



Research Paper

Impact of Political Structures on the Pulpit Communication Network in Iran (Comparative Survey of Youth and Pulpits)

Hossein Torkashvand ^a, Ali Mohammad Mazidi Sharafabadi ^{b*}, Hossein Eslami ^c

^a. PhD student, Department of Communication Sciences, Maybod Branch, Islamic Azad University, Maybod, Iran

^b. Assistant Professor, Department of Communication Sciences, Maybod Branch, Islamic Azad University, Maybod, Iran

^c. Assistant Professor, Department of Management, Yazd Branch, Islamic Azad University, Yazd, Iran

ARTICLE INFO

ABSTRACT


Keywords:

Pulpit, officials, youth, public culture, official culture



Modern media and social networks challenge the traditional media by constantly generating identity policies and distributing a form of active autonomy, and force its level of influence and believers to reconsider. Meanwhile, the pulpit, as one of the most traditional and political communication networks in Iran, has also challenged by the growing dominance of social media. Due to the importance of this issue, the present study has conducted a comparative survey of young people and officials about the structures of unconvincing pulpits in Iran. Accordingly, by compiling a researcher-made questionnaire, the opinions of 420 young people in Tehran and 30 active pulpits in the mosques of this city about the impact of the five structural issues of market economy, politics, ethics, religious autonomy and society. Modernity has studied on the unconvincingness of the pulpits. The results show that the most important structure in the formation of the pulpit's dissatisfaction from point of view is the inappropriate performance of officials and from the pulpit's point of view, the most important structure for the formation of the pulpit's satiety is the problems of the modern world. Hence, it seems that the phenomenon of pulpit persuasion in Iran is one of the examples that has disrupted the dynamic and two-way relationship between public culture and official culture.

Citation: Turkashvand, H., Mazidi sharafabadi, A. M., & Eslami, H. (2023). Impact of political structures on the pulpit communication network in Iran (Comparative survey of youth and pulpits). *Geography (Regional Planning)*, 13(50),234-244.

 <http://doi.org/10.22034/jgeoq.2023.347599.3743>

*.Corresponding author (Email: mazidi6@yahoo.com)

Extended Abstract

Introduction

Various written, spoken, audio and visual media have different relationships with religion according to their inherent capacities and limitations, cultural strategies, programming policies, program type and format, demand, roles, functions, goals and expectations. In addition to that, the requirements and capacities of the background and cultural-social context of the place of media activity, characteristics of the audience, the level and type of demand, the possibilities of using the actual and potential capabilities of the media, the degree and professional power of the media operators, media management, side facilities of media activities, etc. will also be effective in this ratio. Religious messages also have diversity in themselves that deserves attention. Sometimes this variety becomes more complicated in terms of communication and presentation. Entering the important field of examining the quality and interaction and relationship between religion as a sacred phenomenon and media as a sacred phenomenon has always had special sensitivities. In such a way that this review and researches on the life of the formation of the media, especially the mass media, have sometimes been widely neglected in this field of study. In the contemporary era and modern societies, these inattentions can be considered because of the orientations that exist in new societies towards the media, and in line with that, the media also try to avoid any ideological bias. In other words, this fear of the religious orientation of the media, along with the existing traditional view, has caused the relationship between religion and the media to be considered as two mainly incompatible spaces. Most of the reflections on the relationship between religion and media are also rooted in the idea that modern means of communication, by placing themselves inside religion, are changing its nature; this means that due to the medialization process, communication tools and processes are secularizing religion.

Methodology

The research is applied in terms of purpose, descriptive in terms of data collection, and field based in terms of the amount and degree of control of variables. The statistical population studied in this research includes young people aged 15 to 30 in Tehran and active pulpits in the mosques of this city. Based on Cochran's formula, the appropriate number of youth samples for this research was estimated to be 417 people, and finally 420 researcher-made questionnaires were completed, and the opinion of youths and preachers about the impact of five structures of market economy, political, moral, religious autonomy and modern society on the lack of persuasiveness of the pulpit was investigated. In addition, using the purposeful sampling method, 35 active preachers in Tehran were selected as a statistical sample of preachers. Data analysis of this research was done using SPSS version 27 software.

Results and discussion

The findings of this research showed that the most important factor in the formation of the low persuasiveness of the pulpit in Iran, from the point of view of Jonan, is the inappropriate performance of the pulpits, and from the point of view of the pulpitists, the most important factor in the formation of the low persuasiveness of the pulpit is the issues of the modern world. According to the youth's point of view, it is necessary for the country's political-executive officials to review their programs and management methods at various levels. As the findings of this research showed, one of the notable harms in the field of activities of the country's officials is the lack of proper recognition of the needs of the youth, which in turn creates a kind of rupture. On the other hand, the issue of the pulpit's lack of persuasion, by linking cultural issues to social and political issues, creates a network of mistrust in the young generation towards the range of pulpits and executive officials of the country. There are two types of culture in every society; One is official culture (government culture) and

the other is informal culture (public culture). Both cultures, while having their own characteristics, also influence each other.

Conclusion

From the point of view of the pulpits, "the degree of attention to the political issues of the society among the youth", "the degree of tolerance of opposing opinions by the youth" has the highest value, respectively, and the viewpoints of "the level of trust of the country's officials in the youth", "the per capita rate of study among the youth", respectively, has the lowest dispersion coefficient compared to the structures related to the issue of the low persuasiveness of the pulpits from the pulpit's point of view. One of the damages that threatens official culture from one direction and public culture from another direction is the managerial inefficiency of officials. This incident causes official macro-planning not to achieve the expected results in the implementation phase and the official culture is damaged. On the other hand, official culture can be effective and serve national interests and security when it is supported by public culture. In this regard, the phenomenon of low persuasiveness of the pulpit is one of the examples that disrupts the dynamic and two-way relationship between public culture and official culture.

Keywords: Pulpit, officials, youth, public culture, official culture

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

Authors contributed equally to the conceptualization and writing of the article. All of the authors approved the content of the manuscript and agreed on all aspects of the work declaration of competing interest none.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We are grateful to all the scientific consultants of this paper.



