



سال دوازدهم / تابستان ۱۴۰۲

## واکاوی فرآیندهای شکل‌گیری حوزه عمومی در فضای مجازی با رویکرد مردم‌نگاری انتقادی

• کریم رضادوست<sup>۱</sup>، مرضیه شهریاری<sup>۲</sup>، خلیل مدنی فرد<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۰۱/۱۱/۹، تاریخ تایید: ۰۲/۳/۷

DOR: 20.1001.1.38552322.1402.12.47.6.7

### چکیده

چندی پس از انقلاب وب ۲ و ظهور فضای مجازی تعاملی، شاهد گسترش سریع شبکه‌های اجتماعی بودیم. با تولد جهان جدید، همه جوامع انسانی خود را با جهانی دو پاره مواجه دیدند. بسیاری از پژوهشگران به بررسی و شناخت نسبت میان انسان با این عرصه جدید برآمدند. بسیاری از آن‌ها برای یافتن مختصات جهان جدید به ارزیابی مفاهیم انسانی در فضای شبکه سایبری و بازتعریف این مفاهیم پرداختند.

گفتگو، کنش اصلی در وب ۲ است و همین مسئله اهمیت بررسی مختصات حوزه عمومی به‌عنوان بستر گفتگوهای عمومی را در فضای مجازی نشان می‌دهد. بستری برای گفتگو میان کاربران که هم ساخت شبکه را شکل می‌دهد و هم قدرت را در تمام شبکه به جریان می‌اندازد. ظرفیت‌های بیشمار فضای مجازی، نوید تحقق حوزه عمومی را می‌داد؛ در نقطه مقابل چالش‌ها سدی مقابل هر آرمان انسانی از جمله حوزه عمومی بنا می‌کند. در این پژوهش با روش مردم‌نگاری انتقادی ابتدا با مشاهده و مشارکت میدانی و سپس با مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته و ساختارنیافته، پنج مؤلفه تقویت‌کننده و یازده مؤلفه تضعیف‌کننده هنجاری و تجویزی حوزه عمومی در بستر شبکه‌های اجتماعی شناسایی شد. در انتها، با تحلیل مؤلفه‌ها مشخص شد، انواع کنش‌های گفتاری در شبکه‌های اجتماعی در حال انجام است و جایگاه ویژه‌ای نیز در میان انواع کنش‌های مجازی دارند؛ اما همچنان نتوانسته‌اند حوزه عمومی که متکی بر گفتگوی انتقادی باشد، در بستر این شبکه‌ها محقق کنند.

واژگان کلیدی: حوزه عمومی، شبکه‌های اجتماعی، کنش گفتاری، مردم‌نگاری انتقادی.

۱ دانشیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهیدچمران اهواز، اهواز، ایران (نویسنده مسئول) k.rezadost@scu.ac.ir

۲ استادیار گروه علوم اجتماعی، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی، دانشگاه شهیدچمران اهواز، اهواز، ایران m.shahryari@scu.ac.ir

۳ کارشناس ارشد جامعه‌شناسی k.madani@scu.ac.ir

## مقدمه و بیان مسئله

حوزه عمومی ریشه در یونان باستان و زیست‌جهان آن دارد. اندیشمندان مختلف در طول تاریخ مفهوم‌سازی حوزه عمومی به گونه‌های متفاوتی این مفهوم را مورد کنکاش قرار داده‌اند. این مفهوم جایگاه خاصی در اندیشه دوران مدرن و پس‌از آن را به خود اختصاص داده است. اندیشمندان بزرگی مانند کانت، هگل، مارکس و هانا آرنت از زوایای متفاوت به این مفهوم پرداخته‌اند؛ همه آن‌ها حوزه عمومی را بستری برای رهایی انسان می‌دیدند. یورگن هابرماس پدیده‌ترین بحث‌ها را در این زمینه داشته است و مفهوم حوزه عمومی در منظومه فکری او جایگاه محوری دارد. هابرماس در کتاب *دگرگونی ساختاری حوزه عمومی* با بررسی مفصل و مستدل، به نحوه تشکیل و سیر تحول حوزه عمومی، کارکردها و افول آن در اروپای قرن هجدهم و به‌صورت خاص در سه کشور انگلیس، فرانسه و آلمان می‌پردازد. او حوزه عمومی را عرصه‌ای می‌داند که در آن افراد خصوصی فارغ از ملاحظات قدرت سیاسی، در مکانی عمومی گرد هم می‌آیند و آزادانه درباره مناسبات سیاسی به تعامل می‌پردازند. حوزه عمومی، عرصه‌ای است که در آن افراد، برای مشارکت در مباحثات باز و علنی گرد هم می‌آیند (هولاب ۱۳۹۶، ۲۵).

پس از انقلاب تکنولوژی ارتباطی وب ۲ که تعامل‌های دوسویه در بستر فضای مجازی را ممکن کرد، شاهد شکل‌گیری جامعه‌های انسانی در این بستر بودیم، یعنی جوامع مجازی که شباهت‌ها و تفاوت‌های زیادی با جوامع سنتی دارند. شاید ویژگی بارز این جوامع سرعت بالای ارتباط میان اعضای آنان باشد. امری که مرهون تکنولوژی‌های ارتباطی است. پس از شکل‌گیری این جوامع، بسیاری از اندیشمندان به باز تعریف مفاهیم علمی رایج در این فضا برآمدند. به دلیل آنکه «گفت‌وگو» در کنش‌های مجازی و همچنین در حوزه عمومی جایگاه ویژه‌ای دارد؛ حوزه عمومی یکی از اولین طیف مفاهیمی بود که لزوم تعریف مجدد آن در این فضا، پژوهش‌های مختلفی را به خود اختصاص داد.

تعداد اعضای فیسبوک، بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی مجازی، از جمعیت جهان در سال ۱۹۵۵ پیشی گرفت و به سه میلیارد نفر نزدیک شده است. در چند دهه اخیر شاهد شتاب گرفتن استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران بوده‌ایم. در گذشته، وبلاگ نویسی فارسی و امروزه میکروبلگ‌های فارسی در قالب انواع پلتفرم‌های اجتماعی همواره جزو فعال فضای وب جهانی بوده‌اند. به گونه‌ای که در یک برهه زمانی، زبان فارسی به چهارمین زبان وبلاگی جهان تبدیل گشت (سید علوی و همکاران، ۱۳۹۱: ۱۱۳). فضای مجازی و تعاملات درون آن با وجود نوظهور

بودن، نقش مهمی در شکل‌گیری جامعه ایرانی حال حاضر و آینده بازی می‌کند. عوامل متفاوت درونی و بیرونی که بسیاری از آن‌ها به علت درک نادرست فضای مجازی کشور است، بسیاری از ظرفیت‌های این فضا را بلا استفاده و حتی در برخی مواقع تبدیل به چالش کرده است.

در حالت کلی باید گفت در صورت فهم نوع کنش‌های اجتماعی و نوع معادلات در بستر مجازی، می‌توان این فضا را نه حاشیه‌ای بر محیط اجتماعی، بلکه مولدی برای عرصه‌های مختلف کرد. آن هم نه صرفاً عرصه‌های سیاسی و اجتماعی، بلکه حتی می‌توان اقتصاد، هنر و سایر عرصه‌ها را در این بستر شکوفا کرد و در مسیر توسعه از آن‌ها بهره گرفت.

گروهی از محققان بر این باور هستند که حوزه عمومی در فضای مجازی ایرانی شکل‌گرفته است، ولی توضیح نمی‌دهند در صورت شکل‌گیری آن، چرا همچنان انفعالی عمل می‌کند؟ به این معنا که آن جایگاه تولید گفتمان عمومی که نظریه‌پردازان حوزه عمومی برای آن قائل هستند را ندارد. گروه دیگری از محققان معتقدند این حوزه هنوز در ایران شکل نگرفته است و با توجه به موانع گوناگون شاید هیچگاه نیز تحقق پیدا نکند. این گروه نیز توضیح نمی‌دهند آن چیزی که هم اکنون در شبکه‌های اجتماعی مجازی جریان دارد و عموماً مبتنی بر گفت‌وگوست و تأثیر غیرقابل‌انکاری بر جامعه امروز ما دارد؛ اگر حوزه عمومی نیست پس چه چیزی است؟ و چگونه می‌توان آن را تبیین کرد.

در این پژوهش سعی شده است با توجه به تفاوت‌های فراوانی که در زمان مفهوم‌سازی حوزه عمومی هابرماس با زمان، مکان و فضای امروز وجود دارد، تلاش کنیم نشان دهیم آیا امکان شکل‌گیری نوع خاصی از حوزه عمومی با توجه به خصوصیات متفاوت جامعه ایران در شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد؟ و چگونه باید این عرصه را فهمید.

هدف از این پژوهش، فهم معادلات درون شبکه‌های مجازی با نگاه به قواعد حوزه عمومی است؛ آنگاه می‌توانیم درک مناسبی از جامعه ایران داشته باشیم و به شکل‌گیری حوزه عمومی امید داشته باشیم. تا بتوان پلی میان حوزه خصوصی افراد و مسائل کلان سیاسی و اجتماعی را ایجاد کرد.

### ملاحظات مفهومی

اولین بار ارسطو از تفکیک میان حوزه عمومی و خصوصی سخن گفت. او حوزه عمومی را جزو اصلی دولت‌شهر می‌دانست. این حوزه، به‌سان یک فضای آرمانی امکان طرح مسائل کلان را در اختیار بخش بزرگی از جامعه قرار می‌داد. یورگن هابرماس باور دارد هر اجتماعی دارای سه

حوزه خصوصی، عمومی و حاکمیت است. در عرصه خصوصی، افکار و عقاید شخصی شکل می‌گیرد، ابتکارات و خلاقیت‌های جدید به صورت فردی در حوزه کوچک ساخته و پرورده می‌شوند، سپس این عقاید و ابتکارات به حوزه عمومی، آورده می‌شوند (بشیری و همکاران ۱۳۹۹: ۹۸).

حوزه عمومی بورژوازی در میدان تنش‌زا و ستیزآلود بین دولت و جامعه مدنی پرورش و تکامل یافت (هابرماس، ۹۹، ۱۹۹). این حوزه که از تجارب فضای صمیمی روابط انسانی (در خانواده بورژوازی) تغذیه می‌کرد، اقتدار دولت مطلقه را به چالش کشید. می‌توان گفت حوزه عمومی مدرن از ابتدا سرشتی دوگانه داشته است: خصوصی و جدلی (همان، ۸۰) جامعه از نظر هابرماس از دو بخش «نظام» و «زیست جهان» تشکیل شده است. او باور دارد جامعه مدنی تنها در زیست جهان قابلیت تحقق دارد. در این تقسیم، نظام مبتنی بر کنش ابزاری است که در پی رسیدن به اهداف از پیش برنامه‌ریزی شده است، اما زیست جهان از طریق گفت‌وگو و تعامل‌های انسانی نوید رهایی و آزادی را به نسل بشر می‌دهد. نزد هابرماس، زیست جهان محل وقوع ارتباط است (راهجردی و همکاران ۱۳۹۷: ۱۲). در جوامع مدرن این تعادل به نفع نظام جابه‌جا و باعث بروز بحران شده است. راه‌حل بازگرداندن این تعادل و توجه به حوزه عمومی است که این حوزه از طریق ایجاد «کنش ارتباطی متقابل» احیاء خواهد شد (عبدللهی و همکاران ۱۳۹۹: ۷۰).

