

پدیده‌های جدید فضای مجازی در ایران از دیدگاه کارشناسان ارتباطات

مریم درستانی، دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه آزاد اصفهان واحد خوراسگان

عهدہ دار مکاتبات M.dorestani@yahoo.com

مهدی روحانی، استادیار دانشگاه آزاد واحد تهران مرکزی

تاریخ دریافت مقاله: شهریور ۹۳ تاریخ پذیرش نهایی: آبان ۹۳

چکیده

هدف تحقیق روبه‌رو بررسی دیدگاه کارشناسان و متخصصان علوم ارتباطات در مورد مشارکت مردم ایران در فضای مجازی است. در این تحقیق از روش دلفی استفاده شده است. اساتید، متخصصان ارتباطات و مدیران در حوزه ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات کشور جامعه‌ی آماری مورد بررسی در این پژوهش هستند. برای انتخاب حجم نمونه در این پژوهش از شیوه‌ی نمونه‌گیری متخصصان در روش دلفی استفاده گردید. در این روش ابتدا با کسب نظر و آراء تعداد محدودی از متخصصان، در نهایت ۳۰ کارشناس انتخاب شدند. از مهم‌ترین نتایج حاصل از این پژوهش عبارتند از:

- ✓ فضای مجازی واقعی‌انکارناپذیر در جهت رفاه و ارتقا سطح مادی و معنوی مردم ایران است که با هوشمندی مسئولان متخصص و سیاست‌گذاری صحیح این فضا برای تبلیغ رسالت موحدان بیشتر از تهدیدات سلطه‌گران خواهد بود به همین دلیل آن را فضایی واقعی نیز می‌نامند.
- ✓ فضای مجازی در ایران به لحاظ نشأت گرفتن از اندیشه ناب محمدی(ص) و معجزات قرآنی، در مقابل اندیشه‌های خرافی و تحجرگرانه و انحرافی سلطه‌جهانی یک فرصت طلایی به حساب می‌آید.
- ✓ یکی از راهکارهای اصلی برای جلوگیری از آسیب‌های جامعه مجازی شفاف‌سازی، و تقویت حوزه‌های نظارتی است.
- ✓ با گسترش روز افزون کاربرد تکنولوژی‌ها و وسعت دسترسی به اینترنت نامحدود می‌شود و لذا موقتی شدن کاربرد هر گونه اعمال محدودیتی باید به آگاه‌سازی و مصون‌سازی کاربران اقدام کرد تا خودشان به گزینشگران خلاق فعال تبدیل شوند.
- ✓ فضای مجازی در ایران فرصت‌ها و تهدیداتی دارد، ولی با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صحیح می‌توان تهدیدات این فضا را به فرصت تبدیل نمود.

واژگان کلیدی

دنیای مجازی، فرهنگ مجازی، اینترنت، پدیده‌های جدید در فضای مجازی

مقدمه

فضای مجازی یکی از موضوعات راهبردی و استراتژیک جهان امروز است که به‌عنوان پرچالش‌ترین و به‌روزترین مسائل جهان مطرح می‌باشد. اینترنت برای متخصصان و دانشمندان و پژوهشگران بستری مناسب فراهم کرده تا در آن اطلاعات علمی در سطح جهان را به اشتراک بگذارند و از دست آورد و نتایج تحقیقات یک‌دیگر بهره‌برداری نمایند، اما اکثریت افراد جامعه بشری بیشترین استفاده‌ای که از اینترنت می‌کنند، استفاده فراغتی و سرگرمی می‌باشد. سرگرمی در شبکه‌های اجتماعی نوظهور امکانی است که کاربران اینترنت را به خود مشغول می‌کند. اما اگر بهره‌برداری از اینترنت در فضای مجازی برای متخصصان علوم مختلف جهت انجام پژوهش‌های علمی قرار گیرد و چه کاربران عادی اینترنت به‌همین جا ختم می‌شد مشکلی وجود نداشت که اینترنت صرفاً یک ابزار ارتباطی و تسهیل‌گر انتقال پیام باشد. بلکه اینترنت و فضای مجازی یک دنیا و یک زندگی و یک فرهنگ جدید عصر پست مدرنیزم است که الزاماتی را بر زندگی بشر تحمیل می‌کند. مانوئل کاستلز معتقد است، پایان قرن بیستم و آغاز قرن بیست و یکم نه تنها دانشمندان علوم اجتماعی هواداران جنبش‌های هزاره‌ای که برای عموم مردم حاوی معانی و اشارات ضد و نقیض بود. بسیاری گمان می‌کنند پایان هزاره باید آستن تحولی جدی باشد حال آن‌که لزوماً این‌گونه نیست. پایان هزاره نخست بی‌هیچ حادثه‌ای سپری شد با این همه پایان هزاره دوم، واقعاً دوران تحول است. تحولات فناوری و انقلاب اطلاعات در سطح جهان، منشاء بحث‌ها و نظریات گوناگون شده است. به غیر از اندیشه‌های آرمانی، غالب اندیشمندان بر این نظر توافق دارند که فناوری گرچه ابزار است اما بی‌طرف و محیطی نیست، چرا که در کنار رهاوردهای بی‌نظیر خود، آثار و پیامدهای ناخوشایندی نیز داشته است. عصر جدید را عصر انقلاب در ارتباطات نامیده‌اند و روشن‌ترین نشانه این قرن، انفجار اطلاعات است. اما آیا این انفجار، لزوماً در بردارنده انرژی مثبت و بالنده برای رشد و تعالی انسان و یا حاوی اثرات خطرناک و تخریب‌گر است؟ (کاستلز، ۱۳، ۱۳۸۰)

رشد و گسترش فضای مجازی فرصتی را برای جامعه‌شناسان فراهم می‌آورد تا تئوری‌های خود را درمورد گسترش تکنولوژی و اثرات رسانه‌ها، مورد سنجش قرار دهند. بر این اساس می‌توان دلایل ذیل را به‌عنوان ضرورت و اهمیت این تحقیق بیان کرد: اینترنت رسانه‌ای منحصر به فرد است؛ زیرا انواع شیوه‌های ارتباط (ارتباطات دوجانبه، اخبار، جستجوی منابع، گروه‌های گفتگو و...) و انواع محتواها (متن، فیلم، تصویر بصری و صدا) در یک رسانه واحد فراهم شده است. فضای مجازی به‌عنوان یک پدیده جهان شمول، امکان و فرصتی را برای کاربران فراهم می‌کند که بتوانند اطلاعات و خدمات مورد نیاز خود را در هر زمان، هر کجا و به هر میزان که بخواهند دریافت کنند. به علاوه استفاده از این رسانه قدرتمند، امروزه به‌صورت ابزاری ضروری برای پژوهش‌ها و بررسی‌های علمی درآمده است. لذا بدیهی به‌نظر می‌رسد که مطالعه عواقب و نتایج استفاده از آن امری ضروری باشد. از سوی دیگر محتوای باز و آزاد فضای مجازی، هراس‌های اخلاقی پیرامون آن و فضای ارتباط بدون محدودیت آن سبب شده است که نگرانی‌های بسیاری در خصوص این رسانه در محافل حکومتی، مذهبی و سنتی جامعه ما مطرح شود، بدون این‌که مستندات پژوهشی مکفی در این خصوص وجود داشته باشد. فضای مجازی فضایی است که دانشجویان بیشترین استفاده و بهره را از آن می‌برند. به‌همین دلیل بررسی عواقب استفاده از این فضا بر روی دانشجویان، از اهمیت زیادی برخوردار است. استفاده از فضای مجازی در ایران در ابتدا کاملاً دولتی و از سوی دولت ترویج و توسعه یافت. بعد از آن خدمات الکترونیکی در تمام لایه‌های جامعه نقش آفرینی نمود و دولت کم‌کم این مسولیت را به شرکت‌های خصوصی و خدماتی واگذار نمود. این امر در قالب بانک‌داری نوین، شبا، ساتنا، راهنمایی و رانندگی، آموزش و... از طریق شبکه مجازی گسترش یافت. در پی این گسترش نسل جدید جامعه آنلاین به‌وجود آمد، و با گسترش شبکه‌های اجتماعی کاربران بدون توجه به محدودیت‌های زمانی و مکانی در سراسر جهان با هم ارتباط برقرار می‌کردند.

