

## نقش فضای مجازی در فرایند قانون گذاری مجلس شورای اسلامی

DOR: 20.1001.1.23225580.1400.11.1.9.7

نوع مقاله: پژوهشی

شادی مکی<sup>۱</sup>، نازنین ملکیان<sup>۲</sup>، نوروز هاشم زهی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۳/۲۷

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۱/۱۹

### چکیده

نقش فضای مجازی در قانون گذاری با رویکردی به حوزه عمومی به این معنا است که نیازها، ارزش ها و هنجارهای شهروندان در تقنین قوانین با رویکرد به فضای مجازی چه مقدار تجلی می یابد. قانون گذاران چه مقدار از فضای مجازی که ظهور و بروز خواسته های شهروندان است در راستای قانون گذاری استفاده می کنند؟ برای این منظور از روش کیفی گردنبدتوری استفاده شد. جامعه آماری نمایندگان مجلس و حجم نمونه با توجه به اشباع داده ها و اشباع نظری تعداد ۴۵ مصاحبه می باشد که با استفاده از نرم افزار اطلس تی آی تحلیل انجام شده است. ابتدا از متن مصاحبه محورهای باز استخراج و از این محورهای باز هشت شاخص، کدگذاری میانی شد که این شاخص ها نیز به دو شاخص کلان تسریع کننده در استفاده از فضای مجازی با محورهای آگاهی شبکه، بازیابی اطلاعات، انتشار اطلاعات و هماهنگی و در شاخص بازدارندگی نیز به محورهای عدم زیرساخت ها، ناتوانی در استفاده، هجمه تبلیغاتی و نگاه یکسویه تقسیم شد. نظر به خلاء سایت رسمی و تعاملی نمایندگان مجلس، با کدگذاری جدید مصاحبه ها، خواسته های نمایندگان از مرکز فناوری مجلس و اکاوی مجدد شد که ایجاد سایت برای ارتباطات سازمانی، کسب اطلاعات از مطالبات شهروندی در قالب نظرسنجی، ارتباط با شهروندان و نخبگان و حوزه انتخابیه از سخنان نمایندگان احصاء شده است. نتیجه اینکه با عنایت به عوامل بازدارنده، تنها راه ایجاد ارتباط رسمی در فضای مجازی به مانند تمامی کشورهای مترقی، داشتن فضای مجازی رسمی با رویکرد جمع سپاری است.

**واژه گان کلیدی:** فضای مجازی، قانون گذاری، حوزه عمومی، شبکه های اجتماعی، رسانه های نوین.

۱- دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۲- استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

nz.malekian@gmail.com

۳- استادیار گروه علوم ارتباطات، واحد تهران شرق، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

## مقدمه

تجلی افکار عمومی در تدوین قوانین یکی از اصول حقوق فطری بشر است (کاتوزیان، ۱۳۶۴)، به این معنا که قوانین باید نشأت گرفته از افکار و خواست‌های شهروندان باشد. این تجلی افکار به صورت الهام و اشراق ایجاد نمی‌شود بلکه باید از فرایندی خاص تبعیت نماید تا در قوانین متجلی شود. این فرایند تجلی به انحای گوناگون می‌باشد که یکی از آنها استفاده از نظریه حوزه عمومی یورگن هابرماس است؛ به این مفهوم که افکار و خواست‌های شهروندان در مرحله اول در حوزه خصوصی شکل می‌گیرد و سپس در حوزه عمومی پردازش و منطبق با نیازها، ارزش و باورهای شهروندان می‌گردد که این افکار تبدیل به عرف، هنجار و ارزش‌ها می‌شود و آن هنجارها و ارزش‌هایی که نیاز به ضمانت اجرا دارد در مرحله سوم و در حاکمیت تبدیل به قانون، آیین‌نامه و دستور العمل می‌گردد. زمانی که قانون برگرفته از نیازها، ارزش‌ها و هنجارهای جامعه باشد، کارآمد و مقبول جامعه خواهد بود و همگان به آن عمل خواهند کرد و در صورتی که احساس نکنند که قوانین، ارتباطی با نیازها و ارزش‌های آنها دارد به طور حتم در تحقق آن نیز کوشا نخواهند بود.

حال چگونه قوه قانون‌گذار می‌تواند نظام‌مند و سیستماتیک از افکار، اندیشه‌ها و نیازهای واقعی شهروندان جامعه خود آگاهی پیدا نماید؟ باید عنایت داشت که نمایندگان قوه قانون‌گذار نیز همانند مابقی انسان‌ها، ظرفیت و محدودیت مشخص جسمانی و ذهنی دارند و نمی‌توانند مدعی شوند که توان‌مندی آنها بالاتر از حد انسانی است و می‌توانند با توجه به توان شخصی خود تمام جامعه را رصد نمایند.

خلاء ارتباط مستقیم شهروندان و مسئولان و بالعکس در تمامی جوامع توسط رسانه‌ها پُر می‌گردد و رسانه‌ها به عنوان چشم، گوش و دهان شهروندان این ارتباط را برقرار می‌ساختند. اما

با ورود فناوری اطلاعات و ارتباطات رویکرد واسطه بودن انحصاری رسانه‌ها شکسته شد و دو مقوله رسانه‌های نوین و شبکه‌های اطلاعاتی، تکمیل کننده ارتباط بین شهروندان و قانون‌گذاران گردید. در فناوری جدید، دیگر ابتکار عمل در اختیار واسطه‌های رسانه‌ای نیست، بلکه این امکان برای قانون‌گذاران ایجاد شده است که بدون واسطه و با برنامه ریزی مناسب، ارتباط مستقیم و نظام‌مند با شهروندان برقرار سازند که نمونه آن در مقاله پارلمان اروپا (Belkacem, 2013) آورده شده است و تمامی پارلمان‌های کشورهای اروپایی نیز در این مسیر حرکت کرده‌اند.

اما استفاده از ابزارهای ارتباطی و اطلاعاتی در قانون گذاری ایران چه جایگاهی دارد و نمایندگان قانون گذاری چگونه از نیازها و خواسته‌های شهروندان از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات آگاه می‌شوند؟ آیا آنها نیز به مانند اتحادیه اروپا از سیستم رسمی ابزارهای شبکه‌های اجتماعی ویژه پارلمان آگاه می‌شوند و یا از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات همگانی آگاهی کسب می‌کنند و این آگاهی را در کدامیک از مراحل ارتباطی [۱- گاهی از شبکه ۲- بازیابی اطلاعات ۳- انتشار اطلاعات ۴- هماهنگی] استفاده می‌کنند؟

## مباحث نظری

نقش فضای مجازی در قانون گذاری یکی از موضوعات جدید تحقیقاتی است که کمتر در ایران روی آن پژوهش انجام شده است و لذا بدیهی است که سوابق و ادبیات خاصی هم که نیازمند این تحقیق باشد تولید و منتشر نشده، لذا مباحث نظری تحقیق بر پایه ابزارهای ارتباطی نوین در حوزه عمومی [یورگن هابرماس] در نظر گرفته شده است. به عبارت دیگر، در هزاره سوم، شهروندان چگونه می‌توانند تعامل کارآمد در راستای قانون گذاری با نمایندگان مجلس و بالعکس داشته باشند که این امر را در قالب حوزه عمومی مورد بررسی قرار داده‌ایم.

