

جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسان موبایلی در شکل‌گیری خرد جمعی

اشرف کریمی راهجردی* ، عبدالعلی قوام** ، رها خرازی آذر***

علی گرانیماه پور***

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۶/۱۳ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۹/۳۰

چکیده

این پژوهش به بررسی جایگاه رسانه‌های مبتنی بر موبایل در شکل‌گیری خرد جمعی پرداخت. در این پژوهش کیفی، با رویکرد تحلیل محتوا، جامعه آماری استادان دانشگاه و صاحب‌نظران بودند که به روش نمونه‌گیری هدفمند ۱۹ نفر انتخاب شدند. ابزار مصاحبه نیمه ساختمند بود که تا حد اشباع پیش رفت. در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از سه

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
rahjerdi632@gmail.com
** استاد علوم سیاسی در روابط بین‌الملل دانشکده الهیات حقوق و علوم سیاسی، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).
s_a_gHAVAM@hotmail.com
*** استادیار علوم ارتباطات، واحد علوم تحقیقات تهران، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
cyber.diplomacy@gmail.com
**** استادیار علوم ارتباطات، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
ali_phd1970@yahoo.com

مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی استفاده شد. مصاحبه‌شوندگان خرد جمعی را نوعی تصمیم‌گیری جمعی و مشارکتی بر مبنای نظام ارزشی و تجربیات مرجع با توان تشخیص و درک عمومی یک گروه انسانی نسبت به مسائل مشترک می‌دانستند که حاصل هم‌افزایی، درک و تشخیص آحاد گروه در یک مشارکت ضابطه‌مند است و شاخص‌هایی چون مشارکت جمعی بر اساس منفعت جمعی، مشارکت مبتنی بر عقل جمعی با توجه به حساسیت اجتماعی، رفتار جمعی با توجه به تجربیات مرجع و نظام ارزشی و توجه ویژه به فرهنگ و زبان و تاریخ مشترک، عمومیت دیالکتیک عقل و هیجان در جمع در راستای سودجویی اجتماعی و مشارکت را برای آن برشمردند و ابراز داشتند که رسانه‌های مبتنی بر موبایل به سبب فرامرزی، کم‌هزینه بودن و گسترش آزادی بیان، محلی برای تضارب افکار عمومی شده‌اند و امکان اشاعه افکار عمومی از طریق مشارکت مستقیم شهروندان را فراهم آورده‌اند و بستر انعکاس واقعیت‌های اقتصادی و اجتماعی بدون سانسور و بدون جانب‌داری و اعطاء فرصت یکسان به موافقان و مخالفان برای اظهارنظر، سبب شده تا گامی در راستای شکل‌گیری خرد جمعی برداشته شود.

واژه‌های کلیدی: خرد جمعی، رسانه‌های مبتنی بر موبایل، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فضای مجازی

مقدمه و طرح مسئله

با توجه به رشد سریع فناوری اطلاعات، عصری به وجود آمد که در آن به کمک وسایل مدرن و چندرسانه‌ای مانند موبایل و اینترنت، می‌توان با یک کلیک به هر نقطه از دنیا با هر میزان فاصله جغرافیایی متصل شد و امکان دسترسی در آن به حدی است که از این طریق، می‌توان با همه ارتباط برقرار کرده و به وسیله آن به فعالیت‌های مختلف سیاسی، آموزشی، فرهنگی و اجتماعی پرداخت. امروزه با رسیدن این فناوری

جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسان ... ۳

به تلفن همراه بیش‌ازپیش سهولت دسترسی آسان شده است. امروزه اقشار مختلف جامعه با وجود امکاناتی مانند: وایبر، لاین، واتس‌آپ، تانگو، بیتالک، فیس‌بوک، توئیتر، لینکداین، مای اسپیس، نینگ، تلگرام و دیگر شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان، می‌توانند قسمت عمده از ساعات زندگی خود را در این فضاها بگذرانند. با وجود مقاومت بسیاری از کشورها به‌ویژه کشورهای جهان سوم در خصوص ورود نوآوری‌های ارتباطی از جمله شبکه‌های اینترنتی، دیده می‌شود که تلفن همراه جای خود را در میان کشورها به‌طور چشم‌گیری باز نموده است. به‌طوری‌که در سال ۲۰۰۱ تعداد تلفن‌های همراه در دنیا از تعداد تلویزیون‌ها بیشتر شد و آمار ۱۲۰ درصدی بر اساس اطلاعات مندرج در سایت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات در سال ۱۳۹۶ نشان‌دهنده نرخ نفوذ آن در جامعه ایران است و رقم بالای این آمار، حاکی از آن است که برخی افراد صاحب دو موبایل و یا بیشتر هستند.

امروزه دسترسی به شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان، از طریق مینی‌لپ‌تاب‌ها و وسایل کوچک و موبایل خواهد بود و بدین ترتیب، گسترش و دسترسی به این شبکه‌ها و نرم‌افزارهای پیام‌رسان آسان‌تر و سریع‌تر خواهد شد و افراد زمان بیشتری را برای حضور در این شبکه‌ها و نرم‌افزارهای پیام‌رسان اختصاص می‌دهند. پایگاه بررسی جهانی وضعیت اینترنت اخیراً آمار مربوط به ضریب نفوذ و تعداد مشترکان کشورهای جهان را منتشر کرده است که بر این اساس ایران از منظر تعداد کاربران اینترنت در خاورمیانه، رتبه نخست را با رقمی بالغ بر ۴۶ میلیون دارد. از این رو، در ایران نیز با توجه به اهمیت این موضوع در سال‌های اخیر، توجه فراوانی به رسانه‌های جدید از جمله شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان شده است. جامعه و فرهنگ ایرانی و به تبع آن انسان ایرانی نیز مانند دیگر جوامع، فرهنگ‌ها و انسان‌ها تحت تأثیر ظهور این فناوری‌های ارتباطی جدید، در حال دیجیتالی یا الکترونیکی شدن است (محمدیان، ۱۳۹۵: ۳). ظهور و گسترش ارتباطات دیجیتالی یا تعاملی و به تبع آن کاربرد

شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان، تعامل‌های اجتماعی را دچار تحول کرده است و تا حد زیادی تعامل‌های افراد و تعامل‌های گفتگومانی را شکل و سمت‌وسو داده است. جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان را نمی‌توان در شکل‌دهی به افکار عمومی نادیده گرفت (ابراهیمی فر و یعقوبی فر، ۱۳۹۳: ۶۹).

نگارندگان مقاله حاضر بر این باورند که آگاه‌سازی جامعه و آموزش همگانی و توسعه مشارکت در پرتو رشد و شتاب روزافزون شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان اهمیت فراوان دارد و نقش اطلاع‌رسانی به مردم و بالا بردن فهم جامعه، از اهم وظایف رسانه‌ها است. از این رو، به یاری همین رسانه‌ها می‌توان در جهت ارتقای سطح دانش، نگرش و رفتار اجتماعی و بازشناسی و بازتولید ارزش‌ها و باورهای عمیق و استوار جامعه و نهادینه کردن آن‌ها، گامی جدی برداشت و به نظر می‌رسد که امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان که در این پژوهش از آن‌ها به‌عنوان رسانه‌های مبتنی بر موبایل یاد می‌شود، می‌توانند در شکل‌گیری خرد جمعی در جامعه تأثیرگذار باشند و با توجه به این که این روزها به‌واسطه موبایل هر کس در هر مکان و هر زمان می‌تواند از خبرهای مرتبط با جامعه باخبر شود؛ این مهم در عصر رسانه بسیار حائز اهمیت است. فضای مجازی امروزه منجر به ایجاد تحولاتی بر عرصه سیاست و ارتباطات میان دولت‌ها و ملت‌ها شده است. می‌توان گفت بخش عمده رویدادهای سیاسی اخیر جهان، مدیون فضای مجازی می‌باشد (نصرالهی، شریفی و حقیقی، ۱۳۹۳: ۱۱۲). امروزه حتی افکار عمومی از طریق تشکلهای مجازی و شبکه‌ها شکل می‌گیرد (عقیلی و همکاران، ۱۳۹۷) و جهت پیدا می‌کند. امروزه افراد و سازمان‌ها از طریق وسایل ارتباطی مردم را نسبت به مسائل حیاتی خود آگاه می‌سازند (رضایی و همکاران، ۱۳۹۵) و به نحوی افکار عمومی را شکل می‌دهند (رحمان زاده، ۱۳۸۹: ۶۴).