حوزه عمومی بورژوازی در وهله اول قلمروی بود که در آن افراد خصوصی گرد هم می‌آمدند و «عموم» را شکل می‌دادند. این افراد به تدریج توانستند حوزه عمومی تحت کنترل دولت را زیر سیطره خود درآورند و اقتدار دولت را به چالش کشند. افزون بر این، آن‌ها موفق شدند درباره قواعد کلی‌ای که بر حوزه ذاتاً خصوصی (اما مرتبط با حوزه عمومی) «مبادله کالا» و «کار اجتماعی» حاکم بود، با صاحبان قدرت وارد بحث و منازعه شوند. ابزار اصلی آن‌ها در این منازعه سیاسی، ابزاری جدید و بدون سابقه تاریخی بود: «استفاده عمومی از خرد جمعی» (هابرماس، ۱۳۹۹، ۴۷). بورژواها افرادی خصوصی و فاقد «حاکمیت» به معنای دقیق کلمه بودند. بنابراین هدف اصلی آن‌ها از مبارزه با صاحبان قدرت، تمرکززدایی از قدرت و توزیع آن نبود، بلکه زیر سؤال بردن اصول و ارکانی بود که قدرت موجود بر آن‌ها استوار بود (همان، ۴۸).

هابرماس معتقد بود گفتگوهای درون حوزه عمومی برای آنکه بتوانند نقش رهایی‌بخش داشته باشد، باید شرایط خاصی داشته باشد. وی برای حوزه عمومی سه عنصر اساسی

برمی‌شمرد: اول حوزه عمومی به مکانی برای تبادل نظر نیاز دارد که برای همه قابل‌دسترس باشد و امکان بیان و مبادله تجربه‌های اجتماعی و دیدگاه‌ها در آنجا وجود داشته باشد. دوم در حوزه عمومی، مواجهه با دیدگاه‌ها و نظرات از طریق مباحث عقلانی و منطقی صورت می‌گیرد. به این معنا که انتخاب سیاسی «منطقی» تنها زمانی ممکن است که حوزه عمومی در وهله نخست، شناخت و درک آشکاری نسبت به گزینه‌های ممکن عرضه کند، به صورتی که هر شخص بتواند از بین آن گزینه‌ها دست به انتخاب بزند. رسانه‌ها باید در گسترده‌ترین طیف ممکن چهارچوب یا چشم‌اندازهایی را عرضه کنند تا شهروندان نسبت به آنچه که انتخاب نکرده‌اند نیز آگاه شوند. سوم بازبینی و نظارت نقادانه و سیستماتیک بر سیاست‌های دولت وظیفه اصلی حوزه عمومی است (قانونی راد ۱۳۹۴: ۳۴).

هابرماس باور ندارد هر نوع عقلانیتی به آزادی و برابری انسان‌ها می‌انجامد. او سه نوع عقلانیت متفاوت را از هم بازمی‌شناسد و متناسب با آن‌ها، سه نوع کنش؛ ابزاری، استراتژیک و ارتباطی را تعریف می‌کند و معتقد است تنها کنش ارتباطی به رهایی انسان می‌انجامد. کنش ابزاری به کنشگری مربوط می‌شود که به‌گونه‌ای حسابگرانه و معقولانه مناسب‌ترین وسایل و ابزار را برای رسیدن به یک هدف برمی‌گزیند. این نوع کنش به طور مستقیم با طبیعت ارتباط می‌یابد و درک متقابل از طریق آن امکان‌پذیر نیست. کنش استراتژیک نیز به عمل دو یا چند فرد گفته می‌شود که در تعقیب یک هدف، کنش معقولانه و هدفدارشان را هماهنگ می‌کنند (کرمانی و همکاران ۱۳۹۷: ۴ به نقل از ریتزر، ۱۳۹۳). غایت این دو نوع کنش، چیرگی ابزاری است. در مقابل، کنش ارتباطی قرار می‌گیرد که معطوف به تفاهم است. در این نوع کنش که برخلاف کنش معقول، رابطه دوجانبه‌ای را در بر دارد، کنش افراد درگیر، نه از طریق حسابگری‌های خودخواهانه موفقیت شخصی، بلکه از طریق کنش‌های تفاهم‌آمیز هماهنگ شده و افراد به فکر موفقیت خود نبوده، بلکه هدفشان را در شرایطی تعقیب می‌کنند که بتوانند برنامه‌های کنشی‌شان را بر مبنای تعریف‌هایی از موفقیت مشترک هماهنگ سازند (کرمانی و همکاران ۱۳۹۷: ۵).

حوزه عمومی مبتنی بر جامعه مدنی به رغم ایدئولوژیک بودنش، ریشه در منظومه پیچیده‌ای از روابط و مناسبات اجتماعی داشت. بعد از آنکه این روابط و مناسبات دگرگون شد، تناقض نهادی حوزه عمومی در دولت قانون‌گرای بورژوازی نیز آشکار شد. نظم سیاسی جدید که به کمک اصل «عمومیت» (که در ماهیتش با هرگونه سلطه مخالف بود) شکل گرفت، این بار بر

شالوده‌ای اجتماعی مبتنی شد که دیگر با سلطه و قدرت ناسازگار نبود (هابرماس، ۱۲۷). گرایش‌ها و روندهایی که نشان از زوال این حوزه عمومی دارند، عیان و غیرقابل تردید هستند، زیرا در حالی که دامنه این حوزه روزبه‌روز گسترش می‌یابد، کارکرد اصلی آن به شکل فزاینده‌ای تضعیف می‌شود (همان، ۱۶). یکی از موانعی که همواره سدی مقابل تحقق حوزه عمومی می‌شود نقش دوگانه رسانه‌های جمعی است. «از اواخر قرن نوزدهم به بعد، رسانه‌های کالایی شده در اثر تسلط و کنترل دولت و شرکت‌های اقتصادی، به جای آنکه همچون فضایی برای مباحثات تعیین کننده فعالیت‌ها و جهت‌گیری دولت‌ها عمل کنند، به صورت عاملی در جهت دستکاری اطلاعات و جهت دادن به افکار عمومی درآمدند» (قانع‌ی راد و همکاران ۱۳۹۴: ۳۵). در واقع رسانه‌های کالایی شده بیش از آن که اهتمام بر خلق گفتگو در جامعه داشته باشد، در فکر تجارت اطلاعات برمی‌آید که فضای تحقق حوزه عمومی را از جامعه سلب می‌کند. همچنین کارکرد دیگر این رسانه‌ها تبدیل مخاطبان به شنوندگان صرف، بدون هیچ کنش اجتماعی است. به نظر می‌رسد که رسانه‌های جمعی سنتی حتی در شکل آرمانی خود نیز قادر به تسهیل ارتباطات مؤثر در حوزه عمومی نباشند؛ زیرا این رسانه‌ها دچار نوعی کسری ارتباطی‌اند. این در حالی است که حوزه عمومی مانند زیست جهان، فضایی اجتماعی است که در کنش ارتباطی تولید شده و از رهگذر آن بازتولید می‌شود (قانع‌ی راد و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۶). همین کسری ارتباط، بسیاری را بر این باور رساند که در عصر جدید ارتباطات شاید بتوان به یک حوزه عمومی پویای اجتماعی امید داشت.

### شبکه‌های اجتماعی مجازی

اینترنت از همان ابتدا، امیدهای زیادی را در جامعه زنده کرد. کاربردهای گوناگونی که در عرصه‌های مختلف، خبر از آغاز تحول‌های سریعی می‌داد. در این بین، دنیای اطلاعات و تبادل اطلاعات پیش از سایر عرصه‌ها تحت تأثیر قرار گرفتند. «تبادل اطلاعات و دانش از طریق اینترنت به‌عنوان پیشرفته‌ترین وسیله ارتباط جمعی، فضای جدیدی را به نام فضای مجازی به وجود آورده است» (صادقی و همکاران، ۱۳۹۴: ۱۲۳). فضای مجازی دارای ظرفیت‌ها و امکانات خاصی است که رسانه‌های سنتی پیش از آن فاقد آن‌ها بودند. امکان دسترسی گسترده و درعین حال فقدان کنترل و مرجعیت متمرکز و همچنین عدم وجود هر شکلی از سلسله مراتب، از جمله این ویژگی‌هاست. اینترنت رسانه‌های سنتی را مجبور به بازتعریف و انطباق خود با تکنولوژی‌های ارتباطی جدید کرد و از دیگر سو دامنه رسانه را آن‌چنان گسترده کرد که تمام

شهروندان جامعه در آن بگنجند. رشد حیرت‌انگیز شبکه‌های اجتماعی نشان از یک جامعه با ساختار فرهنگی و اجتماعی جدید دارد. این محبوبیت به‌گونه‌ای است که در سال ۲۰۱۳، از ده وب‌سایت برتر جهان در فهرست الکسا، هفت مورد جزو وب‌سایت‌های شبکه هستند (خانیک و همکاران، ۱۳۹۲: ۴۶). فیسبوک بزرگترین شبکه اجتماعی، دومین سایت در اینترنت است (عبداللهیان و همکاران ۱۳۹۳: ۱۳۸). افزایش ضریب نفوذ اینترنت در ایران از سال ۱۳۸۷ تا سال ۱۳۹۷ از ۲۵ درصد به نزدیک ۶۵ درصد رسیده است که نشان‌دهنده حضور حداکثری جامعه جامعه و ابراز خواست‌های خود در این فضا می‌تواند باشد (راه‌جردی و همکاران، ۱۳۹۷: ۴ به نقل از مرکز آمار ایران ۱۳۹۷). این فضا آن اندازه اهمیت دارد که بسیاری از پژوهشگران اعتقاد دارند که جهان امروز دو پاره است.

تعاملی بودن، یکی از مهم‌ترین امکانات رسانه‌های نوین است. به باور هرسیچ، وب‌سایت‌های شبکه‌سازی اجتماعی در مکان‌هایی قرار دارند که افراد می‌توانند؛ سازماندهی کنند، کنار هم جمع شوند و بحث‌های سیاسی انجام دهند. این وب‌سایت‌ها روش جدیدی برای شهروندان برای مشارکت مهیا می‌کنند (هرسیچ و همکاران ۱۳۹۲: ۲۱۸). «فناوری‌های نوین اطلاعاتی، نقاط دور عالم را در شبکه‌های جهانی به همدیگر پیوند می‌دهند، ارتباطات رایانه‌ای، مجموعه‌ای از جوامع مجازی را به وجود می‌آورند و در نتیجه آن همه ساختارها و فرایندهای مادی و معنوی بشری دگرگون می‌شوند» (آرزمی و همکاران، ۱۳۹۷: ۲). ظهور و گسترش جماعت‌های مجازی از نظر رینگولد، هم‌زمان به دو دلیل؛ هم غافلگیرکننده و هم اجتناب‌ناپذیر هستند. اولاً، به این دلیل اجتناب‌ناپذیر است که مردم کاری را انجام می‌دهند که همیشه با یک فناوری جدید ارتباطی انجام می‌دهند: از آن به منزله شیوه‌هایی استفاده می‌کنند که ابداع‌کنندگان آن هرگز فکرش را هم نمی‌کرده‌اند یا قصد نداشته‌اند؛ دوماً، به این دلیل اجتناب‌ناپذیر است که جماعت‌های مجازی واکنشی طبیعی به احساس نیاز به جماعت هستند که به دنبال فروپاشی جماعت‌های سنتی در سراسر جهان پدید آمده است. به جای این جماعت‌ها، ما با نوعی شیوه زندگی که مشتمل بر اتومبیل محوری، حومه شهرها و... رها شده‌ایم (خانیک و همکاران، ۱۳۹۶: ۱۰۹). در اینجا تصور می‌شود که جماعت‌های آنلاین به «شکل ارگانیک» در حال رشد هستند تا فضایی را که در اثر افول جماعت‌های سنتی خالی مانده است، پر کنند؛ به ساده‌ترین معنا، تشکیل «جماعت آنلاین» هنگامی رخ می‌دهد که افراد کافی، به اندازه‌کافی در فضای سایبر با هم ارتباط برقرار کنند (همان ۱۱۰).

