

## بررسی رابطه بین عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران با توجه به نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی

شهین شرفی<sup>۱</sup>، علیرضا منظری توکلی<sup>۲\*</sup>، سنجر سلاجقه<sup>۳</sup>، وحید امیرزاده<sup>۴</sup>

۱- دانشجوی دکتری تخصصی مدیریت دولتی، گرایش تصمیم‌گیری و خط‌مشی‌گذاری، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد

اسلامی واحد کرمان

۲- استادیار، گروه علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

۳- استادیار، گروه مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان

۴- دانشیار، گروه آمار، دانشگاه شهید باهنر کرمان

### چکیده

این پژوهش به منظور بررسی رابطه بین عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به نقش میانجی مسئولیت‌پذیری اجتماعی در ایران صورت گرفته است. برای گردآوری داده‌ها از سه پرسشنامه محقق ساخته عوامل مرتبط، مسئولیت‌پذیری اجتماعی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، که روایی و پایایی آن‌ها مورد تایید قرار گرفت، استفاده گردید. جامعه آماری این پژوهش دو دسته خبرگان و کارشناسان و محققان فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و رسانه و مسائل اجتماعی بودند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزارهای SPSS و AMOS استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد میان مولفه‌های عوامل مرتبط (فنی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری، عوامل ساختاری) با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود داشت. همچنین بین مسئولیت‌پذیری اجتماعی و میزان اجرای خط‌مشی‌های

شبکه‌های اجتماعی و بین مولفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معنی‌دار و مستقیم وجود داشت.

**واژگان کلیدی:** اجرای خط‌مشی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، مسئولیت‌پذیری اجتماعی.

### مقدمه

هر دولتی ملزم به برآورده کردن نیازهای مردم جامعه خود است و باید پاسخگویی به خواسته‌های مردم خود را در سر لوحه اهداف و برنامه‌های خویش قرار دهد، در عصر حاضر هیچ دولتی نمی‌تواند این مسأله را نادیده انگارد زیرا در غیر این صورت محکوم به فناست. با توجه به اینکه دولت‌ها برای رفع مسایل عمومی جامعه خود اقدام به خط‌مشی‌گذاری می‌نمایند و امروزه مسایل عمومی حساس‌تر از گذشته‌اند، بنابراین خط‌مشی‌گذاری نیز از حساسیت بیشتری برخوردار می‌شود (شکری، ۱۳۸۵: ۲).

خط‌مشی‌گذاری از وظایف حاکمیتی حکومت و دولت به شمار می‌رود و علوم خط‌مشی‌گذاری ما را به فعالیت‌های خرد و کلان دولت در عرصه‌های مختلف رهنمون می‌سازند. خط‌مشی‌فرآیندی است که دولت به وسیله آن، ایده‌های خود را به برنامه‌ها و فعالیت‌های اجرایی برای دستیابی به نتایج و ایجاد تغییرات مطلوب در دنیای واقعی عملی می‌کند. تمرکز اصلی در خط‌مشی، بررسی تعامل دولت با جامعه است که در مراحل شناخت و فهم مسئله، طراحی و شکل‌گیری، اجرا، ارزیابی، اصلاح و تغییر خط‌مشی صورت می‌گیرد. واژه خط‌مشی، مفاهیم و معانی زیادی را در بر می‌گیرد و طیف گسترده‌ای از اصول و بیانیه‌های سطح بالا و وسیعی که از طریق فرآیندهای سیاسی دولت اتخاذ گردیده تا تصمیمات اداری کوچک سازمان‌های دولتی را شامل می‌شود (میاب و باقری، ۱۳۹۱: ۳۵).