آسیب‌شناسی تأثیر سازه‌های سیاسی بر شبکه‌ی ارتباطی منبر در ایران (نظرسنجی تطبیقی جوانان و منبریان)

حسین ترکاشوند - دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران
علی محمد مزیدی شرف آبادی^۱ - استادیار علوم ارتباطات، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران
حسین اسلامی - استادیار گروه مدیریت، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

چکیده

اطلاعات مقاله

واژگان کلیدی:

منبر، مسئولان، جوانان، فرهنگ عمومی، فرهنگ رسمی

شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان فضایی همه‌گیر در رسانه‌های مدرن، با تولید مداوم سیاست‌های هویتی و توزیع نوعی خودمختاری کنشگرانه، رسانه‌های سنتی را به چالش می‌کشند و سطح تأثیر و باورمندان آنها به بازبینی وامی‌دارند. در این میان، منبر به عنوان یکی از سنتی‌ترین و سیاسی‌ترین شبکه‌های ارتباطی در ایران نیز با سلطه‌ی فزاینده‌ی رسانه‌های اجتماعی با چالش مواجه شده است. با توجه به اهمیت این مسئله، پژوهش حاضر با روش پیمایشی به نظرسنجی تطبیقی از جوانان و منبریان درباره‌ی سازه‌های کم‌اقتناع بودگی منبرها در ایران پرداخته است. بر این اساس، با تدوین پرسشنامه‌ی محقق ساخته، نظر ۴۲۰ نفر از جوانان شهر تهران و ۳۰ نفر از منبریان فعال در مساجد این شهر درباره‌ی تأثیر پنج سازه‌ی مسائل اقتصاد بازاری، سیاسی، اخلاقی، خودمختاری مذهبی و جامعه‌ی مدرن روی کم‌اقتناع بودگی منبرها بررسی شده است. نتایج، نشان داد که مهمترین سازه‌ی شکل‌گیری کم‌اقتناع بودگی منبر از دیدگاه جوانان، عملکرد نامناسب مسئولان و از دیدگاه منبریان، مهمترین سازه‌ی شکل‌گیری کم‌اقتناع بودگی منبر، مسائل دنیای مدرن می‌باشد. از این رو، به‌نظر می‌رسد پدیده کم‌اقتناع بودگی منبر در ایران، از جمله مصادیقی است که رابطه‌ی پویا و دوسویه میان فرهنگ عمومی و فرهنگ رسمی را مختل کرده است.

استناد: ترکاشوند، حسین، مزیدی شرف آبادی، علی محمد، و اسلامی، حسین. (۱۴۰۲). آسیب‌شناسی تأثیر سازه‌های سیاسی بر شبکه‌ی ارتباطی منبر در ایران (نظرسنجی تطبیقی جوانان و منبریان). فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، ۱۳(۵۰): ۲۳۴-۲۳۴

 <http://doi.org/10.22034/jgeoq.2023.347599.3743>

مقدمه

رسانه های گوناگون نوشتاری، گفتاری، صوتی و تصویری هر یک به تناسب ظرفیت ها و محدودیت های ذاتی، راهبردهای فرهنگی، سیاست های برنامه سازی، نوع و قالب برنامه، میزان تقاضا، نقش ها، کارکردها، اهداف و انتظارات، نسبت های متفاوتی با دین دارند (Park, 2021: 7). علاوه بر اینکه اقتضات و ظرفیت های زمینه ای و بافت فرهنگی - اجتماعی محل فعالیت رسانه، ویژگی مخاطبان، سطح و نوع تقاضا، امکانات بهره وری از توان های بالفعل و بالقوه رسانه، درجه و توان حرفه ای گردانندگان رسانه، مدیریت رسانه، امکانات جانبی فعالیت های رسانه ای و... نیز در این نسبت سنجی مؤثر خواهند بود (Petratos, 2021: 765). پیام های دینی نیز فی نفسه تنوع درخور توجهی دارند. گاه این تنوع در مقام ابلاغ و ارائه، پیچیدگی بیشتری می یابد. ورود به عرصه مهم بررسی کیفیت و نحوه تعامل و رابطه دین به عنوان یک پدیده مقدس و رسانه به عنوان پدیده ای تقدس زا همواره از حساسیت های خاصی برخوردار بوده است (غیاثیان و همکاران، ۱۴۰۰: ۸۲۹). به گونه ای که این بررسی و پژوهش ها به عمر شکل گیری رسانه، به ویژه رسانه های جمعی بعضاً دستخوش بی توجهی های گسترده ای در این حوزه مطالعاتی شده است (Durante, et al, 2019: 251). در عصر معاصر و جوامع مدرن این بی توجهی ها را شاید بتوان ناشی از جهت گیری هایی دانست که در جوامع جدید نسبت به رسانه وجود دارد و در راستای آن رسانه ها نیز تلاش می کنند که از هرگونه سمت و سوی ایدئولوژیک پرهیز کنند (ابولی و همکاران، ۱۴۰۱: ۷۱۴). به عبارت دیگر، این ترس نسبت به جهت گیری دینی رسانه در کنار دیدگاه سنتی موجود، باعث شده که رابطه میان نسبت دین و رسانه به عنوان دو فضای عمدتاً ناسازگار تلقی گردد (Van der Meer, et al, 2019: 786). عمده تأملات در مورد رابطه دین و رسانه نیز در این عقیده ریشه دارد که احتمالاً وسایل ارتباطی مدرن، با قرار دادن خود در درون دین، در حال دگرگون کردن ماهیت آن هستند؛ بدین معنا که بر اثر فرایند رسانه ای کردن، ابزار و فرایندهای ارتباطی در حال عرفی کردن دین هستند (Pickard, 2020: 13). چرا که رسانه ها این ظرفیت را دارند که بخش هایی از آن را دوباره سازمان دهی کرده و جایگزین کنند (باهنر، ۱۳۹۶: ۲۴).