دو نکته در رابطه حوزه عمومی و فضای مجازی اهمیت خاصی برخوردارند. اول اینکه، افراد جامعه یا حداقل بخشی از آن‌ها باید توان انجام گفتگوی منطقی که صرفاً مبتنی بر استدلال باشد را داشته باشند، دوم مسئله فضا است باید دید آیا فضای مجازی می‌تواند بستری برای گفت‌وگو استدلالی را فراهم سازد؟ در خصوص مورد اول یعنی افراد، در کشور ما تحقیقات زیادی انجام شده است و در حالت کلی باید گفت، عموم پژوهشگران بر این باور هستند که با توجه به این که تاریخ معاصر ایران پر از پیچ و خم‌های تند است در برهه‌های زمانی مختلف، مکان‌های مختلفی توانسته‌اند برای مدت‌های کوتاهی شکلی از حوزه عمومی را به نمایش بگذارند. اصولاً چون این عرصه‌ها کوتاه‌مدت بوده‌اند، گفت‌وگو و علی‌الخصوص گفتگوی مبتنی بر استدلال منطقی نتوانسته است به صورت کامل در جامعه ایران شکل بگیرد. در این خصوص می‌توان عبارت دشتگلی هاشمی را عنوان کرد که «احتمالاً در جامعه ایران به دلیل مستمر نبودن یا کارآمد نبودن و یا نبود آزادی در رخ دادن کنش ارتباطی، حوزه عمومی قوی شکل نگرفته و به تبع آن، جامعه مدنی پایدار و مستمیری ایجاد نشده و بنابراین تثبیت دموکراسی صورت نگرفته است» (دشتگلی هاشمی، ۱۳۹۵: ۲۳۷).

در خصوص مورد دوم یعنی فضا باید عنوان کرد که شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌توانند برای اولین بار بستر طولانی‌مدت برای حوزه عمومی باشند، ولی باید توجه کرد مردمی که به دلیل کوتاه مدت بودن فضاهای گفتگوی قبلی قدرت استدلال در آن‌ها کامل شکل نگرفته و بدیهی است که به دلیل عدم تجربه کافی حتی اگر عوامل انحرافی مانند تجاری شدن یا پروپاگاندا‌های سیاسی را از این شبکه‌ها حذف کنیم مدت زیادی لازم خواهد بود که مردم به این مرحله رشد برسند.

نقدهای پژوهشگران را نیز می‌توان از همین دو جهت نگریست. برخی از نقدها به خصوصیات کنشگران مجازی وارد است، به این معنی که کنشگران مجازی در بسیاری از موارد توان تولید و پیگیری کنش ارتباطی را ندارند و در واقع بسیاری از پژوهشگران بر این نظر هستند که کنشگران شبکه‌های اجتماعی مجازی کنشگران ایدئالی برای تحقق حوزه عمومی نیستند. برخی نقدها نیز به فضا یعنی به خصوصیات خود شبکه‌های اجتماعی بازمی‌گردد، به این معنی که آن‌ها برخلاف کافه‌های قرن هجدهم میلادی یا بسیاری از فضاهای تولیدکننده حوزه عمومی در طول تاریخ، ظرفیت بستر بودن برای خلق حوزه عمومی را ندارد و در واقع



بسیاری از پژوهشگران بر این عقیده‌اند که این فضا به دلایلی مانند آلودگی اطلاعات یا تجاری بودن فضا، نمی‌تواند فضای ایدئال برای تحقق حوزه عمومی باشد.

حوزه عمومی مجازی و کنش‌های افراد در فضای مجازی در کشورهای غربی موازی فضای حقیقی است و هویت‌های افراد بسیار به هویت آن‌ها در جامعه نزدیک است در حالی که در ایران به دلایل اجتماعی مختلف، نقش و کارکرد متفاوتی بر عهده دارند؛ به همین دلیل نقطه اتکا بر روی تحقیقات داخلی بنا شده است.

در مطالعات مشتاقی‌نیا (۱۴۰۰) با عنوان «راهکارهای ظرفیت‌سازی اندیشکده‌های راهبردی در مدیریت مسائل هویتی ایران» به این نتیجه رسید که بر پایه نشست‌های فشرده و نسبتاً گسترده خبرگی، با استفاده از خبرگان و صاحب‌نظران امر، طرحی برای تولید و توسعه ظرفیت اندیشکده‌های مطالعات راهبردی تخصصی ارائه شده است که در آن الزامات، فرآیندها و الگوی نظام تصمیم‌گیری و سیاستگذاری راهبردی بومی در حوزه حل مسائل هویتی ایران به‌منظور نیل به وضعیت مطلوب ارائه شده است.

بشیری و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی با نام «نقش فضای مجازی بر وضعیت حوزه عمومی در ایران» با روش توصیفی تحلیلی و مطالعه اسنادی کتابخانه‌ای، به پژوهش در خصوص میزان تأثیر فضای مجازی بر حوزه عمومی در ایران پرداخته‌اند. محققین بر این باوراند که فضای مجازی و به‌خصوص شبکه‌های اجتماعی مبتنی بر آن باعث افزایش آگاهی‌بخشی در جامعه و تقویت کارکردهای جامعه مدنی شده‌اند و از این طریق در بازتعریف و تقویت حوزه عمومی در میان ایرانیان نقش مثبتی ایفا کرده‌اند. پائول و فیلد (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های اجتماعی و حزب‌گرایی سیاسی: نقش حوزه عمومی فرودست در دموکراسی» پژوهشگران اعتقاد دارند که رسانه‌های اجتماعی مجازی مانند یک پلتفرمی عمل می‌کنند که به اقلیت‌ها و فرودستان این قابلیت را می‌دهند که گفتمان‌های خود را در کنار گفتمان اصلی ارائه کنند و از طریق این ابزار به بیان علایق و منافع خود بپردازند؛ هرچند که این گفتمان‌های به حاشیه رانده شده ممکن است ضد دموکراسی نیز باشند.

امین و همکاران (۱۳۹۸) در مطالعات خود با نام «سنجش هویت جمعی ایرانیان؛ مطالعه نسبت مصرف رسانه‌ای و هویت مدرن در شهرهای مرزی کشور» به دنبال کشف پاسخی برای سؤال چگونگی رابطه مصرف رسانه‌ای و هویت مدرن در شهرهای مرزی کشور و با تکیه بر در داده‌های پیمایشی که در سال ۱۳۹۵ توسط مؤسسه مطالعات ملی انجام گرفته، با اتخاذ روشی

توصیفی تحلیلی به بررسی این داده‌ها می‌پردازیم. نتایج بررسی‌های این مقاله نشان می‌دهد که اولاً شهروندان شهرهای مرزی کشور، به‌طور ویژه از رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. ثانیاً گرچه تا حد قابل توجهی هویت مدرن آنان از کم و کیف مصرف رسانه‌ای‌شان ناشی می‌شود، همچنان هویت دینی یا بومی که مجموعاً هویت سنتی آنان را سامان می‌دهد، نقش محوری دارد. خانیکی و همکاران (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی برای جامعه مدنی ایران» در بخش کیفی، ۲۷ نفر با نمونه‌گیری هدفمند از میان صاحب‌نظران دانشگاهی و مسئولان سازمان‌های مدنی انتخاب کرده‌اند و در بخش کمی نیز ۳۸۴ نفر از اعضای رسمی نهادهای مدنی شهر تهران با روش نمونه‌گیری تصادفی ساده گزینش شده‌اند. پژوهشگران با پردازش داده‌های کیفی به شناسایی ظرفیت‌ها و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در توسعه جامعه مدنی می‌پردازند. پس از بررسی نظر صاحب‌نظران دانشگاهی و مسئولین سازمان‌های مدنی، شانزده ظرفیت و دوازده چالش را برای شبکه‌های اجتماعی مجازی شناسایی کرده‌اند.

نیازی و همکاران (۱۳۹۵) در پژوهشی با نام «شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه حوزه عمومی» با روش تحلیل متن به نسبت شبکه‌های اجتماعی و حوزه عمومی هابرماس را مطالعه کردند و با نمونه‌گیری اشباع نظری، نه کار پژوهشی را بررسی کردند. آن‌ها دو دسته خوانش خوش‌بینانه و بدبینانه در پژوهش‌ها مشاهده کردند و در انتها، پژوهشگران یک حالت سوم و مشروط را پیشنهاد می‌کنند.

بیشتر پژوهش‌های انجام شده در حوزه عمومی مجازی با نگاه اتیک بوده‌است. در این مطالعات، فضای مجازی، تأثیر قابل‌ملاحظه‌ای بر حوزه عمومی داشته است. بیشتر پژوهشگران به این نکته می‌پردازند که فضای مجازی بالقوه قابلیت ایجاد و ارتقای حوزه عمومی را دارد، ولی اگر هنوز این فضا به‌صورت کامل محقق نشده است به دلیل تحقق نیافتن پیش‌شرط‌هایی است که مانع از شکل‌گیری یک گفتگوی عقلانی و آزاد در بستر اینترنت هستند. هرچند هرکدام از پژوهش‌ها شروط خاصی را مطرح می‌کنند، ولی همه آنها در این متفق هستند که با لحاظ کردن این شروط می‌توان در آینده به تحقق حوزه عمومی در بستر فضای مجازی امید داشت. در این پژوهش سعی شده است با مشاهده و مشارکت همدلانه و با روش امیک، با نزدیک شدن به تجربه زیسته کاربران مجازی به فهم مناسبی از گفتگوها، مناسبات و ساختارها دست پیدا کرد. این فهم ما را قادر می‌کند از زاویه نگاه خاصی به بررسی حوزه عمومی و سایر ملزومات آن بپردازیم.