هابرماس تعبیر حوزه عمومی را برای عرصه‌ای اجتماعی بکار می‌برد که در آن افراد از طریق مفاهمه، ارتباط و استدلال مبتنی بر تعقل، به موضع‌گیری‌ها و جهت‌گیری‌های هنجاری مشغولند که بر فرآیند اعمال قدرت دولت، تاثیراتی آگاهی‌دهنده و عقلانی ساز باقی می‌گذارند. به عبارت بهتر، افراد در حوزه عمومی (عرصه اجتماعی) از طریق مفاهمه و استدلال و در شرایطی عاری از هر گونه فشار، اضطراب و بر مبنای آزادی و آگاهی تعاملی و در شرایط برابر برای تمام طرف‌های مشارکت‌کننده در حوزه عمومی مذکور، به تولید مجموعه‌ای از رفتارها، مواضع و جهت‌گیری‌های ارزشی و هنجاری می‌پردازند که در نهایت به صورت ابزاری موثر برای تاثیر گذاردن بر رفتار و عملکرد دولت به ویژه در عقلانی ساختن قدرت دولتی عمل می‌کنند. آنچه موجب جلب نظر هابرماس به مقوله حوزه عمومی شده، عبارت است از اهمیت این مفهوم به عنوان اساس نقد جامعه بر اساس اصول دموکراتیک. به این ترتیب حوزه عمومی عرصه‌ای است که در آن افراد برای مشارکت در گفتگویی آزاد و علنی گرد هم آمده‌اند (هابرماس، ۱۳۹۲: ۲۱۰).

به تعبیر دیگر «حوزه عمومی عرصه‌ای است که در آن افراد به منظور مشارکت در مباحث باز و علنی گرد هم می‌آیند» (هولاب، ۱۳۸۸: ۲۵). هابرماس در تبیین و توضیح مفهوم حوزه عمومی می‌گوید: منظور من از حوزه عمومی قبل از هر چیز عرصه یا قلمرویی از حیات اجتماعی ماست 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 بی‌قید و بند یعنی با تضمین آزادی اجتماعات و انجمن‌ها، آزادی بیان و چاپ نشر افکارشان با یکدیگر مشورت و کنکاش می‌کنند، در واقع به صورت یک پیکره عمومی عمل می‌نمایند. تعبیر افکار عمومی

به رسالت انتقاد و نظارتی اشاره دارد که پیکره عمومی شهروندان به طور غیررسمی در برابر طبقه حاکم اعمال می کند (نوذری، ۱۳۸۱: ۴۶۶).

نکته مهم و اساسی در این فرآیند آن است که رفتار افراد در جریان مفاهمه در حوزه عمومی بطور عمده بر مبنای کنش های کلامی عاری از فشار و سلطه در شرایطی عادلانه، آزادانه، آگاهانه و برابر صورت می گیرد. یعنی در درون وضعیتی که هابرماس از آن به وضعیت کلامی ایده آل یاد می کند.

مجموعه این شرایط و تعاملات در وضعیت مذکور، بستری را فراهم می سازند که طی آن کنش کلامی در نهایت، مطلوب ترین و آرمانی ترین وجه آن، یعنی در جریان کنش ارتباطی خود را نمایان می سازد (نوذری، ۱۳۸۱: ۴۳۱).

از نظر هابرماس، حوزه عمومی عرصه ای چند ذهنی و محل برخورد اندیشه ها و اذهان گوناگون و فضای طرح آزاد مسایل عمومی است و استدلال و تعقل درباره آنها و در نهایت اراده عمومی را شکل می دهد (هابرماس، ۱۳۹۲: ۱۴۹). حوزه عمومی به معنی درست، عرصه ای است که هیچ حد و حدودی بر فعالیت آن وضع نشده، حوزه عقلانی و حقیقت یاب و حقیقت ساز جامعه است. این حوزه، عرصه فکر، گفتگو، استدلال و زبان است. شرایط مکالمه باز و آزاد در حوزه عمومی متضمن این اصل است که هیچ فرد یا گروهی نمی تواند در خارج از این حوزه به صورت قانع کننده ای مدعی شناخت بهتر خیر و صلاح جامعه باشد. حوزه عمومی آنچه را که ماهیتا عمومی است از حوزه های بسته و خصوصی قدرت و منفعت رهایی می بخشد. پاسخ به پرسش هایی از این قبیل که آزادی، عدالت، برابری، عقلانیت و جز آن چیست، تنها در حوزه عمومی هر جامعه ای ممکن است داده شود و مورد پذیرش و باور قرار گیرد (هابرماس، ۱۳۹۲: ۱۴۹).

با توجه به تعریف هابرماس از حوزه عمومی مشخص می‌شود که متغیرهای مستقل اصلی عبارتند از: دسترسی، گفتگو و کنش عمومی. «تورنتون» دسترسی عام را به چهار مقوله یا شاخص ۱- دسترسی به رسانه، ۲- دسترسی به اطلاعات، ۳- دسترسی افقی (دسترسی به دیگران) و ۴- دسترسی عمودی (دسترسی به حاکمان) تقسیم نموده است.

### اشکال جدید ارتباطی در حوزه عمومی

در سال‌های اخیر در فضای مجازی مفاهیم تولید رسانه‌ای و توزیع رسانه‌ای دچار تغییراتی شده‌اند که متفاوت با مدل رسانه‌های سنتی است. این روزها دستگاه‌های رایانه شخصی، دوربین‌های دیجیتال، خطوط اینترنت پرسرعت و نرم افزارهای رایانه‌ای متنوع با قیمت پایین و فراگیری بالا، در دسترس تعداد زیادی از کاربران اینترنتی قرار گرفته است. به این ترتیب هر کاربر اینترنتی به راحتی و در مدت زمان چند دقیقه می‌تواند وبلاگ شخصی ایجاد کند و یا در انواع پلتفرم‌ها [پیام رسان‌ها و شبکه‌ای اجتماعی] عضو شود و محتوایی که تولید کرده اعم از متن، عکس، صدا و ویدئو را به راحتی منتشر کند. پس تولید رسانه‌ای در فرایندی متفاوت با رسانه‌های سنتی صورت می‌پذیرد و کاربران اینترنتی خود تولید کننده محتوا در عرصه فضای مجازی محسوب می‌شوند (Zittel, 2004: 299-326).

از دیدگاه مایفیلد رسانه‌های اجتماعی از اشکال جدید رسانه‌های آنلاین هستند که همه یا تعدادی از ویژگی‌های زیر را دارند: امکان مشارکت کردن، باز بودن، ارتباط دو سویه، شکل‌گیری جماعت‌های آنلاین و توانایی برقراری ارتباط.

### جایگاه شهروندان در قانونگذاری

صوفیا رانچورداس و ویم وومنس (۲۰۱۷) در خصوص نقش شهروندان در قانون‌گذاری می‌گویند: با توسعه وب و افزایش دسترسی به اینترنت، شهروندان به طور فزاینده‌ای به هم پیوند

خورده‌اند. اینترنت نقش آنها را از ناظران منفعل به شرکت کنندگان فعال در جامعه، اقتصاد و سیاست تغییر داده و خرد جمعی جدیدی را ایجاد کرده است. خرد جمعی مردم که از طریق جمع آوری نظرات فردی استخراج می‌شوند که می‌تواند تصمیمات بی‌طرفانه، مستقل و دقیق تری از ارزیابی کارشناسان ارائه دهد. این مطلب از دانش متعارف سرپیچی می‌کند و استدلال می‌کند که "مشروعیت و پاسخگویی (...)" می‌تواند به طور سیستماتیک از طریق مشارکت بیشتر مردم در اداره امور عمومی افزایش یابد، دقیقاً به همان روشی که جمع آوری منابع موجب افزایش اثربخشی و کارایی در بازارها می‌شود. " با بحث در مورد شرایطی که خرد جمعی می‌تواند برای فرآیند قانون گذاری ارزش افزوده داشته باشد، سهم مهم و ابتکاری در ادبیات مربوط به مشارکت الکترونیکی و مشروعیت دموکراتیک ایجاد کرد.

