

## بررسی تاثیر اجرایی و متقابل رسانه‌ها و امنیت اجتماعی

سمانه نوری لنگ<sup>۱</sup>، اعظم شادمان فخرآبادی<sup>۲</sup>

تاریخ دریافت: ۹۴/۰۴/۲۷

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۶/۰۲

### چکیده

امنیت در معنای کلی و فراگیر مقوله‌ای حساس و پر اهمیت به خصوص در جوامع امروزی است. اهداف انسان فقط در سایه امنیت قابل تحقق است. به عبارتی امنیت پایه اصلی پیشرفت و توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در جامعه محسوب می‌شود. رسانه‌ها از دو سو با موضوع امنیت در ارتباطند، از یک نگاه میزان فعالیت و روشننگری رسانه‌ها خود متأثر از میزان امنیت موجود در جامعه است به این معنا که در جامعه امن، اندیشوران رسانه به آسانی تفکر و بینش خود را به مردم بازتابنده و به آسانی و به دور از بیم نظر خود را بیان می‌کنند. از نگاه دیگر روشننگری رسانه‌ها خود به عنوان ابزار و یک کنترل اجتماعی می‌تواند در افزایش امنیت و استواری ایه‌های آن مفید واقع گردد. رسانه‌های دیداری و نوشتاری، کارکردی امنیت ساز دارند و در ایجاد امنیت از نقشی موثر برخوردارند، همچنین رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین زیربناهای ساختار ارتباطی و اطلاعاتی است. که مانند هر ابزار پیشرفته دیگری، همچون سکه دورو دارد یعنی هم می‌تواند مفید و هم مضر واقع شود. یعنی اصولاً ورود هر فناوری پیشرفته‌ای در کشورها، می‌تواند سبب توسعه و پیشرفت مقاصد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی ملل مختلف شود و همچنین اگر کشورها زمینه‌های لازم را برای توسعه و فناوری و فرهنگ‌سازی آن فراهم نکرده‌اند باعث ایجاد تناقض‌ها و تضادهای زیادی می‌شود و می‌تواند فرهنگ و باورهای یک جامعه را مورد تهاجم قرار داده و آن را دگرگون کند.

**واژه‌های کلیدی:** رسانه، امنیت اجتماعی، تهاجم فرهنگی، تاثیر متقابل.

<sup>۱</sup> - کارشناس ارشد علوم اجتماعی - مدرس دانشگاه پیام نور رضوان شهر و شفت گیلان (نویسنده مسئول)

Email: samaneh.nouria@yahoo.com

Email: aazamshademan@yahoo.com

<sup>۲</sup> - کارشناس ارشد علوم قرآنی و حدیث

## مقدمه

رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین زیربناهای ساختار ارتباطی و اطلاعاتی است. رسانه‌ها وسیله‌ای مفید برای کسب آگاهی بیشتر انسان از پدیده‌های علمی و فرهنگی در جهانی است که تا حد یک دهکده کوچک شده است. رسانه‌ها در حال حاضر طیف وسیعی از اقشار تمامی جوامع را پوشش می‌دهند و در توسعه و پیشرفت مقاصد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی ملل مختلف تاثیر بی‌ظنیری دارند. رسانه‌ها هم مانند هر ابزار پیشرفته دیگری، همچون سکه دورو دارد و کشورهای مصرف‌کننده این فناوری معضلاتی را پدید می‌آورد. اصولاً ورود هر فناوری پیشرفته‌ای در کشورهایی که زمینه‌های لازم را برای توسعه و فناوری و فرهنگ‌سازی آن فراهم نکرده‌اند باعث ایجاد تناقض‌ها و تضادهای زیادی می‌شود و می‌تواند فرهنگ و باورهای یک جامعه را مورد تهاجم قرار داده و آن را دگرگون کند. است (سلیمی، ۱۳۹۳، ۲).

جوامع انسانی کشورهای جهان سوم که وسایل نوین ارتباطی در آن‌ها بومی نیستند باید با واقع‌بینی بیشتری با آن‌ها برخورد کنند. از این رو در این جوامع باید در سه حوزه وسیع کوشش فراوان انجام گیرد:

- ۱- شناخت ماهیت و عملکرد رسانه‌هایی که پیوسته در حال تغییرند.
- ۲- تعیین نیازهای فرهنگی مخاطب در جامعه خودی.
- ۳- چگونگی برخورد گریزناپذیر با پیام‌های دم افزون رسانه‌های جمعی بیگانه که گاه متفاوت و متعارض‌اند و نیز استفاده مطلوب از آن بخش از صنایع فرهنگی آن‌ها که می‌توانند مایه ترقی یا پیشرفت کشورهای جهان سوم شوند و جایگاه آن‌ها را بر زیستنی شایسته در قرن پیچیده‌اینده استوار سازند ( دادگران، ۱۳۹۰، ۶).

