

Studying Cyberspace and Culture: A Review on the Book Cyberspace, Society and Culture

Seyyed Ahmad Askari *

Ehsan Shahghasemi **

Abstract

The emergence of the “cyberspace” and the simultaneous expansion of information and communication industries have brought about huge changes in classical concepts and social and cultural structures. One of the works that has studied this subject and issues of cyberspace in Iran has been the book *Cyberspace; The Society and Culture* by Seyyed Abolhassan Firouzabadi, who is the head of the Iranian National Center of Cyberspace and one of the key Iranian policymakers for the Internet in Iran. This article has endeavored to review and introduce this work and then tap into the fundamental discussions on the cyberspace, culture and power to re-review and re-read it and bring examples to show this book needs theoretical and methodological improvements. On the surface, the book lacks a complete content list and a final conclusion section; works cited are dated, and there are some word usages. The book also suffers from a lack of scrutiny, and structurally speaking, the book is fragmented and loosely.

Keywords: Cyberspace; Cyberculture; Policing Cyberspace; Book Review

* PhD Candidate of Communication Sciences (Corresponding Author), University of Tehran, Iran,
saaskari@ut.ac.ir

** Assistant Professor of Communication Sciences, Faculty of Social Sciences, University of Tehran, Iran,
shahghasemi@ut.ac.ir

Date received: 2020-08-30, Date of acceptance: 2021-01-30

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مطالعات فضای مجازی و فرهنگ؛

نقدی بر کتاب فضای مجازی، اجتماع و فرهنگ

سید احمد عسکری*

احسان شاه قاسمی**

چکیده

ظهور «فضای مجازی» و گسترش صنعت همزمان اطلاعات و ارتباطات، بسیاری از مفاهیم کلاسیک و ساختارهای فرهنگی و اجتماعی را دچار دگرگونی کرده است. یکی از آثاری که به این موضوع و مسائل فضای مجازی در ایران پرداخته، کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ» اثر سید ابوالحسن فیروزآبادی، رئیس مرکز ملی فضای مجازی و یکی از سیاستگذاران فضای مجازی کشور است. این مقاله تلاش کرده این اثر را با روش مرور انتقادی کتاب مورد نقد شکلی و محتوایی قرار دهد. مقاله حاضر، پس از معرفی اثر و طرح مباحث بنیادین در حوزه فضای مجازی، فرهنگ و قدرت، به نقد و بازخوانی این اثر می‌پردازد و ضرورت‌های نظری و روشی برای بهبود آن را با ذکر دلایل و مصادیق توضیح می‌دهد. از منظر شکلی، فهرست ناقص، عدم نتیجه‌گیری پایانی و روزآمدی منابع و اطلاعات، از جمله اشکالات شکلی اثر است. عدم دقت و اهتمام لازم در تدوین ساختار محتوا و رعایت نظم منطقی، جزو اشکالات محتوایی است که مورد نقد مرکزی این مقاله قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، فرهنگ مجازی، سیاستگذاری فضای مجازی، نقد کتاب.

* دانشجوی دکتری علوم ارتباطات دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، saaskari@ut.ac.ir

** استادیار گروه ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران، تهران، ایران، shahghasemi@ut.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۰۹، تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۱/۱۱

۱. مقدمه و طرح مسئله

شکل‌گیری و گسترش «فضای مجازی» (Cyberspace)، بسیاری از حوزه‌ها و ساختارهای کلان از جمله فرهنگ، سیاست و اجتماع را دچار تغییرات بنیادین کرده است به گونه‌ای که امروزه با مفاهیم جدیدی همانند جامعه مجازی، سیاست فضای مجازی و فرهنگ دیجیتال مواجه‌ایم و فهم ما از جهان واقعی، «منهای درک جهان مجازی» میسر نیست (عاملی، ۱۳۸۶: ۴۵).

اینترنت در جامعه مدنی امروزی، تحول عمده‌ای ایجاد کرده است و شهروندی فعال و گسترش اینترنت، رابطه میان فرهنگ و سیاست را تغییر داده است (روجک، ۱۳۹۰: ۳۷ و ۲۹۷) به گونه‌ای که برخلاف جامعه تک فضایی گذشته، اطلاعات همه‌جا و به همه شکل در دسترس همگان قرار دارد (عاملی، ۱۳۹۶: ۶۴) و شبکه‌های اجتماعی در ساختار اجتماعی «جامعه شبکه‌ای» (Castell, ۱۹۹۶s: ۶۹۴) فرصت جدیدی پیش روی جامعه معاصر قرار داده‌اند و «به کاربران امکان می‌دهند که در قالب پروفایل‌های شخصی و در پیوند با سایر کاربرانی که در آن شبکه حضور دارند به ارتباط و تبادل اطلاعات بپردازند» (Elison&Boyd, 2007: 211).

در این فضای جدید، «فضای مجازی» به افقی، تعاملی و متکثر شدن ارتباطات کمک کرده است و فناوری‌های نوین در سایه ارتباطات افقی، اینترنت و شبکه‌های ارتباطی موبایل، فرایندهای ارتباطی عمدتاً خودگردانی را میسر ساخته‌اند که کنترل آن‌ها با بروکراسی دولتی دشوار است (کاستلز، ۱۳۹۶: ۱۲). جامعه ایرانی نیز از تحولات فضای مجازی مستثنی نیست و این تغییر نگاه به مختصات فضای مجازی، در کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ» به قلم سید ابوالحسن فیروزآبادی مورد توجه قرار گرفته است. مولف، در این کتاب تشریح کرده است که فضای مجازی توانمندسازی (Empowerment) دارد و سیاست‌هایی که بر این اساس است که بخش‌هایی از فناوری را محدود کند، نمی‌تواند در سیاستگذاری حوزه فضای مجازی پاسخگو باشد (ص ۱۱۸).

مقاله حاضر، بر این مبنا و با درک ضرورت مطالعات فضای مجازی در تلاش است با نقد و بررسی مباحث عرضه شده در کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ»، تبیینی از سیاستگذاری فضای مجازی و رابطه آن با فرهنگ و سیاست ارائه دهد و با رویکردی انتقادی و روشی توصیفی - تحلیلی به نقد شکلی و محتوایی این اثر بپردازد.

اهمیت کتاب منتخب از این منظر است که مولف اثر، هم اکنون دبیر شورای عالی فضای مجازی و رئیس مرکز ملی فضای مجازی ایران است و بالطبع نگاه و دیدگاه مولف اثر به سیاستگذاری فضای مجازی و رابطه آن با فرهنگ و سیاست که در این اثر بدان پرداخته، از اهمیت بالایی برای بازخوانی انتقادی حوزه فضای مجازی کشور برخوردار است. بر این اساس، در ابتدا نکاتی درباره مختصات فضای مجازی و ماهیت سیاستگذاری در این فضای جدید ارتباطی و در ادامه رابطه بین فضای مجازی، سیاست و فرهنگ ارائه می شود و در گام دوم، با توجه به اینکه مولف اثر یکی از سیاستگذاران فضای مجازی کشور است و همین موضوع نیز دلیل اصلی انتخاب آن برای نقد است، به معرفی و نقد و بررسی شکلی و محتوای این کتاب پرداخته می شود.