اجرای مناسب خط‌مشی‌های عمومی از زمان‌های بسیار دور تا به امروز در اداره امور دولتی مورد توجه بوده است. به طوری که وود دراو ویلسون<sup>۱</sup> دانشمند شهیر اداره امور عمومی در سال ۱۸۸۷ اجرا را برابر اداره قرار داد. وی بر این عقیده بود که طرح‌ها و برنامه‌های دولتی به معنی اداره نمی‌باشند بلکه اجرای آن به مفهوم اداره است (گیوریان و ربیعی، ۱۳۸۹: ۲۰۲).

در واقع صاحب‌نظران کلاسیک اداره امور عمومی مانند ویلسون بین خط‌مشی و اجرا تفکیک قائل بودند. در صورتی که اجرا یکی از مراحل مهم خط‌مشی‌گذاری به شمار می‌آید که نمی‌تواند جدا از خط‌مشی‌گذاری دیده شود، زیرا شرط موفقیت و اثربخشی خط‌مشی در اجرای درست و کامل آن است (قلی‌پور، ۱۳۸۷: ۱۳۷).

۱. Wood draw wilsom

اجرای خط‌مشی دارای دو حالت است: اجرای موفق خط‌مشی یا شکست در اجرای خط‌مشی. شکست در اجرای خط‌مشی می‌تواند در نتیجه‌ی عدم اجرا یا عدم موفقیت در اجرا باشد. عدم اجرا به معنی آن است که خط‌مشی اجرا نمی‌شود و از دلایل اصلی آن نادیده گرفته شدن عدم قابلیت اجرای خط‌مشی در مرحله‌ی خط‌مشی‌گذاری است. عدم موفقیت در اجرا نیز حالتی است که سیاست و خط‌مشی، شرایط کامل برای انجام و اجرا را ندارد و عوامل خارجی نامساعد است و خط‌مشی نمی‌تواند به نتایج پیش‌بینی شده دست یابد خط‌مشی اجرا می‌شود ولی تحقق هدف صورت نمی‌پذیرد. شکست خط‌مشی می‌تواند حاصل اجرای بد، سیاست بد یا بدشانسی باشد (جلیلی، ۱۳۹۰: ۲۰).

آسیب‌شناسی فضای مجازی، بررسی، شناخت و درک آسیب‌ها، ناهنجاری‌ها و جرایمی است که در فضای مجازی زندگی روی می‌دهد. در طول حدود چهار سال از ظهور اینترنت و تقریباً سی سالگی وب، جوامع مختلف با مسائل اجتماعی و فرهنگی متفاوتی در عرصه فضای مجازی مواجه شده‌اند. بدیهی است که کشورهای مختلف برای حاکمیت خود بر عرصه فضای مجازی ملی خود به صورت حداقلی اقدام به سیاست‌گذاری‌هایی فناورانه، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کرده‌اند و در آینده نیز در حوزه‌های گوناگون برای مسائل مختلف مرتبط با فضای مجازی این سیاست‌گذاری‌ها را انجام خواهند داد. در ایران هر چند جمعیت قابل توجهی از مردم از اینترنت و وب استفاده می‌کنند، اما پیرامون مسائل مرتبط با فضای مجازی در حوزه‌های مختلف فناورانه، سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی، فعالیت‌های کمی در عرصه سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری انجام شده است و کارهای صورت گرفته به دلایل مختلف.....، به سرانجام خاصی در عمل نرسیده است (عاملی، ۱۳۹۰: ۳۳۹). در فضای نوین سایبری که امپراتوری توانمند رسانه، تقدیر «مک دونالدی» شدن جهان را به عنوان «حقیقت» ترویج می‌کند ارزش‌های اصیل فرهنگی ما روز به روز کمرنگ‌تر می‌شود (خاکی، ۱۳۹۳: ۲۳). یکی از دغدغه‌های جدی رهبر معظم انقلاب در شرایط فعلی انقلاب اسلامی موضوع فضای مجازی است. ایشان در این زمینه می‌فرمایند: «اهمیت فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی است». از آنجایی که انقلاب اسلامی نقطه عطفی در تاریخ است این خود بیانگر حوزه اثرگذاری بسیار جدی این فضا بر عرصه حیات بشری است. مقام معظم رهبری در بیانات خود در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی در تاریخ ۹۴/۶/۱۶ از این فضا به عنوان قدرت نرم یاد کردند که دارای اثرگذاری بسیار بالا در عرصه‌های مختلف اعم از فرهنگ، سیاست، اقتصاد، سبک زندگی، ایمان، اعتقادات دینی و اخلاقیات است..

