

## نگاه جامعه شناختی به گروه‌های اجتماعی مجازی

دکتر حسن سبیلان اردستانی، عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی اراک (نویسنده و عهده‌دار مکاتبات)  
hasanardestani@yahoo.com

### چکیده

"گروه‌های اجتماعی مجازی مجموعه افرادی در شبکه‌های اجتماعی [سایبری] هستند که در وضع واحدی قرار دارند و بر اثر منافع یا احساسات مشترکی به هم پیوند یافته‌اند." از ویژگی‌های این گروه‌های اجتماعی مجازی؛ مرجعیت، فی‌نفسه ارتباطی بودن، ابعاد بین‌المللی داشتن، مستدام و تدریجی بودن، قدرت بسیج‌کنندگی، اصلاح‌گری در مقابل انقلابی‌گری، تخصصی و تعدد داشتن، منتج به نتایج و دستاورد حتمی، کم هزینه بودن، نظارت ناپذیری، گمنامی و ناشناس بودن، غیر قابل برآورد بودن میزان اعضا، عبور از هنجارها و قوانین موجود، سیلان در اعضا، آهنگ متفاوت حرکت گروه‌ها، جوان‌گرایی، مشارکت بیشتر بانوان، شخصی شدن این حوزه و غیره می‌باشد.

نقش گروه‌های مجازی در جنبش‌های اجتماعی نیز روز به روز بیشتر می‌شود. در گذشته جنبش‌های اجتماعی بیشتر معطوف به خواسته‌های سیاسی بود که بخش عمده‌ای از آن‌ها نیز به ثمر نمی‌رسید اما در وضعیت جدید تعداد جنبش‌های اجتماعی روز افزون و متنوع شده و امکان دستیابی به اهداف نیز بیشتر شده است.

نظام‌های کارآمد، ساز و کار و تمهیدات لازم برای بهره‌مندی از فرصت پیش‌آمده را در ساختار حاکمیتی خود می‌گنجانند و به تبع از مواهب فناوری موجود بیشترین بهره را می‌برند و توان هر یک از شهروندان در اداره بهتر جامعه تحت عنوان مشارکت در «گروه‌های اجتماعی مجازی» را به فال نیک گرفته و بیشترین استفاده را از پتانسیل بالفعل درآمده شهروندان می‌نمایند.

**واژگان کلیدی:** گروه، گروه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های اجتماعی، جنبش‌ها، حوزه عمومی

## مقدمه

عبارت «گروه‌های اجتماعی مجازی» یکی از پدیده‌های هزاره سوم است که در اکثر مباحث ارتباطی نوین خود را نمایان ساخته است. اگر قرن بیستم را قرن یکه‌تازی رسانه‌های همگانی در عرصه ارتباطات بدانیم، باید گفت فضای مجازی، هزاره سوم را از هزاره‌های قبلی خود کاملاً متفاوت کرده و عصری جدید را پایه‌ریزی و خلق نموده است. در رسانه‌های همگانی یک گروه تحت عنوان یک سازمان با تعداد کثیری از شهروندان و مخاطبان، ارتباط برقرار می‌ساخت؛ اما در هزاره سوم علاوه بر بهره‌گیری از رسانه‌ها، امکان ۱- ارتباط یک نفر با یک نفر [ایمیل] ۲- یک نفر با بسیاری [سایت‌ها و بلاگ‌ها] و ۳- بسیاری با بسیاری [چت‌روم‌ها، ویکی‌ها و غیره] به وجود آمد. قدرت و امکانات فضای سایبر به نحوی شده است که شاید تا چند سال پیش افراد فقط «شبکه‌ها» را در ذهن تجلی می‌دادند که تنها امکان انتقال را برای آنها مهیا می‌ساخت ولی با آمدن «وب» این عرصه پیش از پیش تغییر کرد و تمامی شهروندان علاوه بر کاربر بودن خود به منبع اطلاعاتی نیز تبدیل شدند و عصر جدید را متفاوت‌تر از گذشته پایه‌ریزی کردند. این امکانات باعث شده که باور «جامعه مجازی جایگزین جامعه واقعی می‌شود» (نیومن ۱۳۸۹ ص ۴۲۹) شکل گیرد. رسانه‌های سایبر در جامعه مجازی دارای تاثیراتی متفاوت از رسانه‌های همگانی هستند که برخی از آنان عبارتند از:

- ۱- تضعیف احزاب سیاسی
- ۲- تعیین چهارچوبی جدید برای سخنان تند
- ۳- ایجاد ظرفیت تازه برای دموکراسی خودجوش و مردمی
- ۴- ایجاد فرصت برای جهان سوم جهت جهش از مرحله دردآور صنعتی شدن به «اقتصاد مبتنی بر اطلاعات»
- ۵- محروم ساختن کودکان از لذت کودکی و نیز اختلال در درک جدی افراد از جایگاه و موقعیت خود
- ۶- تسریع فرایند واکنش دولت به بحران‌های بین‌المللی
- ۷- جداکردن اعضاء خانواده از هم
- ۸- تثبیت دائم چرخه تجاری
- ۹- گسترده و عمیق کردن شکاف میان دارندگان اطلاعات و محرومان از آن
- ۱۰- تحدید توانایی دولت‌های اقتدارگرا برای کنترل جریان اطلاعات در داخل و بیرون از سرزمین‌های خود. (نیومن ۱۳۸۹ صص ۴۲۴ و ۴۲۵)

با توجه به سوژه این نوشته در خصوص گروه‌های اجتماعی مجازی باید گفت: «برخی معتقدند که توسعه ارتباطات مبتنی بر اینترنت متضمن ضعف و زوال دولت و جایگزین شدن آن با دیگر اشکال سازمان اجتماعی است. دیگران نیز ارتباطات مبتنی بر اینترنت را متضمن تقویت حوزه جدیدی می‌دانند که می‌تواند موجب نیرو و جان گرفتن ساختارهای دموکراتیک موجود شده و احتمالاً به پیدایش انواع جدید آن هم کمک کند. (اسپارکز ۱۳۸۹ ص ۱۲۳)

در این مقاله بیشتر ماهیت «گروه‌های اجتماعی مجازی» را رویکرد جامعه‌شناختی مد نظر می‌باشد؛ به تعبیر دیگر هدف در این مقاله این است که دنیای سایبر و اینترنت چگونه باعث شکل‌گیری «گروه‌های اجتماعی» جدید شده‌اند؟ آیا گروه‌های جدید اجتماعی دارای همان کارکردهای گروه‌های قبلی هستند؟ این نوع گروه‌ها در چه حوزه‌هایی بیشتر ایفای نقش می‌نمایند و آیا فقط به حوزه‌های سیاسی محدود می‌شوند؟ آیا این گروه‌ها یک تهدید به شمار می‌روند یا فرصت؟ گروه‌های جدید مجازی چه تاثیری در جنبش‌های اجتماعی و سیاسی دارند؟ و سوالات دیگر که در این نوشتار سعی می‌شود به مهمترین آنها پرداخته شود.

## تعاریف

## گروه‌های اجتماعی

از بین تعاریف بسیار متنوع و متفاوتی که جامعه‌شناسان و صاحب‌نظران علم‌الاجتماع، از گروه اجتماعی داده‌اند، به چند نمونه که جامعیت بیشتری دارند اکتفاء می‌کنیم:

- لیندمن (E. Lindeman): "گروه اجتماعی را جمعی از افراد می‌داند که با یکدیگر دارای روابط درونی و فعل و انفعالات متقابل می‌باشند و می‌کوشند تا نیازهای فردی و گروهی خود را از طریق کوشش‌های جمعی تأمین نمایند".

- هومنز (G. Homans): گروه اجتماعی را چنین تعریف می‌کند: "اشخاصی که غالباً مدتی نسبتاً دراز با هم ارتباط دارند و تعداد ایشان چندان کم است که هر یک از ایشان می‌تواند با افراد دیگر از روبه‌رو و به‌طور مستقیم ارتباط حاصل کند گروه را می‌سازند".

- به‌نظر هانری مندراس، "گروه اجتماعی مجموعه افرادی هستند که در وضع واحدی قرار دارند و بر اثر منافع یا احساسات مشترکی به‌هم پیوند یافته‌اند".