۲. فضای مجازی و شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای

برای فهم بهتر اهمیت فضای مجازی در ساحت زندگی انسان معاصر ایرانی، باید توجه داشته باشیم که جامعه ایرانی با موبایل هوشمند تا شبکه‌های اجتماعی مجازی، ارتباط نزدیکی حاصل کرده است؛ به گونه‌ای که میلیون‌ها ایرانی عضو پیام‌رسان‌های داخلی و خارجی هستند و میلیون‌ها کاربر نیز در شبکه‌های اجتماعی فیسبوک، اینستاگرام، گوگل پلاس و سایر شبکه‌های مجازی فعال‌اند. این تغییرات اجتماعی و فناورانه، ما را به این نتیجه می‌رساند که الگوهای پیشین مواجهه با مسائل فرهنگی که مناسب با دوران پیش از انقلاب فناوری اطلاعات و ارتباطات است (فیروزآبادی، ۱۳۹۶: ۱۱۵) را باید مورد بازنگری قرار دهیم.

هم اکنون، با گسترش صنعت همزمان اطلاعات و ارتباطات و توسعه شبکه‌های اجتماعی مجازی با عصر «دوفضایی شدن جهان» (عاملی، ۱۳۸۲) و «جهان به هم فشرده» (bringing the world closer together) مواجه‌ایم (Wong, ۲۰۱۷)؛ وضعیتی که رابرتسون آنرا فشردگی جهان و هاروی آن را فشردگی زمان-مکان می‌نامد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱). این فضای جدید، همراه با استفاده از ابزارهای ارتباط مجازی همانند موبایل، شبکه‌های اجتماعی و اینترنت همراه است و فرامتغییرهای آن، سرعت، دسترسی پذیری دائمی، امکان ارتباطات و تعاملات هم‌زمان، هایپرتکست و هایپرلینک بودن، فرامکانی و فرازمانی، همه جا حاضر و چندرسانه‌ای شدن است (عاملی، ۱۳۹۶: ۱۰۱).

جامعه شبکه‌ای که منتج از فضای مجازی است را می‌توان شکلی از جامعه تعریف کرد که به گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد؛ شبکه‌هایی که به تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رودررو می‌شود یا آن‌ها را تکمیل می‌کند. این بدان معنی است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در حال شکل دادن به «شیوه سازمان‌دهی» اصلی و «ساختارهای» بسیار مهم جامعه مدرن هستند (ون دایک، ۱۳۸۴: ۸۵). جامعه شبکه‌ای به عنوان «یک جامعه جهانی» جامعه است که ساختارهای اجتماعی اش پیرامون شبکه‌های فعال شده از طریق فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی شکل گرفته است (کاستلز، ۱۳۹۶: ۲۸ و ۲۹) و فرهنگ مجازی را در جریان‌های جهانی می‌سازد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۴۳۳).

مسئله اصلی جامعه شبکه‌ای و در دیدگاه شبکه، روابط است؛ بلوک‌های اصلی شبکه، ارتباط است و واحد تشکیل دهنده ساخت جامعه، شبکه‌های تعاملی هستند (فیروزآبادی، ۱۳۹۶: ۳۷) و ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه نیز سیستم بسیار باز و پویایی است که بدون اینکه توازن آن با تهدیدی روبرو شود توانایی نوآوری دارد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۴۵).

«شبکه‌های اجتماعی» در ساختار اجتماعی «جامعه شبکه‌ای» (Castells, ۱۹۹۶: ۶۹۴)، فرصت جدیدی پیش روی انسان معاصر برقرار کرده‌اند؛ به گونه‌ای که فاصله تولید، توزیع، انتشار و مصرف در این جهان مجازی، تنها یک کلیک است (عاملی، ۱۳۹۶: ۱۰۲) و به کاربران این امکان را می‌دهند که در قالب پروفایل‌های شخصی و در پیوند با سایر کاربرانی که در آن شبکه حضور دارند، به ارتباط و تبادل اطلاعات پردازند (Elison & Boyd, ۲۰۰۷: ۲۱۱).

اگرچه کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ»، به تغییرات فضای جدید ارتباطی و تاثیرپذیری اجتماع و فرهنگ از فضای مجازی پرداخته و در بخش‌هایی از اثر به این نکته نیز اشاره کرده است که «انسان با کمک فضای مجازی نه فقط توانا می‌شود بلکه توانمند می‌شود» (ص ۱۱۷) اما تمرکز اصلی کتاب، بیشتر از اینکه بر قدرت‌بخشی کاربران باشد، بر جنبه پیامدی و آسیبی فضای مجازی است. از نگاه مولف، عامل عمده این آسیب در فضای مجازی، «فقدان بدیل فرهنگی مناسب» در فضای سایبری است (ص ۹۴).

از زاویه نگاه این اثر، «صیانت از بعضی هویت‌ها که به طور سنتی برعهده حکومت‌ها بوده است، با روش‌های به روز شده و پیچیده تری بایستی طراحی و اجرا شوند» و گرنه جامعه امروزی، با تضعیف هویت دینی، ملی و خانوادگی مواجه شده و هویت مجعول

غربی تحت عنون هویت جهانی جایگزین می شود که این گونه هویت‌ها فاقد هنجار بوده و زاینده بحران‌های بزرگ هویتی، امنیتی شده و موجب کاهش قدرت ملی می شوند (همان: ۹۵).

این در حالی است که از دیدگاه کاستلز، واضح نظریه «جامعه شبکه‌ای»، فضای ارتباطی جدید، توانایی مردم را افزایش دهد و افراد در جامعه شبکه‌ای از قدرت کنشگری بیشتری برخوردار شده‌اند و شکل جدیدی از ارتباطات تعاملی به نام «ارتباطات جمعی خودانگیز» پدیدار شده است که به لحاظ تولید پیام، خودتولید، از نگاه دریافت‌کننده، خودگردان و در مقام بازیابی محتوا خودگزين است (کاستلز، ۱۳۹۶: ۸۴ و ۲۱۶). بنابراین، تنوع و امکان انتخاب بیش‌تر و سپردن دوباره کنترل به دست دریافت‌کننده/ استفاده‌کننده از ویژگی‌های مهم رسانه‌های نوین است (مک کوایل، ۱۳۸۲: ۷۱) که می‌بایست در مطالعات فضای مجازی مورد توجه قرار گیرد.