مبانی نظری تحقیق

دنیای مجازی

دنیای مجازی شامل اینترنت و شبکه وسیع جهانی می‌باشد و با اصطلاحاتی چون جامعه مجازی و فضای مجازی مترادف است. در حال حاضر دو حقیقت در مورد دنیای مجازی مسلم است. اول آن که دنیای مجازی در کنار دنیای واقعی موجودیت پیدا کرده و دوم آن که دنیای مجازی با سرعتی سرسام‌آور در ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و روانی دنیای واقعی نفوذ کرده و به‌طور پیوسته در جریان تغییر، تکمیل و یا تخریب این ابعاد است، آن‌چنان که مردم دنیای واقعی در عین بهت و لذت از ورود به دنیای مجازی و دسترسی به حجم نامحدود اطلاعاتی و تفریحاتی آن، دچار گیجی و از خودبیگانگی شده‌اند. اسلاوی ژبژک در این رابطه می‌گوید که "تکنولوژی مجازی ساده‌ترین ساختار ظرفیت ما را برای آرزو کردن و خواستن، از هم پاشیده و متحول خواهد کرد" (ژبژک، ۱۹۹۶). تجربه ورود مردم از دنیای واقعی به دنیای مجازی را می‌توان به‌مثابه تعریف "درلفشینگ" برخورد با یک چیز مقدسی دانست که توام با وحشت و شیدایی است. شیدایی در این جا بر اساس تعریف ژاک الول به معنی سحر شدن مطلق، علاقه عاشقانه، عدم امکان جداشدن، اطاعت مبهم، عدم آگاهی کامل و تلقی کردن خویش به‌عنوان یک شیء خارجی می‌باشد. (الول، ۱۹۹۶) این شیدایی ناشی از بیکران بودن منابع اطلاعاتی و تفریحی سودآور دنیای مجازی، دسترسی آسان به این منابع و احساس کنترل و قدرت تعاملی می‌باشد. در واقع، دنیای مجازی به‌عنوان یک پدیده‌ی تکنولوژی دیجیتال قادر است تقدیس دنیای واقعی را از آن جدا و خود به‌عنوان یک واقعیت مقدس جانشین آن شود. چرا که چنین تقدیسی به‌نظر الول مفید بودن تکنولوژی در زمینه فعالیت انسان‌هاست. اما برای بیشتر مصرف‌کنندگان دنیای مجازی این شیدایی، بعد وحشت آن را مستور کرده و زبان‌های آن را ناچیز جلوه داده یا نامحسوس کرده است. در حالی که مهم‌ترین ویژگی مثبت دنیای مجازی، تعاملی بودن آن است که در کنار سرعت سریع دسترسی و چند رسانه‌ای بودن جلوه‌های مجازیش تقریباً یک تجربه شبه واقعی را به وجود می‌آورد. ایجاد ارتباط پرمعنی در این

دنیای مجازی در واقع تحت کنترل مصرف‌کننده این دنیا نیست بلکه سیل بدون توقف مبادله اطلاعات با توجه به خصوصیات تکنیکی دیجیتالی و اقتصادی سیاسی دنیای مجازی از قبل تعیین شده و با اهداف خاصی استفاده‌کننده را نشانه می‌گیرد. سوال مهم برای استفاده‌کنندگان از دنیای مجازی این است که چنین دنیایی کلاً چه اهدافی را دنبال می‌کند؟ آیا این دنیایی است برای خوش‌گذرانی و تفریح؟ آیا این بازار آزادی است برای تبادل اطلاعات و ایده‌ها؟ آیا این دنیایی است برای دولت‌مردان و صاحبان صنایع و کالا که بتوانند به راحتی مصرف‌کنندگان دنیای مجازی را به فرمان‌برداری مطیع و یا مصرف‌کننده‌ای با اشتیایی بی‌پایان تبدیل کنند؟

اینترنت

اینترنت مجموعه‌ای از شبکه‌های کامپیوتری محلی و یا کامپیوترهای منفرد است که به‌وسیله خطوط مخابراتی، از قبیل ماهواره، رادیو، کابل مسی و فیبر نوری به هم متصل شده و تحت یک پروتکل واحد موسوم به (IP) با هم تبادل اطلاعات انجام می‌دهند. توزیع خدمات اینترنتی در بین کاربران شبکه توسط شرکت‌های فراهم‌کننده خدمات اینترنتی ISP انجام می‌شود. در حال حاضر تقریباً در تمام نقاط دنیا شبکه اینترنت در حد وسیع مورد استفاده قرار می‌گیرد. خدمات قابل ارائه در اینترنت به شرح زیر تقسیم‌بندی شده است: پست الکترونیک - گروه‌های خبری - انتقال فایل - اجرای برنامه از راه دور - صفحه‌های اطلاع‌رسانی - این خدمات قابل ارائه در شبکه اینترنت، همه بخش‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جامعه را تحت تأثیر قرار داده، به‌نحوی که می‌توان گفت: امروزه، اینترنت در توسعه ملی کشورها نقش غیرقابل‌انکاری دارد. برخی از زمینه‌ها عبارتند از: رشد علمی و فرهنگی، رشد فن‌آوری و صنعت، رشد تجارت و اقتصاد، اثر غیرمستقیم در کاهش آلودگی هوا و محیط‌زیست، امکان ایجاد ارتباط بین گروه‌های مختلف اجتماعی و تسهیل گفتگوی تمدن‌ها، توسعه سیاسی و اجتماعی، رشد فرهنگ عمومی از طریق آموزش‌های همگانی و افزایش سطح رفاه و خدمات عمومی. صاحب‌نظران معتقدند این پدیده هنوز در بطن مادر

گیتی قرار دارد و تا تولد و پیدایش توانایی‌هایش راهی دراز در پیش است. (زارعیان، ۹۳، ۱۳۸۱)

فضای مجازی

وقتی صحبت از فضای مجازی به میان می‌آید مردم اغلب به کامپیوتری فکر می‌کنند که به اینترنت متصل است در حالی که این فقط بخش بسیار کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می‌دهد. از نگاه دیوید بل (۲۰۰۱) فضای مجازی فقط مجموعه‌ای از سخت‌افزار نیست بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب داد و ستد بابت رد و بدل می‌کنند. فضای مجازی در واقع نامی است که تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی را دربر می‌گیرد. این نام نخستین بار به وسیله ویلیام گیسون در رمان نورومانس (۱۹۸۴) ابداع شد، (هولمز، ۲۰۰۵) همان‌طور که کاترین هایلز (۱۹۹۶) نشان می‌دهد دیدگاه گیسون خودبخود به وجود نیامده بود و دگرگونی‌های مبتنی بر فناوری انجام شده در دهه‌های ۱۹۸۰ و ۱۹۹۰ نقش زیادی در ظهور این اصطلاح داشت، (به نقل از ویتاگر، ۲۰۰۴) فلیشی (۲۰۰۲) نشان می‌دهد که ظهور فضای مجازی در واقع درست بعد از پایان جنگ جهانی دوم و با راه افتادن موج فناوری‌های جدید کامپیوتری در فرم اولیه آن اتفاق افتاد. (به نقل از ویتاگر، ۲۰۰۴)

علیرضا دهقان (۱۳۸۴) معتقد است فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده از سخت افزارها و نرم افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند. فناوری‌های ارتباط راه دور اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند (ویتاگر، ۲۰۰۴) هر چند برخی از این فناوری‌ها مانند تلگراف و تلفن در اوایل قرن نوزدهم اختراع شده بودند اما همه گیر و ارزان شدن این فناوری‌ها و بالارفتن توان فنی آن‌ها که شرط اصلی ظهور فضای مجازی است در چند سال اخیر اتفاق افتاده است. ویتاگر در توضیح این مسئله به رویداد تاجگذاری ملکه انگلستان اشاره می‌کند که حدود بیست میلیون نفر آن را از تلویزیون تماشا کردند. در حالی که

تعداد تلویزیون‌ها در انگلستان تا قبل از چند ماه مانده به مراسم ۶۰۰۰۰۰ دستگاه برآورد می‌شد، در این چند ماه تقریباً همین تعداد تلویزیون در انگلستان خریداری شد. شیوع فناوری‌های ارتباطی در سال‌های بعد رفته رفته به شکل‌گیری و ظهور فضای مجازی منجر شد. کلمه فضای مجازی (سایبر اسپیس) از درون کلمه سایبرنتیکس که در سال ۱۹۴۸ به وسیله نوربرت وینر ابداع شده بود پدید آمد. سایبرنتیکس علم نظریه کنترل است و در مورد سیستم‌های پیچیده به کار می‌رود. (ویتاگر، ۲۰۰۴) کلیه سیستم‌هایی که با روش‌های خود فرمایی اداره می‌شوند در واقع سیستم‌های ۲۳ سایبرنتیکی هستند. گاهی اوقات کلمه سایبرنتیکس در معنایی غیر از معنای اولیه آن مثلاً به معنای قانون‌گذاری و قانونمندی بکار می‌رود. (دامسایر، ۱۹۹۳ و بیر ۱۹۹۴) دلیل این نوع نام‌گذاری به پیچیدگی این قوانین مربوط می‌شود. ارتباط واژه‌های فضای مجازی (سایبر اسپیس) و سایبرنتیکس هم به مسئله پیچیدگی بر می‌گردد. لیندلاف (۲۰۰۲) ارتباطات کامپیوتری را بسیار متفاوت از سایر ارتباطات می‌داند و معتقد است این گونه ارتباطات باید با یک روش شناسی متفاوت از بقیه روش‌ها مورد تجزیه تحلیل قرار گیرند. لیندلاف در این مورد معتقد به یک رویکرد ساختار اجتماعی است. رویکرد ساختار اجتماعی عوامل غیر انسانی را هم در ارتباطات دخیل می‌داند. ظرفیت‌های متفاوت فضای مجازی با جهان فیزیکی، تو در تو شدن فرهنگ‌ها و تکثر متراکم فرهنگی، افزایش آزادی در ابزار ایده‌ها و ارزش‌ها و همه جهانی شدن فضای زندگی را به عنوان سه پیامد کلان را در پی دارد. (عاملی، ۱۳۹۰) الزامات اخلاقی متعلق به کل هستی و از یک حقیقت جهانی برخوردار است و تفاوتی بین فضای فیزیکی و فضای مجازی از این جهت وجود ندارد. (عاملی، ۱۳۹۰، ۲۵)

