



دانشگاه علامه طباطبائی  
رساله دکترای علوم ارتباطات اجتماعی

## حوزه عمومی در فضای مجازی

عوامل مرتبط با شکل گیری حوزه عمومی در اینترنت  
از دیدگاه کارشناسان علوم ارتباطات و علوم سیاسی

پژوهشگر: سید مسعود سید علوی

استاد راهنما: دکتر سید رضا نقیب السادات

استادان مشاور: دکتر هادی خانیکی

دکتر اردشیر انتظاری



بِسْمِ ا.....

الرحمن الرحيم



دانشگاه علامه طباطبائی  
رساله دکترای علوم ارتباطات اجتماعی

## حوزه عمومی در فضای مجازی

عوامل مرتبط با شکل گیری حوزه عمومی در اینترنت  
از دیدگاه کارشناسان علوم ارتباطات و علوم سیاسی

پژوهشگر: سید مسعود سید علوی

استاد راهنما: دکتر سید رضا نقیب السادات

استادان مشاور: دکتر هادی خانیکی

دکتر اردشیر انتظاری

1390

با سپاس از الطاف یگانه قادر متعال

این رساله را تقدیم می کنم

به پدر و مادرم

بابت عشق و بردباری شان

## چکیده

با ظهور فن آوری های نوین ارتباطی و گستردگی اینترنت ، جهان وارد دوران جدیدی شده است که با عناوین خاصی نظیر «جامعه اطلاعاتی» و «جامعه شبکه ای» از دوره های پیش از خود متمایز می شود . در دو دهه اخیر ، همراه با توسعه و تکامل فوق العاده سریع ارتباطات رایانه ای و گسترش روزافزون دسترسی مردم جوامع مختلف به اینترنت ، شبکه های رایانه ای و تلفن های همراه ، کوشش های نظری بسیاری صرف یافتن الگوهای مناسب برای مطالعه فضای مجازی و ابعاد و تأثیرات سیاسی و اجتماعی آن شده است . در جریان این تلاش ها مفهوم حوزه عمومی یورگن هابرماس جایگاه برجسته ای یافته است. هدف اصلی این تحقیق آن است که روشن نماید عناصر اصلی تشکیل دهنده حوزه عمومی کدامند؟ آیا حوزه عمومی در فضای مجازی تشکیل شده است ؟ و آیا وبلاگ ها و شبکه های اجتماعی را می توان به عنوان مصادیق حوزه عمومی مجازی در نظر گرفت .

برای انجام این تحقیق از روش کتابخانه ای و روش پیمایش استفاده شده است . بدین ترتیب که ابتدا با بررسی مطالعات و تحقیقات موجود 11 شاخص مشخص شد که تشکیل دهنده متغیرهای اصلی تحقیق یعنی دسترسی عام ، گفتگوی عام و کنش عام هستند . سپس با استفاده از نظرات اساتید علوم ارتباطات مولفه های 24 گانه برای سنجش نظر پاسخگویان به این تحقیق درباره شاخص ها و متغیر های حوزه عمومی مجازی مشخص شد . در مرحله آخر مولفه های 24 گانه به همراه پرسش های دیگری که ما را در تحلیل یافته ها یاری می رساند در قالب پرسشنامه ای تنظیم شد و میان پاسخگویان توزیع و اطلاعات لازم جمع آوری شد .

یافته های تحقیق نشان می دهد سه متغیر اصلی شکل دهنده حوزه عمومی در فضای مجازی تشکیل شده است و وبلاگ ها و شبکه های اجتماعی از مصادیق حوزه عمومی در فضای مجازی هستند . همچنین یافته های این تحقیق نشان دهنده آنست که نظریه حوزه عمومی قابل بکارگیری در حوزه مجازی است اما ویژگی های فضای مجازی و ارتباطات با واسطه رایانه ای حوزه عمومی را فضایی متکثر و چند پاره ساخته است .