در ایران، تاریخ حوزه های ارتباطی و رسانه ای، نشان می دهد که حوزه های دینی در کشور بیش از همه از طریق خطابه و وعظ صورت می پذیرفت. این روند ارتباطی، چه در ایران پیش از اسلام که منحصرأ بر سنت شفاهی متکی بود و چه در ایران پس از اسلام که متکی بر تبلیغ و اشاعه ای آموزه های دینی از سوی دستگاه های متولی به کار گرفته می شده است. در ایران دوران اسلامی، تبلیغ به ویژه در شکل خطابه و منبر یکی از ابزارهای اصلی انتقال معارف اسلامی محسوب می - شود. از آنجا که عنصر اصلی تبلیغ دینی از دیرباز با اتکاء به رسانه ای منبر انجام گرفته، از این رو به عنوان یک رسانه ای عمومی شناخته شده است. واقعیت های رسانه ای و ارتباطی منبر در ایران معاصر، دستخوش تحولات فراوان بوده است؛ اما اساس و بنای آن، به ویژه در قالب منبر، اصالت خود را حفظ نموده و در فراز و نشیب های مختلف تاریخ، مورد استفاده قرار گرفته است. به نظر می رسد که در ایران معاصر، فرآیند تبلیغ از طریق منبر همچنان به صورت زنده و پویا دربردارنده ی عناصر مبلّغ، مخاطب (جامعه ی تبلیغی)، موضوع، شیوه، ابزار، هدف، زمان و مکان خاص خود است. با این بر این اساس، تحقیق حاضر به صورت تطبیقی به بررسی سازه های تاثیرگذار در رسانه ای سنتی منبر در ایران از دیدگاه جوانان و منبریان پرداخته است.

مبانی نظری

شبکه ای ارتباطی منبر

داربیره ی شمولیت یک سخنرانی، گسترده و چند لایه است؛ مسائل اجتماعی، سیاسی، اقتصاد بازاری، اعتقادی، اخلاقی، فرهنگی، نظامی، قضایی، دینی، تربیتی و هر آنچه در زیست اجتماعی و فردی انسان ها رخ می دهد، می تواند درون مایه ی سخنرانی باشد (Barrera, 2020: 108). از میان رهیافتهای درون متنی به منبر، می توان به چند رهیافت شناخته شده اشاره کرد که عبارتند از:

رهیافت برداشت‌گرایانه

اغلب پژوهشگران در نوشته‌های خود به آثاری که ربط موضوعی با نوشته آن‌ها دارد اتبشیر می‌دهند و از این آثار برای تأیید نظر خویش استفاده می‌کنند یا تفاوت نظر خود را با اندیشه‌ها و یافته‌های جدید نشان می‌دهند (محمدپور و باقرزاده، ۱۳۹۸: ۵۵۰). این آثار را، که به منابع یا مآخذ نیز شهرت دارد، سند و نوشته‌ای را که به آن‌ها استناد می‌کند را متن می‌نامند (روح، بخش ۱۳۹۷: ۲۴). از آنجا که یک گفتار، نمی‌تواند تنها در بردارنده‌ی داده‌ها و استنادات قرآنی و حدیثی و موارد دیگر باشد، از این رو، خطیب نیز می‌تواند برداشتی از موضوع داشته و با توجه به استنادات به خلق آن بحث پردازد (Zhuravskaya, et al, 2020: 416). در این راستا، استفاده از داستان‌ها، تمثیلات و ... از این جمله‌اند که همگی در فهم مخاطبان تأثیرگذارند. اسطوره‌ها، داستان‌های عامیانه، افسانه‌ها، روایات تاریخی، داستان‌های حماسی، قصه‌های افتخارآمیز^۱ و پهلوان‌نامه‌ها^۲، همگی برداشت‌هایی هستند که از ترکیب و تکامل تدریجی عناصر ساده‌تر به دست می‌آیند (Cinelli, et al, 2021: 204).

پاره‌گفتارهای اخلاق فردی و اجتماعی

تمایز میان اخلاق فردی و اخلاق اجتماعی درک جدیدی است که محصول بازنگری فیلسوفان در سرشت بنیادی رفتارهای انسان است. در واقع، دانشمندان علم اخلاق پیش از ظهور فلسفه اخلاق یا اصلاً میان این دو تمایزی نمی‌دیدند و یکی را به دیگری تقلیل می‌دادند یا در توضیح تمایز این دو فقط مصادیقی را ذکر می‌کردند (Woolley, 2020: 90). اما، فیلسوفان اخلاق رفتارهای انسان را به دو بعد فردی و اجتماعی تفکیک کردند. از این زاویه، تحلیل درست این رفتارها نیازمند مباحث قرائتی درباره ماهیت فرد و جامعه و نسبت میان این دو است. به این ترتیب، هر متفکری به فراخور جهان‌بینی خود نسبت خاصی میان فرد و جامعه تصویر کرده و بر اساس آن تقریر ویژه‌ای از اخلاق فردی و اجتماعی ارائه کرده است (Porter and Wood, 2021: 213). غبطه، حسد و تواضع و تکبر و حسن ظن و عدالت و جور و عفت و سخاوت و مانند آن، همه از مسائلی است که تنها در اجتماع و برخورد انسان با دیگران، مفهوم دارد؛ بنابراین، انسان منهای اجتماع، با انسان منهای اخلاق، همراه خواهد بود (Keller and Leerssen, 2020: 224).

رهیافت سیاسی و غیرسیاسی

مقصود از مسائل سیاسی و غیرسیاسی عبارت است از: اشاره مستقیم به مبحث امور اجرایی کشور، اعم از ساختارهای حکومتی، مبانی تشکیل و رویه‌های موجود در آن‌ها. به این معنا موضوع ولایت فقیه، امت و امامت، امر به معروف و نهی از منکر، جهاد، مبارزه با طاغوت، استکبارستیزی و امثالهم از جمله موضوعات سیاسی به شمار می‌روند. بررسی این رهیافت از آنجا مهم است که پس از انقلاب مشروطه تا حال حاضر کشورمان دارای فرازوفرودهای بسیار در امور سیاسی بوده است. «در هر جامعه‌ای و اساساً در رسانه، سیاست بخشی تفکیک‌ناپذیر از فرایند است» (Fukuyama and Grotto, 2020: 204).

