



مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۲۳  
تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۱۱/۰۵  
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۲۰  
تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۸/۲۲

شاپا چاپی: ۱۸۵۷-۲۵۳۸  
الکترونیکی: ۵۲۵۰-۲۶۴۵



## بررسی و تحلیل فرآیند تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه (مطالعه موردی دی ماه ۹۶ و آبان ماه ۹۸)

محمد صالح حسین زاده<sup>۱</sup>

### چکیده

بدون شک یکی از بزرگ‌ترین تحولات فناوری در عصر حاضر، پدیده‌ای است که از آن به عنوان شبکه‌های مجازی نامبرده می‌شود. پیدایی صور نوین ارتباطی متأثر از شبکه‌های مجازی، زمینه ساز فضاهاى اجتماعى جدید گشته است. فضاهاى بدون مرز که روابط اجتماعى را تحت تأثیر قرار می‌دهند و ارتباطات را معنایی تازه بخشیده و موجب دگرگونی در تعاملات اجتماعى می‌شوند. هدف از پژوهش حاضر بررسی و تحلیل فرآیند تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی (تلگرام، توئیتر و اینستاگرام) بر اعتراضات اقتصاد پایه سال‌های ۹۶ و ۹۸ می‌باشد. این پژوهش کاربردی و روش انجام آن آمیخته (کمی- کیفی) است. روش نمونه‌گیری هدفمند، جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان، کارشناسان عالی، مدیران و فرماندهان مرتبط با حوزه فضای مجازی و مدیریت اعتراضات و اغتشاشات بوده و حجم نمونه نیز شامل ۳۰ نفر می‌باشد (افرادی که علاوه بر دارا بودن اکانت، وظیفه رصد و مدیریت فضای مجازی را برعهده داشته‌اند). در مرحله اول پژوهش با استفاده از انجام مصاحبه با ۳۰ نفر از جامعه آماری، فرآیندهای تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه شناسایی شد. در مرحله دوم و سوم، فرآیند تأثیر شناسایی شده توسط گروه دلفی (۳۰ نفر) بررسی شد؛ در این دو مرحله فرآیندهایی که حداقل ۷۰ درصد دارای پاسخ مثبت بودند برای مرحله بعد باقی ماندند. در مرحله چهارم رتبه‌بندی عوامل شناسایی شده در سه مرحله قبل با استفاده از پرسشنامه پنج گزینه‌ای لیکرت انجام شد و نهایتاً برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS و AMOS استفاده شد. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که: یکی از مولفه‌های مهم شبکه‌های اجتماعی مجازی در اعتراضات مردمی اقتصاد پایه، نحوه شناخت و جذب مخاطب می‌باشد. همبستگی قوی بین طراحی اعتراضات اقتصاد پایه و سازماندهی و سازماندهی اغتشاش گران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی وجود دارد. واز لحاظ رتبه‌بندی مولفه‌ها در شبکه‌های اجتماعی مجازی، طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه‌های اجتماعی مجازی به طور متوسط بیشترین امتیاز را از منظر حجم نمونه، نحوه ی شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی در رتبه ی دوم و نحوه هماهنگی و همچنین سازماندهی و سازماندهی تجمع‌های سیاسی و اعتراضی در رتبه های سوم و چهارم این پژوهش قرار دارد.

**کلیدواژه‌ها:** فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، اغتشاش، اعتراض، اقتصاد

۱. استادیار، گروه جامعه‌شناسی سیاسی، دانشکده پیامبر اعظم (ص)، دانشگاه جامع امام حسین (ع)، تهران، ایران



## مقدمه

دنیای امروز تحولات فناورانه، مقوله ارتباطات و تبادل اطلاعات را به حد وسیعی توسعه داده است. رسانه‌ها<sup>۱</sup> با انواع و اشکال گوناگون، در حال تکثر و ازدیاد هستند که یکی از انواع رسانه‌های نوین<sup>۲</sup> در فضای سایبری<sup>۳</sup>، شبکه‌های اجتماعی<sup>۴</sup> است. در واقع امروزه فراگیری اینترنت و فناوری‌های جدید ارتباطی و اطلاعاتی، موجب ظهور فضای مجازی در کنار جهان واقعی شده که این امر معادلات و الگوهای ارتباطات سنتی، تولید، انتقال و مصرف اطلاعات را به هم زده و موجب تغییر در آن شده است. چنین فضایی که به عنوان واقعیت مجازی یکپارچه، در نظر گرفته می‌شود، از ویژگی‌هایی چون: بی‌مکانی، فرازمان بودن، صنعتی بودن محض، عدم محدودیت به قوانین مدنی متکی بر دولت-ملت‌ها، از معرفت‌شناسی تغییر شکل یافته پسامدرن برخوردار بودن، قابل دسترس بودن همزمان، روی فضا بودن و برخورداری از فضاهای فرهنگی، اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و نیز آزادی از هویت بدنی و جنسی جدید برخوردار است. با این وجود، شبکه‌های اجتماعی مجازی، امروزه نقش بسیار مهمی در خلق این فضای مجازی دارند. و از خلال همین واقعیت‌های مجازی است که یکسری پدیده‌ها از قبیل اعتراضات<sup>۵</sup> و آشوب‌های اجتماعی<sup>۶</sup> شکل می‌گیرند (ماه پیشانیان، ۱۳۹۰: ۱۷). در واقع حضور افراد در شبکه‌های اجتماعی احتمال مشارکت‌ها و کنش‌های اجتماعی را افزایش می‌دهد و همین عامل خود زمینه‌ساز بسیاری از حرکت‌های جمعی و بحران‌های اجتماعی می‌باشد. بر این اساس و با توجه به ظرفیت موجود در شبکه‌های اجتماعی، امروزه این شبکه‌ها مورد توجه قدرت‌های بزرگ قرار گرفته‌اند. به طوری که آنها شبکه‌های اجتماعی را به عنوان یک ابزار کارآمد و موثر در جهت تحت‌تأثیر قرار دادن افکار عمومی کشورهای هدف برای پیشبرد اهداف و سیاست‌های خود قلمداد می‌نمایند. در حقیقت در شرایط کنونی پدیده انقلاب ارتباطات و محصول کاملاً شناخته شده آن یعنی اینترنت (به‌خصوص در ارتباط با شبکه‌های اجتماعی) در حال ایجاد تغییرات اساسی و وسیعی

1 media

2 New media

3 Cyberspace

4 Social Networks

5 Protests

6 Social unrest

در ماهیت و اشکال و ساختارهای قدرت در جوامع مختلف اعم از پیشرفته و در حال توسعه است. (میناوند، ۱۳۸۵: ۱۲۲)

با گذشت بیش از چهار دهه از پیروزی انقلاب اسلامی ایران آثار و پیامدهای ناشی از ماهیت استکبار ستیزی و ظلم ستیزی آن در طول دوران با وجود آسیب‌های اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی هنوز از جامعه امروز ایران رخت بر نبسته است. با گسترش آسیب‌ها در حوزه‌های داخلی و گسترش شکاف‌های اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی، به موضوع فاصله مردم و برخی از مسئولین و میان مسئولین از یکسو و بین مردم از دیگر سوی، دامن زده شد. در دهه اخیر، شبکه‌های اجتماعی تحت وب و پیام رسان فوری با حرکتی سریع و حضور در شیوه‌های ارتباطی روزانه مردم، درصدد تغییر ذائقه رفتاری و نگرشی مردم برآمده و با هدف دستکاری در امنیت عمومی منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای فعالیت خود را برنامه ریزی نموده‌اند. در بررسی اجمالی روند اتفاقات اخیر کشورمان، به وضوح نقش آفرینی و تاثیرگذاری این شبکه‌ها (تلگرام، توئیتر و اینستاگرام) در بروز نارضایتی‌های مدنی و ایجاد اعتراضات خیابانی<sup>۱</sup> (بخصوص در حوزه اقتصادی) را شاهد بوده که از جمله‌ی آن می‌توان به اعتراضات دی ماه سال ۱۳۹۶ و آبان ماه سال ۱۳۹۸ اشاره داشت. در این اعتراضات، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی از قبیل تلگرام، توئیتر و اینستاگرام نقش شگرف و بی نظیری در اطلاع رسانی، هویت یابی و سازمان دادن به بسیج اعتراضات داشته‌اند. (سردار نیا و البرزی، ۱۴۰۱: ۱۱۸) با عنایت به موارد ذکر شده، این پژوهش با هدف بررسی و تحلیل فرآیند تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه<sup>۲</sup>، بدنبال پاسخ به این سؤال اساسی است که: فرآیند تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات مردمی اقتصاد پایه چگونه است؟

### اهمیت و ضرورت تحقیق

نخست، اغتشاشات و نافرمانی مدنی<sup>۳</sup> موضوعی است که جزو مسائل امنیتی - انتظامی محسوب می‌شود و در بُعد اهمیت منافع حیاتی و درجه اول کشور را شامل می‌شود، لذا پرداختن و بررسی عوامل زمینه ساز آن که می‌تواند شبکه‌های مجازی اجتماعی را نیز در بر بگیرد بسیار حائز اهمیت است.

1 Street protests

2 Basic economics

3 Civil Disobedience

دوم، به علت آنکه موضوع اغتشاش<sup>۱</sup> و نافرمانی مدنی با بسیاری از دستگاه‌ها و نهادهای انتظامی، امنیتی و قضایی مرتبط است، نتایج این تحقیق می‌تواند در سیاستها، راهبردها و شیوه‌های اقدام هر یک از آنها تأثیر مستقیم بگذارد.

سوم، از آنجا که موضوعات اقتصادی همواره در دوره‌های زمانی مختلف به تناوب تکرار می‌شوند و کشورها شاهد شکل‌گیری مطالبات از سوی مردم و گروه‌های مختلف خود می‌باشند. کشور ایران نیز به عنوان الگوی کشورهای اسلامی و مردم‌سالار همواره از طرح مطالبات و تقاضاهای گروه‌های مختلف به شکل مسالمت‌آمیز حمایت کرده است. نتایج این تحقیق می‌تواند به مسئولین ذیربط جهت برخورد مناسب و آگاهی و شناخت بیشتر از ابزارهای موجود کمک نماید.