**کلیدواژه :** حوزه عمومی مجازی ، دسترسی عام ، گفتگوی عام ، کنش عام

من لم يشكر المخلوق لم يشكر الخالق

در طول تدوین این رساله از یاری و پشتیبانی انسان های بزرگواری بهره مند بودم که امیدوارم  
با ذکر اسامی شان پذیرای قدردانی صمیمانه و احترام قلبی من باشند

دکتر سید رضا نقیب السادات

دکتر هادی خانیکی

دکتر اردشیر انتظاری

دکتر علی اصغر کیا

و

دوست و برادر بزرگوارم حاج حسین تنهایی



## فهرست مطالب

1.....	فصل اول : کلیات پژوهش
2.....	1.1. مقدمه
4.....	2.1. طرح مسئله و تعریف آن
5.....	3.1. ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق
5.....	1.3.1. ضرورت و اهمیت نظری یا علمی تحقیق
8.....	2.3.1. ضرورت و اهمیت عملی یا اجتماعی تحقیق
9.....	4.1. اهداف تحقیق
10.....	فصل دوم: مروری بر ادبیات موضوع و چارچوب نظری
11.....	مقدمه
11.....	1.2. بخش اول: حوزه عمومی چیست
12.....	1.1.2. پیشینه تاریخی حوزه عمومی
13.....	2.1.2. پیشینه نظری حوزه عمومی
15.....	3.1.2. هابرماس و حوزه عمومی
15.....	1.3.1.2. روایت تاریخی هابرماس از حوزه عمومی بورژوایی
16.....	1.1.3.1.2. ظهور حوزه عمومی بورژوایی
22.....	2.1.3.1.2. افول حوزه عمومی بورژوایی
25.....	2.3.1.2. نظریه کنش ارتباطی؛ گفتگو در حوزه عمومی
28.....	3.3.1.2. مفهوم هنجاری حوزه عمومی
30.....	4.3.1.2. منتقدان حوزه عمومی
34.....	5.3.1.2. اصلاحات حوزه عمومی
36.....	6.3.1.2. وضعیت آرمانی گفتار و اخلاق گفتگو
38.....	7.3.1.2. دموکراسی شورایی
40.....	4.1.2. نگاهی به جامعه شناسی سیاسی ایران از نگاه بشیریه
41.....	1.4.1.2. حوزه عمومی ایرانی از نگاه متفکران ایرانی
45.....	2.4.1.2. انتقاد اجتماعی در اسلام
46.....	1.2.4.1.2. شهید مطهری و نظارت عمومی
51.....	2.2.4.1.2. آزادی مطبوعات در کلام امام خمینی (ره)

52.....	2.2. بخش دوم: فضای مجازی .....
55.....	1.2.2. جامعه مجازی .....
56.....	1.1.2.2. تعریف جامعه مجازی .....
58.....	2.1.2.2. منتقدان فضای مجازی.....
59.....	2.2.2. فضای مجازی و دموکراسی .....
65.....	1.2.2.2. منتقدان تاثیر اینترنت بر دموکراسی .....
69.....	3.2.2. اشکال جدید ارتباطی در حوزه عمومی .....
73.....	1.3.2.2. جهان مسطح و جامعه گفتگویی .....
76.....	2.3.2.2. مخاطبان رسانه های نوین .....
80.....	4.2.2. اینترنت در ایران .....
82.....	1.4.2.2. گفت و گو در فضای آنلاین .....
83.....	2.4.2.2. وبلاگستان ایرانی.....
84.....	3.4.2.2. شبکه های اجتماعی .....
86.....	5.2.2. فضای مجازی و حوزه عمومی .....
89.....	1.5.2.2. دسترسی عام .....
91.....	1.1.5.2.2. دسترسی عمومی به اینترنت .....
94.....	1.1.1.5.2.2. موانع دسترسی عمومی به اینترنت .....
95.....	2.1.5.2.2. دسترسی به اطلاعات .....
96.....	3.1.5.2.2. دسترسی به دیگران(دسترسی افقی) .....
98.....	4.1.5.2.2. دسترسی به حاکمان سیاسی (دسترسی عمودی).....
99.....	2.5.2.2. گفتگوی عام و افکار عمومی .....
102.....	1.2.5.2.2. نمونه های تجربی گفتگو در فضای مجازی .....
105.....	3.5.2.2. کنشگری در فضای مجازی.....
110.....	1.3.5.2.2. نمونه ای از تاثیرگذاری شبکه ها اجتماعی.....
112.....	4.5.2.2. نیروهای سیستم در حوزه عمومی مجازی .....
118.....	3.2. بخش سوم: جامعه شبکه ای .....
119.....	1.3.2. تعریف جامعه شبکه ای .....
121.....	2.3.2. سیاست در جامعه شبکه ای .....