فرهنگ مجازی

گاهی در کنار اصطلاح فضای مجازی به اصطلاح فرهنگ مجازی برخورد می‌کنیم. مسائلی که برای نظریه پردازان در حوزه فرهنگ در فضای مجازی مطرح می‌شوند شامل مسائلی هم‌چون شکل‌گیری فرهنگ جدید، بازنمایی و درک از واقعیت مجازی و هویت می‌شوند. (بل، ۲۰۰۱)

به اعتقاد لوریا و ویگوتسکی انسان‌ها به منظور ارتباط با خود و محیط از ساختارهای روان‌شناختی مختلفی استفاده می‌کنند. ساختارها در قالب نشانه‌هایی دسته‌بندی می‌شوند که شامل مکانیزم‌های ارتباطی زبانی و غیرزبانی‌اند؛ ساختارها در قالب ابزارهایی دسته‌بندی می‌شوند که در بردارنده طیف وسیعی از الگوها و روش‌های رفتاری دیگری هستند که فرد به منظور ارایه عملکرد موثر درون یک فرهنگ یا جامعه آن‌ها را فرا می‌گیرد و اقتباس می‌کند. روی هم رفته، نشانه‌ها و ابزارها به افراد امکان تحلیل و تفسیر اطلاعات را داده و معنا و تعامل با اشیاء، افراد و موقعیت‌هایی که آن‌ها با آن روبه‌رو می‌باشند، را می‌سازند. زمانی که این ابزارها، که به منظور هدایت فضایی خاص به دقت در کنار هم قرار می‌گیرند، با فضایی دیگری مواجه می‌شوند، دچار نقص شده یا کلاً از کار می‌افتند. در بافت اینترنت، انسان‌ها صرفاً با ابزارهای دیجیتالی تعامل ندارد بلکه، این ابزارها انسان‌ها را وارد فضایی مجازی با طیفی از امکانات ارتباطی و فرهنگی می‌کند که در توانایی آن‌ها جهت تعامل با فناوری‌های مختلف، فرهنگ فضاهای مجازی و افرادی که با آن‌ها مواجه می‌شوند، مؤثر است. کنش‌های فرهنگی گروهی و فردی آن‌ها ممکن است با فرهنگ‌های مجازی فضای مجازی هم‌خوان باشد و یا حتی نباشد. برخی محققان تا بدان‌جا پیش رفته‌اند که می‌گویند جوانب اجتماعی فرهنگی تعامل کامپیوتر محور انسان‌ها در انتقال معنا و ایجاد ساختاری کارآمد و مؤثر بسی مهم‌تر از ملاحظات فنی ارتباط است. مباحث کلیدی در پژوهش‌های مربوط به فرهنگ مجازی شاید یکی از برجسته‌ترین ویژگی‌های پیکره ادبیات رایج در فرهنگ مجازی تقریباً متضاد بودن مباحث مربوط به تمام موضوعات باشد. تعدادی از پژوهشگران این تناقض‌ها را به‌طور مستقیم بررسی می‌کنند. فیشر، رایت و پوستر به‌طور مشخص به مقایسه پیشگویی‌های آرمان‌گرایانه و غیرآرمان‌گرایانه در گفتمان حاکم بر اینترنت می‌پردازند. لوی، پوستر و جردن تا آن‌جا پیش رفته‌اند که معتقدند اینترنت ماهیتاً مهملاً نما است؛ این وسیله جهانی اما غیرکلی، آزادی خواه و انحصار طلب، قدرتمند، شکننده و سریع، صرفاً در تحول است. از این رو بسیاری از نویسندگان مایلند در مباحث مهملاً نما (مربوط به

اهمیت و قدرت اشکال اجتماعی مانند اجتماعات مجازی و گفتمان فضای مجازی در فرهنگ عامه و حوزه‌های دیگر هم بخش دیگری از حوزه مطالعاتی این نظریه‌پردازان را تشکیل می‌دهند. (باربارا کندی و دیوید، بل ۲۰۰۱) و اندرو هرمن و توماس سویت (۲۰۰۰) پس از ظهور فرهنگ مجازی کم‌کم نشانه خرد فرهنگ‌های مجازی هم پیدا شد. جماعت‌های مجازی و آنلاین که به زیر شاخه‌های مختلف تقسیم می‌شوند باعث ظهور این خرده فرهنگ‌ها شده‌اند. (بل، ۲۰۰۱) فرهنگ مجازی را مصنوع فضای مجازی می‌داند. کلماتی که روی صفحه کامپیوتر پدیدار می‌شوند تشکیل جماعت می‌دهند. این جماعت‌های مجازی فرهنگ خاص خود را دارند و هویت‌ها هم در این جماعت‌ها دوباره تعریف می‌شوند. نکته مهم در باره این هویت‌ها این است که در فضای مجازی چنین هویت‌هایی به شدت انعطاف‌پذیر و فریبنده می‌شوند. فرهنگ مجازی در چنین فضایی شکل می‌گیرد. رینگولد (۱۹۹۹) معتقد است عامه مردم در برخورد با فضای مجازی همان کاری را خواهند کرد که با بقیه فناوری‌های ارتباطی کرده بودند یعنی متخصصان ارتباطات را شگفت‌زده خواهند کرد. اما باید اذعان کرد که پیش‌بینی این‌که فرهنگ مجازی چه مسیری را طی خواهد کرد بسیار مشکل است.

فرهنگ فضای مجازی

رابطه کامپیوتری بین انسان‌ها روز به روز فراگیرتر می‌شود. کامپیوترها از طریق شبکه‌های محلی و جهانی و نیز از طریق فناوری بی‌سیم به یک‌دیگر پیوند می‌خورند. ارتباط گسترده، هر روز بیش از پیش سرعت انتقال عکس، صدا، فیلم و اطلاعات را افزایش می‌دهد. فناوری‌های کامپیوتری امکان تعامل انسان ماشین را به شکلی کاملاً جدید و بدیع و هم‌چنین امکان تعامل انسان انسان در فضایی مجازی را فراهم می‌کنند. تعامل انسان با انسان سنگ بنای فرهنگ است. مدل توسعه فرهنگی لوریا و ویگوتسکی نشان‌گر نیاز به بذل توجه به فرهنگ‌های فضای مجازی در هرگونه بررسی در خصوص ارتباطات انسانی کامپیوتر محور است چراکه این امر مستلزم کنش‌های ارتباطی و رفتاری است که انسان‌ها به هنگام تعامل با محیط اطراف خود انجام می‌دهند.

دگرگون کرده و خسارات ناشی از آن را کم کند. آن‌ها معتقد بودند باید از فضای مجازی برای همه‌گیر کردن گفتگو در مورد اموری مانند هویت، ارتباط، قدرت و جنسیت استفاده کرد. آن‌ها این کار را نه تنها برای بررسی نظریه‌ها بلکه به‌عنوان روشی برای باز تعیین نقش زنان در ابتدای قرن بیستم توصیه می‌کنند (ویتاگر، ۲۰۰۱). مسئله رابطه جنسیت با استفاده از فضای مجازی را در بخش شکاف آگاهی بیشتر مورد بررسی قرار خواهیم داد.

قدرت مجازی

جردن (۱۹۹۹) مفهوم قدرت مجازی را تعریف و آن را به سه قسمت تقسیم کرد: فردی، اجتماعی و تصویری. این نوع از قدرت در مورد فرد وقتی اتفاق می‌افتد که او به توانایی لازم برای دسترسی و استفاده از امکانات برای تماس با دیگران برسد. زمانی که برای یک گروه این توانایی وجود بیاید نوع اجتماعی این نوع از قدرت ایجاد می‌شود. قدرت مجازی تصویری زمانی واقع می‌شود که یک ایدئولوژی، جنبش یا حرکت اجتماعی به امکانات جدید ارتباطی دسترسی پیدا کند.

سایبر پانک

ترکیبی از دو کلمه سایبرنتیکس و پانکس و یک ژانر زیر شاخه از داستان‌های تخیلی است. این گونه داستان‌ها بیشتر بر روی مسائلی هم‌چون هکرها، فناوری‌های ارتباطی پیچیده، کامپیوترها، هوش مصنوعی و غیره متمرکز می‌شوند. دو دهه قبل نخستین نمونه از این نوع داستان‌ها پدیدار شدند و بسیار مورد استقبال قرار گرفتند. از پیشروها در زمینه نظریه‌پردازی در حوزه سایبر پانک می‌توان از ویلیام گیسون، رودی راکر، جان شرلی، وبروس استرلینگ نام برد.

روابط مجازی

در این پدیده دو یا چند نفر از طریق کامپیوتر با هم ارتباط برقرار می‌کنند و برای هم پیام‌هایی تحریک‌کننده و حتی غیراخلاقی و جنسی می‌فرستند. روابط مجازی انواع مختلف صوتی، تصویری، نوشتاری و... دارد.

