

Theoretical Evaluation of the Role of Cyberspace in Social Influence and Public Opinion Formation

Amin Taghvaie 

Ph.D. Candidate in Media Management, Department of Media and Communication, Faculty of Arts, Imam Hossein Comprehensive University, Tehran, Iran. a.taghvaie315@gmail.com

Abstract

Objective: This study evaluates the characteristics of cyberspace in shaping social influence and public opinion, aiming to inform strategies for its optimal utilization.

Research Methodology: A descriptive-analytical approach was employed to assess cyberspace's role in influencing societal dynamics and public opinion.

Findings: Cyberspace bridges the virtual and real worlds, amplifying unified public opinion and compelling governments to adapt to societal demands. By raising the cost of resisting public pressures, cyberspace influences domestic and foreign policy changes.

Discussion and Conclusion: Cyberspace represents both a threat and an opportunity for governments. It serves as a platform for public advocacy and societal demands while enabling policy management and engineering. Its pivotal role in shaping public opinion underscores the necessity for strategic engagement.

Keywords: Cyberspace, Public Opinion, Social Influence, Media, Politics, Governance.

Cite this article: Taghvaie, Amin (2025). Theoretical Evaluation of the Role of Cyberspace in Social Influence and Public Opinion Formation. *Religious Studies in Media*, 7(25): 87-108. <https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.471672.12105>

Received: 2024/08/04 Revised: 2024/12/02 Accepted: 2024/12/02 Published online: 2025/05/07

© The Author(s).

Article type: Research Article

Published by: IRIB University



ارزیابی نظری نقش فضای مجازی در تأثیرگذاری اجتماعی و جهت‌دهی افکار عمومی

امین تقوایی[✉]

دانشجوی مقطع دکتری مدیریت رسانه، گروه رسانه و ارتباطات، دانشکده هنر، دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران.

a.taghvaei315@gmail.com

چکیده

هدف: این پژوهش با هدف ریشه‌یابی و کشف ویژگی‌های اصلی فضای مجازی در بُعد تأثیرگذاری اجتماعی انجام شده است تا امکان مدیریت بهتر روند رشد آن در جامعه و طراحی جهت‌دهی مطلوب برای این بستر فراهم شود.

روش‌شناسی پژوهش: پژوهش حاضر با بهره‌گیری از روش توصیفی-تحلیلی به ارزیابی نقش فضای مجازی در تأثیرگذاری اجتماعی و جهت‌دهی افکار عمومی پرداخته است.

یافته‌ها: یافته‌های این پژوهش حکایت از آن دارد که فضای مجازی در حقیقت با

استناد به این مقاله: تقوایی، امین (۱۴۰۴). ارزیابی نظری نقش فضای مجازی در تأثیرگذاری اجتماعی و جهت‌دهی افکار عمومی. مطالعات دینی رسانه، ۷(۲۵): ۸۷-۱۰۸.

<https://doi.org/10.22034/jmrs.2024.471672.12105>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۵/۱۴ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۲/۱۷

ناشر: دانشگاه صدا و سیما

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



منطبق ساختن دنیای مجازی با دنیای واقعی و عینی و فراگیر ساختن سریع ندای یکپارچه افکار عمومی، حکومت را تسلیم خود نموده و با بالا بردن هزینه مخالفت با درخواست عمومی، تغییر در سیاست‌های داخلی و خارجی کشور و به دنبال آن، تحقق مطالبات افکار عمومی را به همراه خواهد داشت.

بحث و نتیجه‌گیری: فضای مجازی به دلیل سرعت بالای انتشار اطلاعات و انطباق با فضای واقعی، نقش دوگانه‌ای به عنوان تهدید و فرصت برای حکومت‌ها ایفا می‌کند. این فضا ابزار مؤثری برای فشار افکار عمومی به حکومت جهت تحقق مطالبات است و هم‌زمان ابزاری برای مدیریت و مهندسی شرایط توسط حکومت به شمار می‌رود. از سوی دیگر، اهمیت فضای مجازی در شکل‌دهی افکار عمومی و تأثیرگذاری بر سیاست‌گذاری‌های داخلی و خارجی حکومت‌ها نیز انکارناپذیر است. این فضا بستری ارزشمند برای مردم فراهم می‌کند تا با اتحاد و همبستگی، صدای خود را به مسئولان حکومت برسانند و به خواسته‌های اجتماعی و سیاسی خود دست یابند.

کلیدواژه‌ها: افکار عمومی، جامعه، حکومت، رسانه، سیاست، فضای مجازی، مردم، مطالبات.

مقدمه

در سال‌های اخیر به موجب تقویت سیستم‌ها و تجهیزات مخابراتی و همچنین دستیابی به پیشرفت‌هایی مطلوب در حوزه شبکه و اینترنت و به دنبال آن اقبال عمومی به این عرصه، پدیده منحصر به فرد فضای مجازی در کشورهای جهان، به یک بازیگر بسیار فعال و تأثیرگذار در ابعاد مختلف جامعه و افکار عمومی متأثر از آن تبدیل شده است. به گونه‌ای که در بحبوحه چالش‌های سیاسی و اجتماعی و بلند شدن صدای بخشی از جامعه که اعتراض و مطالبه‌ای داشته و رسانه‌ای در اختیار نداشته‌اند، این فضای مجازی بوده است که به عنوان ابزاری کارآمد و مؤثر به یاری آن‌ها آمده و عملی شدن برخی درخواست‌های به حاشیه رفته مردم در طول سالیان متعددی که به فراموشی سپرده شده‌اند

را جلو انداخته است. به این معنا که با رساندن مستقیم صدای بلند شده از بطن جامعه و خواسته مهم افکار عمومی به حاکمیت، در حقیقت با افزایش هزینه برخورد و مخالفت با این مطالبات و درخواست‌های عمومی، تضمین محکمی در جهت پیگیری و تحقق این مسائل بوده است. چگونگی پدیدار شدن این نتیجه در بستر فضای مجازی و تبعات ناشی از به کارگیری آن توسط مردم در دغدغه‌های اجتماعی و سیاسی خود، مسئله اصلی این نوشتار را شکل می‌دهد.

اهمیت: بررسی و مطالعه دقیق این پدیده و آثاری مهمی که می‌تواند در تغییر ساختارهای اجتماعی و سیاسی موجود در کشورهای درگیر داشته باشد از این جهت دارای اهمیت است که در صورت اشراف صحیح و علمی بر روی این پدیده و تحلیل منطقی و مطابق با واقعیت ارتباط بین جامعه و فضای مجازی، تسهیل مدیریت افکار عمومی و جهت‌دهی مطلوب به فضای حاکم بر جامعه را برای حکومت به دنبال خواهد داشت.