## روش تحقیق

امروزه با توجه به انبوه روش‌های پژوهش در تحقیقات علمی، انتخاب روش به جزیی مهم در پژوهش است. روش علاوه بر نشان دادن نگاه محقق به موضوع؛ مسیر تحقیق و همچنین میزان موفقیت را تعیین می‌کند. روش‌های کمی را می‌توان برای ارائه توصیف‌ها، اثبات روابط و شاید مناسبات علی متغیرها به کار گرفت؛ روش‌های کیفی تحلیل نیز برای توصیف در سطوح گوناگون انتزاع (در قالب کلمات نه اعداد) و به‌ویژه برای ابداع نظریه، می‌توانند به کار آیند (بلیکی، ۱۳۹۵، ۵۱). به یک تعبیر، پژوهشگر کیفی یک ناظر بیرونی نیست، بلکه تحقیق همیشه حداقل بخشی از نگاه یا سوگیری محقق را در خود جای داده است. پژوهشگران کمی مایل‌اند با این تصور به پژوهش بپردازند که فقط یک واقعیت اجتماعی وجود دارد، در حالی که پژوهشگران کیفی امکان واقعیت‌ها یا دیدگاه‌های متکثر را می‌پذیرند و در جست‌وجوی آن‌ها هستند. پژوهشگران کمی با برساخته خود را از واقعیت، که برساخته یک «بیگانه» و متخصص است، کار می‌کنند، در حالی که پژوهشگران کیفی می‌پذیرند در هر متن و زمینه اجتماعی ممکن است مردم ساکن واقعیت‌هایی متفاوتی باشند که به طور اجتماعی برساخته شده، بنابراین راه‌های متفاوتی برای تفسیر کنش‌های خود و دیگران داشته باشند (همان، ۳۲۴).

در این پژوهش از رویکرد مردم‌نگاری انتقادی استفاده شده است. در مردم‌نگاری به دنبال فهم جامعه در جزییات، پیچیدگی‌ها و تکنیک‌هایش هستیم. با وجود نیاز به توجه به نظریات اجتماعی، در این روش، جامعه مورد مطالعه درون چارچوب یک نظریه محدود نمی‌شود؛ اینجا نوع تعامل کنشگران در اولویت است و در بسیاری از حالات این کنش‌ها از گنجانده شدن درون نظریات امتناع می‌کنند. مردم‌نگاری، پژوهشی بازتابی است؛ ترسیم خانواده‌ای از روش‌ها، شامل تماس مستقیم و مداوم با عوامل انسانی، حضور در متن زندگی (و فرهنگ‌های) روزمره، تماشای آنچه اتفاق می‌افتد، گوش دادن به آنچه گفته می‌شود، پرسیدن سؤال و ایجاد روایتی کاملاً نوشته شده است. این روش، نقش نظریه و همچنین نقش خود پژوهشگران و انسان‌ها را به منزله بخشی از سوژه و بخشی از ابژه تصدیق می‌کند. مردم‌نگاری انتقادی به دنبال تغییر شرایط و خلق شرایطی است که محصول آن تغییر سیاسی یا انتقادی در بستر فرهنگی مطالعه شده است.

گئورگیو و کارسپیکن باور دارند مردم‌نگاری انتقادی به سه دلیل از سایر سنت‌های پژوهشی متمایز است. «از طریق تطبیق صریح مدل‌های معناگرایانه با مسائل معرفت‌شناختی؛ از طریق

حمایت از یک هستی‌شناسی اجتماعی-انتقادی-واقع‌گرا و نه ساخت‌گرا؛ و از طریق قرار دادن مفاهیم قدرت در مرکز معرفت‌شناسی خود» (گئورگیو و کارسپیکن ۲۰۰۲: ۶۸۹). کارسپیکن مردم‌نگاری را گونه‌ای از فعال‌گرایی اجتماعی می‌داند که در آن هدف محقق به‌عنوان یک منتقد، توانمندسازی افراد و تغییر و تحول در واقعیت سیاسی و اجتماعی است. مردم‌نگاری انتقادی به دنبال تغییر در شرایط اجتماعی از طریق توسعه تجارب رهایی‌بخش و بازاندیشی بیشتر عاملان فردی و جمعی و عادت‌واره‌های آنان است (گرگی و همکاران، ۱۳۹۸: ۱۴۱ به نقل از کارسپیکن، ۱۹۹۶: ۷۶). برخلاف مردم‌نگاری متعارف که در مطالعه پدیده‌های اجتماعی با اتخاذ رویکردی امیک از منظر اول شخص پژوهش می‌کند، محقق در مردم‌نگاری انتقادی، از منظر دوم شخص وارد فرایند تحقیق می‌شود و به شناخت و فهم بین ذهنی موضوع می‌پردازد. در این نوع از پژوهش، محقق و مشارکت‌کنندگان در تحقیق در رابطه با دعوی حقیقت از جایگاه و قدرت برابری برخوردارند (همان ۱۴۳). مردم‌نگاری انتقادی علاوه بر توصیف، به دنبال نقد و تغییر اجتماعی وضع موجود نیز هست. از این منظر، مردم‌نگاری انتقادی ریشه در علایق عملی دارد (همان ۱۴۱). در روند تفسیر داده‌ها، مردم‌نگار انتقادی درمی‌یابد مشارکت‌کنندگان چگونه شرایط را درک می‌کنند، سپس با بازسازی مجدد داده‌ها سعی دارد تا عمق پنهان بهره‌کشی، قدرت و شرایط نامساعد را آشکار کند و در تمام این فرایند تفکر بازاندیشانه، به معنای رجوع به خود و شناخت افکار و عقاید خود، حاکم بر فرایند تحقیق است. مردم‌نگاری انتقادی از ظواهر می‌گذرد، وضعیت موجود را مختل می‌کند و مفروضات بی‌طرف و مسلم انگاشته شده را، با روشن کردن عملکردهای اساسی و مبهم قدرت و سلطه، بر هم می‌زند. روش مردم‌نگاری انتقادی، شامل مجموعه‌ای از روش‌هاست که با حفظ آرمان‌ها و صورت‌بندی کلی خود، توسط پژوهشگران مختلف با ظرافت‌های متفاوتی در مسیر انجام پژوهش همراه می‌شود. در این تحقیق پنج گام اصلی روش کارسپیکن استفاده شد. مرحله اول اسناد و مدارک و داده‌های مشاهده‌ای جمع‌آوری شد. در مرحله دوم، داده‌های مشاهده‌ای جمع‌آوری شده تحلیل اولیه می‌شوند. آنگاه در مرحله سوم با مصاحبه‌ها دیدگاه‌ها و نقطه نظرات مشارکت‌کنندگان را دریافت می‌کنیم. سپس در مرحله چهارم به کشف و شناسایی روابط سیستمی، بین آنچه که در زمینه تحقیق کشف شده با زمینه‌های گسترده‌تر پرداختیم. در نهایت در مرحله پنجم، یافته‌های مراحل پیشین به سازه‌ها جامعه‌شناختی کلان‌تر مرتبط شدند.

می‌دانیم هیچ جمعیتی نمی‌تواند نماینده تام و تمام حقیقت باشد. هر اجتماعی، زاویه نگاه خاص خود را دارد که با توجه به دیگر گروه‌های موجود در محیط اجتماعی قابل ارزیابی و مقایسه است. در این تحقیق سعی شده است صدای گروه‌های مختلف اجتماعی شنیده و در پژوهش استفاده شود. نمونه‌گیری افراد در دسترس مستقیم بود و از برخی اعضای شبکه اجتماعی به جهت ناشناس بودن به صورت غیراحتمالی نمونه‌گیری شد. با نمونه‌گیری هدفمند شروع و براساس نمونه‌گیری نظری تا اشباع داده‌ها ادامه یافت.

#### جدول ۱ مشخصات مشارکت‌کنندگان پژوهش

گروه	عرصه	تعداد	خانم	آقا	محدوده سنی
فعالین مجازی	توییتر	۱۵	۴	۱۱	۲۶-۳۴
	کلاب هاوس	۱۲	۳	۹	۲۸-۳۳
	سایر پلتفرم‌ها	۱۲	۷	۵	۲۰-۳۰
مطلعین	دکترا	۲	۱	۱	۳۰-۳۴
	کارشناسی ارشد	۱۰	۲	۸	۲۴-۲۸

#### یافته‌ها

ماهیت قدرت و اطلاعات در شبکه‌های مجازی تا آن اندازه به‌هم‌پیوسته است که گاهی برهم‌زدن این اطلاعات به‌هم‌پیوسته، می‌تواند تأثیرهای بزرگی بر جامعه در سطح کلان بر جای گذارد. گاهی با آگاهی از اطلاعات برخی پلتفرم‌های مجازی می‌توان در حاکمیت دیگر کشورها نفوذ کرده و آن‌ها را در بخش‌های زیادی متأثر ساخت. همانند آنچه در موضوع دخالت روسیه در انتخابات ۲۰۱۶ آمریکا و تلاش برای پیروزی دونالد ترامپ، بارها در خبرگزاری‌های رسمی مختلف اشاره شده است. امروزه حتی کشورهایی با بالاترین دموکراسی همچون انگلستان با ذکر دلایلی ذیل عنوان «موارد مخرب» سعی در اعمال محدودیت‌هایی بر شبکه‌های اجتماعی دارند.

هرکدام از پلتفرم‌ها با توجه به نوع ساخت خود، تنها وجهی از وجوه جامعه را می‌توانند بازنمایی کنند. با وجود تفاوت‌های عمده‌ای که در شبکه‌های اجتماعی مشاهده می‌شود، این شبکه‌ها در میدان عمل، دو کارکرد نسبتاً متفاوت دارند. هم‌زمان افراد را به اجتماعات شبکه‌ای گسترده، متصل می‌کنند و از طرف دیگر فردیت افراد را از آنان می‌گیرند و آن‌ها را جزئی از کل می‌کنند. هر کاربر مجازی، بین این دو حالت در نوسان است. همین دوگانگی، فضای مجازی را با دامنه‌ای از برداشت‌های یک‌طرفه و تقلیل‌گرایانه همراه کرده است.

### مرحله اول گردآوری داده‌ها (مشاهده و مشارکت میدانی)

در این مرحله سعی شد بدون هیچ مداخله تأثیرگذاری و صرفاً با مشارکت و مشاهده میدانی، مفاهیم تأثیرگذار در گفتگوهای مرتبط به شکل‌گیری حوزه عمومی بررسی و احصا شوند.

علاوه بر بررسی جداگانه هر شبکه اجتماعی، تلاش شد با حضور و فعالیت همزمان در شبکه‌های اجتماعی مختلف، با نگاه به تمایز میان فضا و نوع مشارکت در هر کدام از آنها به فهم کامل‌تر و همچنین منتقدانه‌تری دست‌یافت. بدیهی است گفت‌وگو، محور توجه پژوهش ما بود. به گفت‌وگوهای چند طیفی که جریان‌های مختلف با عقاید متفاوت و گاه متناقض به تبادل نظر می‌پرداختند توجه خاصی شد، زیرا در این نقاط با وضوح بیشتری می‌توان عیار گفت‌وگوها و گفت‌وگوکنندگان را سنجید. برای رسیدن به دید جامع‌تر، تلاش شد علاوه بر گفت‌وگوها به بازخوردها (که خود نوعی از گفت‌وگو هستند) نیز توجه شود.

فضای مجازی در عین خاص بودن خود، در بسیاری از ابعاد نمونه کوچکی از جامعه است؛ از انبوه تبلیغات، جامعه مصرفی را می‌توان مشاهده کرد، از تنش بالای گفت‌وگوها، فضای سیاسی را می‌توان نظاره‌گر بود و از کثرت مکالمات تأییدی، جناح‌بندی‌های مختلف را می‌توان تصویر کرد.