اینترنت) فقط درخصوص یک طرف، نظریه‌پردازی کنند. آرمان‌شهر یا نا آرمان‌شهر برخی نویسندگان ضمن عدم دفاع آشکارا از ابزارگرایی، دیدگاه‌هایی مطرح می‌کنند. این نظریه‌پردازان پیش‌بینی «گذرگاه اطلاعاتی» آرمان‌شهری درخصوص به اصطلاح می‌کنند که توانایی رها شدن از ارتباطات اینترنتی در پیدایش اشکال جدید دموکراسی و ادارک جمعی در دهکده جهانی فضای مجازی تأثیر بسزایی دارد. منتقدین آن‌ها معتقدند که این نویسندگان از واقعیت غافلند و ارزش‌های فرهنگی بطورجدایی‌ناپذیری با رسانه و زبان در ارتباطند و فرهنگ مجازی از ماتریکس فرهنگی و اجتماعی شناخته شده نشات گرفته است. این نظریه‌پردازان به طرح دیدگاه‌های جزئی‌تر فناوری و نا آرمان‌شهری درخصوص فضای مجازی در سطح وسیع‌تری پرداخته‌اند: در این دیدگاه‌ها، فرهنگ سرمایه‌داری و پول محور غالب است و سلسله مراتب بی‌عدالتی و نابرابری اقتصادی موجود را گسترش می‌دهد و از طرفی ارزش‌های فرهنگی غربی آمریکایی و مهارت‌های فنی را تقویت می‌کند. این مباحث که موضوعاتی متقابل و متضاد دارند و به فرهنگ مجازی مربوطند نظیر اینترنت به مثابه مرکز کنترل جمعی در مقابل اینترنت به مثابه یک فضای اجتماعی جدید یا اینترنت به مثابه بافت فرهنگی در مقابل اینترنت به مثابه یک‌دست ساخته فرهنگی همه در مباحث فلسفی می‌باشند.

پدیده‌های جدید در فضای مجازی

به موازات ظهور فضای مجازی و در حوزه ارتباطات با واسطه کامپیوتری رفته رفته نظریه‌ها و پدیده‌های جدیدی ظهور کرده‌اند.

سایبر فمینیسم

در سال ۱۹۹۸ شرکت داده‌های بین‌المللی اعلام کرد که در چند سال آینده تعداد زنان کاربر اینترنت در ایالات متحده از مردان بیشتر خواهد شد در حالی که زنان در ابتدا کمتر از سه درصد کاربران اینترنت در آمریکا را تشکیل می‌دادند. سایبر فمینیسم در ابتدا به انگیزه مخالفت با گفتمان‌های ضد فمینیستی ظاهر شد (ویتاگر، ۲۰۰۲) گروهی از پیشروان حوزه سایبر فمینیسم مانند پلانت (۱۹۹۷، ۱۹۹۶) و هاروی (۱۹۹۱) ادعا کردند ذهنیت زنانه می‌تواند منطبق فناوری را

نیستند در ارتباط چهره به چهره به شما بگویند را بشنوید. جایگاه های مساوی شده: با کمی چشم و شوی می توانیم مدعی شویم که جایگاه طرفین گفتگو در ارتباطات مجازی برابر است. برخی از متخصصان به این ویژگی فضای مجازی دموکراسی شبکه می گویند.

فرامکانی

نقش جغرافیا در تعیین ارتباطات مجازی بسیار کمتر از نقش آن در ارتباطات واقعی است. به عنوان مثال یک مرد تاجر در آلمان می تواند از طریق یک پایگاه ارائه دهنده خدمات اینترنتی در استرالیا با یک متخصص امور تبلیغاتی در ایران ارتباط برقرار کند.

انعطاف پذیری موقت

ارتباطات هم زمان یعنی این که دو نفر در یک زمان از طریق اینترنت با هم ارتباط برقرار کنند. در این گونه ارتباط ما با افراد مختلف و گوناگونی ارتباط برقرار می کنیم و رفته رفته یاد می گیریم که با هر کسی چگونه باید ارتباط برقرار کرد.

گونه گونی اجتماعی

در اتاق های گفتگو، افراد مختلف با جایگاه های اجتماعی متفاوت در مورد یک یا چند موضوع خاص به گفتگو می نشینند و نظرات خود را بیان می کنند.

قابلیت ذخیره سازی

یکی از خصوصیات برجسته ارتباطات مجازی قابلیت ذخیره سازی محتوای آن است.

واپاشی رسانه ای

وقتی کامپیوتر ما دچار مشکل می شود یا ارتباط اینترنتی ما مختل می شود بناگاه به عمق روابط خود با فضای مجازی پی می بریم. وابستگی شدید ما به فضای مجازی باعث می شود که بخش های مهمی از فعالیت روزمره خود را در این فضا انجام دهیم و مختل شدن یکی از کارکردهای این فناوری فراهم کننده فضای مجازی می تواند پدیده "چاله سیاه" را به وجود بیاورد. این پدیده زمانی اتفاق می افتد که به دلایل فنی یا غیر فنی دسترسی خود را به شبکه از دست می دهیم و خود را در آشفتگی از دست دادن یکی از ابزارهای موثر شناخت می یابیم.

سایبورگ

ترکیبی است از دو کلمه سایبرنتیک و ارگانیزم و به ترکیبی از فناوری و زیست شناسی اطلاق می شود.

کافه مجازی

به معنی کافی نت ایرانی است و به کافه ای که امکانات اینترنتی را در اختیار مردم قرار می دهد اطلاق می شود.

دموکراسی سایبر

دموکراسی سایبر مفهومی است که در آن اینترنت به عنوان عامل ارتقا دهنده مشارکت و به تبع آن دموکراسی دیده می شود. (جان هارتلی، ۲۰۰۵)

سایبردرام

مفهوم سایبر درام را مورای (۲۰۰۲) مطرح کرد. از نظر او ظرفیت های موجود در فضای مجازی باعث می شود بقیه رسانه ها از جمله تلویزیون رفته رفته خود را در شکل جدید در فضای مجازی مطرح کنند.

ویژگی های روان شناختی فضای مجازی

کاهش احساسات

به دلیل این که اغلب ارتباطات در این فضا به صورت نوشتاری است اغلب، فاقد احساسی است که در فضای واقعی از طریق قدم زدن، سخن گفتن و... بدست می آید. افراد با وجود امکانات ارتباطی در فضای مجازی دیگر اهمیتی به کیفیت روابط نمی دهند و این مسئله به کاهش بیشتر احساسات منجر می شود.

متن گرایی

علیرغم امکانات چند رسانه ای موجود در فضای مجازی هنوز هم قسمت عمده ای از ارتباطات در فضای مجازی را ارتباطات متنی در قالب ایمیل و چت تشکیل می دهد. ارتباطات متنی می تواند شکل جدیدی از هویت مجازی را شکل دهد.

انعطاف پذیری هویتی

افراد در فضای مجازی به دلیل نبود راهنماهای چهره ای می توانند بازنمایی های متفاوتی از خود ارائه دهند.

دریافت های جایگزین

در ارتباطات مجازی شما می توانید دیوارها را بشکنید، به حوزه خصوصی دیگران وارد شوید و حرف هایی که حاضر

رسانه‌های اجتماعی

وبسایت‌ها و ابزارهای دنیای مجازی که روزگاری موضوعی جدید و حاشیه‌ای محسوب می‌شدند حال به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده‌اند. این ابزارها که تحولات شبکه‌های ارتباطی در گسترش آن‌ها نقش داشته‌اند این روزها از طریق اینترنت همراه هم به سادگی قابل دسترس هستند. به گروهی از رسانه‌های آنلاین که در این فضای جدید متولد شده‌اند عنوان رسانه‌های اجتماعی داده شده است. ثبت حدود ۱۱۰ میلیون وبلاگ که از طریق سایت تکنوراتی پیگیری می‌شوند، مشاهده روزانه حدود ۱۰۰ میلیون ویدئو در سایت یوتیوب و نزدیک به ۱۲۳ میلیون عضو سایت فیس بوک، همگی نشانه‌های اهمیت فراوان پدیده رسانه‌های اجتماعی هستند. (آمار مربوط به ماه‌های پایانی سال ۲۰۰۸ است)

اهداف تحقیق

هدف کلی: فضای مجازی در ایران از دیدگاه کارشناسان ارتباطات.

اهداف فرعی: بررسی نقاط قوت و نقاط ضعف ایران در فضای مجازی.