۳. سیاستگذاری فضای مجازی: نسبت بین سیاست، فرهنگ و قدرت

سیاستگذاری مستلزم دیدن «شکل‌های دانش و قدرت» (روجک، ۱۳۹۰: ۱۴) و صراحتاً دربرگیرنده ارزش‌ها (ماژزاک، ۱۳۹۲: ۲۵) است. بدین ترتیب، سیاستگذاری، حوزه‌ای جداگانه از سیاست (politics) نیست (Sarikakis، ۲۰۰۴: ۶۷) و تحت تاثیر سازه‌های قدرت است و در بخش‌های مختلف زیست اجتماعی و در ساختارهای مختلف فرهنگی و اجتماعی تبلور پیدا می‌کند.

سیاستگذاری عمومی از دل علم سیاست (به معنای پرداختن به قدرت) سربرآورده است و بدون توجه به برآیند نیروهای قدرت در جامعه نمی‌توان به هیچ شکلی از سیاستگذاری پرداخت (اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۵: ۱۲). در این رابطه، افرادی چون دس فریدمن (Freedman) در کتاب سیاستگذاری رسانه‌ای (۲۰۰۸) بر این باور است که سیاستگذاری رسانه‌ای امری به شدت سیاسی است و در تحقیق «چهره ناپیدای سیاستگذاری» توضیح می‌دهد که چگونه مولفه‌های قدرت سیاسی بر سیاستگذاری رسانه‌ای تأثیر داشته است (روشندل اربطانی، ۱۳۹۶: ۱۷).

قدرت نیز در جامعه شبکه‌ای چند بعدی است (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۴) و بر مبنای کنترل فرایندهای اطلاعاتی و ارتباطاتی شکل می‌گیرد (کاستلز، ۱۳۹۶: ۳۵). قدرت در این فضای جدید، به شکل گسترده‌تری توزیع خواهد شد (عاملی، ۱۳۹۶: ۲۳۰) و افراد در فضای

عمومی آزاد اینترنت، با متصل شدن به یکدیگر تشکیل شبکه می‌دهند و با درگیر شدن در تولید پیام و توسعه شبکه‌های مستقل ارتباط افقی، به شکل‌گیری ارتباط جدیدی به نام خود-ارتباط‌گیری توده‌ای (communication-mass self)، (ارتباط جمعی خودانگیز) که مبتنی بر شبکه‌های ارتباطی تعاملی و چند سویه در اینترنت است (کاستلز، ۱۳۹۳: ۱۰، ۱۴ و ۱۸۵) دست می‌یابند. بنابراین بازخوانی قدرت در جامعه شبکه‌ای که برآمده از فضای جدید مجازی است از اهمیت مطالعه بالایی برخوردار است چراکه هندسه جدید قدرت در جامعه شبکه‌ای متفاوت از جامعه توده‌ای است.

در این میان، هر نوع بحث در مورد سیاستگذاری رسانه‌ای بدون بحث درباره نوع و میزان دخالت دولت در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی به مقصود نخواهد رسید. از این رو، هنگام بحث درباره سیاستگذاری رسانه‌ای به طور خاص نیز باید ابتدا دو شیوه دخالت دولت را از یکدیگر تفکیک کرد. شیوه نخست، تصدی‌گری است که چون دولت معتقد است که حافظ منافع عمومی است در نتیجه صلاحیت سیاستگذاری و اجرا دارد و شیوه دیگر، نظارت است که در این شیوه، رسانه‌ها عملکردی آزادانه دارند و دولت صرفاً بر کار آنها به دلیل حفظ منافع عمومی نظارت دارد (روشندل اربطانی، ۱۳۹۶: ۱۳۹).

از آنجا که قدرت در جامعه شبکه‌ای، قدرت ارتباطات است (Castells, ۲۰۱۳: ۵۳) و قدرت در وهله اول از طریق معناسازی در ذهن انسان و به کمک فرایندهای ارتباطی اعمال می‌گردد (کاستلز، ۱۳۹۶: ۶۳۱)، سیاستگذاری ارتباطی نیز باید به گونه‌ای صورت گیرد که بر فضای ادراکی و ذهنی گروه‌های مختلف تأثیرگذار باشد (مصلی نژاد به نقل از گیلوآ، ۱۳۹۷: ۱۶۱). محور واقعی اقتدار در جامعه جدید نیز همین فرهنگ نهادینه شده در جامعه مدنی است (روجک، ۱۳۹۰: ۱۹۷) که به صورت داوطلبانه توسط مخاطب پذیرفته می‌شود.

در این رابطه، به زعم گرامشی (۱۹۷۱) سیاست‌های مبتنی بر هژمونی کارا تر است چراکه هژمونی از طریق طیف کاملی از نهادهای «جامعه مدنی» عمل می‌کند و افراد را از روی رضایت تا اجبار به نظم مسلط متصل می‌کنند. بنابراین مبارزه با هژمونی کار دشواری است اما سیاست‌های مبتنی بر ایدئولوژی (همانند فیلترینگ و سانسور) «جهت تنظیم رفتار»، اصولاً از طریق زور (اجبار) و حذف عمل می‌کنند (روجک، ۱۳۹۰: ۳۹، ۱۹۴ تا ۱۹۶).

در حوزه سیاستگذاری و قدرت، باید به این نکته توجه داشت که ایدئولوژی در نایل شدن به سلطه و تبعیت به نحو بی‌رحمانه‌ای موثر است اما در عین حال یک راهبرد کنترلی

کاملاً خطرناک است، چون برخورد و مخالفت را به دلیل حذف آشکار اجتماعی دامن می‌زند؛ به همین دلیل فرهنگ‌های مدرن سیاسی به ندرت به این ابزار حکومت متوسل می‌شوند و معمولاً به جای استفاده از زور، از ترغیب و تعیین موضع‌گیری فرهنگی استفاده می‌کند (همان: ۱۹۵) که از اثرگذاری و مانایی بیشتری در شبکه قدرت برخوردار است. چرا که در چنین شرایطی قدرت در ساختارهای اجتماعی و فرهنگی از طریق «عقلانیت ارتباطی» و سیستم خودکنترلی قادر خواهد بود تا روندهای تأثیرگذار بر بازیگران پیرامونی را به گونه برنامه‌ریزی کند که حداقل واکنش را بوجود آورد (مصلی نژاد، ۱۳۹۷: ۱۶۲).

در مجموع، سیاست خوب، سیاستی است که از سوی جامعه پذیرفته شود (قلی پور و پورآهنگر، ۱۳۸۹: ۲۲) و در سطح اجتماعی در موردشان توافق شده باشد (استین و سینا، ۱۳۸۳: ۱۴۲). اثر مورد نقد نیز با این دیدگاه به سیاستگذاری پرداخته است و بر این نکته تأکید دارد که سیاستگذاری قابل تقلیل به سندنویسی نیست (ص ۱۱۹).