## بیان مساله

از زمانی که رسانه‌ها وارد جامعه ایرانی شد، طیف گسترده‌ای از شبکه‌های ماهواره‌ای مورد توجه و استقبال مخاطبان قرار گرفت. رسانه‌ها و به خصوص رسانه‌های الکترونیکی، با توجه به قابلیت‌ها و کارکردهایی که دارند، می‌توانند در جهت حفظ سلامت و بهداشت روان و به عنوان یکی از عوامل تسهیل‌کننده هویت یابی برای جوانان کاربرد داشته باشند. همچنین می‌توانند زمینه‌ساز بحران هویت و بیگانگی افراد از فرهنگ، ارزش‌ها و باورهای خود گردند. بنابراین، وسیله و واسطه بودن رسانه‌ها آن‌ها را در معرض کاربردهای دوگانه و گاه متضاد قرار داده است. نکته قابل توجه در زمینه تغییر دیدگاه جوانان نسبت به مدیریت بدن این است که الگوها و ارزش‌های جامعه به شدت در

حال تضعیف و فردگرایی و توجه به خود در حال رشد است که تهدیدکننده امنیت اجتماعی است (خبرگزاری ایرنا ۱۳۸۹/۹/۱۸). نشریه‌های ویژه مد و برنامه‌های تبلیغ انواع پوشاک و لوازم آرایش که از رسانه‌ها پخش می‌شوند، الگوهای مصرف و معیارهای تندرستی افراد را تحت تاثیر قرار داده و در مواردی حتی سلامت آن‌ها را به خطر می‌اندازد. دیگر تاثیرات رسانه‌های جمعی خارجی در تغییر رفتار اجتماعی مخاطبان نشان شامل مواردی مانند گسترش بی‌بندوباری به وجود آمدن فساد فراگیر در جامعه و به انحطاط کشیده شدن برخی از جوانان و گسترش روزافزون مشروبات الکلی، ایجاد گروه‌های غربی مانند هوی، متال‌ها، پ‌ها و شیطان پرست‌ها، تمایل به مد گرایی و ... می‌باشد. اصلی‌ترین تغییر ایجاد شده در کسب زندگی افراد طی سال‌های گذشته را کاهش روابط عاطفی بین خانواده‌ها دانست (دکتر ابهری، ۱۳۹۲). که به دنبال آن کم‌رنگ شدن ارزش‌های خانوادگی و گسستگی نهاد خانواده است. ازدیاد طلاق در جوامع امروزی، از نشانه‌های این گسستگی است. و در کل امنیت اجتماعی فرد و جامعه را برهم می‌زند. هدف نگارنده این است که با توجه به گسترش استفاده از تکنولوژی نوین در بین جوانان، ضرورت بررسی تاثیر این تکنولوژی‌ها بر امنیت اجتماعی احساس می‌گردد. به طور کلی می‌توان تاثیرات برنامه‌های ماهواره را بر روی جوانان در اهم موارد زیر خلاصه کرد:

- ۱- کم رنگ شدن باورهای دینی و عدم شرکت در جلسات مذهبی و دینی، ترک واجبات و ارتکاب بسیاری از محرّمات.
- ۲- آلوده شدن به بیماری‌های براندازنده مانند ایدز و سیفلس.
- ۳- تغییرات فاحش در شیوه لباس پوشیدن، آرایش موها و صورت و عدم پذیرش این مدل جدید از طرف خانواده‌ها و ایجاد تعارضات و درگیری‌ها.
- ۴- عدم آرامش، اضطراب، بی‌قراری، افسردگی و افزایش پرخاشگری در اثر دیدن برنامه‌هایی که مناسب سن نوجوانان و جوانان نیست.
- ۵- ایجاد مشکلات فیزیولوژیایی و در پی آن مشکلات روانی در اثر تماشای برنامه‌های محرک و هیجان‌آور ماهواره.

