

کتاب گفت و گو

عباس سهراب زاده

عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور

تصویر، صدا، سیاست

تأملی بر تأثیر رسانه‌های جدید بر فضای سیاسی ایران
در دهه ۱۳۸۰ استاد خورشیدی



انتشارات تیسرا

ای خدای ای فضل تو حاجت روا / با تو یاد هیچ کس نبود روا
قطره دانش که بخشیدی ز پیش / متصل گردان به دریاهای خویش

سرشناسه	: سهراب‌زاده، عباس ۱۳۸۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: تصویر، صدا، سیما: تأملی بر تأثیر رسانه‌های جدید بر فضای سیاسی ایران در دهه هشتاد خورشیدی / نویسنده: عباس سهراب‌زاده.
مشخصات نشر	: تهران: تیس، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۲۴۰ ص؛ جدول، نمودار؛ ۴/۵.
فروست	: کتاب گفت‌وگو؛ ۱۵.
شابک	: ۱۶۹۰۰۰ ریال؛ 978-600-7683-39-2
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
عنوان دیگر	: تأملی بر تأثیر رسانه‌های جدید بر فضای سیاسی ایران در دهه هشتاد خورشیدی.
موضوع	: رسانه‌های گروهی - ایران - جنبه‌های سیاسی.
موضوع	: رسانه‌های گروهی - تأثیر.
رده‌بندی کنگره	: ۱۳۹۵ س ۹۵ الف / ۹۵/۸۲ P
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۲/۲۳۰۹۵۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۴۰۹۷۲۰۲

تصویر، صدا، سیاست؛ تأملی بر تأثیر رسانه‌های جدید بر فضای سیاسی ایران در دهه هشتاد خورشیدی

نویسنده: عباس سهراب‌زاده

مدیر تولید: عباس سهراب‌زاده

چاپ یکم: بهار ۱۳۹۰

شماره نشر: ۱۳۹۰

ویراستار: طیبه حسین‌زاده

صفحه‌آرا: سپیده امری

لیتوگرافی: البرز نوین، چاپ: دانا، طراحی: ساغر مهر

ناظر فنی چاپ: علی کاتب

تعداد: ۱۲۰۰ نسخه

قیمت: ۱۶۹۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۶۸۳-۳۹-۲

همه حقوق چاپ و نشر این اثر طبق قرارداد محفوظ است.

این اثر تحت پوشش قانون حمایت از مؤلفان و مصنفان ایران قرار دارد.

استفاده از مطالب با ذکر منبع بدون اشکال است.

• انتشارات تيسا

تهران، بهارستان، ظهیرالاسلام، کوچه دیلمان، شماره ۶، واحد ۳.

تلفن: ۰۲۱-۳۳۹۹۴۴۳، ۳۳۹۹۴۴۷۰، iteesa@mail.com

وبسایت: www.teesa.ir



[telegram.me/iteesa](https://t.me/iteesa)



[iteesa](https://twitter.com/iteesa)



[iteesa](https://www.instagram.com/iteesa)

۱۱	مقدمه
۱۹	فصل یکم: چهارچوب نظری
۱۹	نظریه‌های رسانه و قدرت
۲۰	مکتب‌ها
۲۰	۱. برساخت گرایی
۲۱	۲. ساختارگرایی
۲۳	نظریه‌های رسانه
۲۴	۱. نظریه دهکده جهانی: مارشال مک لوهان
۲۶	۲. نظریه عرصه عمومی؛ یورگن هابرماس
۲۹	۳. واکرده و حاد- واقعیت، بودریار
۳۲	۴. جامعه شبکه‌ای، کاستلز
۳۴	۵. جهانی شدن و دموکراسی رسانه‌ای؛ گیدنر
۳۵	۶. تمدن آینده؛ دانیل بل
۳۸	۷. فناوری و فرهنگ؛ نیل پستمن
۴۱	نظریه‌های قدرت
۴۱	۱. عصبيت و مراحل تأسيس، تداوم و زوال دولت؛ ابن خلدون
۴۳	۲. میکرو فیزیک قدرت، میشل فوکو
۴۶	۳. گفتمان قدرت نرم، جوزف نای
۵۰	مدل رابطه رسانه و ساخت قدرت
۵۵	فصل دوم: تحولات رسانه و فناوری‌های ارتباطی - اطلاعاتی
۵۵	مقدمه
۵۶	۱. اینترنت، رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی

۶۱. ۲. موبایل (تلفن همراه).....
۷۹. ۳. ماهواره.....
۸۲. جمع‌بندی.....
- فصل سوم: تحولات ساخت قدرت سیاسی در جمهوری اسلامی ایران
۸۷. دهه هشتاد خورشیدی).....
۸۷. مقدمه.....
۸۹. عناصر بنیادین.....
۸۹. ۱. نظریه‌ها.....
۹۵. ۲. نهادها.....
۹۷. ۱-۲. قانون اساسی.....
۹۸. ۳. نهاد رهبری.....
۱۰۲. ۲-۳. نهاد ریاست جمهوری.....
۱۰۴. ۱-۴. مجلس شورای اسلامی.....
۱۰۵. ۲-۵. شورای نگهبان.....
۱۰۶. ۲-۶. مجمع تشخیص مصلحت نظام.....
۱۰۹. ۲-۷. قوه قضائیه.....
۱۱۲. ۲-۸. سپاه پاسداران انقلاب اسلامی.....
۱۱۵. ۲-۹. مجلس خبرگان رهبری.....
۱۱۷. ۲-۱۰. حوزه‌های علمیه و نهاد مرجعیت.....
۱۱۸. ۲-۱۱. احزاب و تشکلات.....
۱۲۰. ۳. شخصیت‌ها.....
۱۲۴. ۴. هنجارها.....
۱۲۷. عناصر اثرگذار.....
۱۲۷. ۱. چالش‌ها.....
۱۲۹. ۱-۱. چالش‌های خارجی.....
۱۲۹. ۱-۱-۱. جهانی شدن.....
۱۳۵. ۱-۱-۲. تحریم‌ها.....
۱۳۶. ۱-۱-۳. جنگ‌های خاورمیانه.....
۱۳۶. ۱-۱-۴. اختلافات ارضی و مرزی با امارات متحده عربی.....
۱۳۷. ۱-۱-۵. پدیده اسلام‌هراسی و ایران‌هراسی در غرب.....
۱۳۷. ۱-۲. چالش‌های داخلی.....
۱۳۷. ۱-۲-۱. اقتصاد (تورم و رکود).....

۱۳۹	۱-۲-۲. بیکاری
۱۴۰	۱-۲-۳. مواد مخدر
۱۴۱	۱-۲-۴. شکاف نسلی
۱۴۱	۱-۲-۵. تضاد جریانات سیاسی
۱۴۲	۱-۲-۶. فرار مغزها
۱۴۳	۲. افکار عمومی
۱۴۸	۳. رویدادها
۱۵۳	۴. ابزارها
۱۵۷	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها
۱۵۷	ناشر رسانه‌های نوین بر ساخت قدرت سیاسی در ایران
۱۵۸	۱. تغییر ساختاری
۱۶۱	۲. تحولات بازسازی
۱۶۱	۲-۱. رسانه: تحول در ادبیات و گفتار سیاسی
۱۶۸	۲-۲. رسانه و تغییر در رفتار سیاسی
۱۷۵	۲-۳. رسانه و توسعه سیاسی
۱۷۷	۲-۴. رسانه‌ها و نظام‌های سیاسی
۱۸۲	۲-۵. رسانه‌ها و مشارکت سیاسی
۱۸۳	۲-۶. رسانه و تغییر رویکرد گرایش‌های ذی‌نفوذ
۱۹۲	۲-۷. رسانه و تحول در نهادها
۱۹۲	۲-۷-۱. شورای عالی فضای مجازی
۱۹۴	۲-۷-۲. مرکز ملی مطالعات جهانی شدن
۱۹۵	۲-۷-۳. پلیس فضای تولید و تبادل اطلاعات (فتا)
۱۹۷	۲-۷-۴. دولت الکترونیک
۲۰۲	۲-۷-۵. مرکز دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای وزارت خارجه
۲۰۴	۲-۸. رسانه و تحول در سازوکار سیاسی (دموکراسی دیجیتال)
۲۰۹	۲-۹. رسانه و تحول در برهم‌کنش‌های سیاسی
۲۱۶	جمع‌بندی
۲۲۵	نتیجه‌گیری
۲۳۱	کتابنامه

اغلب اندیشمندان، سیاست سیاسی قدرت را متأثر از عوامل متعدد اقتصادی، سیاسی، تاریخی، جغرافیایی و اجتماعی می‌دانند. هر یک از این عوامل به گونه‌ای، بر جنبه‌هایی از قدرت تأثیر می‌گذارد و یا به عنوان منبعی برای تولید و بازتولید قدرت شناخته می‌شوند.