ضرورت: در صورت عدم توجه لازم و کافی به این پدیده و عملکرد آن در جامعه، شاهد آسیب‌های جدی اجتماعی و فرهنگی در اعماق وجودی آن خواهیم بود و اگر این مسئله به صورت علمی و کارشناسی از منظر جامعه‌شناسی و روان‌شناسی سیاسی مورد بررسی قرار نگیرد، به طور قطع حاکمیت در مواجهه با بحران‌ها و مشکلات متعدد اجتماعی و سیاسی دچار مشکل جدی و اساسی در مدیریت و مهار این چالش‌ها خواهد شد.

هدف: ریشه‌یابی و کشف ویژگی‌های اصلی فضای مجازی در بُعد تأثیرگذاری اجتماعی مورد نظر است به گونه‌ای که بتوان روند رشد آن در جامعه را بهتر مدیریت کرده و جهت‌دهی مدنظر خود را برای آن طراحی نمود. در این صورت است که می‌توان در رویارویی با بحران‌های گوناگون که تحت تأثیر این پدیده به وجود می‌آیند؛ شاهد نتایج بهتر و موفقیت مورد قبولی بود و در تصمیم‌گیری‌های کلان کشوری نیز، صلاح‌دید ابعاد مختلف زندگی مردم به صورت دقیق‌تری مورد توجه قرار گیرد.

سوال: پرسش اصلی این مقاله این است که ویژگی‌های رسانه‌ای، اجتماعی و سیاسی فضای مجازی چیست که توانسته این چنین نتایج و تأثیرات مهمی را در جوامع گوناگون و در

حوزه افکار عمومی و مطالباتی که به دنبال آن شکل می‌گیرد؛ به دنبال داشته باشد و پاسخ عملی حکومت به این مطالبات را محقق سازد؟

فرضیه: فضای مجازی به دلیل سرعت بالای پردازش اطلاعات و گستردگی رو به رشد آن در کشورهای مختلف، با انطباقی پویا میان دغدغه‌های اجتماعی و سیاسی در جهان مجازی و جهان واقعی، در حقیقت با همه‌گیر کردن مطالبات مردمی، بار روانی و فشار افکار عمومی بر حکومت را افزایش داده و تحقق این مطالبات را تضمین می‌کند.

پیشینه تحقیق

در رابطه با فضای مجازی، کتاب‌ها و مقالات زیادی در مقام پرداختن به ابعاد مختلف این پدیده از جمله جنبه‌های روان‌شناختی و آثار آن بر افکار عمومی و جامعه به قلم تحریر درآمده است که پس از بررسی صورت گرفته بر روی محتوای آن‌ها، می‌توان این منابع و آثار را از نظر نوع رویکرد به سه دسته کلی زیر تقسیم کرد:

منابعی با رویکرد آسیب‌شناسی و انتقادی

این آثار در پژوهش خود به بررسی ابعاد مثبت و منفی فضای مجازی و اثرات آن بر جامعه پرداخته‌اند. برای مثال نصرتی (۱۳۹۶) در مقاله «ابعاد روانشناختی فضای مجازی» فضای مجازی را به عنوان شبکه ذهن‌ها توصیف کرده و بر این باور است که این فضا کاربران را به صورت جهانی شده و بدون تبعیض پیوند می‌دهد، در حالی که عدم دسترسی به اینترنت می‌تواند افراد را محروم کند. همچنین فلاحتی (۱۳۹۳) در یادداشت «آسیب‌های اجتماعی در فضای مجازی»، ازدواج اینترنتی را یک پدیده نوظهور در ایران می‌داند و با توجه به ماهیت پنهان فضای مجازی، آن را شیوه‌ای انحرافی معرفی می‌کند. حاتمی (۱۳۹۶) نیز در مقاله «تأثیر فضای مجازی بر سبک زندگی» معتقد است که فضای مجازی به صورت مستقیم و غیرمستقیم بر سبک زندگی کاربران تأثیرگذار است و برای مقابله با سبک زندگی غربی، بر بسط تفکر توحیدی در این فضا تأکید دارد.

منابعی که به طور مشخص به ابعاد تأثیرگذاری اجتماعی و فرهنگ عمومی جامعه می‌پردازند

این آثار به بررسی ابعاد مختلف فرهنگ اجتماعی و مفهوم ملت در فضای مجازی پرداخته‌اند و نقش رسانه‌ها، به‌ویژه فضای مجازی، در شکل‌گیری و هدایت جنبش‌های اجتماعی را تحلیل کرده‌اند. به عنوان نمونه موسوی (۱۳۹۵) در مقاله «تحلیل جامعه‌شناختی فرهنگ اعتماد در فضای مجازی» با استفاده از نظریه اعتماد اجتماعی، نتیجه می‌گیرد که فرهنگ اعتماد در فضای مجازی شکل گرفته، هرچند میزان آن در سطح متوسط رو به پایین است. همچنین حافظ‌نیا (۱۳۸۸) در مقاله «بازنمایی مفهوم ملت در فضای مجازی» معتقد است که اینترنت و فضای مجازی بر مفاهیم سنتی همچون ملت، مرز و حاکمیت تأثیر گذاشته و به چند هویتی شدن افراد و کمرنگ شدن مرزها منجر شده است. موثقی گیلانی (۱۳۹۱) نیز در مقاله «نقش و تأثیر فضای مجازی بر جنبش‌های اجتماعی» به این نتیجه می‌رسد که موفقیت جنبش‌های اجتماعی در فضای مجازی به سازگاری پویای فعالیت‌های اجتماعی و سیاسی در جهان واقعی و مجازی وابسته است.