از سوی دیگر امروزه مفهوم خرد جمعی به‌عنوان اصلی خدشه‌ناپذیر در جوامع پیشرفته، پذیرش همگانی یافته است. بدون تردید، پدیده جهانی‌شدن و رشد فراینده ارتباطات اجتماعی در گستره جهانی لزوم توجه به این اصل را بیش‌ازپیش مورد تأکید

قرار داده است. بر این اساس بسیاری از جوامع، دولت‌ها، نهادها و انجمن‌ها در تلاش هستند تا شرایط را برای رسیدن به خرد جمعی فراهم سازند، زیرا پیامدهای سودمند آن را باور دارند (فتاحی، ۱۳۸۹: ۱). از این رو، این پژوهش درصدد است تا پاسخگوی چهار سؤال باشد؛ اول این که خرد جمعی چیست؟ دوم این که چه شاخص‌هایی را می‌توان برای آن در نظر گرفت؟ سوم این که چه تهدیداتی از سوی شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در راستای شکل‌گیری خرد جمعی وجود دارد؟ چهارم این که فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی در چیست؟

مبانی نظری و مروری بر مطالعات گذشته

نظریه‌های مطرح

۱- نظریه حوزه عمومی هابرماس

مهم‌ترین بحث‌های هابرماس درباره نقش و تأثیر سیاسی رسانه‌ها در نظام‌های دموکراتیک را می‌توان در نخستین اثر معروف وی با عنوان «تحول ساختاری حوزه عمومی» مشاهده کرد. در این اثر هابرماس با فرمول‌بندی تازه‌ای از مفهوم شناخته‌شده حوزه عمومی از طریق مطالعه تحولات جوامع بورژوا-لیبرال اروپایی در قرون هفدهم و هیجدهم، نقشی مؤثر برای رسانه‌های گروهی در رشد و تقویت حوزه عمومی در مراحل اولیه آن قائل شد، نقشی که بعدها با غلبه قدرت‌های اقتصادی و سیاسی کاهش یافت و عملاً منجر به آن چه گردید که وی فتودالی‌سازی این عرصه خواند. هابرماس در کتاب تحول ساختاری، مفهومی هنجاری از حوزه عمومی عرضه می‌کند و آن را بخشی از زندگی اجتماعی می‌خواند که در آن شهروندان می‌توانند به تبادل نظر درباره اموری بپردازند که از نظر ایشان برای تأمین مصالح عامه اهمیت دارد و از این طریق است که افکار عمومی شکل می‌گیرد. حوزه عمومی در واقع ایده یا مفهومی هنجاری

است که در چارچوب کلی نظریات هابرماس درباره کنش ارتباطی و گفتگو جای دارد. هابرماس خود حوزه عمومی را چنین تعریف می‌کند: «مقصود ما از حوزه عمومی قبل از هر چیز قلمرویی از زندگی اجتماعی ماست که در آن، آن چه به افکار عمومی منجر می‌شود می‌تواند شکل بگیرد. در هر گفتگویی که در آن افراد خصوصی برای ایجاد مجمعی عمومی گرد هم می‌آیند، بخشی از حوزه عمومی به وجود می‌آید» (هابرماس، ۱۳۸۰: ۳۲).

این حوزه عمومی هنگامی پدید می‌آید که مردم برای بحث درباره موضوعات موردعلاقه مشترک گردهم می‌آیند. در نظر او حوزه عمومی محلی است برای گفتگو کردن و تبادل ایده‌ها به منظور شکل دادن به نوعی اجماع عقیده عقلانی که در آن، همه ادعاها از طریق گفتمان عقلانی موردنقد و قبول یا رد قرار بگیرند. موضوع مطالعه او فردی است دارای عقل انتقادی که می‌تواند به کمک این عقل از کنترل نیروهای غیرعقلانی بیرونی رهایی یابد و از حقوق خود در زمینه آزادی بیان، آزادی نشر و آزادی تجمع استفاده کند. این گونه افراد هستند که حوزه عمومی را به معنای حقیقی آن تشکیل می‌دهند. از این طریق حوزه عمومی به عرصه برقراری روابط گفتگویی و تبادل نظر درباره علایق عمومی ارتقاء می‌یابد. حوزه عمومی یک عرصه فضایی-زمانی است که در آن شهروندان فعالانه گرد هم می‌آیند تا آزادانه به گفتگوی باز سیاسی بپردازند. بر این اساس حوزه عمومی شبکه‌ای برای تبادل اطلاعات و دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرها بین شهروندان است.

در حوزه عمومی جریان‌های ارتباطی شکل می‌گیرد و نظرات افراد غربال و ترکیب می‌شود، به روشی که در نهایت منجر به شکل‌گیری مجموعه‌ای از دیدگاه‌ها و نقطه‌نظرهای مشترک برآمده از همایش‌های شهروندان به نام افکار عمومی می‌گردد. هابرماس نقش رسانه‌های جمعی و سایر نهادهای اطلاعاتی را در جامعه به عنوان سه کار اصلی تشکیل‌دهنده، محافظ و سالم‌سازنده حوزه عمومی برمی‌شمارد (یزدخواستی و همکاران، ۱۳۹۲: ۹۵). گفتگو عنصر مرکزی حوزه عمومی هابرماس است. به عبارت

جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسان ... ۷

دیگر از طریق گفتگو است که افکار عمومی شکل می‌گیرد و از این طریق حوزه عمومی می‌تواند به وظیفه اصلی خود یعنی نقد سیاست‌های دولت بپردازد و موجب عقلانی شدن آن‌ها گردد (هابرماس، ۱۳۸۰ و باقری ایلخچی و نازلیان، ۱۳۸۸).

۲- دیدگاه‌های جورج هومنز

مهم‌ترین دیدگاه مرتبط با پژوهش حاضر از جورج هومنز نظریه انتخاب عقلانی بود. جورج هومنز باور داشت که تمام رفتارهای انسان را می‌توان به کمک روان‌شناسی رفتاری تبیین کرد. به این منظور، او قضایایی را مطرح کرد که در اصل روان‌شناختی بودند. او با ترکیب آن‌ها نظریه رفتار عقلانی را بر محور این فرض به وجود آورد که افراد برای افزودن بر پاداش‌ها و کاستن از هزینه‌هایشان کاری را انجام می‌دهند. از نظر هومنز، نفع شخصی انگیزه‌عام برای رفتار افراد است و افراد در چارچوب تقویت‌های مثبت و منفی محیط، به رفتار خود شکل می‌دهند. بنابراین، افراد با تبادل تشویق‌ها و نتیجه‌ها به کنش متقابل با یکدیگر می‌پردازند. انسان موجودی است با قابلیت سنجش عقلانی رنج و لذت و آن چه همواره او را به کار وامی‌دارد، به حداکثر رساندن سود خود است. هومنز توجه چندانی به آگاهی و ساختارهای گسترده متعدد و نهادها، که مرکز توجه بیشتر جامعه‌شناسان قرار دارد، نداشت. او، در عوض، تجربه‌های پیشین افراد در مورد الگوهای تقویت را هدایت‌کننده رفتار آن‌ها می‌دانست، در نتیجه برای فهم رفتار افراد باید از تاریخچه پاداش‌ها و هزینه‌های افراد آگاهی داشت (ریترز، ۱۳۸۴: ۶۳). در مجموع، رفتارهایی که در گذشته مستوجب پاداش شده‌اند، احتمال این که در حال و آینده تکرار شوند، بیش‌تر است. برعکس، رفتارهایی که در گذشته هزینه در برداشته یا موجب رنجی شده‌اند، احتمال تکرارشان کم‌تر است (دیلنی، ۱۳۹۱: ۲۸).

۳- مانوئل کاستلز

در نظریه جامعه شبکه‌ای، کاستلز ارجحیت بیشتری برای فضای مجازی نسبت به فضای واقعی قائل شده است. این در حالی است که این دو فضا در یکدیگر تنیده هستند و کنشگری اجتماعی و سیاسی به‌طور توأم در این دو فضا، غیرقابل تفکیک از یکدیگر است. یک نکته مشترک در نظریات کاستلز از جمله نظریه‌های «جامعه شبکه‌ای» و «قدرت ارتباطات» تلاش برای اثبات جهان‌شمولی این نظریات است. هرچند کاستلز تلاش دارد فاصله خود را با باورهای پارادایم مدرنیسم حفظ کند ولی از این منظر با این پارادایم که درصدد ارائه نظریات جهان‌شمول است هم‌نوا می‌شود. کاستلز در کتاب قدرت ارتباطات درصدد است اثبات کند که قدرت و ضد قدرت در شبکه‌های ارتباطی جهانی نهفته است: «قدرت در وهله اول از طریق معناسازی در ذهن انسان و به کمک فرایندهای ارتباطی اعمال می‌گردد که در شبکه‌های چندرسانه‌ای جهانی / محلی با رویکرد ارتباط جمعی، از جمله ارتباط جمعی خودانگیز، اجرایی می‌شوند.» (کاستلز، ۱۳۹۳ الف: ۷۴۳). با نفوذ روزافزون اینترنت، شکل جدیدی از ارتباطات تعاملی پدید آمده است و به این ترتیب ظرفیت ارسال پیام‌های چند به چند، در زمان حال یا زمانی انتخاب شده و با امکان استفاده از ارتباطات نقطه‌به‌نقطه، پخش محدود یا گسترده، با توجه به اهداف و ویژگی‌های معطوف به کنش ارتباطی در نظر گرفته شده، مشخص می‌شوند.

مطالعات پیشین

- خانیکی، اتابک و عزیزی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس (مورد مطالعه چند گروه فیس‌بوکی)» به بررسی امکان شکل‌گیری پدیدار حوزه عمومی در شبکه‌های اجتماعی فیس‌بوک با توجه به معیارهای حوزه عمومی هابرماس پرداختند. بدین منظور ۸ گروه

از میان گروه‌های فیس‌بوکی ایرانی فعال در زمینه مسائل عمومی به صورت هدفمند انتخاب و با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج نشان داد کاربران با پیگیری مسائل مطرح شده در شبکه‌های مجازی در پیوند با دنیای اجتماعی خود، می‌توانند نقش فعال‌تری در حوزه عمومی داشته باشند. همچنین فیس‌بوک به رغم آنکه زمینه دسترسی شهروندان به اطلاعات مختلف و امکان گفت‌وگو بر سر موضوعات مختلف را فراهم آورده است، به دلایلی همچون، وجود توزیع نابرابر سرمایه‌های مختلف، خصلت سطحی بودن اطلاعات، ادامه‌دار نبودن مسائل مطرح شده، غلبه جلوه بر ایده، جنبه سرگرم‌کننده بودن مطالب، خصلت انتقادی نبودن مطالب، قابلیت تبدیل شدن به یک حوزه عمومی مجازی را ندارد.