با کمک فناوری، اکنون می‌توان اطلاعات پراکنده را پیدا کرد، داده‌های پیچیده را جمع آوری و پردازش کرد تا روند قانون گذاری بهبود یابد. بنابراین مشارکت الکترونیکی شهروندان در سطح ملی و محلی به بُعد جدیدی رسیده است. این را می‌توان با عوامل مختلفی توضیح داد. اول، دسترسی اینترنت در کشورهای پیشرفته و توسعه فناوری تعاملی، مشارکت تعاملی شهروندان را تسهیل می‌کند. علاوه بر این، اینترنت دیگر یک بستر انتشار نیست، بلکه نوعی ارتباط تعاملی است که کاربران را به "خودشان انجام می‌دهند" دعوت می‌کند. دوم، توسعه منابع عمومی، "اقتصاد مشترک" و استفاده‌های مختلف از سیستم عامل‌های دیجیتال به عنوان یک فرآیند هم‌تا به هم‌تا، مدل سنتی سرمایه‌داری را بر اساس مقررات از بالا به پایین و قواعد متخصصانه طراحی شده برای پرداختن به عدم تقارن اطلاعات، تغییر داده است. در رابطه کاربر و حرفه باید گفت، توسعه فن آوری‌های مشارکتی، ما را به یاد تعارض بین کارشناسان و خرد جمعی مردم می‌اندازد: در جهانی که همه می‌توانند در اینترنت هر کسی باشند و یاد بگیرند که

همه کارها را بدون حضور در آموزش خاصی انجام دهند، شهروندان نیز احساس می کنند که باید در روند قانون سازی دخیل باشد. در حالی که مشارکت رسمی ذینفعان در روند قانون-گذاری به طور رسمی در بسیاری از کشورهای غربی در چارچوب رایزنی های عمومی و جلسات رسمی مجلس تنظیم شده است و مشارکت فعال شهروندان گمنام، فراتر از این فرایندها است (Ranchordás & Voermans, 2017).

روند مشارکت رسمی شهروندان در قانون گذاری در بیشتر کشورها به عنوان «جمع سپاری قانون گذاری» نام گرفته است. به تعبیر دیگر، رانچورداس و وومنس اشاره به مشارکت غیر رسمی شهروندان در قانون گذاری دارند. استفاده از ابزارهای شبکه های اجتماعی (SNT<sup>۱</sup>) در پارلمان اروپا (Belkacem, 2013) نشان دهنده پایه های رسمیت بخشی به مشارکت شهروندان در قانون گذاری است. یکی از وب سایت هایی که در زمینه جمع سپاری<sup>۲</sup> فعالیت خوبی داشته است، openlaws.com است. Openlaws ارائه دهنده سرویس های داده ای-اطلاعاتی برخط حقوقی است و همچنین از اشتراک اطلاعات حقوقی با دیگر کاربران، حمایت می کند. ماموریت Openlaws آسان سازی و عادلانه ساختن دسترسی به اطلاعات برای شهروندان عادی، شاغلین و حقوقدانان است. برای این کار، Openlaws بستر اطلاعاتی نوینی، بر پایه ابتکار پدید آورده است. این پایگاه اینترنتی، اطلاعات ارزشمندی را برای کاربران خود که در سراسر اروپا گسترده شده اند، به ارمغان آورده است و شهروندان پانصد میلیون نفری اروپا و نیز صاحبان کسب و کار در این گستره را که جمعیتی بالغ بر بیست و یک میلیون نفر هستند، پوشش می دهد.

---

1 Social Networking Tools

2 Crowdsourcing



البته مشارکت رسمی در قانون گذاری تحت عناوین «جمع سپاری» و «فناوری شهروندی» مرسوم است که در این تحقیق چون فقط با رویکرد قانون گذاران در استفاده از فضای مجازی در تدوین قوانین است، وارد موضوع نشده ایم.

### پیشینه تحقیقات موجود

بررسی منابع داخلی نشان از آن دارد که در خصوص نقش فضای مجازی در قانون گذاری تحقیقی انجام نشده است، اما در خصوص مشارکت ضمنی شهروندان در قانون گذاری، بدون اشاره به نحوه برقراری ارتباط شهروندان با قانون گذاران تحقیقاتی شده است. محمد احمدی (۱۳۹۹) در پایان نامه خود با عنوان «ملاحظات اجتماعی قانون گذاری در جمهوری اسلامی ایران» می نویسد: اگر قواعد حقوقی، پذیرش درونی در جامعه نداشته باشد و اقباع کننده نباشد، نیازمند تحمیل خارجی و اعمال قدرت است. اگر اعمال قدرت مؤثر باشد قانون تا حدودی اجرا می شود اما اگر غیر مؤثر باشد میزان قانونگریزی زیاد می شود. احمدی در ادامه چهار مورد ملاحظه اجتماعی را برای قانون گذاری نام می برد که دو مورد معطوف بودن به نیازهای واقعی و جلب مشارکت حداکثری مردم را به عنوان مشارکت ضمنی شهروندان در قانون گذاری می آورد و در توضیح بندهای مورد اشاره در سیاست های کلی قانون گذاری بیان می کند: زمانی یک قانون قابلیت اجرایی خواهد داشت که توسط شهروندان جامعه مورد نقض واقع نشود و این مهم زمانی تحقق می یابد که بخش مهمی از قوانین براساس ملاحظات اجتماعی تاسیس شوند. مورد بعدی حبیب نژاد و تقی زاده (۱۳۹۸) است، آنها در مقاله «نیازسنجی تقنینی؛ عنصری بایسته در قانون گذاری شایسته» به اهمیت نیازهای شهروندان در تقنین قوانین تاکید داشته و سؤال کرده اند که در فرایند قانون گذاری، نیازسنجی تقنینی از چه مبانی توجیهی برخوردار است و در نظام قانون گذاری ایران، چگونه و با چه کیفیتی به آن بها داده شده است؟ سپس نتیجه گیری کرده اند که

اولاً نیازسنجی تقنینی مبانی توجیهی متعددی دارد؛ ثانیاً نظام قانون‌گذاری کشور در خصوص نیازسنجی تقنینی ادبیاتی ضعیف و تجربه ای نحیف دارد و این موضوع، در رویه های قانون-گذاری نیز امری مغفول محسوب می‌شود؛ ثالثاً برای وضع قوانینی شایسته، کارآمد و پاسخگوی نیازهای جامعه، چاره‌ای جز تقویت بعد نیازسنجی در قانون‌گذاری و بها دادن به آن در عمل نیست؛ رابعاً میان نیازسنجی تقنینی و عوام‌گرایی در عرصه تقنین تفاوت وجود دارد و نمی‌توان به بهانه منفی بودن عوام‌گرایی، نیازسنجی تقنینی را کنار گذاشت.