چهارم، موضوع اعتراضات اقتصاد پایه با برخی علوم مانند سیاست، امنیت ملی، امنیت انتظامی، برنامه ریزی و رفاه اجتماعی و غیره در ارتباط است ولی در این مورد تحقیقات چندانی به شکل جامع و کامل صورت نگرفته است و اگر هم تحقیقاتی صورت گرفته چند ایراد اساسی دارند: اولاً، عمده تحقیقات ماهیتی ژورنالیستی و خبری دارند و کمتر به شکل طرح تحقیقاتی نگارش یافته‌اند. ثانیاً، موضوع مورد تحقیق علیرغم آگاهی عمومی، به گونه‌ای مطرح می‌شود که عموم محققان با تکیه بر اسناد موجود در فضای آشکار رسانه‌ای و عدم امکان دسترسی به اسناد دستگاه‌های امنیتی و انتظامی، کمتر به این حوزه پردازند. لذا حوزه پژوهشی کمتری را در این زمینه شاهدیم.

پنجم، با توجه به اهمیت جنگ نرم و استفاده از ابزار رسانه به عنوان مهمترین ابزار این نوع از جنگ و همچنین استفاده دشمن از آن به عنوان ابزاری تأثیرگذار در اذهان مخاطبین (طراحی و انعکاس و پخش اخبار و گزارشات خلاف واقع در بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مانند: تلگرام، توئیتر و اینستاگرام) که نمونه بارز آن در نا آرامی‌های پس از افزایش قیمت حامل‌های انرژی در آبان ماه سال ۱۳۹۸ ظهور پیدا کرد و موجبات برخی ناآرامی‌ها و اغتشاشات در سطح برخی از شهرها را فراهم آورد، از جمله اهمیت و ضرورت پرداختن به چنین تحقیقی است.

### فرضیه‌های تحقیق

**فرضیه اصلی:** بین فعالیت شبکه‌های اجتماعی مجازی و اعتراضات اقتصاد پایه، رابطه معنادار وجود دارد.

1. Disturbance

## فرضیات فرعی

- بین طراحی اعتراضات اقتصاد پایه و شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه های اجتماعی مجازی و اعتراضات اقتصاد پایه رابطه معناداری وجود دارد.
- بین ساماندهی و سازماندهی اغتشاشگران و شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.
- بین هماهنگی های لازم برای اغتشاشات و شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.

## پیشینه شناسی تحقیق

- مقاله ای با عنوان نقش توسعه شبکه های اجتماعی در اعتراضات و اغتشاشات اجتماعی و سیاسی (۱۴۰۲) توسط محدثه السادات تقوی نژاد و حسن غنیمتی نگارش شده است. یافته های تحقیق حاکی از آن است که تاثیر شبکه های اجتماعی بر رفتار کلی جامع آماری (۱۲۷ نفر) بالغ بر ۸/۹ درصد می باشد. همچنین طبق بررسی ها ۳/۸۳ درصد از مخاطبین معتقدند که شبکه های اجتماعی دارای نظراتی مخالف حاکمیتند که در کنار عدم اطمینان ۵/۹۵ درصدی به رسانه های رسمی و دولتی توانسته تاثیر گذاری شبکه های اجتماعی را در زمان اعتراضات و اغتشاشات به وضوح نشان دهد.

- مقاله ای با عنوان شبکه های اجتماعی: رسانه جامعه شبکه ای<sup>۱</sup> غیر رسمی ایران (۱۴۰۲) توسط محمد حسین بادامچی نگارش شده است. یافته های تحقیق حاکی از آن است که برخلاف ذهنیت غربی تازگی داشتن گذار از جامعه توده ای به جامعه شبکه ای با انقلاب ارتباطی، جامعه غیر رسمی ایرانی در دو سده اخیر جامعه ای شبکه ای با ساختار مقاومت تار عنکبوتی دائمی در برابر ساخت و هژمونی قدرت حاکم و استفاده از رسانه های کوچک بوده است و بر سیاق تاریخی خود شبکه های اجتماعی را با امکانات شبکه ای و خودانگیز هماهنگی که دارد در جهت بسط ارتباطی خود به کار گرفته است.

1. Network society

- مقاله‌ای با عنوان تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی<sup>۱</sup> شهروندان ایران (بازه زمانی ۸۷-۹۷) (۱۴۰۱) توسط عابدین ابولی و همکاران نگارش شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که بین استفاده از شبکه‌های اجتماعی و رفتار سیاسی رابطه مثبت وجود دارد و هرچقدر میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی بیشتر می‌شود، رفتار سیاسی افراد در انتخابات تغییر بیشتری می‌کند.

- مقاله‌ای با عنوان بررسی رابطه کاربردی پیام‌های فضای مجازی با گرایش به اغتشاشات (۱۴۰۰) توسط رضا عبدالرحمانی و همکاران نگارش شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که رابطه معنی داری بین استفاده از پیام‌های فضای مجازی با گرایش به اغتشاشات در میان جوانان بوده است. از بین متغیرها، افزایش مطالبات اجتماعی در فضای مجازی با ضریب ۹۷۶ بیشترین رابطه مثبت، ترغیب مردم با ضریب ۹۶۴ رتبه دوم، حمایت بین‌المللی از معترضان با ضریب ۹۵۰ رتبه سوم، بزرگنمایی و سراسری جلوه دادن اعتراضات با ضریب ۹۳۱ در رتبه چهارم و نهایتاً سیاه‌نمایی و القای وجود فساد گسترده در کشور با ضریب ۸۹۰ در رتبه پنجم و ارائه اخبار دروغین و شایعات با ضریب ۸۲۹ کمترین رابطه را با گرایش به اغتشاشات داشته است.

- مقاله‌ای با عنوان تلگرام و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران (۱۴۰۰) توسط رضا اختیاری امیری و همکاران نگارش شده است. یافته‌های تحقیق حاکی از آن است که تلگرام از طریق انتشار شایعات سیاسی و اخبار جعلی، مشروعیت‌زدایی<sup>۲</sup> و ناکارآمد جلوه دادن نظام، تحریک افکار عمومی، ایجاد شکاف میان سطوح جامعه و حاکمیت، سازماندهی آشوب‌ها و گسترش آنها، هماهنگ کردن معترضان و آشوب‌کنندگان، تشدید اختلافات قومی، قبیله‌ای و ... بیشترین تأثیرات را بر امنیت سیاسی، اجتماعی و فرهنگی کشور داشته است.

- کتابی با عنوان آتش خاموش؛ نگاهی به اعتراضات آبان ماه ۱۳۹۸ (۱۳۹۹) توسط سعید مدنی و همکاران نگارش شده است. در این کتاب علاوه بر روزشمار حوادث آبان ماه ۱۳۹۸، به ابعاد و ماهیت آن اعتراضات و ... پرداخته شده است.

- مجموعه مقالاتی با عنوان اعتراضات و ناآرامی‌های دی ماه ۱۳۹۶: تحلیل‌ها و برآوردها (۱۳۹۷) توسط ابراهیم حاجیانی و همکاران نگارش شده است. نویسندگان در این

1 Political Manner

2 Delegitimization

مجموعه مقالات به عوامل متعدد و زوایای گوناگون علل شکل گیری اعتراضات از منظری کمی پرداخته اند.

- مقاله‌ای با عنوان نقش رسانه های نوین در جنبش های اجتماعی (مطالعه موردی جنبش تسخیر وال استریت) (۱۳۹۱) توسط رضا عبدالهی و همکاران نگارش شده است. یافته های تحقیق حاکی از آن است که جنبش های اجتماعی برای تداوم فعالیت خود و به ثمر نشاندن حرکت های اعتراضی نیازمند رسانه های گروهی جریان اصلی هستند، چرا که این رسانه ها بخش وسیعی از مردم در طبقات مختلف را در بر می گیرند. همچنین جنبش های اجتماعی به افکار عمومی نیاز دارند چرا که افکار عمومی در باز تولید، حمایت و گسترش این جنبش ها نقشی جدی ایفا می کنند.

### ارزیابی تحقیقات پیشین

با بررسی تحقیقات صورت گرفته در ارتباط با موضوع شبکه های اجتماعی و اعتراضات اقتصاد پایه و با مطالعه دقیق مقالات، کتب، پایان نامه و... ارائه شده، این نتیجه حاصل می گردد که هیچ یک از مقالات، کتب و ... به صورت تخصصی به موضوع مورد بحث اشاره نداشته اند. به طور کلی تحقیقات، همایش ها، مقالات و نظریات مورد بررسی، اگر چه از حیث روش شناسی و قابلیت تعمیم، از وجاهت قابل قبولی برخوردارند، ولی هریک از آن ها جنبه ای از فضای شبکه های اجتماعی و اعتراضات را مورد بررسی و ارزیابی قرار داده است. نهایتاً با توجه به اینکه اثر و یا تالیفی که مفاهیم و شاخص های مورد نظر این تحقیق را مورد توجه و تدوین قرار دهد یافت نشده است لذا می توان، پژوهش مذکور را پژوهشی جدید و نوآورانه در این حوزه دانست.

### مبانی نظری تحقیق

#### شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی ساختارهای تجمعی حاصل از تعامل بین افراد، گروه ها و... است. تعامل بین این نهادها مبتنی بر آشنایی اجتماعی است، از آشنایی گاه به گاه، همکار، تا دوست صمیمی یا پیوند خانوادگی. تعامل بین چنین شبکه ای ماهیت رابطه و رفتار موجودات درگیر را مشخص می کند.

مجموعه ای از نهادهای اجتماعی که شامل مردم و سازمانها که به وسیله مجموعه ای از روابط معنی دار اجتماعی به هم متصل اند و با هم در به اشتراک گذاشتن ارزشها تعامل دارند. شکل سنتی خدمت شبکه اجتماعی بر انواع روابط هم چون دوستی‌ها و روابط چهره به چهره متمرکز است اما خدمات شبکه اجتماعی امروزه بیشتر بر جامعه مجازی آنلاین و ارتباطات کامپیوتر واسط متمرکز است. (معمار و دیگران؛ ۱۳۹۱:۱۵۷)

### فضای مجازی

واژه سایبر از لغت یونانی «سایبرنیتس» به معنی سکاندار یا راهنما مشتق شده است و این واژه برای اولین بار توسط ویلیام کیبیس<sup>۱</sup> به کار برده شد. در فضای مجازی، در مجموع، به عرصه ای نرم افزاری جهت تعامل و اکتساب داده ها از طریق رایانه و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می شود (حاجت و دیگران، ۱۳۹۲). فضای مجازی، محیط الکترونیکی واقعی است که ارتباطات انسانی به شیوه ای سریع و واقعی، فراتر از مرزهای جغرافیایی و با ابزار خاص خود، در آن زنده و مستقیم روی می دهد (فروتن نژاد، ۱۳۹۷).