- آگ برن و نیم‌کف در تعریف گروه می‌گویند: "گروه اجتماعی که صورت کامل آن جامعه است، واحدی مرکب از دو تن یا عده بیشتر انسان که بر اثر کنش‌های متقابل اجتماعی به یکدیگر پیوند خورده باشند. یا به‌عبارت دیگر گروه اجتماعی عده‌ای انسان است که بر اثر ارتباط متقابل تن به کنش‌های متقابل می‌دهند، هر گروه عهده‌دار کارکرد یا وظیفه‌ای است و تا زمانی که آن وظیفه دارای لزومی اجتماعی باشد دوام می‌آورد".

سرانجام گروه اجتماعی عبارت است از افرادی که ۱- وجود اشتراک مهم دارند. (هدف مشترک - دشمن مشترک و ...)

۲- فعالیت مشترک دارند. (کنش متقابل) ۳- نسبت به هم احساس تعلق خاطر یا احساس «ما» پیدا نموده‌اند و ۴- دارای ساخت و سازماندهی می‌باشند.

اکنون به بررسی معرف‌های چهارگانه گروه اجتماعی می‌پردازیم:

۱. وجه اشتراک مهم: اولین معرف یک گروه اجتماعی، وجود وجه یا وجه اشتراک مهم در میان اعضای آن است. بروز یک وجه اشتراک به پیدایش یک گروه کمک می‌کند. ضمن آنکه از بین رفتن آن نیز موجب از هم پاشیدگی گروه می‌گردد.

۲. فعالیت مشترک و کنش متقابل: گروه به جهت بقای خود «نیازمند» برقراری کنش متقابل است. یعنی رفتار یا فعالیت یک شخص، منجر به بروز منظم و مرتب فعالیت شخص دیگری گردد.

۳. سومین معرف در شکل‌گیری یک گروه، وجود احساس جمعی در آن است. احساس، یک شکل ارزیابی است. مانند احساس خوشحالی، غم، غرور، حسادت، خجالت، علاقه، و ... در گروه‌های اجتماعی یک نوع احساس مشترک موجود است. هر چه کنش متقابل بین افراد بیشتر شود، علاقه آنها به یکدیگر نیز بیشتر می‌شود.

در زمینه شکل‌گیری احساس جمعی، متغیرهای مختلفی نقش آفرین می‌باشند که برخی از آنها عبارتند از: هر چه تعداد افراد یک گروه بیشتر باشند، احساس حاصله بیشتر خواهد بود. هر چه همدلی احساسی میان اعضا افزایش یابد، روابط میان آنها تقویت می‌گردد. میان سن و هیجانات احساسی رابطه‌ی علی موجود است. توجه داشته باشیم که از طریق تحریک احساس می‌توان یک جامعه را به سوی انسجام و یا از هم پاشیدگی سوق داد.

۴. ساخت و سازماندهی گروه: گروه‌ها در سیری تدریجی همواره علاقمند به قرار گرفتن در مسیر تقسیم کار و مشخص نمودن نقش‌های اجتماعی هستند. در اصطلاح جامعه‌شناسی نقش اجتماعی به این معناست که ما چگونه در موقعیت‌های اجتماعی انتظارات اعضا گروه (جامعه) را بر مبنای هنجارها و قواعد تعریف شده آن وضعیت برآورده سازیم. (ثمرحسینی ۱۳۸۵)

### گروه‌های اجتماعی مجازی

"گروه‌های اجتماعی مجازی مجموعه افرادی در شبکه‌های اجتماعی [Social Network] هستند که در وضع واحدی قرار دارند و بر اثر منافع یا احساسات مشترکی به‌هم پیوند یافته‌اند." بنابراین خصیصه ذاتی گروه‌های اجتماعی مجازی، قرار گرفتن در «شبکه‌های اجتماعی» مانند facebook و myspace است.

فضای مجازی مجال شکل‌گیری اجتماعات جدید از کاربران را فراهم می‌کند. از زمان تونیس (Tonnies) و تلاش او برای تعریف دو گونه تجمع انسانی یعنی «اجتماع» در مقابل «جامعه» (گزلشافت و گمنشافت) به بعد همه متفکران علوم اجتماعی و فرهنگی «رو در رو بودن»، «محدودیت تعداد»، و «ابتناء بر روابط عاطفی و نه روابط عقلانی را از خصائص بنیانی» اجتماع عنوان کرده‌اند.

هر چند روابط کاربران فضای مجازی رابطه‌ای با واسطه است و نه رو در رو، بسیاری از مطالعه‌کنندگان اینترنت تمایل دارند از اصطلاح «اجتماع» برای اشاره به جمع کاربران استفاده کنند.

در این میان تلاش‌های متعددی در حال انجام است تا حوزه و دامنه معنایی کاربردهای جدید این اصطلاح را برای اشاره به تجمعات کاربران فضای مجازی، روشن سازد. از جمله می‌توان به تلاش‌های خانم شلینی ونچرلی اشاره کرد. نظرات ونچرلی در سایت USINFO ارائه شده است. او به شبکه‌ها و سازمان‌های رسمی که به سامان بخشیدن به روابط و مقررات ارتباطاتی در فضای مجازی اشتغال دارند می‌پردازد و در ادامه به موضوع اجتماعات کاربران و خصوصیت‌های آنها اشاره می‌کند.

شبکه‌های اجتماعی بر پایه اینترنت از قبیل facebook و myspace در بین شهروندان فرهیخته محبوبیت به‌سزایی کسب کرده‌اند. این شبکه‌های اجتماعی در عین حال که فضاهایی هستند که در آنها افراد دوستان جدیدی پیدا می‌کنند و یا دوستان قدیمی خود را در جریان تغییرات زندگی‌شان قرار می‌دهند، مکان‌هایی برای تبادل نظر هستند که در آنها جوانان عقاید و نظرات خود را با هم به اشتراک می‌گذارند.

این قابلیت که یک جوان بتواند با امثال خود در کشورهای دیگر جهان ارتباط برقرار کند باعث می‌شود تا این شبکه‌ها به مکانی تبدیل شوند که در آنها ایده‌های جدید معرفی می‌شوند و مورد بحث قرار می‌گیرند.

شبکه‌های اجتماعی اینترنتی در دنیا و استفاده از خدمات شبکه‌های اجتماعی، روزبه‌روز محبوبیت بیشتری پیدا می‌کند. هم‌اکنون سایت‌های شبکه‌های اجتماعی، بعد از پرتال‌های بزرگی مثل یاهو یا ام‌اس‌ان موتورهای جستجو مثل گوگل، تبدیل به پراستفاده‌ترین خدمت اینترنتی شده‌اند.

بسیاری از نهادهای مختلف جهانی و اینترنتی با اهداف گوناگون که مهم‌ترین آنها تجاری و تبلیغاتی است، دست به راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی زده یا در صدد خرید سهام مهم‌ترین شبکه‌های اجتماعی دنیا هستند؛ مثل رقابت اخیر گوگل و مایکروسافت بر سر سایت مای‌اسپیس و فیس‌بوک.

در رقابت مای‌اسپیس، پرکارترین سایت شبکه اجتماعی دنیا گوگل و در رقابت بر سر فیس‌بوک، مایکروسافت برنده شد. ضمن اینکه یاهو هم بعد از راه‌اندازی نه‌چندان موفق «۳۶۰درجه»، به دنبال راه‌اندازی یک شبکه اجتماعی دیگر به اسم «مش» است.

شبکه‌های اجتماعی، به‌خصوص آن‌هایی که کاربردهای معمولی و غیرتجاری دارند، مکان‌هایی در دنیای مجازی هستند که مردم خود را به‌طور خلاصه معرفی می‌کنند و امکان برقراری ارتباط بین خود و همفکرانشان را در زمینه‌های مختلف مورد علاقه فراهم می‌کنند. (ویکی‌پدیا ۱۳۹۰)

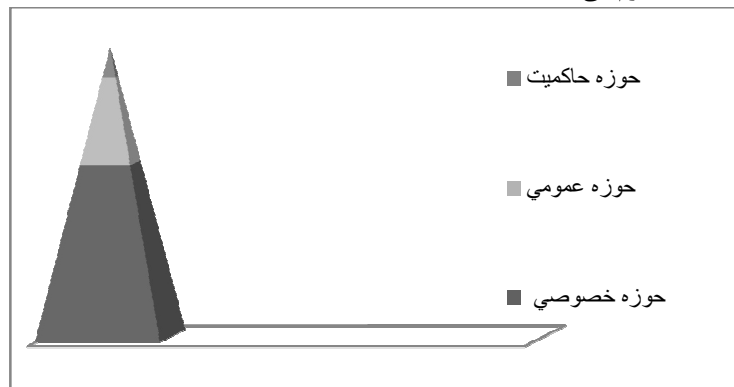
به نظر می‌رسد شبکه‌های اجتماعی در اینترنت، در آینده بیش از این هم اهمیت پیدا می‌کند. این شبکه‌ها هم‌اکنون هم روزبه‌روز محبوب‌تر می‌شوند. با شبکه‌های اجتماعی، دیگر افراد برای پیدا کردن همفکران خود در موارد گوناگون تنها نیستند؛ یک دوست آرژانتینی برای تحلیل بازی‌های بوکاجونیورز، یک دوست سوئدی برای صحبت در مورد فناوری اطلاعات، یک دوست فرانسوی برای صحبت در مورد فیلم‌های سینمای مستقل یا یک دوست مصری برای بحث در مورد مسائل خاورمیانه.

