‌ها مانند فیسبوک، اینستاگرام، توئیتر و تلگرام به‌طور عمده بر اساس روابط و تعاملات میان کاربران شکل می‌گیرند و امکان اشتراک‌گذاری محتوا، انجام گفتگوها و ایجاد جوامع آنلاین را فراهم می‌آورند. شبکه‌های اجتماعی نه‌تنها فضای مجازی را برای ارتباطات شخصی فراهم می‌کنند، بلکه به‌عنوان ابزارهای قدرتمندی برای سازماندهی و بسیج جمعی نیز عمل می‌کنند (کاستلز، ۲۰۱۸: ۱۴۰۲).

۲. **رفتار جمعی نمایشی:** رفتار جمعی نمایشی به مجموعه‌ای از اقدامات و واکنش‌های هیجانی گفته می‌شود که به‌طور خودجوش و بدون برنامه‌ریزی قبلی در یک گروه یا جمع به وقوع

^۱ Collective Behavior Theory

^۲ Blumer

می‌پیوندد. این رفتارها اغلب بر اساس تحریکات احساسی و اجتماعی در مواقع خاص شکل می‌گیرند و معمولاً در فضاهای عمومی به‌ویژه در واکنش به رویدادهای اجتماعی، سیاسی یا فرهنگی، نظیر اعتراضات، جشن‌ها یا بحران‌ها، مشاهده می‌شوند (گافمن، ۱۹۵۹: ۸۸). رفتارهای جمعی نمایشی به‌طور معمول شامل تجمعات گسترده یا واکنش‌های تند در برابر رویدادها و تغییرات اجتماعی است. رفتار جمعی نمایشی به‌نوعی از رفتار جمعی اطلاق می‌شود که در آن افراد با هدف جلب توجه و نمایش خود در برابر دیگران به‌صورت عمومی عمل می‌کنند. این رفتارها ویژگی‌هایی خاص دارند که آنها را از دیگر انواع رفتار جمعی متمایز می‌کند.

انواع رفتار جمعی نمایشی عبارت‌اند از **اعتراضات جمعی نمایشی**^۱ این نوع اعتراض‌ها به‌طور معمول در فضاهای عمومی و به‌صورت نمایشی برگزار می‌شوند. هدف از این اعتراض‌ها جلب توجه عمومی و رسانه‌ها به یک موضوع خاص است (الیسون و بویید^۲، ۲۰۱۳: ۹۸) این اعتراضات به‌طور عمده با هیجانانگیزی قوی همراه بوده و در مواردی ممکن است جنبه‌های نمایشی و رسانه‌ای داشته باشند. **جشن‌ها و تجمعات نمایشی**^۳ در این نوع رفتار جمعی، افراد برای ابراز خوشحالی یا جشن گرفتن به‌صورت جمعی و در فضاهای عمومی حضور پیدا می‌کنند. این رفتارها معمولاً نمایشی و قابل مشاهده برای عموم مردم است. **جلب توجه در فضای عمومی**^۴: در این نوع رفتار جمعی، افراد به‌منظور جلب توجه دیگران، خود را در موقعیت‌های خاص اجتماعی قرار می‌دهند. این رفتارها می‌تواند شامل تجمعات خیابانی، تبلیغات یا استفاده از رسانه‌های اجتماعی برای نمایش یک رویداد خاص باشد (پاپاچاریسی^۵، ۲۰۱۵: ۶۹).

۳. فضاهای عمومی شهری: فضاهای عمومی شهری به مناطقی در شهرها اطلاق می‌شود که دسترسی عمومی به آنها آزاد است و برای تعاملات اجتماعی، تفریح و انجام فعالیت‌های عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرند. این فضاها می‌توانند شامل پارک‌ها، میدان‌ها، خیابان‌ها و مراکز خرید باشند که در آنها افراد می‌توانند با یکدیگر تعامل کنند و از این طریق هویت اجتماعی خود را بیان کنند (لوفبور، ۱۹۹۱: ۸۸).

¹ Demonstrative Protests

² Ellison & Boyd

³ Demonstrative Celebrations

⁴ Public Attention-seeking Behavior

⁵ Papacharissi

فرضیات تحقیق

- شبکه‌های اجتماعی در ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است.

- شبکه‌های اجتماعی در ایجاد جشن‌ها نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است.

- شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تجمعات نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است.

- شبکه‌های اجتماعی در ایجاد اعتراضات جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است.