" فضای مجازی مکان نیست دالان و راهرویی است بین مکان ها، شما در محل خودتان زندگی می کنید و بعد در فضای مجازی گردش می کنید و مردمی را ملاقات می کنید که در مکان های دیگری زندگی می کنند اما می توانید با استفاده از فضای مجازی در جهان ذهنی خودتان باشید. بنابراین فضای مجازی نوعی فرافضا، و فضای ذهن است. فضایی که ما هر روز در آن دست به عمل می زنیم و با مردمان و اندیشه های مکان های دیگر و زمان های دیگر ملاقات می کنیم" (کاستلز، ۱۳۸۴:۴۷)

### شبکه های اجتماعی مجازی

در تعاریف موجود از شبکه های اجتماعی مجازی، بیشتر بر سه عنصر تولید و انتشار محتوا، اشتراک گذاری و تعامل تأکید می شود. شبکه های اجتماعی به مثابه یک دسته ابزارهای اینترنتی اند که بر بنیان ایدئولوژیکی و تکنولوژیکی وب استوار می شوند و به کاربران امکان تولید محتوا و مبادله آن را می دهند. بارزترین ویژگی این شبکه ها، عنصر هویت است؛ به این معنا که هویت در شبکه های اجتماعی مجازی به سمت هرچه واقعی تر شدن پی می رود. برخی از ویژگی های

1 William Kibbs



شبکه های اجتماعی عبارتند از: اشتراک گذاری ایده ها، بسیج کنندگی و سازماندهی، دوستی، اعتماد، حلقه های مخاطبان، استناد و تعمیم، چندرسانه ای بودن، نقد و گفت و گو، دنبال کردن و دنبال شدن، پرستیژ، بازنشر، خرد جمعی، جهانی بودن، سرگرمی، ساختار دموکراتیک، قدرت سرمایه اجتماعی، تحرک اجتماعی و ابتکار و خلاقیت. (هرسیج و ربیعی نیا، ۱۴۰۲: ۷)

### نظریه های رسانه ای و مرتبط با موضوع تحقیق

۱- نظریه تزریقی یا تأثیر نامحدود: بر اساس این نظریه می توان پیام را به نحوی تجویز کرد که در ذهن و قلب مخاطب اثر بگذارد در حدی که تأثیر مورد نظر فرستنده پیام در او ایجاد شود. پیام مثل ماده داخل سرنگ می ماند که وقتی به بیمار تزریق شود، تأثیر مورد نظر در او ایجاد می شود. پس رسانه ها سازنده تمام و کمال افکار عمومی هستند. (زارعیان، ۱۳۸۶: ۲۶)

۲- نظریه استحکام (تأثیر محدود): بر اساس این نظریه قدرت پیام رسانه محدود است. رسانه ها فقط می توانند عقاید موجود را تقویت کنند. به عبارتی رسانه ها تغییرات بنیادین در افکار عمومی ایجاد نمی کنند. در بین عناصر ارتباطی به مخاطب توجه می شود و مخاطب پویاست. (همان)

۳- نظریه دو یا چند مرحله ای ارتباط: بر اساس این نظریه، پیام وسایل ارتباطی ابتدا به رهبران عقاید یا رهبران فکری می رسد و از طریق آنها به مخاطبین واقعی منتقل می شود. رهبران عقاید تنها نقش گزینش گر خبر را ندارند بلکه اخبار را بر اساس دیدگاه های خودشان دستکاری کرده و به مخاطبین منتقل می کنند. اگر اخبار رسانه ها مورد توجه رهبران فکری واقع نشود در افکار عمومی تأثیر گذار نخواهد بود. (همان: ۲۷)

۴- نظریه برجسته سازی: رسانه ها در انتقال پیام ها نوعی برجسته سازی یا اولویت به وجود می آورند، به عبارت دیگر رسانه ها نمی توانند تعیین کنند که مردم چطور بیندیشند، اما قادرند به مردم بگویند درباره چه فکر کنند و از این طریق تأثیر کمی بر مخاطبان دارند. در واقع کار رسانه ها اولویت دهی به مخاطب می شود و تأثیر فقط در رفتار مخاطب است. (همان)

۵- نظریه استفاده و خشنودی: در شکل دهی افکار عمومی بر اساس این نظریه مخاطب به نیاز خود آگاه است و به دنبال اطلاعاتی می رود که دوست دارد و طالب آن است. بنابراین مخاطب پویاست، رسانه ها با هم رقابت می کنند. مخاطب جستجوگر است. مخاطب از بین مجموعه رسانه ها و پیام ها دست به انتخاب می زند. (همان: ۲۸)

۶- نظریه وابستگی: براساس این نظریه پیام بر دانش و تفکر افراد موثر است، مثل نظریه تزریقی می‌اندیشد. اما یک تفاوت با آن دارد و آن اینکه مخاطب اعتیاد پیدا می‌کند. مخاطبان با توجه به نیاز به سمت یک رسانه کشیده می‌شوند و تداوم نیازها وابستگی ایجاد می‌کند. هر چه نیاز مخاطبان بیشتر باشد، وابستگی بیشتر و هر چه وابستگی بیشتر باشد، تأثیر بیشتر است. (همان)

## اعتراض

بررسی مفهومی اعتراضات اجتماعی مستلزم تامل در واژه‌های پیرامونی یا نزدیک به آن می‌باشد و بدون بررسی آنها به سادگی میسور نیست. اعتراض در لغت به معنای انتقاد، ایراد، بازخواست، تعرض، خرده‌گیری، مواخذه، نکته‌گیری و واخواهی آمده است (معین، ۱۳۸۱: ۱۶۸). اعتراض در نماد مفهومی خود یک کنش محسوب می‌گردد. دیتز کنش اعتراضی را این گونه تعریف می‌کند: فعالیت اعتراضی شیوه‌ای از کنش سیاسی با هدف اشکال وارد کردن به سیاست‌ها و شرایط است که مشخصه آن، نمایش یک ویژگی نامتعارف برای گرفتن امتیاز از نظام سیاسی و اقتصادی است. این در حالی است که فعالیت مذکور در داخل نظام صورت می‌گیرد. (دیتز، ۱۳۹۵: ۷۷)

از جمله واژه‌های دیگری که با آن رابطه نزدیکی دارند نسبت به آن عام تراست یا رابطه عام و خاص دارند عبارتند از رفتار جمعی، کنش یا اقدام جمعی<sup>۱</sup>، اعتراض اجتماعی، تعارض یا تضاد اجتماعی<sup>۲</sup>، اقدام مستقیم و خشونت اجتماعی<sup>۳</sup>. (مشیرزاده، ۱۳۸۱: ۱۱). برخی اندیشمندان به جای کنش جمعی از مفهوم اعتراض استفاده می‌کنند به عنوان مثال لیسکی<sup>۴</sup> اعتراض را کنش سیاسی که ویژگی آن نمایش‌های غیر عادی است که گروه‌های تقریباً بی‌قدرت آن را انجام می‌دهند، تعریف کرده است. لافلند<sup>۵</sup> اعتراض را نوعی کنش می‌داند که شامل گردهمایی‌ها، رویدادها و... رفتار جمعی می‌شود و زمینه‌های مرکب از رفتارهای جمعی. (نوبخت و همکاران: ۱۳۹۹).

اعتراض ابراز بیزاری شدید یا مخالفت با چیزی است که معمولاً با یک عمل یا بیانیه نشان داده شود. اعتراض به معنای مخالفت با یک ایده یا یک عمل بصورت گفتاری، نوشتاری و عملی است

1 Collective action

2 Social conflict

3 Social violence

4 Lipsky

5 Laughland

که می تواند با توجه به تعداد افراد، ماهیت معترضان و یا ابزارهای مورد استفاده انواع مختلفی داشته باشد. (سردار نیا و البرزی، ۱۴۰۱: ۱۱۰)

### اعتراض اقتصادی

اعتراض اقتصادی یکی از انواع آن به شمار می آید که بر اساس ماهیت افراد معترض مشخص شده است. بر این اساس اعتراضات اقتصادی زمانی اتفاق می افتد که افرادی با کار مشابه و منافع و اهداف یکسان نسبت به چیزی مخالفت می کنند یا برای درخواست چیزی دست به مطالبه گری می زنند. اعتراضات اقتصادی گاهی بصورت اعتصاب و گاهی بصورت تظاهرات خیابانی خود را نشان می دهد و معمولاً ماهیتی غیرخشونت آمیز دارد. (همان)

### نافرمانی مدنی

سابقه پیدایش مفهوم نافرمانی مدنی با تاکتیک و شیوه مبارزه سیاسی پیوند دارد. تاریخ مقاومت مدنی گویای این نکته است که کاربرد این مفهوم بیش از هر چیز در چارچوب مبارزات سیاسی شناخته شده و به مثابه رویه ای از اعتراض در صحنه فعالیت های سیاسی به کار رفته است. اما به تدریج با بر ملا شدن ضعف نظام های لیبرالیستی در صحنه عمل، رویه تاکتیکی شیوه مبارزه نافرمانی مدنی، تغییر کاربرد پیدا کرد. به این ترتیب که این تاکتیک به عنوان موضوعی مهم مورد بحث و گفتگوی فیلسوفان و اندیشمندان سیاسی مدرن قرار گرفت (رحمانی و مختاری، ۱۳۹۴: ۸۰) که از جمله آنها می توان به هانا آرنه، جان رالز، رونالد دورکین و یورگن هابرماس اشاره کرد. (همان: ۹۲)

نافرمانی مدنی از نظر اصطلاحی عبارت است از: هر اقدام قانون شکنانه آشکار و عمدی که با هدف جلب توجه همگان به نامشروع بودن برخی قوانین یا نادرستی آنها از جنبه اخلاقی و عقلانی، صورت می گیرد (آقا بخشی و همکاران، ۱۳۷۹: ۸۵) یا اقدامی سیاسی است که در آن از اقتدار حکومتی<sup>۱</sup> به نشانه اعتراض اخلاقی، سرپیچی می شود (ملک لین، ۱۳۸۱: ۵۶۳). واژه دیگری که از نظر معنا به نافرمانی مدنی نزدیک است، عدم خشونت است. روش عدم خشونت در صدد است تا از طریق وسایلی چون تظاهرات صلح آمیز و اعتصاب های نشسته، مخالفت خود را آشکار کند. در ادبیات سیاسی، از نافرمانی مدنی، با تعابیر دیگری مانند

1 Governmental authority

مقاومت مخفی<sup>۱</sup>، مبارزه منفی<sup>۲</sup>، مبارزه بدون خشونت، مقاومت ملایم<sup>۳</sup>، نافرمانی عمومی و عدم اطاعت از حکومت یاد می‌شود.