مسلماً در دنیای حقیقی هیچ‌گاه افراد علاقه‌مند، موضوعات مورد علاقه خود را به این گستردگی نمی‌یافتند. این دلیل و شاید دلایل مشابه این، در چند سال اخیر سرویس‌های شبکه‌های اجتماعی را به یکی از مهم‌ترین ارکان اجتماع تبدیل کرده است.

## گروه‌های اجتماعی مجازی در حوزه عمومی

### حوزه عمومی

عده زیادی از اندیشمندان تا یک دهه پیش اعتقاد داشتند که تنها گروه‌های اجتماعی وابسته به رسانه‌های همگانی mass media توان شکل دادن به حوزه عمومی public sphere را دارد در تعریف حوزه عمومی باید گفت که بطور کلی در هر اجتماعی سه حوزه وجود دارد: ۱- حوزه خصوصی ۲- حوزه عمومی و ۳- حوزه حاکمیت. «در عرصه خصوصی، افکار و عقاید شخصی شکل می‌گیرد و ابتکارات و خلاقیت‌های جدید به صورت فردی در حوزه کوچک ساخته و پرورده می‌شوند، سپس این عقاید و ابتکارات به حوزه عمومی، جامعه آزاد آورده می‌شود. در حوزه عمومی، جامعه ۱- آزادانه ۲- خردمندانه ۳- دور از هر نوع سلطه ۴- به گفتگو پرداخته ۵- در روابط خود تصمیم‌گیری می‌نماید. (نظام بهرامی ۱۳۸۱ ص ۷۷) در نهایت این تصمیمات مورد اجماع حوزه عمومی تبدیل به هنجار و ارزش شده و مورد تبعیت و پیروی شهروندان واقع می‌شود و بخش دیگر که نیاز به جنبه الزام یا امکانات و پشتیبانی دارد با استفاده از ساز و کارهایی برای قانونی شدن (دستور العمل، آیین نامه و قانون) در دستور کار حاکمیت قرار می‌گیرد. سه حوزه مذکور همانند یک هرم می‌باشند.



یورگن هابرماس در تبیین و توضیح مفهوم حوزه عمومی public sphere اظهار می‌دارد: منظور من از «حوزه عمومی» قبل از هر چیز عرصه یا قلمرویی از حیات اجتماعی است که در آن بتوان چیزی را در برخورد با افکار عمومی شکل داد. زمانی که شهروندان درباره مسائل مورد علاقه عمومی و منافع عمومی به گونه‌ای آزاد و بدون قید و بند یعنی با تضمین آزادی اجتماعات و انجمن‌ها، آزادی بیان و چاپ و نشر افکار عمومی، با یکدیگر مشورت و کنکاش می‌کنند، در واقع به صورت یک پیکره عمومی عمل می‌کنند. «تعبیر افکار عمومی» به رسالت انتقاد و نظارتی اشاره دارد که پیکره عمومی شهروندان به طور غیر رسمی در برابر طبقه حاکم اعمال می‌کند.

بعدها هابرماس در بحثی مفصل‌تر مضامین موجود در تعریف خود را بسط داده و با تاکید بر «افکار عمومی» در حیات اجتماعی، از منظر وسیع‌تر به تعریف «حوزه عمومی» مورد نظر خود به شرح ذیل می‌پردازد: «منظور ما از «حوزه عمومی» قبل از هر چیز قلمرویی از حیات اجتماعی است که در آن چیزی نظیر افکار عمومی بتواند شکل بگیرد. اصولاً تمام شهروندان باید از امکان دسترسی به حوزه عمومی برخوردار باشند. در جریان هر مکالمه یا گفتگو که طی آن اشخاص خصوصی در کنار هم جمع می‌شوند تا یک اجتماع (عموم public) را تشکیل دهند، در حقیقت بخشی از حوزه عمومی تشکیل یا ایجاد می‌گردد. شهروندان و یا افرادی که در کنار هم جمع شده‌اند نه در مقام افراد اقتصادی یا حرفه‌ای که تنها به فکر اداره امور خصوصی خود هستند عمل می‌کنند و نه به مثابه مجامع حقوقی‌ای که تابع قواعد حقوقی بوروکراسی دولتی هستند و موظف به اطاعت و تبعیت از قواعد مذکورند، بلکه شهروندان و افراد خصوصی زمانی به منزله عموم عمل می‌کنند که بدون اجبار و اضطرار بتوانند به مسائل مورد علاقه مردم یا منافع عمومی بپردازند و

این زمانی امکان پذیر است که تضمین‌های لازم برای گردهمایی و اجتماع آنان فراهم باشد و آزادانه بتوانند به یکدیگر بپیوندند و آزادانه افکار خود را بیان و تبلیغ نمایند. (نوذری ۱۳۸۱ ص ۴۶۶)

به اعتقاد هابرماس در صورت گسترده بودن حوزه عمومی، ارتباط و مفاهمه میان آنان مستلزم ابزار معینی برای پراکنش و انتشار عقیده و تاثیرگذاری است... امروزه با توجه به گسترش و رشد عظیم تکنولوژی و علم، ابزار و امکانات پراکنش ارتباطات نیز گسترش یافته‌اند که از جمله مهمترین این ابزار می‌توان به روزنامه، نشریات، رادیو و تلویزیون، سینما و ویدئو، کامپیوتر، شبکه‌های اینترنت و ... به عنوان «مهمترین ابزار حوزه عمومی» اشاره کرد. (نوذری ۱۳۸۱ ص ۴۶۷)

### ابزارهای ارتباطی حوزه عمومی

به اعتقاد هابرماس از آنجا که محدوده جامعه جدید، فقط امکان حضور فیزیکی تعداد نسبتاً کمی از شهروندان را فراهم می‌سازد، رسانه‌های همگانی به نهادهای اصلی حوزه عمومی تبدیل گشته‌اند. (دالگران ۱۳۸۰ ص ۱۹) به این ترتیب در صورت گسترده بودن حوزه عمومی، ارتباط و مفاهمه میان آنان مستلزم ابزار معینی برای پراکنش و انتشار عقیده و تاثیر گذاری است..... وی به عنوان نمونه تاریخی می‌گوید: هنگامی که ادیسون و استیل در ۱۹۰۷ اولین شماره نشریه Tatler را منتشر ساختند، تعداد قهوه‌خانه‌ها چنان زیاد و حلقه‌های بحث‌شان چنان وسیع بود که ارتباط بین آنها فقط از طریق چاپ یک نشریه امکان پذیر بود. این نشریه به حدی با مسائل قهوه‌خانه‌ها گره خورده بود که برای انتشار آن وجود موضوعی خاص نیز کافی بود. مقالات ادواری این نشریه نه فقط در قهوه‌خانه‌ها موضوع بحث «عموم» قرار می‌گرفت بلکه خود بخشی لاینفک از این بحث‌ها بود. بدین ترتیب بحث‌ها و گفتگوهایی که در محافل صورت می‌گرفت به صورت نوشتاری در می‌آمد و مطالعه این نوشته‌ها توسط افراد بر فرایند همان بحث و گفتگوها اثر می‌گذاشت. (هابرماس ۱۳۸۴ صص ۷۵ و ۷۶)

این امر در جوامع امروزی که شهروندان فرهیخته، آگاه و صاحب نظر در امور جاری و همچنین مراکز تولید اطلاعات افزون شده است، نقش پیوند دهنده‌ها یا همان ابزارهای ارتباطی حوزه عمومی تشدید نیز شده است. در عصر کنونی دیگر کسی بدون استفاده یا حمایت ابزارهای ارتباطی توان ایجاد برقراری ارتباط موثر با دیگران در حوزه عمومی را نخواهد داشت. به تعبیر هابرماس امروزه با توجه به گسترش و رشد عظیم تکنولوژی و علم، ابزار و امکانات پراکنش ارتباطات نیز گسترش یافته‌اند که از جمله مهمترین این ابزار می‌توان به روزنامه، نشریات، رادیو و تلویزیون، سینما، ویدئو، کامپیوتر، شبکه‌های اینترنت و ... به عنوان «مهمترین ابزار ارتباطی حوزه عمومی» اشاره کرد. (نوذری ۱۳۸۱ ص ۴۶۷)