124.....	3.3.2. کنشگری در جامعه شبکه ای
128.....	4.3.2. هابرماس و حوزه‌عمومی شبکه ای
136.....	4.2. بخش چهارم: پیشینه تحقیق و بررسی اسناد و مدارک علمی
136.....	1.4.2. مطالعات غربی
144.....	2.4.2. مطالعات شرقی
147.....	1.2.4.2. مطالعات ایرانی
150.....	5.2. بخش پنجم: چارچوب نظری تحقیق
150.....	1.5.2. حوزه‌عمومی هابرماس
151.....	2.5.2. رسانه جدید و ارتباطات باواسطه رایانه ای
155.....	3.5.2. فضای مجازی
157.....	4.5.2. اقتصاد اطلاعاتی شبکه ای
161.....	5.5.2. مدل نظری تحقیق
165.....	<b>فصل سوم: روش شناسی پژوهش</b>
166.....	1.3. شمای تحقیق
166.....	2.3. بیان سؤال های تحقیق
167.....	3.3. تعاریف نظری و عملی متغیرها
168.....	4.3. روش تحقیق
169.....	5.3. تکنیک تحقیق
169.....	6.3. جامعه آماری
169.....	7.3. حجم نمونه
169.....	8.3. روش نمونه گیری
170.....	9.3. رویه جمع آوری اطلاعات
170.....	10.3. سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات
170.....	11.3. تکنیک های آماری
171.....	12.3. محدودیت های روش شناختی تحقیق
171.....	13.3. سنجش اعتبار و روایی
174.....	<b>فصل چهارم: توصیف و تحلیل یافته های پژوهش</b>
175.....	مقدمه

176.....	بخش اول : توصیف یافته ها .....
176.....	1.4. رفتار پاسخگویان در فضای مجازی .....
190 .....	2.4. نظر پاسخگویان به مولفه های حوزه عمومی مجازی.....
202.....	3.4. دیدگاه پاسخگویان به شاخص های حوزه عمومی مجازی .....
203.....	4.4. دیدگاه پاسخگویان درباره متغیرهای مستقل تحقیق .....
205.....	5.4. نظر پاسخگویان درباره متغیر وابسته.....
207.....	6.4. نظر پاسخگویان درباره سایر سئوالات تحقیق.....
209.....	7.4. ویژگی های عمومی پاسخگویان .....
212.....	بخش دوم : تحلیل یافته ها .....
225.....	بخش سوم: مروری بر یافته های مطالعات پیشین .....
227 .....	فصل پنجم: جمع بندی ، نتیجه گیری و پیشنهادهای پژوهش.....
228.....	1.5. جمع بندی برون داده های تحقیق .....
228.....	الف : توصیف یافته ها .....
230.....	ب : تحلیل یافته ها .....
231.....	2.5. نتیجه گیری .....
.....	3.5. پیشنهادهایی برای حاکمان سیاسی.....
	239
240.....	4.5. پیشنهادهایی برای ادامه پژوهش .....
242.....	منابع و مأخذ.....
243.....	1. منابع فارسی .....
248 .....	2. منابع انگلیسی .....
257.....	پیوست .....