امروزه نافرمانی مدنی از مفهومی در سطح تاکتیک سیاسی به مفهومی در سطح نظریه سیاسی گذار نموده است. کارویژه‌های نظری و فلسفی نافرمانی مدنی را می‌توان در برخی از نظام‌های فکری مدرن در دوره معاصر ملاحظه کرد. برخی از نظام‌های فکری مدرن تلاش می‌کنند از این مفهوم به عنوان ظرفیتی برای حل بحران‌های ذاتی سنت لیبرالی همچون تنش میان فرد/جامعه، آزادی/برابری، اکثریت/اقلیت و...، و همچنین رفع ناهماهنگی میان اصول بنیادین این سنت فکری همچون برابری، فردگرایی و جهان‌شمول‌گرایی استفاده کنند. (رحمانی و مختاری، ۱۳۹۴: ۸۲)

### شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل‌دهی به اعتراضات

شبکه‌های اجتماعی مجازی طی فرآیند ۳ مرحله‌ای ذیل، اعتراضات را شکل داده و یا عبارتی به اعتراضات و جاهت می‌دهند:

- هنجارسازی (از طریق: فرصت‌سازی، بمباران رسانه‌ای، متقاعدسازی): به توانایی یک اعتراض برای ایجاد حمایت مردمی و درگیرکردن مردم عادی در روندهای اعتراضی اشاره دارد. در هنجارسازی، معترضان با ساختن یک روایت دلسوزانه از علل وقوع اعتراض و ایجاد تصویری منفی از اقدامات دولت، همراهی مردم را به وسیله شبکه‌های اجتماعی به دست می‌آورند (هرسیچ و ربیعی‌نیا، ۱۴۰۲: ۱۴)

- بسیج و سازماندهی (از طریق: ارتباطات و ویروسی، هماهنگ‌سازی ادراک جامعه): اساساً استراتژی و تاکتیک‌های اعتراضات بر مبنای بسیج و سازمان‌دهی منابع آن، پایه‌ریزی و اجرا می‌شود و موفقیت اعتراض، رابطه مستقیمی در بسیج و سازماندهی هوادارانی دارد که در مرحله هنجارسازی، جذب ایده‌های رهایی بخش اعتراض شده‌اند. (همان: ۱۶)

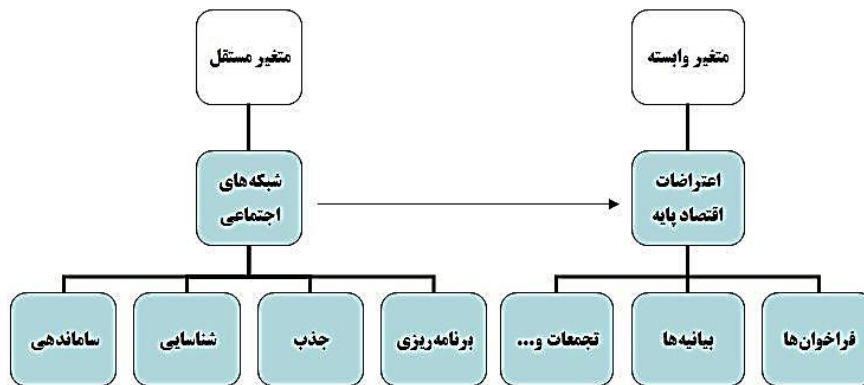
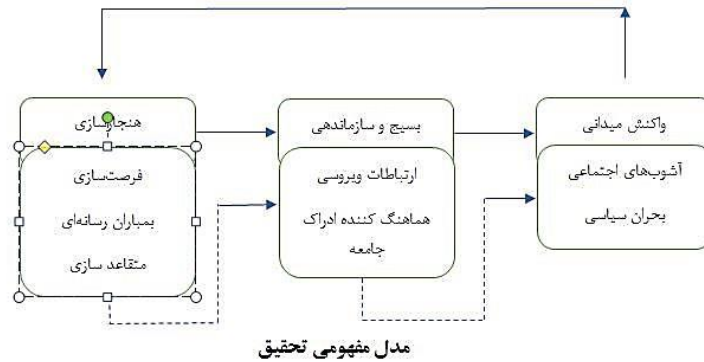
- واکنش میدانی (از طریق: آشوب‌های اجتماعی، بحران سیاسی): واکنش میدانی، حضور فیزیکی معترضان در تجمعات، کمپین‌های اعتراضی، اعتصاب‌ها و اصولاً رفتار اعتراضی

1 hidden resistance

2 Negative fight

3 Mild resistance

در خیابان، به جای فعالیت در فضای مجازی است. واکنش میدانی نتیجه ایجاد یک هنجار اعتراضی و بسیج معترضان برای اعتراض فیزیکی در یک اعتراض اجتماعی است (همان: ۱۸).



شکل ۱. شبکه‌های اجتماعی مجازی و شکل دهی به اعتراضات در یک نگاه (محقق ساخته)

### روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر یک تحقیق توصیفی-تحلیلی است که برحسب نحوه گردآوری داده‌ها، روش آمیخته (کمی-کیفی) و از لحاظ هدف، کاربردی محسوب می‌شود. جامعه آماری تحقیق شامل کارشناسان، کارشناسان عالی، مدیران و فرماندهان مرتبط با حوزه فضای مجازی و مدیریت اعتراضات و اغتشاشات بوده، و حجم نمونه نیز شامل ۳۰ نفر می‌باشد (افرادی که علاوه بر دارا بودن اکانت، وظیفه رصد و مدیریت فضای مجازی را برعهده داشته‌اند). روش نمونه‌گیری در این پژوهش هدفمند بوده است. در مرحله اول، مصاحبه نیمه ساختار یافته با ۳۰ نفر از جامعه آماری

انجام و پس از اشباع نظری<sup>۱</sup>، مصاحبه‌ها متوقف شد. در این مرحله فرآیند/فرآیندهای تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه شناسایی شد. در مرحله بعد از طریق تکنیک دلفی<sup>۲</sup> (سه مرحله ای) به استخراج فرآیندهای اصلی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه پرداخته شد. در مرحله اول و دوم بخش دلفی پرسشنامه حاصل از فرآیند تأثیر شناسایی شده در مصاحبه با پاسخ بلی/خیر برای استخراج فرآیندهای اصلی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر اعتراضات اقتصاد پایه، و مرحله سوم به صورت طیف پنج گزینه‌ای لیکرت<sup>۳</sup> برای رتبه‌بندی این فرآیند در بین گروه دلفی (هر سه مرحله ۳۰ نفر) توزیع شد. برای تعیین روایی<sup>۴</sup> پرسشنامه با ۱۰ تن از اساتید حوزه رسانه، فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی و برخی از مدیران و فرماندهان حوزه مدیریت اعتراضات و اغتشاشات مشورت شد و بعد از اعمال کلیه پیشنهادات اصلاحی و تغییرات ضروری، پرسشنامه مورد استفاده قرار گرفت. پایایی پرسشنامه از طریق آلفای کرونباخ<sup>۵</sup> بررسی شد ( $\alpha=0/885$ ). برای تجزیه تحلیل داده‌ها، در مصاحبه پس از اجرا و ویرایش مصاحبه‌ها، نظرات مختلف در گروه‌های مفهومی یکسان، کدگذاری و طبقه‌بندی و به صورت کیفی تحلیل شدند و در مرحله اول و دوم بخش دلفی که در سه مرحله و پس از اعمال نظر گروه دلفی، مواردی که حداقل دارای ۷۰ درصد پاسخ مثبت بودند، برای مرحله نهایی در پرسشنامه باقی ماندند؛ در مرحله سوم دلفی جهت تجزیه تحلیل داده‌ها در قالب آمار توصیفی و استنباطی و در قالب نرم‌افزار SPSS و AMOS استفاده شد.

## یافته‌های تحقیق

### تحلیل توصیفی داده‌ها

ابتدا ویژگی‌های فردی آزمودنی‌ها معرفی شده و سپس پاسخ افراد مورد مطالعه به هریک از پرسش‌های تحقیق گزارش می‌گردد.

جدول ۱: نتایج دموگرافیک

آماره	فراوانی	درصد
-------	---------	------

- 1 Theoretical saturation  
 2 Delphi technique  
 3 Likert scale  
 4 narrative  
 5 Cronbach's alpha

		متغیر	
۱۳,۳	۴	کارشناس	تحصیلات
۶۶,۷	۲۰	کارشناسی ارشد	
۲۰,۰	۶	دکتری	
۲۳,۳	۷	۵-۱۰ سال	سابقه خدمت
۱۶,۷	۵	۱۱-۱۵ سال	
۱۳,۳	۴	۱۶-۲۰ سال	
۳۶,۷	۱۱	۲۱-۲۵ سال	
۱۰	۳	۲۶ سال به بالا	جایگاه خدمتی
۲۰	۶	کارشناسی	
۷۶,۷	۲۳	مدیریتی	
۳,۳	۱	فرماندهی	
۳۳,۳	۱۰	کارشناس	سابقه اجرایی در حوزه سایبری
۳۶,۷	۱۱	کارشناس عالی	
۲۳,۳	۷	مدیر اجرایی	
۶,۷	۲	مدیر عالی	
۱۶,۷	۵	کارشناس	سابقه فعالیت در حوزه های اطلاعاتی و امنیتی
۳۳,۳	۱۰	کارشناس عالی	
۳۳,۳	۱۰	مدیر اجرایی	
۱۶,۷	۵	مدیر عالی	

قبل از پرداختن به آزمون الگوی ساختاری یا فرضیه‌های پژوهش بررسی نرمال بودن تک متغیری و چند متغیری داده‌ها ضروری است. جداول زیر اطلاعات کلی شاخص‌های آماری متغیرهای پژوهش که شامل شاخص‌های گرایش مرکزی، شاخص‌های گرایش پراکندگی مناسب و نرمال بودن توزیع داده‌ها را نشان می‌دهد.