در منابع خارجی، بلکام خیرا (Belkacem, 2013) در پایان نامه دکتری خود تحت عنوان «معرفی ابزارهای شبکه‌های اجتماعی در الگوهای ارتباطی پارلمان اروپا» می‌نویسد: این تحقیق برای پاسخ به سؤال اعضای پارلمان اروپا تا چه اندازه می‌تواند ابزارهای شبکه‌های اجتماعی را به عنوان بخشی از منابع ارتباطی خود در تعامل با سایر بازیگران هنگام انجام کار خود به عنوان قانون‌گذار بگنجانند؟ چارچوب روش شناختی انتخاب شده برای انجام این مطالعه، اکتشافی و کیفی است. مصاحبه با نمایندگان مجلس و کارمندان آنها با هدف بررسی درک نمایندگان مجلس از کاربرد SNT، انگیزه‌ها و مزایای درک شده آنها از استفاده از SNT هنگام انجام کار خود به عنوان قانون‌گذار انجام شد. مصاحبه‌ها با مقامات EP<sup>1</sup> و اعضای جامعه مدنی اروپا عمداً به عنوان مصاحبه‌های معتبر طراحی شده بودند. برای این منظور در کل، ۲۹ مصاحبه در سال ۲۰۱۱-۲۰۱۲ انجام شد. چارچوب نظری این مطالعه به تئوری‌های شبکه ارتباطی و مطالعات سازمانی که به پذیرش SNT در محیط کار می‌پردازد، وابسته است. یافته‌ها حاکی از آن است که چهار حوزه وجود دارد که نمایندگان مجلس می‌توانند از SNT در عملکردهای قانونی خود استفاده کنند: ۱- آگاهی از شبکه؛ دموکراتیک کردن شیوه‌های

1 European Parliament

لابی در EP، ۲- بازیابی اطلاعات؛ افزایش آگاهی آنها از افکار عمومی، ۳- انتشار اطلاعات؛ ایجاد مجدد روابط خود با روزنامه نگاران و در نهایت ۴- هماهنگی اقدامات خود به عنوان نمایندگان با جامعه مدنی اروپا. بنابراین، این مطالعه به تاثیر SNT توسط اعضای منتخب پارلمان اروپا با تمرکز بر درک آنها در مورد استفاده از SNT هنگام انجام نقش خود به عنوان قانون گذار می پردازد.

کلینگر (Klinger, 2013) در مطالعه خود در خصوص نقش رسانه های اجتماعی در پارلمان اروپا می گوید: تقریباً مطابق با تحولات رسانه های اجتماعی در جهت اهداف مجلس، گسترش فن آوری های جدید، به عنوان پناهگاه های احتمالی برای گرایش ها جهت "گفتگوی عمومی اروپایی" یاد شده است، جایی که شهروندان و مقامات منتخب آنها می توانند با یکدیگر ارتباط برقرار و بحث کنند. اگرچه عمده تحقیقات تجربی، چنین ادعاهای کاملاً خوش بینانه ای را کاملاً تائید نکرده است.

مطالعه بعدی مربوط به اولوف لارسون (Olof Larson, 2015) در مقاله «پارلمان اتحادیه اروپا در توئیتر - ارزیابی عملکردهای آنلاین دائمی نمایندگان مجلس» است، که می نویسد: "اگرچه تلاش های مفهومی اغلب نشان می دهد که اینترنت از امکانات قابل توجهی برای ایجاد انقلابی در مشارکت سیاسی برخوردار است، اما مطالعات تجربی اغلب تأثیرات محدودی را در این زمینه ارائه داده اند. با این وجود، هنوز هم از خدمات آنلاین جدید مانند توئیتر به عنوان پتانسیلی برای استخدام شهروندان و سیاستمداران یاد می شود. به طور خاص، این مطالعه به دنبال ارزیابی میزان استفاده از توئیتر توسط نمایندگان پارلمان اروپا است که به عنوان آثار ماندگاری مربوط به حرفه ای شدن مبارزات سیاسی می باشد. بدین ترتیب، با بررسی این

موارد در خارج از دوره‌های انتخاباتی، به بینش مفیدی در مورد استفاده روزمره از توئیتر در فعالیت‌های روزمره آنلاین سیاستمداران کمک می‌کند.”

تمرکز تجربی این مطالعه بر بستر رسانه‌های اجتماعی توئیتر قرار دارد. توئیتر که یکی از پرمخاطب‌ترین سرویس‌های آنلاین در حال حاضر است و به کاربران خود این امکان را می‌دهد تا به روزرسانی‌های کوتاه حداکثر ۱۴۰ حرف - توئیٹ‌ها - را به شبکه‌ای از پیروان ارسال کنند. اگرچه استفاده از این سرویس بسیار دور از دسترس جهانی است و به طور قابل توجهی بین مناطق مختلف جهان متفاوت است.

همچنین این مطالعه با اتخاذ یک رویکرد اکتشافی، ارزیابی کلی ساختاری از کاربردهای روزمره توئیتر توسط نمایندگان پارلمان اتحادیه اروپا را ارائه می‌دهد و به طور خلاصه، مفهوم ماندگاری در این زمینه اغلب به عنوان فعالیت‌های مبارزاتی مانند خارج از فصول انتخابات توسط سیاستمداران را نشان می‌دهد. به طور خاص، این مطالعه از یک سری تحلیل‌های آماری استفاده می‌کند تا تأثیر متغیرهای فردی (مانند سن یا جنسیت) و متنی (مانند ویژگی‌های کشور یا حزب) را در استفاده مداوم از توئیتر اندازه‌گیری کند.

## روش شناسی

با عنایت به اینکه مطالعه حاضر در صدد بررسی و اکتشاف نحوه استفاده نمایندگان مجلس شورای اسلامی از فضای مجازی در ارتباط با قانون‌گذاری است، لذا بهترین روش استفاده از روش کیفی گرندتئوری بوده چرا که از قبل هیچ دانش و نظریه‌ای در خصوص نحوه استفاده قانون‌گذاران ایران از فناوری اطلاعات و ارتباطات وجود ندارد. لذا بدیهی است که روش تحقیق کیفی گراندتئوری بهترین روش تحقیق محسوب شود.

نظریه گرانددتئوری عبارت است از فرایند ساخت یک نظریه مستند و مدون، از طریق گردآوری سازمان یافته داده‌ها و تحلیل استقرایی مجموعه داده‌های گردآوری شده، به منظور پاسخگویی به پرسش‌های نوین، در زمینه‌هایی که فاقد مبانی نظری کافی برای تدوین هر گونه فرضیه و آزمون آن هستند. منصوریان (۱۳۸۵: ۵) و پاول (۱۹۹۹) می‌گویند: نظریه گرانددتئوری روشی است که نظریه‌ها، مفاهیم، فرضیه و قضایا طی یک فرایند منظم، به جای استنتاج از پیش فرض‌های قبلی، سایر پژوهش‌ها یا چارچوب‌های نظری موجود، به طور مستقیم از داده‌ها کشف می‌شود. نیومن (۱۹۹۷) معتقد است نظریه گرانددتئوری مجموعه‌ای از شیوه‌ها برای توسعه دادن نظریه استقرایی در مورد یک پدیده است (پاول، ۱۳۷۹: ۲۳).

بنیان‌گذاران این متدولوژی، دو محقق با نام‌های گلیسر و استروس بوده‌اند که این روش را بکار گرفتند و نظریات خود را در خصوص آن، در کتابی با عنوان «کشف گرانددتئوری» در دهه ۱۹۶۰ منتشر کردند. گلیسر و استروس در کتاب خود مطرح کردند: موضوع اصلی کتاب ما، کشف تئوری بر اساس گردآوری نظام‌مند داده، در پژوهش‌های علوم اجتماعی است. هر فصل این کتاب به مراحل می‌پردازد که ما در فرایند تولید تئوری، پشت سر گذاشته‌ایم. انگیزه اصلی از معرفی این تئوری، رسیدن به مرحله‌ای از شناخت در مورد موضوع مورد مطالعه است که ما را قادر می‌سازد نظریه‌ای را که ساخته‌ایم بر اساس داده‌های واقعی استحکام بخشیم. (پاول، ۱۳۷۹: ۲۴)

بنابراین برای گردآوری اطلاعات کیفی از پرسشنامه باز و عمقی استفاده شده است که این پرسشنامه از دو محور دوتایی تشکیل شده است؛ یکم تاثیر پذیری و دوم تاثیر گذاری. به این ترتیب در سوالات کیفی باز از وکلای مجلس در خصوص موارد دوگانه مذکور در حوزه‌های طرح‌ها و لوایح، نطق‌های وکلا، سخنان پیش از دستور، تذکرات در صحن علنی، سوال از وزرا،