منابعی با نگرش الگوهای مدیریتی و سیاست‌گذاری در حوزه فضای مجازی

این آثار به بررسی سیاست‌ها و الگوهای مدیریتی فضای مجازی پرداخته و با توجه به نیازهای کشور، پیشنهاداتی ارائه کرده‌اند. برای مثال الوانی (۱۳۹۳) در مقاله «تدوین الگوی خط‌مشی‌گذاری در فضای مجازی کشور»، با استفاده از روش کیفی گراند تئوری، مدل خط‌مشی‌گذاری ترکیبی از مدل فرآیندی و شبکه‌ای را برای فضای مجازی کشور ارائه می‌دهد و تأکید می‌کند که شورای عالی فضای مجازی در این زمینه نقش کلیدی دارد. حکیمی (۱۳۹۶) نیز در مقاله «راهبردهای مدیریتی فضای مجازی در اندیشه مقام معظم رهبری»، به بررسی دیدگاه‌های رهبری پرداخته و نتیجه‌گیری می‌کند که می‌توان با راهبردهایی چون شناخت فرصت‌ها و تهدیدها، برنامه‌ریزی هدفمند، مقاوم‌سازی فرهنگی و نظارت بر فضای مجازی، آن را به شکل مؤثری مدیریت کرد.

در نتیجه پس از بررسی آثار و منابع موجود در حوزه فضای مجازی و پالایش محتوای آن‌ها، جمع‌بندی به این صورت است که دیدگاه مذکور مبنی بر تأثیر فضای مجازی به عنوان یک بازیگر و کنش‌گر فعال اجتماعی در اجتماع و همچنین یک ابزار مؤثر در اختیار جامعه و افکار عمومی برای پیگیری سریع‌تر و مؤثرتر مطالبات و خواسته‌هایشان، در برخی از آثار با نگاهی متفاوت، مورد ارزیابی قرار گرفته است و مقاله حاضر، ضمن بهره‌گیری از آثار بررسی شده و دیگر آثار مرتبط، با پرداختن به این مسئله به عنوان موضوعی جدی و مؤثر در تحولات سیاسی اجتماعی جوامع و نقشی که فضای مجازی می‌تواند به عنوان یک ابزار کلیدی در دست مردم فاقد رسانه ایفا کند. همچنین با تمرکز بر تحقق مطالبات آن‌ها طی یک فرآیند ویژه، این مسئله را از جنبه‌ای بدیع و نوآورانه، مورد توجه قرار می‌دهد.

مبانی مفهومی

فضای مجازی

فضای مجازی یک مفهوم فردی و همچنین بین‌المللی است که یک فناوری دیجیتال گسترده و به‌هم پیوسته را توصیف می‌کند. این مفهوم در حقیقت «فضای سایبر» می‌باشد که به غلط «فضای مجازی» ترجمه شده است. فضای سایبر اگر با فضای اذهان مقایسه شود، بزرگی اش حتی از دنیای ما نیز برجسته‌تر و بیشتر است؛ زیرا همه آنچه را که نمی‌توان دید و نمی‌توان انجام داد، ولی می‌توان در ذهن تصور کرد، در فضای سایبر نمود می‌یابد. همچنین در این زمینه باید گفت که ترجمه‌های صورت گرفته از لفظ سایبر دقیق نیست و هرچند گاهی لفظ مجازی به‌عنوان معادل آن گرفته می‌شود؛ اما چون سایبر بیانی از موضوعات واقعی و قابل مشاهده ولیکن غیرقابل لمس است نمی‌تواند بر لفظ مجاز که به موضوعات ذهنی و تصویری اشاره دارد، اطلاق شود. فضای مجازی در دهه ۱۹۹۰ رواج پیدا کرد که استفاده از اینترنت، شبکه و ارتباطات دیجیتال به طرز چشمگیری در حال رشد بود و اصطلاح فضای مجازی توانست بیانگر ایده‌ها و پدیده‌های جدیدی باشد که در حال ظهور بودند. به‌عنوان یک تجربه اجتماعی، افراد می‌توانند با استفاده از این شبکه گسترده، تعامل، تبادل ایده، به

اشتراک‌گذاری اطلاعات، ارائه پشتیبانی اجتماعی، انجام کار، اقدامات مستقیم، ایجاد رسانه‌های هنری، مشارکت فعال در بحث‌ها و جنبش‌های سیاسی و اجتماعی و... را انجام بدهند. فضای مجازی بیشتر از تعامل‌های اجتماعی درگیر شده است تا اجرای فنی آن و رسانه محاسباتی در فضای سایبر، تقویت کانال ارتباطی بین افراد واقعی است. در واقع ویژگی اصلی فضای مجازی این است که محیطی را ارائه می‌دهد که شامل بسیاری از شرکت‌کنندگان و کاربران با توانایی تأثیرگذاری و تأثیرپذیری نسبت به یکدیگر می‌باشد. (گراهام، ۲۰۱۵: ۱۷۷-۱۸۲).

افکار عمومی

بر اساس نظر پالوک^۱، افکار عمومی [عقیده] محتوای آگاهی فرد است، بدون هیچ‌گونه داوری درباره درستی یا نادرستی آن. (پالوک، ۱۹۷۶: ۲۲۸) بسیار آسان است که فرض کنیم افکار عمومی درباره موضوعات خاص صرفاً مجموع عقاید همه افراد در یک جامعه معین است. گرایشی وجود دارد که افکار عمومی را چنان در نظر بگیرند که گویی تنها یک چیز یا تقریباً یک موجود انسانی واحد است، اما درحالی‌که عقاید درباره یک موضوع خاص ممکن است متفق یا تقریباً متفق باشند، در اکثر موارد متفرق هستند. همچنین گرایشی وجود دارد که فرض شود هر کسی درباره هر چیزی عقیده‌ای دارد، اما شواهد فراوانی وجود دارد که نشان می‌دهد بعضی افراد درباره بسیاری از مسائل و شاید بیشتر مسائل هیچ عقیده‌ای ندارند و غیر معمول نیست که در مورد برخی مسائل این افراد اکثریت را تشکیل دهند. (راش^۲ ۱۳۷۷: ۱۸۶) اما تعریف دیگری از افکار عمومی که بیشتر مدنظر نویسندگان مقاله حاضر می‌باشد؛ این است که اگر ساختار اجتماعی و آرایش گروه‌ها و نیروها و افراد، فیزیک یا جسم جامعه را تشکیل دهد، افکار عمومی روح و روان آن است و به همان‌سان هرچه همبستگی جسمی جامعه بیشتر باشد، روان آن یعنی افکار عمومی نیز مشهورتر و ملموس‌تر خواهد بود. افکار

1. Pollock
2. Michael Rush

عمومی را می‌توان به دو بخش بنیادی و نمادی تقسیم کرد. وجه بنیادی آن در واقع تمام علل و عواملی را دربرمی‌گیرد که بنیان‌های زندگی جمعی را تشکیل می‌دهند. این وجه کمتر دستخوش تغییر قرار می‌گیرد؛ اما بخش نمادی آن تظاهرات و تجلی افکار عمومی به مناسبت یک رویداد یا در واکنش به یک امر خاص است. پدیده افکار عمومی اینک مرزهای ملی را نیز پشت سر گذاشته و جنبه بین‌المللی و جهانی به خود گرفته است. امروزه افکار عمومی به آن حد از انسجام و عینیت رسیده است که خود به‌عنوان یک بازیگر یا نیروی سیاسی تازه مطرح می‌شود. (نقیب‌زاده، ۱۳۸۵: ۲۲۹)

مبانی نظری و الگوی تحلیل

در خصوص دو متغیر موجود در این مقاله یعنی «فضای مجازی» و «افکار عمومی» نظریات متعددی مطرح شده است که در این بخش به برخی از مهم‌ترین آن‌ها به اختصار خواهیم پرداخت.