همانطور که در جدول ۲ ملاحظه می‌شود، آماره‌های توصیفی جهت برآورد شاخص‌های مرکزی و پراکندگی متغیرهای پژوهش ارائه شده است. با توجه به مقادیر شاخص‌های مرکزی تفاوت بین سه شاخص مهم میانگین، میانه و مد برای هر پنج متغیر مورد نظر چندان چشمگیر نیست

و از طرفی چولگی و کشیدگی آنها به جز متغیرهای دوم (نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی) و سوم (ساماندهی و سازماندهی اغتشاشگران چگونه توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی) نزدیک به صفر هستند بنابراین در مورد نرمال بودن توزیع این متغیرها می‌توان مطمئن بود. همچنین نکته‌ی مهمی که از مقادیر چولگی داده‌ها می‌توان استنباط کرد این است که چون این مقادیر منفی هستند بنابراین شکل توزیع داده‌ها تا حدودی چوله به سمت چپ هستند. به عبارت دیگر در این دو متغیر از پژوهش نمرات گرایش به مقادیر بالا دارند.

جدول ۲: آماره‌های توصیفی متغیرهای پژوهش

کشیدگی	چولگی	واریانس	انحراف معیار	مد	میانه	میانگین	تعداد	
۰/۱۰۶	-۰/۲۵	۹/۹۹	۳/۱۶	۲۵/۰۰	۲۵/۰۰	۲۴/۹۳	۳۰	طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه‌های اجتماعی مجازی
-۰/۰۰۵	-۰/۷۷	۶/۵۸	۲/۵۶	۲۲/۰۰	۲۲/۰۰	۲۱/۹۶	۳۰	نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۶۲	-۰/۸۶	۵/۲۷	۲/۲۹	۲۰/۰۰	۱۸/۰۰	۱۷/۳۶	۳۰	ساماندهی و سازماندهی اغتشاشگران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۰۴	-۰/۰۹	۶/۶۳	۲/۵۷	۲۱/۰۰	۲۰/۵۰	۲۰/۳۰	۳۰	نحوه هماهنگی توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی
-۱/۱۳	-۰/۰۸	۶/۹۹	۲/۶۴	۱۶/۰۰	۱۶/۰۰	۱۵/۹۶	۳۰	شبکه‌های اجتماعی مجازی

برای بررسی دقیق‌تر نرمال بودن متغیرها از آزمون آماری کلموگروف اسمیرنوف استفاده می‌کنیم. در جدول ۳ آزمون مذکور ارائه شده است و همانطور که از بالا انتظار داشتیم، ملاحظه می‌شود که تمامی متغیرها دارای توزیع نرمال هستند چون آزمون دارای مقادیر احتمال بیشتر از سطح



معناداری ۰/۰۵ است. البته تنها متغیر دوم دارای مقدار احتمال ۰/۰۲۴ است که با اندکی اغماض در سطح معناداری ۰/۰۱ قابل قبول است. در نهایت فرضیه نرمال بودن متغیرها را می‌پذیریم.

جدول ۳: آزمون نرمال بودن متغیرهای پژوهش

کلموگروف اسمیرنوف			آزمون نرمالیتی
مقدار احتمال	درجه آزادی	آماره	
۰/۲۰۰*	۳۰	۰/۱۰۸	طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۰۲۴	۳۰	۰/۱۷۲	نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۱۲۶	۳۰	۰/۱۴۲	ساماندهی و سازماندهی اغتشاشگران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی
۰/۲۰۰*	۳۰	۰/۱۲۶	نحوه هماهنگی توسط شبکه‌های اجتماعی
۰/۱۴۸	۳۰	۰/۱۳۸	شبکه‌های اجتماعی مجازی

جدول ۴ ضریب آلفای کرونباخ را برای بررسی پایایی<sup>۱</sup> شاخص‌های فرعی به کار رفته نشان می‌دهد. با توجه به مقادیر به دست آمده در این جدول همه متغیرهای پژوهش به جز متغیر چهارم دارای مقادیر ضریب قابل قبولی هستند. اما به دلیل این که ضریب آلفای کرونباخ کل ۰/۸۸۵ مقدار قابل توجهی است، می‌توانیم پایایی این پرسشنامه را تایید می‌کنیم. بنابراین این پرسشنامه را برای نمونه‌های دیگری از جامعه‌ی مرجع استفاده کرده و نتایج مشابه را به دست آورد.

جدول ۴: ضریب آلفای کرونباخ برای متغیرهای پژوهش

ردیف	نام متغیر	تعداد گونه	آلفا کرونباخ
۱	طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه‌های اجتماعی مجازی	۶	۰/۶۴۰
۲	نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	۵	۰/۷۷۳
۳	ساماندهی و سازماندهی اغتشاشگران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴	۰/۷۹۸
۴	نحوه هماهنگی توسط شبکه‌های اجتماعی	۵	۰/۵۶۳
۵	شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴	۰/۷۷۱
	کل	۲۴	۰/۸۸۵

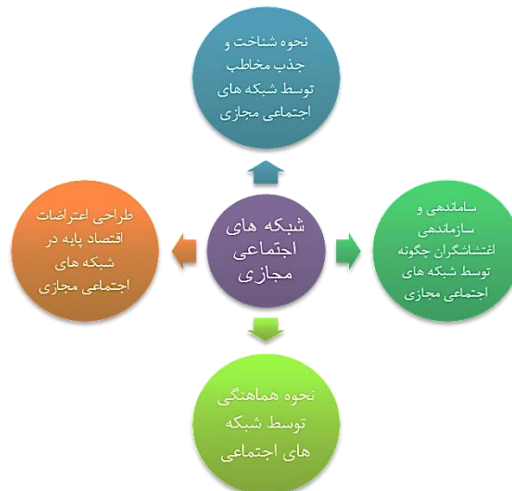
1 Reliability

## تحلیل استنباطی داده‌ها

اطلاعات و داده‌های پژوهش با استفاده از پرسشنامه گردآوری شده است و هدف پژوهش، بررسی تأثیر متغیر مستقل بر متغیرهای وابسته است. بنابراین متغیرهای پژوهش به صورت سازه بوده و اندازه‌های آنها از متغیرهای مشاهده شده استخراج شده است. با توجه به مسأله پژوهش، هدف، آزمون تئوری براساس مشاهده‌ها در جامعه آماری است تا مشخص گردد که مشاهده‌های نمونه-گیری شده از جامعه آماری تا چه حد با مدل مفهومی سازگاری دارد و روابط احتمالی بین متغیرهای مکنون چگونه است.

## مدل اولیه پژوهش

شکل ۱ مدل اولیه پژوهش را نشان می‌دهد. می‌خواهیم پنج شاخص اصلی، را با استفاده از ضرایب همبستگی روابط بین آنها تبیین کنیم و از طرفی یک مقایسه آماری کامل بین چهار گویه پژوهشی ارائه دهیم.



شکل ۱: مدل اولیه پژوهش

## یافته‌های نهایی پژوهش

باتوجه به نتایج بخش قبلی ملاحظه شد که متغیرهای تحقیق دارای توزیع نرمال<sup>۱</sup> هستند، بنابراین برای بررسی رابطه‌ی بین متغیرها می‌توان از ضریب همبستگی پیرسون<sup>۱</sup> استفاده کرد.

<sup>1</sup> normal distribution

همانطور که در جدول ۵ ارائه شده است، تمامی ضرایب همبستگی پیرسون بین متغیرها از لحاظ آزمون آماری در سطح معناداری ۰/۰۵ و ۰/۰۱ مورد تایید هستند. از بین ضرایب همبستگی، متغیر دوم و سوم با مقدار ۰,۶۰۵ بیشترین ضریب همبستگی را باهم دارند. به عبارت دیگر با افزایش یک واحد در نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه های اجتماعی مجازی ما انتظار افزایش تقریباً ۶۰,۵ درصد در ساماندهی و سازماندهی اغتشاش گران توسط شبکه های اجتماعی مجازی خواهیم بود، و یا بالعکس. تفسیر ضرایب همبستگی دیگر نیز به همین ترتیب هستند. نکته ی قابل توجه در این جدول مثبت بودن ضرایب همبستگی است که نشان دهنده اثر گذاری مستقیم متغیرها بر یکدیگر هستند یعنی با افزایش یکی ما شاهد افزایش در دیگری خواهیم بود.

جدول ۵: ماتریس همبستگی متغیرهای پژوهش

(\* معناداری ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۵؛ \*\* معناداری ضریب همبستگی در سطح ۰/۰۱)

ضرایب همبستگی					
متغیر اول	متغیر دوم	متغیر سوم	متغیر چهارم	متغیر پنجم	
۱					ضریب همبستگی پیرسون
۰,۴۲۰*	۱				
۰,۵۴۰**	۰,۶۰۵**	۱			
۰,۴۶۴**	۰,۴۷۱**	۰,۴۲۴*	۱		
۰,۵۲۷**	۰,۵۵۹**	۰,۴۳۳*	۰,۴۹۸**	۱	

با توجه به جدول ۶ ملاحظه می شود که فرضیات فرعی مساله در سطح معناداری ۰,۰۵ و ۰,۰۱ مورد تایید قرار می گیرند و رابطه بین متغیرهای مذکور معنادار است.