سؤالات تحقیق

سوال اصلی:

۱- دیدگاه کارشناسان و متخصصان ارتباطات و رسانه در مورد وضعیت ایران در فضای مجازی چگونه است؟

۲- فرصت‌های فضای مجازی ایران در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی از دیدگاه متخصصان علوم ارتباطات کدامند؟

۳- تهدیدات فضای مجازی ایران در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی از دیدگاه متخصصان علوم ارتباطات کدامند؟

سؤالات فرعی:

۱- فضای مجازی ایران از دیدگاه کارشناسان و متخصصان علوم ارتباطات دارای چه نقطه قوت‌هایی می‌باشد؟

۲- نقاط ضعف فضای مجازی ایران از دیدگاه متخصصان علوم ارتباطات کدامند؟

۳- بیشترین نقش در برنامه‌ریزی و هدایت فضای مجازی در ایران بر عهده چه سازمان و یا نهادی است؟

۴- برای تبدیل ایران به یک الگو برای جامعه جهانی در فضای مجازی چه سازوکارهایی را باید ایجاد کنیم؟

۵- ظهور یک اقتصاد و فرهنگ مدرن و بومی‌سازی شده در فضای مجازی ایران چگونه محقق می‌شود؟

۶- چگونه می‌توان فضای مجازی را در کشور ابتدا به فضای صلح و نوع دوستی و سپس به فضای مجازی جهانی سرایت دهیم؟

۷- اصلاح و تغییر فرهنگ‌ها در فضای مجازی کشور از چه طریقی و چگونه امکان‌پذیر است؟

۸- میزان کارایی خدمات اینترنتی در فضای مجازی جامعه ایران چگونه است؟

۹- برای مقابله با تهدیدات فضای مجازی چه راهکارهایی وجود دارد؟

جامعه آماری

اساتید، متخصصان ارتباطات و مدیران شاغل در حوزه ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات کشور جامعه‌ی آماری مورد بررسی در این پژوهش هستند که شامل دو دسته از شرکت‌کنندگان می‌شوند: ۱- استادان و متخصصان حوزه ارتباطات اجتماعی؛ ۲- متخصصان شاغل در حوزه فن‌آوری ارتباطی. این دو گروه ویژگی‌های مشترک زیادی در زمینه‌ی پژوهش دارند و نسبت به سایر گروه‌های اجتماعی یا هم‌ردیفان خود از اطلاعات دقیق‌تر و جامع‌تر و احاطه‌ی بیشتری بر موضوع برخوردار هستند.

روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

نمونه تحقیق حاضر از نوع غیر احتمالی و انتخابی است. هرگاه مسائل عملی مانع از انتخاب نمونه احتمالی باشد، می‌توان به طرق دیگری در پی نمونه‌ای معرف بر آمد. می‌توان در پی پاره گروهی بود که نماینده کل جمعیت است. در این صورت مشاهدات به این پاره گروه منحصر شده و نتیجه‌گیری از داده‌ها به کل جمعیت تعمیم داده می‌شود. (میلر، ۱۳۸۰) بر اساس قواعد بر آورد حجم نمونه، بررسی آماری در نمونه‌گیری قضاوتی (تعمدی) و غیر

عملی در کنار دانش نظری ارزیابی گردید. تمایل و علاقه پاسخگویان نمونه برای شرکت در تحقیق مدنظر قرار گرفت.

اعتبار و پایایی

اگر چه انتقادهایی بر روش دلفی وارد شده است اما همواره در میان روش های کیفی بهترین گزینه به شمار می رود. از آن جا که نظرات مطرح شده در طی پژوهش با روش دلفی، طی چندین مرحله از طریق مصاحبه و پرسش نامه، مورد بررسی متخصصان قرار می گیرد، لذا این روش از روایی قابل قبولی برخوردار است. منظور از اعتبار ۲۲ یک تحقیق، میزان دقت شاخص ها و معیارهایی است که در راه سنجش پدیده مورد نظر تهیه شده اند. در این تحقیق، جهت تعیین میزان اعتبار ابزار اندازه گیری، از اعتبار صوری (محتوایی) استفاده می شود. منظور از اعتبار صوری میزان توافق متخصصان یک امر در رابطه با یک شاخص یا معیار است. (ساروخانی، ۱۳۷۳، ۲۸۷-۲۸۶) در این پژوهش از مشاوره و مصاحبه با اساتید و صاحب نظران موضوعی بهره گرفته شد. منظور از پایایی یا روایی این است که بینیم آیا ابزار سنجش دارای ویژگی تکرارپذیری هست؟ یعنی در صورت تکرار عملیات تحقیق می توان به نتایجی مشابه رسید؟ (ساروخانی، ۱۳۷۳، ۲۸۸) در طرح پیش رو، جهت تعیین این قابلیت و به عبارتی دقیق تر، همسازی درونی گویه ها جهت سنجش مفهوم و متغیر ترکیبی، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده می شود. استفاده از یک پرسش نامه و به ویژه یک مقیاس بدون آزمون اولیه آن، منجر به پژوهشی ضعیف می شد. پس با در نظر گرفتن قواعدی که برای حصول اطمینان از اعتبار و پایایی وسیله اندازه گیری به کار گرفته می شود موارد زیر انجام شد: ۱- استفاده از پرسش های آزمون شده قبلی در پژوهش های مشابه تا حد ممکن. ۲- نظرخواهی از اساتید ارتباطات و متخصصان حوزه فضای مجازی و دانشجویان دکترای پژوهشگری جهت تأمین اعتبار صوری؛ پرسش نامه تهیه شده طی دو مرحله پیش آزمون ۲۰ شد و در نتیجه اعتبار صوری پرسش نامه از سوی اساتید و متخصصان مورد تأیید قرار گرفت و برای سنجش پایایی داده ها از روش توافق داخلی استفاده شده است. مهم ترین شاخص توافق داخلی آزمون

احتمالی تمام توصیف و حجم نمونه برابر با حجم تعیینی پژوهشگر خواهد بود. (مولر و همکاران ۱۳۸۷) برای انتخاب حجم نمونه در این پژوهش از شیوه ی نمونه گیری متخصصان در روش دلفی استفاده گردید. در این روش ابتدا با کسب نظر و آراء تعداد محدودی از متخصصان، در نهایت ۳۰ کارشناس انتخاب شدند. در انتخاب افراد سه شرط رعایت می گردد:

۱- نظریات افراد همگن نباشد.

۲- متخصصان به طور مستقیم با موضوع تحقیق سروکار نداشته باشند؛ لذا استاد راهنما و مشاور تحقیق انتخاب نمی شوند.

۳- هم چنین سعی شد افرادی انتخاب شوند که با مساله مورد بحث درگیر باشند، اطلاعات مداوم از مساله برای ادامه همکاری داشته باشند، دارای انگیزه کافی برای شرکت در فرایند دلفی باشند و احساس کنند اطلاعات حاصل از یک توافق گروهی برای خود آن ها نیز ارزشمند خواهد بود.

کتاب های مختلف روش های تحقیق در علوم اجتماعی و رفتاری و هم چنین محققان برجسته در مورد حجم نمونه کافی و لازم برای تعداد نمونه اتفاق نظر ندارند. درباره حجم ضروری نمونه آرای گوناگونی وجود دارد، اما بر مبنای نظریه نمونه گیری: حجم مناسب نمونه بر اساس تصمیم در مورد سطح دقت مورد انتظار و مقدار خطای استاندارد قابل پذیرش برآورد می گردد.

پس هرچه میزان دقت بیشتر باشد و مقدار خطای استاندارد کمتر باشد نیاز به تعداد بیشتری از نمونه است که می توان از فرمول نمونه گیری کوکران استفاده کرد. (فرانکفورد و نجمیاس، ۱۳۸۱، ۲۷۵) در کنار موارد فوق در دسترس بودن حجم جمعیت آماری (این که تعداد نسبتاً دقیق چند نفر است و دیگر این که چگونه می توان به آن ها دسترسی ارتباطی داشت) مورد توجه قرار گرفت. با این تفاسیر در تحقیق حاضر ابتدا ۱۲۰ نفر از متخصصان و کارشناسان شناسایی شدند سپس با استفاده از غربالگری و تا حدی نمونه گیری گلوله برفی نمونه های مرتبط و مناسب شناسایی شد. ملاک های تخصص و صلاحیت حرفه ای مورد توجه قرار گرفت. تحصیلات و دانش پاسخگویان ارزیابی شد. تجربه

۷- استخراج گزاره‌های اصلی هر مصاحبه پس از تحلیل محتوا توسط هماهنگ‌کننده که می‌تواند شخص محقق یا فرد و یا افراد متخصص دیگری باشند.

۸- حذف گزاره‌های مشابه توسط محقق یا هماهنگ‌کننده‌ها.

۹- تهیه پرسش‌نامه بر اساس گزاره‌های متفاوت ارائه شده از سوی کلیه صاحب‌نظران مصاحبه شونده و ارائه آن در دور دوم مصاحبه‌های پانل برای تصحیح گزاره‌های مورد اختلاف و رسیدن احتمالی به هم‌رأیی.

۱۰- پس از جمع‌آوری پرسش‌نامه‌ها بار دیگر با حذف گزاره‌های مشابه و مورد تأیید همه‌ی نخبگان، یک بار دیگر گزاره‌ها و پیش‌بینی‌های مورد اختلاف را در قالب پرسش‌نامه‌ی دور نهایی در مرحله‌ی سوم مصاحبه‌ها به نخبگان ارائه می‌دهیم تا به اصلاح دیدگاه‌هایشان بپردازند؛ چنانچه در این مرحله توافق و هم‌رأیی میان پاسخگویان حاصل شد، مصاحبه‌ها متوقف می‌شوند در غیر این صورت یک یا دو مرحله‌ی دیگر باید پرسش‌نامه‌ها طرح گردند تا متخصصان پاسخگو به هم‌رأیی لازم برسند و حداقل در ۸۰٪ با ۹ درصد گزاره‌ها به وحدت نظر و پیش‌گویی برسند.

۱۱- پس از کسب دیدگاه‌های مشترک صاحب‌نظران توسط محقق یا تسهیل‌گرها و رسیدن به هم‌رأیی آن‌ها، گزاره‌های حاصل از مصاحبه‌ها، همان پیش‌بینی‌هایی است که در تحقیق به دست آمده‌اند؛

۱۲- از آنجا که پیش‌بینی‌های به دست آمده در سطح نظری قابل قبول می‌باشند برای عملیاتی کردن آن‌ها می‌بایست پرسش‌نامه‌ای با استفاده از طیف لیکرت تهیه کرد. همانند یک تحقیق پیمایشی با تعیین حجم نمونه از جمعیت آماری مجریان شاغل در حوزه‌ی موضوع مورد بررسی، پرسش‌نامه‌ها را میان افراد نمونه توزیع و پس از پاسخگویی آن‌ها را جمع‌آوری کرد.