باید عنایت داشت که مبحث «ابزارهای ارتباطی حوزه عمومی» به دو بخش ۱- اطلاعات و ۲- رسانه‌ها تقسیم می‌شود. اطلاعات در مرکز حوزه عمومی قرار دارد و فرض بر این است که در این مرکز، هریک از بازیگران در حالی که دیدگاه‌های‌شان در دسترس عموم قرار دارد، مواضع خود را با گفتگوی صریح تشریح کند و البته احتمال دسترسی کامل آنان به این روند نیز وجود دارد. (وبستر ۱۳۸۰ ص ۲۱۴)

با توجه به این پیش فرض که افکار عمومی در میدان گفتگوی آزاد شکل می‌گیرد، همه اثر بخشی آن عمیقاً به کیفیت، قابلیت دسترسی و رسانش اطلاعات بستگی دارد. اطلاعات کافی، معتبر و صریح، گفت و شنود رسا را امکان پذیر می‌سازد، در حالی که اطلاعات فقیر و حتی اطلاعات اندکی تحریف شده به صورتی اجتناب ناپذیر بر تصمیم‌های تعصب آمیز و مباحث ناشایست می‌انجامد. (وبستر ۱۳۸۰ ص ۲۲۱)

بر اساس آرمان‌های نمونه تمثیلی از گستره همگانی، بیشترین نگرانی نسبت به نفوذ اطلاعات «بسته‌بندی شده» ابراز شده است. پس به دلیل اینکه ما نمی‌توانیم از صحت و سقم آنچه در مباحث سیاسی خوانده یا شنیده می‌شود، مطمئن باشیم، این اطلاعات بخش مهمی از اعتبار خود را از دست می‌دهد. (وبستر ۱۳۸۰ ص ۲۷۴)

البته اطلاعات ضعیف و بی کیفیت نتیجه دو امر است: تولید کنندگان و رسانه‌هایی که آن‌ها را انتقال می‌دهند. موسسات دولتی و یا وابسته به بازار می‌توانند اطلاعاتی تولید کنند که از صحت و جامعیت لازم برخوردار نباشد که این نوع اطلاعات در تصمیم‌گیری‌ها منجر به تصمیمات غلط و تعصب آمیز می‌شود. حالت دوم زمانی است که اطلاعات تولید شده به صورت ناقص و دستکاری شده انتقال می‌یابند و به قول هابرماس «مدیریت اطلاعات» می‌شود و هر نوع اطلاعاتی که توسط رسانه‌ها قابل پخش و ارائه باشد انعکاس می‌یابد. به این ترتیب رسانه‌های دولتی و یا بازار، حایلی بین واقعیت‌ها و جامعه می‌شوند که یورگن هابرماس «مدیریت اطلاعات» را به عنوان نشانه‌ای از نابودی گستره همگانی می‌شناسد. (وبستر ۱۳۸۰ ص ۲۶۵)

رسانه‌ها به عنوان مولفه دوم «ابزارهای ارتباطی حوزه عمومی» اهمیتی کمتر از اطلاعات ندارد. به تعبیر دیگر این رسانه‌ها هستند که ۱- امکان برقراری ارتباط را مهیا می‌سازند و ۲- اطلاعات موجود [موثق یا تحریف شده] را به اشتراک نظر می‌گذارند.

### ابزارهای ارتباطی سایر در حوزه عمومی

ورود اینترنت در دهه ۹۰ میلادی خیلی از اندیشمندان خوشبین را بر آن داشت که اینترنت بتواند جایگزینی مناسب و دموکراتیک برای ابزارهای ارتباطی در حوزه عمومی باشد. که ویژگی‌های ۱- تمرکز زدایی ۲- تکه تکه بودن ۳- مجازی بودن ۴- جهانی بودن ۵- تعاملی بودن (مهدی‌زاده ۱۳۸۳ صص ۱۲۱ و ۱۲۲) بر این اندیشه دامن زدند. حال اگر در جامعه‌ای رسانه‌ها در انحصار بخشی خاص [خصوصی یا دولتی] باشد امکان دارد صاحبان رسانه اجازه استفاده تمامی بخش‌های جامعه از رسانه در تملک خود را ندهند و این باعث شود بخشی از جامعه فاقد ابزار ارتباطی در اجتماع گردد که این امر باعث شکل نگرفتن حوزه عمومی واقعی و کارآمد می‌گردد. اما حالت دوم نیز وجود دارد و آن زمانی است که رسانه‌ها به عمد یا سهو اطلاعات موجود را تحریف و یا فقط بخشی از آن که با منافع‌شان سازگاری دارد را بازنمایی نمایند و بخش‌هایی را که به ضرر منافع خودشان است بایکت و سانسور نمایند و این اجازه را از شهروندان بگیرند که خودشان در مورد صحت و مفید بودن اطلاعات قضاوت نمایند که این نیز باعث خدشه به حوزه عمومی است.

فضای مجازی با حیطة عمل گسترده‌ای که دارد تمامی محدودیت‌های رسانه‌های همگانی توده را برطرف می‌سازد. در این فضا تمامی شهروندان می‌توانند یک یا چند رسانه ویژه تعاملی با دسترسی بین‌المللی داشته باشند. این فضای سایبری پدیده‌ای جدید و مختص هزاره سوم است که تمامی نظریه‌های قرن بیستم در عرصه ارتباطات اجتماعی را به چالش کشیده است و دیگر نمی‌توان با نظریه‌های ارتباطات جمعی گذشته، موضوعات روز را حل و رفع کرد.

در گذشته عقیده بر این بود که حوزه عمومی علاوه بر دسترسی همگانی باید عموم شهروندان را نیز در برگیرد. باید گفت: در فضای سایر «حوزه‌های عمومی کوچکتر و همگون‌تری به موازات حوزه عمومی بزرگتر و ناهمگون‌تری که بر فضای سیاست غلبه دارد، تکوین و بسط خواهد یافت. (بنت و انتمن ۱۳۸۹ ص ۳) به تعبیر دیگر اگر در گذشته حوزه عمومی فراگیر و گسترده بود و افراد زیادی در حوزه عمومی فراگیر و گسترده حضور داشتند اما در عصر سایر، حوزه‌های عمومی به واسطه فناوری اطلاعات و ارتباطات به بخش‌های کوچکتر اما کارآمدتری تقسیم شده است، در فضای سایر همانند گذشته تمامی شهروندان حضور ندارند که با توجه به رای اکثریت پوپولیستی و توده‌ای، تصمیماتی اتخاذ گردد که آینده آن نامشخص باشد، بلکه مشارکت کنندگان در این حوزه دارای تحصیلات، طبقات اجتماعی نزدیک، همفکر و منسجم هستند که با تعاطی افکار و به بحث و جدل گذاشتن موضوع، می‌توانند تصمیماتی اتخاذ کنند که در گذشته امکان آن تصمیم‌گیری‌ها وجود نداشته است.

به تبع وقتی جمعی به مدد فن‌آوری ارتباطی، از حالت توده [mass] خارج شده و فعالیت شتابزده و تحت تاثیر رسانه‌های توده [رسانه‌های انحصاری، ارتباط عمودی و مخاطب منفعل] نداشته باشد و با فرصت کامل و استفاده از تمامی نظرات، تصمیماتی اتخاذ کند این تصمیمات هم کارآمدتر خواهد بود.

مضاف بر اینکه در هزاره سوم حوزه عمومی مختص به موضوعات کلان نخواهد بود بلکه جزئی‌ترین فعالیت‌های حاکمیتی یا اجتماع در معرض قضاوت شهروندان قرار می‌گیرد و در صورت نامطلوب بودن، انتظار تغییر در آنها خواهد بود.

### گروه‌های اجتماعی مجازی و تاثیر آن بر جنبش‌های اجتماعی ویژگی‌های گروه‌های اجتماعی مجازی

پیش از ورود به بحث «تاثیر گروه‌های اجتماعی مجازی بر جنبش‌های اجتماعی» لازم است ابتدا به ویژگی‌های گروه‌های اجتماعی مجازی پرداخته شود تا بتوان تمایز بین جنبش‌های اجتماعی جدید با گذشته را درک کرد. هر چند که این ویژگی‌ها در سیلان هستند و هر روز امکان تغییر یا افزوده شدن موردی به آنها وجود دارد. لذا برخی از مهمترین ویژگی این گروه‌ها آورده می‌شود.