شبکه‌های اجتماعی فضایی گسترده تولید کرده‌اند. هر مقدار که کاربر بخواهد در این فضا کاوش کند؛ مطالب، اطلاعات و گفتگو برای مشاهده و مشارکت خواهد یافت. هر کاربر با چنان حجم انبوهی از اطلاعات درست و نادرست مواجه می‌شود، تا آنجا که پس از ورود به هر پلتفرم، ممکن است دلیل اولیه ورود خود به این فضا را به کل فراموش کند. این ویژگی را که امروزه آلودگی اطلاعات می‌شناسیم به‌وضوح در تمام پلتفرم‌ها قابل مشاهده است. در کنار این گستردگی باید به جذابیت این عرصه نیز اشاره کرد. هر کدام از این شبکه‌ها سعی می‌کنند با ایجاد یا افزایش جذابیت‌های خود، کاربران را بیشتر به هم پیوند دهند و از این طریق آن‌ها را برای مدت‌زمان بیشتری درون این شبکه حفظ کنند. برای مثال پس از اضافه شدن افزونه «وضعیت» به شبکه واتس‌آپ، دامنه حضور و ارتباطات کاربران به طور قابل‌ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرد. در سایر شبکه‌ها نیز می‌توان این‌گونه افزونه‌ها را مشاهده کرد.

عموم کاربران بخش قابل توجهی از ارتباطات خود را به دلیل ساده و ارزان بودن از طریق این شبکه‌ها انجام می‌دهند. همین ویژگی‌ها باعث شد عموم افراد جامعه، فارغ از سن، تحصیلات و طبقه اجتماعی در این شبکه‌ها حضور داشته باشند و از جامعه متکثر ایران بازنمایی کنند. هرچه

تعداد اعضای گروه‌های واتس‌آپی و تلگرامی افزایش یابد، گفتگوها به همان میزان از حالت انسجام و معقولیت خارج می‌شوند. با این وجود تعداد اعضای یک گروه، تنها ملاک شکل‌گیری گفت‌وگوها یا عدم شکل‌گیری آن نیست. خصوصیات دیگری از جمله فرهیختگی افراد نیز باید مورد توجه باشد. به‌طوری‌که در برخی موارد هرچند به‌طور مقطعی، مشاهده شد که گروه‌هایی با حضور بیش از صد عضو نیز توان ایجاد گفت‌وگوهایی نسبتاً مطلوب را بروز داده‌اند.

زیست‌افراد در این فضای متکثر در ساخت و همچنین تغییر هویت افراد تأثیر قابل ملاحظه دارد. بسیاری از تکه‌کلام‌ها، رفتارها و کنش‌های شهروندان ایرانی به‌خصوص قشر جوان و نوجوان، ریشه در فضای مجازی دارند. در واقع فضای مجازی، یکی از علت‌هایی است که امروزه قشر نوجوان فارغ از محل سکونت، قومیت و جنسیت خود، شاید بیش از هر نسل و زمانی به یکدیگر شباهت داشته باشند. البته این شباهت، تکثر افکار و رویه‌های موجود را نفی نمی‌کند و صرفاً نشان‌دهنده به وجود آمدن یک نوع خاص خردفرهنگ مجازی است که در کنار سایر خردفرهنگ‌های کشور ما بر شکل‌گیری رفتار شهروندان تأثیرگذار بوده است.

### مرحله دوم تحلیل بازساختی اولیه

در نگاه اولیه می‌توان گفت که گفت‌وگو کنش اصلی در بیشتر پلتفرم‌های مجازی است. حتی در اینستاگرام که عموماً به برنامه غیرگفت‌وگویی شهرت دارد، معمولاً پربازدیدترین محتواها، با بیشترین گفت‌وگو در قسمت نظرات همراه می‌شوند. با این وجود کمتر پیش می‌آید پس از گفت‌وگو عقیده خود را تغییر دهند. آن‌ها معمولاً بر عقیده اولیه خود باقی می‌مانند. همین مسئله، وجود نوعی خودمداری را در کنشگران ایرانی نشان می‌دهد. هرچند این گفت‌وگوها شکل ایدئال ندارند، ولی به‌خوبی شکل ساده و اولیه گفت‌وگو هستند. البته تمام این گفتگوها در شکل ساده باقی نمی‌مانند. بخصوص در توییتر و حتی بیش‌تر از آن در شبکه گفتگو محور کلاب‌هاوس، گفتگوها با عمق بیشتری دنبال می‌شوند. یک شاخص مهم در گفت‌وگوها، میزان تعارض گفتمانی است. در حالتی که اعضای گروه به یک گفتمان مشترک یا نزدیک به هم قرار داشته باشند گفت‌وگوها به نسبت منظم‌تر و با تنش کمتر ادامه می‌یابند، ولی خصلت انتقادی در این نوع گفت‌وگو کمتر مشاهده می‌شود. در نقطه مقابل در گفت‌وگوهایی که تعارض گفتمانی میان اعضا وجود دارد، گفت‌وگوها خصلت انتقادی دارند، ولی چنان تنش بالا می‌رود که گویی گفت‌وگو در حالت سکون و تکرار پیاپی مواجه می‌شود. این چالش بار دیگر ما را به مسئله ریشه‌های تاریخی گفت‌وگو در ایران و زیست‌جهان شهروندان ایرانی پیوند می‌دهد.

به دلیل فرهنگ زمینه محور مردم ایران، گفت‌وگوها در موارد متعدد به برداشت‌های اشتباه می‌انجامند. زیرا در بحث‌های مجازی، انتقال پس‌زمینه، همراه با محتوا بسیار دشوار و شاید امری ناممکن باشد. به همین دلیل است که می‌توان اذعان کرد در گروه‌هایی که افراد، در خارج از محیط مجازی نیز با یکدیگر تعامل نسبی دارند، به‌وضوح گفت‌وگوها روان‌تر و فهم بین الادهانی مشخصی قابل ملاحظه است. با وجود آنکه، چالش فرهنگ زمینه محور و همچنین وجود تفاوت میان کنش مجازی و حقیقی کاربران ایرانی، گفت‌وگوهای مجازی را با مشکل مواجه کرده‌اند. به نظر می‌رسد که این مشکل در حال کاهش است، به‌طوری که هر مقدار که کاربران در این فضا زمان بیشتری را سپری می‌کنند، به میزان بیشتری با این فرهنگ مجازی رابطه برقرار می‌کنند و با آن کنار می‌آیند. شاید در سال‌های پیش رو این چالش‌ها به‌طور کامل از میان برداشته شود، ولی در حال حاضر باید به‌عنوان چالش به آن نگرسته شود.

یکی از موارد جالب در کنش‌های مجازی، بازخورد غیرقابل‌پیش‌بینی آن‌ها است. گاهی یک محتوای غنی و درعین‌حال جذاب، مورد توجه قرار نمی‌گیرد. در حالی که بسیار پیش می‌آید که یک، تک جمله ساده، بارها در تمام پلتفرم‌ها تکرار و پربازدید می‌شود. همین نکته، پویایی، کنترل ناپذیری و نوعی زنده‌بودن را در فضای مجازی برای ما تداعی می‌کند. البته گروه‌های زیادی هستند که سعی دارند که با ساخت کلان داده‌ها، این بازخوردها را کنترل کنند و یا با ساخت ربات و کاربری فیک به تحریف آن‌ها بپردازند، اما همچنان این پویایی است که در حال پیش‌بردن گفت‌وگوهای مجازی است.

تقریباً تمام کاربران نگاه جنسیتی در فضای مجازی را می‌پذیرند. نکته عجیب آنکه، کاربران خانم باور دارند که محتواهای آن‌ها جدی گرفته نمی‌شوند؛ در مقابل آقایان عقیده دارند، حتی بی‌ربط‌ترین مطلب تولید شده خانم‌ها بسیار پرمایه‌تر از هر محتوایی است که آن‌ها تولید می‌کنند. این گسست از این‌جهت مهم است که به ما نشان می‌دهد که پیش‌فرض‌های غیرمنطقی زیادی در پشت نظرات و قرائت‌های کاربران پنهان هستند. پیش‌فرض‌های که با وجود بیان نشدن مستقیم، در گفتگوها نقش پررنگی دارند و چون به بیان در نمی‌آیند غلبه بر آن‌ها از هر چالش دیگری دشوارتر می‌کند. در طول مشاهدات میدانی، ملاحظه شد که با وجود شکل‌گیری نوعی از گفتگو در میان طیف‌های مختلف اجتماعی، در تمام شبکه‌ها، این گفتگوها غالباً نامنسجم، نامنظم و به‌دوراز حالت آرمانی گفت‌وگو ارائه می‌شوند که در بسیاری از موارد



اصولاً بدون نتیجه رها می‌شوند. مفاهیم احصا شده در این مرحله را در جدول ۲ می‌توان مشاهده کرد.

کدگذاری اولیه داده‌ها	
کدهای توصیفی (مفاهیم)	کدگذاری اولیه
وجود تعارض‌های گفتمانی در محتواهای تولید شده؛ عدم مسئولیت‌پذیری محتوای ارسالی به دلیل ناشناس بودن و رؤیت‌ناپذیری؛ در هم تنیدگی و سردرگمی در مکالمات سایبری؛ شیوه و روش طرح نامناسب گفت‌وگوها و عقاید؛ نگاه جنسیتی به محتواهای تولید شده کاربران؛ حافظه تاریخی کوتاه مدت کاربران مجازی؛ انتقادی نبودن گفت‌وگوها و بحث‌های مجازی؛ نیمه‌تمام رها شدن گفت‌وگوها؛ انتشار اخبار و اطلاعات کذب؛ مونولوگ بودن نخبگان در بستر مجازی؛ گسترش روزافزون عرصه‌های سرگرمی در شبکه‌های اجتماعی؛ کنترل نهادهای حاکمیتی بر فضای مجازی مثلاً با فیلترینگ؛ غلبه مدل‌های گفت‌وگوی اقناعی به جای استدلالی؛ قطبی بودن فضا به‌خصوص در بحث‌های سیاسی و شبه سیاسی؛ دشوار بودن بیان استدلال‌های طولانی در قالب ابزارهای پلتفرم‌ها؛ غلبه قدرت پسند (لایک) بر استدلال در اجتماع شبکه‌ای؛ ناشناس بودن و عدم مسئولیت‌پذیری در گفت‌وگوها و محتوای ارسالی؛ تمرکز افراد بر گفت‌وگوهای درون‌گروهی و تأییدکننده؛ عمومیت گفتگوهای سطحی و کمبود بحث‌های عمیق؛ تأثیر قوی پس‌زمینه‌های فکری در کنش‌های مجازی؛ ایجاد مطالبات و خواست‌های عمومی کاذب	تضعیف‌کننده
دسترسی آزاد و آسان به شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ تضعیف جایگاه فراروایت‌ها؛ عدم محدودیت زمانی و مکانی؛ رواج ارائه‌های داستان گونه به‌خصوص در توئیتر؛ ظرفیت بالای فضای مجازی برای رسواسازی و افشاجری؛ احساس قدرت تأثیرگذاری فرد در معادلات کلان؛ ایجاد همگرایی در طبقات مختلف جامعه؛ گریز از سلطه قدرت دولت و نهادهای دولتی؛ ظهور هویت‌های جدید مجازی؛ کاهش مرزهای عمودی (بین طبقات مختلف جامعه و صاحبان قدرت)؛ امکان تبدیل شدن تک رویدادها به مسائل عمومی، امکان ارائه روایت‌های شخصی؛ تعاملی محور بودن شبکه‌های مجازی.	تقویت‌کننده

### مرحله سوم تولید داده‌های گفت‌وگویی

#### مصاحبه ساخت نیافته

کنشگران از میان کاربران مشاهده‌شده مرحله اول و به‌صورت کاتوره‌ای از میان طبقات مختلف جامعه انتخاب گشته‌اند. با توجه به آزاد بودن مصاحبه‌شوندگان در بیان نظراتشان، مصاحبه‌های مختلف در مسیرهای متفاوتی جریان پیدا کردند، متناسب با علایق و خصوصیات هر کاربر و گروهی که کاربر آن را نمایندگی می‌کرد مفاهیم خاص و متفاوتی قابل ملاحظه و احصا بودند.