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع تحقیقات کاربردی است که به روش کمی و از طریق پیمایش داده‌ها انجام شده است. جامعه آماری این تحقیق، شامل کلیه افراد بالای ۲۰ سال ساکن در شهر کرمان است. برای انتخاب نمونه از روش خوشه‌ای چندمرحله‌ای استفاده شد. با توجه به جمعیت ۳۸۴ نفر به عنوان نمونه طبق فرمول کوکران انتخاب گردید.

پرسشنامه تحقیق: برای سنجش متغیر وابسته، پرسشنامه‌ای محقق ساخته طراحی شد که شامل ۶۲ گویه و ۳ بعد مختلف بود. این گویه‌ها بر اساس مبانی نظری و مدل‌های مرتبط با موضوع پژوهش طراحی و سپس به منظور اعتبارسنجی و غنی‌سازی، در اختیار ۱۵ نفر از متخصصان حوزه مربوطه قرار گرفت. در این فرآیند، متخصصان نظرات خود را در خصوص اصلاح و بهبود پرسشنامه ارائه دادند.

فرآیند طراحی و اصلاح پرسشنامه: پرسشنامه طراحی شده در سه مرحله مورد بررسی و اصلاح قرار گرفت که مشابه روش پانل دلفی بود: مرحله اول: پرسشنامه اولیه بین خبرگان توزیع شد و پس از جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل اولیه انجام گرفت. شاخص‌های با توافق پایین حذف و اصلاحات اعمال شدند. مرحله دوم: پرسشنامه اصلاح شده مجدداً در اختیار خبرگان قرار گرفت تا نظرات آن‌ها در خصوص اصلاحات جدید جمع‌آوری شود. مرحله سوم: پرسشنامه نهایی که شامل اصلاحات انجام شده و حذف شاخص‌های کم‌اهمیت بود، همراه با نتایج تحلیل راند دوم در اختیار خبرگان قرار گرفت و نظرات تکمیلی برای تأیید نهایی پرسشنامه جمع‌آوری شد. پس از تأیید نظر خبرگان، روایی صوری پرسشنامه تأیید شد. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ ارزیابی شد. ضریب آلفای کرونباخ برای کل پرسشنامه ۰.۷۸.

به‌دست آمد که نشان‌دهنده پایایی مناسب ابزار است. روایی محتوایی پرسشنامه نیز از طریق محاسبه شاخص CVR (محتوای روایی مبتنی بر نظر خبرگان) ارزیابی شد.

جدول ۱. پایایی و روایی پرسشنامه

مؤلفه‌ها	آلفای کرونباخ	روایی محتوایی (CVR)
ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی	۰.۷۳	۰.۷۹
ایجاد تجمعات نمایشی	۰.۷۷	۰.۸۰
ایجاد جشن‌ها نمایشی	۰.۷۶	۰.۸۲
ایجاد اعتراضات جمعی نمایشی	۰.۷۶	۰.۸۱

یافته‌های تحقیق:

جدول ۲. آزمون نرمال بودن داده‌ها (کولموگروف-اسمیرنوف)

متغیرها	(Sig) معنی داری	کولموگروف اسمیرنوف
ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی	۱/۲۱۷	۱/۱۲۴
ایجاد تجمعات نمایشی	۱/۱۴۲	۱/۱۷۴
ایجاد جشن‌ها نمایشی	۱/۲۵۶	۱/۱۴۶
ایجاد اعتراضات جمعی نمایشی	۱/۵۴۰	۱/۱۵۰

تفسیر جدول ۲. تمامی متغیرها دارای مقادیر Sig. بزرگ‌تر از ۰.۰۵ هستند و بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که توزیع داده‌های مربوط به این متغیرها نرمال است. این نتیجه نشان می‌دهد که استفاده از آزمون‌های آماری پارامتریک (مانند رگرسیون و همبستگی) برای تحلیل داده‌ها مناسب است.

جدول ۳. آزمون همبستگی متغیرهای

وضعیت فرضیه	معنی داری (p)	ضریب همبستگی (r)	متغیر پیش‌بین	متغیر ملاک	آزمون فرضیه
تأیید	۰/۰۰۱	۰/۸۷	شبکه‌های اجتماعی	رفتارهای جمعی نمایشی فضاهای عمومی شهری	شبکه‌های اجتماعی در ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی فضاهای عمومی

شهری تأثیرگذار است					
شبکه‌های اجتماعی در ایجاد جشن‌ها نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است	ایجاد جشن‌ها نمایشی در فضاهای عمومی شهری	شبکه‌های اجتماعی	۰/۷۹	۰/۰۰۱	تأیید
شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تجمعات نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است	ایجاد تجمعات نمایشی در فضاهای عمومی شهری	شبکه‌های اجتماعی	۰/۸۵	۰/۰۰۱	تأیید
شبکه‌های اجتماعی در ایجاد اعتراضات جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری تأثیرگذار است	ایجاد اعتراضات جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری	شبکه‌های اجتماعی	۰/۸۸	۰/۰۰۱	تأیید

تفسیر جدول ۳.