جدول ۶: وضعیت فرضیات پژوهش

فرضیات	میزان همبستگی	وضعیت
فرضیه اول بین طراحی اعتراضات اقتصاد پایه و شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	۰,۵۲۷	پذیرش
فرضیه دوم نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه های اجتماعی مجازی صورت می گیرد.	۰,۵۵۹	پذیرش
فرضیه سوم بین ساماندهی و سازماندهی اغتشاشگران و شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	۰,۴۳۳	پذیرش
فرضیه چهارم بین هماهنگی های لازم برای اغتشاشات و شبکه های اجتماعی مجازی رابطه معناداری وجود دارد.	۰,۴۹۸	پذیرش

1 Pearson The correlation coefficient

## تحلیل تاییدی

برای بررسی دقیق روابط بین مقیاس‌های اصلی و خرده مقیاس‌های آنها از معادلات ساختاری در نرم افزار ایموس استفاده می‌کنیم. در مرحله ی اول مدل سازه پیشنهادی را به‌طور کامل (اشباع شده) به عنوان مدل اولیه در نظر می‌گیریم. همانطور که در شکل ۲ ملاحظه می‌شود هر کدام از سازه‌ها (متغیرها) با استفاده از خرده مقیاس‌های مربوطه ساخته شده و ضرایب بین سازه‌ها ارائه شده است. با توجه به این که مقدار احتمال کمتر از ۰/۰۵ است بنابراین مدل معادلات ساختاری مورد تایید است. در جدول ۷ ملاحظه می‌شود که برخی همبستگی‌ها بین سازه‌ها معنادار نیستند. در نتیجه برای ساخت مدل مناسب باید مدل اولیه پیرایش شود. با حذف روابط غیر معنادار از مدل اولیه به مدل ثانویه می‌رسیم.

نام سازه‌ها در مدل معادلات ساختاری	
طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه‌های اجتماعی مجازی	V1
نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	V2
ساماندهی و سازماندهی اغتشاش گران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	V3
نحوه هماهنگی توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	V4
شبکه‌های اجتماعی مجازی	V5



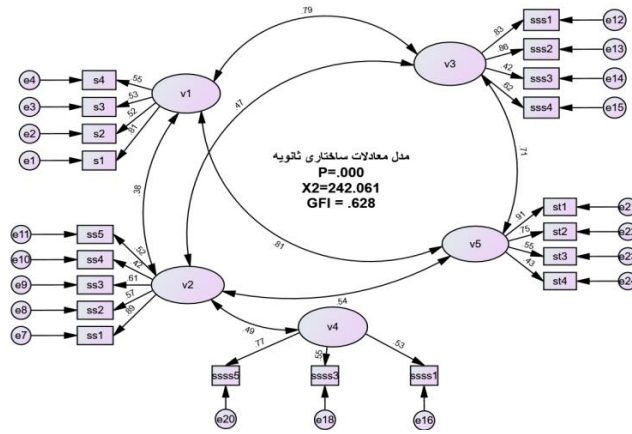
شکل ۲: مدل معادلات ساختاری اولیه

جدول ۷. تحلیل همبستگی متغیرهای پژوهش در مدل معادلات ساختاری اولیه

مقدار احتمال	آماره آزمون $\chi^2$	خطای معیار	همبستگی	کوواریانس			
.۰۰۸	۲/۶۵۱	.۰۹۵	.۷۸۱	.۲۵۲	v3	<-->	v1
.۰۵۶	۱/۹۱۲	.۱۰۴	.۴۷۱	.۱۹۸	v2	<-->	v1
.۰۹۹	۱/۶۵۱	.۱۰۶	.۶۳۰	.۱۷۵	v4	<-->	v1
.۰۰۵	۲/۷۹۸	.۱۱۸	.۸۰۵	.۳۳۰	v5	<-->	v1
.۰۱۶	۲/۴۱۲	.۱۲۰	.۶۲۳	.۲۸۹	v3	<-->	v2
.۰۸۵	۱/۷۲۲	.۱۲۲	.۶۸۵	.۲۱۰	v4	<-->	v3
.۰۱۰	۲/۵۸۳	.۱۲۴	.۷۰۶	.۳۱۹	v5	<-->	v3
.۰۷۶	۱/۷۷۵	.۱۵۸	.۶۹۹	.۲۸۰	v4	<-->	v2
.۰۰۸	۲/۶۳۷	.۱۵۲	.۶۷۷	.۴۰۰	v5	<-->	v2
.۰۹۷	۱/۶۶۰	.۱۴۲	.۶۰۴	.۲۳۶	v5	<-->	v4

### مدل تاییدی ثانویه

شکل ۳ مدل ثانویه را که با پیرایش مدل اولیه به دست آمده است، ارائه می کند. دوباره ملاحظه می کنید که مقدار احتمال مدل کمتر از ۰/۰۵ است پس مدل معادلات ساختاری مورد تایید است. از طرفی مقدار GFI که معیار خوبی برازش مدل است نسبت به مدل اولیه (۰/۵۸۳) بهبود یافته و از مقدار ۰/۶ بالاتر رفته است که مقدار مطلوبی است. در جدول ۸ نیز همبستگی بین سازه ها ارائه شده است که تنها نکته قابل توجه در این جدول این است که برخی از روابط در سطح ۰/۰۵ معنادار نیستند اما در سطح ۰/۱ معنادار هستند. بنابراین با انتخاب جسورانه سطح معناداری ۰/۱ این روابط را در مدل تایید می کنیم. در غیر این صورت با حذف این روابط، سازه‌ی ۴ را باید از مدل خارج کنیم.



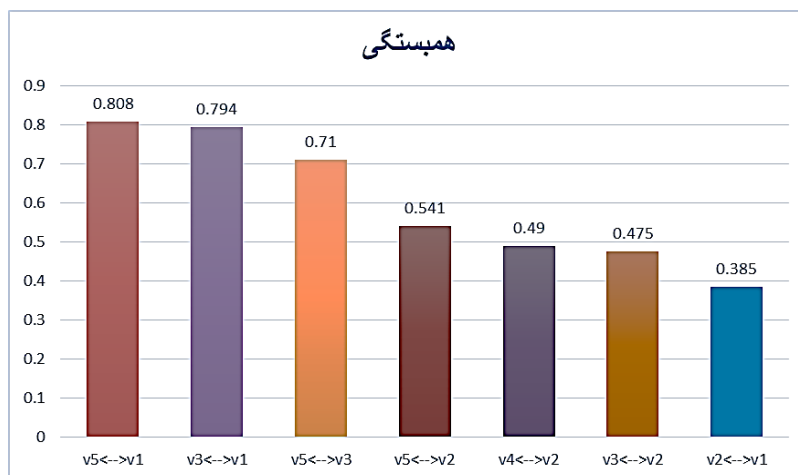
شکل ۳: مدل معادلات ساختاری ثانویه

باتوجه به جدول ۸ ملاحظه می‌کنیم که بیشترین همبستگی بین سازه ی اول و پنجم با مقدار ۰/۸۰۸ و پس از آن همبستگی بین سازه اول و سوم با مقدار ۰,۷۹۴ و همچنین همبستگی بین سازه سوم و پنجم با ضریب ۰/۷۱۰ هستند. ترتیب این ضرایب در نمودار ۴ ارائه شده است. جدول ۸. تحلیل همبستگی متغیرهای پژوهش در مدل معادلات ساختاری ثانویه

مقدار احتمال	آماره آزمون t	خطای معیار	همبستگی	کوواریانس	
.005	2.822	.119	.808	.337	v5 <--> v1
.039	2.068	.098	.475	.202	v3 <--> v2
.008	2.655	.095	.794	.253	v3 <--> v1
.017	2.377	.127	.541	.301	v5 <--> v2
.096	1.666	.126	.490	.210	v4 <--> v2
.008	2.645	.127	.710	.335	v5 <--> v3
.094	1.673	.086	.385	.144	v2 <--> v1

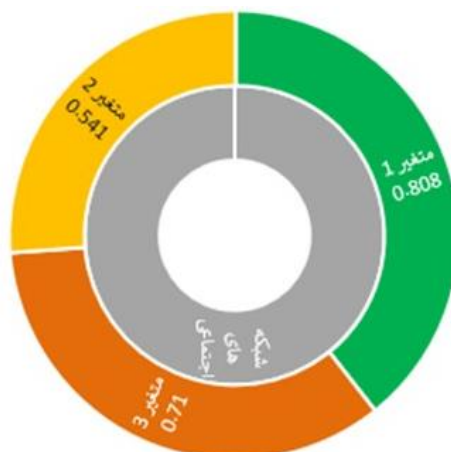
در نتیجه طراحی اعتراضات اقتصاد پایه (۰,۸۰۸) و پس از آن سازماندهی و سازماندهی اغتشاش گران (۰,۷۱) همچنین نحوه شناخت و جذب مخاطب (۰,۵۴۱) بالاترین رابطه همبستگی با شبکه های اجتماعی مجازی دارند.

در این پژوهش یک رابطه ی قوی بین طراحی اعتراضات اقتصاد پایه و سازماندهی و سازماندهی اغتشاش گران توسط شبکه های اجتماعی مجازی با ضریب همبستگی ۰,۷۹۴ مشاهده می شود.



نمودار ۴: ضرایب همبستگی در مدل ثانویه

ترتیب همبستگی متغیرها با استفاده از معادلات ساختاری در دیاگرام زیر قابل شده است. که در آن متغیر ۴ همبستگی معناداری ندارد.



همبستگی متغیرهای پژوهش با شبکه‌های اجتماعی

### آزمون خوبی برازش مدل نهایی

سه دسته از شاخص های برازش مقتصد، مطلق و مقایسه ای مدل پژوهش ما را از زوایای مختلف از آنچه مورد نظر است و آنچه در جامعه وجود دارد مقایسه می کنند. شاخص های مقتصد یا اقتصادی شاخص هایی هستند که با حداقل اطلاعات حداکثر اطلاعات برازش را ارائه می کنند. شاخص های مطلق مدل پژوهش را با یک نقطه برش مورد مقایسه قرار می دهد و شاخص های مقایسه ای با یک مدل ایده آل و بدون نقص در جامعه مورد قیاس قرار می دهد. همانطور که می دانیم از شاخص های مقتصد یک شاخص حتما باید درست باشند. همچنین دو شاخص از شاخص های مطلق و حداقل سه شاخص از شاخص مقایسه ای نیز باید درست باشند تا مدل از نظر برازش وضعیت مناسبی داشته باشد.