- قانعی راد و جنادله (۱۳۹۴) در پژوهشی با عنوان «رویکردهای متعارض درباره تکوین حوزه عمومی در فضای مجازی» سعی کردند بر مبنای حوزه عمومی مورد نظر هابرماس، با طرح چهار سؤال اساسی در خصوص امکان یا امتناع شکل‌گیری حوزه عمومی در فضای مجازی با روش مرور سیستماتیک به مطالعه دیدگاه‌های مطرح شده در این زمینه بپردازند که بر اساس نتایج، یافته‌ها نشان داد در مجموع سه دیدگاه امکان، امتناع و مشروط بودن شکل‌گیری حوزه عمومی مجازی را می‌توان از هم متمایز کرد. برآیند این سه دیدگاه این است که با وجود برخی ظرفیت‌های فضای مجازی برای شکل‌گیری حوزه عمومی، همچنان چالش‌های مهمی از جمله شکاف دیجیتال، قطبی بودن و چندپارگی در فضای مجازی، ناشناس بودن و در نهایت سست شدن پیوندهای اجتماعی واقعی وجود دارد. همچنین مطالعه دقیق‌تر نسبت فضای مجازی با حوزه عمومی نیازمند اجتناب از جبرگرایی تکنولوژیک و در نظر گرفتن زمینه نهادی و اجتماعی و مطالعه مقایسه‌ای در زمینه‌های اجتماعی و نهادی مختلف است.

- ربیعی، علیخانی و غلامی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «تحلیل وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی با رویکرد حوزه عمومی هابرماس» به تطبیق الگوی حوزه عمومی

هابرماس با وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی در ایران پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان داد که اگرچه فضای وبلاگ‌ها به افزایش دسترسی به اطلاعات منجر می‌شود اما این مسئله بیشتر جنبه کمی دارد و از لحاظ کیفی تأثیر چندانی ندارد. حتی می‌توان گفت در وبلاگ‌ها ما شاهد تکه‌تکه شدن اطلاعات هستیم. از نتایج دیگر می‌توان به این امر اشاره کرد که با وجود آنکه این امکان وجود دارد که افراد نظر بدهند، اما این عامل هم نتوانسته کمکی به شکل‌گیری گفت‌وگو به‌عنوان یکی از اهداف حوزه عمومی کند. البته اگر نگرش انتقادی را به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های حوزه عمومی در نظر بگیریم، وبلاگ‌ها از این لحاظ توانسته‌اند در شکل‌گیری حوزه عمومی نقشی مفیدی ایفا کنند. میزان بالای فیلترینگ در وبلاگ‌ها به‌خوبی مشروعیت نگرش انتقادی را نشان می‌دهد. در نهایت می‌توان گفت که اگرچه وبلاگ‌ها دارای توانایی‌ها و امکاناتی برای احیاء حوزه عمومی هستند، اما در عمل کمکی به ایجاد حوزه عمومی نکرده‌اند.

- خانیکی و الوندی (۱۳۸۹) در پژوهشی با عنوان «رسانه‌های شهروندی و حوزه عمومی جایگزین (مطالعه موردی پنج سایت فعال روزنامه‌نگاری شهروندی در ایران)» به رسانه‌های شهروندی و نقش آن‌ها در شکل‌گیری حوزه عمومی جایگزین و فضای گفت‌وگویی پرداختند. نتایج نشان داد در مجموع اثرگذاری این سایت‌ها به‌گونه‌ای بود که نقش خود را در زیست‌بوم جدید رسانه‌ای به‌خوبی ایفا می‌کردند و در مقاطع زمانی مختلف اهمیت خروجی‌های آن‌ها در ایجاد فضاهای گفت‌وگویی با محوریت دغدغه‌های آنان خود را نشان می‌داد. در حقیقت این یافته‌ها ناظر به مسائلی است که بیشتر مختص فضای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ایران است و در خلال مرور یافته‌های نظری به دست نمی‌آیند.

- مهدی زاده (۱۳۸۳) در پژوهشی با عنوان «اینترنت و حوزه عمومی» گزارش کرد امروزه اینترنت رسانه‌ای است که به همه مشارکت‌کنندگان و کاربران برای استفاده مشترک از اطلاعات، فرصت برابر اعطا می‌کند و از این منظر اینترنت بدون اعمال محدودیت از سوی سایر رسانه‌ها به‌مثابه یک واسطه جمعی عمل می‌کند. از طریق

فضای مجازی هر کس می‌تواند به دیگران وصل شود و دانش و باورهای خود را با دیگران به اشتراک گذارد از این منظر می‌توان اینترنت را وسیله‌ای پایدار جهت تقویت گفت‌وگوی عمومی دانست و ویژگی‌هایی چون تمرکززدایی، جهانی بودن، مجازی بودن و تعاملی بودن از ویژگی‌های منحصربه‌فرد آن است.

- نتایج پژوهش میناوند (۱۳۸۵) با عنوان « اینترنت و توسعه سیاسی: حوزه عمومی در فضای سایبرنتیک» نشان داد که مفهوم حوزه عمومی الگوی نظری مناسبی است و صاحب‌نظران براین باورند که این الگو نیازمند جرح و تعدیل یا تطبیق با شرایط خاص ارتباطات رایانه‌ای و تحولات اخیر در جوامع گوناگون است.

- تنگ^۱ (۲۰۱۷) و آذر و لو^۲ (۲۰۱۶) در پژوهش‌هایی به نقش توئیتر به‌عنوان رسانه‌ای اجتماعی - مجازی در شکل‌گیری خرد جمعی در شرکت‌ها و سهامداران شرکت‌ها پرداختند. آنان گزارش کردند قدرت پیش‌بینی فروش در شرکت از طریق نظرات کاربران در توئیتر قابل تبیین است و هرچه قدر کاربران نظرات مثبت‌تری در مورد محصولی یا برندی داشته باشند سبب می‌شود در ترغیب یا ممانعت کاربران دیگر بر خرید آن محصول یا برند تأثیرگذار باشند. (Azar, & Lo, 2016: 123 Tang, 2017: 989).

- وانگ و لی^۳ (۲۰۱۶) بر اساس پژوهشی با عنوان «ارتقاء صحت پیش‌بینی در انتخابات از طریق خرد جمعی در انجمن‌های اجتماعی» گزارش کردند بر اساس نظرسنجی‌های انجمن‌های اجتماعی و رسانه‌های اجتماعی، می‌توان در پیش‌بینی برندگان رأی‌گیری نهایی انتخابات و همچنین اشتراک‌های نهایی رأی‌گیری بهره‌گرفت (Wang, & Lei. 2016: 348).

1. Tang, V. W.
2. Azar, P. D., & Lo, A. W.
3. Wang, M. H., & Lei, C. L.

چارچوب مفهومی

اگر مؤلفه‌های اساسی حوزه عمومی را گفت‌وگو و افکار عمومی و واکنش بدانیم، شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه یک رسانه جدید، بستر مناسبی برای ظهور و تجلی هر یک از آن‌هاست. افراد می‌توانند از طریق شبکه‌های اجتماعی مجازی (و نرم‌افزارهای پیام‌رسان) به گفت‌وگو و تعامل پیرامون مسائل و موضوعات موردعلاقه خود بپردازند و از این طریق افکار عمومی به‌عنوان صدای مردم شکل بگیرد و هر یک می‌توانند در مخالفت با یک مسئله و موضوع اجتماعی و سیاسی دست به کنش بزنند (مهدی زاده، ۱۳۸۳).

در تعریف هابرماس فضای عمومی را می‌توان شبکه‌ای برای تبادل اطلاعات و نظرات دانست که سرانجام به‌صورت افکار عمومی در می‌آید. وی در کتاب نظریه کنش ارتباطی سه هدف مرتبط به هم را فراروی خود قرار داده است. نخست پردازش مفهومی از عقلانیت که دیگر متکی به پیش‌فرض‌های ذهن باورانه در فلسفه و علوم اجتماعی مدرن نباشد و از انگاره‌های فردگرایانه دوری گزیند. دوم مفهومی دو وجهی از جامعه به دست دهد که پارادایم‌های زیست جهان و نظام را در یکدیگر ادغام کرده باشد و سوم این که با نظریه‌ای انتقادی به مدرنیته بپردازد که ضمن تحلیل آسیب‌های مدرنیته، حاوی پیشنهاد برای اصلاح روشنگری باشد. تحقق اهداف اول و دوم امکانات لازم را جهت دستیابی به هدف سوم که همان ترمیم پروژه روشنگری است، مهیا می‌کند. نزد هابرماس زیست جهان جای وقوع ارتباط است و به لحاظ آرمانی، آن ارتباطی خصلت باز و آزاد دارد که به‌دوراز هرگونه سلطه است. ارتباط باز و آزاد به معنای عقلانی شدن ارتباط درون جهان زندگی است. به لحاظ آرمانی آن‌هایی که با یکدیگر به کنش متقابل می‌پردازند، به لحاظ عقلانی ترغیب می‌شوند تا ارتباط باز و آزاد برقرار کنند و به فهم متقابل برسند (ریتزر، ۱۳۹۲: ۲۲۷ و ۲۲۳). بنابراین در یک وضعیت آرمانی، زیست جهان برای فرآیندهای کنش معطوف به حصول تفاهم، افقی را فراهم می‌سازد که در آن مشارکت‌کنندگان درباره چیزهایی در جهان عینی، در جهان اجتماعی مشترک، یا در جهان ذهنی معینی به گفتگو می‌پردازند و به توافق می‌رسند (هابرماس، ۱۳۹۲: ۱۵۶).