جدول ۴: خلاصه برازش مدل

مدل	ضریب همبستگی	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	خطای استاندارد برآورد	F تغییرات	معنی‌داری
۱	۰/۸۶۹	۰/۷۹۰	۰/۷۸۵	۳/۶۵۴	۴۵/۸۷۲	۰/۰۰۰

تفسیر جدول ۴. ضریب همبستگی ۰/۸۶۹ نشان‌دهنده همبستگی قوی بین متغیرهای پیش‌بین (مستقل) و متغیر وابسته است. مقدار ضریب تعیین بیانگر این است که ۷۹٪ از تغییرات متغیر وابسته (رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری) توسط متغیرهای مستقل (شبکه‌های اجتماعی) توضیح داده می‌شود. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده ۰/۷۸۵ برای اصلاح خطاهای مرتبط با حجم نمونه و تعداد متغیرها استفاده شد و نشان می‌دهد که مدل به‌طور کلی قوی است و مقدار خطای استاندارد برآورد ۳/۶۵۴ نشان‌دهنده انحراف معیار باقی‌مانده‌ها است که معیاری از خطای پیش‌بینی مدل است. مقدار تغییرات $F = 45/872$

نشان‌دهنده معنی‌داری مدل است؛ و مقدار معنی‌دار ۰/۰۰۰ تأیید می‌کند که مدل به لحاظ آماری معنی‌دار است.

جدول ۵. رگرسیون چندگانه

مدل	Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig	95% Confidence Interval for B Lower Bound
مقدار ثابت	۲۵/۴۷۲	۴/۲۱۳		۶/۰۴۵	۰/۰۰۰	۱۷/۲۰۴
شبکه‌های اجتماعی	۰/۴۸۷	۰/۰۷۳	۰/۶۵۱	۶/۶۷۱	۰/۰۰۰	۰/۳۴۴
ایجاد جشن‌های نمایشی	۰/۳۴۲	۰/۰۶۵	۰/۴۷۸	۵/۲۶۲	۰/۰۰۰	۰/۲۱۴
ایجاد تجمعات نمایشی	۰/۳۸۹	۰/۰۵۲	۰/۳۸۹	۴/۱۳۴	۰/۰۰۰	۰/۱۱۳
ایجاد اعتراضات نمایشی	۰/۵۷۸	۰/۰۸۱	۰/۷۲۵	۷/۱۳۶	۰/۰۰۰	۰/۴۱۸

تفسیر جدول ۵. مقدار ثابت برابر ۲۵/۴۷۲ نشان می‌دهد که وقتی همه متغیرهای مستقل صفر باشند، مقدار پیش‌بینی شده برای متغیر وابسته (رفتارهای جمعی نمایشی) برابر با ۲۵/۴۷۲ است. شبکه‌های اجتماعی با ضریب بتا استاندارد شده ۰/۶۵۱ نشان می‌دهد که تأثیر شبکه‌های اجتماعی نسبت به سایر متغیرها قوی است ایجاد جشن‌های نمایشی با ضریب بتا استاندارد شده ۰/۴۷۸ این متغیر تأثیری مثبت و معنادار دارد ایجاد تجمعات نمایشی با ضریب بتا استاندارد شده ۰/۳۸۹ تأثیر این متغیر مثبت و نسبتاً کمتر از بقیه است. ایجاد اعتراضات نمایشی با ضریب بتا استاندارد شده ۰/۷۲۵ این متغیر قوی‌ترین تأثیر مثبت را دارد.