۱۳- با مقایسه‌ی جداول توزیع فراوانی، نمودارها و چولگی‌های ترسیم شده از هر گزاره در میان صاحب‌نظران و متخصصین می‌توان به میزان توافق آن‌ها در پیش‌بینی آینده دست یافت.

۱۴- تهیه گزارش تحقیق (مسعودی، ۱۳۸۹)

کروناخ ۳۰ است. بعد از محاسبه پایایی، گویه‌ها و سوالاتی که از ضریب پایینی برخوردار بودند و باعث افت پایایی کل می‌شدند، حذف و یا اصلاح شدند.

روش‌های جمع‌آوری اطلاعات

در این پژوهش از طریق مطالعه‌ی کتاب‌ها، مقالات و اسناد موجود در کتابخانه‌ها، منابع مختلف و مطالب موجود در اینترنت که مرتبط با موضوع تحقیق هستند به روش اسنادی بهره‌برداری شد. سپس با استفاده از روش دلفی به بررسی دیدگاه‌های پیش‌بینی کنندگان پرداخته‌ایم. به این ترتیب که ابتدا با انجام مصاحبه‌ی باز، نظرات افراد را جویا شده و سپس پیش‌بینی‌های اولیه از میان نظرات ایشان استخراج شده و به صورت پرسش‌نامه تنظیم شد. در مرحله‌ی بعد با روش پیمایشی و توزیع پرسش‌نامه میان متخصصان، صاحب‌نظران و کارشناسان شاغل در حوزه‌ی ارتباطات در ایران، نظرات موافق یا مخالف افراد را نسبت به ایده‌های استخراج شده جویا شدیم. آن‌گاه میزان تأیید یا رد این پیش‌بینی‌ها و قابلیت تعمیم آن‌ها را مورد بررسی قرار دادیم.

اجرای گام به گام روش دلفی

- ۱- طرح مسئله و تبیین چارچوب تحقیق؛
- ۲- انتخاب روش پیش‌بینی؛ «دلفی» برای پاسخ‌گویی به مسائل طرح شده در تحقیق.
- ۳- مطالعه و بررسی بر روی افراد صاحب‌نظر، نخبه و سرآمد از روی آثارشان در زمینه‌ی موضوع تحقیق و تهیه‌ی لیست نسبتاً کاملی از متخصصان؛
- ۴- انتخاب تعداد محدودی از افراد صاحب‌نظر نخبه با مشورت تعدادی از صاحب‌نظران همان حوزه‌ی «حلقه گل مینا» مورد بررسی کارشناسان در فرآیند دیگری که به عنوان «حلقه گل مینا» شناخته می‌شود همانند گلوله برفی شناسایی می‌شوند؛
- ۵- مصاحبه‌های باز با صاحب‌نظران تعیین شده بر اساس یک جدول زمانی؛
- ۶- پیاده کردن نوارهای مصاحبه‌ها و تنظیم یادداشت‌های هنگام مصاحبه و ملاحظه‌ی آن‌ها توسط «هماهنگ‌کننده یا تسهیل‌گر»

یافته‌های پژوهش

الف: بخش اول: یافته‌های مصاحبه حضوری

در این بخش گزاره‌هایی که پس از مصاحبه با ۳۰ متخصص برگزیده، به دست آمده است عنوان می‌شود. این یافته‌ها پس از پیاده‌سازی مصاحبه‌ها و تحلیل گفته‌ها به صورت گزاره‌های صحیح استخراج شده است. گزاره‌های برگزیده از میان مصاحبه‌ها، در قالب ۲۴۳ عبارت عنوان شده است.

ب: بخش دوم: یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه

پس از تجزیه و تحلیل عبارت‌های به دست آمده از مصاحبه‌های حضوری و ادغام عبارت‌ها و مفاهیم نزدیک و مشترک، ماحصل گزاره‌ها یا ایده‌ها در قالب پرسش‌نامه تنظیم شده است تا اشتراک نظر متخصصان سنجیده شود. پس از بررسی و تحلیل تسهیل‌گر که در این پژوهش به دلیل اشراف بر کل موضوع، خود محقق عهده‌دار این کار بود، ۴۳ ایده استخراج شد. در پرسش‌نامه از متخصصان درخواست شده بود که موافقت یا مخالفت خود را با هر ایده ابراز کنند و در صورت عدم موافقت، ایده‌ی جایگزینی پیشنهاد دهند؛ به این ترتیب از میان این تعداد ایده، ۳۰ ایده تایید شد.

بخش یک: یافته‌های مصاحبه حضوری

از میان تعداد زیادی از متخصصان ارتباطات و فناوری اطلاعات اعم از اساتید دانشگاه و مدیران اجرایی کشور که حداقل ۱۳ سال سابقه‌ی فعالیت در این حوزه را داشتند، تعداد ۴۲ نفر انتخاب شدند. از این میان ۱۲ نفر به دلایل مختلف از انجام مصاحبه و یا ادامه همکاری عذر خواستند و در نهایت ۳۰ نفر باقی ماندند. لذا مصاحبه‌ها و نظرات عنوان شده در پرسش‌نامه‌ها، بر اساس دیدگاه این متخصصان با وجود مشغله‌های کاری فراوان بوده است.

بخش دو: یافته‌های حاصل از پرسش‌نامه

همان‌طور که اشاره شد پس از تجزیه و تحلیل گزاره‌های به دست آمده از مصاحبه‌های حضوری و ادغام عبارت‌های نزدیک و ترکیب مفاهیم مشترک، ایده‌های استخراج شده در قالب پرسش‌نامه به اشتراک نظر گذارده شد. تعداد آن‌ها ۳۳ ایده بوده و با توجه به این که حداقل ۱۸ نفر متخصص

شرکت‌کننده لازم بود تا توافق بالای ۲۸ درصد به وجود آید، ۳۰ ایده تایید شده که در ادامه به آن‌ها پرداخته خواهد شد.

ایده‌های نهایی عنوان شده در پرسش‌نامه به شرح ذیل است:
۱- نسل آینده با تکنولوژی به دنیا می‌آیند، بزرگ می‌شوند و بخشی از واقعیت زندگی روزمره‌شان می‌شود و متوجه هیچ‌گونه محدودیتی در فضای مجازی نمی‌شوند.

۲- از راهکارهای جلوگیری از آسیب‌های فضای مجازی برای کاربران این است که تلاش کنند تا نهاد‌های صنفی، حرفه‌ای و تخصصی، رسمیت و مشروعیت پیدا کنند، مانعی در برابرش ایجاد نکنند، و شرایط را برای وجود کانال‌های متکثر و متنوع دریافت، پردازش و انتشار اطلاعات حتی به تعداد تک تک کاربران تضمین کنند.

۳- تکنولوژی‌های جدید جهان را به سمت فرهنگ واحد پیش می‌برند و آزادی در فضای سایبر تنها یک محدودیت دارد که آن هم تفاوت‌های زبانی است.

۴- با وجود تکنولوژی‌های جدید و امکان تعامل فرهنگ‌ها با یکدیگر تنوع فرهنگی تقویت و ماندگار می‌شود.

۵- فرهنگ جامعه از لحاظ این که چه شکلی از حکومت را پذیرفته است اجازه و مشروعیت می‌دهد که ابزارها چگونه در اختیار نظارت بر جامعه قرار بگیرند. هنجارهای جامعه در ایران قطعاً از درون مایه‌ی فرهنگی مردم ایران ریشه می‌گیرد. مردم ایران قائل به این نیستند که از ابزارهای نظارتی در راستای شفافیت تام استفاده کنند.

۶- فرهنگ جامعه قطعاً تحت تاثیر تکنولوژی‌های جدید و فضای مجازی قرار می‌گیرد. بیش از هر چیزی تکنولوژی‌ها فرهنگ را انتشار می‌دهند چون ماهیتشان فرهنگی است. تکنولوژی خودش ظرف، و محتوایش فرهنگی است.

۷- جامعه‌ای که با ساختار و کارکرد سنتی به سوی تکنولوژی‌های نوین ارتباطی می‌رود بر کارکرد تکنولوژی‌ها تاثیر می‌گذارد. فرهنگ شامل عناصر ارزشی، مذهبی، سنت‌ها، ساختارهای قومی و قبیله‌ای و ... است که باعث ورود سخت و آسیب فناوری‌های ارتباطی می‌شود.

۸- تاثیر فضای مجازی بر فرهنگ یا برعکس، مشروط بر ارتقاء سواد رسانه‌ای و دانش فنی است.

مشخص می‌شود و قوه‌ی قضائیه نیز نقش‌های مرتبط را به عهده می‌گیرد.

۱۳ - قوانین حکومت‌ها با کارکرد فضای مجازی سازگاری می‌کنند؛ و از آنجا که نوع و شیوه جرم تغییر پیدا می‌کند، دادگاه‌های مخصوص رسیدگی به جرائم سایبر و قضاتی که برای محیط سایبر آموزش دیده‌اند توسعه پیدا می‌کنند. برای حوزه‌ی سایبر قوانین تخصصی وضع می‌شود. قوانین متناسب و منطقی‌تر می‌شود.