- **مرجعیت گروه‌های سایبری:** گروه‌های غیر سایبری گروه‌هایی هستند که از تمامی اعضای جامعه در آن مشارکت دارند اعم از نخبگان و فرهیختگان تا شهروندان عادی و کم سواد جامعه، اما کاربران اینترنتی در سراسر دنیا، در واقع سرآمدان و نخبگان یک ملت محسوب می‌شوند. حقیقت این است که داشتن سواد کافی و آشنایی حداقلی با زبان خارجی، از ملزومات استفاده از خدمات اینترنتی است. از سوی دیگر، حضور مؤثر در شبکه‌های اجتماعی اینترنتی نیز حداکثر معلومات، توانایی و استعدادی را می‌طلبد که تنها در قشر تحصیل کرده می‌توان آن را یافت. از سوی دیگر استفاده از خدمات رایانه‌ای محدود به نسل‌های جوان و جدید است. بنابراین، جوانان دانشجو، مهمترین قشر درگیر در ماجرا هستند.

با این توصیفات باید گفت که گروه‌هایی سایبری مرجعیت گروه‌های دیگر را نیز در اختیار خواهند داشت. هر چند خود آنها از فضای سایبری استفاده می‌کنند اما در تعاملات اجتماعی به عنوان رهبران فکری در حوزه مربوطه، تاثیر بر افشار دیگر را نیز خواهند داشت. مضاف بر اینکه فضای سایبر امروزه برای رسانه‌ها و افکار عمومی رسمیت پیدا کرده است و لذا رادیو و تلویزیون‌ها و سایت‌های خبری [که جزو شبکه‌ها هستند تا وب‌ها] به بازنمایی این گروه‌ها می‌پردازند لذا فعالیت این گروه‌ها در دستور کار مابقی شهروندان نیز قرار می‌گیرد.

- **فی نفسه ارتباطی بودن:** یکی از ویژگی‌های منحصر به فرد گروه‌های اجتماعی سایبر در خود داشتن نظام ارتباطی است. به تعبیر دیگر برای ایجاد گروه‌های اجتماعی نیاز به رسانه‌های همگانی جهت اطلاع رسانی به شهروندان می‌باشد و اگر رسانه‌های همگانی با گروه مربوطه همکاری نکند [در اثر تعارض یا بی اهمیت پنداشتن موضوع] گروه اجتماعی با انسداد ارتباطی مواجه شده و اگر از بین نرود با مشکلات عدیده‌ای روبرو خواهد شد و باید از نظام‌های ارتباطی جایگزین و البته هزینه بر استفاده نماید. با عنایت به اینکه کنترل رسانه‌ها برای ذینفعان راحت می‌باشد این مشکل در گروه‌های اجتماعی با موضوعات خطیر بغرنج‌تر است.

اما گروه‌های سایبری، فی نفسه ارتباط در ذاتش می‌باشد و بدون ارتباط سایبری، اصلاً گروهی به وجود نمی‌آید لذا این گروه‌ها هر چه وسعت پیدا می‌کنند قدرت ارتباطی بیشتری کسب می‌کنند و گروه‌های معارض یا فشار نیز نمی‌توانند کانال‌های ارتباطی آنها را قطع کنند.

- **ابعاد بین‌المللی داشتن:** هر چند فضاها سایبری توسط تک تک شهروندان ساخته می‌شود ولی دسترسی به آن برای تمامی شهروندان جهانی میسر می‌باشد. یعنی «امکان ارتباط یکی با بسیار» (دالگران ۱۳۸۹ ص ۷۶) لذا در صورت ایجاد بحران یا حساسیت نسبت به موضوع، تمامی کشورها، رسانه‌ها و حتی شهروندان سایبری می‌توانند اطلاعات دلخواه را به دست آورند و در موضوع به نحوی مشارکت نمایند.

این جنبه بین‌المللی چند ویژگی دارد: اول آنکه تمامی جهانیان از مورد منازعه آگاه می‌شوند و دیگر موضوع را نمی‌توان محرمانه و دور از چشم دیگران نگه داشت که این برای ذینفعان که افکار عمومی جهانی را مهم می‌دانند بغرنج خواهد



بود. دوم، امکان برخورد غیر متعارف با شهروندان ناراضی را به حداقل خود می‌رساند زیرا ذینفعان به خوبی می‌دانند که کوچکترین حرکت آنها در سطح جهانی انعکاس منفی خواهد داشت و به تعبیر دیگر هزینه برخورد با مخالفان افزایش یافته است. سوم، تمامی شهروندان یک کشور حتی آنان که خارج از کشور زندگی می‌کنند، می‌توانند در بطن و متن جنبش حضور و مشارکت داشته باشند و ایده‌ها و برنامه‌های خود را در اختیار دیگران قرار دهند.

- **مستدام و تدریجی بودن:** یکی از ویژگی‌های گروه‌های اجتماعی سایبر این است که در طول زمان از اولین مرحله بروز مشکل یا موضوع تا سرانجام آن، حضور دارد. اما در گروه‌های اجتماعی مشکلات و مصائب جمع می‌شوند و زمانی که از حد آستانه شهروندان گذشت آن وقت اجتماع شهروندان برای رفع آن شکل می‌گیرد. اما در نظام سایبر از هنگام اطلاع از موضوع، گروه سایبری شکل می‌گیرد و متداوم در آن بحث و تبادل اندیشه و اطلاعات می‌شود و در همین اثنا عضوگیری یا جلب مخاطب رخ داده و تا مرحله به نتیجه رسیدن ادامه خواهد داشت.

- **قدرت بسیج‌کنندگی:** گروه‌های اجتماعی مجازی «قدرت بسیج‌کنندگی» دارند یعنی می‌توانند افراد را در یک زمان و یا مکان در محیطی واقعی گرد هم آورند، یا در محیط مجازی به کمپین پردازند. شاید هیچ یک از گروه‌های اجتماعی دیگر به این سرعت و گستردگی توان بسیج‌کنندگی نداشته باشند اما گروه‌های اجتماعی مجازی به علت ماهیت ارتباطی‌شان به راحتی و بدون واسطه [استفاده از رسانه‌های دیگر] می‌توانند در زمان و مکان دلخواه تجمع و اقدام نمایند.

- **اصلاح‌گری در مقابل انقلابی‌گری:** ویژگی دیگر گروه‌های اجتماعی مجازی برخورد با موضوعات کوچک و قابل اصلاح می‌باشد. به تعبیر دیگر در گروه‌های اجتماعی غیر سایبر، تجمع و گردآمدن هزینه‌گزار دارد لذا برای امور کوچک و کم‌اهمیت، تشکیل این گروه‌ها به صرفه نمی‌باشد لذا تا هنگامی که موضع بزرگ و بغرنج نشده باشد شهروندان تشکیل گروه نمی‌دهند که در این هنگام نیز هرگونه اصلاح تغییرات بنیادی را در عرصه مورد نظر خواهد داشت که هزینه این تحول برای اجتماع زیاد خواهد بود. در صورتی که در گروه‌های سایبر با مشخص شدن مشکل، گروه‌ها شکل گرفته و ذریبطان را وادار به تغییر و اصلاح می‌نماید.

- **تخصصی و تعدد داشتن:** برخورد تخصصی با موضوعات یکی دیگر از این ویژگی‌ها است. به‌طور مثال زمانی که در کنکور دانشگاه موردی پیش می‌آید ذینفعان، متخصصان و افرادی که احساس مسئولیت می‌کنند می‌توانند «دادخواست اینترنتی» (*Internet petition*) [۱] در وبگاه خود قرار دهند و به این ترتیب گروهی اجتماعی تخصصی سایبری تشکیل دهند. این نوع گروه‌ها هرچند از لحاظ آماری برای مسئولان مربوطه مهمتر است اما باید گفت که مباحث مطرح شده فقط برخورد با یک اشتباه نیست بلکه اصلاح امور کنکور در دانشگاه‌ها را نیز در پی خواهد داشت و این ارتقاء جامعه در تمامی سطوح خواهد بود.