### چارچوب نظری

#### نظریه کاشت (گربرنر)

این اصطلاح از رهیافت خاصی در مورد مطالعه تاثیرات رسانه‌ها برگرفته شده که گربرنر آن را ارائه کرده است. استدلال گربرنر این است که تلویزیون به صورت بازوی اصلی فرهنگ جامعه در آمده

است. گربنر و همکاران وی نوشته‌اند: دستگاه تلویزیون یک عضو اصلی خانواده شده است، کسی که بیشتر اوقات بیشتر داستان‌ها را می‌گوید، گربنر یادآوری می‌کند که بیننده عادی چهار ساعت در روز تلویزیون تماشا می‌کند، افراد پر مصرف از این هم بیشتر تلویزیون تماشا می‌کنند.

### گیدنز و سبک زندگی

برداشت گیدنز از مقوله سبک زندگی عبارت است از: تلاش برای شناخت مجموعه منظمی از رفتارها یا الگوهای کنش که افراد آن‌ها را انتخاب کرده و کنش‌شان در زندگی روزمره به واسطه آن‌ها هدایت می‌شود. مهم این است که چنین انتخاب‌هایی در هر سطحی وجود دارند و هیچ فرهنگی انتخاب افراد را کاملاً از آن‌ها نمی‌گیرد (فاضلی، ۱۳۸۲، ۶۵).

### بورديو و سبک زندگی

یکی از مفاهیم اساسی جامعه‌شناسی و رادیو «عادت واره» است. عادت واره ها اصول گسترش‌دهنده‌ی متمایز و متمایزکننده‌اند، آنچه کارگر می‌خورد و به خصوص شیوه خوردن او، ورزشی که انجام می‌دهد و شیوه انجام آن به گونه‌ای نظام‌یافته، از موارد مشابه آن نزد مدیران صنعتی متفاوت است. بورديو سبک زندگی را به معنای همین سلیقه‌ها و عادت واره‌ها به کار می‌برد (بورديو، ۱۳۸۱، ۳۷). بسیاری کتاب تمایز بورديو را انجیل محققان این عرصه می‌دانند و کمتر متنی را در این عرصه می‌توان یافت که آراء وی را مرور نکرده باشند. بورديو به تحلیل انتخاب‌های سبک‌های زندگی پرداخته و آن را از این جهت بااهمیت دانسته که تمایزات اجتماعی و ساختاری در دهه اخیر مدرنیته به طور روزافزونی از رهگذر صور فرهنگی بیان می‌شوند.

طبق نظریه کاشت، (جرج گربنر) می‌توان نتیجه گرفت که افرادی از تلویزیون استفاده می‌کنند در نهایت به دلیل استفاده مکرر رسانه از برنامه‌های خاصی، جهان‌بینی مشترکی در بین مخاطبان ایجاد می‌کنند. البته باید اذعان نمود که این جهان‌بینی در میان اقشار مختلف جامعه بر حسب منابع مورد استفاده در دسترس آن‌ها متفاوت می‌باشد. در این تئوری (کاشت) میزان تماشای تلویزیون متغیر مستقلی است که در میان تماشاگران پر مصرف به ایجاد هماهنگی در نگرش‌ها و گرایش‌ها می‌انجامد. تلویزیون دیدگاه‌ها را نسبت به جهان و کسب زندگی شکل می‌بخشد. تلویزیون انسان را به یک دنیای وسیع‌تری ارتباط می‌دهد. بنابراین در تکمیل گفته بالا می‌توان از نظریه ساختارگرایی اثرات رسانه‌ها استفاده نموده رفتار رسانه‌ای (میزان مصرف، انتخاب نوع برنامه و...) بر تحت تاثیر ساختار اجتماعی موجود است. طبق نظریه گیدنز نیز ساختارهای اجتماعی و رسانه‌ای در سطح کلان بر افکار و انتخاب‌های افراد در زندگی روزمره سطح (خرد) تاثیر گذار

می‌باشند. ساختار رسانه‌ای حاصل کنش‌های افرادی است که تصمیم به سیاست‌گذاری، تولید، پخش و غیره می‌گیرند، قواعد و منابع موجود در ساختارها عامل‌ها بر گزینش سبک زندگی موثرند. دسترسی افراد به هر یک از رسانه‌ها و کانال‌های موجود با توجه به نوع ساختارهای اجتماعی مانند: تحصیلات، درآمد، شغل و منابعی را در دسترس عاملان یا مخاطبان قرار می‌دهند که می‌تواند در انتخاب و الگومند ساختن افراد و انتخاب سبک زندگی‌شان موثر باشد.