«بحث‌های کلاسیک مبانی علمی سیاست، اشاره به منشأ و ماهیت اقتدار و حاکمیت داشته‌اند؛ این منشأ در طول تاریخ مبتنی بر سه منبع زور و پول و اطلاعات بوده است. اما نسبت این سه منبع در طول تاریخ تغییر یافته و از منابع نظامی به سوی منابع اقتصادی و از آن به طرف منابع اطلاعاتی (دانشی) تغییر جهت داده است؛ به طوری که می‌توان ادعا کرد برای تحلیل شدن به یک قدرت نظامی یا اقتصادی، سرمایه‌گذاری روی حوزه اطلاعاتی اجتناب‌ناپذیر است» (سعیدی و کیا، ۱۳۸۴: ۸۱)

امروزه این عوامل نوظهور توانسته‌اند آثاری در سیاست و نظام‌های سیاسی داشته باشند که عبارت‌اند از: فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی می‌توانند بر رفتار سیاسی مردم و دولتمردان اثر بگذارند؛ رویکرد احزاب، گروه‌ها، تشکلات و حتی افراد را در روبه‌رویی با حکومت تغییر دهند؛ رأس نظریه‌های بنیادین و گفتمان مسلط در یک نظام سیاسی را با چالش جدی روبه‌رو کنند؛ در هنجارها و ارزش‌های پذیرفته‌شده در یک جامعه اثر بگذارند؛ کارکرد و چرایی نهادهای

مستقر را با پرسش روبه‌رو کنند؛ و ایجاد نهادهایی جدید در یک نظام سیاسی را ضروری کنند؛ رویدادهای سیاسی و اجتماعی را برجسته و حتی آن‌ها را به بحرانی بزرگ تبدیل کنند؛ افکار عمومی را به هر سمتی، به سود یا زیان دستگاه سیاسی هدایت کنند.

اما فناوری‌های اطلاعاتی پیش از اثرگذاری بر سیاست، از تحولات درونی دنیای خود نیز تأثیر می‌پذیرند و متحول می‌شوند. از این‌رو صفت نوشدن از صفت باز و هر روزه این فناوری‌هاست و این نوگرایی سبب تفاوت‌ها، انقادات و آثار متعددی است. اگر فناوری‌های اطلاعاتی را رسانه‌های نوین بنامیم، دست‌کم این رسانه‌ها را از رسانه‌های سنتی مجزا کرده‌ایم. عمده‌ترین اتفاق در مرصعه رسانه‌های نوین غیرانحصاری‌شدن، غیردولتی‌شدن و آزادی عمل آن‌هاست. تناقض عمیق میان رسانه‌های دولتی و انحصاری با رسانه‌های غیردولتی، آزادی در بیان، عینیت، عقاید، خواسته‌ها و انتقادات مورد نظر آن‌هاست و هر چه در آزادی عمل رسانه بیشتر شود به مراتب اثرگذاری و وسعت تحولی که ایجاد می‌دهد، بیشتر می‌شود. از این‌رو در بررسی نقش رسانه‌های نوین در سیاست و جامعه، قدرت، اصلی‌ترین مؤلفه، که این نقش را متفاوت و معنادار می‌کند، همین رهایی از سیطره قدرت است، که رسانه‌های نوین از آن بهره‌مند شده‌اند.

بعد دیگری که در این مطالعه باید لحاظ شود، تعاملی بودن و غیرمتمرکز بودن این رسانه‌هاست. رسانه‌های سنتی با اتقان و اتفاق خبرند و تیمی متمرکز، با اهداف خاص، آن‌ها را کنترل و هدایت می‌کنند. اما رسانه‌های نوین، به‌ویژه رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، در یک فضای غیرمتمرکز می‌توانند به‌اندازه همه مخاطبان خود تهیه‌کننده داشته باشند.