فضای مجازی

الف. هربرت شیلر^۱

ناظر به فضای مجازی هربرت شیلر نظریه خود را از مبنای وابستگی اقتصادی وام می‌گیرد. از دیدگاه او، به وسیله‌ی جامعه‌اطلاعاتی، سلطه غرب بر روابط اقتصادی به گونه‌ای غیرقابل مهار به اشکال فرهنگی سلطه منتهی می‌گردد. همچنین معتقد است در نظام امپریالیسم آمریکایی، پس از اینکه آمریکا قدرت اقتصادی خود را پس از دهه ۱۹۶۰ میلادی از دست می‌دهد، با استفاده از قالب فناوری‌های ارتباطی و فضای مجازی به طور خاص، کنترل فرهنگی خود بر کشورهای جهان را کماکان حفظ کرده است. در واقع ظرفیت و گرایش به بخش اعظم رسانه‌های جدید، حقه‌ای قدیمی است که اجرای آن، به واسطه‌ی نیاز سرمایه به بازارهای جدید و مصرف‌کنندگان مشتاق میسر می‌گردد. (شیلر، ۱۳۹۰: ۳۴)

هربرت شیلر در این نظریه خود که از جنس امپریالیسم رسانه‌ای می‌باشد، در حقیقت بیشتر فضای مجازی را نتیجه‌ی ساختار دیگری می‌داند که آن را پرورش داده و هویتی مستقل برای آن قائل نیست.

ب. مانوئل کستلز^۱

در نظریه دیگری درباره فضای مجازی، مانوئل کستلز چنین استدلال می‌کند که جامعه اطلاعاتی در حال ظهور، عمدتاً زائیده‌ی رابطه در حال تغییر بین سرمایه‌داری جهانی، دولت و جنبش‌های اجتماعی معاصر است. در واقع رسانه‌ها چهارچوب درک، دانش و زبان ما را شکل می‌دهند. مرکزیت ارتباطات مدرن در فرهنگ معاصر، توده‌ای را به ارمغان نمی‌آورند؛ اما آن چیزی را فراهم می‌آورند که کستلز از آن به عنوان فرهنگ مجاز-واقعی یاد می‌کند. مکان قدرت واقعی اقتصاد، سیاست و فرهنگ در عصر اطلاعاتی در اذهان مردم است. به بیان کلی‌تر، کستلز بیان می‌دارد که تکنولوژی‌های رسانه‌ای جدید در عوض آنکه ساختارهای اجتماعی موجود را دگرگون سازند، آن‌ها را تقویت می‌کنند. (کستلز، ۱۳۸۹: ۷۱-۷۳) بنابراین به این شکل برداشت می‌شود که کستلز در فضای اطلاعات‌گرایی، شبکه‌ها و تغییرات اجتماعی نظریه خود را بیان می‌کند و دیدگاهی خوشبینانه داشته و ویژگی‌های ماهوی برای فضای مجازی و عصر اطلاعات برمی‌شمرد.

ج. ویریلیو^۲

در نظریه سوم درخصوص فضای مجازی، ویریلیو در دیدگاه خود تمامی جنبه‌های مثبت تکنولوژی‌های ارتباطی را نادیده گرفته و بیان می‌دارد که توسعه‌ی بیش از اندازه این تکنولوژی‌ها به ظهور فرهنگ غیرانسانی انجامیده است. زمان واقعی ارتباطات رسانه‌ای مدرن به شکل بنیادی، درک مشترک ما از واقعیت را تغییر می‌دهد و تحریف می‌کند. در

1. Manuel Castells

2. Virilio

واقع ویریلیو پیوند مهمی میان تکنولوژی و ارتباطات، جنگ و سرعت برقرار می‌سازد. در چهارچوب این مختصات، واقعیت مجازی و اینترنت، اشکال کاملاً جدیدی از ارتباطات نیستند بلکه بزرگ‌نمایی جنبه‌های اصلی مدرنیته و چیرگی نوعی بنیادگرایی فناوری به شمار می‌آیند. (وبستر^۱، ۱۳۸۳: ۱۳۲-۱۲۸) به نظر می‌رسد بر اساس این توصیف، ظهور رسانه‌های جدید ارتباطی، درک ما را از امر واقعی تحریف کرده‌اند و در عین حال بر منطق مبتنی بر توسعه مدرنیته غربی استوار شده‌اند. بنابراین ویریلیو در فضای سرعت و ارتباطات، دیدگاهی بدبینانه به فضای مجازی و عصر اطلاعات دارد و معتقد است (برخلاف شیلر) عصر اطلاعات هویتی مستقل دارد و تأثیر به‌سزایی بر سایر جنبه‌های زندگی.

پس از طرح و بررسی این سه نظریه درباره فضای مجازی و جمع‌بندی آن‌ها، با توجه به اینکه دو نظریه مطرح شده توسط هربرت شیلر و ویریلیو، تناسب و هماهنگی موضوعی لازم را با موضوع این یادداشت ندارند، نظریه مختار و مورد نظر نویسنده مقاله حاضر، نظریه مانوئل کستلز می‌باشد. به جهت اینکه بیشترین همگرایی و تناسب محتوایی را با موضوع این یادداشت علمی دارد و به تأثیر فضای مجازی در جهت‌دهی و شکل‌دهی ابعاد مختلف زندگی اجتماعی افراد در جامعه و همچنین آثار فضای مجازی در افکار و اذهان مردم پرداخته و معتقد است این پدیده، ساختارهای اجتماعی را ارتقاء می‌دهد.