روش پژوهش

نوع پژوهش حاضر کیفی و با رویکرد تحلیل محتوا است. جامعه پژوهش استادان دانشگاه و صاحب‌نظران در حوزه تحقیق بودند. در این پژوهش از نمونه‌برداری گلوله برفی استفاده شده است. روش نمونه‌گیری گلوله برفی یک روش نمونه‌گیری غیراحتمالی برای مواقعی است که واحدهای مورد مطالعه به راحتی قابل شناسایی نباشند. به ویژه هنگامی که این واحدها بسیار کمیاب یا بخش کوچکی از یک جامعه خیلی بزرگ را تشکیل می‌دهند. در این روش پژوهشگر پس از شناسایی یا انتخاب اولین واحد نمونه‌گیری از آن برای شناسایی و انتخاب دومین واحد نمونه‌گیری استفاده یا کمک می‌گیرد. به همین ترتیب واحدهای دیگر نمونه شناسایی و انتخاب می‌شوند (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۱۹). ابزار گردآوری داده‌ها مصاحبه نیمه‌ساختارمند بود. از نقاط قوت بهره‌گیری از مصاحبه می‌توان بدین نکته اشاره کرد که بسیاری از اطلاعات مورد نیاز پژوهش را می‌توان با پرسش مستقیم از پاسخ‌دهندگان به دست آورد، روشی با انعطاف بالا و قابل انطباق با موقعیت‌های فردی مصاحبه‌شونده. مصاحبه‌کننده می‌تواند بافتار پاسخ را به‌طور عمیق واریسی نماید (رفیعی و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۲۰). در این پژوهش برای تحلیل داده‌ها از سه مرحله کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری گزینشی استفاده شده است. پس از استخراج اولیه داده‌ها، از مفاهیم مصاحبه‌شوندگان برای کدگذاری استفاده شد که برای خرد جمعی ۱۵ کد، برای شاخص‌های خرد جمعی ۲۲ کد، برای تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی ۶ کد و برای فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی ۱۰ کد انتخاب شد.

یافته‌ها

جدول ۱ - کدهای استخراج‌شده در طی تحلیل از داده‌های مصاحبه برای تعاریف خرد جمعی

کد محوری	کدهای استخراج‌شده	گزاره	
خرد جمعی	توان تشخیص و درک عمومی یک گروه انسانی نسبت به مسائل مشترک	«خرد جمعی توان تشخیص و درک عمومی یک گروه انسانی نسبت به مسائل مشترک است که حاصل هم‌افزایی درک و تشخیص آحاد گروه در یک مشارکت ضابطه‌مند است.»	۱
	نگرش مبتنی بر عقلانیت	خرد جمعی حاکی از دوگانگی است، یعنی هم در آن احساس دارد و هم عقلانیت. من خرد جمعی را معادل افکار عمومی، شامل نگرش‌ها، ارزش‌ها و باورهای عمومی مردم می‌دانم.	۲
	آگاهی عمیق عمومی	آگاهی عمیق عمومی است که البته این وصف عموم که به کار می‌برم، از این رو یک امر نسبی است.	۳
	انتخاب جمعی یا گزینش گری جمع، یا کنش گری جمعی	خرد جمعی همان انتخاب جمعی یا گزینش گری جمع، یا کنش گری جمعی است.	۴
	رسیدن افراد جامعه به یک شناخت عقلی	خرد جمعی این است که وقتی بخش‌های مهمی و اکثریت قابل توجهی از مردم یک جامعه به یک جمع‌بندی نسبت به یک موضوعی برسند که آن جمع‌بندی از طریق مشاهدات و حقیقت و داده‌های قابل استناد مواد خام غنی باشد ما به آن خرد جمعی می‌گوییم، یعنی یک شناخت عقلی که افراد به آن رسیدند.	۵
	کنش‌های مبتنی بر عقل	خرد جمعی را کنش‌های مبتنی بر عقل یعنی انجام کارهای سرنوشت‌ساز، ضروری و مهم جامعه با استفاده و بهره‌مندی از افراد ذینفع می‌دانم.	۶

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره	
	ضمیر ناخودآگاه جامعه	من یک باوری دارم که جامعه هم مثل فرد ضمیر ناخودآگاه داره، همان‌طور که فروید یک موقع کشف کرد که ما اقداماتی که می‌کنیم یک مقداری از آن آگاهانه است و تصمیم‌گیری خودمون است یک‌بخشی از آن مربوط می‌شه به آن ضمیر ناخودآگاه خودمون که بر می‌گرده به کودکی‌مان و دوران بچگی‌مان و آنچه که بر ما رفته و این توی تصمیم‌گیری‌ها و رفتار ما اثر می‌گذارد، من معتقدم که جامعه هم یک ضمیر ناخودآگاه داره که من این‌رو به خرد جمعی تعبیر می‌کنم.	۷
	درک جمعی نسبت به یک اتفاق	خرد جمعی برمی‌گردد به مجموعه اطلاعات، برداشت‌ها، تجزیه و تحلیل‌های یک جمع یا یک جماعت یا گروهی از مردم نسبت به یک سوژه یا یک موضوع.	۸
	برآیند عقل و هوش و مشارکت و همکاری جمعی برای یک تصمیم‌گیری	خرد جمعی رو شما می‌تونید برآیند عقل و هوش و مشارکت و همکاری جمعی برای یک تصمیم‌گیری تلقی کنید.	۹
خرد جمعی	خرد جمعی همان حس عمومی یا عرف عام جامعه است.	خرد جمعی یک برآیندی است از موارد عقلی و احساسی و ارزشی و همه این‌ها برآیند مجموعه نیست، برآیند ممکن است سهم یک‌چیز بیشتر باشه یا کمتر باشه ولی نتیجه‌اش اون را به صورت خرد جمعی نشان می‌دهد. خرد جمعی را در مطالعات حس عمومی یا عرف عام نیز دانسته‌اند.	۱۰
	ضمیر ناخودآگاه کالبد جامعه	خرد جمعی را می‌توان جان جمعی و روح جمعی تعریف کرد (خرد جمعی را به سخنی می‌توان ضمیر ناخودآگاه کالبد جامعه دانست).	۱۱

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره	
	نوعی کنش مبتنی بر محاسبه هزینه و تحمل و بازاندیشی و آینده‌نگری با در نظر گرفتن نفع جمعی	ترجیح می‌دم که این مفهوم را بیشتر در حوزه ارتباطات به اون مفهوم عقلانیت ارتباطی در برابر عقلانیت ابزاری که هابرماس به کار می‌برد ازش استفاده کنم، در واقع عقلانیت که روشن یعنی نوعی کنش مبتنی بر محاسبه هزینه و فایده، تحمل و بازاندیشی، آینده‌نگری و امثال این‌ها که نهایتاً منجر می‌شه به نوعی نفع که اگر نفع جمعی در نظر گرفته شود خوب می‌شود عقلانیت جمعی یا خرد جمعی.	۱۲
	تصمیم‌گیری مشترک با مشارکت جمع	با نگاه هابرماسی نوعی مبادله اطلاعات، مبادله ارزیابی و تحلیل و تصمیم‌گیری مشترک هست، که ازش با عنوان خرد جمعی یا عقلانیت جمعی صحبت می‌کنیم	۱۳
	آگاهی عمومی	خرد جمعی در واقع آگاهی عمومی است. یعنی به‌هر حال مردم آگاه‌اند، درسته که مردم تحت تأثیر عناصر تبلیغاتی قرار می‌گیرند ولی مثل یک خمیر نیستند که شما هر جور دلتون خواست شکل بدهید. من واژه آگاهی عمومی رو بیشتر ترجیح می‌دم استفاده کنم.	۱۴
	ارجحیت دادن جمع بر فرد و تصمیم‌گیری مشارکتی به‌منظور آینده‌نگری بهتر	خرد جمعی یک‌بخشی است که فی‌نفسه مربوط به دوران مدرنیته است. یعنی ارجحیت دادن به جمع در برابر فرد. اوج خرد جمعی در دوران مدرنیته است. یعنی همگان با تصمیم‌گیری مشترک به منفعت جمع بیندیشند.	۱۵

همان‌طور که مندرجات جدول ۱ نشان می‌دهد ۱۵ کد بر اساس یافته‌ها برای تعریف خرد جمعی استخراج شد. مصاحبه‌شوندگان خرد جمعی را مشارکت و همکاری جمعی برای نوعی تصمیم‌گیری جمعی و مشارکتی بر مبنای نظام ارزشی و تجربیات مرجع با توان تشخیص و درک عمومی یک گروه انسانی نسبت به مسائل

مشترک می‌دانستند که حاصل هم‌افزایی درک و تشخیص آحاد گروه در یک مشارکت ضابطه‌مند است. خرد جمعی را ضمیر ناخودآگاه کالبد جامعه و نوعی کنش مبتنی بر محاسبه هزینه و فایده، تحمل و بازاندیشی و آینده‌نگری می‌دانستند که به نفع جمعی ختم می‌شود و بستر آن را ارجحیت دادن جمع بر فرد بر مبنای تصمیم‌گیری مشارکتی به منظور آینده‌نگری بهتر می‌دانستند.