فضای مجازی با ابزارهای متنوع و گسترده اطلاعاتی و ارتباطی از یک طرف فرصت‌های جدیدی را برای رشد و توسعه کشورها در سراسر دنیا بوجود آورده و از سوی دیگر شناخت

تهدیدات و چالش‌های آن در مدیریت و تدوین خط‌مشی‌های آن ضروری است (محمودی میمند و همکاران، ۱۳۹۱: ۶۱۷).

بی‌تردید پرداختن به شیوه‌های مواجهه با فضای مجازی و ابعاد گسترده و متنوع آن امری ضروری است که خود نیازمند ساختار خط‌مشی‌گذاری یکپارچه، هماهنگ و متمرکز است تا از یک سو موازی کاری‌های پرهزینه و زمان‌بر را اصلاح کرده و از سویی دیگر با ارائه تقسیم‌کار و ماموریت‌ها در این حوزه، سازوکار بهینه‌ای در جهت شناخت موضوعات و مسایل فضای مجازی و ارائه راه‌حل‌های مناسب برای مواجهه فعال و خردمندانه کشور به دست آید (الوانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۷۶). فضای مجازی امروزه همه ابعاد زندگی ما را در بر گرفته است و بخش زیادی از ارتباطات ما و اشتغالات ذهنی و فکری ما با ابزارهای این حوزه سروکار دارد. این حوزه به علت گستردگی و نفوذ بین‌المللی آن و تاثیرات اجتماعی، سیاسی و فرهنگی، پای دولت‌ها را نیز به میان کشیده است. به بیان دیگر از آنجا که عرصه فضای مجازی، یکی از عرصه‌های عمومی تلقی می‌شود و نادیده گرفتن آن از سوی دولت‌ها منجر به تضییع حقوق مشترک انسان‌ها می‌شود، دولت‌ها موظف به سیاست‌گذاری، اجرا و ارزیابی در این خصوص هستند. بی‌شک حقوقی همچون عدالت در دستیابی به اطلاعات سرویس‌های اینترنتی و خدمات و امنیت کاربران در فضای مجازی از جمله موجهات ورود دولت‌ها به این عرصه خطیر است (الوانی و همکاران، ۱۳۹۳: ۸۱). باید گفت هر ابزار و فناوری براساس نوع کارکرد و چگونگی کاربرد آن می‌تواند برای هر جامعه‌ای تهدید یا فرصت باشد و برخورد هوشیارانه و معقول با این پدیده، به بررسی رویکردهای متفاوت و توجه به جنبه‌های مثبت و منفی آن نیازمند است. بدین معنا که از فرصت‌ها و تهدیدهای آن نباید غافل باشیم. فیلتر کردن شبکه‌های اجتماعی، تنها راه مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی نیست. با تعیین راهبردهای تلفیقی (ایجابی و سلبی) و هوشمندانه در کنار هم می‌توان از فرصت‌های فناورانه این شبکه‌ها نهایت استفاده را کرد و تهدیدات آن‌ها را به حداقل رساند (طالب‌پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۶۷). رسانه‌ها یکی از عوامل و نیروهای مهم در ایجاد تغییرات اجتماعی در جوامع هستند. تجربه نشان داده است، این نهادهای تاثیرگذار در ایجاد و یا از میان بردن جنبش‌های اجتماعی و فرهنگی بسیار موثرند. از این رو بایستی برای این نهادهای تاثیرگذار، سیاست‌هایی در سطح کلان تدوین کرد تا بتوان بیشترین بهره‌برداری را از آن‌ها نمود (روشندل اربطانی، ۱۳۹۵: ۱).