تحقیق و تفحص، استیضاح وزیران، دستور جلسات کمیسیون‌ها و کمیته‌ها پرسیده شده است که جمع آوری اطلاعات و تحلیل آنها بر اساس گزندتئوری انجام شده است. مشارکت کنندگان این تحقیق را نمایندگان مجلس شورای اسلامی تشکیل می‌دهند و حجم نمونه نیز با توجه به روش کیفی بجای این که معرف آماری باشد، هدفمند و نظری است. هدفمند بدین معنا که بتواند حسب موضوع و مسئله و موقعیت تحقیق، گروه‌های هدف اطلاع رسان را تعریف کند، از آنها که درگیر و حامل انواع تجربه‌های زیسته و اندیشیده در موقعیت بوده‌اند و هستند. نظری بودن نمونه نیز بدین معناست که کفایت لازم برای این که ما را به سطح انتزاع و اشباع نظری برساند، دارا می‌باشد. برای همین است که نمونه گیری نظری، فرایندی تکرار شونده است تا به حدی از کفایت محتوایی برسد که ما را به سطح انتزاع نظری و اکتشاف نظریه (یا گروه‌های فرضیه معتبر) برساند، به عبارت دیگر، رویدادها و برش‌های مختلف از موضوع و مسئله را به دست دهد که بتوانیم سازه مفهومی خود را توسعه داده و موقعیت مورد تحقیق را بازنمایی نظری کنیم.

چارچوب نمونه با دو معیار محک می‌خورد: ۱- ورود (اشباع داده‌ها) ۲- خروجی (اشباع نظری). در این تحقیق نیز تعداد مصاحبه‌ها تا اشباع داده‌ها و نظریه‌ها تداوم یافته و با ۴۵ نماینده مصاحبه باز شده است. در نهایت برای تجزیه و تحلیل اطلاعات کیفی، از نرم افزار «اتلس تی آی» که قابلیت‌های زیادی در تحلیل کیفی دارد استفاده شده است.

### یافته‌های توصیفی

در بررسی انجام شده ۴۵ مصاحبه با نمایندگان مجلس شورای اسلامی انجام شده است که در تحقیقات کیفی عدد بزرگی است. علت این امر دو مسئله، یکم؛ جواب‌های کوتاه برخی پاسخگویان و دوم؛ کلیشه‌ای پاسخ دادن و عدم باز کردن موضع بوده است. پاسخگویانی که در

مصاحبه‌ها شرکت کرده‌اند دارای ویژگی‌های ذیل بوده‌اند: ۴۳ (۹۵/۶ درصد) نفر مرد و ۲ نفر (۴/۴ درصد) زن بوده‌اند. از نظر وضعیت تحصیلی ۲۷ نفر (۶۰ درصد) دارای تحصیلات کارشناسی ارشد و ۱۸ نفر (۴۰ درصد) دارای تحصیلات دکتری بوده‌اند. ۳۰ نفر (۵۵/۶ درصد) دارای سابقه تک دوره‌ای نمایندگی و ۱۵ نفر (۳۳/۴ درصد) داری سابقه بیش از یک دوره‌ای بوده‌اند.

### ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی نمایندگان در فضای مجازی

نمایندگان در فضای مجازی از منظومه ارتباطی ذیل استفاده کرده اند.



### نگاره شماره ۱: ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی نمایندگان در فضای مجازی

اگر فضای مجازی به دو دسته رسمی [سایت‌های سازمانی] و غیر رسمی [رسانه‌های نوین]<sup>۱</sup> تقسیم شود، نمایندگان فقط از رسانه‌های نوین استفاده کرده‌اند. که عبارتند از: ۱- سایت‌های

1 New Media

خبری شامل خبرگزاری‌های داخلی (مانند تسنیم، فارس، ایسنا، ایرنا، مهر، تابناک، خبرآنلاین، خبر فوری، ایلنا، عصر ایران، موج)، سایت صداوسیما و خانه ملت و سایت‌های خارجی بی‌بی‌سی و رادیو فردا، که فقط برای دریافت اطلاعات است. ۲- پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام، تلگرام، واتساپ، سروش و غیره که ماهیت همگانی دارند. پلتفرم‌ها ارتباطی به استثنای اینستاگرام جزو پیام‌رسان<sup>۱</sup> محسوب می‌شوند و اطلاعات یک سویه دارند و نماینده یا کاربر نمی‌تواند ارتباط دو سویه تعاملی با مخاطبان خود داشته باشد به تعبیر دیگر این ابزارها به مانند رسانه‌های جمعی فقط اطلاعات یک‌سویه در اختیار نمایندگان قرار می‌دهند و لذا امکان استفاده به عنوان ابزارهای تعاملی کامل در حوزه عمومی برای تقنین قوانین امکان‌پذیر نیست.

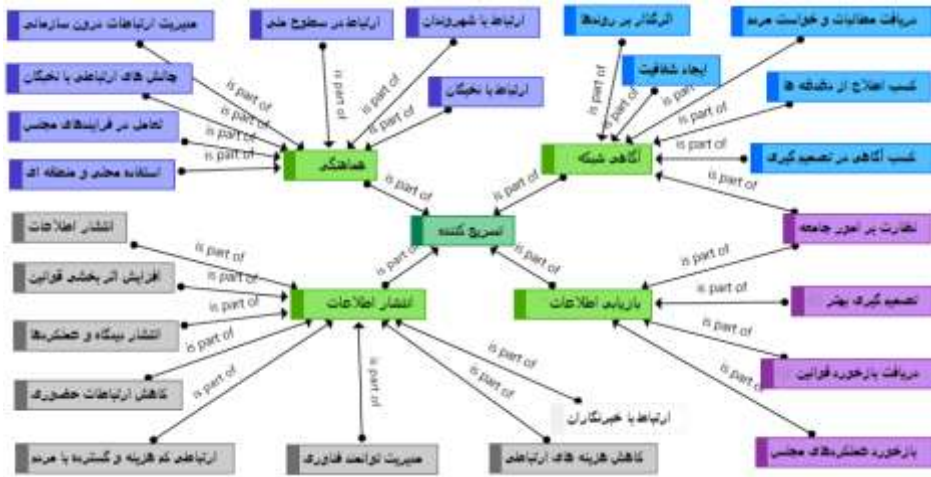
اینستاگرام با ظرفیت‌ترین شبکه اجتماعی<sup>۲</sup> در بین پلتفرم‌های مذکور است که امکانات مناسبی برای تعامل بین شهروندان دارد اما اینستاگرام دارای چند ویژگی برای برقراری ارتباط است: یکم اینکه اینستاگرام وابسته به اینفلوئنسرها است که نمایندگان اینفلوئنسر نیستند. دوم امکان جستجو در پلتفرم‌های ارتباطی در حد ناچیز بوده و برای جستجوی فرازمانی مناسب نیست و در نهایت ابزار ارتباطی نخبگان و ذیربطان نبوده و شبکه‌ای برای تعامل با توده‌ها است.

### نقش فضای مجازی در تسریع قانونگذاری معطوف به حوزه عمومی

برای بررسی نحوه استفاده نمایندگان از فضای مجازی برای قانونگذاری؛ ابتدا سوالات باز مطرح شد، سپس پاسخ‌ها کدگذاری با محور باز شدند که در مرحله بعد محورهای باز در چهار شاخص آگاهی شبکه، بازیابی اطلاعات، انتشار اطلاعات و در نهایت هماهنگی که برگرفته از تحقیق بلکام خیرا (۲۰۱۳) می‌باشد دسته بندی شدند که در نگاره شماره ۲ قابل رویت است.