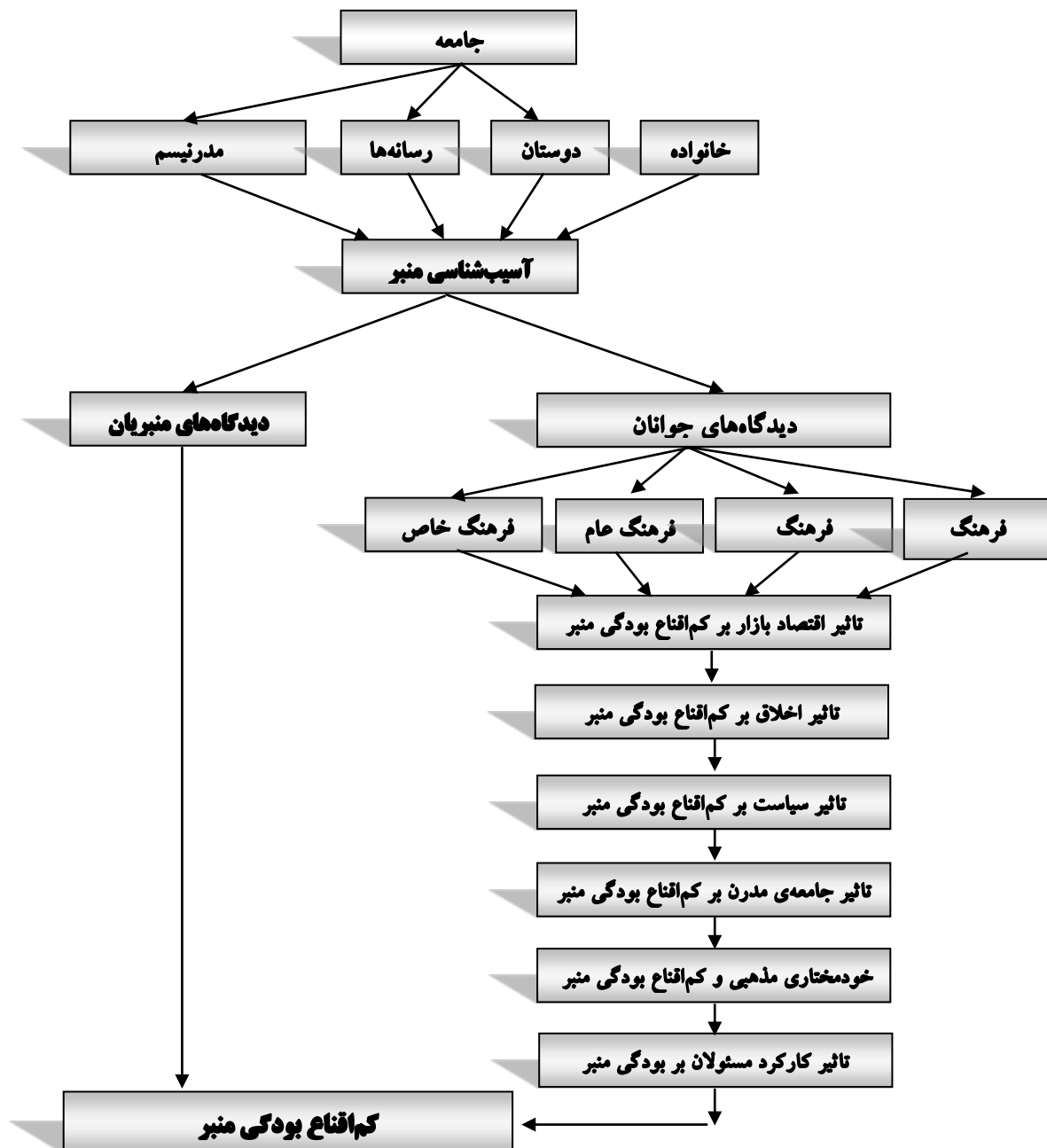
رهیافت تندیرو و تبشیر

در اصول روان‌شناختی رسانه، تزریق امید و شادی و یا برعکس، ترویج ترس و وحشت، از رهیافتهای کلاسیک در هر نوع خطابه‌ای به شمار می‌رود (Barberá, 2020: 36). در درون‌مایه‌ی اسلامی، تندیرو و تبشیر، دو عامل نیرومند روانی برای حرکت انسان به سوی سعادت و دستیابی به فضیلت‌ها و خوش‌بختی در هر دو جهان است. گفتنی است که تندیرو و تبشیر در نقطه مقابل یکدیگر قرار ندارند. نقطه مقابل تبشیر، ناامیدی از رحمت خداست و نقطه مقابل تندیرو، امنیت کامل

¹ Toasts

² Sagas

از عذاب و کیفر الهی است که هر دو از گناهان بزرگ به شمار می آیند. با توجه به آنچه گفته شد، مدل مفهومی تحقیق حاضر به شرح زیر است.



شکل ۱. مدل مفهومی تحقیق

روش تحقیق

پژوهش پیش رو، از لحاظ هدف، کاربردی، از نظر جمع‌آوری داده‌ها، توصیفی و از لحاظ میزان و درجه کنترل متغیرها، میدانی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این تحقیق شامل جوانان ۱۵ تا ۳۰ سال شهر تهران و منبریان فعال در مساجد این شهر می‌باشد. بر اساس فرمول کوکران تعداد مناسب نمونه جوانان برای این تحقیق ۴۱۷ نفر برآورد شد که در نهایت تعداد ۴۲۰ پرسشنامه‌ی محقق‌ساخته تکمیل گردید و به صورت تطبیقی، نظر جوانان و منبریان درباره‌ی تاثیر

پنج سازه‌ی اقتصاد بازاری، سیاسی، اخلاقی، خودمختاری مذهبی و جامعه‌ی مدرن بر کم‌اقتناع بودگی منبر بررسی شد. همچنین، با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند تعداد ۳۵ نفر از منبریان فعال در شهر تهران به عنوان نمونه آماری منبریان انتخاب شد. تجزیه و تحلیل اطلاعات این تحقیق نیز با استفاده از نرم‌افزار SPSS نسخه ۲۷ انجام شده است.

یافته‌ها

نظر سنجی جوانان

رتبه‌بندی سازه‌های عملکرد نامناسب مسئولان کشور از دیدگاه جوانان بر اساس عملکرد نامناسب مسئولان بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۱، از نظر جوانان سازه «میزان فعالیت‌های صورت گرفته در راستای توسعه و تجهیز کتابخانه‌ها، فرهنگسراها و سینماهای عمومی در کشور» دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های عامل عملکرد نامناسب مسئولان کشور می‌باشد.