این تنوع کنشگران و روایت‌هایشان خود یکی از مؤلفه‌های اساسی گفت‌وگوهای مجازی فارسی است. این تکثر می‌تواند بر عمق گفت‌وگوها بیافزاید؛ هرچند در عمل، عموماً باعث افزایش تنش و جدل می‌شود. خود مصاحبه‌شوندگان دلیل این تنش را یک ویژگی عام‌تر از دامنه فضای مجازی می‌دانند و باور دارند که کنشگران ایرانی چه در فضای مجازی و چه در فضای حقیقی تساهل و تسامح لازم برای گفت‌وگو با عقاید متفاوت را کمتر در خود پرورش داده‌اند. در طول مصاحبه‌ها مشخص شد که عموم کاربران، وجود انواع گفت‌وگوهای جدلی، استدلالی و احساسی را تصدیق می‌کردند و جایگاه ویژه‌ای برای این گفت‌وگوها در ساحت جامعه ایران باور دارند. هرچند در ضمن سؤال‌هایی در خصوص ساختار گفت‌وگوهای مجازی و همچنین در خصوص میزان عمیق یا سطحی بودن بحث‌های که تاکنون خود شرکت کرده‌اند یا ناظر آن بحث‌ها بوده‌اند عموماً نظر انتقادی به کیفیت این گفت‌وگوها ابراز می‌کردند.

#### مصاحبه نیمه ساخت یافته

در این قسمت سعی شده مؤلفه‌های حوزه عمومی از نظر کنشگران با دقت بیشتری مورد بررسی قرار داد. یافته‌ها در تأیید مراحل قبل، از ظرفیت‌های شبکه‌ای بسیار بالای پلتفرم‌های مورد استفاده کاربران و همچنین وجود چالش‌های مختلف شکل‌گیری گفت‌وگوی انتقادی خبر می‌دهد. عموم کاربران بر این نظر بودند که در برخی مباحث عمومی مانند موضوعات مرتبط با تمامیت ارضی ایران که تعارض گفتمان‌های مختلف در آن به شدت پایین است، می‌توان گفت- وگوهای نسبتاً طولانی و استدلالی را مشاهده کرد، ولی در خصوص عموم موضوعات، فضای بحث‌ها به سرعت قطبی شده و امکان ادامه گفت‌وگو، حداقل در حالت استدلالی از کاربران سلب می‌شود. قابل ذکر است که کاربران فارغ از نوع نگاه مثبت یا منفی آن‌ها به گفت‌وگوهای جاری در فضای شبکه‌ای امروز، عموم آن‌ها به آینده این گفت‌وگوها خوش‌بین بوده‌اند. مؤلفه‌های احصا شده از مفاهیم به دست آمده از مراحل بالا در جدول ۳ ذکر شده‌اند.

تحلیل موضوعی داده‌های دیالوگ محور		
کدگذاری محوری (مقوله‌ها)	کدگذاری اولیه (مفاهیم)	هسته / مقوله اصلی
عدم انسجام	وجود تعارض‌های گفتمانی در محتواهای تولید شده، چند پارگی فضای رسانه‌های مجازی، در هم تنیدگی و سردرگمی در مکالمات سایبری؛ شیوه و روش طرح نامناسب گفتگوها و عقاید، نیمه‌تمام رها شدن گفت‌وگوها، دریافت و ارسال حجم بیش‌ازاندازه اطلاعات و اخبار	تضعیف‌کننده‌های هنجاری و تجویزی حوزه عمومی
نبود سیر تاریخی گفتگو	نظام‌مند نبودن گفت‌وگوهای مجازی، حافظه تاریخی کوتاه مدت کاربران مجازی، فقدان مهارت گفت‌وگو در برخی از مخاطبان	
مسئله نخبگان	انتقادی نبودن گفت‌وگوها و بحث‌های مجازی، نخبه‌کشی در بستر پلتفرم‌های مجازی، مونولوگ بودن نخبگان در بستر مجازی، عمومیت گفتگوهای سطحی و کمبود بحث‌های عمیق، عدم فعالیت بسیاری از اساتید و نخبگان دانشگاهی در فضای مجازی، اشغال جایگاه نخبگان توسط غیر نخبگان و بلعکس	
تجاری شدن شبکه‌های اجتماعی	آلودگی اطلاعاتی، تسلط نگاه کالایی و ابزاری، گسترش روزافزون عرصه‌های سرگرمی در شبکه‌های اجتماعی، افزایش بلاگرها	
اولویت جریان- سازی بر خلق گفتگو	عدم مسئولیت‌پذیری محتوای ارسالی به دلیل ناشناس بودن و رؤیت‌ناپذیری، نگاه ابزاری به گفتگوهای مجازی، غلبه مدل‌های گفتگوی افناعتی به جای استدلالی، تمرکز افراد بر گفت‌وگوهای درون‌گروهی و تأییدکننده، بازتولید قدرت گفتمان‌های موجود در فضای سایبری.	
محدودیت‌های پلتفرم	دشواری بودن بیان استدلال‌های طولانی در قالب ابزارهای پلتفرم‌ها، کاهش بازخورد با افزایش حجم پیام ارسالی، محدود بودن کلمات قابل‌استفاده.	
معیار لایک و دنبال‌کننده بجای منطق	نگاه جنسیتی به محتواهای تولید شده کاربران، انتقادناپذیری کاربران، غلبه قدرت پسند (لایک) بر استدلال در اجتماع شبکه‌ای، غلبه پیام‌های احساسی و عاطفی.	
فرهنگ زمینه محور	نقش پس‌زمینه‌های فرهنگی در طرح گفت‌وگوها، تأثیر قوی پس‌زمینه‌های فکری در کنش‌های مجازی، امکان گفت‌وگوهای	

طولانی فقط با دوستان و نزدیکان، نقش بالای گفتارهای غیرمستقیم و کنایی.		
غلبه گفت‌وگوهای جدلی، قضاوت‌های کلیشه‌ای و تکراری، قطبی بودن فضا به‌خصوص در بحث‌های سیاسی و شبه سیاسی، عمومیت نگاه سلبی، ارائه تصویری متکثر و البته متخاصم از جامعه.	«آن دیگری» متخاصم و قطبی‌سازی	
امکان تبدیل شدن تک رویدادها به مسائل عمومی، عدم التزام به پاسخ‌گویی، عدم توجه به خصلت زمان در ایجاد و تغییر پدیده‌های اجتماعی، تنش بالای گفتگوها، خودمداری بخش بزرگی از کاربران.	عدم باور به برساخت اجتماعی	
انتشار اخبار و اطلاعات کذب، وجود کاربرهای فیک و ساختگی، سعی در مهندسی فضای مجازی و تحریف بازخوردها، کنترل نهادهای حاکمیتی بر فضای مجازی مثلاً با فیلترینگ، استفاده از ربات‌ها برای ترند شدن، ایجاد مطالبات و خواست‌های عمومی کاذب، نادیده گرفتن یا بزرگ‌نمایی رویدادهای	گروه‌های ایجادکننده اختلال	
سادگی دوست‌یابی از طریق علایق و نظرات مشترک، دسترسی آزاد و آسان به شبکه‌های اجتماعی مجازی، تعاملی محور بودن شبکه‌های مجازی، فرصت‌های جدید گفت‌وگو	تسهیل ارتباطات	
تضعیف جایگاه فراروایت‌ها، وجود نظرات متنوع از طیف‌های مختلف، امکان تولید صدا برای گروه‌های اقلیت و به حاشیه رانده شده، امکان ارائه روایت‌های شخصی.	تنوع روایت‌ها	
عدم محدودیت زمانی و مکانی، ایجاد همگرایی در طبقات مختلف جامعه، افزایش شعاع ارتباطی بین فردی، همزمانی کاربران.	تسهیل در سرعت انتقال اطلاعات	تقویت‌کننده‌های هنجاری و تجویزی حوزه عمومی
رواج ارائه‌های داستان گونه به‌خصوص در توئیتر، گریز از سلطه قدرت دولت و نهادهای دولتی، ظهور هویت‌های جدید مجازی، تبدیل فضای مجازی به عرصه بین‌الذهانی بودن.	عرصه جدید بازنمایی	

### مرحله چهارم (روابط سیستمی)

هر کنشی هر مقدار هم که جزئی و نمادین باشد در بازنمایی کلی فضای مجازی تأثیرگذار خواهد بود. رویه‌هایی که اخلاق اجتماعی، اقتصاد و سیاست را به هم گره می‌زنند و به مانند

زندگی روزمره، با پیچیدگی‌های فراوانی همراه است. از دل همین تأثیر و تأثرهای متقابل شهروندان، یک جهان نامتناهی شکل می‌گیرد.

هر شبکه اجتماعی مجازی، بافت خاص خود را دارد و با توجه به همین مسئله، نوع خاصی از کنش توسط کاربران را در هر شبکه شاهد هستیم. اشتراکاتی میان تمام این شبکه‌ها وجود دارد. یکی از شباهت‌ها قید تجاری و کالایی‌شدگی است. این مفهوم به‌خصوص در شبکه‌های مانند اینستاگرام اهمیت دوچندان پیدا کرده است تا جایی که گویی هیچ‌چیز نه حتی خود کاربران واقعی نیستند. این مسئله از همان ابتدا وجود داشت، ولی به‌مرور آن چنان جدی شد که در سال ۲۰۲۰ شبکه اجتماعی «واقعی باش» برای مقابله با این پدیده تأسیس شد که با استقبال خوبی از سوی کاربران سراسر جهان نیز مواجه شد. کاربران شبکه، چهره‌ای موجه از خود نمایش می‌گذارند. یک چهره ایدئال که گاهی نسبتی کامل با واقعیت ندارد. در واقع جدای از کاربری‌های فیک و ساختگی که تمام هویتشان جعلی است. بسیاری از کاربران حقیقی، از عنوان‌ها، پیشوندها یا عبارت‌هایی در معرفی خود استفاده می‌کنند که با واقعیت ارتباط اندکی دارند و به‌نوعی تصویر «خود ایدئالی» کاربران است؛ که آن‌ها ترجیح می‌دهند سایرین آن‌ها را به این عناوین بشناسند. با آنکه نقدهای بسیاری بر این غیرواقعی بودن مطرح می‌شوند و در عین قبول مضرات آن برای فضای مجازی، ولی نباید «غیرواقعی بودن» را به‌عنوان یک ویژگی زاید دانست که می‌توان آن را رفع کرد. این ویژگی همیشه همراه شبکه‌های مجازی خواهد بود. زیرا برخلاف جهان که واقعیت را بر تمام انسان‌ها تحمیل می‌کند؛ فضای مجازی برای کاربران خود انبوهی از گزینه‌های تنظیم‌گری ارائه می‌دهد که هر شهروند، ضمن ورود و استفاده از این گزینه‌ها، با فاصله گرفتن از واقعیت خارجی، شروع به تعیین به‌عنوان یک کاربر در واقعیت مجازی می‌کند.