افکار عمومی

الف. هابرماس^۲

هابرماس معتقد است که پیدایش یک حوزه عمومی که در آن افکار عمومی مجال بیان پیدا کند، با منافع بورژوازی مطابقت داشت؛ زیرا اصل همگانی شدن امور، بورژوازی را در برابر دولت محافظت می‌کرد. اما با توسعه حق رای همگانی، حرکت‌های توده‌ای و گسترش

رسانه‌های همگانی و جمعی، نوع دیگری از افکار عمومی شکل گرفت که با افکار «منور» نخبگان تفاوت داشت؛ اما این افکار مردمی هم خیلی زود برای رسانه‌ها، تبلیغات و سیاست جنبه ابزاری پیدا کرد. (نقیب‌زاده، ۱۳۸۵: ۲۲۸) در نتیجه، وسایل ارتباط جمعی، فنون بررسی افکار عمومی و اعلام آن در رسانه‌ها، احساس همبستگی مردم در برابر دولت‌ها و بسیاری از علل دیگر، در درجه اول باعث ملموس شدن افکار عمومی و در درجه دوم باعث استقلال نسبی آن گردید به گونه‌ای که بتواند به صورت یک بازیگر مستقل از طرق گوناگون به ایفای نقش پردازد.

ب. چایلدز^۱

در نظریه دیگری ناظر به افکار عمومی، چایلدز می‌گوید عقاید همانگونه‌اند که نگرش‌های شخصی هستند و این نگرش‌ها از طبیعت شخصیت ناشی می‌شوند که خود نتیجه حاصل از کنش متقابل فرد و محیط او است. (راش، ۱۳۷۷: ۱۹۴) در بررسی دیدگاه چایلدز که عقیده، محصول کنش متقابل میان افراد و محیط آن‌هاست، لازم است شکل‌گیری عقاید را با مفهوم اجتماعی شدن سیاسی و به ویژه با رابطه متقابل بین سه متغیر یعنی آگاهی، ارزش‌ها و نگرش‌ها ارتباط دهیم.

ج. مک‌کوئل^۲

در نظریه سوم در خصوص افکار عمومی، مک‌کوئل در ارتباط با رابطه بین رسانه‌ها و حکومت، بیان می‌دارد که غالباً رسانه‌ها بیشتر اوقات وظیفه خود نمی‌دانند که به پیشبرد دگرگونی بنیادی در نظام اجتماعی کمک کنند. آن‌ها در چهارچوب ترتیبات موجود فعالیت می‌کنند و اغلب در هدف کلی بهبود تدریجی اجتماع سهیم هستند. رسانه‌ها به وسیله ایدئولوژی خودشان متعهد هستند که به عنوان حامل پیام‌هایی (برای مثال درباره رسوایی‌ها،

1. Childs

2. Mac Quayle

بحران‌ها، بیماری‌های اجتماعی) عمل کنند که می‌توانند انگیزه‌ای برای دگرگونی، حتی از نوعی کاملاً بنیادی باشند. آن‌ها احتمالاً فعالیت، هیجان و نگرانی زیادی را برمی‌انگیزند که نظم موجود را در محدوده نظام‌هایی که تا اندازه‌ای ظرفیت تولید دگرگونی دارند، آشفته می‌سازد. (راش، ۱۳۷۷: ۲۰۰)

در نهایت پس از بررسی نظریات و دیدگاه‌های مربوط به افکار عمومی، نظریه مختار و مدنظر نگارنده مقاله حاضر، نظریه مک‌کویل می‌باشد. دلیل این انتخاب این است که او در این نظریه، بُعد تأثیرگذاری افکار عمومی از طریق رسانه (به طور مثال فضای مجازی) به عنوان ابزاری مؤثر بر حکومت‌های مستقر را مورد توجه قرار می‌دهد و از این حیث که افکار عمومی به واسطه رسانه‌های گوناگون، نظم موجود در ساختارهای اجتماعی جوامع را دستخوش تغییر و تحول قرار داده، به موضوع این مقاله بسیار نزدیک بوده و در راستای آن می‌باشد.

الگوی تعامل فضای مجازی و افکار عمومی

در خصوص ارتباط بین رسانه‌های جدید به خصوص فضای مجازی و افکار عمومی و مناسباتی که می‌تواند بین این دو متغیر حاکم باشد، نظریات گوناگونی مطرح شده است که نزدیک‌ترین آن‌ها به موضوع این مقاله در سه دسته مورد بررسی قرار می‌گیرد.

الف. فرهنگ توده‌ای

نظریات فرهنگ توده‌ای بر نقش رسانه‌ها در تولید و تکثیر الگوهای فرهنگی تأکید دارند. مفهوم فرهنگ توده نشان می‌دهد که برای نخستین بار در تاریخ بشری، یک فرهنگ واحد با استفاده از وسایل جدید ارتباطی در دسترس همگان قرار گرفته است، به طوری که فرهنگ از انحصار اقلیت‌ها خارج شده و به «فرهنگ توده» تبدیل می‌شود. (معمدنژاد، ۱۳۸۵: ۴۲)

«جامعه توده‌ای» دیدگاهی کلیدی درباره نقش رسانه‌های جمعی در جوامع سرمایه‌داری مدرن ایجاد کرده است. سینما و رادیو به عنوان نخستین الگوهای رسانه‌های جمعی مدرن، در

عین ایجاد نگرانی در مورد تجاری شدن فرهنگ، باعث تقویت رژیم‌های سیاسی نیز شده‌اند. (استریناتی^۱، ۱۳۷۹: ۲۶)

انسان توده‌ای که مصرف‌کننده فرهنگ توده‌ای است، پیوندهای اجتماعی خود را از دست داده و به لذت‌های جزئی و فوری می‌پردازد، در حالی که عناصر مهمی از زیبایی‌شناسی و اصالت هنری را نادیده می‌گیرد. این وضعیت به ایجاد میان‌مایگی و تنزل فکری در جامعه می‌انجامد. (بشیری، ۱۳۷۹: ۴۸) در غیاب نهادهای اجتماعی واسطه که حس هویت و رفتار اجتماعی را شکل می‌دهند، افراد در برابر کنترل و استثمار رسانه‌های جمعی آسیب‌پذیر می‌شوند. با فروپاشی چهارچوب‌های اخلاقی و اجتماعی، افراد به توده‌ای بی‌نام تبدیل می‌شوند و تحت سلطه رسانه‌ها قرار می‌گیرند. (استریناتی، ۱۳۷۹: ۳۲)