جدول ۱- رتبه‌بندی سازه‌های عملکرد نامناسب مسئولان کشور از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان صداقت مسئولان کشور در راستای تلاش و خدمت‌رسانی به مردم	۳.۳۳	۱.۴۲	۰.۴۳
۲	میزان صداقت مسئولان کشور در راستای شناخت و انعکاس مناسب مسائل کشور	۲.۸۹	۱.۲۶	۰.۴۷
۳	میزان فعالیت‌های صورت گرفته در راستای تحول تشکیلاتی و محتوایی منبر در کشور	۱.۹۲	۱.۲۳	۰.۶۴

رتبه‌بندی سازه‌های مسائل اخلاقی در شکل‌گیری مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها از دیدگاه جوانان بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۲، از نظر جوانان سازه «میزان صداقت و راستگویی مسئولان کشور در گفتار و رفتار»، دارای بیشترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های مسائل اخلاقی می‌باشد.

جدول ۲- رتبه‌بندی سازه‌های مسائل اخلاقی در شکل‌گیری مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان صداقت و راستگویی مسئولان کشور در گفتار و رفتار	۲.۷۳	۱.۰۹	۰.۴۰
۲	میزان رواج تملق و ریاکاری در بین مسئولان کشور	۳.۲۶	۱.۴۳	۰.۴۴
۳	میزان احترام مسئولان کشور به مردم	۳.۲۹	۱.۴۴	۰.۴۴

رتبه‌بندی سازه‌های کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل مسائل سیاسی از دیدگاه جوانان بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۳، از نظر جوانان سازه «میزان رقابت ناسالم سیاسی در میان مسئولان کشور»، دارای بیشترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های مسائل سیاسی می‌باشد.

جدول ۳- رتبه‌بندی سازه‌های کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل مسائل سیاسی از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان رقابت ناسالم سیاسی در میان مسئولان کشور	۴.۰۰	۱.۳۳	۰.۳۳
۲	میزان تحمل عقاید سیاسی مخالف در میان مسئولان کشور	۲.۳۵	۱.۴۴	۰.۶۱
۳	میزان فعالیت‌های سیاسی مسئولان کشور	۲.۰۸	۱.۳۷	۰.۶۶

رتبه‌بندی سازه‌های مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل اقتصاد بازاری از دیدگاه جوانان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۴، از نظر جوانان سازه «میزان پاسخگو بودن فعالیت‌های صورت گرفته در راستای برنامه‌های گردشگری داخلی و بین‌المللی به نیازهای جوانان»، دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های عامل مسائل سیاسی می‌باشد.

جدول ۴- رتبه‌بندی سازه‌های کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل اقتصاد بازاری از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان تجمل‌گرایی در میان مسئولان کشور	۳.۰۱	۱.۴۶	۰.۴۹
۲	میزان سوء استفاده مسئولان کشور از امکانات دولتی	۲.۳۴	۱.۲۹	۰.۵۵
۳	میزان تناسب فعالیت‌های صورت گرفته در راستای مسائل جوانان	۲.۱۳	۱.۳۳	۰.۶۲

رتبه‌بندی سازه‌های کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل خودمختاری مذهبی از دیدگاه جوانان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۵، از نظر جوانان سازه «میزان تحمل عقاید جوانان از سوی مسئولان کشور»، دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های عامل مسائل خودمختاری مذهبی می‌باشد.

جدول ۵- رتبه‌بندی سازه‌های کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل خودمختاری مذهبی از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان پایبندی مسئولان کشور به فرهنگ اسلامی	۴.۱۶	۱.۱۵	۰.۲۸
۲	میزان توجه به ارزشهای انسانی و خودمختاری مذهبی در میان مسئولان کشور	۲.۷۱	۱.۳۵	۰.۵۰
۳	میزان تحمل عقاید جوانان از سوی مسئولان کشور	۲.۴۲	۱.۳۷	۰.۵۷

رتبه‌بندی سازه‌های عوامل مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل اجتماعی از دیدگاه جوانان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۶، از نظر جوانان سازه «میزان قانون‌پذیری مسئولان کشور»، دارای بیشترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های عامل مسائل جامعه مدرن می‌باشد.

جدول ۶- رتبه‌بندی سازه‌های عوامل مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها بر اساس عامل اجتماعی از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان قانون‌پذیری مسئولان کشور	۳.۴۲	۱.۱۴	۰.۳۳
۲	میزان اعتماد مردم به مسئولان کشور	۳.۲۰	۱.۲۱	۰.۳۸
۳	میزان تلاش مسئولان کشور در راستای تحقق و نشر ارزشهای انقلاب اسلامی	۳.۳۸	۱.۳۶	۰.۴۰
۴	میزان تلاش مسئولان کشور در راستای افزایش و ارتقای سطح آگاهی عمومی	۲.۲۰	۱.۲۳	۰.۵۶

رتبه‌بندی کلی سازه‌های موثر در شکل‌گیری مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها از دیدگاه جوانان

جدول ۷، نشانگر آن است که از دیدگاه جوانان «میزان پایبندی مسئولان کشور به فرهنگ اسلامی»، «میزان رقابت ناسالم سیاسی در میان مسئولان کشور» و «میزان قانون‌پذیری مسئولان کشور» به ترتیب دارای بالاترین میزان و دیدگاه‌های «میزان فعالیت‌های سیاسی مسئولان کشور»، «میزان فعالیت‌های صورت گرفته در راستای تحول تشکیلاتی و محتوایی منبر»، به ترتیب دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به کلیه سازه‌های مرتبط با مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها از دیدگاه جوانان می‌باشد.

جدول ۷- رتبه‌بندی نهایی سازه‌های موثر در شکل‌گیری مسئله کم‌اقتناع بودگی منبرها از دیدگاه جوانان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان پایبندی مسئولان کشور به فرهنگ اسلامی	۴.۱۶	۱.۱۵	۰.۲۸