در فضای شبکه‌های مجازی، کمتر شاهد «براز ندانستن» چیزی هستیم. عموم کاربران در هر زمینه باید نظری داشته باشند. این مسئله که با خودمداری کنشگران مجازی مرتبط است در همه محتواهای مجازی قابل‌مشاهده است. در عین حال چون اکثر کاربران، دوست ندارند در مقابل اکثریت قرار گیرند؛ پس عموماً به تکرار مطالب موردقبول همگان روی می‌آورند. از همین رو بسیاری از گروه‌ها صرفاً با تکرار و تأیید اطلاعات دنبال می‌شوند. سیاستگذاری‌هایی مانند بومی‌سازی، محدود کردن و همچنین فیلترینگ پلتفرم‌ها در کشور ما، با وجود آن‌که آن چنان‌که موردنظر سیاستگذاران بوده، موفق عمل نکرده‌اند، اما به نوبه خود تأثیر غیرقابل‌انکاری در تغییر

کنش‌ها و ساخت کنشگر مجازی داشته‌اند. یکی از موارد، تکثر شبکه‌ها است. این تکثر، هم امکان فهم این فضا را سلب کرده هم هرگونه سیاستگذاری جدید را پیشاپیش بی‌نتیجه کرده است.

### بحث و نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر به پنج مورد تقویت‌کننده و یازده مورد تضعیف‌کننده حوزه عمومی در فضای شبکه‌های اجتماعی دست یافتیم. تمام موارد را باید در یک تصویر کلی و یک زمینه مشترک نظاره کرد. هیچ موردی در قالب تک‌نگاری قابل‌بیان نیست. عموم متغیرهای اساسی اصولاً در یک رابطه دیالکتیکی با متن جامعه، گفتمان‌ها، جنبش‌ها و ... شکل می‌گیرند. این مؤلفه‌های خارجی همانند ریشه باید بتوانند گفت‌وگوهای مجازی جامعه را تغذیه نمایند؛ ولی گاهی در جهت مخالف، امکان دسترسی به گفت‌وگوها را دشوارتر می‌کنند. همچنین باید این نکته را خاطرنشان ساخت که موارد (تقویت و تضعیف‌کننده) حالت مطلق ندارند و از همه آن‌ها می‌توان قرائت دوجوهی داشت. به‌عنوان مثال در خصوص مورد تسهیل ارتباطات که در قسمت تقویت‌کننده‌ها عنوان شده است؛ بسیاری از پژوهشگران این نکته صحیح را یادآوری می‌کنند که این فضای ارتباطات تسهیل شده همان اندازه که در خدمت افراد و گروه‌هایی قرار می‌گیرد که سعی در تولید و ارتقای گفت‌وگو در جامعه را دارند همان اندازه در اختیار گروه‌های افراطی است که گفت‌وگو در جامعه را در حالت تعلیق قرار می‌دهند.

عموم کاربران اینترنت برای غلبه بر محدودیت‌ها به این فضا روی می‌آورند. ابزارهایی که پلتفرم‌ها در اختیار کنشگران خود قرار می‌دهند به آن‌ها کمک می‌کند که یک جهان مجازی را به موازات جهان حقیقی بنا کنند. در بخشی از فضای سایبری فعلی، کاربرانی در حال تولد هستند که ارزشگذاری‌های هیچ فراروایتی را باور ندارد و تنها روایت‌های شخصی و گاهی تنها به روایت شخص خود ایمان دارند. چنین کنشگری، رهایافته از هر فراروایتی، ناخواسته بهترین گزینه برای به نقش گرفته شدن توسط فراروایت‌هاست. برخی پژوهشگران تمایل دارند این فضای شبکه‌ای را به گفتمان‌های موجود در متن جامعه تقسیم‌بندی کنند، ولی در پژوهش حاضر به جای گفتمان‌ها از رویکردها سخن می‌گوییم؛ زیرا گفتمان‌ها باید بر گزاره‌هایی استوار باشند در حالی که فضای شبکه‌ای فعلی عموماً بر نگاه سلبی و در تقابل میان رویکردها بنا شده است. این نگاه سلبی یکی از خصلت‌های فضای سایبری فارسی است. بنابراین در بررسی بسیاری از محتواهای تولید شده یا گفت‌وگوهای انجام گرفته در این فضا می‌توان رگه‌هایی از التقاط را یافت. سه رویکردی که در این فضا با آنها مواجه هستیم؛ اول، گروه تأییدکننده، که

باور دارند باید از تمام سیاست‌های دولت‌های مستقر و در واقع از متن قانون حمایت کرد. دوم گروه رد کننده که باور دارند تمام سیاست‌های دولت‌های مستقر انجام می‌گیرد اشتباه است و در رد آن‌ها باید تلاش کرد. گروه آخر، گروه تنظیم‌کننده که با نگاه بینابینی، باور دارند که نقش سنتز دو گروه دیگر را بازی می‌کنند و بر این اعتقاد هستند که باید اصلاحاتی در بخش‌های مختلف سیاست‌های جزء و کلان کشور به وجود آورد.

این رویکردها به دلایل عدیده‌ای تلاشی برای تحقق حوزه عمومی ندارند یا نگاه درجه دومی و ابزاری به آن دارند. آن‌ها گفت‌وگو را نه به معنای یک سیر طولانی بحث و نقد، بلکه همانند رأی‌گیری طیفی مشاهده می‌کنند. در بررسی که در پژوهش حاضر شاهد آن بوده‌ایم؛ افرادی که سعی در توضیح مستقل از جناح‌ها برمی‌آمدند بیشتر از سایر افراد طرد می‌شدند و برداشت سایر کاربران از آن‌ها این بود که این افراد توان انتخاب جریان یا گفتمان خود را ندارند. این به خاموشی یا شنیده نشدن صدای بخش بزرگی از جامعه منتهی می‌شود. این نگاه ابزاری ریشه در نوع نگاه به جامعه دارد. اصولاً این رویکردها اعتقاد اندکی به کنشگران در متن جامعه دارند. همین نگاه حداقلی به کنشگران مجازی باعث بازتولید شکل فعلی شبکه‌های مجازی شده است. در یک نگاه کلان باید گفت برای تحقق حوزه عمومی مجازی ابتدا باید این سه رویکرد را به گفت‌وگو استدلالی دعوت و سپس آن‌ها را به شنیدن سخن کاربران فراخواند. هرچند که امروزه در شبکه‌هایی مانند کلاب‌هاوس و توییتر نمونه‌هایی از این گفت‌وگوها را شاهد هستیم، ولی این گفت‌وگوها تاکنون از حالت تکین و منفرد خارج نشده‌اند و نتوانسته‌اند به یک مدل روال‌مند و پیوسته در میان گفتمان‌ها و خرده گفتمان‌ها تبدیل شوند.

هر سه رویکرد برای تمام مشکلات قابل طرح، راه حل نسبتاً مشخصی دارند. راه حل نه خروجی یک کار پژوهشی و نه مربوط به همه‌پرسی از تمام کاربران است، بلکه مجموعه پاسخ‌های از پیش موجود خود هر رویکرد است. در این شرایط نه تنها گفت‌وگوی انتقادی ممکن نیست که حتی اولین شرط گفت‌وگو یعنی شنیدن سخن طرف مقابل، هم غیرممکن می‌شود و به طبع آن گفت‌وگوی تعاملی را به کل به حالت تعلیق درمی‌آورد. این رویکردها تمامیت‌خواه، انحصارطلب و درعین‌حال تهاجمی هستند. هر رویکرد تلاش می‌کند با ایجاد یک فضای احساسی رویکردهای دیگر را به انزوا بکشاند. فقط زمانی که احساسات بخش بزرگی از کنشگران را در مقابل خود می‌یابد؛ دعوت به گفت‌وگو و استدلال می‌کند. این دعوت به گفت‌وگو هم، از ابتدا محکوم به شکست است. زیرا نه به‌عنوان یک شیوه کنشگری و نه برای رسیدن

به یک تفاهم فراجناحی بلکه صرفاً به دلیل فرار از زیر بار فشار دامنه‌دار احساسی کنشگران مجازی است. در واقع امر، هم کنش احساسی و هم دعوت به گفت‌وگو برای رویکردهای مختلف جنبه ابزاری دارند. این رویکردها سعی در نوعی مهندسی فضای مجازی در جهت منافع خود هستند، ولی پویایی این فضا هیچ‌گاه اجازه مهندسی کامل را نمی‌دهد. البته این عدم مهندسی به معنای استقلال این فضا از هر گونه دخالت نیست، بلکه به این معنا است که مهندسی‌ها غیر از نتایج مقطعی سودی عاید کسی نمی‌کنند. در حالت کلی، اما خود این دخالت‌ها به آشوب هر چه بیشتر ارتباطات منجر می‌شوند. نمی‌توان مهندسی را برای مدت طولانی مورد بهره‌برداری قرار داد. همچنین بیشتر از آنکه از این مهندسی بتوان نتیجه مثبت مانند تحقق حوزه عمومی گرفت می‌توان نتایج سلبی مانند برهم‌زدن گفتگوهای استدلالی بهره‌برداری کرد.

حال سؤالی که در انتهای پژوهش حاضر باید تکرار شود این است که؛ اصولاً در حالت فعلی فضای مجازی، گفت‌وگوی انتقادی و به طبع آن حوزه عمومی محقق شده است؟ به نظر می‌رسد هنوز یک فاصله معنادار با شکل‌گیری حوزه عمومی در شبکه‌های اجتماعی مجازی فارسی وجود دارد. قطعاً لازمه شکل‌گیری گفت‌وگوی انتقادی و به طبع آن حوزه عمومی، وجود گروه‌های با آرای مخالف و گاهی حتی متضاد است، اما این رویکردها در حالت فعلی خود، توان تحقق آن را ندارند و حتی در برخی موارد به نظر می‌رسد خواستی بر این منظور هم هنوز شکل نگرفته است. خود افراد و کاربران مجازی نیز با وجود ظرفیت‌های بیشماری که برای تولید گفت‌وگو در اختیار دارند و با وجود موفقیت‌های مقطعی، همچنان برای شکل‌گیری حوزه عمومی پایدار و پویا موفقیتی حاصل نکرده‌اند. پژوهش حاضر در تأیید نتیجه حاصل از پژوهش کرمانی و خانیکی ذیل عنوان هابرماس در تلگرام است. در پژوهش موردنظر با وجود محدود کردن جامعه مطالعاتی به روزنامه‌نگاران و اهل رسانه که باید پیش و بیش از سایر گروه‌ها در جهت شکل‌گیری حوزه عمومی تلاش کنند، اما نتیجه پژوهش نشان از فاصله معناداری با تحقق حوزه عمومی در گفت‌وگوهای میان آن‌ها دارد. باید گفت برای تحقق حوزه عمومی در شبکه‌های مجازی فارسی در حالت ایدئال از یک سو باید پلتفرمی با ظرفیت‌های مناسب گفت‌وگو و البته غیرتجاری وجود داشته باشد و از یک سو گفتمان‌های جامعه نیز نگاه ابزاری به این شبکه‌ها نداشته باشند و چون تحقق این دو امر در برهه کنونی بسیار دور می‌کند، امکان تحقق حوزه عمومی نیز بسیار دشوار جلوه می‌کند.