اینکه سیاستگذار به فضای مجازی و رسانه‌های نوین به مثابه تجلی «اراده عمومی» و یا «تهاجم فرهنگی» نگاه کند، مسیر متفاوتی را در بین فرهنگ و قدرت طی خواهد کرد. نگاه آسیب‌شناسانه به فضای مجازی در این کتاب نیز ظهور یافته است و مولف برای کاهش اثرات منفی آن، پیشنهاد «بدیل فرهنگی مناسب» (ص ۳۶) ارائه می‌دهد؛ اما موضوع مهم، تأکید مولف بر این نکته است که اگر بنا داریم به تهدیدهای فضای مجازی بپردازیم، صحبت از محدودیت در این مسیر نیست بلکه باید در این مسیر تندتر حرکت کنیم. بنابراین در حوزه سیاستگذاری فضای مجازی، سیاست‌هایی که بر اساس این است که بخش‌هایی از فناوری را محدود کنیم نمی‌تواند در حوزه فضای مجازی پاسخگو باشد (ص ۱۰۷ و ۱۱۸).

این زاویه نگاه به فضای مجازی، از این نظر مهم است که در فضای حاکمیتی کشور، کماکان سیاستگذاری سلبی بر سیاستگذاری ایجابی تفوق دارد (خانیکی و بصیریان جهرمی، ۱۳۹۳: ۴۱). از سوی دیگر، مهندسی فرهنگی مفهومی غالب در سیاستگذاری رسانه‌ای در ایران است. بدین ترتیب اتخاذ سیاست‌هایی همانند فیلترینگ، محدودیت سرعت و نظایر این در چارچوب مفهوم مهندسی فرهنگی برجسته است (اکبرزاده جهرمی، ۱۳۹۵: ۳۸).

دفاع مولف اثر به عنوان یکی از سیاستگذاران فضای مجازی کشور بر این دیدگاه که «هم اکنون دولت دیگر دولتی نیست که توان سرمایه‌گذاری و مداخله داشته باشد. هم اکنون دولت تنها می‌تواند حمایت کند، آن هم حمایت در حد سیاستگذاری» (ص ۱۱۳)،

می‌تواند رویکرد راهگشایی برای اتخاذ سیاست‌های مبتنی بر فضای جدید ارتباطی باشد چرا که سیاستگذاری در جامعه شبکه‌ای و در عصر فضای مجازی به واسطه «معماری باز اینترنت» (دال زوتو و لوگمایر: ۱۳۹۷)، می‌بایست طبق رویکرد گشودگی فضای مجازی، مخاطب فعال و نظریاتی در این راستا اتخاذ شود.

در این رهیافت، «رسانه‌های اجتماعی مجازی» به افقی، تعاملی و متکثرشدن ارتباطات کمک کرده‌اند و مخاطب نیز در این رویکرد فعال است و می‌تواند تولیدات رسانه‌ای را مصرف کند، از مصرف آن سرباز زند و یا آن را به شیوه‌های دلخواهش تفسیر کند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱). این رویکرد که از همان ابتدا، بر نیازهای شخصی، جهت‌گیری‌ها و فعالیت‌های تفسیری مخاطب تأکید می‌کند (نیکو و همکاران، ۱۳۸۱: ۱۷) و در سیاستگذاری، نزدیک به رویکرد استفاده و خوشنودی الهیو کاتز است که در استفاده مخاطب/کاربر از فرصت‌های ارتباطی فضای مجازی نیز می‌تواند مورد توجه قرار گیرد.

بنابراین همان‌گونه که جامعه مدرن در حال گذار از جامعه توده‌ای به جامعه شبکه‌ای است (ون دایک، ۱۳۸۳: ۸۶)، سیاستگذاری رسانه‌ای نیز با درک تفاوت بین «سیاست‌های رسانه‌ای قدیم و جدید» (old and new media policies) (Van den Bulck and Etc: ۲۰۱۹: ۵۲)، نه طبق رویکرد جامعه توده‌وار بلکه می‌بایست منطبق با بازار و فناوری و همچنین نیازهای مصرف‌کنندگان باشد به گونه‌ای که سیاستگذاران با رهیافتی نو بتوانند در عصر ظهور رسانه‌های جدید، این رسانه‌ها را مورد توجه قرار دهند (روشندل اربطانی، ۱۳۹۶: ۱۵ و ۴۲).

۴. معرفی کلی اثر پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی

کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ» اثر سید ابوالحسن فیروزآبادی، توسط انتشارات علمی فرهنگی در سال ۱۳۹۶ منتشر شده است. «در این کتاب، با مرور ادبیات فضای مجازی و مولفه‌های این فضا به بررسی پیامدهای اجتماعی و فرهنگی فضای مجازی در کشور» پرداخته شده است (فیروزآبادی، ۱۳۹۶: ۸).

بیکره کتاب، شامل دو بخش کلی است که با مجموعه‌ای از مطالب کوتاه در ذیل دو بخش کلان «پیامدهای اجتماعی و فرهنگی توسعه فضای مجازی» و «موضوعاتی در ارتباط با فضای مجازی» پوشش داده شده است. بخش اول کتاب، «برگرفته از رساله دکتری مولف در دانشگاه دفاع ملی» (ص ۸) است و شامل ۲۴ مطلب و سه جمع‌بندی «جمع‌بندی

«فضای مجازی»، «جمع بندی (پیامدهای اجتماعی)» و «جمع بندی (پیامدهای فرهنگی)» است. این بخش، با مطالبی در حوزه‌های نظریه دین مجازی، شبکه‌های اجتماعی، شکاف دیجیتالی، هویت و جهانی شدن، نظریه جامعه اطلاعات بازی، تهاجم فرهنگی، تعامل فرهنگی، فرهنگ و ارتباطات و مولفه‌های فضای مجازی از نظر اندیشه اسلامی تشکیل شده است.

بخش دوم کتاب با عنوان «موضوعاتی در ارتباط با فضای مجازی»، شامل ۱۳ مبحث است و اغلب «برگرفته از سخنرانی‌های مولف در رویدادهای مختلف» است که درباره شبکه ملی اطلاعات، هویت متکثر مجازی، سیاستگذاری در فضای مجازی، فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی و مسائل دیگری هم چون امنیت فضای مجازی است.

۵. نقد و ارزیابی اثر

نقاط عمده قوت و ضعف اثر در این بخش از مقاله، مورد نقد و ارزیابی قرار می‌گیرد. از این رو، ابتدا به نقد شکلی و در ادامه به صورت عمیق‌تر به نقد محتوایی آن پرداخته می‌شود.