## فهرست جداول

- جدول 1-2 : طرح کلی حوزه عمومی بورژوازی ..... 19
- جدول 2-2 : انواع کنش ..... 26
- جدول 3-2 : حوزه های اجتماعی ..... 26
- جدول 4-2 : تاریخچه محتوای مطبوعات اروپا از نگاه هابرماس ..... 70
- جدول 5-2 : تمایزات رسانه ها در حوزه عمومی سنتی و شبکه ای ..... 72
- جدول 6-2 : کاربرد رسانه ها در حوزه های اجتماعی ..... 78
- جدول 7-2 : چهار الگوی رفت و برگشت اطلاعات ..... 151
- جدول 8-2 : تمایز تاریخی میان عصر اول و دوم رسانه ای ..... 152
- جدول 1-3 : شاخص ها و مولفه های حوزه عمومی مجازی ..... 173
- جدول 2-3 : سنجش اعتبار پرسشنامه ..... 172
- جدول 4-1 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از پست الکترونیک ..... 176
- جدول 4-2 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از پست الکترونیک ..... 176
- جدول 4-3 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از گروه ها و انجمن های اینترنتی ..... 177
- جدول 4-4 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از گروه ها و انجمن های اینترنتی ..... 177
- جدول 4-6 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از سایت های خبری و نشریات آنلاین ..... 178
- جدول 4-7 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از وبلاگ ها ..... 178
- جدول 4-8 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از وبلاگ ها ..... 179
- جدول 4-9 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از چت و سایر امکانات ارتباط آنلاین ..... 179
- جدول 4-10 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از چت و سایر امکانات ارتباط آنلاین ..... 180
- جدول 4-11 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی ..... 180
- جدول 4-12 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از شبکه های اجتماعی مجازی ..... 181
- جدول 4-13 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از فیلتر شکن ها ..... 181
- جدول 4-14 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از فیلتر شکن ها ..... 182
- جدول 4-15 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت در موارد علمی و آموزشی ..... 182
- جدول 4-16 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از اینترنت در موارد علمی و آموزشی ..... 183
- جدول 4-17 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت برای کسب اطلاعات و اخبار ..... 183
- جدول 4-18 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از اینترنت برای کسب اطلاعات و اخبار ..... 184
- جدول 4-19 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت برای ارتباط و گفتگو با دیگران ..... 184
- جدول 4-20 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از اینترنت برای ارتباط و گفتگو با دیگران ..... 185
- جدول 4-21 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب استفاده از اینترنت برای تولید و انتشار محتوا ..... 185
- جدول 4-22 : توزیع فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان استفاده از اینترنت برای تولید و انتشار محتوا ..... 186
- جدول 4-23 : نحوه دسترسی غالب پاسخگویان به اینترنت ..... 186

- 187..... جدول توزیع فراوانی 4-24: نحوه اتصال غالب پاسخگویان به اینترنت
- 187..... جدول توزیع فراوانی 4-25: متوسط مصرف روزانه اینترنت پاسخگویان به دقیقه
- 188..... جدول توزیع فراوانی 4-26: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت رسانه ای است که همه افراد به آن دسترسی دارند»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-27: نظر پاسخگویان به گزاره «از طریق اینترنت دسترسی به اطلاعات بیشتر شده است»
- 190..... جدول توزیع فراوانی 4-28: نظر پاسخگویان به گزاره «ارتباط افراد با یکدیگر از طریق اینترنت آسان شده است»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-29: نظر پاسخگویان به گزاره «با استفاده از اینترنت ارتباط مردم با مقامات حکومت
- 191..... تسهیل شده است»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-30: نظر پاسخگویان به گزاره «نقد قدرت حاکم در اینترنت آسان تر از نقد قدرت حاکم
- 192..... در سایر رسانه های جمعی است»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-31: نظر پاسخگویان به گزاره «ارتباطات اینترنتی ماهیتی مشارکتی و تعاملی دارند»
- 192..... جدول توزیع فراوانی 4-32: نظر پاسخگویان به گزاره «از طریق اینترنت افراد می توانند با یکدیگر گفتگو
- 193..... نمایند»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-33: نظر پاسخگویان به گزاره «در ارتباطات اینترنتی مانع و خط قرمزی برای گفتگو
- 193..... درباره موضوعات مورد علاقه وجود ندارد»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-34: نظر پاسخگویان به گزاره «در ارتباطات اینترنتی نمی توان نظر خود را بر دیگران
- 194..... تحمیل نمود»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-35: نظر پاسخگویان به گزاره «افراد در گفتگوی اینترنتی دچار خودسانسوری نمی
- 194..... شوند»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-36: نظر پاسخگویان به گزاره «برای حکومت ، کنترل صداها و اندیشه های گوناگون در
- 195..... اینترنت آسان نیست»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-37: نظر پاسخگویان به گزاره «تنوع دیدگاه ها در اینترنت باعث افزایش قدرت انتخاب
- 195..... در افراد می شود»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-38: نظر پاسخگویان به گزاره «از طریق اینترنت اطلاعات متنوع، متمرکز و متفاوتی در
- 196..... اختیار افراد قرار می گیرد»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-39: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت پنهان کردن اطلاعاتی را که حکومت و دیگر
- 196..... سازمان های قدرتمند ترجیح می دهند مخفی بماند دشوار ساخته است»
- ..... جدول توزیع فراوانی 4-40: نظر پاسخگویان به گزاره «از طریق اینترنت اندیشه ها و صداهایی که در جامعه اجازه
- 197..... مشارکت ندارند، اجازه شنیده شدن می یابد»