۰.۳۳	۱.۳۳	۴.۰۰	میزان رقابت ناسالم سیاسی در میان مسئولان کشور	۲
۰.۳۳	۱.۱۴	۳.۴۲	میزان قانون‌پذیری مسئولان کشور	۳
۰.۳۸	۱.۲۱	۳.۲۰	میزان اعتماد مردم به مسئولان کشور	۴
۰.۴۰	۱.۰۹	۲.۷۳	میزان صداقت و راستگویی مسئولان کشور در گفتار و رفتار	۵
۰.۴۰	۱.۳۶	۳.۳۸	میزان تلاش مسئولان کشور در راستای تحقق و نشر ارزشهای انقلاب اسلامی	۶
۰.۴۳	۱.۴۲	۳.۳۳	میزان صداقت مسئولان کشور در راستای تلاش و خدمت‌رسانی به مردم	۷
۰.۴۴	۱.۴۳	۳.۲۶	میزان رواج تملق و ریاکاری در بین مسئولان کشور	۸
۰.۴۴	۱.۴۴	۳.۲۹	میزان احترام مسئولان کشور به مردم	۹
۰.۴۷	۱.۳۶	۲.۸۹	میزان صداقت مسئولان کشور در راستای شناخت و انعکاس مناسب مسائل کشور	۱۰
۰.۴۹	۱.۴۶	۳.۰۱	میزان تجمل‌گرایی در میان مسئولان کشور	۱۱
۰.۵۰	۱.۳۵	۲.۷۱	میزان توجه به ارزشهای انسانی و خودمختاری مذهبی در میان مسئولان کشور	۱۲
۰.۵۵	۱.۲۹	۲.۳۴	میزان سوء استفاده مسئولان کشور از امکانات دولتی	۱۳
۰.۵۶	۱.۲۳	۲.۲۰	میزان تلاش مسئولان کشور در راستای افزایش و ارتقای سطح آگاهی عمومی	۱۴
۰.۵۷	۱.۳۷	۲.۴۲	میزان تحمل عقاید جوانان از سوی مسئولان کشور	۱۵
۰.۶۱	۱.۴۴	۲.۳۵	میزان تحمل عقاید سیاسی مخالف در میان مسئولان کشور	۱۶
۰.۶۲	۱.۳۳	۲.۱۳	میزان تناسب فعالیت‌های صورت گرفته با نیازهای جوانان	۱۷
۰.۶۴	۱.۲۳	۱.۹۲	میزان فعالیت‌های صورت گرفته راستای تحول تشکیلاتی و محتوایی منبر	۱۸
۰.۶۶	۱.۳۷	۲.۰۸	تأثیر فعالیت‌های سیاسی مسئولان کشور	۱۹

رتبه‌بندی سازه‌های مرتبط با مسئله کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه جوانان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۸، از نظر جوانان عامل «مسائل اخلاقی» دارای بیشترین میزان ضریب پراکندگی و عامل «عملکرد نامناسب مسئولان» دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر عوامل می‌باشد.

جدول ۸- رتبه‌بندی عوامل مرتبط با شکل‌گیری مسئله کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه جوانان

رتبه	عامل	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	مسائل اخلاقی	۳.۰۹	۰.۶۸	۰.۲۲
۲	مسائل جامعه مدرن	۳.۰۵	۰.۷۷	۰.۲۵
۳	مسائل خودمختاری مذهبی	۳.۱۰	۰.۷۹	۰.۲۶
۴	مسائل سیاسی	۲.۸۱	۰.۷۳	۰.۲۶
۵	مسائل اقتصاد بازاری	۲.۵۰	۰.۷۲	۰.۲۹
۶	عملکرد نامناسب مسئولان	۲.۷۱	۰.۸۵	۰.۳۱

نظر سنجی منبریان

رتبه‌بندی سازه‌ی کم‌اقتناع‌بودگی منبرها بر اساس عامل اقتصاد بازاری از دیدگاه منبریان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۹، از نظر منبریان، سازه «میزان صداقت در کار جوانان» دارای بالاترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر سازه‌های می‌باشند.

جدول ۹- رتبه‌بندی سازه‌های کم‌اقتناع‌بودگی منبرها بر اساس عامل اقتصاد بازاری از دیدگاه منبریان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان صداقت در کار و فعالیت‌های اقتصاد بازاری در بین جوانان	۳.۲۰	۱.۱۳	۰.۳۵
۲	میزان رواج دلال‌بازی و واسطه‌گری در بین جوانان	۳.۲۳	۱.۱۷	۰.۳۶
۳	میزان رواج تجمل‌گرایی در بین جوانان	۲.۵۴	۱.۰۹	۰.۴۳

رتبه‌بندی کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه‌ی مسائل سیاسی از دیدگاه منبریان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۱۰، از نظر منبریان سازه «میزان توجه جوانان به مسائل سیاسی روز جامعه» دارای بالاترین میزان نسبت به سایر سازه‌ها می‌باشد.

جدول ۱۰- رتبه‌بندی سازه‌های کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه‌ی اقتصاد بازاری از دیدگاه منبریان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان توجه به مسائل سیاسی روز جامعه در میان جوانان	۴.۴۶	۱.۰۷	۰.۲۴
۲	میزان تحمل عقاید مخالف توسط جوانان	۳.۴۹	۱.۱۵	۰.۳۳
۳	میزان تاثیر گذاری جوانان در حل مسائل سیاسی	۲.۶۶	۱.۴۹	۰.۵۶

رتبه‌بندی عوامل کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه‌ی مسائل اخلاقی از دیدگاه منبریان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۱۱، از نظر منبریان، سازه «میزان احترام جوانان نسبت به نسل‌های پیش از خود»، دارای بالاترین میزان نسبت به سایر سازه‌ها می‌باشد.

جدول ۱۱- رتبه‌بندی عوامل کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه‌ی مسائل اخلاقی از دیدگاه منبریان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان احترام جوانان نسبت به نسل پیش از خود	۲.۹۴	۱.۴۵	۰.۴۹
۲	میزان فساد اخلاقی در بین جوانان	۲.۲۶	۱.۴۲	۰.۶۳
۳	میزان اعتماد مسئولان کشور به جوانان	۱.۸۹	۱.۳۲	۰.۷۰

رتبه‌بندی عوامل کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه‌ی مسائل خودمختاری مذهبی از دیدگاه منبریان

بر اساس یافته‌های حاصله از جدول ۱۲، از نظر منبریان سازه «میزان دوری از امور حلال و گرایش به امور حرام» دارای بالاترین میزان نسبت به سایر سازه‌ها می‌باشد.

جدول ۱۲- رتبه‌بندی عوامل شکل دهنده به مسئله کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه مسائل خودمختاری مذهبی از دیدگاه منبریان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان دوری از امور حلال و گرایش به امور حرام در بین جوانان	۲.۷۴	۱.۲۰	۰.۴۴
۲	میزان توجه جوانان به فریضه امر به معروف و نهی از منکر	۲.۷۴	۱.۶۰	۰.۵۸
۳	میزان توجه به ارزشهای انسانی و خودمختاری مذهبی در میان جوانان	۱.۹۱	۱.۲۲	۰.۶۴

رتبه‌بندی عوامل کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه مسائل جامعه مدرن از دیدگاه منبریان

بر اساس یافته‌های جدول ۱۳، از نظر منبریان، سازه «میزان استفاده صحیح از اوقات فراغت در بین جوانان»، دارای بالاترین میزان نسبت به سایر سازه‌ها می‌باشد.