جدول ۲ - کدهای استخراج‌شده در طی تحلیل از داده‌های مصاحبه برای شاخص‌های

خرد جمعی

کد محوری	کدهای استخراج‌شده	گزاره‌ها	
شاخص خرد جمعی	مدیریت مبتنی بر عقلانیت جمعی با بهره‌گیری از مشارکت جمعی و منفعت جمعی	می‌توان گفت مدیریتی است که مبتنی بر عقلانیت جمع و بهره‌گیری از توان کارشناسی و پرهیز از خودمحوری در آن حاکم است.	۱
	مبتنی بر گفتگوی عقلانی جمعی	از طریق گفت‌وگوی عقلانی جمعی است که در واقع این خرد جمعی شکل می‌گیرد، یک گروه‌های دیگری هستند که اصلاً معتقدند که خرد موازنه میان نیروهای مختلف است. خردمندان‌ترین تصمیم در تضارب و تنازع و موازنه جمعی شکل می‌گیرد.	۲
	کنش مبتنی بر عقل با رجوع به آرای جمعی در راستای منفعت جمع	خرد جمعی وجه قالبش کنش‌های مبتنی بر عقل، دور از هیجانات و دور از احساسات است. ولی مراجعه به آرای جمعی، آرای که به دلیل این که برخاسته از نظر جمعی است، قاعدتاً منافع جمع را مدنظر دارد تا فرد و مبتنی است بر دوری از هیجان و احساسات و مبتنی است بر عقل و خرد، این ویژگی است که می‌توان برای خرد جمعی برشمرد، عقل مقابل هیجان و احساس.	۳

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره‌ها	
	استدلال و داشتن دلیل و برهان	به نظر من استدلال است یعنی افراد باهم استدلال می‌کنند در آن چارچوبی که به آن رسیدند و دلیل می‌آورند که چرا نسبت به یک موضوع باید این‌جوری فکر کنند. اون نظام فکری، استدلالی و داشتن دلیل و برهان من فکر می‌کنم مهم‌ترین شاخصه خرد جمعی است.	۴
	مدیریت آگاهانه و هم‌افزایی اجتماعی	شاخص‌هایی که می‌توانیم برای خرد جمعی در نظر بگیریم، بحث مدیریت آگاهانه و هم‌افزایی اجتماعی هستند.	۵
	رفتارهای منتج از برداشت‌های جمع	من به نظرم مهم‌ترین شاخص رفتارهای منتج از برداشت‌های جمع است چرا که باعث می‌شود یکسری برداشت‌ها و باورهای مشترکی بین افراد مختلف ایجاد شود راجع به یک پدیده یا موضوع و متعاقب آن اقدامات و رفتارهایی که به اصطلاح مربوط به آن برداشت‌ها می‌شود صورت گیرد.	۶
شاخص خرد جمعی	وجود فضای عمومی	خرد جمعی درجایی شکل می‌گیرد که مشارکت باشد که مردم بتوانند نقطه نظراتشون را بگویند باهم تعامل داشته و بتوانند در کنار هم به خرد جمعی برسند. جایی که به قول هابرماس امروزه می‌گویند فضای عمومی، اصلاً فضای عمومی جایی است که توش خرد جمعی به وجود می‌آید.	۷
	رسیدن افراد به خودآگاهی و درک افراد بر منفعت جمعی به جای منفعت فردی	خرد جمعی، یکی از شاخصه‌هاش این است که افراد به خودآگاهی می‌رسند، این که افراد به این درک برسند که منافع جمعی اگر تأمین شود، منافع فردی اون‌ها هم از قیل و از بطن اون می‌آید بیرون.	۸
	پایداری و تداوم رفتار	یک حالت از یک نوع پایداری برخوردار است،	۹

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره‌ها	
		یعنی حالتی نیست که در رفتارهایی در یک لحظه به وجود آید و بعد بلافاصله از بین برود بلکه برای مدت‌ها زیادی می‌تواند تداوم داشته باشد.	
	رفتار مشترک جمع	خرد جمعی تا زمانی است که در حقیقت مردم با جماعتی دیدگاه‌ها و برداشت‌های مشترک داشته باشند و این برداشت‌های مشترک را به صورت یک رفتار نشان دهند.	۱۰
	قابلیت یادگیری برای افراد	ما دائماً در حال یادگیری هستیم در جریان شکل‌گیری خرد جمعی	۱۱
	مشارکت جمعی و مدارا و کنش مبتنی بر عقلانیت	تعدادی افراد باید باشند، روحیه مشارکت در آن‌ها وجود داشته باشد برای این مشارکت با همدیگر همکاری کنند، بعد مدارا را باید قسمتی از این تلقی بکنید که به هر حال مردم برای مشارکت با همدیگر باید مدارا داشته باشند، از همه مهم‌تر میل و اراده و بعد خرد است.	۱۲
شاخص خرد جمعی	با حساسیت اجتماعی افزایش می‌یابد. فرایند جمعی دارد.	خرد جمعی بر باهوش‌ترین فرد و یا افراد همان جمع برتری دارد. با «حساسیت اجتماعی» افزون‌تر تشکیل می‌شود. دارای چرخش متعادل است. فرایند جمعی در درون خود دارد، اطلاعات صحیح و غلط دارند. اطلاعات صحیح (از آن‌رو که صحیح‌اند) هم جهت‌اند و بر روی یکدیگر انباشته می‌شوند اما خطاها در جهات مختلف و غیرهم‌سو عمل می‌کنند و تمایل به حذف یکدیگر دارند. نتیجه این می‌شود که پس از جمع نظرات آنچه که می‌ماند اطلاعات صحیح است.	۱۳

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره‌ها	
	معطوف کردن عقلانیت به نوعی منفعت عمومی و درک مخاطرات در صورت انجام ندادن یک رفتار یا اقدام	یکی از مؤلفه هاش اساساً عقلانی عمل کردن است، یکی از مؤلفه هاش معطوف کردن اون عقلانیت به نوعی منفعت عمومی است یعنی این که چگونه نفع عمومی اون کنشی را که می‌خواهد انجام بده دربر می‌گیرد و طبیعتاً این نفع عمومی هم ناظر به منافع کوتاه‌مدت می‌تونه باشه و هم بر منافع بلندمدت‌تر عمومی.	۱۴
	افزایش حساسیت اجتماعی	گفته می‌شود تو جوامعی که حساسیت اجتماعی و سیاسی بالاست خرد جمعی بیشتر است. چرا چون رسانه‌ها در اطلاع‌رسانی و انتقال اطلاعات باعث می‌شوند که در مردم خودآگاهی وجود داشته باشه، رصد وجود داشته باشه، نظارت اجتماعی وجود داشته باشه، به تبع آن حساسیت اجتماعی می‌ره بالا، خوب وقتی حساسیت اجتماعی بره بالا، خرد جمعی هم می‌رود بالا، یعنی مردم مواظب این هستند که ببینند، منافع درازمدتشون چی هست.	۱۵
	آینده‌نگری و توجه به آینده پیش رو	یک نوع آینده‌نگری و ملاحظاتی برای آینده که جزء ویژگی‌های خرد جمعی هست.	۱۶
	عمومیت دیالکتیک عقل و هیجان در جمع	وقتی که بخواید این تعقل، این خرد و این گرایش که در جمع وجود دارد عمومیت پیدا کند با هیجان‌ها همراه می‌شه.	۱۷
	سودجویی اجتماعی	آینده‌نگری، دوری از هیجان و احساسات و مراجعه به عقل یا یک نوع محاسبه‌گری و سودجویی اجتماعی	۱۸
	مشورت جمعی با توجه به	در واقع نشانگر پویایی، مشورت یا شور در یک	۱۹

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره‌ها	
	حساسیت اجتماعی	جامعه است یعنی پذیرش نظر دیگری و مدارا و تسامح و در واقع نشانگر حساسیت اجتماعی است.	
	برداشت‌های یکسان و یا تقریباً مشابه افراد از یک موضوع و مجاب شدن جمعی. انگیزه جمعی برای اقدام یک عمل	ما نمی‌توانیم بگوییم که تمام آن چیزهایی که خرد جمعی را شکل می‌دهد مبتنی است بر یکسری واقعیت‌های موجود، ممکن است با ترکیبی که راجع به هیجاناناط مطرح می‌کنیم، یکی از شاخص‌های آن همون جنبه‌های منطقی بودن و احساسات (هیجانی) بودنش است که باز این حالت را دارد.	۲۰
شاخص خرد جمعی	انگیزه برای اقدامی مشترک و جمعی	به نظر من شاخص انگیزه از همه مهم‌تر می‌باشد، انگیزه‌ای که وجود دارد نسبت به یک برنامه کاری که آن خرد جمعی را شکل می‌دهد، این انگیزه‌ای که باعث می‌شود که شما در این باورها، در این دیدگاه‌ها به نحوی از انحاء خودتون را سهم بدانید.	۲۱
	توجه به تجربیات مرجع و نظام ارزشی و دارای یک فرهنگ و زبان و تاریخ مشترک	خرد جمعی عقاید شما و باورهایتون رو شکل می‌ده و باورهایتون، رفتارتون رو شکل می‌ده. عقاید، باور و رفتار. شاخص‌های خرد جمعی تجربیات مرجع و نظام ارزشی است. خرد احتیاج به یکسری واسطه‌هایی دارد که شامل فرهنگ، زبان و تاریخ است که ما به اعتبار این می‌توانیم بگیم یک جمعی به جهان یک جوری نگاه می‌کنه و تصمیم می‌گیره، که می‌توانیم بگیم این خرده.	۲۲

همان‌طور که مندرجات جدول ۲ بر اساس مصاحبه‌ها نشان می‌دهد ۲۲ کد در زمینه شاخص‌هایی خرد جمعی از منظر مصاحبه‌شوندگان مطرح شد. مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که شاخص‌هایی چون مشارکت جمعی بر اساس منفعت جمعی و مبتنی بر گفتگوی عقلانی جمعی، کنش مبتنی بر عقل با رجوع به آرای جمعی در راستای منفعت جمع، اجماع تفکر جمعی با توجه به حساسیت اجتماعی، معطوف کردن عقلانیت به نوعی منفعت عمومی و درک مخاطرات در صورت انجام ندادن یک رفتار یا اقدام، رسیدن افراد به خودآگاهی و درک افراد از منفعت جمعی به جای منفعت فردی، رفتارهای منتج از برداشت‌های جمع در بستر فضای عمومی، عقاید جمعی، باور جمعی و رفتار جمعی با توجه به تجربیات مرجع و نظام ارزشی و توجه ویژه به فرهنگ و زبان و تاریخ مشترک، رویکرد آگاهانه در راستای هم‌افزایی اجتماعی، برداشت‌های هم‌راستا و یا تقریباً مشابه افراد از یک موضوع، عمومیت دیالکتیک عقل و هیجان در جمع در راستای سودجویی اجتماعی و مشارکت جمعی و مدارا و کنش مبتنی بر عقلانیت با فرایند جمعی و فزاینده در صورت افزایش حساسیت اجتماعی را برای آن برشمردند.