وجه دیگر تفاوت، که در میزان اثرگذاری رسانه‌های نوین اهمیت دارد، سرعت بالا و هزینه پایین این رسانه‌هاست و اتفاقاً اغلب نوآوری‌ها در این رسانه‌ها در همین زمینه‌هاست. مخبره‌شدن سریع، انتشار ارزان و برجسته‌شدن و فراگیرشدن کم‌اهمیت‌ترین خبرها، می‌تواند آن‌ها را دستاویز یک بحران بزرگ سیاسی قرار دهد. مسلماً همزمان با محمد یوعیزی در تونس، ده‌ها و شاید

صدها نفر دیگر در دنیا به طرز فجیع تری از بین رفته‌اند اما رسانه‌ای شدن این خبر و انتشار آن در فضای مجازی به بحرانی بزرگ نه در سطح کشور، بلکه در سطح منطقه‌ای وسیع از جهان، تبدیل شد. این تفاوت‌ها، بررسی رسانه‌های نوین و نقش آن‌ها را در سیاست، اقتصاد و اجتماع ضروری می‌کند.

در کنار تحولات رسانه، تحولات فضای سیاسی نیز چشمگیر است. در دهه‌های اخیر جهانی شدن، اتحادها و ائتلاف‌ها، یکسان‌سازی‌های اقتصادی، برداشت مرزها، جنگ‌ها و خشونت‌های فرقه‌ای و مذهبی، تروریسم و ... در سطح جهانی، منطقه‌ای و ملی آثار فراوانی به جا گذاشته است.

روند روبه‌شد دموکراسی‌خواهی و حاکمیت مردم با عنوان‌های متعدد، افزایش آگاهی‌های سیاسی - اجتماعی، تمایلات و جنبش‌های زیست‌محیطی، تکاپوی سازمان‌های مردم‌پسند در کاهش آثار اعتیاد، ایدز و سایر بحران‌های اجتماعی و ... همه به گونه‌ای به سیاست و سیاست‌مداران ختم می‌شود و ماحصل آن‌ها ایجاد فرصت برای تغییر و اصلاح اجبار به تحول و نوسازی در ساختار حکومت‌هاست. علاوه بر این، جهانی شدن خود به تنهایی با کم‌رنگ کردن مرزهای ملی و کم‌اثر کردن حاکمیت ملی، عاملی مهم در ناگزیر کردن تحولات سیاسی، اجتماعی و اقتصادی است. در ایران نیز سیر تحولات سیاسی از همه مؤلفه‌های فوق و نیز برخی خواسته‌ها و حرکت‌های ملی، همچون اصلاحات پذیرفته است. در نیمه دوم دهه هفتاد، انتخابات ریاست جمهوری خرداد ۷۶ و پیروزی اصلاح‌طلبان، آغاز جریان اصلاح‌طلبی و تحول در فضای سیاسی کشور بود. بی‌شک این جریان را نمی‌توان با فضای سیاسی در سطح بین‌المللی بی‌ارتباط دانست؛ چه اغلب خواسته‌های اصلاح‌طلبان در قلموس دموکراسی و هم‌نوا با روندی بود که سال‌ها پیش کشورهای دیگر آن را تجربه کرده بودند.

پاره‌ای از خواسته‌های اصلاح‌طلبان معطوف به تجدیدنظر در برخی از سازوکارها، برنامه‌ها و اهداف نظام سیاسی بود و همین مطالبات موجب تعارض‌ها و کشمکش‌های سیاسی در درون نظام شد. تغییر در برخی رفتارها و روندها، تغییر در رویکرد برخی نهادها و سازمان‌ها، تغییر در نگرش مردم، تغییر در ماهیت برخی ابزارها، تشدید برخی چالش‌ها، تغییر در اعتبار برخی از

هنجارها و ارزش‌ها، تشکیک‌تئوریک در نظریه‌های رایج و گفتمان مسلط و تغییر در علایق و آمال افکار عمومی، با پیروزی مجدد اصلاح‌طلبان به دهه هشتاد شمسی منتقل شد.