- **منتج به نتایج و دستاورد حتمی:** گروه‌های اجتماعی معمولی در چند حالت عمرشان خاتمه می‌یابد: الف) رسیدن به نتیجه، ب) مأیوس شدن از دستیابی به نتیجه، ج) فشار ذینفعان. در بیشتر مواقع یأس از دستیابی به نتیجه و فشار ذینفعان باعث می‌شود گروه‌های اجتماعی دیگر هزینه‌ای برای بقاء و دوام نپردازند و خود را از گردونه خارج سازند. اما گروه‌های سایبری برخلاف گروه‌های واقعی، چون هزینه پایینی می‌دهند و حضور فیزیکی در موضوع ندارند لذا به راحتی و با کمترین هزینه می‌توانند تا رسیدن به نتیجه به بقاء خود ادامه دهند و در عین حال ذینفعان نیز توان فشار برای انحلال این گروه‌ها ندارند و به صورت سینوسی (فعالیت زیاد - کم - زیاد - کم...) فعالیت خود را تداوم می‌بخشند و شاید سال‌ها برای رسیدن به نتیجه مبارزه نمایند.

- **کم هزینه بودن:** هرچند برای تشکیل یا مشارکت در گروه‌های اجتماعی سایبر، نیاز به کامپیوتر و اینترنت و هزینه‌های اقتصادی آن می‌باشد اما این هزینه برای کاربران تقریباً هیچ محسوب می‌شود. مانند این است فردی روزنامه می‌خرد بخواهد هزینه مطالعه اخبار ورزشی را در خرید روزنامه محاسبه نماید. برای شرکت در گروه‌های اجتماعی

متداول نیاز به زمان، ایاب و ذهاب، شناسایی شدن توسط ذینفعان، و در صورت اقدامات عملی، انتظار پرداخت تاوان نیز خواهد بود که این هزینه‌ها هرگاه زیاد باشد کمتر شهروندی در آن مشارکت خواهد کرد.

در بدیل آن، شهروندان بدون اختصاص زمان زیاد، ایاب و ذهاب و شناسایی شدن و پرداخت تاوان، می‌توانند در گروه‌های سایبری مشارکت داشته باشند. این گروه‌ها به ندرت نیاز به تجمع دارند و بیشتر با اعلام مواضع و میزان طرفداران خود، می‌توانند امتیازات مورد نظر را دریافت کنند و در صورت لجاجت ذینفعان، تجمع و اعتراض نیز روی خواهد داد که این نه به خاطر فلسفه گروه‌های اجتماعی سایبر، بلکه به خاطر عدم توجه ساختار مورد نظر به افکار عمومی خواهد بود.

**نظارت ناپذیری:** غیر قابل کنترل و نظارت بودن گروه‌های سایبری ویژگی اساسی و عامل بقاء این پدیده است. در گروه‌های اجتماعی غیر سایبر، ذینفعان می‌توانستند با انواع فشارهای فیزیکی و روانی، مخالفان خود را از صحنه خارج سازند و توان فعالیت را به آنها ندهند. اما در نظام‌های سایبری، کاربران دارای انعطاف فوق‌العاده‌ای هستند که هیچ سیستمی توان مسدود سازی کانال‌های ارتباطی آنها را ندارد و اصولاً در عرصه‌های سایبری، کاربران همیشه یک گام جلوتر از ذینفعات حرکت می‌کنند لذا بدیهی است که در صورت انسداد کانال و غیره، کاربران به سهولت از شیوه‌های دیگر برای رسیدن به نتیجه بهره‌مند شوند. به طور مثال در صورت فیلترینگ، از فیلتر شکن یا حک یک سایت، از سایت‌های موازی یا جانشین بهره‌مند شوند.

**گمنامی و ناشناس بودن:** در غالب جوامع اعتراضات اساسی، به جای رسیدگی با برخورد شدید پاسخ داده می‌شود که این برخوردها می‌تواند شامل بازداشت، جریمه، اخراج از کار و یا تنزل درجه در سازمان اقتصادی شهروندان باشد. این عامل باعث می‌شود که شهروندان ناراضی به جای اعتراض، سکوت اختیار کنند و فقط در جمع‌های خانوادگی و دوستان و حداکثر در مجامع غیر رسمی، نارضایتی خود را بروز دهند و هیچگاه نخواهند هزینه‌ای بابت اعتراض بپردازند.

گمنامی در گروه‌های اجتماعی سایبر و ناتوانی ذینفعان در پیگیری هویت مشارکت کنندگان باعث می‌شود که این گروه‌ها برخلاف اسلاف خویش هیچگاه ترس و واهمه‌ای از مشارکت و حتی بیان اعتراض خود نداشته باشند لذا گسترش این نوع گروه‌ها در موضوعات حساس بیشتر می‌باشد.

**غیر قابل برآورد بودن میزان اعضا:** گروه‌های سایبری به نحوی هستند که افراد آزادانه می‌توانند به آن وارد یا از آن خارج شوند این باز بودن ورود و خروج، امکان هر نوع ارزیابی دقیق را ناممکن می‌سازد. به تعبیر دیگر در زمان بحران‌ها (Critic) یا در دستور کار قرار گرفتن (Agenda setting) موضوعات، شهروندان علاقه و مشارکت در امور پیدا می‌کنند و به تبع افزایش چشمگیری نیز در اعضای گروه‌های اجتماعی مجازی ایجاد می‌شود و بالعکس در زمان ثبات این تغییرات اعضا روندی کندتر خواهد داشت.

از سوی دیگر شهروندانی که در گروه‌های سایبری مشارکت دارند به طور عموم از قشر تحصیل کرده و فرهیخته جامعه هستند که رهبری فکری عده‌ای دیگر از شهروندان را نیز عهده دارند. به این ترتیب مشخص نمی‌شود که یک گروه اجتماعی سایبری چند درصد از کل جامعه را در بر می‌گیرد.

برآورد نشدن اعضا و تاثیرپذیران گروه‌های اجتماعی، امکان برنامه‌ریزی و کنترل آنها را نیز با مشکل مواجه می‌سازد که اهمیت این نوع گروه‌ها را به نسبت انواع دیگر نشان می‌دهد.

**عبور از هنجارها و قوانین موجود:** ناشناسی و بی‌هویتی خود باعث کارهای خطرناک و خارق‌العاده افراد می‌شود. طبیعی است که در گروه‌های اجتماعی مجازی، کاربران در ابراز نارضایتی‌های خود، قوانین، مقررات و حتی هنجارهای جامعه را نیز رعایت نکنند.

عدم رعایت این موارد باعث می‌شود که خیلی از تابوها و خطوط قرمز شکسته شود که پیامد آن به خطر افتادن منافع خودساخته عده‌ای از ذینفعان خواهد بود. این پدیده پس از مدتی به بخش‌های دیگر جامعه نیز نفوذ خواهد کرد و فرهنگی جدیدی را به همراه خواهد داشت.

- **آهنگ حرکت گروه‌های سایبر:** هر یک از گروه‌های اجتماعی با ریتم و آهنگ، مخصوص به خود حرکت می‌کنند و آهنگ حرکت آنها یکسان نیست. برخی آرام و کند و برخی متوسط و برخی شتابان حرکت می‌کنند. به تعبیر دیگر گروه‌های اجتماعی مجازی ۱- یا فی‌نفسه باعث تحول می‌شوند و ۲- یا به صورت فیزیکی به حرکت‌های اجتماعی شهروندان منتج می‌شود.

در هر دو حالت گروه‌های مجازی به ارزیابی وضعیت جامعه و ذینفعان می‌پردازند و سپس با توجه به این معیار، سرعت فعالیت خود را مشخص می‌سازند. اگر در جامعه‌ای شرایط مناسب تحول نباشد گروه‌های اجتماعی سایبری، به آگاهی بخشی و آموزش شهروندان در مورد سوژه اقدام می‌نمایند و این روند را تا زمان مناسب ادامه می‌دهند و در موعد مناسب چون اطلاع‌رسانی لازم را داشته‌اند لذا به سهولت حرکت اجتماعی را در متن جامعه محقق خواهند ساخت. البته در صورت مهیا بودن تمامی شرایط در یک اجتماع سرعت حرکت گروه‌های سایبری خیلی زیاد خواهد بود و در اسرع وقت می‌تواند به اهداف خود دست یابد.