## لاسول

لاسول (۱۹۷۸ - ۱۹۰۲) از اندیشمندان مکتب شیکاگو است. لاسول همه چیز را در جریان محتوای پیام متمرکز می‌ساخت. وی در اثرش ساخت و کارکرد ارتباط در جامعه به ساخت پذیری ارتباطات و حتی تشابه جامعه انسانی از این دیدگاه با دیگر موجودات اشاره دارد. به زعم لاسول وسایل ارتباط جمعی مجموعه‌ای به هم پیوسته تشکیل می‌دهند و باهم تلفیق می‌شوند. این مجموعه با نام الگوی لاسول معروف است و شامل پنج عنصر: چه کسی؟ چه چیزی؟ از کدام مجرا؟ با چه کسی؟ با کدام نتیجه؟ می‌باشد. به نظر لاسول با توجه به عناصر تشکیل دهنده ارتباطات، می‌توان ساخت یابی آنان را پیش‌بینی کرده، تحقق‌پذیر ساخت. از ترکیب غایی عناصر ارتباط، مجموعه‌ای حاوی دو نوع ساخت شامل زیر ساخت‌ها و رو ساخت‌ها فراهم می‌آید. یا ابزار تکنولوژیک ارتباط، مجموعه‌ای به هم پیوسته و متشکل هستند که با نیرویی (infrastructures) زیر ساخت‌ها یا عناصر (superstructures) همساز عمل کرده و در جامعه انسانی اثراتی ویژه بر جای می‌گذارند. رو ساخت‌ها غیر تکنولوژیک حاوی سازمان‌ها، مقررات و اندیشه‌ها و افکار مرتبط با ارتباطات است که در رابطه‌ای تعاملی با زیرساخت قرار دارد. بدین ترتیب از نظر لاسول هر نوع ساخت (زیر ساخت‌ها و روساخت‌ها) در تاثیر از یکدیگر هستند (ساروخانی، ۱۳۷۷، ۷۵، ۷۳). لاسول در زمینه کارکردهای ارتباطات اجتماعی در مقاله معروف خود (ساخت و کارکرد ارتباطات در جامعه) سه دسته کارکرد شامل نظارت، همبستگی و جامعه‌پذیری بر می‌شمارد. به نظر لاسول در صورتی که انسان قابلیت درک بیشتر ارتباطات انسانی و جامعه انسانی را دارا باشد، متوجه می‌شود که کارکرد-ها معمولاً با گذشت زمان و مکان تغییر نمی‌کنند، اما دارای تفاوت‌های بسیار کوچک، ظریف و حتی ضروری هستند. (شرام، ۱۳۸۱، ۸۸ - ۹۰).

## نظریه توده

بر اساس این نظریه، رسانه‌ها در جامعه توده به صورت انحصاری اداره می‌شوند و برای سازماندهی و هدایت توده‌ها به صورت مخاطبین، مصرف‌کنندگان، رای‌دهندگان و کنترل بازار ابزاری موثر بشمار می‌روند. در جامعه توده رسانه‌ها دارای اقتدار محسوب می‌شوند.

آن‌ها هدایت‌کننده افکار عمومی و عقاید بوده و همچنین نیازهای روانی افراد را ارضاء می‌کنند. از نظر سی‌رایت میلز، نظریه‌پرداز یا نفوذ جامعه توده، رسانه‌ها می‌توانند شرایط کنترل جامعه را به صورت غیر دموکراتیک از بالا فراهم آورند قدرت بالقوه رسانه‌ها در جامعه توده، از نظر میلز، ناشی از تمایلات انحصار گرانه و مشکل پاسخگویی از طرف جامعه است (هرمز مهاد، ۱۳۸۰، ۸۹).

## نظریه امپریالیسم فرهنگی

ایده امپریالیسم فرهنگی را می‌توان در نوشته‌های متفکرینی چون شیلز، ولز، منزلا رت جستجو کرد. می‌دانیم که نظریه‌پردازان توسعه در جهان سوم پس از جنگ جهانی دوم، استدلال می‌کردند که رسانه‌های همگانی قادرند با ارایه ارزش‌های غربی، ارزش‌های سنتی و فرهنگ‌های بومی را تضعیف کرده و بدین وسیله به برنامه‌نوسازی در این کشورها کمک کنند درحالی‌که شیلز و همفکران او معتقدند که ارزش‌های ارایه شده در نظریات توسعه همان ارزش‌های جوامع سرمایه و محافل امپریالیستی است که بر اساس برنامه و به طور آگاهانه و سیستماتیک در این نظریه‌ها گنجانده می‌شود و هدف نهایی آن وابسته کردن کشورهای جهان سوم به منافع قدرت‌های مسلط سرمایه‌داری و در نهایت دنباله‌رو کردن کشورهای جهان سوم است (هرمز مهاد، ۱۳۸۰، ۱۰۵).