1 Data Messenger  
2 Social Network





## نگاره شماره ۲: نقش فضای مجازی در تسریع قانونگذاری معطوف به حوزه عمومی

آگاهی شبکه یا رویکرد کسب آگاهی، مهمترین استفاده از فضای مجازی در قانون گذاری معطوف به شهروندان محسوب می شود که این امر، یعنی آگاهی یافتن از نیازها، خواسته ها، منویات و دغدغه های شهروندان و تجلی بخشی آن در تقنین قوانین است. برای این منظور محورهای آگاهی از دغدغه های شهروندان، دریافت مطالبات مردم، کسب آگاهی در تصمیم گیری، اثرگذاری بر روندها و ایجاد شفافیت، جزو محورهای باز برای شاخص آگاهی شبکه برشمرده شده است.

نقطه قوت این شاخص ارتباط افقی بین شهروندان و نمایندگان مجلس در حوزه عمومی است که در مطلع شدن نمایندگان از نیازها و منویات شهروندان در جهت قانون گذاری موثر است. بدین ترتیب، فضای مجازی، پنجره ای جدید برای دیده شدن شهروندان و واسطه ای برای نمایندگان ایجاد کرده است.

نقطه ضعف در این است که باتوجه به ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی پیش گفته، کانال ارتباطی نمایندگان، معطوف به رسانه های نوین اجتماعی [فضای مجازی همگانی] و نه فضای

مجازی رسمی است، لذا انعکاس مطالب در این پلتفرم‌ها در راستای جریان سازی‌های خبری جذب مخاطب قرار دارد که به قول هابرماس (۱۳۹۲) می‌تواند موجب انحراف در انعکاس افکار عمومی شوند و نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز باید به مانند مجالس کشورهای دیگر دارای سایت ویژه برای برقراری ارتباط شهروندان با آنها باشند.

بازیابی اطلاعات؛ یکی دیگر از کارکردهای فضای مجازی بازیابی اطلاعات یا همان کسب اطلاعات مربوط به موضوع در فرایند قانون‌گذاری است. به عبارت دیگر، در هر تصمیم‌گیری علمی، نیاز به اطلاعات است که فضای مجازی می‌تواند این امکان را در اختیار وکلای مجلس قرار دهد تا آنها با داشتن اطلاعات لازم، قوانین کارآمدی را تصویب نمایند و در عین حال از پیامدهای تصمیمات خود نیز آگاه شوند که بازخورد فعالیت نمایندگان نیز در راستای بهبود قانون‌گذاری محسوب می‌شود. برای این منظور محورهای باز اطلاعات برای تصمیم‌گیری بهتر، نظارت بر امور جامعه، دریافت بازخورد قوانین و بازخورد عملکردهای عمومی مجلس در زیرمجموعه شاخص بازیابی قرار گرفته‌اند.

بازیابی اطلاعات در حوزه عمومی هابرماس بیانگر نظام بازخوردی مجلس و نمایندگان آن است که رابطه بین مجلس و شهروندان را تصحیح می‌کند و اگر درست پیاده شود، می‌تواند همسویی مجلس و مردم را در پی داشته باشد.

انتشار اطلاعات، یکی از مهمترین و در عین حال جذاب‌ترین کارکردهای فناوری اطلاعات و ارتباطات برای وکلای مجلس است که می‌توانند اندیشه‌ها و عملکرد خود را به سمع و نظر شهروندان برسانند و در اصل نوعی ارتباط عمودی است که البته در کنار دیگر کارکردها، عمودی بودن ارتباط به حداقل می‌رسد. محورهایی همچون انتشار دیدگاه‌ها و عملکردها، انتشار اطلاعات، ارتباط کم هزینه و گسترده با مردم، افزایش اثر بخشی قوانین و کاهش ارتباطات

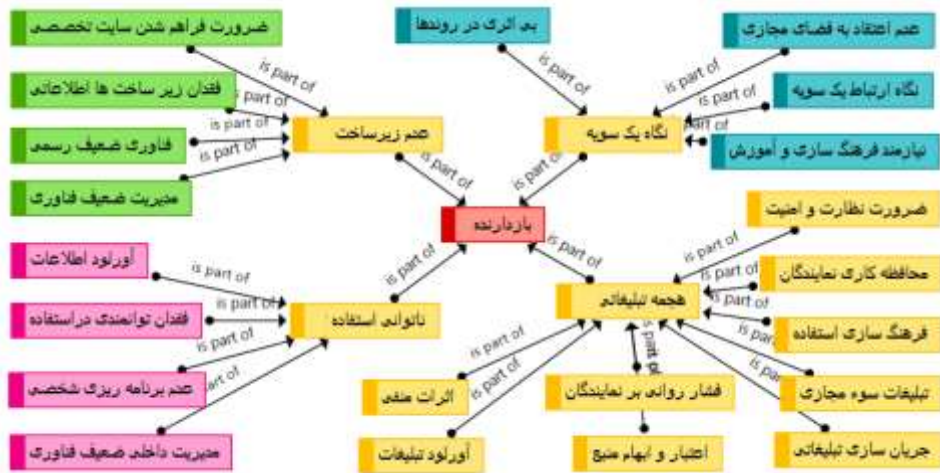
حضور از جمله محورهای باز انتشار اطلاعات در مصاحبه‌های موجود است. به عبارت دیگر، همان گونه که شهروندان امکان جدید برای رساندن صدای خود به گوش و کلا در فضای مجازی پیدا کرده‌اند، به همان میزان نیز وکلای مجلس این امکان را یافته‌اند که با دور زدن رسانه‌های مسلط [مانند رسانه های ملی] صدای خود را به گوش شهروندان برسانند. در گذشته این رسانه‌های جمعی بودند که برای نمایندگان مشخص می کردند که چه حرف‌هایی از آنها و حتی کدامیک از مطالبشان انعکاس یابد، در صورتی که فضای مجازی این حصار را از بین برده است و هر نماینده‌ای می تواند شخصاً صدای خود را به گوش همگان برساند.

هماهنگی؛ برقراری ارتباط متقابل و مستقیم است. وکلای مجلس به عنوان قانون گذار با موکلین باید در ارتباط مستقیم و مداوم باشند تا بتوانند به عمق موضوعات و خواسته‌های آنها پی ببرند و همچنین آنها را قانع سازند. در این میان ابزارهای ارتباطی فضای مجازی جایگزین خیلی از ارتباطات رودرو شده است. تجمیع محورهای استفاده محلی و منطقه‌ای، ارتباط در سطوح ملی، ارتباط با شهروندان، ارتباط با نخبگان، تعامل در فرایندهای مجلس و مدیریت ارتباطات درون سازمانی مجلس، تشکیل دهنده شاخص هماهنگی در استفاده نمایندگان از فضای مجازی برای قانون گذاری شده است.

### **بازدارنده‌های استفاده نمایندگان از فضای مجازی در قانون گذاری**

همانگونه که تعدادی از نمایندگان پاسخگو از فضای مجازی استفاه می کنند، عده‌ای نیز نظرات مخالف دارند که برخی ابتدا محاسن را عنوان می نمایند و سپس به نقد فضای مجازی می پردازند و تعدادی نیز کلاً مخالف فضای مجازی هستند که در قالب چهار شاخص باز یابی شده عدم زیر ساخت، ناتوانی در استفاده از فضای مجازی، هجوم تبلیغاتی و نگاه یک سویه

شکل گرفته است. ویژگی این شاخص‌ها که در تحقیق کیفی کنونی و از متن مصاحبه با نمایندگان استخراج شده در نگاره شماره ۳ آمده است.



### نگاره شماره ۳: بازدارنده‌های استفاده‌های نمایندگان از فضای مجازی در قانونگذاری

مهمترین شاخص برای بی‌اقبالی ظاهری به فضای مجازی در فرایند وظایف قانون‌گذاران، عدم زیرساخت‌های ارتباطی و اطلاعاتی است که با محورهای باز ضرورت فراهم شدن سایت تخصصی، فقدان زیرساخت‌های اطلاعاتی، فناوری ضعیف رسمی و مدیریت ضعیف فناوری توسط نمایندگان بیان شده است.