بحث و نتیجه‌گیری:

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی عصر حاضر، تأثیرات عمیقی بر شکل‌گیری رفتارهای جمعی نمایشی در فضاهای عمومی شهری داشته‌اند. نتایج این پژوهش نشان داد که رفتارهای جمعی مانند تجمعات، جشن‌ها و اعتراضات نمایشی، به‌طور چشمگیری

تحت تأثیر شبکه‌های اجتماعی هستند. این نتایج با تحقیقات پیشین که نشان می‌دهند شبکه‌های اجتماعی نقش بسزایی در شکل‌گیری و تقویت رفتارهای جمعی دارند. به‌ویژه، مطالعات مختلف نظیر تحقیق هرسیچ و ربیعی‌نیا (۱۴۰۲) و منصوری و همکاران (۱۴۰۱) نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به سهولت زمینه‌های هنجارسازی، بسیج و سازمان‌دهی و واکنش میدانی را فراهم کنند که به رفتارهای جمعی و جنبش‌های اعتراضی منتهی می‌شوند. همچنین، احمدی (۱۳۹۵) و عسگری‌زاده و همکاران (۲۰۲۴) تأکید می‌کنند که شبکه‌های اجتماعی با کاهش هزینه‌های هماهنگی و تسهیل دسترسی به اطلاعات، به‌ویژه در فضای شهری، می‌توانند به تقویت تعاملات اجتماعی و رفتارهای جمعی در شرایط بحرانی کمک کنند همسو و هم‌جهت است بنابراین جهت تبیین می‌توان گفت این تأثیر نه‌تنها در افزایش سرعت اطلاع‌رسانی و سازمان‌دهی این رویدادها مشهود است، بلکه در نحوه جهت‌دهی و محتوای این فعالیت‌ها نیز دیده می‌شود. از دیدگاه جامعه‌شناختی، رفتارهای جمعی نمایشی بازتابی از تغییرات فرهنگی و ساختاری در جامعه مدرن هستند، جایی که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای بیان هویت‌های جمعی و بازنمایی نیازهای اجتماعی عمل می‌کنند.

در این میان، جشن‌های نمایشی در فضاهای عمومی به‌عنوان یک نماد هویت فرهنگی جامعه، نقشی مهم در تقویت انسجام اجتماعی و مشارکت جمعی ایفا می‌کنند. شبکه‌های اجتماعی با فراهم کردن فضایی برای تبلیغ و بازنمایی این جشن‌ها، نقش کلیدی در تقویت ارتباطات فرهنگی و اجتماعی دارند. از سوی دیگر، اعتراضات جمعی نیز که اغلب با هدف بیان مطالبات یا اعتراض به وضعیت موجود شکل می‌گیرند، از طریق شبکه‌های اجتماعی تسهیل شده‌اند. این اعتراضات نه‌تنها فرصت‌های تازه‌ای را برای بیان خواسته‌های اجتماعی ایجاد کرده‌اند، بلکه الگوهای قدرت اجتماعی را نیز تغییر داده‌اند. باوجود این تأثیرات مثبت، مدیریت نامناسب شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به بروز آسیب‌های اجتماعی و سوءاستفاده از این ابزارها منجر شود. از این‌رو، برنامه‌ریزی دقیق برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های مثبت شبکه‌های اجتماعی در راستای اهداف فرهنگی و اجتماعی جامعه ضروری است. شبکه‌های اجتماعی علاوه بر اینکه ابزارهایی برای سازمان‌دهی فعالیت‌های جمعی هستند، می‌توانند به‌واسطه مدیریت درست، به بستری برای ارتقای تعاملات مثبت اجتماعی تبدیل شوند. همچنین می‌توان در انتها چنین استنباط کرد که این یافته‌ها با نظریه‌های جامعه‌شناسی و ارتباطات جمعی همچون نظریه کنش جمعی اولسن و نظریه جنبش‌های اجتماعی جدید ملوچی نیز این روند را تأیید می‌کنند. اولسن

تأکید می‌کند که شبکه‌های اجتماعی با فراهم کردن زیرساخت‌های مناسب برای هماهنگی و بسیج افراد، امکان تشکیل رفتارهای جمعی را به سرعت فراهم می‌آورند، درحالی‌که ملوچی بر نقش هویت‌های مشترک و اهداف فرهنگی تأکید دارد که در این فضاها نمایان می‌شود. در همین راستا، نظریه تعامل نمادین گافمن نیز نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان صحنه‌هایی عمل می‌کنند که افراد نقش‌های خود را به‌طور نمادین و جمعی به نمایش می‌گذارند. همچنین، نظریه تولید فضا لوفیور و نظریه فضاهای سوم اولدنبورگ بر این نکته تأکید دارند که فضاهای عمومی شهری، به‌ویژه هنگامی که تحت تأثیر ابزارهای دیجیتال قرار می‌گیرند، به بستری برای تعاملات اجتماعی و گسترش رفتارهای جمعی تبدیل می‌شوند. در این فضاها، افراد قادر به تعامل آزادانه و بدون محدودیت‌های اجتماعی هستند و همین امر می‌تواند به تقویت هویت‌های جمعی و ایجاد رفتارهای جمعی نمایشی منتهی شود؛ هم‌خوانی دارد.