## تأثیرات رسانه‌ها و به خصوص ماهواره

### الف) اعتقادی

از آنجا که هر انسان به لحاظ ایدئولوژیک دارای یک سری مبانی و اعتقاداتی می‌باشد و رفتار او نیز مطابق با نوع تفکر او به جهان و خداوند است پس باید از این مرزهای اعتقادی دفاع کرده و آن‌ها را به نحو احسن بشناسد و مهم‌ترین هدف دولت‌های استعمارگر در عرصه اعتقادات، شبهات و تلقین‌های نادرست بوده و در زمان فعلی این شبهات با رنگ و لعاب زیباتر خود را بروز می‌دهند. متأسفانه ماهواره در شمار ابزارهایی قرار گرفته که به مرزهای عقیدتی انسان‌ها قصد دارد اساس این مکتب را در هم بریزد البته ناگفته نماند اغراض سیاسی در این مساله بی‌تأثیر نیست.

## ب) فرهنگی و اخلاقی

پر واضح است که هویت انسانی به فرهنگ و تمدن او بر می‌گردد و انسانی که دارای فرهنگ و تمدن نباشد دچار بحران هویت گشته و از او یک شخصیت کاملاً وابسته و متکی به دیگران می‌سازد و دائماً چشمش به دیگران بوده تا خود را مو به مو همانند آن‌ها قرار دهد و این مطلب به ویژه در مورد ملت ایران که دارای فرهنگ کهن و اصیل می‌باشد بسیار خطرناک بوده و تهدیدی بسیار جدی به شمار می‌آید و از طرفی قوام جامعه به اخلاق و رعایت اخلاقیات افراد جامعه می‌باشد و زمانی که انسانیت، حریم‌های شخصی، خانواده و ... از بین برود چنین جامعه‌ای از درون خالی شده و با تلنگری در هم می‌ریزد و این مساله در مورد جوانان و نوجوانان مهم تر است رسانه‌ها و خصوصاً ماهواره از طریق پخش فیلم‌های سکس و غیراخلاقی که نتیجه‌ای جز بی بند و باری، بی‌حیایی، مشوش شدن ذهن جوان و... ندارد به این مقصد پلید دست پیدا می‌کند و بر همین اساس استفاده از برنامه‌های ماهواره در نظر مراجع حرام اعلام شده است.

## ج) سیاسی

از آن جا که دولت‌های جهان صنعتی و استعمارگر با مساله‌ی نظامی موفق به پیشبرد اهداف خود مبنی بر تصرف و تسخیر ایران نشدند بر همین اساس از ابزارهای فرهنگی مانند ماهواره و ... کمک گرفته‌اند تا از طریق راه‌های مختلف و در ظاهری بسیار زیبا با اظهار کمک به مردم ایران و جهان سوم غلبه کنند.

## د) تاثیرات اقتصادی

جامعه‌شناسان اعتقاد دارند دولت‌های غربی و صنعتی قصد دارند تا سبک توجه به خرید و مصرف کالاها و گرایش به مصرف کاذب را به عنوان نمادی از منزلت اجتماعی مطرح کنند، تا از طریق بازارهای داغ و پرفروش جهان سوم سود و درآمد بیشتری کسب کنند.