۱,۵ نقد شکلی اثر

سطح انتظار مخاطب از کیفیت شکلی و محتوایی آثاری که در حوزه‌های جدید و به روز مطالعاتی و توسط ناشران معتبری همانند انتشارات علمی و فرهنگی روانه بازار نشر می‌شود، بیشتر از سایر کتب بازار نشر است. این اثر منتشرشده در حوزه مطالعاتی فضای مجازی نیز از سطح انتظار بالاتری برخوردار است. در این میان، جنس کاغذ تحریر، قطع وزیری کتاب، طرح جلد گلاسه، حروف چینی، صفحه‌آرایی، صحافی، کیفیت مناسب تصاویر و کیفیت چاپ کتاب فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ مناسب است و جزو نقاط قوت شکلی کتاب محسوب می‌شود. جلد کتاب از جذابیت بصری مناسبی برخوردار است و از ایده شبکه اجتماعی مجازی وام گرفته شده است. طرح جلد کتاب، نشانگر نگاه مثبت و نه منفی به فضای مجازی است؛ توصیف جلد حاکی از کاربرانی آنلاین در فضای برخط است که با یکدیگر تشکیل شبکه داده‌اند و پس‌زمینه آبی رنگ جلد و طرح‌های شکوفه

ای در بین فضای شبکه ای کاربران، نشانه نگرش مثبت به شبکه ارتباطی در فضای مجازی است.

این کتاب، در کنار نگاه مثبت به فضای مجازی و نقش سازنده فناوری اطلاعات و ارتباطات، به نگاه آسیبی و بدبینانه به فضای مجازی نیز پرداخته است؛ نگاهی که در بخش عمده ای از بدنه سیاستگذاری عمومی و ارتباطی کشور قابل مشاهده است و در بخش هایی از این کتاب نیز ارائه شده است:

یکی از دلایل تهاجم فرهنگی در فضای مجازی، برتری فناوری غرب در حوزه های زیرساختی سخت افزاری، نرم افزاری، شبکه ای و اطلاعاتی می باشد. برتری فناورانه در حوزه اطلاعاتی از قبیل بانک های اطلاعاتی بزرگ و مناسب، موتورهای جستجوی سریع و چندزبانه و پایگاه های بزرگ شبکه های اجتماعی و نرم افزارهایی که القاکننده ذهنیت غربی هستند، از جمله مصادیق برتری فناورانه در حوزه تهاجم فرهنگی به شمار می آیند. (ص ۹۱).

با توجه به مؤلفه های جامعیت صوری اثر، اگرچه کتاب حاضر دارای مقدمه ای چهارصفحه ای است اما مشخص نشده که به قلم و امضای مولف و یا ناشر است؟ عنوان «مقدمه» نیز در فهرست ذکر نشده است و همچنین عدم ذکر عنوان «منابع» در فهرست مطالب، جزو ایرادات شکلی جدی اثر است که از ناشر معتبری همانند علمی و فرهنگی دور از انتظار است که فهرست ناقص منتشر کند.

هدف از انتشار، در مقدمه کتاب مورد اشاره قرار نگرفته است و در صفحات مقدمه، اغلب به پیامدهای مثبت و منفی فناوری اطلاعات و ارتباطات پرداخته شده است. همچنین در مقدمه کتاب چندین بار مخفف «فاوا» برای فناوری اطلاعات و ارتباطات بکار رفته است. فاوا معادل مخفف انگلیسی ICT (Information and communication technology) است و بهتر است عنوان کامل آن در پانویس کتاب ذکر می شد.

کتاب حاضر، در فصل های مختلف از ابزارهای گوناگون برای فهم بهتر مطالب بهره گرفته است. اشکال، دیاگرام، چارت ها و تصاویری همانند؛ مولفه های فضای مجازی، پیامدهای فرهنگی ارتباطات در فضای مجازی، شکاف دیجیتالی، دیاگرام علی روابط در شبکه های اجتماعی، اثرگذاری فرهنگ بر اینترنت، دیجیتالی شدن فرهنگ ایرانی، پیامدهای فرهنگی توسعه فاوا (صص ۱۴، ۱۵، ۲۲، ۳۹، ۴۹، ۶۹، ۸۱) و بهره گرفتن از ابزارهایی همانند جدول ابعاد اصلی سرمایه اجتماعی (ص ۴۰) به فهم بهتر مطالب کتاب از منظر

آموزشی کمک کرده است. گرچه بهره گیری از اشکال و تصاویر مرتبط با فضای مجازی و فناوری های ارتباطات و اطلاعات از نقاط قوت این اثر برای یادگیری بهتر مطالب است اما بهتر بود که در کتاب، «فهرست تصاویر» نیز در نظر گرفته می شد.

کتاب فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ، در پانوشت صفحات از معادل های انگلیسی مفاهیم و واژگان استفاده کرده است اما ناشر در صفحه بندی و حروف چینی از اندازه قلم مناسب برای پانوشت استفاده نکرده است به گونه ای که قلم و اندازه آن، گاهاً بولد (ضخیم) است. دوم اینکه از فونت یکسان برای همه پانوشت ها در کل اثر استفاده نشده است و استفاده از چندین اندازه قلم برای پانوشت های کتاب، یکی از اشکالات شکلی اثر در بخش حروف چینی و صفحه آرایی محسوب می شود.

کتاب از منظر، روان بودن متن قابل قبول است و از آنجا که بخشی از کتاب شامل سخنرانی های مولف است، به خوبی از زبان شفاهی به زبان نوشتاری برگردانده شده است. همچنین قواعد عمومی ویراستاری، نگارش و ویرایش تخصصی مناسب است البته در مواردی، از نظر ویراستاری فنی، نیم فاصله ها رعایت نشده است و یا از نظر تایپی اشکالات محدودی مشاهده می شود همانند «ارتباطات موبایل» (ص ۱۳۶) که بین حروف متصل بهم، فاصله اضافی افتاده است. اشکالات دیگری در جابجایی اعداد و حروف نیز در نمونه خوانی به چشم می خورد همانند: (۱۷/۸/۱۳۸۵). یک نمونه دیگر از مشکلات ویراستاری، عدم رعایت یکدستی است. برای نمونه در فهرست دو نمونه متفاوت علامت نگارشی برای یک منظور بکار رفته است: (بخش اول، / بخش دوم) در حالی که باید از یک نشانه مشترک ویرگول (،) یا کاما ویرگول (؛) در فهرست استفاده می شد.

از آنجا که این اثر یک منبع درسی نیست، از تمرین و بخش هایی همانند «معرفی منابع برای مطالعه بیشتر» و «پیشنهاد پژوهش» در هر فصل برخوردار نیست و بیشتر شامل «مباحث مختصر چند صفحه ای» در حوزه فرهنگ و فضای مجازی است؛ برای نمونه مباحث تعامل فرهنگی، نظریه صنعت فرهنگی، هویت متکثر مجازی، مفهوم دین مجازی، تهاجم فرهنگی، هر کدام تنها شامل دو صفحه است و مباحثی همانند نظریه دین مجازی در حد نیم صفحه (ص ۵۴) است که بهتر بود این مباحث پراکنده، به شیوه مناسب تری تدوین می شد و حجم بیشتری از مباحث هر حوزه را در قالب مرسوم کتاب، به خود اختصاص می داد.