جدول توزیع فراوانی 4-41: نظر پاسخگویان به گزاره «گسترش اینترنت باعث کاهش وابستگی اطلاعاتی مردم به رسانه های جمعی شده است»	197
جدول توزیع فراوانی 4-42: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت به مردم امکان می دهد هنگامی که از نحوه اطلاع رسانی رسانه های جمعی ناراضی هستند، خود در فرایند اطلاع رسانی مشارکت نمایند»	198
جدول توزیع فراوانی 4-43: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت فضایی جدید برای معاشرت، مصاحبت و همراهی افراد با یکدیگر فراهم کرده است»	198
جدول توزیع فراوانی 4-44: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت امکان ظهور اجتماعات و گروه های هم عقیده و هم فکر را فراهم آورده است»	199
جدول توزیع فراوانی 4-45: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت هماهنگی فعالیت های مدنی شهروندان را تسهیل کرده است»	199
جدول توزیع فراوانی 4-46: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت سازماندهی گروه های اقلیت را تسهیل کرده است»	200
جدول توزیع فراوانی 4-47: نظر پاسخگویان به گزاره «اینترنت باعث افزایش مشارکت کنندگان در گفتگوهای سیاسی شده است»	200
جدول توزیع فراوانی 4-48: نظر پاسخگویان به گزاره «گفتگوهای سیاسی که در اینترنت جریان دارند بر افکار عمومی تاثیر گذارند»	201
جدول توزیع فراوانی 4-49: نظر پاسخگویان به گزاره «مباحثات و گفتگوهای سیاسی در اینترنت بر کنش سیاسی افراد تاثیر گذارند»	201
جدول توزیع فراوانی 4-50: دیدگاه پاسخگویان به شاخص های حوزه عمومی مجازی	202
جدول توزیع فراوانی 4-51: دیدگاه پاسخگویان به متغیر دسترسی عام	203
جدول توزیع فراوانی 4-52: دیدگاه پاسخگویان به متغیر گفتگوی عام	204
جدول توزیع فراوانی 4-53: دیدگاه پاسخگویان به متغیر کنش عام	204
جدول توزیع فراوانی 4-54: نظر پاسخگویان به گزاره «حوزه عمومی در فضای مجازی تشکیل نشده است»	205
جدول توزیع فراوانی 4-55: نظر پاسخگویان به گزاره «شبکه های اجتماعی همچون مصداق حوزه عمومی در فضای مجازی هستند»	206
جدول توزیع فراوانی 4-56: نظر پاسخگویان به گزاره «وبلاگ ها مصداق حوزه عمومی در فضای مجازی هستند»	206
جدول توزیع فراوانی 4-57: نظر پاسخگویان به گزاره «باتوجه به تنوع دیدگاه ها در فضای مجازی، امکان توافق بر سر مسائل سیاسی بسیار دشوار است»	207
جدول توزیع فراوانی 4-58: نظر پاسخگویان به گزاره «فضای حاکم بر گفتگوهای سیاسی در اینترنت فضایی عقلانی است»	208

جدول توزیع فراوانی 4-59: نظر پاسخگویان به گزاره «ایجاد حوزه عمومی در فضای مجازی در توسعه مردم	208
..... سالاری موثر است»	
جدول توزیع فراوانی 4-60: فراوانی پاسخگویان بر حسب سن	209
.....	
جدول توزیع فراوانی 4-61: فراوانی پاسخگویان بر حسب جنس	210
.....	
جدول توزیع فراوانی 4-62: فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت تاهل	210
.....	
جدول توزیع فراوانی 4-63: فراوانی پاسخگویان بر حسب میزان تحصیلات	210
.....	
جدول توزیع فراوانی 4-64: فراوانی پاسخگویان بر حسب رشته تحصیلی	211
.....	
جدول توزیع فراوانی 4-65: فراوانی پاسخگویان بر حسب وضعیت اشتغال	211
.....	
جدول شماره 4-66: رابطه وبلاگ ها به مثابه حوزه عمومی مجازی با دسترسی عام	212
.....	
جدول شماره 4-67: رابطه وبلاگ ها به مثابه حوزه عمومی مجازی با گفتگوی عام	214
.....	
جدول شماره 4-68: رابطه وبلاگ ها به مثابه حوزه عمومی مجازی با کنش عام	216
.....	
جدول شماره 4-69: رابطه شبکه های اجتماعی مجازی به مثابه حوزه عمومی مجازی با دسترسی عام	218
.....	
جدول شماره 4-70: رابطه شبکه های اجتماعی مجازی به مثابه حوزه عمومی مجازی با گفتگوی عام	220
.....	
جدول شماره 4-71: رابطه شبکه های اجتماعی مجازی به مثابه حوزه عمومی مجازی با کنش عام	222
.....	
جدول شماره 4-72: آزمون تی استیودنت گروهی برای نمونه های مستقل	<b>224</b>
.....	
جدول 4-73: جدول همبستگی بین متغیرهای مستقل با متغیر وابسته	225
.....	