۱۴ - قوانین اگر در ادامه‌ی سیاست‌های کنترلی وضع شود، تعداد قوانین و مقررات بیشتر می‌شود و به همان میزان تناقضات در آن‌ها افزایش می‌یابد؛ به این ترتیب حکومت از یک سو خواهان اعمال قدرت است و از سوی دیگر درونش نوعی تعدد و تکثر به وجود آمده است.

۱۵ - دو جهانی شدن فضای ارتباطات، مفهوم نظارت در فضای مجازی سخت‌تر و پیچیده‌تر می‌شود؛ چرا که دولت‌ها باید برای حفظ امنیت در دو فضا هزینه کنند. فضای مجازی و فضای واقعی.

۹ - وضعیت فضای مجازی در آینده: کاربران به روش‌های بیشتری متوسل می‌شوند. برای استفاده از دنیای مجازی و دولت‌ها تجارب بیشتری کسب می‌کند برای محدود کردن آن‌ها و این جریان ادامه دارد.

۱۰ - مدیریت فضای مجازی از دست دولت‌ها خارج می‌شود و دولت از به کار بردن سیاست‌های درمانی به سوی سیاست‌های پیشگیرانه تغییر موضع خواهد داد. در آینده تضاد جامعه نظارتی با شبکه اجتماعی بیشتر خواهد شد.

۱۱ - در زمینه‌ی قانونی نظارت فضای مجازی در آینده پروتکل‌های فنی‌ای وضع خواهد شد که با حفظ، اعتبار، همه از یک استاندارد واحد تبعیت کنند و سردرگمی و چند پارچگی از بین خواهد رفت و قوانین بین‌الملل نظارت الکترونیک تحت پوشش یونسکو یا سازمان ملل شکل خواهد گرفت.

۱۲ - قوانین موجود در فضای واقعی، در فضای مجازی باز تعریف می‌شود و با توجه به مفهومی که، در آن فضا پیدا می‌کند برایش قاعده و مقررات قرار داده می‌شود؛ همانند حوزه‌ی حقوق، آیین‌نامه‌ی اجرایی دارد، نقش قوا در آن

میانگین، میانه و مد دیدگاه‌های خبرگان حاصل از پرسش‌نامه دوم

آماره	۱	۲	۳	۴	۵
میانگین	۲.۵۸	۲.۳۰	۲.۶۰	۲.۳۸	۲.۲۰
مد	۳.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰
میانه	۳	۲	۲	۲	۲
مجموع	۱۰۳	۹۲	۱۰۴	۹۵	۸۸

میانگین، میانه و مد دیدگاه‌های خبرگان حاصل از پرسش‌نامه دوم

آماره	۶	۷	۸	۹	۱۰
میانگین	۲.۳۰	۱.۸۸	۱.۷۵	۱.۸۰	۲.۱۵
مد	۲.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰
میانه	۲	۲	۱	۲	۲
مجموع	۹۲	۷۵	۷۰	۷۵	۸۶

میانگین، میانه و مد دیدگاه‌های خبرگان حاصل از پرسش‌نامه دوم

آماره	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴	۱۵
میانگین	۲.۶۵	۲.۳۸	۲.۷۰	۲.۷۳	۲.۶۵
مد	۳.۰۰	۲.۰۰	۳.۰۰	۳.۰۰	۲.۵۰
میانه	۲	۲	۲	۲	۲
مجموع	۱۰۶	۹۵	۱۰۸	۱۰۹	۱۰۶

رضایت نظارت شوندگان گردد، بر امنیت ملی تاثیر منفی می گذارد.

۲۱ - نظارت در فضای مجازی به عنوان واکنشی به شکل گیری جامعهی مخاطره آمیز ایجاد می شود. اگر جامعهی نظارتی بر مبنای شناخت دقیق از نیازها و ویژگی های جامعهی ایرانی شکل نگیرد، روش اعمال نظارت بر این جامعه نیز نادرست خواهد بود. و به همان میزان نظارت تبدیل به یک تهدید برای امنیت ملی می شود.

۲۲ - در آینده حوزهی امنیت نه در چارچوب مرزهای ملی که در چارچوب خانه ها و در چارچوب ذهن تک تک افراد تعریف خواهد شد. لذا دولت ها بیشتر از این که دغدغه شان مقابله با حضور نظامیان کشور مهاجم باشد. مقابله با امواج ناخواسته و تاثیر گذار بر اذهان کاربران که باعث می شود مشروعیت و اقتدار آن ها زیر سؤال برود، خواهد بود.

۲۳ - یران به سمت بومی کردن فناوری و فضای مجازی خواهد رفت و سخت گیری ایران در حوزهی امنیت اطلاعات بیشتر خواهد شد.

۲۴ - کنترل ناپذیری ناشی از انبوه استفادهی تکنولوژیک مردم از این فضا شکل می گیرد و به دلیل مؤثر نبودن اقدامات نظارتی و کنترلی در فضای مجازی، امنیت ملی در این فضا با بیشترین تهدید مواجه می شود.

۲۵ - در جامعه اطلاعاتی به رغم تمام نظارت هایی که صورت می پذیرد، همجواری غیر فیزیکی اتفاق می افتد.

۱۶ - در آینده بین دارا و نادر یک شکاف اطلاعاتی ایجاد می شود.

۱۷ - هر چه اعمال نظارت در فضای مجازی بدون دلیل و استنباط و زمینهی فکری باشد. مقاومت مردم بیشتر می شود. هر قانونی که وضع شود در صورتی موثر خواهد بود که در ذهن مردم مشروعیت داشته باشد و آن را بپذیرند. رفتار مردم در فضای مجازی. تابعی از فضای حاکمیت سیاسی است. دولت هم اگر بخواهد نظارت داشته باشد تا محدودیت ها را برای سلامت فضای مجازی اعمال کند مردم نمی پذیرند چرا که بخشی از اعتماد مردم به حاکمیت مشروعیت سیاسی است.

۱۸ - اگر محدودیت های فضای مجازی به همین روال اعمال شود رفتار کاربران قانونمندتر، عقلانی تر و منطقی تر شده و از هیجان زدگی و احساسی بودن به دور می شود و کاربران خودشان را با شیوه های نظارتی دولت سازگار می کنند.

۱۹ - دولت از طریق بالا بردن حجم تولید پیام بمباران اطلاعاتی، کیفیت بخشیدن به پیام های موجود کاهش سرعت اینترنت، تصویب قوانین و مقررات آموزش مرحله به مرحله جامعه، قرار دادن کاربران در مداری از پیام های تولید داخل را مورد توجه با سیاست های نظام اقدام به نظارت در عرصه فضای مجازی می نماید.

۲۰ - وجود نظارت در فضای مجازی ثبات و امنیت را در جامعه برقرار کرده و افزایش می دهد اما اگر باعث عدم

میانگین، میانه و مد دیدگاه های خبرگان حاصل از پرسش نامه دوم

آماره	۱۶	۱۷	۱۸	۱۹	۲۰
میانگین	۲.۳۵	۲.۵۳	۲.۸۸	۲.۸۸	۳.۰۵
میانه	۲.۰۰	۲.۰۰	۳.۰۰	۳.۰۰	۳.۰۰
مد	۲	۲	۳	۴	۳
مجموع	۹۴	۱۰۱	۱۱۵	۱۲۱	۱۲۲

میانگین، میانه و مد دیدگاه های خبرگان حاصل از پرسش نامه دوم

آماره	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
میانگین	۳.۱۳	۲.۶۸	۲.۹۳	۲.۴۸	۳.۱۳
میانه	۳.۰۰	۳.۰۰	۳.۰۰	۲.۰۰	۳.۰۰
مد	۳	۳	۲	۲	۳
مجموع	۱۲۵	۱۰۷	۱۱۷	۹۹	۱۲۵

۳۳- قوانین نظارت الکترونیک را نهادهای بازرگانی برای داشتن امنیت بیشتر در معاملات اقتصادی وضع می‌کنند و از تاثیرات فرهنگی آن غفلت می‌شود.

۳۴- یکی از راهکارهای اصلی برای جلوگیری از آسیب‌های جامعه مجازی شفاف‌سازی و تقویت حوزه‌های نظارتی است.

۳۵- نسل آینده به دلیل ارتباط بی‌واسطه با اینترنت نظارت را سخت‌تر می‌کند چرا که با هر تلاش حاکمیت برای نظارت، راه‌های پیچیده‌تری برای فرار از این کنترل می‌یابند، با وجود فناوری‌های پیشرفته کنترل‌پذیری برای کاربران کم شده و قدرت نظارت دولت به دلیل تعدد کاربر به شدت کاهش می‌یابد.

۳۶- در آینده خود نظارتی و کنترل از سوی خود مردم قوی‌تر می‌شود و ترس مردم بیشتر از آن که از اعمال قانون باشد، از نظارت جامعه است؛ کنترل‌ها و فرآیندهای نظارتی دولت به جای تولید کنندگان بر مصرف‌کنندگان نهایی اعمال می‌شود.