جدول ۱۳- رتبه‌بندی عوامل کم اقتناع بودگی منبرها بر اساس سازه مسائل جامعه مدرن از دیدگاه منبریان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	میزان استفاده صحیح از اوقات فراغت در بین جوانان	۳.۰۳	۱.۶۴	۰.۵۴
۲	میزان تاثیر شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری رفتارهای ناپه‌نجان در بین جوانان	۲.۷۴	۱.۶۵	۰.۶۰
۳	میزان سرانه مطالعه در بین جوانان	۲.۰۶	۱.۳۵	۰.۶۶

رتبه‌بندی کلی عوامل موثر در کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه منبریان

جدول ۱۴، نشانگر آن است که از دیدگاه منبریان «میزان توجه به مسائل سیاسی روز جامعه در میان جوانان»، «میزان تحمل عقاید مخالف توسط جوانان» به ترتیب دارای بالاترین میزان و دیدگاه‌های «میزان اعتماد مسئولان کشور به جوانان»، «میزان سرانه مطالعه در بین جوانان»، به ترتیب دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سازه‌های مرتبط با مسئله کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه منبریان می‌باشد.

جدول ۱۴-رتبه‌بندی دیدگاه‌های مرتبط با مسئله کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه منبریان

رتبه	سازه	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
1	میزان توجه به مسائل سیاسی روز جامعه در میان جوانان	۴.۴۶	۱.۰۷	۰.۲۴
2	میزان تحمل عقاید مخالف توسط جوانان	۳.۴۹	۱.۱۵	۰.۳۳
3	میزان صداقت در کار و فعالیت‌های اقتصاد بازاری در بین جوانان	۳.۲۰	۱.۱۳	۰.۳۵
4	میزان رواج دلال‌بازی و واسطه‌گری در بین جوانان	۳.۲۳	۱.۱۷	۰.۳۶
5	میزان رواج تجمل‌گرایی در بین جوانان	۲.۵۴	۱.۰۹	۰.۴۳
6	میزان دوری از امور حلال و گرایش به امور حرام در بین جوانان	۲.۷۴	۱.۲۰	۰.۴۴
7	میزان احترام جوانان نسبت به نسل پیش از خود	۲.۹۴	۱.۴۵	۰.۴۹
8	میزان استفاده صحیح از اوقات فراغت در بین جوانان	۳.۰۳	۱.۶۴	۰.۵۴
9	میزان تاثیر گذاری جوانان در حل مسائل جامعه	۲.۶۶	۱.۴۹	۰.۵۶
10	میزان توجه جوانان به فریضه امر به معروف و نهی از منکر	۲.۷۴	۱.۶۰	۰.۵۸
11	میزان تاثیر شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری رفتارهای ناپه‌نچار در بین جوانان	۲.۷۴	۱.۶۵	۰.۶۰
12	میزان فساد اخلاقی در بین جوانان	۲.۲۶	۱.۴۲	۰.۶۳
13	میزان توجه به ارزش‌های انسانی و خودمختاری مذهبی در میان جوانان	۱.۹۱	۱.۲۲	۰.۶۴
14	میزان سرانه مطالعه در بین جوانان	۲.۰۶	۱.۳۵	۰.۶۶
15	میزان اعتماد مسئولان کشور به جوانان	۱.۸۹	۱.۳۲	۰.۷۰

رتبه‌بندی سازه‌های مرتبط با شکل‌گیری کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه منبریان

بر اساس یافته‌های جدول ۱۵، از نظر منبریان، عامل «مسائل اقتصاد بازاری» دارای بیشترین میزان ضریب پراکندگی و عامل «مسائل جامعه مدرن» دارای کمترین میزان ضریب پراکندگی نسبت به سایر عوامل می‌باشد.

جدول ۱۵-رتبه‌بندی سازه‌های مرتبط با شکل‌گیری کم‌اقتناع‌بودگی منبرها از دیدگاه منبریان

رتبه	عامل	میانگین	انحراف معیار	ضریب پراکندگی
۱	مسائل اقتصاد بازاری	۲.۹۹	۰.۵۱	۰.۱۷
۲	مسائل سیاسی	۳.۵۳	۰.۷۱	۰.۲۰
۳	مسائل اخلاقی	۲.۶۱	۰.۷۶	۰.۲۹
۴	مسائل خودمختاری مذهبی	۲.۳۶	۰.۸۷	۰.۳۷
۵	مسائل جامعه مدرن	۲.۴۷	۰.۹۹	۰.۴۰

نتیجه‌گیری

همچنان که یافته‌های این پژوهش نشان داد، مهمترین عامل شکل‌گیری کم‌اقتناع‌بودگی منبر در ایران از دیدگاه جوانان، عملکرد نامناسب منبریان و از دیدگاه منبریان، مهمترین عامل شکل‌گیری کم‌اقتناع‌بودگی منبر، مسائل دنیای مدرن می‌باشد. با توجه به دیدگاه جوانان، ضروری می‌نماید که مسئولان سیاسی-اجرایی کشور، اقدام به بازنگری ماهوی و اساسی در برنامه‌ها و شیوه‌های مدیریتی خود در سطوح گوناگون داشته باشند. همچنانکه یافته‌های این پژوهش نشان داد، یکی از آسیب‌های قابل ذکر در عرصه فعالیت مسئولان کشور، عدم شناخت مناسب نیازهای جوانان است که این امر