## فهرست اشکال و نمودارها

- شکل 1-2 : رشد کاربران اینترنت در جهان در 15 سال گذشته ..... 91
- شکل 2-2 : ضریب نفوذ اینترنت در نقاط مختلف جهان..... 93
- شکل 3-2 : کاربران اینترنت در خاورمیانه ..... 94
- نمودار 1-2 : منحنی توصیفی اندرسون ..... 160
- نمودار 2-2 : شمای مدل نظری تحقیق ..... 163
- شکل 1-5 : عناصر حوزه عمومی ..... 234
- شکل 2-5 : مولفه های شکل گرفته حوزه عمومی مجازی ..... 237
- شکل 3-5 : مولفه های کمتر شکل گرفته حوزه عمومی مجازی ..... 238

# فصل 1 :

## کلیات پژوهش

## 1.1. مقدمه

امروزه تحولی تازه و بسیار گسترده در عرصه ارتباطات و اطلاع‌رسانی در حال وقوع است که چشم اندازی کاملاً تازه و متفاوت با مفهوم، عملکرد و تأثیر رسانه در برابر پژوهشگران قرار داده است. این تحول که بسیاری آن را انقلابی در عرصه ارتباطات و شروع پارادایم جدیدی در زندگی جوامع امروزی می‌خوانند، ظهور و توسعه بسیار سریع و حیرت‌آور فن‌آوری‌های جدید ارتباطی در جهان امروز است که در طول زمانی کوتاه در سراسر جهان گسترش یافته است و مهمترین شکل و نمایان‌ترین محصول آن، شبکه اینترنت است. شبکه اینترنت که تنها در عرض چند سال صدها میلیون نفر از مردم جهان را در کشورهای مختلف در ارتباط مستقیم و بی‌واسطه با یکدیگر قرار داده است، ظرفیت‌ها و امکانات فوق‌العاده و بی‌سابقه‌ای برای ارتباط زنده و دو سویه میان افراد، گروه‌ها، سازمان‌های مدنی و دولت‌ها ارائه نموده و این امر موجب شده است تا موج تازه‌ای از تحرک علمی و دانشگاهی در رشته‌های مختلف، از جمله علوم ارتباطات، برای مطالعه آن آغاز شود. مباحثات جدی و گسترده علمی درباره ماهیت، خط سیر و تأثیر انقلاب ارتباطات و شروع عصر دیجیتال در زندگی افراد و جوامع، امروزه جان تازه‌ای به تحقیقات ارتباطات و رسانه‌ها و نقش آن‌ها در زندگی مدنی جوامع بخشیده است.

یکی از مهمترین وجوه عملکرد رسانه‌ها، اعم از سنتی و مدرن، تأثیرات مثبت و منفی آن‌ها در عرصه تولید، توزیع و اعمال قدرت سیاسی است. به همین سبب نقش ارتباطات و رسانه‌های جمعی در زندگی مدنی جوامع، به ویژه تأثیر این پدیده‌ها در توسعه سیاسی و رشد و تعمیق مردم‌سالاری از دیرباز مورد توجه محققان حوزه‌های علوم اجتماعی و ارتباطات بوده است. «آدام لیک» یکی از اندیشمندان ارتباطات سیاسی درباره رابطه اطلاعات و ارتباطات با توسعه سیاسی و مردم‌سالاری، می‌نویسد: «هدف دموکراسی در اصل دسترسی مردم به قدرت سیاسی و کنترلش به دست آنان است و در این عرصه دسترسی بیشتر به اطلاعات، دستمایه تحقق دموکراسی اصیل است. زیرا این امر شهروند معمولی را قادر می‌سازد تا به مشارکت آگاهانه در سیاست بپردازد». (Lake, 1995: 40)