۳۷- راه حل اصلی برای مقابله با نظارت دولت در فضای مجازی، تلاش برای گرفتن حق دسترسی به اطلاعات متقابل از دولت است، نه فشار آوردن به دولت برای محدود کردن نظارت حریم خصوصی تنها به معنای تلاش برای حفظ حریم نیست، بلکه باید تلاش کنیم به حق دسترسی آزاد به اطلاعات نیز دست یابیم تا روابط حکومت و مردم همانند خیابان دو طرفه شود تا بنیان‌های خانواده مصون بمانند.

۳۸- روند شیوه‌های نظارتی در فضای مجازی که حاکمیت اعمال می‌کند، مثبت است و به مرور زمان شیوه‌های نظارت دولت بر مردم نرم‌تر، قابل کنترل بیشتر و فراگیرتر می‌شود. در آینده دولت‌ها آگاه‌تر شده از کاربران پیش می‌افتند و لایه‌های امنیتی و نظارتی‌شان را بیشتر خواهند کرد.

۳۹- فضای مجازی یک فضای واقعی است، واقعیتی انکارناپذیر در جهت رفاه و ارتقا سطح مادی و معنوی مردم ایران که با هوشمندی مسئولان متخصص و سیاست‌گذاری صحیح این فضا برای تبلیغ رسالت موحدان بیشتر از تهدیدات سلطه‌گران خواهد بود.

۲۶- اینترنت چمدانی یا نامرئی فقط دسترسی را ساده‌تر می‌کند و مانعی برای نظارت فضای مجازی محسوب نمی‌شوند؛ چرا که تولید کنندگان آن هیچ‌گاه چیزی که نتوانند به آن نظارت کنند را در اختیار کسی نمی‌گذارند لذا هر تکنولوژی‌ای دیر یا زود نظارت پذیر می‌شود.

۲۷- با گسترش روز افزون کاربرد تکنولوژی‌های ارتباطی وسعت دسترسی به اینترنت نامحدود می‌شود و لذا موقتی‌شدن کاربرد هر گونه اعمال محدودیتی باید به آگاه‌سازی و مصون‌سازی کاربران اقدام کرد تا خودشان به گزینش گران خلاق فعال تبدیل شوند.

۲۸- با پیدایش اینترنت چمدانی و نامرئی به دلیل کوچک و قابل دسترسی شدن تکنولوژی و دسترسی شهروندان به روش‌های مقابله با نظارت و کنترل بسیاری از نظارت‌های سخت افزاری دشوارتر می‌شود.

۲۹- نظارت مستقیم جامعه در فضای مجازی به ضرر جامعه‌ی مبتنی بر دانش است. هم‌چنین وجود سخت‌گیری در بخش زیر ساخت‌ها در روند دسترسی به منابع علمی دنیا مدیریت فرآیندهای علمی در کشور، نشر دانش و تکثیر معلومات و یافته‌های علمی و پژوهشی همانند یک ترمز و سد عمل کرده است.

۳۰- جامعه نظارتی بر کارکرد آزاد رسانه‌ها به میزان بسیار زیادی تاثیر خواهد داشت.

۳۱- رسانه و نظارت الکترونیک دو مقوله‌ی متضادند؛ رسانه قابل نظارت نیست چرا که این فناوری ضد خود را در خودش دارد.

۳۲- فضای مجازی و فناوری‌های جدید به ویژه فناوری‌های میکرو فضای آزاد اطلاعات را تسری می‌دهند اما در جامعه همین ابزارها می‌توانند به‌عنوان تیغ دو دم در راستای نظارت بر ذهن، زبان و رفتار وارد عمل شوند و در آن‌جا این رسانه‌ها هم نقش سرکوب‌گر را خواهند داشت. لذا هر چند فضای انتشار اطلاعات آزاد باشد، تفکرات قالبی افراد گفتمان‌های غالب در جامعه را به مسیر از پیش تعیین شده هدایت می‌کنند.

۴۰- فضای مجازی در ایران از لحاظ اندیشه آزاد اسلام
 ناب محمدی(ص) معجزات قرآنی مصون ساز، در مقابل
 اندیشه‌های خرافی و تحجرگرانه و انحرافی سلطه جهانی یک
 فرصت طلایی است.

میانگین، میانه و مد دیدگاه‌های خبرگان حاصل از پرسش‌نامه دوم

آماره	۲۱	۲۲	۲۳	۲۴	۲۵
میانگین	۳.۱۳	۲.۶۸	۲.۹۳	۲.۴۸	۳.۱۳
میانه	۳.۰۰	۳.۰۰	۳.۰۰	۲.۰۰	۳.۰۰
مد	۳	۳	۲	۲	۳
مجموع	۱۲۵	۱۰۷	۱۱۷	۹۹	۱۲۵

میانگین، میانه و مد دیدگاه‌های خبرگان حاصل از پرسش‌نامه دوم

آماره	۳۱	۳۲	۳۳	۳۴	۳۵
میانگین	۲.۶۳	۲.۶۳	۲.۲۸	۲.۲۳	۲.۷۰
میانه	۲.۵۰	۳.۰۰	۲.۰۰	۲.۰۰	۳.۰۰
مد	۲	۲	۲	۲	۳
مجموع	۱۰۵	۱۰۵	۹۱	۸۹	۱۰۸

میانگین، میانه و مد دیدگاه‌های خبرگان حاصل از پرسش‌نامه دوم

آماره	۳۶	۳۷	۳۸	۳۹	۴۰
میانگین	۲.۷۸	۲.۸۵	۲.۵۳	۲.۶۸	۲.۸۵
میانه	۳.۰۰	۳.۰۰	۳.۰۰	۲.۰۰	۳.۰۰
مد	۳	۴	۳	۲	۳
مجموع	۱۱۱	۱۱۴	۱۰۱	۱۰۷	۱۱۴

نتایج تحقیق

کاربرد هرگونه اعمال محدودیتی باید به آگاه‌سازی و
 مصون‌سازی کاربران اقدام کرد تا خودشان به گزینشگران
 خلاق فعال تبدیل شوند.
 - فضای مجازی در ایران فرصت‌ها و تهدیداتی دارد، ولی
 با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری صحیح می‌توان تهدیدات
 این فضا را به فرصت تبدیل نمود.

- فضای مجازی یک فضای واقعی است، واقعیتی
 انکارناپذیر در جهت رفاه و ارتقا سطح مادی و معنوی مردم
 ایران که با هوشمندی مسئولان متخصص و سیاست‌گذاری
 صحیح این فضا برای تبلیغ رسالت موحدان بیشتر از
 تهدیدات سلطه‌گران خواهد بود.

- فضای مجازی در ایران از لحاظ اندیشه آزاد اسلام ناب
 محمدی(ص) و معجزات قرآنی مصون ساز، در مقابل
 اندیشه‌های خرافی و تحجرگرانه و انحرافی سلطه جهانی یک
 فرصت طلایی است.

- یکی از راهکارهای اصلی برای جلوگیری از آسیب‌های
 جامعه مجازی شفاف‌سازی، و تقویت حوزه‌های نظارتی
 است.

- با گسترش روز افزون کاربرد تکنولوژی‌ها، وسعت
 دسترسی به اینترنت نامحدود می‌شود و لذا موقتی شدن

فهرست منابع

- دهقان، علیرضا (۱۳۸۴). قمار بازی اینترنتی، فصل‌نامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره پیاپی ۳ و ۲، صفحات ۴۵-۷۲
- ساروخانی، باقر (۱۳۷۳)، روش‌های تحقیق در علوم اجتماعی، اصول و مبانی، جلد اول، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
- سلطانی‌فر، محمد (۱۳۸۸)، روابط عمومی در فضای سایبر، شرکت روابط عمومی و تبلیغات هفت تبلیغ، چاپ اول.
- عاملی، سید سعید رضا (۱۳۹۰). رویکرد دو فضایی به آسیب‌ها، جرائم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی تهران: انتشارات امیرکبیر.
- فرانکفورد، چاوا و دیوید نجمیاس (۱۳۸۱). ترجمه فاضل لاریجانی و رضا فاضلی. انتشارات سروش.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای. احد علیقلیان و افشین خاکباز، مترجمان. ج ۱. تهران: طرح نو.
- مسعودی، امید علی (۱۳۸۴). چالش‌های نظارت الکترونی در جامعه اطلاعاتی ایران، فصل‌نامه علوم اجتماعی، شماره ۳۱.
- مسعودی، امید علی (۱۳۸۴). آینده‌نگری چالش‌های نظارت الکترونی در جامعه اطلاعاتی ایران، رساله دکتری ارتباطات، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه علامه طباطبائی.
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۱). دموکراسی دیجیتالی و حکومت الکترونیکی: سیاست و حکومت در عصر تکنولوژی‌های اطلاعاتی و ارتباطی، فصل‌نامه علوم اجتماعی، شماره ۱۹.

منابع لاتین

- Bell, David (2001). An introduction to cyberculture. USA, Routledge
- Elull, Jacques (1990). The Technology Bluff, trans. Geoffrey Bromiley (Grand Rapids, Michigan: Wm. Beardmans Publishing Company.
- Lindlof R Thomas and Taylor C Bryan (2002). Qualitative communication research methods. London: SAGE Publications
- Whittaker, Jason (2002). The internet: the basics. New York: Routledge.
- Whittaker, Jason (2004). The cyberspace handbook. London and New York: Routledge