جدول ۴- کدهای استخراج‌شده در طی تحلیل از داده‌های مصاحبه برای تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان‌ها در شکل‌گیری خرد جمعی

کد محوری	کدهای استخراج‌شده	گزاره‌ها	
تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان‌ها در شکل‌گیری خرد جمعی	انتشار شایعه و اخباری دور از واقعیت	در واقع خبرهای تخریبی را ترویج می‌کند به‌جای خبرهای روشن‌بخش و آگاهی‌دهنده و خبرهای واقعی. خبرهای بی‌هویت یعنی هویت منبع پیام مشخص نیست، این‌ها را ترویج و تکثیر می‌کند. در جامعه ایران پیام‌رسان‌ها یک اثر منفی هم دارند که این اثر منفی ناشی از ضعف مفروطی است که دارند و این است که کارکرد خبری بسیار پررنگی دارند. اما این‌ها حرفه‌ای نیستند به همین دلیل اخبار دروغ یا اخبار نادرست، نسبتاً دروغ و شایعات نسبتاً به‌سرعت منتشر می‌شود و جامعه هم نمی‌داند که کدام واقعیت است یا دروغ است.	۱
	افزایش جرائم سایبری و خبرهای کذب و افزایش جنگ‌های روانی	در این زمینه بحث انتقال هنجارهای فرهنگی غیرعمومی و افزایش جرائم در حوزه فضای مجازی، جنگ روانی، فیک نیوز و شایعات، مطرح است. چون رسانه‌های فضای مجازی امکان کنترل و دوباره چک کردن و دروازه‌بانی خبر توسط رسانه‌ها را ندارند، در نتیجه فیک نیوز و شایعات زیاد در این فضا هست، این هم تهدیداتی هست که از این ناحیه وجود دارد.	۲
	آسیب‌های سیاسی، امنیتی	با شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان جامعه در معرض آسیب‌های سیاسی، امنیتی است.	۳
	تشدید شکاف	شکاف بین دولت و ملت که ما داریم، شکاف فرهنگی که داریم، و تمام فضای مجازی از فیس‌بوک گرفته تا	۴

فرهنگی بین دولت

کد محوری	کدهای استخراج شده	گزاره‌ها
	و ملت	تلگرام این را مدام داره تشدید می کنه، چون دولت تمایلی به پذیرش واقعیت‌های بیرونی ندارد.
	نظارت ناپذیری از سوی افکار عمومی	۵ فضای مجازی به علت نظارت ناپذیری از سوی افکار عمومی زمینه بسیار مستعدی برای کنش‌های غیرمسئولانه از جمله بی‌اخلاقی و گسترش شایعات و فضا سازی‌های کاذب فراهم می‌کند. می‌تواند موجب دادن نشانه‌های غلط به افکار عمومی شوند و در نتیجه خرد جمعی را در مسیری غلط شکل دهند. این مشکل در جامعه‌ای مانند ایران البته شدیدتر است زیرا ما در ایران شاهد بی‌اعتمادی عمیق جامعه هستیم.
	ضعف مباحث امنیتی	۶ تهدیدات هست به‌هر حال ممکن است اخبار ناگواری که داده می‌شود، ترس از این که اطلاعات دست افراد دیگر بیفتد و یا ترس از این که شما ممکن است یک مطلب خصوصی را با یک کسی در میان بگذارید و این مطلب خصوصی بلافاصله در شبکه‌ها منتشر بشه.

همان‌طور که مندرجات جدول ۳ نشان می‌دهد بر اساس ۶ کد استخراج شده از مصاحبه‌ها، مشخص شد که شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان با تهدیداتی در زمینه شکل‌گیری خرد جمعی همراه هستند. مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که به دلیل این که شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان نظارت ناپذیر هستند و همچون سایر رسانه‌ها و مطبوعات نظارتی بر آنها نیست، این مهم می‌تواند سبب انتشار شایعه و اخباری دور از واقعیت شود که چندان قابل اثبات نباشد.

جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسان ... ۲۵

همچنین با توجه به بی‌اعتمادی مردم به نظام حاکم و رسانه‌های حکومتی، شبکه‌های اجتماعی مجازی مورد استقبال عامه قرار گرفتند چون بدون سانسور از طریق آن‌ها می‌توانستند اخبار انتخابات را از طریق احزاب مختلف پیگیری کنند. از سوی دیگر استقبال مردم از شبکه‌های اجتماعی مجازی، می‌تواند زمینه‌ساز افزایش جرائم سایبری و خبرهای کذب و افزایش جنگ‌های روانی بشود، آسیب‌های سیاسی، امنیتی نیز از مواردی است که به‌زعم صاحب‌نظران در این زمینه به‌عنوان تهدید مطرح هستند. صاحب‌نظران بر این باور بودند که چون شبکه‌های اجتماعی مجازی از سوی افکار عمومی نظارت ناپذیر هستند، می‌توانند بستر تهدیداتی چون تشدید شکاف فرهنگی بین دولت و ملت و ضعف مباحث امنیتی باشند.

جدول ۵- کدهای استخراج‌شده در طی تحلیل از داده‌های مصاحبه برای فرصت‌ها، شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی

کد محوری	کدهای استخراج‌شده	گزاره‌ها	ردیف
فرصت‌ها شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی	آزادی بیان	دسترسی عامه مردم به پیام است، تریبون دادن به اونها که قدرت رسانه را ندارند.	۱
	فرصتی برای تبادل نظر جمعی و مشارکتی	فرصت‌های آن چیزی که در عرصه اجتماع مسئولاتی که خود را نظام معرفی می‌کنند و نمی‌گذارند، این رسانه ابزاری است که امکان و فرصت مطرح‌شدن آن‌ها و فرصت تبادل نظر به آن‌ها می‌دهد این فرصت است.	۲
	زمینه‌ساز دموکراسی با برقراری تعاملی جمعی	فکر می‌کنم ارتباط مستقیمی بین استفاده از این رسانه‌ها با دموکراسی وجود دارد. ما با ظهور شبکه‌های اجتماعی امکان این‌رو پیدا کردیم که احزاب و گروه‌ها و تشکل‌های سیاسی وارد	۳

شبکه‌های اجتماعی امکان این‌رو پیدا کردیم که احزاب و گروه‌ها و تشکل‌های سیاسی وارد

		ارتباط رودررو با مردم بشوند و ارتباط فیس تو فیس و روندهای اقناعی و بحث و گفت‌وگو، از این رو مدلی که می‌شه داد مدل تعاملی است. یعنی با استفاده از مدل‌های تعاملی و interactive با جامعه و یا با اون چیزی که خرد جمعی رو می‌سازه بتوانند ارتباط برقرار کنند.	
	انتقال دانش و فن‌آوری، انتقال تجربه و مهارت، گفت‌وگو، زمینه‌ساز اشتغال و کسب و درآمد و خدمات و سرویس	فرصتی که وجود داره انتقال دانش و فن‌آوری، انتقال تجربه و مهارت، گفت‌وگو، اشتغال و کسب و درآمد و خدمات و سرویس است، چون بعضی از شبکه‌های اجتماعی جنبه سرویس‌دهی و خدمت‌دهی هم دارند.	۴
	تضارب افکار عمومی	تقویت آزادی بیان است و تعدد آراء. می‌تواند به‌عنوان مکمل رسانه‌های غالب عمل کند. منتهی این ایده و الگو کاملاً وابسته است به رسانه‌های غالب، رسانه‌هایی هستند که از امکانات عمومی برخوردارند، باید از عدالت رسانه‌ای و آزادی بیان و آزادی ارتباطی برخوردار باشند و تربیون اقشار مختلف مردم و کف جامعه باشند. اگر رسانه‌های غالب که برخوردارند از امکانات و بودجه و منابع عمومی به وظایف‌شون عمل نکنند، نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌شود نقش درجه یک.	۵
فرصت‌ها شبکه‌های	فرامرزی و کم‌هزینه	کم‌هزینه بودن آن و همه‌جایی و هر زمان و هر مکان تبلیغات	۶

اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی	گردش آزاد اطلاعات و کمک به آگاهی جامعه	۷	مهم‌ترین نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان یا همان شبکه‌های اجتماعی موبایلی در صورت وجود آزادی بیان تأمین گردش آزاد اطلاعات و کمک به آگاهی جامعه و در نتیجه شکل‌گیری خرد جمعی قوی‌تر در تشخیص مصالح و منافع خویش است.
	گسترش ارتباطات و تسریع در انتقال پیام	۸	شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان خلأ ناشی از عدم آزادی مطبوعات، فقدان احزاب قدرتمند و محدودیت‌ها و موانعی که احزاب در ارتباط با اقشار و لایه‌های اجتماعی دارند، را تا حدودی جبران می‌کنند. فرصت‌هایی که به وجود می‌آورند، ارتباطات را خیلی گسترش می‌دهد و شکل‌گیری خرد جمعی را تسریع می‌دهد، در واقع همسویی و ناهمسویی‌ها را مشخص‌تر می‌کند و از لحاظ سرعت انتقال پیام خیلی می‌تواند مؤثر باشد. بنابراین آنان بازتاب‌دهنده دیدگاه‌های خرد جمعی جامعه هستند که وجود آزادی در کشور نشانه دموکراسی در آن کشور است.
	تسهیم و اشتراک اطلاعاتی همگانی	۹	تسهیم و اشتراک اطلاعاتی است که می‌گذارند، دسترسی آسان به این ابزارها، شما با گوشی تون الان خیلی راحت در هر نقطه‌ای که باشید حتی در تاکسی می‌توانید از این تسهیلات استفاده کنید. یعنی در هر نقطه و زمان و مکان می‌توانید از این تسهیلات استفاده کنید، جذابیت این‌ها که همراه با عکس، موزیک، فیلم و ویدیو که همه ابزاری در آن هست.
	عدم کنترل حاکمیت بر آن و امکان فرصت برابر به همگان برای رساندن پیام	۱۰	شبکه‌های مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان می‌توانند نقش در شکل‌دهی خرد جمعی داشته باشند، چون اون مکانیزم رو بستن، چون کنترل حاکمیتی بر روی رسانه‌ها رو رسانه‌های اجتماعی شکستن.