بر اساس این یافته‌ها، پیشنهادهایی نیز برای استفاده بهینه از شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌شود.

نخست، آموزش عمومی درباره استفاده مسئولانه و آگاهانه از شبکه‌های اجتماعی ضروری است تا افراد بتوانند از این ابزارها به شیوه‌ای مؤثر و اخلاقی بهره‌برداری کنند. همچنین، توسعه پلتفرم‌های محلی با توجه به نیازهای فرهنگی و اجتماعی هر جامعه می‌تواند به تقویت هویت جمعی و انسجام اجتماعی کمک کند. از سوی دیگر، تقویت نظارت بر محتوای منتشرشده در شبکه‌های اجتماعی برای جلوگیری از انتشار اطلاعات نادرست یا تفرقه‌افکنانه اهمیت بسیاری دارد. حمایت از برگزاری جشن‌ها و رویدادهای فرهنگی نمایشی در فضاهای عمومی و استفاده از شبکه‌های اجتماعی برای اطلاع‌رسانی این رویدادها نیز می‌تواند تأثیرات مثبت اجتماعی بیشتری به همراه داشته باشد. درنهایت، پژوهش‌های بیشتری برای بررسی تأثیرات بلندمدت شبکه‌های اجتماعی بر رفتارهای جمعی و هویت اجتماعی ضروری به نظر می‌رسد تا از این ابزارها به بهترین نحو ممکن بهره‌برداری شود.

منابع

- اسملسر، نیل و افروغ، عماد. (۱۳۸۱). **تئوری رفتار جمعی**، مترجم: رضا دژاکام، ناشران: یافته‌های نوین، دواوین
- بلومر، هربرت. (۱۳۹۵). **رفتار جمعی**. مترجم سیداحمدرضا دستغیب، تهران: انتشارات جامعه‌شناسان

شاهینی، آتنا، جاویدی نژاد، مهرداد و نقشینه، روزبه. (۱۳۹۸). نقش کالبد معماری در ارتقای زندگی جمعی در فضاهای عمومی (نمونه موردی: میدان بهارستان). *مطالعات مدیریت شهری*، ۱۱(۴۰)، ۴۳-۵۶.

شریتیان، مسعود و رضازاده، سارا. (۱۳۹۹). نقش رفتارهای جمعی نمایشی در تعاملات اجتماعی، *فصلنامه علوم اجتماعی ایران*.

کاستلز، مانوئل. (۱۴۰۲). *قدرت ارتباطات*. مترجم حسین بصریان جهرمی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی

کلمن، جیمز. (۱۳۹۰). *بنیان‌های نظریه اجتماعی*. مترجم منوچهر صبوری (۱۳۹۰)، تهران: انتشارات نی محسنی تبریزی، سید حسن. (۱۳۸۲). *جامعه‌شناسی عمومی*. انتشارات سمت.

مشکینی، قاسم؛ احمدی، اصغر و مرجانی، سجاد. (۱۴۰۱). شبکه‌های اجتماعی (تلگرام) به مثابه حوزه عمومی (با تأکید بر گروه‌های پیام‌رسان تلگرامی)، *مجله: مطالعات فرهنگی و ارتباطات*، ۶۷(۲)، ۱۳۹-۱۶۸.

منصوری، سینا؛ جعفری‌نیا، غلامرضا و مرادی، علی. (۱۴۰۱). مطالعه جامعه‌شناختی رفتارهای جمعی نمایشی ناشی از شیوع کروناویروس مورد مطالعه شهر بوشهر، ۳۸، *مجله پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران*، ۹۷-۱۱۴.

مید، جورج هربرت. (۱۴۰۰). *ذهن، خود و جامعه از منظر یک جامعه‌شناس رفتارگرا*، مترجم محمد صفا، تهران: انتشارات سمت.

هابرماس، یورگن. (۱۹۸۹). *فضای عمومی: پژوهشی در باب دگرگونی ساختاری آن*. مترجم جمال محمدی (۱۴۰۰) تهران: انتشارات افکار

هرسیج؛ حسین و ربیعی‌نیا، بهمن. (۱۴۰۲). الگوی شکل‌گیری جنبش‌های اعتراضی با تأکید بر نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی، *مجله جامعه‌شناسی کاربردی*، ۳۱(۳۴)، ۲۲-۳۱.