اگر کمی دقت شود، شاخص مذکور بدون مراجعه به مصاحبه‌ها نیز به صورت شفاف قابل مشاهده است و با توجه به سایت پارلمان جمهوری اسلامی ایران<sup>۱</sup> که باید در گاه رسمی ارتباطی شهروندان با نمایندگان مجلس باشد، بعد از شش سال به تازگی راه اندازی شده و هنوز نتوانسته جایگاه واقعی خود را پیدا کند، در صورتی که در ادبیات و پیشینه تحقیق عنوان شد که پارلمان

اروپا و هم پارلمان‌های بسیاری از کشورها، دارای سایتی کارآمد برای ارتباط رسمی متقابل با شهروندان هستند. اما نمایندگان پاسخگو، فضای مجازی را با رسانه‌های نوین یکسان پنداشته‌اند [نگاره شمار ۱] در صورتی که اگر زیرساخت‌ها نباشند ارتباط با شهروندان و هر گونه فعالیت در حوزه ژورنالیستی قرار می‌گیرد که این امر با کسب اطلاع و تعامل در شبکه‌های رسمی و پیگیری نظام‌مند متفاوت می‌باشد و بدیهی است برای زدوده شدن اکراه در برقراری ارتباط، نیاز به زیرساخت‌های منظم و غیر ژورنالیستی است.

ناتوانی در استفاده از فضای مجازی دومین شاخص بازدارندگی است که از چهار محور فقدان توانمندی در استفاده، عدم برنامه‌ریزی شخصی، مدیریت داخلی ضعیف فناوری و در نهایت آورلود یا سرریز اطلاعات سرچشمه می‌گیرد.

در فضای مجازی غیر رسمی هر روز پلتفرم‌های جدید و یا امکانات جدید ایجاد می‌شود که کار با آنها نیاز به دانش، مهارت و فعالیت روزانه دارد، بدیهی است نمایندگان مجلس با مشغله فراوانی که دارند اگر کادر مجربی نداشته و متکی به شخص خود باشند در این عرصه عقب خواهند افتاد و در مقابل این فضای مجازی رسمی است که باید قدرتمند شود تا نمایندگان به غیر از موارد معدود نخواهند وارد پلتفرم‌های پیام رسان و شبکه‌های اجتماعی همگانی شوند. عدم برنامه‌ریزی شخصی در استفاده از شبکه‌های اجتماعی که نیاز به سواد ارتباطی دارد، مدیریت ضعیف داخلی فناوری‌ها و آورلود اطلاعات که برای تمامی مسئولان رخ می‌دهد و نیاز به کادری برای دروازه بانی اطلاعات دارند، از موضوعاتی است که در ناتوانی استفاده از فضای مجازی بیان شده است.

شاید مهمترین عاملی که نمایندگان مجلس را از فضای مجازی غیر رسمی گریزان یا بدبین ساخته، شاخص حجم‌های تبلیغاتی است که با توجه به محورهای استخراج شده از مصاحبه‌ها،

تحت عناوین جریان سازی تبلیغاتی، تبلیغات سوء مجازی، فشار روانی بر نمایندگان، اثرات منفی هجمه‌ها، اعتبار و ابهام منابع، آورلود تبلیغاتی، فرهنگ سازی استفاده از فضای مجازی، ضرورت نظارت و امنیت در فضای مجازی و محافظه کاری نمایندگان نهفته است. به این ترتیب با محدود شدن نمایندگان به ابزارهای ارتباطی همگانی بجای تخصصی، آنها درگیر روزمرگی ارتباطی شده‌اند که در این رقابت ارتباطی، بطور حتم نمایندگان با مشغله فراوان کاری به نسبت فعالان شبکه‌هایی اجتماعی موفق نخواهند بود و عاملی برای گریزان شدن از این میدان است.

شاخص نگاه ارتباط یک سویه که از محوری به همین نام گرفته شده مربوط به برخی از نمایندگان است که هنوز تصور صحیحی از شرایط هزاره سوم ندارند و چه فضای مجازی رسمی و چه رسانه‌های نوین را فقط برای انتشار اطلاعات و همچنین فرمانبری شهروندان می‌دانند، در صورتی که امروزه همانطور که گفته شد با حضور فضای مجازی، این نوع تفکر توان پیاده سازی ندارد و شهروندان اگر خود را بالاتر از مسئولان ندانند کمتر از آنها نیز نمی‌دانند و خواهان مشارکت در حکمرانی هستند. این شاخص با محورهای باز نگاه ارتباط یک سویه، عدم اعتقاد به فضای مجازی، بی اثری فضای مجازی در روندهای تصمیم گیری و در نهایت فرهنگ سازی و آموزش شهروندان در استفاده از فضای مجازی شکل گرفته است.

## بحث

نتایج به دست آمده در این مطالعه به دو دسته از نمایندگان اشاره دارد، بخشی که با نگاه فرصت به فضای مجازی در قانون گذاری از آن استفاده کامل کنند و دسته دوم با نگاه تهدید به فضای مجازی در قانون گذاری، اکراه در استفاده دارند. دسته اول شباهت بسیاری به تحقیق بلکام خیرا (۲۰۱۳) دارد. خیرا نیز در تحقیق خود چهار محور نهایی آگاهی شبکه، بازیابی اطلاعات، انتشار اطلاعات و هماهنگی را احصا نموده بود که در این مطالعه نیز این چهار محور

بازیابی شد و نشان داد که در فرایند استفاده از فضای مجازی برای قانون گذاری شباهت بسیاری بین ایران و نمایندگان پارلمان اروپا وجود دارد و تنها تفاوت در این است که در پارلمان اروپا SNT سامانه فضای مجازی اختصاصی برای نمایندگان است، در صورتی که در مجلس شورای اسلامی، این سامانه وجود نداشته و جایگزین آن رسانه‌های نوین همگانی قرار گرفته است که این ابزار ارتباطی همگانی، معضلات زیادی را به خصوص عدم اشراف نمایندگان به رسانه‌های نوین و ضعف در برابر دست‌اندرکاران این رسانه‌ها و ناتوانی در مقابله با حجم‌های تبلیغاتی که نیاز به مهارت و زمان دارد، باعث شده است و نمایندگان به سرعت و کارآمدی هم‌تاهای خود در دیگر کشورها با زیرساخت‌های فناوری فضای مجازی حرکت نمی‌نمایند.

مطالعه دوم مربوط به کلینگر (Klinger, 2013) است که در خصوص نقش رسانه‌های اجتماعی در پارلمان اروپا می‌گوید: گسترش فن‌آوری‌های جدید، به عنوان پناهگاه‌های احتمالی برای گرایش‌ها جهت "گفتگوی عمومی اروپایی" شده است. مطالعه نقش فضای مجازی در قانون گذاری ایران، هرچند به شهروندان ارجاع نداشته و جامعه و نمونه آماری نمایندگان مجلس بوده‌اند، اما اصطلاحاتی همچون حجم‌های تبلیغاتی و توفان پیامکی نشان-دهنده ایجاد گرایش به تعامل مشارکت در قانون گذاری در حوزه عمومی ایران نیز می‌باشد.