تحقیقات نشان می‌دهند که محتوای فرهنگ توده شامل پیام‌های متنوعی است و رسانه‌ها برای جلوگیری از بی‌اعتنایی مخاطبان، ناچارند موضوعات گوناگونی را به سرعت ارائه دهند. بنابراین، «فرهنگ توده» که یکنواخت به نظر می‌رسد، بیشتر شبیه به یک «فرهنگ چندگانه» در حال تحرک و تجدید تحرک دائمی است. (معمدثزاد، ۱۳۸۵: ۷۵)

ب. دیدگاه‌های پست مدرن درباره فرهنگ

این دیدگاه‌ها درباره فرهنگ بر این نکته تأکید دارند که رسانه‌ها به‌عنوان صورت‌بخش و شکل‌دهنده روابط اجتماعی عمل می‌کنند. به عبارت دیگر، برداشت ما از جهان تحت تأثیر تصاویری است که رسانه‌ها ارائه می‌دهند و نه واقعیت‌های بیرونی. ژان بودریار^۲، یکی از نظریه‌پردازان برجسته فرهنگ پست مدرن، بیان می‌کند که در دوران پست مدرن، انسان‌ها با تصاویر یکدیگر سروکار دارند و تصاویر به جای واقعیت‌ها قرار می‌گیرند. او این فرآیند را به‌عنوان تبدیل واقعیت‌های پیچیده و غیرعقلانی به واقعیت‌های مجازی و مفاهیم انتزاعی می‌بیند که به‌ظاهر قابل درک‌اند. بودریار دو مفهوم کلیدی را معرفی می‌کند: فراواقعیت و

1. Strinati

2. Jean Baudrillard



شبیه‌سازی. فراواقعیت، نوعی توهم است که از طریق رسانه‌های الکترونیکی و تکنولوژی‌های پیشرفته ایجاد می‌شود. شبیه‌سازی به معنای تقلید و بازسازی واقعیت به گونه‌ای است که واقعیت شبیه‌سازی شده جانشین واقعیت اصلی می‌شود. او معتقد است که جهان پست مدرن همه واقعیت‌ها را در اشکال آرمانی شبیه‌سازی کرده و به فراواقعیت تبدیل می‌کند. (فکوهی، ۱۳۸۲: ۳۲۱)

بودریار جامعه معاصر را تحت سلطه رسانه‌ها و نظام‌های اطلاعاتی می‌بیند و تأکید می‌کند که رسانه‌ها دیگر آینه واقعیت نیستند، بلکه خود واقعیت و حتی واقعیت‌تری از واقعیت‌اند. او به این نتیجه می‌رسد که فرهنگ دستخوش یک انقلاب «مصیبت‌بار» شده است که به توده‌های منفعل نیاز دارد، برخلاف توده‌های شورشی که مارکسیست‌ها به آن‌ها اشاره دارند. در این دیدگاه، توده‌ها به عنوان «حفره سیاه» در نظر گرفته می‌شوند که اطلاعات و معانی را در خود می‌بلعند و بی‌معنا می‌سازند. به عبارتی، رسانه‌ها نه تنها توده‌ها را شکل می‌دهند، بلکه خود نیز مجبورند تقاضاهای روزافزون آن‌ها را برآورده کنند و در نتیجه، خود جامعه در این حفره سیاه در حال انفجار است. (ریتزر^۱، ۱۳۸۲: ۸۱۸-۸۱۷)

ج. نظریه تأثیر سی ان انی^۲

این نظریه که توسط لوینگستون^۳ مطرح شده است، به بررسی تأثیر فناوری‌های ارتباطی در سیاست داخلی و خارجی و افکار عمومی می‌پردازد. این نظریه بیان می‌کند که در شرایط بحرانی بین‌المللی، رسانه‌های جهانی و تلویزیون‌ها به عوامل مسلط در سیاست خارجی تبدیل می‌شوند و گزینه‌های سیاست‌گذاران را جابه‌جا می‌کنند. به عبارت دیگر، تلویزیون جهانی به یک عامل مستقیم و غالب در تدوین سیاست‌های دفاعی و خارجی تبدیل شده و این امر نتیجه بازتاب‌های ایجادشده تحت تأثیر ارتباطات جهانی است. (بیات، ۱۳۸۶: ۹۳)

1. Ritzer

2. CNN Effect Theory

3. Livingston

لوینگستون تأثیر فناوری‌های ارتباطی را به صورت تأثیر سی‌ان‌نی تعریف می‌کند و آن را تحت سه مقوله مستقل بررسی می‌نماید: شتاب‌زا، بازدارنده و برجسته‌ساز. در تعریف تأثیر سی‌ان‌نی به عنوان عامل شتاب‌زا، فرض بر این است که فناوری‌های ارتباطی به سیاستمداران اجازه تأمل و مشاوره نمی‌دهند و در دوره ژورنالیسم زنده، اصل سرعت در تحلیل و واکنش حاکم است. از سوی دیگر، وقتی این تأثیر به عنوان سرعت‌گیر یا بازدارنده تعریف می‌شود، تأثیر عاطفی و نمایشی تصاویر مورد توجه قرار می‌گیرد. به عنوان مثال، واکنش عمومی به تصاویر قحطی و فلاکت می‌تواند بر تصمیمات سیاسی تأثیر بگذارد؛ به طوری که برخی معتقدند تصمیم دولت کلینتون در سال ۱۹۹۳ برای پایان دادن به مداخله در سومالی تحت تأثیر این واکنش‌ها بوده است. رایج‌ترین تعریف از تأثیر سی‌ان‌ان، آن را به عنوان کارگزار یا عامل برجسته‌سازی در نظر می‌گیرد. در این نقش، رسانه‌ها به عنوان ابزار تبلیغات سیاسی دولت عمل کرده و با دفاع از سیاست خارجی و برجسته‌سازی موضوعات، نقش توجیه‌گر دولت را ایفا می‌کنند. آن‌ها فرهنگ، عقاید و تبلیغات ایدئولوژیک و ایده‌های سیاست خارجی کشورها را اشاعه می‌دهند. این نظریه در سال‌های اخیر و به ویژه به دلیل تأثیر آن بر سیاست‌های داخلی و خارجی، توجه بسیاری از سیاستمداران و اندیشمندان را به خود جلب کرده است. (ایتان گیل‌بوا، ۱۳۸۸: ۷۸-۷۵)

پس از بررسی و نقد نظریات مختلف، نظریه تأثیر سی‌ان‌ان به عنوان چهارچوب نظری انتخاب شده است؛ زیرا بیشترین انطباق را با موضوع مقاله دارد. این نظریه به تأثیر فناوری‌های ارتباطی جدید، به ویژه فضای مجازی، در امور سیاسی و افکار عمومی اشاره می‌کند و تأکید می‌کند که رسانه می‌تواند با برجسته‌سازی پدیده‌ها بر تصمیم‌گیری مردم و سیاستمداران تأثیر بگذارد.