چنانچه حوزه عمومی را برآیند گفتگوهای عموم بدانیم. باید بپذیریم نیاز است هر سه رویکرد علاوه بر گفتگوی متقابل به خرده‌گفتمان‌های درون خود و گفته‌های سایر کاربران نیز توجه کنند. این موضوع خارج از بحث حاضر است، ولی می‌توان تغییراتی را در خرده‌گفتمان‌های مختلفی که در ذیل این سه رویکرد اصلی قرار دارند را در دهه اخیر رصد کرد و این تغییرات همچنان در حال انجام است. اگر این تغییرات را به‌درستی درک نکردند به‌زودی شاهد تغییر در چینش گفتمانی در فضای مجازی خواهیم بود. در انتها باید گفت که اگر منظور پژوهش حاضر صرفاً بررسی وجود حوزه عمومی در حال حاضر شبکه‌های اجتماعی مجازی باشد. پژوهشگر باور دارد که این امر محقق نشده است، ولی چنانچه با نگاه به آینده، به این امکان نظر کنیم. باید عنوان کرد که معادله چندوجهی آینده جامعه پر پیچ و خم ایران از یک سو و امید ارتقای فضای مجازی حتی فراتر از وب ۲ یعنی شکل‌گیری وب ۳ حالت‌های بسیار گوناگون و گاهاً هیجان‌انگیزی را نوید می‌دهند که در برخی از آن‌ها شاید بتوان به شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی حتی در شکل ایده‌آل آن امیدوار بود.

## منابع

- امین، محسن، بابایی سارویی، علیرضا. (۱۳۹۸). سنجش هویت جمعی ایرانیان؛ مطالعه نسبت مصرف رسانه‌ای و هویت مدرن در شهرهای مرزی کشور. **فصلنامه مطالعات ملی**، ۲۰(۷۹)، ۵۲-۳۳
- نوذری، حسینعلی (۱۳۸۹)، بازخوانی هابرماس؛ درآمدی بر آراء، اندیشه‌ها و نظریه‌های یورگن هابرماس، تهران: نشر چشمه.
- هابرماس، یورگن (۱۳۹۹)، دگرگونی ساختاری حوزه عمومی، کاوشی در باب جامعه بورژوازی، ترجمه جمال محمدی، تهران: نشر افکار
- هولاب، رابرت (۱۳۹۱)، یورگن هابرماس، نقد در حوزه عمومی، ترجمه حسین بشیریه. تهران: نشر نی.
- قانع‌راد، محمدمبین و علی جنادله (۱۳۹۴)، رویکردهای متعارض درباره تکوین حوزه عمومی در فضای مجازی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، شماره ۱: ۲۹-۶۸
- بلیکی، نورمن (۱۳۸۹)، طراحی پژوهش‌های اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، تهران: نشر نی.
- سیدعلوی، سید مسعود و سیدرضا نقیب‌السادات (۱۳۹۱)، حوزه عمومی در فضای مجازی؛ مؤلفه‌های شکل‌گرفته حوزه عمومی مجازی از دیدگاه کارشناسان علوم ارتباطات و علوم سیاسی در دانشگاه‌های ایران، فصلنامه علوم اجتماعی، شماره ۵۷، ۱۵۲-۱۰۹.

- خانیکی، هادی، اتابک، مانا دشتگلی هاشمی محمد و فرید عزیزی (۱۳۹۶)، تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس (مورد مطالعه چند گروه فیسبوکی)؛ فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات؛ دوره ۱۸، شماره ۳۷: ۱۰۱-۱۳۰
- بشیری، سعید، ابطحی، سید مصطفی و علی مرشدی زاد (۱۳۹۹)، نقش فضای مجازی بر وضعیت حوزه عمومی در ایران، فصلنامه مطالعات سیاسی، سال دوازدهم، شماره ۴۸: ۹۳-۱۱۸
- دشتگلی هاشمی، مانا؛ خانیکی، هادی و ته‌مینه شاوردی (۱۳۹۵)، تحولات کنش ارتباطی، حوزه عمومی، جامعه مدنی و دموکراسی در ایران (مطالعه موردی: فاصله جنبش مشروطه تا انتخابات ریاست جمهوری دهم)، دوفصلنامه علمی - پژوهشی "پژوهش سیاست نظری"، شماره بیستم، پاییز و زمستان ۱۳۹۵: ۲۶۷-۲۳۱
- هرسیج، حسین و همکاران (۱۳۹۲)، بررسی رابطه فضای مجازی با مشارکت سیاسی: مطالعه موردی دانشجویان دانشگاه اصفهان، جامعه‌شناسی کاربردی، سال بیست و چهارم، شماره پیاپی ۵۲، شماره چهارم: ۲۲۶-۲۱۱.
- نیازی، محسن و دیگران (۱۳۹۵)، شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه حوزه عمومی: تحلیل پژوهش‌های انجام شده در ایران، فصلنامه جامعه، فرهنگ و رسانه، دوره ۵، شماره ۲۰: ۸۶-۷۳.
- آرزمی، علی؛ حاتمی، عباس و حسین هرسیج (۱۳۹۷)، دولت، فضای مجازی و آینده‌پژوهی پروبلماتیک‌های بازتولید قدرت در ایران پس از انقلاب، فصلنامه پژوهشنامه انقلاب اسلامی، سال هشتم: شماره ۲۶ بهار ۱۳۹۷ ۲۸-۱.
- کریمی راهجردی، اشرف و همکاران (۱۳۹۷)، جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسان موبایلی در شکل‌گیری خرد جمعی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، شماره ۱۷: ۱-۳۴
- عبداللهی، حسین، محسنی مشتقین، علی و محمدحسن الهی منش (۱۳۹۹)، نقش فضای مجازی در توسعه سیاسی در ایران براساس نظریه کنش ارتباطی هابرماس، فصلنامه علمی رهیافت انقلاب اسلامی، سال چهاردهم، بهار ۱۳۹۹، شماره ۵۰: ۶۳-۸۲
- کرمانی، حسین و هادی خانیکی (۱۳۹۷)، هابرماس در تلگرام؛ تحلیل حوزه عمومی و کنش ارتباطی در مکالمه‌های روزنامه‌نگاران ایرانی در رسانه‌های اجتماعی، فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین، سال پنجم، پاییز ۱۳۹۸، شماره ۱۹: ۱-۳۳
- گرگی، عباس و سعید گودرزی (۱۳۹۸)، درآمدی بر بنیان‌های فلسفی و روش‌شناختی مردم‌نگاری انتقادی؛ با تأکید بر مردم‌نگاری انتقادی کارسپیکن، مجله جامعه‌شناسی ایران، نوزدهم، شماره ۴: ۱۳۹-۱۷۲

- صادقی، علی؛ میرشکاران، یحیی و صادقی، مصطفی (۱۳۹۴) فضای مجازی (سایبر) امنیت و تهدید در عصر اطلاعات، فصلنامه دانش انتظامی فارس، سال دوم، شماره چهارم: ۱۳۹-۱۲۳.
- مشتاقی نیا، غلام‌حسین. (۱۴۰۰). راهکارهای ظرفیت‌سازی اندیشکده‌های راهبردی در مدیریت مسائل هویتی ایران. **فصلنامه مطالعات ملی**، ۲۲(۸۶)، ۴۶-۶۷.
- Amin, M, Babaei Saroi, A. (2018). measuring the collective identity of Iranians; Studying the ratio of media consumption and modern identity in border cities of the country. *National Studies Quarterly*, 20(79), 52-33 (in Persian)
- Abdullahi, H., Mohseni Derivatin, A., Elahi Menesh, M., H. (2019). The role of virtual space in political development in Iran based on Habermas' theory of communicative action, *Islamic Revolution Approach Scientific Quarterly*, 14th year, 50: 63- 82. (in Persian)
- Arzmi, A., Hatami, A., Hersij, H. (2017). Government, virtual space and the future research of the problematics of power reproduction in Iran after the revolution, *Islamic Revolution Research Quarterly*, 8(26): 1-28. (in Persian)
- Bashiri, S., Abtahi, S. M., Murshidizad, A. (2019). The role of virtual space on the state of the public sphere in Iran, *Political Studies Quarterly*, 12(48): 118-93. (in Persian)
- Dashtogli Hashemi, M., Khaniki, H., Shawardi, T. (2015). Developments of Communication Action, Public Domain, Civil Society and Democracy in Iran (Case Study: The Distance between the Constitutional Movement and the 10th Presidential Election), *"Theoretical Policy Research"*, 20th: 267-231. (in Persian)
- Blakey, N. (2009). *Designing Social Researches*, translated by Hasan Chavoshian, Tehran: Ney Publishing. (in Persian)
- Habermas, J. (2019). *Structural Transformation of the Public Sphere, An Exploration of Bourgeois Society*, translated by Jamal Mohammadi, Tehran: Afkar Publishing. (in Persian)
- Holab, R. (2011). *Jürgen Habermas, Criticism in the Public Domain*, translated by Hossein Bashiriyeh. Tehran: Ney Publishing. (in Persian)
- Hersij, H. (2012). Investigating the relationship between cyberspace and political participation: a case study of Isfahan University students, *Applied Sociology*, 24th year, serial 52(4): 211-226. (in Persian)
- Qanei Rad, M., A., Janadele, A. (2014). conflicting approaches about the development of the public sphere in cyber space, *New Media Studies Quarterly*, 1: 29-68. (in Persian)
- Seyed Alavi, S. M., Naqib al-Sadat, S., R. (2013). Public domain in virtual space; Formed components of the virtual public sphere from the perspective of communication science and political science experts in Iranian universities, *Social Sciences Quarterly*, 57: 109-152. (in Persian)
- Khaniki, H., Atabek, Dashtogli Hashemi, M., Azizi, M. F. (2016). Analysis of the status of virtual social networks in Iran with Habermas's public domain approach (a case study of several Facebook groups); *Quarterly Journal of Culture-Communication Studies*; 18(37): 101-130. (in Persian)

- Karimi Rahjardi, A. (2017). the place of virtual social networks and mobile messaging in the formation of collective wisdom, *Modern Media Studies Quarterly*, 5th year, 17: 34-1. (in Persian)
- Kermani, H. Khaniki.H. (2017). Habermas in Telegram; Analysis of the public sphere and communicative action in the conversations of Iranian journalists in social media, *Modern Media Studies Quarterly*, 5th year, autumn 2018,19: 33-1. (in Persian)
- Gregi, A. Guderzi,S. (2018). an introduction to the philosophical and methodological foundations of critical ethnography; With an emphasis on Karspikan's critical ethnography, *Iranian Journal of Sociology*, 19th, 4: 139-172 (in Persian)
- Sadeghi, A., Mireshkaran, Y., Sadeghi, M. (2014). Virtual space (cyber) security and threats in the information age, *Fars Police Science Quarterly*, second year, number 4: 123-139 .(in Persian)
- Mushtakhi Nia, G., Hossein. (2022). Strategies for building the capacity of strategic think tanks in managing Iran's identity issues. *National Studies Quarterly*, 22(86), 46-67 . (in Persian)
- Nowzari, H., A. (2009). rereading Habermas; An introduction to the opinions, thoughts and theories of Jürgen Habermas, Tehran: Cheshme Publishing House .(in Persian)
- Niazi, M.(2015). Social networks as a public sphere: analysis of research done in Iran, *Society, Culture and Media Quarterly*, 5(20): 73-86 .(in Persian)