با رویکرد دیگر باید به جنس گروه‌ها در سرعت حرکت آنها نیز توجه داشت. «موریس هالبواکس و گوروپچ به این نتیجه رسیده‌اند که اکثر گروه‌های اجتماعی، مطابق پویش و آهنگ مخصوص به خود در حرکت هستند.» به‌طور مثال آهنگ یا ریتم و حرکت گروه‌هایی فرهنگی به علت ذات فرهنگ‌ساز آنها خیلی کندتر می‌باشد و به آهستگی حرکت می‌کنند. اما در مقابل آن گروه‌های سیاسی و اجتماعی دارای تحرک بیشتری هستند به خصوص که اگر هراس اخلاقی (moral Panic) [۲] در خصوص موضوع وجود داشته باشد. لذا زمان تغییرپذیری گروه‌های سایبری نیز متفاوت است.

- **جوان‌گرایی:** امروزه شاید فضای سایبر را بتوان فضای جوانان پنداشت هرچند مابقی شهروندان نیز از اینترنت و فضای سایبر استفاده می‌کنند به خصوص از زمانی که موبایل‌ها نیز به اینترنت مجهز شده‌اند، اما جوانان به علت نوع آموزش و فضایی که در آن رشد کرده‌اند با این پدیده عجین‌تر هستند. به تبع مهم‌ترین اعضای گروه‌های اجتماعی مجازی، جوانان هستند.

جوان بودن در عرصه گروه‌های اجتماعی مجازی دارای پیامدهایی نیز می‌باشد که در تحلیل‌ها باید لحاظ شود. مهم‌ترین پیامد این نوع گروه‌ها کم تجربه بودن، عجول بودن و بی‌پروا بودن جوانان در رسیدن به نتیجه است. باید توجه داشت که نوع تعامل با این نوع گروه‌ها خیلی متفاوت با دیگر گروه‌ها است و احتمال دارد گروهی که خواسته فقط صنفی داشته باشد با برخوردی ناشیانه، تبدیل به بحرانی مدیریت ناشدنی گردد.

- **مشارکت بیشتر بانوان:** در اکثر جوامع بانوان به نسبت آقایان در فعالیت‌های سیاسی، اجتماعی و صنفی کم‌شمارتر می‌باشند و این به خاطر نوع حضور بانوان در صحنه‌های پرتنش است. اما دنیای سایبر دنیایی امن است که تمامی بانوان می‌توانند با آرامش خاطر در آن مشارکت نمایند، بدون اینکه بخواهند در فضاهای پرتنش حضور یابند. مشارکت بیشتر بانوان به معنای حضور تعداد بیشتری از شهروندان در تمامی مسائل سیاسی و اجتماعی است. از ویژگی‌های بانوان پیگیر و کوشا بودن آنها تا رسیدن به هدف مطلوب است لذا در محاسبات دیگر نمی‌توان مانند گذشته گروه‌های اجتماعی، را محدود به عده‌ای خاص دانست.

- **شخصی شدن این حوزه:** «در این حوزه هم داده‌های سیاسی و هم مطالبات و توقعات شهروندان شخصی‌تر شده و بنابر این عملکرد قانونی دولت نمی‌تواند آنها را قانع کند و به این دلیل و سایر دلایل دانش اجتماعی، علاقه به دولت و حمایت از آن و نیز هویت یابی متداول سیاسی نقطه اشتراک کمی با هم دارند. (بنت و انتمن ۱۳۸۹ ص ۲۷)

## تأثیر گروه‌های اجتماعی سایبری بر جنبش‌های اجتماعی

در جامعه‌شناسی کلاسیک، «جنبش‌های اجتماعی» در مقابل «کودتا»ها و «انقلاب»ها قرار می‌گیرند. در حالی که کودتاها، ناگهانی و یک شبه اتفاق می‌افتند و تنها موجب تغییر در نخبگان سیاسی حاکم می‌شوند، جنبش‌ها در روندی دراز مدت و با برنامه، زمینه تغییر در حوزه اجتماعی و سیاسی را فراهم می‌آورند. انقلاب‌ها به تغییرات بنیادین در همه ارکان حیات جمعی می‌انجامند و ممکن است به تغییرات فراگیر در حوزه سیاسی، فرهنگ و اجتماعی منجر شوند و البته نظام سیاسی را نیز ساقط کنند. انقلاب‌ها عموماً با خشونت و درگیری همراه هستند و گروهی از نخبگان را که تا پیش از انقلاب دخالتی در قدرت نداشته‌اند به قدرت می‌رساند. اما جنبش‌ها مبتنی بر ساختارهای سیاسی نظیر حزب و سندیکا و اتحادیه‌ها برنامه اعلام شده‌ای را به قصد «اصلاح» و نه انقلاب یا کودتا در طولانی مدت پیش می‌برند. از همین رو نیز عموماً جنبش‌ها، مبتنی بر روش‌های مسالمت آمیز نظیر راهپیمایی یا انتشار مطبوعات یا بحث و گفتگو هستند. اعضای یک جنبش، ارتباط رودرو و نزدیکی با یکدیگر دارند و اهداف جنبش را از طریق حضور در خیابان‌ها - در مواقع ضروری - دنبال می‌کنند. نقطه اوج پیروزی جنبش در خیابان‌ها و مجامع عمومی از طریق حضور گسترده هواداران اتفاق می‌افتد. به عبارتی همه چیزی در «حوزه عمومی» جامعه اتفاق می‌افتد استفاده از ابزارهای مبارزاتی گفته شده، نشان می‌دهد که جنبش‌ها، دگرگونی دراز مدت در حوزه اجتماعی و فرهنگی را دنبال می‌کنند. از سوی دیگر همچنان که کودتاها منحصر به طیف نخبه‌ای از نظامیان است و انقلاب‌ها کل افراد یک جامعه را علیه نظم موجود بسیج می‌کنند، جنبش‌ها محدود به طبقه و اقشار خاصی از جامعه است که مطالبات آنها را از طریق NGOs و شکل‌ها و نخبگان هوادار خودش دنبال می‌کند. جنبش‌ها محدود هستند و تنها گروهی از افراد جامعه که منافع شان از طریق جنبش راهبری و تامین می‌شود امکان عضویت دارند و بدین ترتیب امکان مرزبندی و تعیین «هویت» خاص آن فراهم می‌آید. (دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها، ۱۳۹۰/۸/۲۱)

به واسطه امکانات سایبری ماهیت جنبش‌ها نیز تغییر یافته است. جنبش‌هایی که سابقاً قادر به بازنمایی خود و مشارکت در تولید محتوا در رسانه‌ها نبودند و یا توسط قدرت‌ها به حاشیه رانده شده بودند تا حدی توانسته‌اند صدا و حضور خود را قابل شنیدن کنند. حال می‌توانند از فضای مجازی به عنوان ابزاری برای نشر و گسترش فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خود استفاده کنند به ویژه گروه‌های حاشیه‌ای می‌توانند به سکویی دست یابند تا خود را متجلی سازند. در این شرایط افرادی که کمتر محتمل بود با همدیگر ارتباط داشته باشند با پیوندی که بین آنها به وجود آید، فرصت آن را خواهند یافت تا یکدیگر را همیابی کنند.

اینترنت از یک سو آگاهی‌های افراد را افزایش می‌دهد و از سوی دیگر آنها را در مناسبات دلخواه درگیر می‌کند و از آنجایی که فضای عمومی شهری برای گفتگو به ندرت وجود دارد، در نتیجه فضای مجازی به عرصه‌ای برای گفتگو تبدیل می‌شود. ویژگی اصلی این فضا و این شبکه‌های اجتماعی مجازی، پویایی آنها است که با توجه به ابزارهایی که در اختیار کاربران قرار می‌دهند سبب می‌شوند تا افراد بهتر بتوانند گرایش‌های خود را نشان دهند. لذا می‌توان گفت که شبکه‌های اجتماعی، جماعت‌هایی در وضعیت مدرن و واسطه‌ای میان جامعه و دولت‌های مدرن هستند که وارد مسایل مربوط به امور عمومی می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی شکل اجتماعی نوینی از ارتباطات را به وجود آورده که در عین حال توده‌ای است اما به صورت انفرادی تولید و دریافت می‌شود و تأثیر می‌گذارد. با این همه، در سراسر جهان، به ابزاری در خدمت جنبش‌های اجتماعی تبدیل می‌شود. این جنبش‌ها، برای دستیابی به اهداف خود، در سه زمینه توانمندی دارند: ۱- شکل دادن به هویت جمعی، ۲- متقاعد ساختن پیروان خود و ۳- بسیج آنها.

در این گروه‌ها، تأثیر بر افکار عمومی و بسیج آن، به گونه‌ای است که به واسطه این رسانه‌ها، نوعی فضای عمومی شکل می‌گیرد و بسیاری افراد، بی آن که یکدیگر را ببینند و تبادل نظر کنند، مانند یکدیگر فکر و در نتیجه مانند یکدیگر نیز عمل می‌کنند.