اما در سال‌های پایانی نیمه اول دهه هشتاد، اتفاق دیگری این روند را دگرگون و مسیر حرکت و فضای سیاسی کشور را با یک چرخش جدی روبه‌رو کرد. پیروزی اصول‌گرایان سبب قرائت جدیدی از شعارهای انقلاب، از جمله تأکید بر گفتمان عدالت‌طلبی در مقابل گفتمان آزادی‌خواهی، غرب‌ستیزی در برابر تعامل با جهان، انقلابی‌گری در برابر اصلاح‌طلبی و ... و در نهایت مابلی همه‌جانبه با شعارها و خواسته‌های اصلاح‌طلبان شد. این تغییر در رویکرد دولت، سبب تأییرات گسترده در نهادها، شعارها، هنجارها، دیپلماسی و ... شد و همین بدولت دهه هشتاد را به عنوان یکی از دهه‌های مهم و شایسته بررسی در تاریخ سیاسی جمهوری اسلامی بدل کرد. هم‌زمانی این دو تحول، یعنی تحول در رسانه و تحول در فضای سیاسی کشور، ما را بر آن داشت تا در کنار فهم ارتباط میان این تحولات، به بررسی نقش رسانه‌های نوین در ساخت قدرت سیاسی در این دهه‌ی پر تلاطم بپردازیم.

حال اگر بپذیریم رسانه‌های نوین با اثرگذاری بر عناصر مقوم ساخت قدرت یعنی نظریه‌ها، نهادها، رویدادها، شخصیت‌ها، چالش‌ها، هنجارها، ابزارها و افکار عمومی، نقش تعیین‌کننده‌ای در اتفاقات سیاسی دهه هشتاد خورشیدی داشته‌اند، می‌توان گفت عنوان تأثیر رسانه‌های نوین بر ساخت قدرت سیاسی، در واقع دیدن همه این اتفاقات در یک کلیت به هم پیوسته در فضای واحد است؛ از این‌رو فهم تأثیر رسانه بر ساخت قدرت، دور از فهم نقش آن در تحولات سیاسی، رفتارها و باورهای سیاسی، رویکردها و رویه‌های سیاسی و همه‌ی آنچه بتوان بر آن نام سیاسی گذاشت نیست. اما این فهم مشترک به معنای این‌همانی یا شباهت تام میان ساخت قدرت و سایر مؤلفه‌های سیاسی که گفته شد نیست و احتمال تغییر در فضای سیاسی، همیشه به امکان تغییر در ساخت قدرت سیاسی منجر نمی‌شود؛ چه‌بسا در پاره‌ای موارد هرگونه تغییر هرچند جزئی در این فضا به مقاومت و عصبیت پیرامون قدرت و تصلب بیشتر در ساخت آن منجر شود.

بی‌شک اگر به باور اندیشمندانی که اینترنت را احیاگر حوزه عمومی می‌دانند (هابرماس، ۱۳۸۴) معتقد باشیم، می‌توانیم اینترنت و رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی را جایگزین فضاهای عمومی عقلانی و انتقادی در برابر فضاهای دولتی، سانسور شده و کنترل شده بدانیم. با ورود اینترنت به ایران و پس از گذشت چندسالی از عمر آن، این رسانه آرام‌آرام به مثابه حوزه عمومی، برای بحث و گفت‌وگو در میان نخبگان و به‌ویژه دانشگاهیان استفاده شد. پست الکترونیک به عنوان فضای برای ردوبدل کردن دیدگاه‌های علمی و پس از آن وبلاگ‌ها، برای بیان مطالب افکار و اندیشه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ... زمینه مساعدی برای توجه عموم به این فضا فراهم کرد و در واقع این فضا را از انحصار دانشگاه و مباحث علمی درآورد و در اختیار عموم قرار داد. واژه عموم در چنین شرایطی که هنوز آغاز راه اینترنت و فضای مجازی در ایران بود را نباید مطلق فرض کرد؛ با تسامح می‌توان آن را بخشی از جامعه که به اینترنت دسترسی داشتند و از آن برای اهداف غیر علمی و سیرنجاری و به‌طور کلی اهداف عمومی استفاده کردند در نظر گرفت که به سرعت بر جمعیت افزوده می‌شد.