همان‌طور که مندرجات جدول ۴ نشان می‌دهد بر اساس ۱۰ کد استخراج‌شده از دیدگاه صاحب‌نظران فرصت‌هایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در شکل‌گیری خرد جمعی فراهم آورده‌اند و وجود آن‌ها زمینه‌ساز دموکراسی با برقراری تعاملی جمعی است. مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که این فناوری‌ها به سبب فرامرزی و کم‌هزینه بودن ارتباطات و هم‌اندیشی، مؤثر بر گسترش آزادی بیان و زمینه‌ساز گفتگو و تعاملات دوطرفه شده‌اند و این مهم سبب ایجاد بستری برای گسترش ارتباطات و تسریع در انتقال پیام، بستری برای تسهیم و اشتراک اطلاعاتی همگانی شده است. ضمن آنکه رسانه‌های مبتنی بر موبایل فرصتی برای تبادل نظر جمعی و مشارکتی به وجود آورده‌اند و به محلی برای تضارب افکار عمومی (تفاوت در دیدگاه‌ها و نظرات) تبدیل شده‌اند. این فناوری‌ها ابزاری جهت انتقال دانش و فن‌آوری، انتقال تجربه و مهارت و گفت‌وگو شده‌اند و همچنین به پلتفرمی برای انتشار محتوا توسط همگان تبدیل شده‌اند و درعین حال که بستری برای گردش آزاد اطلاعات و کمک به آگاهی جامعه هستند، فراهم آورنده امکان اشاعه افکار عمومی از طریق مشارکت مستقیم شهروندان نیز هستند.

نتیجه‌گیری

در کل در این پژوهش چهار سؤال اساسی مطرح شد؛ سؤال اول این بود که خرد جمعی چیست مصاحبه‌شوندگان خرد جمعی را مشارکت و همکاری جمعی برای نوعی تصمیم‌گیری جمعی و مشارکتی بر مبنای نظام ارزشی و تجربیات مرجع با توان تشخیص و درک عمومی یک گروه انسانی نسبت به مسائل مشترک می‌دانستند. این یافته با دیدگاه جورج هومنز و نظریه انتخاب عقلانی وی همخوانی دارد. از نظر هومنز، نفع شخصی انگیزه‌عام برای رفتار افراد است و افراد در چارچوب تقویت‌های مثبت و منفی محیط، به رفتار خود شکل می‌دهند و تجربه‌های پیشین افراد در مورد الگوهای

تقویت را هدایت‌کننده رفتار آن‌ها می‌دانست، در نتیجه برای فهم رفتار افراد باید از تاریخچه پاداش‌ها و هزینه‌های افراد آگاهی داشت (ریترز، ۱۳۸۴: ۶۳). نزد هابرماس زیست جهان جای وقوع ارتباط است و به لحاظ آرمانی، آن ارتباطی خصلت باز و آزاد دارد که به‌دوراز هرگونه سلطه است. ارتباط باز و آزاد به معنای عقلانی شدن ارتباط درون جهان زندگی است. و در یک وضعیت آرمانی، زیست جهان برای فرآیندهای کنش معطوف به حصول تفاهم، افقی را فراهم می‌سازد که در آن مشارکت‌کنندگان درباره چیزهایی در جهان عینی، در جهان اجتماعی مشترک، یا در جهان ذهنی معینی به گفتگو می‌پردازند و به توافق می‌رسند (هابرماس، ۱۳۹۲: ۱۵۶).

در پاسخ به سؤال دوم این که شاخص‌های خرد جمعی چیست مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که شاخص‌هایی چون مشارکت جمعی بر اساس منفعت جمعی و مبتنی بر گفتگوی عقلانی جمعی، کنش مبتنی بر عقل با رجوع به آرای جمعی در راستای منفعت جمع، اجماع تفکر جمعی با توجه به حساسیت اجتماعی، معطوف کردن عقلانیت به نوعی منفعت عمومی و درک مخاطرات در صورت انجام ندادن یک رفتار یا اقدام، رسیدن افراد به خودآگاهی و درک افراد از منفعت جمعی به جای منفعت فردی، رفتارهای منتج از برداشت‌های جمع در بستر فضای عمومی، عقاید جمعی، باور جمعی و رفتار جمعی با توجه به تجربیات مرجع و نظام ارزشی و توجه ویژه به فرهنگ و زبان و تاریخ مشترک، رویکرد آگاهانه در راستای هم‌افزایی اجتماعی، برداشت‌های هم‌راستا و یا تقریباً مشابه افراد از یک موضوع، عمومیت دیالکتیک عقل و هیجان در جمع در راستای سودجویی اجتماعی است.

در پاسخ به سؤال سوم یعنی تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان باور بر این بود که به دلیل عدم نظارت، این رسانه‌ها در معرض آسیب‌هایی چون ترویج اخبار دروغین و انتشار شایعه هستند. این یافته با دیدگاه‌های مانوئل کاستلز همخوانی دارد. از نظر کاستلز، شبکه‌ها، ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را

تشکیل می‌دهند و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشم‌گیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند (مهدی زاده، ۱۳۹۳، ص ۳۳۷). در نظریه جامعه شبکه‌ای، کاستلز ارجحیت بیشتری برای فضای مجازی نسبت به فضای واقعی قائل شده است. قانعی راد و جنادله (۱۳۹۴) نیز بر اساس نتایج پژوهش خود گزارش کردند با وجود برخی ظرفیت‌های فضای مجازی برای شکل‌گیری حوزه عمومی، همچنان چالش‌های مهمی از جمله شکاف دیجیتال، قطبی بودن و چندپارگی در فضای مجازی، ناشناس بودن و در نهایت سست شدن پیوندهای اجتماعی واقعی وجود دارد که این یافته‌ها همراستا با نتایج پژوهش حاضر است.

در پاسخ به سؤال چهارم یعنی فرصت‌های پیش روی شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان مصاحبه‌شوندگان بر این باور بودند که رسانه‌های مبتنی بر موبایل، فرصتی برای تبادل نظر جمعی و مشارکتی به وجود آورده‌اند و به محلی برای تضارب افکار عمومی (تفاوت در دیدگاه‌ها و نظرات) تبدیل شده‌اند. این فناوری‌ها امروزه فراهم آورنده بستر انعکاس واقعیت‌های اقتصادی - اجتماعی بدون سانسور و بدون جانب‌داری از جانب گروه‌ها و نهادهای خاص هستند و اعطاء فرصت یکسان به موافقان و مخالفان برای اظهار نظر و اعلام نظرات از مزیت‌های دیگر آنان است که این مهم سبب شده تا گامی در راستای شکل‌گیری خرد جمعی در جامعه ایرانی از طریق رسانه‌های مبتنی بر موبایل برداشته شود. رسانه‌های مبتنی بر موبایل بستری را برای دستیابی به نگاه واقع بینانه تر به مسائل جامعه و به خصوص مسائل اجتماعی - اقتصادی برخلاف نگاه جانبدارانه رسانه‌های حکومتی چون صداوسیما ایجاد کرده‌اند و زمینه مقایسه محتوای افکار با الگوهای فرهنگی و جمعی جامعه را فراهم آورده‌اند. به عبارتی می‌توان آن‌ها را زمینه‌ساز دموکراسی با برقراری تعاملی جمعی دانست.

عدم کنترل حاکمیت بر آن و امکان فرصت برابر به همگان برای رساندن پیام، مزیتی است که تنها در فضای مجازی برای کاربران فراهم شده است. رسانه‌های مبتنی بر موبایل زمینه اندیشیدن مخاطب را بیش‌ازپیش فراهم می‌آورند و برای ارائه نقدها و

اظهارنظرهای دلسوزانه و عملی مفید هستند و می‌توان این رسانه‌ها را مظهر آزاداندیشی دانست. این یافته در راستای پژوهش خانیکی، اتابک و عزیزی (۱۳۹۶) است که گزارش کردند کاربران با پیگیری مسائل مطرح‌شده در شبکه‌های مجازی در پیوند با دنیای اجتماعی خود، می‌توانند نقش فعال‌تری در حوزه عمومی داشته باشند.

پیش‌ازاین مطالعات نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر به شکل‌گیری خرد جمعی در مواردی چون شرکت‌ها و سهام‌داران شرکت‌ها شده‌اند (Azar, & Lo, 2016, Tang, 2017)، این نشان می‌دهد که بهره‌گیری درست می‌تواند افکار عمومی را با اقدامی جمعی در تصمیمی مشترک همراه سازد.

به نظر می‌رسد با این رسانه‌های مدرن می‌توان شکل‌گیری خرد جمعی در مسائل مهم و سرنوشت‌ساز جامعه چون انتخابات را تبیین نمود. در ایران امروزه رسانه‌های مبتنی بر موبایل و شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان جایگاه تعیین‌کننده‌ای در شکل‌گیری خرد جمعی و برقراری دموکراسی در جامعه ایفا می‌نمایند که این مهم توجه ویژه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان را می‌طلبد و به‌منظور بهره‌گیری بهتر از شبکه‌های اجتماعی مجازی و نرم‌افزارهای پیام‌رسان در راستای شکل‌گیری خرد جمعی، ابتدا می‌بایست قوانین جدید مبتنی بر فناوری‌های جدید روز دنیا در ایران تدوین گردد و کاربران بر اساس آموزه‌های مدنی و سایبری آموزش ببینند و پیام‌های موجود در شبکه‌های اجتماعی مجازی محتوا سازی و خط‌دهی شوند و این مهم از طریق مدیریت درست و ترویج فرهنگ نقدپذیری قابل‌دستیابی است.