Askarizad, R., Lamíquiz Daudén, P. J., & Garau, C. (2024). The Application of Space Syntax to Enhance Sociability in Public Urban Spaces: A Systematic Review. *ISPRS International Journal of Geo-Information*, 13(7), 227 . <https://doi.org/10.3390/ijgi13070227>.

Benson, M. & Gresham, T. (2007). "Collective Behavior in Urban Spaces." *Journal of Urban Sociology*.

Carr, S., Francis, M., Rivlin, L. G., & Stone, A. M. (2022). *Public Space*. Cambridge University Press.

Castells, M. (2009). *Communication Power*. Oxford University Press.

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.

Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.

- Chang H-CH, Richardson A, Ferrara E (2022) How Instagram facilitated the 2020 Black Lives Matter protests. PLoS ONE 17(12) 777-864. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0277864>
- Diani, M. (1992). The Concept of Social Movement. *Sociological Review*, 40(1), 1-25.
- Ellison, N. B., & boyd, d. m. (2013). Sociality through Social Network Sites. In *The Oxford Handbook of Internet Studies*. Oxford University Press.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. Doubleday.
- Imhonopi, D., et al. (2013). "The Role of Social Media in Collective Action." *International Journal of Social Sciences and Humanities Research* Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society*. Wiley-Blackwell.
- Jenkins, H. (2013). *Spreadable Media: Creating Value and Meaning in a Networked Culture*. NYU Press.
- Lefebvre, H. (1991). *The Production of Space*. Blackwell Publishing.
- Margetts, H., John, P., Hale, S., & Yasseri, T. (2015). *Political Turbulence: How Social Media Shape Collective Action*. Princeton University Press.
- Mehta, V. (2023). *Public Space: Notes on Why It Matters and How to Achieve It*. Routledge.
- melser, N. J. (1962). *Theory of Collective Behavior*. Glencoe, IL: Free Press.
- Melucci, A. (1989). *Nomads of the Present: Social Movements and Individual Needs in Contemporary Society*. Temple University Press.
- Miller, H. (1995). *The Presentation of Self in Electronic Life: Goffman on the Internet. Embodied Knowledge and Virtual Space*.
- Oldenburg, R. (1999). *The Third Place: The Social Life of Small Towns and Cities*. Oxford University Press/
- Olson, M. (1965). *The Logic of Collective Action*.
- Papacharissi, Z. (2015). *A Networked Self: Identity, Community, and Culture on Social Network Sites*. Routledge.
- Papacharissi, Z. (2015). *Affective Publics: Sentiment, Technology, and Politics*. Oxford University Press.
- Rafieian, M., & Gharaie, H. (2020). "Urban Spaces and Social Interactions in Iranian Cities: A Sociological Perspective." *Iranian Journal of Urban Sociology*.
- Schmid, C. (2008). Henri Lefebvre's Theory of the Production of Space: Towards a Three-dimensional Dialectic. In *Space, Difference, Everyday Life*. Routledge.
- Scott, J. T., & Maryman, J. (2016). Using social media as a Tool to Complement Advocacy Efforts. *Global Journal of Community Psychology Practice*, 7(1), ۹۰-۱۱۰.
- Shirky, C. (2011). *Cognitive Surplus: Creativity and Generosity in a Connected Age*. Penguin Books.
- Tilly, C. (2003). *The Politics of Collective Violence*. Cambridge University Press.
- Tufekci, Z. (2020). *Twitter and Tear Gas: The Power and Fragility of Networked Protest*. Yale University Press.
- Turner, R. H., & Killian, L. M. (1987). *Collective Behavior*. Pearson Education
- Vraga, E. K., Bode, L., Wells, C., Driscoll, K., & Thorson, K. (2013). The Role of Online Media in Mobilizing Large-Scale Collective Action. *Journal of Communication*, 74(5), 410-430.

Zhang, B., Song, Y., Liu, D., Zeng, Z., Guo, S., Yang, Q., Wen, Y., Wang, W., & Shen, X. (2023). Descriptive and Network Post-Occupancy Evaluation of the Urban Public Space through social media: A Case Study of Bryant Park, NY. *Land*, 12(7), 1403. <https://doi.org/10.3390/land12071403>

COPYRIGHTS

© 2023 by the authors. Licensee Advances in Sociological Urban Studies Journal. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