به نوبه‌ی خود، نوعی گسست و شکاف ایجاد می‌کند. از دیگر سو، مسئله کم اقناع بودگی منبر با پیوند دادن مسائل فرهنگی به مسائل اجتماعی و سیاسی، شبکه‌ای از بی‌اعتمادی را در نسل جوان نسبت به طیف منبریان و مسئولان اجرایی کشور، ایجاد می‌کند. در هر جامعه‌ای دو گونه فرهنگ وجود دارد؛ یکی فرهنگ رسمی (فرهنگ دولتی) و دیگری فرهنگ غیررسمی (فرهنگ عمومی). هر دو فرهنگ ضمن اینکه ویژگی‌های خاص خود را دارند، در یکدیگر نیز تاثیر می‌گذارند. یکی از آسیب‌هایی که فرهنگ رسمی را از جهتی و فرهنگ عمومی را از جهتی دیگر تهدید می‌کند، ناکارآمدی مدیریتی مسئولان است. این رخداد باعث می‌شود که برنامه‌ریزی‌های کلان رسمی در مرحله عمل به نتایج پیش‌بینی شده دست پیدا نکند و فرهنگ رسمی دچار آسیب شود. از سوی دیگر، فرهنگ رسمی زمانی می‌تواند کارایی داشته باشد و در خدمت منافع و امنیت ملی قرار گیرد که از پشتوانه فرهنگ عمومی برخوردار شود. در این راستا، پدیده کم اقناع بودگی منبر، از جمله مصادیقی است که رابطه‌ی پویا و دوسویه میان فرهنگ عمومی و فرهنگ رسمی را مختل می‌کند.

منابع

ابولی، عابدین، حقیقی، علی محمد و زارعی، غفار (۱۴۰۱)، تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر رفتار سیاسی شهروندان ایران (از سال ۸۷-۹۷)، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره ۱۲، شماره ۲، صص ۷۱۳-۷۳۲.

کوبلی، پل (۱۳۹۶)، نظریه‌های ارتباطات (جلد سوم)، ترجمه احساس شاقاسمی، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی. غیاثیان، علی، ابطحی، عطاءالله، سلیمانی، ندا و عامری شهرابی، محسن (۱۴۰۰)، ارائه مدل اقناعی تبلیغات در رسانه‌های اجتماعی با رویکرد کاربردی در صنعت گردشگری، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره ۱۱، شماره ۲، صص ۸۵۰-۸۲۵.

مایرز، گیل. ای، مایرز، میشله. تی (۱۳۹۳)، پویایی ارتباطات انسانی، ترجمه حوا صابر آملی، تهران: انتشارات دانشکده صداوسیما. محمدپور، سارا، باقرزاده، جواد (۱۳۹۸)، نقش وب‌سایت‌ها در توسعه گردشگری پایدار در ایران، فصلنامه جغرافیا (برنامه‌ریزی منطقه‌ای)، دوره ۹، شماره ۳، صص ۵۶۰-۵۴۷.

مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۹۸)، اخلاق اسلامی در نهج البلاغه، قم: انتشارات نسل جوان. ملانوری، حسین (۱۳۹۸)، روش سخنرانی دینی، قم: مرکز مدیریت حوزه علمیه قم.

Ayers, JW. (2021). "Spread of Misinformation About Face Masks and COVID-19 by Automated Software on Facebook". *JAMA Internal Medicine*. 181 (9): 125–153.

Barberá, P. (2020). "Social Media, Echo Chambers, and Political Polarization". In Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (eds.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press.

Barrera, O., Guriev, S., Henry, E. and Zhuravskaya, E. (2020). "Facts, alternative facts, and fact checking in times of post-truth politics". *Journal of Public Economics*. 182(1): 104-123.

Benkler, Y. (2021). "A Political Economy of the Origins of Asymmetric Propaganda in American Media". In Bennett, W. Lance; Livingston, Steven (eds.). *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge University Press. pp. 43–66.

Cinelli, M., Morales, G., De Francisci, G. and Starnini, M. (2021). "The echo chamber effect on social media". *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 18 (9): 202-218.

Durante, R., Pinotti, P. and Tesei, A. (2019). "The political legacy of entertainment TV". *American Economic Review*. 109(7): 249–253.

Fowler, E., Franz, M. and Ridout, T.N. (2020). "Online Political Advertising in the United States". In Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (eds.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press. pp. 111–138.

Fukuyama, F. and Grotto, A. (2020). "Comparative Media Regulation in the United States and Europe". In Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (eds.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press. pp. 199–219.

- Garimella, K., Smith, T., Weiss, R. and West, R. (2021). "Political Polarization in Online News Consumption". *Proceedings of the International AAAI Conference on Web and Social Media*. 15(3): 152–162.
- Jennings, W. (2021). "Lack of Trust, Conspiracy Beliefs and Social Media Use Predict COVID-19 Vaccine Hesitancy". *Vaccines*. 9(6): 59-73.
- Keller, D. and Leerssen, P. (2020). "Facts and Where to Find Them: Empirical Research on Internet Platforms and Content Moderation". In Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (eds.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press.
- Levy, R. (2021). "Social Media, News Consumption, and Polarization: Evidence from a Field Experiment". *American Economic Review*. 111 (3): 83–90.
- Park, C.S. (2021). "Impacts of Cross-Ownership between Newspapers and Television on Viewpoint Diversity: Testing One-Owner-One-Voice Thesis". *Journalism Studies*, 4(2): 1–18.
- Petratos, P.N. (2021). "Misinformation, disinformation, and fake news: Cyber risks to business". *Business Horizons*. 64 (6): 763–774.
- Pickard, V. (2020). "The Public Media Option: Confronting Policy Failure in an Age of Misinformation". In Bennett, W. Lance; Livingston, Steven (eds.). *The Disinformation Age: Politics, Technology, and Disruptive Communication in the United States*. Cambridge University Press.
- Porter, E. and Wood, T.J. (2021). "The global effectiveness of fact-checking: Evidence from simultaneous experiments in Argentina, Nigeria, South Africa, and the United Kingdom". *Proceedings of the National Academy of Sciences*. 118(3): 210-235.
- Van der Meer, T. Kroon, A.C., Verhoeven, P. and Jonkman, J. (2019). "Medialization and the Disproportionate Attention to Negative News". *Journalism Studies*. 20(6): 783–803.
- Wittenberg, C. and Berinsky, A.J. (2020). "Misinformation and Its Correction". In Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (eds.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press.
- Woolley, SC. (2020). "Bots and Computational Propaganda: Automation for Communication and Control". In Persily, Nathaniel; Tucker, Joshua A. (eds.). *Social Media and Democracy: The State of the Field, Prospects for Reform*. Cambridge University Press.
- Zhuravskaya, E., Petrova, M. and Enikolopov, R. (2020). "Political effects of the internet and social media". *Annual Review of Economics*. 12(4): 415–438.