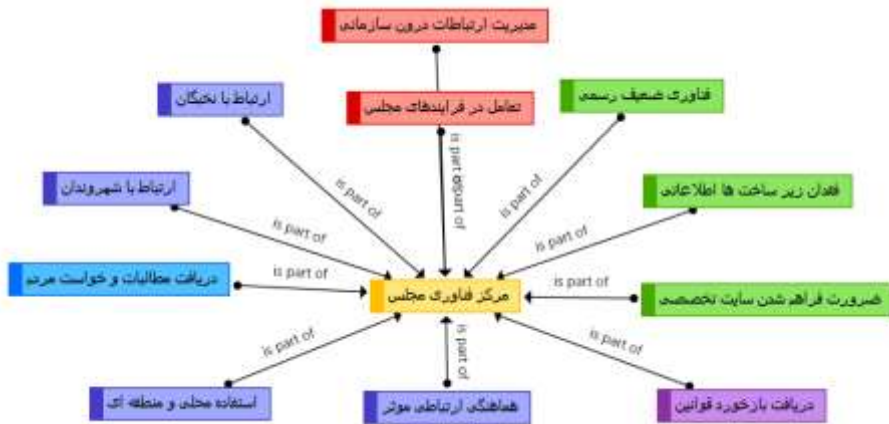
## نتیجه گیری

نمایندگان پاسخگو تفکیکی بین فضای مجازی رسمی و غیر رسمی [رسانه‌های نوین یا همان شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها] نداشته‌اند که این امر و خلط مبحث، خود مهمترین عامل ناکارآمدی و بدبینی در استفاده از فضای مجازی در قانون گذاری شده است. به عبارت دیگر، با عنایت به اینکه در مبانی تئوریک این مقاله به SNT [ابزارهای شبکه‌های اجتماعی] در پارلمان اروپا پرداخته شد که شبکه اینترنتی رسمی برای رفع نیازهای اطلاعاتی نمایندگان و

همچنین تعامل رسمی با شهروندان اروپا است و در بررسی پارلمان‌های اروپا نیز سایت‌های ویژه برای تعامل نمایندگان با شهروندان در قالب جمع‌سپاری قوانین و مشارکت شهروندان و نخبگان در قانون‌گذاری ایجاد شده است که بیشتر تعاملات مجازی نمایندگان اروپا را پوشش می‌دهد، اما در مجلس شورای اسلامی فضای مجازی رسمی و فعال که تمامی ابعاد مورد نیاز نمایندگان را برای قانون‌گذاری در بر بگیرد، وجود ندارد.

برای اینکه بتوان از این ورطه خارج شد و نمایندگان مجلس شورای اسلامی نیز بتوانند همانند اعضای پارلمان اروپا و پارلمان‌های کشورهای دیگر، استفاده مفید از فضای مجازی داشته باشند، از آنان سوال «نقش مرکز فناوری مجلس در تقنین قوانین و راهکارهای بهبود آن» پرسیده شد که با تعریف مجدد «ابزارهای اطلاعاتی و ارتباطی نمایندگان» کدگذاری ثانویه شد. به این مفهوم که هرچند موضوع در سوالات باز قرار داشته اما کدگذاری ثانویه با رویکرد به استفاده از فضای مجازی برای راهکار عملی در تحقیق حاضر، برای ابزارهای ارتباطی به عنوان شاخص و نه محور باز اجرا شد که نتایج در نگاره ذیل آمده است. به تعبیر دیگر یکی از ویژگی‌های تحقیقات کیفی، گسترش تحقیق در حین تحقیق است که در این مطالعه نقش مرکز فناوری مجلس در استفاده از فضای مجازی بازآفرینی شده است.





### نگاره شماره ۴: نقش مرکز فناوری مجلس در تقنین قوانین با رویکرد به حوزه عمومی

در مجموع نظرات نمایندگان به چند دسته تقسیم می شود: ۱- ارتباطات سازمانی که مرکز فناوری مجلس باید در راستای بهبود فرایند کاری نمایندگان، تمامی امکانات مجازی را مهیا نماید ۲- کسب اطلاعات درخصوص مطالبات شهروندان و خواسته های مردم در قالب نظر سنجی [و جمع سپاری] و همچنین بررسی بازخورد قوانین و عملکرد مجلس برای تصحیح امور ۳- امکان برقراری ارتباط با شهروندان، ارتباط با حوزه انتخابیه، ارتباط با نخبگان و ذیربطان ۴- ایجاد سایت مناسب و ترمیم ضعف های بر شمرده شده در سایت مجلس، که این موارد در اصل همان ایجاد زیرساخت های فضای مجازی رسمی در مجلس بوده که پیوند دهنده مجلس با حوزه عمومی است که تقریباً می توان گفت تا حد زیادی این فضا تاکنون مهیا نشده است.

به این ترتیب مشاهده می شود که بر خلاف تصورات رایج که ابزارهای همگانی فضای مجازی یا رسانه های نوین، گزینه برقراری ارتباط بین نمایندگان و شهروندان در حوزه عمومی برای قانون گذاری هستند، با عنایت به موضوعات مطرح شده بازدارنده همچون، عدم زیرساخت ها، ناتوانی در استفاده از فضای مجازی و حجم های تبلیغاتی امکان این ارتباط را به

حداقل ممکن کاهش داده و تنها راه ایجاد ارتباط رسمی در فضای مجازی به مانند تمامی کشورهای مترقی، داشتن فضای مجازی رسمی با رویکرد جمع سپاری است.

## منابع

- ۱) احمدی، محمد (۱۳۹۹). ملاحظات اجتماعی قانونگذاری در جمهوری اسلامی ایران، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه امام صادق علیه السلام، دانشکده معارف اسلامی و حقوق، استاد راهنما: سیدمحمد مهدی غمامی استاد مشاور: عبدالکریم خیامی.
- ۲) پاول، رونالد ار (۱۳۷۹). روش های اساسی پژوهش برای کتابداران، ترجمه ی نجلا حریری، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی.
- ۳) حبیب نژاد، سید احمد و تقی زاده، احمد (۱۳۹۸). «نیازسنجی تقنینی؛ عنصری بایسته در قانونگذاری شایسته»، فصلنامه دانش حقوق عمومی، سال هشتم، زمستان، شماره ۲۶.
- ۴) کاتوزیان، ناصر (۱۳۶۴). مقدمه علم حقوق و مطالعه در نظام حقوقی ایران، تهران: نشر گنج دانش
- ۵) منصوریان، یزدان (۱۳۸۵). «گراندد تئوری چیست و چه کاربردی دارد؟»، همایش چالش های علم اطلاعات، دانشگاه اصفهان ۱۳۸۵/۳/۹.
- ۶) نوذری، حسین علی (۱۳۸۱). بازخوانی هابرماس، درآمدی بر آراء، اندیشه ها و نظریه های یورگن هابرماس، تهران: نشر چشمه.
- ۷) هابرماس، یورگن (۱۳۹۲). دگرگونی ساختاری حوزه عمومی (کاوشی در باب جامعه بورژوازی)، ترجمه جمال محمدی، تهران: انتشارات نشر افکار.
- ۸) هولاب، رابرت (۱۳۸۸). یورگن هابرماس، نقد در حوزه عمومی، ترجمه حسین بشیریه، تهران: نشر نی.
- 9) Belkacem, Kheira (2013) Introducing social networking tools into members of the European Parliament's communication patterns. PhD thesis, University of Leeds., Institute of Communications Studies, July 2013.
- 10) Olof Larsson ,Anders (2015) The EU Parliament on Twitter—Assessing the Permanent Online Practices of Parliamentarians, Journal of Information Technology & Politics, Volume 12, 2015 - Issue 2, Published Online: 14 Jan 2015.
- 11) Klinger, U. (2013). Mastering the art of social media. Information, Communication & Society, 16(5), 717–736.
- 12) Ranchordás ,Sofia & Voermans, Wim (2017) Crowdsourcing legislation: new ways of engaging the public ,To cite this article: Sofia Ranchordás & Wim Voermans (2017) Crowdsourcing legislation: new ways of engaging the public, The Theory and Practice of Legislation, 5:1, 1-4, DOI: 10.1080/20508840.2017.1303224
- 13) Zittel, Thomas (2004).. 'MPs and the Internet, Between the Rock of Technology and the, Hard Place of Politics?', EPRI Conference (Stockholm, Sweden).