الزام جهانی در توجه به دولت دیجیتال و ریسک پیامدهایی داشت از جمله: افزایش سرعت عمل در بوروکراسی، کیفیت بالا در شبانه‌روزی شدن خدمات، میل دولت‌ها به استفاده از این امکانات و در نهایت افزایش کاربران اینترنت. در دهه هشتاد می‌شد واژه عموم را درباره استفاده کنندگان قابل ملاحظه اینترنت به کار برد که می‌توانستند بسیاری از خواسته‌های عقلانی و تقاضای جامعه را نمایندگی کنند. این جمع که تا کنون «مخاطب» رسانه‌هایی از قبیل رادیو، تلویزیون و روزنامه‌هایی بود که از سوی دولت و یا نهایتاً در چهارچوب ترانزیت دولت نشر و توزیع می‌شدند، امروز توانسته بود با تغییر نام معنادار به «کاربر»، خود در تهیه، تولید و توزیع اخبار نقش داشته باشد. این تغییر نام و هویت مهم‌ترین اتفاقی بود که رسانه‌های نوین را از رسانه‌های سنتی و مخاطب‌محور تفکیک کرد و عموم توانستند به جای اینکه در حالتی یک‌سویه و عمودی در ارتباط با دولت باشند به صورت دوطرفه و افقی میان خود به ردوبدل کردن اخبار و افکار بپردازند.

شکل‌گیری فضایی به نام فضای مجازی و آشنایی سریع و فراگیر کاربران با این فضا حس‌رهایی از قید سانسور، حاکمیت، کنترل، انضباط و دستور را در آن‌ها تزریق کرد. اینکه کاربری بتواند هرچه مایل است بنویسد، آن را با دیگران در میان و به نقد و پرسش بگذارد و دولت یا هر قوه دیگری واسطه یا ناظر این تبادل‌نظر نباشند حس بسیار متفاوت، جدید و محرکی بود که به سرعت عمومیت یافت و حتی به کسانی که بدبینانه در مورد فضای مجازی قضاوت می‌کردند، سرایت کرد. شوک دیگری که از سال‌ها پیش روند روبه‌رشد آن آغاز شد، بود. تلفن همراه بود. تلفن همراه در آغاز وسیله‌ای برای برقراری ارتباط کلامی، همانند تلفن‌های ثابت بود، اما سیال‌بودن و در حرکت‌بودن آن، مهم‌ترین ویژگی‌ای بود که آن را از وسایل صرفاً ارتباطی ممتاز می‌کرد.

برخی از جمله عام‌ها (۱۳۸۷) بر این باورند که تلفن همراه زندگی در حرکت است و زندگی در هر جهات دیگری به حرکت درآورده است. اضافه‌شدن قابلیت‌های دیگر از جمله پیامک، بلوتوث، عکس و فیلم به این فناوری، کارکردهای آن را به افزایش داد. اما نقطه عطف مهم، قابلیت اتصال آن به اینترنت و بهره‌برداری از آن به عنوان، وسیله‌ای جهت اتصال به شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی بود. از این زمان به بعد، تان همراه نقش یک رسانه در حرکت و سیال را پیدا کرد که مفهوم و جمعیت «کاربر» و «عموم» را تغییر و توسعه داد؛ تغییر از آن جهت که کاربران تلفن همراه همان کاربران اینترنت نیز تلقی می‌شدند و توسعه از آن حیث که با در دسترس بودن و ارزانی، هم به آمار کاربران اینترنت اضافه کرد و هم توانست با عمومیت دادن به آن، کاربر را به عنوان جزئی از عمومی که مدام، سریع و همه جا در ارتباط با سرب است از پشت میز کامپیوتر به میان جامعه و در حال حرکت، زندگی، کار، تظاهرات، تحصیل و ... بکشاند. این دو شوک بزرگ با تغییرات مداوم و به‌روز در فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی، هر روز عمیق‌تر و فراگیرتر شدند.

تعمیق و گسترده‌گی رسانه‌های نوین، نویدبخش احیای حوزه عمومی شد اما ردوبدل‌شدن مباحث احساسی، غیرعقلانی و غیرانتقادی، آن را از تصویر مورد نظر هابرماس (۱۳۸۴) دور می‌کرد. ورود این فناوری‌ها (اینترنت و تلفن