در جهان معاصر به دلیل ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، رسانه‌های جمعی بخش اصلی ارتباطات انسانی را شکل می‌دهند. رسانه‌های جدید از آنجا که واسطه‌ای قدرتمند در انتقال اطلاعات محسوب می‌شوند؛ قدرت انتقال و همچنین تفسیر فرهنگ‌ها را بدست آورده‌اند. بنابراین دولت‌ها به لحاظ حساسیت این موضوع، در فرآیند سیاست‌گذاری رسانه‌ها ورود پیدا

کرده‌اند (روشندل اربطانی، لبافی، ۱۳۹۳: ۱۱۲). امروزه محیط سازمان‌های رسانه‌ای به اندازه‌ای به اندازه‌ای دارای ماهیت پیچیده و چند بعدی است که بدون مطالعه علمی آن نمی‌توان راه‌های (سیاست‌هایی) مناسبی برای حل مسائل آن تعیین کرد (روشندل اربطانی، ۱۳۹۵: ۱). چند ویژگی رسانه‌ها را به ابزاری منحصر به فرد تبدیل کرده است. اول اینکه تعداد گیرندگان وسایل ارتباط جمعی نسبتاً زیاد است و ترکیب بسیار متنوعی دارند. دوم اینکه توزیع پیام سریع است و سوم اینکه هزینه برای مصرف‌کننده کم است. این ابزار گرچه در طول چند دهه پیش تاکنون تغییرات زیادی داشته اما هنوز این ویژگی‌ها را برای خود حفظ کرده و مخاطبان را برای خود نگهداشته‌اند (روشندل اربطانی، ۱۳۹۵: ۱۰۷). سواد رسانه‌ای به عنوان یکی از ضروری‌ترین ابزارهای تعامل هوشمندانه و مؤثر با رسانه‌های مختلف است و هدف سواد رسانه‌ای اعطای کنترل بیشتر بر تفسیرهایمان است؛ چرا که تمامی پیام‌های رسانه‌ای از جنس تفسیرند. سواد رسانه‌ای شامل چهار مولفه افزایش دسترسی، استفاده، فهم انتقادی (که شامل رمزگشایی، تحلیل و ارزیابی است) و تولید پیام‌های رسانه‌ای است (باهنر و چابکی درزایی، ۱۳۹۲: ۷). سواد رسانه‌ای از نظر سیلور بلت (۱۹۹۵) دارای پنج مؤلفه است:

۱- آگاهی و شناخت از تاثیر رسانه‌ها بر فرد و جامعه

۲- فهم و درکی از فرآیند ارتباط جمعی

۳- توسعه راهبردهایی که منجر به تجزیه و تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و بحث و تفسیر در

باب آن‌ها می‌شود.

۴- آگاهی از محتوای رسانه‌ها به مثابه یک متن که بینشی نسبت به خود و فرهنگ

معاصرمان بدست می‌دهد.

۵- تربیت و ترویج لذت فهم، امتنان و ارزیابی والای محتوای رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای بر اصل مسئولیت استوار است؛ بدین معنی که مسئولیت اصلی و آغازین افزایش سواد رسانه‌ای به عهده خود فرد است، هیچ‌انگیزه‌ای برای تغییر نخواهد بود مگر اینکه خود شخص پاسخگوی سواد رسانه‌ای اش باشد. نهادهایی چون حکومت، خانواده، مدرسه، دین و ... می‌توانند منابعی برای کمک به افراد باشند؛ همان‌گونه که می‌توانند مانع باشند (پاتر، ۱۳۹۳، ص ۸۹ به نقل از نصیری، ۱۳۹۶: ۲۶۳). سیاست‌گذاری نظام‌های اطلاعاتی و ارتباطی به دلایل متعدد برای دول‌ها ضروری است. نخست آن که نظام‌های ارتباطی نقشی مهم و تاثیرگذار در فرآیندهای سیاسی دارند، دوم اینکه فناوری‌های جهانی اطلاعات و ارتباطات بر مسائل اجتماعی و فرهنگی ملت‌ها تاثیرگذار هستند. سومین دلیل در این مورد که چرا سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ها برای دولت‌ها مهم‌اند، تفکیک ناپذیری فضاهای واقعی و مجازی