در جدول ۹ نتایج تحلیل شاخص های برازش مدل اندازه گیری شده برای معادلات ساختاری ۱ نهایی ارائه شده است. مقدار CMIN/DF همان آماره آزمون خی دو است که مقدار آن برابر ۱,۴۸۵ بوده و چون مقدار آن از بین مقدار معیار ۱ و ۵ قرار دارد پس معتبر است. از طرفی

1 Structural equation

مقادیر معیارهای CFI، TLI، IFI و GFI هرچه به ۱ نزدیک تر باشند بهتر است که در همه آنها مشاهده می‌کنیم بالای ۰/۶ بوده و مطلوب هستند بنابراین این معیارها نیز تایید کننده ی مدل هستند. در نتیجه با توجه به سه معیار اصلی مطلق، نسبی و مقایسه‌ای مدل مورد تایید بوده و ضرایب مدل قابل استنباط به کل جامعه ی پژوهش هستند.

جدول ۹: شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری برای مدل معادلات ساختار نهایی

شاخص‌ها برازش	نوع شاخص برازش	حد مجاز	مقدار بدست آمده	نتیجه
GFI	مقتصد	بزرگتر از ۰/۶	۰/۶۲۸	برقراری
PCFI	مقتصد	بزرگتر از ۰/۵	۰/۵۷۹	برقراری
PNFI	مقتصد	بزرگتر از ۰/۵	۰/۳۷۸	عدم برقراری
$X^2$	مقتصد	بزرگتر از ۵	۲۴۷/۰۶	برقراری
P	مطلق	کمتر از ۰/۰۵	۰/۰۰۰	برقراری
CMIN/DF	مطلق	بین ۱ تا ۵	۱/۴۸۵	برقراری
RMSEA	مطلق	کوچکتر از ۰/۱	۰/۱۲	برقراری
NFI	مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰/۶	۰/۴۴۱	عدم برقراری
CFI	مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰/۶	۰/۶۷۵	برقراری
TFI	مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰/۶	۰/۶۲۱	برقراری
IFI	مقایسه‌ای	بزرگتر از ۰/۶	۰/۷۰۷	برقراری

### تحلیل مقایسه‌ای

همانطور که در بخش قبلی دیدیم، هیچ کدام از متغیرهای پژوهش دارای توزیع نرمال هستند. لذا برای مقایسه بین گروهی از آزمون تحلیل واریانس استفاده می‌کنیم. قبل از آزمون توصیف متغیرهای پژوهش را در جدول ۱۰ ارائه می‌کنیم. همانطور که ملاحظه می‌شود بزرگترین میانگین مربوط به متغیر اول یعنی ۲۴/۹۳ است.



جدول ۱۰: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	تعداد	میانگین	انحراف معیار	خطای معیار	فاصله اطمینان ۹۵ درصد برای میانگین	
					کران پایین	کران بالا
متغیر ۱	۳۰	۲۴.۹۳۳۳	۳.۱۶۱۵۵	.۵۷۷۲۲	۲۳.۷۵۲۸	۲۶.۱۱۳۹
متغیر ۲	۳۰	۲۱.۹۶۶۷	۲.۵۶۶۱۴	.۴۶۸۵۱	۲۱.۰۰۸۵	۲۲.۹۲۴۹
متغیر ۳	۳۰	۱۷.۳۶۶۷	۲.۲۹۶۶۷	.۴۱۹۳۱	۱۶.۵۰۹۱	۱۸.۲۲۴۳
متغیر ۴	۳۰	۲۰.۳۰۰۰	۲.۵۷۵۰۸	.۴۷۰۱۴	۱۹.۳۳۸۴	۲۱.۲۶۱۶
کل	۱۲۰	۲۱.۱۴۱۷	۳.۸۰۹۰۹	.۳۴۷۷۲	۲۰.۴۵۳۱	۲۱.۸۳۰۲

برای آزمون مقایسه میانگین با استفاده از تحلیل واریانس نیاز است که از همگن بودن واریانس های متغیرها مطمئن شویم. برای این کار از آزمون لون استفاده می کنیم. نتایج این آزمون در جدول ۱۱ ارائه شده است. همانطور که ملاحظه می شود، احتمال معناداری این آزمون هم براساس میانگین و هم براساس میانه بیشتر از ۰/۰۵ بوده و بنابراین فرضیه همگن بودن واریانس ها مورد تایید است.

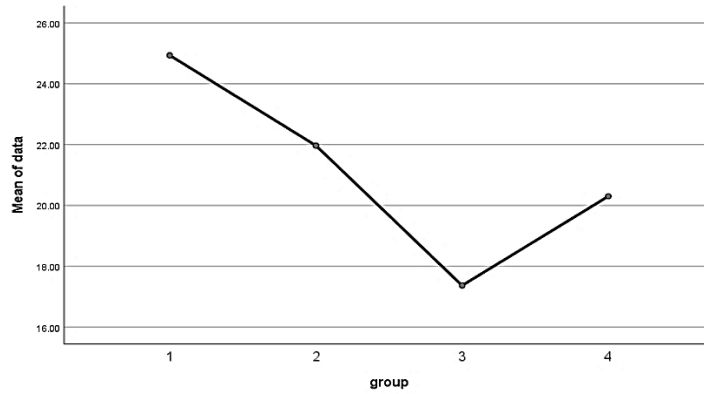
جدول ۱۱: آزمون همگنی واریانس ها

داده ها	براساس میانگین	آماره ی لون	درجه آزادی ۱	درجه آزادی ۲	احتمال معناداری
	.۷۵۷	۳	۱۱۶	.۵۲۰	
	.۷۴۹	۳	۱۱۶	.۵۲۵	

اکنون می توانیم آزمون تحلیل واریانس را انجام دهیم. در جدول ۱۲ آزمون ANOVA یا تحلیل واریانس را ارائه می کنیم. همانطور که در این جدول ملاحظه می شود، احتمال معناداری کمتر از صفر بود و بنابراین فرضیه ی برابری واریانس ها رد شده و لذا میانگین های متغیرهای پژوهش اختلاف معناداری باهم دارند. در نمودار ۵ نیز تفاوت میانگین ها روشن است.

جدول ۱۲: تحلیل واریانس متغیرهای پژوهش

ANOVA					
تغییرات بین گروهی	مجموع مربعات	درجه آزادی	میانگین مربعات	آماره فیشر	احتمال معناداری
	900.492	3	300.164	42.149	.000
تغییرات درون گروهی	826.100	116	7.122		
تغییرات کل	1726.592	119			



نمودار ۵: مقایسه میانگین های متغیرهای پژوهش

برای بررسی جزئیات تفاوت میانگین‌ها از آزمون LSD استفاده می‌کنیم. همانطور که در جدول ۱۳ ملاحظه می‌شود تک تک تفاضل بین میانگین های متغیرهای پژوهش باهم معنادار بود و هر چهار متغیر دو به دو باهم اختلاف دارند.

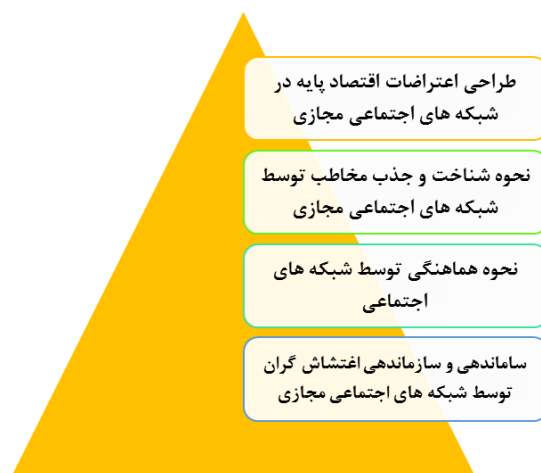
جدول ۱۳: مقایسه چندگانه میانگین ها با روش LSD

مقایسه چندگانه							
فاصله اطمینان ۹۵ درصد		احتمال معناداری	خطای معیار	اختلاف میانگین (I-J)	گروه (J)	گروه (I)	LSD
کران بالا	کران پایین						
۴.۳۳۱۴	۱.۶۰۱۹	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	۲.۹۶۶۶۷*	۲	۱	
۸.۹۳۱۴	۶.۲۰۱۹	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	۷.۵۶۶۶۷*	۳		
۵.۹۹۸۱	۳.۲۶۸۶	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	۴.۶۳۳۳۳*	۴		
-۱.۶۰۱۹	-۴.۳۳۱۴	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	-۲.۹۶۶۶۷*	۱	۲	
۵.۹۶۴۷	۳.۲۳۵۳	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	۴.۶۰۰۰۰*	۳		
۳.۰۳۱۴	.۳۰۱۹	.۰۱۷	.۶۸۹۰۴	۱.۶۶۶۶۷*	۴	۳	
-۶.۲۰۱۹	-۸.۹۳۱۴	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	-۷.۵۶۶۶۷*	۱		
-۳.۲۳۵۳	-۵.۹۶۴۷	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	-۴.۶۰۰۰۰*	۲		
-۱.۵۶۸۶	-۴.۲۹۸۱	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	-۲.۹۳۳۳۳*	۴	۴	
-۳.۲۶۸۶	-۵.۹۹۸۱	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	-۴.۶۳۳۳۳*	۱		
-۳.۰۳۱۴	-۳.۰۳۱۴	.۰۱۷	.۶۸۹۰۴	-۱.۶۶۶۶۷*	۲		
۴.۲۹۸۱	۱.۵۶۸۶	.۰۰۰	.۶۸۹۰۴	۲.۹۳۳۳۳*	۳		

\* اختلاف میانگین‌ها در سطح ۰/۰۵ معنادار است.

از خروجی‌های بالا می‌توان نتیجه گرفت متغیر اول یعنی طراحی اعتراضات اقتصاد پایه به طور معناداری بالاترین نمره در شبکه‌های اجتماعی دارد و پس از آن متغیر دوم یعنی نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی بالاترین نمره را به طور متوسط به خود اختصاص می‌دهد. بعد از آنها متغیر چهارم نحوه هماهنگی و در آخر متغیر سازماندهی اغتشاش‌گران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی در رتبه‌های پایین تر قرار دارند.

برای ساده‌سازی ترتیب متغیرهای پژوهش را از لحاظ میانگین نمرات در جدول و دیاگرام زیر ارائه می‌دهیم.