تحلیل‌ها نشان می‌دهند که دنیای مجازی و واقعی ارتباط تنگاتنگی دارند و این سؤال مطرح می‌شود که چگونه فرهنگ عمومی مجاز-واقعی شکل می‌گیرد. در فضای مجازی، درخواست‌های عمومی تحت تأثیر رویدادهای خاص، بر اذهان و آگاهی‌های مردم تأثیر

گذاشته و دستخوش تغییر می‌شوند. ویژگی‌های فضای مجازی قدرت افکار عمومی را تقویت کرده و امکان دنبال کردن اهداف را با اطمینان بیشتری فراهم می‌آورد.

در نهایت، باید به سازوکار القای پیام جنبش‌های اجتماعی و افکار عمومی در بستر فضای مجازی توجه کرد که می‌تواند به تغییر و تجدیدنظر در سیاست‌های حکومت و دولت منجر شود.

فضای مجازی و واقعیت زندگی در جوامع

از زمانی که فضای مجازی به زندگی مردم وارد شد، افراد به‌طور فعال از آن استفاده کرده‌اند، هرچند نوع استفاده و فعالیت‌ها به مرور تغییر کرده است. در ابتدا، مردم بیشتر برای سرگرمی و ارتباط با دوستان و آشنایان به فضای مجازی روی آوردند. با گذشت زمان، کاربری آن گسترش یافت و ابعاد مختلف زندگی مانند سیاست، اقتصاد، روابط اجتماعی، تبلیغات، آموزش و فرهنگ را دربرگرفت.

به تدریج، فضای مجازی به بخش جدایی‌ناپذیری از زندگی مردم تبدیل شد و آن‌ها آن را در تمامی جنبه‌های زندگی خود وارد کردند. این دگرگونی به حدی رسید که فضای مجازی و واقعی به‌طور فزاینده‌ای به هم پیوسته شدند و تفکیک آن‌ها تقریباً غیرممکن به نظر می‌رسد. فضای مجازی نه تنها به عنوان یک بستر جدا، بلکه به عنوان جزئی از واقعیت زندگی روزمره شناخته می‌شود.

جایگاه افکار عمومی در رسانه و حکومت

پس از آنکه فضای مجازی و به‌طور کلی رسانه‌های جدید، جایگاه ویژه‌ای در میان مردم یافتند، تأثیرگذاری آن‌ها نیز متفاوت شد و در ابعاد دیگری نمود پیدا کرد. به این صورت که مردم احساس کردند می‌توانند در این فضا که بسیار هم گسترده شده و به‌طور کامل به آن توجه شده است، به طرح دغدغه‌های سیاسی و اجتماعی‌شان بپردازند. در حقیقت در این مرحله بود که رسانه و فضای مجازی وارد فاز جدیدی از ابعاد زندگی بشر شدند؛ به‌گونه‌ای که

ترسیم‌کننده و تسهیل‌کننده مسیری بودند که شاید مردم در خارج از این چهارچوب به راحتی نمی‌توانستند از آن برخوردار باشند. این رخداد جدید در بستر رسانه‌های جمعی به‌ویژه فضای مجازی، در بحبوحه چالش‌ها و مشکلات اجتماعی بروز و ظهور بیشتری پیدا کرد. به این صورت که به واسطه یک اتفاق و به دنبال آن شکل‌گیری یک درخواست عمومی و فراگیر، اکثریت ظرفیت فضای مجازی در اختیار اذهان عمومی قرار گرفته و به صورت یکپارچه و هماهنگ، سعی در رساندن صدای خود به مراجع تصمیم‌گیر در حکومت داشته‌اند. بنابراین، در چنین شرایطی که مصادیق گوناگونی ناظر به آن مربوط به موضوعات مختلف و در برهه‌های متعددی قابل ذکر است، جایگاه افکار عمومی و اذهان مردم در کانال رسانه به عنوان بازوی تأثیرگذار جوامع بر حکومت بیشتر نمایان می‌گردد که به صورت ویژه باید به آن توجه نمود.

مسیر پیشروی مطالبات عمومی در بستر رسانه و فضای مجازی

الف. چگونگی مواجهه حکومت با این مسئله

قبل از ظهور رسانه‌های جمعی، حکومت‌ها به روش‌های مختلف جامعه را مدیریت می‌کردند؛ اما ورود رسانه‌ها و فناوری‌های جدید، شرایط را تغییر داد. رسانه‌ها به ابزارهای مهمی در کنترل اوضاع اجتماعی تبدیل شدند و حکومت‌ها برای پیشبرد اهداف خود در ارتباط با افکار عمومی، به استفاده مهندسی شده از رسانه‌ها روی آوردند. بنابراین، در مواجهه با چالش‌های اجتماعی و سیاسی، حکومت‌ها تلاش می‌کنند تا با کمک رسانه‌ها، جریان‌ات شکل گرفته را به‌نحوی مدیریت و جهت‌دهی کنند که با رضایت آن‌ها همخوانی داشته باشد. بدین ترتیب، رسانه‌ها نقش بسزایی در تغییر تصمیمات سیاستمداران ایفا می‌کنند.

ب. چگونگی بهره‌گیری افکار عمومی از رسانه و تحقق مطالبات مردم

در دنیای امروز، تمایز میان فضای واقعی و مجازی به سختی ممکن است. فضای مجازی به واسطه فعالیت‌های گسترده کاربران، تأثیر عمیقی بر زندگی سیاسی و اجتماعی

انسان‌ها گذاشته است. کوچک‌ترین اتفاقی در فضای مجازی به سرعت در دنیای واقعی بازتاب پیدا می‌کند. این ویژگی‌های منحصر به فرد فضای مجازی، امکان تبادل سریع اطلاعات و مطالب را فراهم می‌آورد و به طور فعال بین دنیای مجازی و واقعی انطباق ایجاد می‌کند.