سال‌ها پیش زمانی که نخستین رسانه‌های آنلاین راه‌اندازی شدند، شاید تنها تعداد محدودی تصور می‌کردند که دنیای جدید خلق شده توسط این رسانه‌ها، روابط اجتماعی انسان‌ها را دگرگون می‌کند. رسانه‌های اجتماعی با اشتراک گذاشتن دنیای شخصی کاربران این امکان را برای سیاستمداران، افراد معروف، تولیدکنندگان، آگهی‌دهندگان و... فراهم کرده تا با ورود به فضای شخصی مخاطبان، فاصله خود را با آنها به حداقل برسانند. این نزدیک شدن منبع و مخاطب به

یکدیگر یکی از مهم‌ترین تاکتیک‌هایی است که کارشناسان و صاحب نظران رسانه‌ها به کار می‌گیرند تا مخاطب با منبع پیام و در نتیجه با خود پیام سریع‌تر ارتباط برقرار کند. در رسانه‌های اجتماعی همه کاربران در یک سطح هستند؛ به این معنا که همه به یک اندازه سهم دارند و با پیدا کردن افراد مشابه با سلیقه‌های مشترک، می‌توانند روابط خود را گسترده‌تر کنند. در حقیقت کاربران رسانه‌های اجتماعی به واسطه این سایت‌ها به نوعی همبستگی در دنیای مجازی دست یافته‌اند و تنها با ورود به یک سایت، ارتباطات گسترده انسانی را تجربه می‌کنند که پیش از این به آسانی امکانپذیر نبوده است. اما واقعیت آن که اگر بخواهیم اهمیت این سایت‌های اجتماعی را براساس تعداد و تنوع کاربران آنها مشخص کنیم، باید بگوییم که شبکه‌های اجتماعی مهم‌ترین و پرنفوذترین رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند؛ چون به فضاهای شخصی افرادی از سنین مختلف و با سطح تحصیلات متفاوت وارد شده و حتی منزوی‌ترین انسان‌ها را به استفاده از رسانه‌های آنلاین علاقه‌مند ساخته‌اند.

امروزه پدیده انقلاب ارتباطات و محصول کاملاً شناخته شده آن یعنی اینترنت در حال ایجاد تغییرات اساسی و وسیعی در ماهیت، اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع مختلف اعم از پیشرفته و در حال توسعه است و این امر پژوهشگران را به پرسش درباره میزان و چگونگی این تغییرات و تأثیرات کنونی و آتی اینترنت بر زندگی سیاسی جوامع و رابطه بین دولت‌ها و شهروندان واداشته است. یکی از عوامل توجه روزافزون پژوهشگران علوم سیاسی به این پدیده نقشی است که شبکه اینترنت می‌تواند در رشد و تقویت دموکراسی و مشارکت سیاسی به شیوه‌هایی کاملاً نو در جوامع مختلف داشته باشند. این توانایی به دلیل ویژگی‌هایی چون تعاملی بودن<sup>۱</sup>، همزمانی ارتباط<sup>۲</sup>، فراگیر بودن<sup>۳</sup> و متمرکز نبودن<sup>۴</sup> شبکه اینترنت است که آن را از رسانه‌های جمعی سنتی نظیر مطبوعات، رادیو و تلویزیون متمایز می‌سازد.

این تحقیق نیز برای مشارکت در یافتن پاسخی به این سؤال است که آیا انواع و شیوه‌های ارتباطات میان افراد، گروه‌ها، نهادهای سیاسی و مدنی و سرانجام دولت‌ها در اینترنت را می‌توان بر اساس مدلی بر گرفته از ایده «حوزه عمومی» در نظریات «هابرماس»، «راینگولد»، «کاستلز» و «بنکлер» تحلیل و تبیین کرد؟ به عبارت دیگر نظریه حوزه عمومی هابرماس تا چه اندازه در تبیین و توضیح علمی ارتباطات رایانه‌ای و ابعاد و آثار سیاسی آن‌ها کارآیی و توانایی دارد؟ سؤال دیگری

---

<sup>1</sup> Interactivity

<sup>2</sup> Real Time

<sup>3</sup> Ubiquity

<sup>4</sup> Decentrality