اثر از منظر ارجاع دهی و منبع دهی نیز معمولاً دچار کاستی در دقت منابع است و در منبع دهی درون متنی از ذکر شماره صفحات هر منبع خودداری کرده است همانند: (کچوئیان، ۱۳۸۲)، (توسط گیدنز، ۱۹۹۰) (واترز، ۱۳۷۹). کتاب حتی از یکدستی در ارجاع دهی نیز برخوردار نیست؛ برای نمونه در صفحه ۲۳ به این شیوه ارجاع داده است: (همان، ۸) و در صفحه بعد یعنی در صفحه ۲۴ به شیوه متفاوتی ارجاع داده است: (همان، ص ۶۵). کتابشناسی در چهار صفحه منتشر شده است ولی کتاب از نمایه موضوعی (واژه‌نامه) برخوردار نیست. یک ایراد از منظر صفحه بندی، درج عنوان «منابع فارسی» در تمام صفحات منابع فارسی کتاب است در حالی که صرفاً در اول منابع کفایت می‌کرد. نکته قابل توجه در این حوزه، محدود و به روز نبودن منابع انگلیسی است به گونه ای که اثر حاضر، تنها از پنج منبع انگلیسی بهره گرفته است که از این تعداد نیز سه منبع مربوط به سال قبل از ۲۰۰۰ است؛ این در حالی است که بهتر بود کتابی که در حوزه فضای مجازی و توسط یکی از سیاستگذاران فضای مجازی کشور منتشر شده است، از آخرین تحولات فضای مجازی و منابع به‌روز خارجی بهره می‌گرفت.

کتاب از منظر روزآمدی منابع و اطلاعات نیز باید مورد بازنگری قرار گیرد. آمارهایی همانند مصرف پیام رسان تلگرام در ایران مربوط به سال ۱۳۹۴ است (ص ۱۰۹). این در حالی است که مولف به دلیل جایگاه قانونی خود به عنوان دبیر شورای عالی فضای مجازی از امکان دسترسی بالایی به آمارهای استفاده از شبکه های اجتماعی در ایران برخوردار است و منطقی نیست که با توجه به تغییرات سریع مصرف شبکه های اجتماعی و تحولات لحظه ای فضای مجازی، از آمار دو سال قبل از انتشار مصرف شبکه های اجتماعی کشور استفاده شود. مولف همچنین در مبحث فناوری اطلاعات و ارتباطات و توسعه متوازن که برگرفته از سخنرانی وی در سال ۱۳۹۲ بوده، عنوان کرده است: «الان» متجاوز از ۲/۵ میلیارد نفر مشترک از نسل سوم موبایل در دنیا استفاده می‌کنند (ص ۱۵۳). از آنجا که این سخنرانی مربوط به سال ۱۳۹۲ است و کتاب در سال ۱۳۹۶ منتشر شده است، برای مخاطب روشن نیست منظور از «الان» و تاریخ این آمار مربوط به چه سالی است.

۲,۵ نقد محتوایی اثر

۱,۲,۵ ارزیابی ساختار محتوایی و نظم منطقی اثر

کتاب حاضر، گردآوری مجموعه‌ای از مطالب، یادداشت‌ها و سخنرانی‌ها در حوزه‌های کلان فرهنگ و مسائل فضای مجازی است که از پیوستگی لازم برخوردار نیست و ارتباط معناداری بین مطالب مختلف کتاب صورت نگرفته است. ساختار و شیوه تدوین کتاب دارای اشکال و نقدهای جدی است به گونه‌ای که کتاب از مقدمه، بدنه و نتیجه‌گیری منطقی بهره‌مند نیست؛ همچنین در دو بخش کتاب که بدنه اصلی آن را تشکیل می‌دهد، نیز این انتقاد وارد است.

بخش اول کتاب که درباره پیامدهای اجتماعی و فرهنگی توسعه فضای مجازی است، از مقدمه برخوردار نیست اما شاهد سه جمع بندی در انتهای این بخش هستیم: ۱- جمع بندی (فضای مجازی) در نیم صفحه ۲- جمع بندی (پیامدهای اجتماعی) و ۳- جمع بندی (پیامدهای فرهنگی). این سه جمع بندی در انتهای بخش اول، ارتباط ارگانیکی مطالب را دچار مشکل کرده است و شیوه تدوین مناسب تری را می‌طلبد.

آنچه که از نظم منطقی و ساختار متداول و استاندارد یک کتاب در ذهن داریم، در اثر مورد نقد و بررسی مشاهده نمی‌شود و اغلب شاهد مطالب گوناگون و پراکنده‌ای هستیم که در کنار یکدیگر قرار گرفته‌اند. این اشکال به ساختار و نظم منطقی اثر در صفحات مختلف آن قابل مشاهده است؛ به گونه‌ای که مخاطب با وضعیتی روبه‌رو می‌شود که یک بخش از کتاب دارای سه جمع بندی و بخش دیگری از کتاب، بدون جمع بندی است و حتی کتاب در پایان نیز از نتیجه‌گیری و جمع بندی نهایی برخوردار نیست. بنابراین، یک ایراد جدی تدوین کتاب، در مقدمه و نتیجه‌گیری است. عدم برخورداری کتاب از «نتیجه‌گیری» یکی از ایرادات اصلی ساختاری است. مقدمه نیز برای هیچ کدام از دو بخش نوشته نشده است و ضرورت داشت که کتاب در ابتدای هر بخش، از مقدمه‌ای هر چند کوتاه بهره‌مند بود.

در صفحات مختلف این اثر، عدم هماهنگی و پابندی به اصول ساختاری یک کتاب مستقل قابل ملاحظه است و موجب شده که نظم منطقی اثر و نظم منطقی مطالب با اشکال مواجهه شود. در این میان، ایراد جدی‌تر، ترتیب مطالب کتاب است که بدون اینکه در قالب فصول مختلف با یک نظم منطقی تدوین گردد به صورتی مکانیکی و پراکنده در کنار هم

قرار گرفته است؛ این در حالی است که مولف، از امکان تدوین بهتر مطالب برخوردار بود. برای نمونه در بخش اول، شاهد مطالبی به این ترتیب هستیم: «نظریه دین مجازی»، «مفهوم دین مجازی»، «دین واقعی و دین مجازی». این سه مطلب مرتبط بهم می‌توانست در قالب یک فصل مستقل در موضوع دین مجازی در ذیل بخش اول تدوین شود و به انسجام مباحث کتاب کمک کند. نمونه دیگر، مطالبی است که در فهرست با عنوان «هویت» و «هویت‌های خودساخته اختیاری»، «هویت متکثر مجازی» و سایر مطالب مرتبط منتشر شده است که امکان تدوین این مباحث در قابل فصل جداگانه‌ای در حوزه هویت مجازی وجود داشت.