## نتیجه‌گیری

امنیت در معنای کلی و فراگیر مقوله‌ای حساس و پر اهمیت به خصوص در جوامع امروزی است. اهداف انسان فقط در سایه امنیت قابل تحقق است. به عبارتی امنیت پایه اصلی پیشرفت و توسعه اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی در جامعه محسوب می‌شود. رسانه‌ها از دو سو با موضوع امنیت در ارتباطند، از یک نگاه میزان فعالیت و روشننگری رسانه‌ها خود متأثر از میزان امنیت موجود در جامعه است به این معنا که در جامعه امن، اندیشوران رسانه به آسانی تفکر و بینش اما آنگاه که در کارکردی منفی نقش وارونه بر عهده می‌گیرند، فضای اطلاعاتی جامعه، آلوده، مبهم و تاریک خواهد

شد. خود را به مردم بازتابنده و به آسانی و به دور از بیم نظر خود را بیان می‌کنند. از نگاه دیگر روشنگری رسانه‌ها خود به عنوان ابزار و یک کنترل اجتماعی می‌تواند در افزایش امنیت و استواری ایه های آن مفید واقع گردد. رسانه‌های دیداری و نوشتاری، کارکردی امنیت ساز دارند و در ایجاد امنیت از نقشی موثر برخوردارند، همچنین رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین زیربناهای ساختار ارتباطی و اطلاعاتی است. که مانند هر ابزار پیشرفته دیگری، همچون سکه دورو دارد یعنی هم می‌تواند مفید وهم مضر واقع شود. یعنی اصولاً ورود هر فناوری پیشرفته‌ای در کشورها، می‌تواند سبب توسعه و پیشرفت مقاصد سیاسی، فرهنگی و اجتماعی ملل مختلف شود و همچنین اگر کشورها زمینه‌های لازم را برای توسعه و فناوری و فرهنگ‌سازی آن فراهم نکرده‌اند باعث ایجاد تناقض‌ها و تضادهای زیادی می‌شود و می‌تواند فرهنگ و باورهای یک جامعه را مورد تهاجم قرار داده و آن را دگرگون کند.

### پیشنهادها

- تخصصی کردن شبکه‌های رسانه‌ها نیز می‌تواند در جذب مخاطبان به سمت امنیت جامعه تاثیر زیادی داشته باشد. اختصاص شبکه‌های گوناگون به برنامه‌های خاص می‌تواند تکلیف مخاطب را با رسانه روشن کند و در تصمیم‌گیری وی در زمینه استفاده از برنامه‌ها درباره امنیت جامعه تاثیر زیادی داشته باشد.
- مدیریت تولید و انتشار محتوای رسانه‌ای مناسب در راستای افزایش احساس امنیت در کشور.
- پرهیز از ملی کردن اخبار و حوادث منطقه‌ای: بر اساس این پیشنهاد باید تاکید شود که رسانه‌های جمعی نباید اتفاقات و حوادثی را که در گوشه‌ای از کشور به وقوع می‌پیوندد در سطح ملی طرح نمایند و بر این اساس احساس نگرانی را توسعه دهند.
- اهتمام به افزایش آگاهی و حساسیت مدیران و کارشناسان نیروی انتظامی، صدا و سیما، برنامه‌سازان رسانه‌ها، روزنامه‌نگاران، فیلم‌سازان در راستای حفظ و تأمین احساس امنیت.
- لازم است که برنامه‌های تفریحی و سرگرم‌کننده رسانه‌ها افزایش یابد و این برنامه‌ها به گونه‌ای ساخته شود که متناسب با سلیقه و علاقه اقشار مختلف جامعه باشد.



## منابع

- ۱- آشفته تهرانی، امیر (۱۳۸۹)، جامعه‌شناسی جهان سوم، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ دوازدهم.
- ۲- بورديو، پی‌یر (۱۳۸۱)، تورج یار احمدی، تهران، نشر شیرازه.
- ۳- دادگران، محمد (۱۳۹۰)، مبانی ارتباطات جمعی، تهران، نشر فیروزه. چاپ هفدهم.
- ۴- سلیمی، سپیده (۱۳۹۳)، بررسی جامعه‌شناختی نقش ماهواره بر سبک زندگی، پایان نامه کارشناسی، دانشگاه پیام نور رضوان‌شهر.
- ۵- کوئن، بروس (۱۳۸۹)، درآمدی بر جامعه‌شناسی، مترجم محسن ثلاثی، نشر توتیا، چاپ هجدهم.
- ۶- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۵)، جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، چاپ هجدهم.
- ۷- لهسایی‌زاده، عبدالعلی (۱۳۸۶)، جامعه‌شناسی توسعه، تهران، انتشارات دانشگاه پیام نور، چاپ پنجم.
- ۸- لاسول، هارولد (۱۹۸۷)، عصر اطلاعات، اقتصاد-جامع-فرهنگ.
- ۹- مهرداد، هرمز (۱۳۸۰)، مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی، نشر موسسه فرهنگی-پژوهشی فاران.