اگر خواسته‌ای به عنوان مطالبه عمومی شکل بگیرد و در جامعه گسترش یابد، تبعات سنگینی برای حکومت به دنبال خواهد داشت. در چنین شرایطی، سیاستمداران ناگزیر به پاسخ‌گویی به خواست عمومی خواهند بود. بنابراین، افکار عمومی به واسطه رسانه و فضای مجازی، افزایش هزینه عدم توجه به مطالبات مردمی را برای حکومت به همراه می‌آورد و تحقق این مطالبات را تضمین می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

رسانه‌های جدید و فضای مجازی نقش بسیار پررنگی را در جوامع کنونی ایفا می‌کنند. به گونه‌ای که نظام اجتماعی و سیاسی در سراسر عالم را نمی‌توان بدون توجه به امر رسانه در نظر گرفت. ویژگی‌هایی که فضای مجازی را از بقیه رسانه‌ها متمایز کرده، از جمله سرعت بالای انتشار اطلاعات و انطباق بسیار نزدیک با فضای واقعی، باعث شده است که کارایی متفاوت و مختص به خود را داشته باشد. به این صورت که فضای مجازی برای حکومت‌های مستقر هم تهدید محسوب می‌شود و هم فرصت. تهدید از این جهت که همانطور که در بخش‌های مختلف مقاله حاضر بیان شد، افکار عمومی با استفاده از ظرفیت فضای مجازی، به عنوان یک ابزار به شدت مؤثر، می‌تواند به حکومت فشار آورده و مطالبات خود را عملی کرده و تحقق بخشد. چراکه هر فضایی که در فضای مجازی حاکم شود، به طور دقیق همان فضا در فضای واقعی به وجود می‌آید و همین مسئله مدیریت شرایط کشور را برای حکومت دچار مشکل می‌کند. و البته فرصت از این جنبه که حکومت می‌تواند با در دست داشتن رسانه‌های گوناگون و همچنین مدیریت و مهندسی فضای حاکم بر فضای مجازی، مسائل و مشکلات پیش آمده را طبق نظر خود پیش ببرد و آن‌ها را متناسب با سیاست‌های خود ترتیب

دهد؛ اما چیزی که در هر حال مسلم می‌باشد این است که فضای مجازی به‌طور کلی به دلیل ویژگی‌هایی که دارد، باعث تغییرات چشمگیری در تصمیمات و سیاست‌گذاری‌های داخلی و خارجی حکومت‌ها به‌خصوص در مواجهه با افکار عمومی و اذهان مردم جامعه خود می‌شود که از این حیث بسیار قابل توجه می‌باشد.

بنابراین فضای مجازی در نزد مردم جایگاه بسیار ارزشمندی دارد؛ زیرا به این وسیله و با مدیریت درست و اتحاد و همبستگی می‌توانند صدای خودشان را که در جهت تحقق مطالبات و خواسته‌هایشان بلند شده است، به سمع و نظر مسئولین حکومت رسانده و از این طریق با یک ابزار قدرتمند و مؤثر، به مطالبات مورد نظرشان در موضوعات گوناگون اجتماعی و سیاسی دست پیدا کنند.



منابع

۱. استریناتی، دومینیک (۱۳۷۹). مقدمه‌ای بر نظریه‌های فرهنگ عامه. ترجمه ثریا پاک‌نظر. تهران: گام‌نو.
۲. الوانی، سید مهدی؛ خنیفر، حسین؛ ملامیرزایی، حامد (۱۳۹۳). تدوین الگوی خط‌مشی‌گذاری در فضای مجازی کشور. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۳. بشیریه، حسین (۱۳۷۹). نظریه‌های فرهنگ در قرن بیستم. تهران: پویا.
۴. بیات، محمود (۱۳۸۶). دیپلماسی دیجیتال، پژوهشی در تحولات دیپلماسی معاصر. تهران: انتشارات وزارت خارجه.
۵. حاتمی، محمد؛ بیدی، فاطمه؛ شریفی‌نیا، محمدحسین (۱۳۹۶). تأثیر فضای مجازی بر سبک زندگی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۶. حافظ‌نیا، محمدرضا؛ احمدی‌پور، زهرا؛ خوجم‌لی، عبدالوهاب؛ انصاری‌زاده، سلمان (۱۳۸۸). بازنمایی مفهوم ملت در فضای مجازی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۷. حکیمی، عبدالمومن (۱۳۹۶). راهبردهای مدیریتی فضای مجازی در اندیشه مقام معظم رهبری. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۸. راش، مایکل (۱۳۷۷). جامعه و سیاست، مقدمه‌ای بر جامعه‌شناسی سیاسی. ترجمه منوچهر صبوری. تهران: نشر سمت.
۹. ریتزر، جورج (۱۳۸۲). نظریه جامعه‌شناسی در دوران معاصر. ترجمه محسن ثلاثی. تهران: انتشارات علمی.
۱۰. شیلر، هربرت (۱۳۹۰). ارتباطات و سلطه‌ی فرهنگی. ترجمه کاظم معتمدنژاد، رویا پوروکیل و شراره امیرخلیلی. تهران: نشر علم.
۱۱. فکوهی، ناصر (۱۳۸۲). تاریخ اندیشه و نظریه‌های انسان‌شناسی. تهران: نشر نی.
۱۲. فلاحتی، حمید (۱۳۹۳). آسیب‌های اجتماعی در فضای مجازی. تهران: نشریه پایش.
۱۳. کستلز، مانوئل (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ: ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای. ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: انتشارات طرح‌نو.
۱۴. گیلپوآ، ایتان (۱۳۸۸). ارتباطات جهانی و سیاست خارجی. ترجمه حسام‌الدین آشنا و محمدصادق اسماعیلی. تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۱۵. معتمدنژاد، کاظم (۱۳۸۵). اندیشه‌های انتقادی در زمینه ارتباطات جمعی و فرهنگ توده. فصلنامه رسانه، (۶۷): ۱۵۴-۱۲۹.
۱۶. موثقی‌گیلانی، احمد؛ عطارزاده، بهزاد (۱۳۹۱). نقش و تأثیر فضای مجازی بر جنبش‌های اجتماعی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۱۷. موسوی، سید کمال‌الدین؛ احمدآبادی، معصومه (۱۳۹۵). تحلیل جامعه‌شناختی فرهنگ اعتماد در فضای مجازی. تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۸. نقیب‌زاده، احمد (۱۳۸۵). درآمدی بر جامعه‌شناسی سیاسی. تهران: نشر سمت.
۱۹. وبستر، فرانک (۱۳۸۳). نظریات جامعه‌ی اطلاعاتی. ترجمه اسماعیل قدیمی. تهران: انتشارات قیده.