دیاگرام رتبه بندی متغیرها از لحاظ مقایسه میانگین

جدول ۱۴: رتبه بندی متغیرهای پژوهش از لحاظ مقایسه میانگین

طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه‌های اجتماعی مجازی	رتبه اول:
نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	رتبه دوم:
نحوه هماهنگی توسط شبکه‌های اجتماعی	رتبه سوم:
ساماندهی و سازماندهی اغتشاش‌گران توسط شبکه‌های اجتماعی مجازی	رتبه چهارم:

## نتیجه‌گیری و پیشنهادات

براساس یافته‌های حاصل از تحقیق و در چهارچوب مدل مفهومی، به بررسی نتایج پژوهش پرداخته می‌شود. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد، طراحی اعتراضات اقتصاد پایه با ۸۰٫۸ درصد و

پس از آن ساماندهی و سازماندهی اغتشاش گران با ۷۱ درصد همچنین نحوه شناخت و جذب مخاطب با ۵۴/۱ درصد بیشترین رابطه با شبکه‌های اجتماعی مجازی دارند. در این پژوهش یک رابطه ی قوی بین طراحی اعتراضات اقتصاد پایه و ساماندهی و سازماندهی اغتشاش گران توسط شبکه های اجتماعی مجازی با همبستگی ۷۹/۴ درصد مشاهده می شود. همانطور که اشاره شد، موضوع اعتراضات اقتصاد پایه با برخی علوم مانند سیاست، امنیت ملی، امنیت انتظامی، برنامه ریزی و رفاه اجتماعی و غیره در ارتباط است و بنابراین درصد بالای این مولفه در شبکه های اجتماعی مجازی با اهمیت و کلیدی بودن نقش آن را نشان می دهد.

پوشش غیر واقعی خبری اغتشاش ها و دعوت به تجمع های غیرقانونی، توهین و فحاشی، دخالت آشکار بعضی سیاست مداران و دولت مردان غربی در امور داخلی و دامن زدن به ناآرامی ها، از جمله نمونه های کاربرد شبکه های اجتماعی مجازی علیه امنیت کشور است. بنابراین بی دلیل نیست ساماندهی و سازماندهی اغتشاش گران در شبکه های اجتماعی همبستگی بالایی دارد. نحوه شناخت و جذب مخاطب یکی از مولفه های مهم شبکه های اجتماعی مجازی شناخته شد. تاکتیک های اطلاعاتی چیزی نیست جز قدرت دستکاری در اطلاعات حتی پیش از آنکه این اطلاعات به رسانه ها و مخاطبان برسد یا توان تأثیرگذاری بر مخاطب در نحوه پردازش و درک این اطلاعات را به گونه مطلوب داشته باشد. بر این اساس، در دنیای امروز گستره فرستنده ها، رسانه ها، پیام گیران و پیام سازان عرصه نبرد را شکل می دهند. به این ترتیب، می توان مفهوم واقعی عصر تبلیغات بهتر درک کرد.

همبستگی قوی بین طراحی اعتراضات اقتصاد پایه و ساماندهی و سازماندهی اغتشاش گران توسط شبکه های اجتماعی مجازی نشان دهنده ی طراحی و ایجاد یک جنگ اطلاعاتی<sup>۱</sup>، تضعیف ارزش ها و هنجارها و گروه های مرجع، اشاعه فرهنگ غربی، رشد آسیب های اجتماعی، تغییر الگوی مصرف، کاهش مشارکت سیاسی<sup>۲</sup>، کاهش تاب آوری اجتماعی<sup>۳</sup>، تجارت شبکه ای، شرکت های هرمی، جمع آوری و جاسوسی توسط دشمن، تضعیف اقتدار فرهنگی، براندازی علیه یک کشور، تضعیف هویت (ملی، قومی و زبانی)، تضعیف مبانی و هویت دینی، فروش

1 Information war  
2 Political participation  
3 Social resilience

اطلاعات، ترویج انحرافات و ادیان مخدوش، کاهش سرمایه اجتماعی<sup>۱</sup>، تضعیف ساختار قدرت و عدم ثبات در جامعه، تجهیز گروه های مخالف داخلی، تغییر مفهوم قدرت ملی، خدمت به نظام سرمایه داری، مدیریت غربگرایانه و قوانین دوگانه، هدایت و انجام عملیات های تروریستی مؤثر، هستند.

از لحاظ رتبه بندی مولفه ها در شبکه های اجتماعی، طراحی اعتراضات اقتصاد پایه در شبکه های اجتماعی مجازی به طور متوسط بیشترین امتیاز از نظر پاسخ گویان نمونه مورد بررسی، دارد. نحوه شناخت و جذب مخاطب توسط شبکه های اجتماعی در رتبه دوم این پژوهش قرار دارد. در رتبه ی سوم و چهارم نیز نحوه هماهنگی و همچنین ساماندهی و سازماندهی تجمع های سیاسی و اعتراضی را بر ضد دولت هدف توسط شبکه های اجتماعی که در برخی مواقع، به عنوان سربازان جدید جنگ نرم دولت های غربی، اقدامات خود را به فضای واقعی جامعه نیز سرایت می دهند.

1 Social capital

## فهرست منابع

- آقا بخشی، علی، افشاری، مینو (۱۳۷۹) فرهنگ علوم سیاسی، تهران: چاپار
- ابولی، عابدین، حقیقی، علی محمد، زارعی، غفار (۱۴۰۱) تأثیر شبکه های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران (۸۷-۹۷)، فصلنامه جغرافیا، شماره ۴۶
- احمدی، فهیمه (۱۳۸۹) راهی برای مبارزه با بحران هویت در وبلاگهای ایرانی، فصلنامه رسانه جهانی، شماره ۹
- اختیاری امیری، رضا، تابعی، سید محمد صادق، دهرویه، عباس (۱۴۰۰) تلگرام و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، فصلنامه راهبرد سیاسی، شماره ۱
- امینی مقدم، مرتضی (۱۳۹۰). بررسی نقش شبکه های اجتماعی در فرآیند تحولات سیاسی اجتماعی مصر و تونس.
- بادامچی، محمدحسین (۱۴۰۲) شبکه های اجتماعی: رسانه جامعه شبکه ای غیر رسمی ایران، فصلنامه مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره ۷۰
- تقوی نژاد، محدثه السادات، غنیمتی، حسین (۱۴۰۲) نقش توسعه شبکه های اجتماعی در اعتراضات و اغتشاشات اجتماعی و سیاسی، دومین کنگره بین المللی مدیریت، اقتصاد، علوم انسانی و توسعه کسب و کار، تبریز
- حاجیانی، ابراهیم و همکاران (۱۳۹۷) اعتراضات و ناآرامی های دی ماه ۱۳۹۶: تحلیل ها و برآوردها، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- سردار نیا، خلیل اله، البرزی، هنگامه (۱۴۰۱) تحلیل اعتراضات صنفی-اجتماعی اخیر در ایران (۱۳۹۶-۱۴۰۰) از منظر نظریه سیاست خیابانی، فصلنامه پژوهش های راهبردی سیاست، شماره ۴۰
- دیترآپ، کارل (۱۳۹۵) جنبش اجتماعی و اعتراض سیاسی: نظریه ها و رویکردها، ترجمه مجید عباسی، تهران: پژوهشکده مطالعات راهبردی
- رحمانی، تورج، مختاری، علی (۱۳۹۴) نافرمانی مدنی: ایده ای برای عبور از بن بست لیبرالیسم، دو فصلنامه پژوهش های سیاست نظری، شماره ۱۸
- زارعیان، داوود (۱۳۸۶) شناخت افکار عمومی. تهران: جهاد دانشگاهی واحد تهران
- عبداللهی، رضا، شورگشتی، محسن، اخوت پور، بابک (۱۳۹۱) نقش رسانه های نوین در جنبش های اجتماعی (مطالعه موردی جنبش تسخیر وال استریت)، فصلنامه مطالعات فرهنگ-ارتباطات، شماره ۱۸
- عبدالرحمانی، رضا، حسین پور، جعفر، جبّاری، میثم (۱۴۰۰) بررسی رابطه کاربردی پیام های فضای مجازی با گرایش به اغتشاشات، فصلنامه امنیت ملی، شماره ۴۰
- فروتن نژاد، حمیدرضا، نجابی، سیده لیلا (۱۳۹۷) فضای مجازی و تاثیر پدافند غیرعامل، چهارمین همایش ملی علوم و فنون نوین ایران

قادری حاجت، مصطفی، نصرتی، حمیدرضا (۱۳۹۲) فضای سایبر؛ چالش های حاکمیت و امنیت پایدار، فصلنامه جغرافیای انتظامی، شماره ۲

کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳) شبکه های خشم و امید، جنبش های اجتماعی در عصر اینترنت، ترجمه مجتبی قلی پور. تهران: مرکز

ماه پیشانیان، مهسا (۱۳۹۰) شبکه های اجتماعی و آسیب های سیاسی و روانی، فصلنامه ره آورد نور، شماره ۳۵  
مدنی، سعید و همکاران (۱۳۹۹) آتش خاموش؛ نگاهی به اعتراضات آبان ۹۸، گزارش داخلی، تهران: موسسه رحمان  
مشیرزاده، حمیرا (۱۳۸۱) درآمدی نظری بر جنبش های اجتماعی، تهران: پژوهشکده امام خمینی (ره) و انقلاب اسلامی

معمار، ثریا، عدلی پور، صمد، خاکسار، فائز (۱۳۹۱) شبکه های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تاکید بر بحران هویتی ایران)، فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماع در ایران، شماره ۴

معین، محمد (۱۳۸۱) فرهنگ فارسی، تهران، آدنا: کتاب راه نور

ملک لین، ایان (۱۳۸۱) فرهنگ علوم سیاسی آکسفورد، ترجمه حمید احمدی، تهران: تهران

ميناوند، محمد قلی (۱۳۸۵) اینترنت و توسعه سیاسی: حوزه عمومی در فضای سایبرنتیک، فصلنامه پژوهش سیاست نظری، شماره ۲

نوبخت، امید، سمیعانی، محمد، دعاگویان، داود (۱۳۹۹) مدیریت اعتراضات اجتماعی و فرهنگی در ایران: الگوییابی در فرهنگ عمومی، فصلنامه تخصصی علوم سیاسی، شماره ۵۳

نوروزی، محمد تقی (۱۳۸۵). فرهنگ دفاعی - امنیتی، تهران: نشر سینا

هرسیج، حسن، ربیعی، نیا، بهمن (۱۴۰۲) الگوی شکل گیری جنبش های اعتراضی با تاکید بر نقش شبکه های اجتماعی مجازی، فصلنامه جامعه شناسی کاربردی، شماره ۳