اگرچه هماهنگی عنوان کتاب با محتوای آن از نقاط قوت اثر است و از سوی دیگر، حوزه فضای مجازی نیز از مسائل مختلفی برای بحث برخوردار است که کتاب سعی کرده با رویکردی مسئله‌مند به این موضوعات بپردازد اما نوآوری خاصی در طرح مباحث و عمق‌بخشی به محتوای کتاب مشاهده نمی‌شود. مولف بهتر بود به جای اینکه یادداشت‌ها و سخنرانی‌های پراکنده را بدون نوآوری منتشر کند، با بکارگیری رویکردی هدف‌مند به حوزه فضای مجازی و فرهنگ و با اتکاء به تجربه‌ای که از این حوزه دارد، به مسائل مختلف فضای مجازی کشور به صورت عمیق‌تر و منسجم‌تری بپردازد و اثری متمایز و معطوف به فضای مجازی کشور را در چارچوب ذهنی و عملی خود به جامعه علمی و سیاست‌گذاری کشور عرضه کند.

۲,۲,۵ ارزیابی و نقد مباحث نظری اثر

مباحث نظری کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ» که در بخش اول گنجانده شده، در تلاش است که «نظریه‌های معروف جهانی در حوزه تحولات فرهنگی متأثر از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات» (ص ۴۶) را مرور کند. این مباحث نظری به ترتیب و طبق فهرست با این عناوین ذکر شده است: نظریه‌های پیامدهای فرهنگی توسعه فاوا، نظریه جهانی شدن فرهنگی، نظریه جهانی شدن از دیدگاه متأخرین و اسلام، نظریه دین مجازی، نظریه دیجیتالی شدن فرهنگ ایرانی، نظریه جامعه اطلاعات بازی، نظریه صنعت فرهنگی و نظریه فرهنگی دیداری.

شایسته بود مباحث نظری کتاب در قالب یک فصل جداگانه ارائه شود و از یک سیر منطقی در طرح مباحث نظری برخوردار باشد. ارائه مباحث نظری مختلف در این اثر، در

ارتباط با مطالب پسینی و پیشینی قرار نمی‌گیرد و این موضوع موجب آشفتگی نظری شده است.

نکته کانونی کتاب، فضای مجازی است؛ بنابراین در طرح مباحث نظری نیز این انتظار می‌رود نظریات در رابطه با این موضوع مرکزی باشد اما اختصاص بخشی از مطالب کتاب به نظریه صنعت فرهنگی معنادار نیست. این در حالی است که مولف می‌توانست در بخش نظری، نظریه صنعت فرهنگ را در عصر فضای مجازی و متأثر از توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات مورد مطالعه قرار دهد و یا به مباحث مربوط به فرهنگ مجازی یا فرهنگ دیجیتال پردازد نه اینکه به مرور مباحث کلاسیک این نظریه فرهنگی اکتفا کند. آثار برجسته حوزه ارتباطات دیجیتال نیز از همین رویه بهره گرفته‌اند. برای نمونه مانوئل کاستلز در اثر جهانی خود به نام «قدرت ارتباطات» (کاستلز، ۱۳۹۶) به خوبی مباحث کلاسیک ارتباطات، تبلیغات و قدرت را با نظریه جدید خود درهم آمیخته است.

در درجه دوم، بهتر بود بخشی از کتاب به نظریات رایج جهانی و بومی فضای مجازی اختصاص می‌یافت و بدین ترتیب، مرور دقیق‌تری بر نظریات حوزه فضای مجازی و فرهنگ صورت می‌گرفت. نظریات تأثیرگذار و فراگیری در حوزه فضای مجازی همانند نظریه «جامعه شبکه‌ای» مانوئل کاستلز (Castells, ۱۹۹۶: ۶۹۴) و یا نظریات بومی همانند نظریه «دوفضایی شدن جهان» (عاملی، ۱۳۸۲) می‌بایست در این اثر مطرح و در کاربست حوزه نظری فضای مجازی کشور مورد نقد و بررسی قرار می‌گرفت.

با توجه به رواج کرسی‌های نظریه‌پردازی و طرح نظریات بومی در این حوزه، این اثر نیز از امکان طرح این‌گونه مباحث نظری برخوردار بود. پارادایم دو فضایی شدن‌ها به عنوان یکی از نظریات رایج در ایران در حوزه فضای مجازی به این موضوع می‌پردازد که ظهور جهان جدید یعنی «جهان مجازی» (Virtual World) بسیاری از روندها، نگرش و ظرفیت‌های آینده جهان را تحت تأثیر خود قرار خواهد داد. این جهان در واقع به موازات و گاه مسلط بر «جهان واقعی» (Real Word) ترسیم می‌شود و عینیت واقعی پیدا می‌کند (عاملی، ۱۳۸۳: ۱۰). در ایران نیز فضای دوج جهانی شده جدید که برخاسته از ظهور صنعت همزمان ارتباطات است، امری مبهم تلقی می‌شود و در فضای سیاستگذاری جمهوری اسلامی، این نگرانی و ابهام کاملاً انعکاس یافته است (عاملی، ۱۳۹۵: ۱۳).

طرح نظریه‌های جهانی و بومی حوزه فضای مجازی یکی از خلاءهای کتاب است که مولف با توجه به تجربه و سابقه کاری خود در حوزه «سیاستگذاری و اجرا»، می‌توانست

این نظریات را با وضعیت امروزی فضا مجازی و فرهنگ کشور مورد ارزیابی و بازخوانی قرار دهد.

۶. نتیجه‌گیری

کتاب «فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ» به قلم سید ابوالحسن فیروزآبادی از جمله سیاستگذاران فضای مجازی که دبیری شورای عالی فضای مجازی را برعهده دارد، نه در چارچوب اثری علمی و نه در قالب گزارشی مستندگونه و سازمانی قرار می‌گیرد بلکه تجمیع یادداشت‌های کوتاه و خلاصه سخنرانی‌های نویسنده درباره فضای مجازی است. نکته برجسته انتشار این اثر، ادامه یافتن سنت مکتوب کردن خاطرات، تجربیات، یادداشت‌ها و دیدگاه‌های سیاستگذاران و چهره‌های سیاسی و فرهنگی کشور است که اندوخته مطالعاتی خوبی برای پژوهش‌های بعدی فراهم می‌سازد. نکته ضعف اثر نیز، اهتمام ناکافی مولف و ناشر در جامعیت و غنابخشیدن به آن است که بتواند به خلق اثری مانا تر بیانجامد.