همچنین گروه‌های اجتماعی مجازی همانند آزمایشگاهی است که جنبش‌های اجتماعی، میزان توانمندی خود را بررسی می‌کنند. در چنین حالتی گروه‌های اجتماعی مجازی، تنها به عنوان وسیله سیاسی عمل نمی‌کنند، بلکه خود به فضای سیاسی - اجتماعی تبدیل می‌شوند.

همچنین کاربرد شبکه‌های اجتماعی این امکان را به جنبش‌های اجتماعی می‌دهد که روش‌های سنتی بیان اعتراضات خود، همانند راهپیمایی‌ها، اعتراضات، شعارها و استفاده از نمادها را آسان‌تر به کار برده و آن‌ها را با روش‌های نمادین جدید ترکیب کنند. بر همین اساس، این جنبش‌ها توانمندی بیشتری برای جذب طبقات مختلف جامعه و شکل دادن به افکار عمومی دارند.

#### نتیجه‌گیری

"گروه‌های اجتماعی مجازی مجموعه افرادی در شبکه‌های اجتماعی [سایبری] هستند که در وضع واحدی قرار دارند و بر اثر منافع یا احساسات مشترکی به هم پیوند یافته‌اند." از ویژگی‌های «گروه‌های اجتماعی مجازی»؛ مرجعیت، فی‌نفسه ارتباطی بودن، ابعاد بین‌المللی داشتن، مستدام و تدریجی بودن، قدرت بسیج‌کنندگی، اصلاح‌گری در مقابل انقلابی‌گری، تخصصی و تعدد داشتن، منتج به نتایج و دستاورد حتمی، کم هزینه بودن، نظارت ناپذیری، گمنامی و ناشناس بودن، غیر قابل برآورد بودن میزان اعضا، عبور از هنجارها و قوانین موجود، سیلان در اعضا، آهنگ متفاوت حرکت گروه‌ها، جوان‌گرایی، مشارکت بیشتر بانوان، شخصی شدن این حوزه و غیره می‌باشد.

این ویژگی‌ها ماهیت گروه‌های اجتماعی را تغییر داده است. گروه‌های اجتماعی جدید [مجازی] از حالت رو در رو و فیزیکی، نظارت‌پذیری، ارتباطات عمودی رهبران به پیروان، وابسته به رسانه‌های همگانی و واسطه، هزینه‌زا بودن و غیره خارج شده‌اند و در ماهیت خود تمامی ویژگی‌های دموکراتیک و برشمرده شده را دارند لذا این گروه‌ها متعددتر، تخصصی‌تر و کارآمدتر از گذشته و با تاثیر شدیدتر در تمامی ارکان جامعه ایفای نقش می‌کنند.

نقش گروه‌های مجازی در جنبش‌های اجتماعی نیز روز به روز بیشتر می‌شود. در گذشته جنبش‌های اجتماعی بیشتر به خواسته‌های سیاسی معطوف می‌گردید که بخش عمده‌ای از آن‌ها نیز به ثمر نمی‌رسید اما در وضعیت جدید تعداد جنبش‌های اجتماعی روز افزون شده و امکان دستیابی به اهداف نیز بیشتر می‌باشد. در وضعیت کنونی نظام‌های کارآمد سیاسی و اجتماعی وضعیت خود را با این پدیده جدید همراه و همسو می‌نمایند و درصدد ایستادگی در مقابل آن بر نمی‌آیند.

به تعبیر دیگر با در نظر گرفتن شرایط کنونی فن‌آوری و به تبع آن پدیده‌های جدید همچون «گروه‌های اجتماعی مجازی» نظام‌های کارآمد، ساز و کار و تمهیدات لازم برای بهره‌مندی از فرصت پیش‌آمده را در ساختار حاکمیتی خود می‌گنجانند و به تبع از مواهب فناوری موجود بیشترین بهره را می‌برند و توان هر یک از شهروندان در اداره بهتر جامعه تحت عنوان مشارکت در «گروه‌های اجتماعی مجازی» را به فال نیک گرفته و بیشترین استفاده را از پتانسیل بالفعل درآمده شهروندان می‌نمایند. بر خلاف آن در صورت تعصب نسبت به روش‌های گذشته اداره جامعه و مقابله با «جبر تکنولوژی» در بلند مدت پتانسیل و مشارکت شهروندی تبدیل به تهدید و دخالت در امور تعبیر شده و اختلاف بین شهروندان و سیاستمداران ایجاد خواهد شد.

#### پی‌نوشت

[۱] دادخواست اینترنتی (به انگلیسی: Internet petition) گونه‌ای از دادخواست‌نویسی است که به صورت الکترونیکی تهیه شده و در یک وب‌گاه قرار داده می‌شود. بازدیدکنندگان وب‌گاه در حمایت از دادخواست ممکن است نام یا آدرس ایمیل خود را به عنوان «امضاء» زیر آن قرار دهند. پس از گردآوری میزان مورد نیاز امضاء، نامه نهایی (غالباً از طریق ایمیل) به مخاطب آن ارسال می‌گردد. نمونه سایت پتیشن فارسی «<http://www.petitionfa.com>» است.

[http://petitionfa.com/?page\\_id=39](http://petitionfa.com/?page_id=39)

[۲] برای مطالعه بیشتر به «تبلیغات سیاسی (۱۳۸۸) حسن سبیلان اردستانی، انتشارات مهربان» مراجعه شود.

## فهرست منابع:

- اسپارکز کولین (۱۳۸۹) اینترنت و حوزه عمومی جهانی، از کتاب «سیاست رسانه‌ای شده، ارتباطات در آینده دموکراسی» نوشته دبلیو لنس بنت و رابرت ام انتمن (۱۳۸۹) ترجمه مسعود آریایی نیا، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- بنت دبلیو لنس و انتمن رابرت ام (۱۳۸۹) سیاست رسانه‌ای شده، ارتباطات در آینده دموکراسی، ترجمه مسعود آریایی نیا، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- دالگران، پیتر (۱۳۸۰) تلویزیون و گستره عمومی (جامعه مدنی و رسانه‌های همگانی)، ترجمه مهدی شفقتی، انتشارات سروش
- شبکه و حوزه عمومی: ساختار، فضا و ارتباطات، از کتاب «سیاست رسانه‌ای شده، ارتباطات در آینده دموکراسی» (۱۳۸۹) نوشته دبلیو لنس بنت و رابرت ام انتمن (۱۳۸۹) ترجمه مسعود آریایی نیا، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- دفتر مطالعات و برنامه ریزی رسانه‌ها (۱۳۹۰/۸/۲۱)
- <http://www.rasaneh.org/NSite/FullStory/News/?Id=1756>
- صداقت ثمر حسینی کامیار (۱۳۸۵) مفهوم گروه اجتماعی
- <http://bashgah.net/cgi-sys/suspendedpage.cgi>
- <http://kamyarsedaghat.blogfa.com/post-78.aspx>
- مهدی‌زاده، سید محمد (۱۳۸۳) اینترنت و حوزه عمومی، فصلنامه «رسانه» سال ۱۵، شماره ۳، شماره پیاپی ۵۹، [ص ۱۱۱ الی ۱۳۱]
- نظام‌بهرامی، کمیل (۱۳۸۱) روابط عمومی از دیدگاه یورگن هابرماس، فصلنامه هنر هشتم، تابستان، سال هفتم، شماره دوم، شماره پیاپی ۲۶
- نوذری حسینعلی (۱۳۸۱) بازخوانی هابرماس، انتشارات نشر چشمه
- نیومن راسل (۱۳۸۹) تاثیر رسانه‌های جدید؛ از کتاب «سیاست رسانه‌ای شده، ارتباطات در آینده دموکراسی» نوشته دبلیو لنس بنت و رابرت ام انتمن (۱۳۸۹) ترجمه مسعود آریایی نیا، انتشارات پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی
- وبستر، فرانک (۱۳۸۰) نظریه‌های جامعه اطلاعاتی، ترجمه اسماعیل قدیمی، انتشارات قصیده‌سرا
- ویستا (۱۳۸۹)
- <http://vista.ir/content/60711>
- هابرماس، یورگن (۱۳۸۴) دگرگونی ساختاری حوزه عمومی (کاوشی در باب جامعه بورژوازی)، ترجمه جمال محمدی، انتشارات نشر افکار