منابع

- ابراهیمی فر، طاهره و یعقوبی فر، حامد. (۱۳۹۳)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر افکار عمومی (بررسی موردی انتخابات ریاست جمهوری در سال ۱۳۸۸)، *فصلنامه دانش انتظامی پلیس پایتخت*، سال هفتم، شماره ۱، ۶۹-۹۴.
- امیری، مجتبی و نوری مرادآبادی، یونس. (۱۳۹۱)، بررسی رابطه میان نگرش سیاسی، اعتماد به رسانه ملی، مخاطبان فعال، و گرایش دانشجویان دانشگاه‌های تهران به شبکه‌های اجتماعی مجازی، *مطالعات بین‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ (رسانه و فرهنگ)*، دوره ۲، شماره ۲، ۳۹-۶۳.
- باقری ایلخچی، جهانگیر و نازلین، مهناز. (۱۳۸۸)، بررسی تطبیقی دیدگاه عقلانیت انتقادی در اندیشه‌های پوپر و هابرماس، *دانشنامه حقوق و سیاست*، شماره ۱۱، ۴۵-۶۴.
- تاجیک، محمدرضا و خداخواه آذر، سمیه. (۱۳۹۵)، رسانه‌های اجتماعی مجازی و عرصه سیاست در ایران (بررسی موردی انتخابات دهم ریاست جمهوری و کارناوال‌های شهری در تهران)، *فصلنامه سیاست مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی*، دوره ۴۶، شماره ۳، ۵۷۲-۵۵۳.
- خانیکی، هادی و الوندی، پدram. (۱۳۸۹)، رسانه‌های شهروندی و حوزه عمومی جایگزین (مطالعه موردی پنج سایت فعال روزنامه‌نگاری شهروندی در ایران)، *فصلنامه علوم اجتماعی*، شماره ۵۱، ۱۳۹-۱۸۸.
- خانیکی، هادی؛ اتابک، محمد و عزیززی، فرید. (۱۳۹۶)، تحلیل وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با رویکرد حوزه عمومی هابرماس (مورد مطالعه چند گروه فیس‌بوکی)، *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، دوره ۱۸، شماره ۳۷، ۱۳۰-۱۰۱.
- یلینی، تیم؛ (۱۳۹۱)، *نظریه‌های کلاسیک جامعه‌شناسی*، ترجمه: بهرنگ صدیقی و وحید طلوعی، تهران: نشر نی، چاپ ششم.
- رحمان زاده، سید علی. (۱۳۸۹)، کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی‌شدن، *مطالعات راهبردی سیاست‌گذاری عمومی*، دوره ۱، شماره ۱، ۷۸-۴۹.
- رحمان‌زاده، سید علی و حقیقی، محمدرضا. (۱۳۹۲)، عوامل مؤثر در افزایش اثربخشی شبکه‌های اجتماعی مجازی در سازمان‌های رسانه‌ای (مورد مطالعه: انجمن مدیران روابط عمومی ایران)، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۸، شماره ۲۱، ۱۴۴-۱۳۳.
- رضایی، محمد، پورعسکری، مریم. (۱۳۹۵)، فیس بوک و رفتار انتخاباتی (مطالعه انتخابات ریاست جمهوری سال ۱۳۹۲ ایران)، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۲، شماره ۵، ۳۱-۱.

جایگاه شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیام‌رسان ... ۳۳

- رفیعی، حسن؛ سجادی، حمیرا؛ نارنجی‌ها، هومان؛ نوری، رؤیا؛ فرهادی، محمدحسن؛ نوروزی جوینانی، سعید و شیرین‌بیان، پیمان. (۱۳۸۷)، *روش‌های تحقیق بین‌رشته‌ای*، تهران: انتشارات دانژه. چاپ اول
- ریتزر، جورج. (۱۳۹۲)، *مبانی نظریه‌های جامعه‌شناختی معاصر و ریشه‌های کلاسیک آن*، ترجمه شهناز مسمی پرست، چاپ دوم، تهران: ثالث.
- ریتزر، جورج. (۱۳۸۴)، *نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران: علمی.
- سبیلان اردستانی، حسن. (۱۳۹۱)، نگاه جامعه‌شناختی به گروه‌های اجتماعی مجازی، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۷، شماره ۱۹، ۱۵۶-۱۴۳.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز. (۱۳۸۱)، *نظریه‌های ارتباطات*، ترجمه: علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- صفوی، سیدیحیی؛ کریمی پاشاکی، سجاد و خلخال، سعیدرضا. (۱۳۹۲)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سازمان‌دهی سیاسی فضای یازدهمین دوره انتخابات ریاست جمهوری ایران، *فصلنامه پژوهش‌های حفاظتی - امنیتی دانشگاه جامع امام حسین (علیه‌السلام)*، سال دوم، شماره ۲، ۱۰۱-۱۲۶.
- عقیلی، سیدوحید، روشندل اربطانی، طاهر، فرجیان، محمدمهدی. (۱۳۹۷)، نقش شبکه‌های اجتماعی در انتخابات در ایران و تأثیر آنها بر نقش رسانه‌های سنتی، *مطالعات رسانه‌های نوین*، دوره ۴، شماره ۱۳، ۲۱۴-۱۸۱.
- فتاحی، رحمت‌الله. (۱۳۸۹)، خرد جمعی و همکاری علمی در تولید علم، چرا و چگونه؟، *فصلنامه پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات*، دوره ۲۶، شماره ۱، ۱-۳.
- قانعی راد، محمدامین و جنادله، علی. (۱۳۹۴)، رویکردهای متعارض درباره تکوین حوزه عمومی در فضای مجازی، *مطالعات رسانه‌های نوین*، سال اول، شماره ۱، ۶۸-۲۹.
- قوام، عبدالعلی. (۱۳۹۵)، سیاست‌شناسی: مبانی علم سیاست، تهران: سمت. چاپ هفتم.
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳ الف)، *قدرت ارتباطات*، ترجمه: حسین بصیریان جهرمی. پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات، تاریخ انتشار به زبان اصلی (۲۰۰۹).
- کاستلز، مانوئل. (۱۳۹۳ ب)، *قدرت ارتباطات*، ترجمه: محمد آذری نجف‌آبادی، تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

- کاووسی، اسماعیل و کاظمی، حسنا. (۱۳۹۲)، نقش تحرک اجتماعی سیاسی شبکه‌های اجتماعی مجازی بر شکل‌گیری بعد فرهنگی سرمایه اجتماعی، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۸، شماره ۲۲، ۱۳۷-۱۴۹.
- محمدیان، مهناز. (۱۳۹۵)، *رابطه کاربری شبکه‌های اجتماعی موبایلی و هویت اجتماعی میان جوانان شهر اسلام‌آباد غرب (با تأکید بر هویت باز اندیشانه)*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد علوم اجتماعی دانشگاه الزهراء (س).
- مونسان، ناهید. (۱۳۸۸)، رشد عقل و خرد جمعی در سایه وسایل ارتباط جمعی، *مجله روابط عمومی*، شماره ۷۰، ۲۶-۳۴.
- مهدی زاده، محمد. (۱۳۸۳)، «اینترنت و حوزه عمومی»، *مجله رسانه*، شماره ۳، ۱۱۱-۱۳۱.
- میناوند، محمدقلی. (۱۳۸۵)، اینترنت و توسعه سیاسی: حوزه عمومی در فضای سایبرنتیک، *پژوهش سیاست نظری (پژوهش علوم سیاسی)*، دوره ۲، شماره ۲، صص ۱۴۶-۱۱۹.
- ربیعی، علی؛ علیخانی، زهره و غلامی، فرزاد. (۱۳۹۱)، تحلیل وبلاگ‌های سیاسی - اجتماعی با رویکرد حوزه عمومی هابرماس، *جهانی رسانه*، دوره ۷، شماره ۲، صص ۱۲۳-۹۰.
- نصرالهی، اکبر؛ شریفی، فرزانه و حقیقی، محمدرضا. (۱۳۹۳)، تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی، *مطالعات رسانه‌ای*، دوره ۹، شماره ۲۶، ۱۱۷-۱۱۱.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۹۲)، *نظریه کنش ارتباطی*، ترجمه: کمال پولادی، دو جلد در یک جلد، تهران: نشر مرکز.
- هابرماس، یورگن. (۱۳۸۰)، *جهانی‌شدن و آینده دموکراسی - منظومه پساملی*، ترجمه: کمال پولادی، تهران: نشر مرکز.
- یزدخواستی، بهجت؛ عدلی‌پور، صمد و سپهری، آسیه. (۱۳۹۲)، تحلیل محتوای صفحات و گروه‌های شبکه اجتماعی فیس‌بوک با نظریه حوزه عمومی هابرماس، *مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۲، شماره ۱، ۸۷-۱۱۰.
- Azar, Pablo, and Andrew W. Lo. (2016), (2016). The wisdom of twitter crowds: Predicting stock market reactions to fomc meetings via twitter feeds. *Journal of Portfolio Management*, 42(5), 123-134.
- Tang, Vicki Wei. (2017). Wisdom of Crowds: Cross sectional Variation in the Informativeness of Third Party Generated Product Information on Twitter. *Journal of Accounting*. 56(3) 989-1034.
- Wang, Ming-Hung, and Chin-Laung Lei. (2016). Boosting election prediction accuracy by crowd wisdom on social forums. In Consumer Communications & Networking Conference (CCNC), *13th IEEE Annual*: 348-353.