فضای مجازی به عنوان فضای دوم زندگی با تمام زیست اجتماعی انسان معاصر پیوند دارد و نگاه نویسنده این اثر به سیاستگذاری فضای مجازی و رابطه آن با فرهنگ و سیاست اگرچه از اهمیت بالایی در حوزه مطالعاتی فضای مجازی ایرانی برخوردار است اما نقدهای شکلی و محتوای جدی نیز بر آن وارد است.

این کتاب از نظر شکلی، علاوه بر اشکالات ویرایشی، عدم بهره کافی از اطلاعات، آمارها و منابع به‌روز، عدم یکدستی در ارجاع‌دهی، از منظر جامعیت صوری همانند عدم برخورداری کتاب از نتیجه‌گیری پایانی و مقدمه برای هر بخش نیز مورد نقد قرار گرفته است.

این اثر از منظر محتوایی نیز از انسجام لازم برای گره‌زدن یک رشته مباحث نظری و موضوعات متناهی فضای مجازی بهم برخوردار نیست. مباحث کتاب، با موضوعات قبل و بعد خود، نسبت معناداری برقرار نکرده‌اند و مباحث مختلف بیشتر از آنکه نظم و چارچوب یک کتاب منسجم را داشته باشد، در قالب مجموعه یادداشت‌ها و سخنرانی‌های پراکنده مولف در رویدادهای مختلف آماده‌سازی شده است.

مشکل ساختاری و تدوین اثر در بخش نظری آن نیز هویدا است به گونه‌ای که نویسنده به‌جای تبیین مسئله نظری خود و بهره‌گیری از نظریات جاری بومی و جهانی در

حوزه فضای مجازی به یک سری مباحث کوتاه نظری پراکنده بسنده کرده است. این در حالی است که کتاب، نیازمند تدوین مجدد و بازنگری «ساختار محتوایی» است. پیشنهاد می‌شود مولف به دلیل جایگاه حقوقی خود به عنوان دبیر شورای عالی فضای مجازی، از آمارها، اطلاعات و گزارش‌های معتبرتر و به روزتری در حوزه مسائل فضای مجازی بهره گیرد و این آمار را با نگاه و «تجربه زیسته خود» از پیامدها و فرصت‌های فضای مجازی پیوند زند. در این صورت، مخاطب به فهم بهتری از سیاست، فرهنگ و فضای مجازی کشور در اثر یکی از سیاستگذاران فضای مجازی دست می‌یابد.

کتابنامه

- استین، لورا و سینا، نیکیل (۱۳۸۳)، رسانه‌های نوین جهانی و سیاستگذاری ارتباطات، ترجمه لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، تابستان ۱۳۸۳، شماره ۵۸.
- اکبرزاده جهرمی، سیدجمال‌الدین (۱۳۹۵)، پیامدهای هم‌گرایی اینترنت و تلویزیون بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران، مجله مطالعات فرهنگ - ارتباطات، دوره ۱۷، شماره ۳۴، شماره پیاپی ۶۶.
- خانیکی، هادی و بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۹۳). سیاست‌گذاران ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی، برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، دوره ۶، شماره ۲۱.
- روچک، کریس (۱۳۹۰). مطالعات فرهنگی، ترجمه پرویز علوی، تهران: نشر ثانیه.
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۶). سیاستگذاری رسانه‌ای، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- دال زوتو، سینزیا، لوگمایر، آرتور (۱۳۹۷) هم‌گرایی رسانه‌ای، ترجمه سمیه لبافی، امیر مختاری، محدثه عقابایی، تهران: انتشارات دنیای اقتصاد.
- سورین، ورنر و تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات، ترجمه علیرضا دهقان، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۶). اینترنت و دوفضایی شدن علوم، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۶). دین مجازی؛ دوفضایی شدن محیط دینی و ارتباطات درون دینی و بین دینی، تهران: انتشارات طرح آینده.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۲). دوج جهانی شدن‌ها و آینده جهان، کتاب ماه علوم اجتماعی، دوره ۶، شماره ۹.
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۵)، مطالعات جهانی شدن: دوفضایی شدن‌ها و دو جهانی شدن‌ها، سمت
- عاملی، سعیدرضا (۱۳۸۳)، تکنولوژی هم‌زمان ارتباطات و دوفضایی شدن فرهنگ، دیدگاه، شماره ۱، صص ۴-۲۰
- فیروزآبادی، سید ابوالحسن (۱۳۹۶). فضای مجازی؛ اجتماع و فرهنگ، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

- قلی پور، رحمت الله و غلام پور آهنگر، ابراهیم (۱۳۸۹). فرآیند سیاستگذاری عمومی در ایران، تهران، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶). قدرت ارتباطات، ترجمه حسین بصیریان جهرمی، تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). شبکه‌های خشم و امید (جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت)، ترجمه مجتبی قلی پور، تهران، نشر مرکز.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، جلد سوم، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.
- ماژرزاک، آن (۱۳۹۲). پژوهش و سیاستگذاری، ترجمه هوشنگ نایی، تهران: نشر نی.
- مک کوایل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی، ترجمه پرویز اجاللی، تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد (۱۳۹۶). نظریه‌های رسانه‌های اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی، تهران: همشهری.
- مصلی نژاد، عباس (۱۳۹۷). سیاستگذاری ارتباطات در عصر شبکه و جنبش‌های اجتماعی، دوره ۵، شماره ۱، بهار ۱۳۹۸، صفحه ۱۴۷-۱۶۵.
- ون دایک، جان (۱۳۸۳). سیاستگذاری در جامعه شبکه‌ای، ترجمه پیروز ایزدی، فصلنامه رسانه، تابستان ۱۳۸۳، شماره ۵۸.
- نیکو، مینو و همکاران (۱۳۸۱). شناخت مخاطب تلویزیون با رویکرد استفاده و رضامندی، تهران: سروش.

Boyd, D.M & Ellison, N. B. (January 01, 2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of computer-mediated communication*, 13, 1).

.*power Communication*. (۲۰۱۳). Castells, M Oxford: Oxford University Press.

Toward a Sociology of the network society. (۶۹۹۶) Castells, M. Oxford: Oxford University Press.

.*Powers in media policy: The challenge of the European Parliament*. (۲۰۰۴). Sarikakis, K. Oxford: P. Lang

Van den Bulck, H; Puppis, M; Donders, K; Van Audenhove, L (2019). *The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research*, Switzerland: Palgrave Macmillan.

Wong, J. C. (2017). Russia's election ad campaign shows Facebook's biggest problem is Facebook. بازیابی : <https://www.theguardian.com/technology/2017/sep/21/facebook-russia-advertising-mark-zuckerberg>