از یکدیگر است. فریدمن<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) در پاسخ به این پرسش که چرا به سیاست گذاری احتیاج داریم، می گوید: «رسانه‌ها یک عامل اقتصادی مهم در جوامع غربی هستند. همچنین رسانه یک عامل مهم باز تولید اجتماعی است که می تواند در فرآیندهای اجتماعی و فرهنگی جامعه نقش مهمی ایفا کند» (روشندل اربطانی، ۱۳۹۵: ۴).

یونسکو (۱۹۷۲) سیاست گذاری رسانه‌ای را در کشورهای مختلف اینگونه تبیین می کند: هر دولت دارای یک نوع خاص سیاست گذاری برای رسانه‌ها است. گاهی سیاست گذاری‌ها بیش از آنکه به طور صریح در قالب مجموعه‌ای هماهنگ منعکس شده باشد، غیر صریح و پراکنده هستند. سیاست گذاری رسانه‌ای می تواند بسیار کلی بوده و تنها به هدف‌ها و اصول پردازد یا آنکه معرف جزئیات نیز باشد و جنبه الزامی برای رسانه‌ها داشته باشد. این سیاست گذاری ممکن است از لحاظ فراگیری و نیز نحوه تدوین، دارای سطح‌های متعدد باشد. سیاست گذاری رسانه‌ای می تواند در قانون اساسی یا قوانین مصوب پارلمان، در سیاست گذاری عمومی کشور یا در مجموعه اصول اخلاقی حرفه‌ای ارتباطات و همچنین اسانامه‌ها و مقررات سازمان‌های اطلاعات و ارتباطات پیش بینی شده باشد (همان: ۵). فضای مجازی به عنوان نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی توانسته است در ابعاد مختلف زندگی مردم نفوذ کند و باعث یک سری از معضلات و چالش‌های اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و امنیتی شده است. «بیش از ۸۵ درصد کاربران فضای مجازی در معرض آسیب‌های اخلاقی و ناهنجاری‌های فناوری اطلاعات قرار دارند که سهم کودکان و نوجوانان در این میان بیش از بقیه است» (رحمتی، ۱۳۹۲، ص ۶۲، به نقل از کریمی ۱۳۹۵، ص ۷۲).

آسیب و تهدید شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت جمهوری اسلامی ایران را می توان در چند مورد خلاصه کرد:

- ۱- اشاعه فرهنگ غربی ۲- تغییر و بحران هویت ۳- اطلاع رسانی غیرقابل کنترل ۴- رواج فردگرایی و انزواطلبی
- ۵- ظهور انسان‌هایی با تابعیت بین‌المللی ۶- تجهیز گروه‌های مخالف داخلی ۷- جاسوسی از شهروندان (خیری اصل، ۱۳۹۰: ۱۹-۱۸).

دستاورد‌های بشر از صنعت و فناوری‌های نوین علاوه بر منافع که برای او به ارمغان آورده است، همواره آسیب‌هایی را نیز به همراه داشته است. اگر چه بسیاری از ابداعات و نوآوری‌ها با انگیزه تامین رفاه و آسایش و تحکیم ارزش‌های انسانی و در جهت نیل به کمال شکل گرفته است. اما در عین حال به دلیل برخی کج فکری‌ها و استفاده‌های نادرست از ابزارهای جدید، این اختراعات، گاه جسم و جان و اخلاق و روان انسان‌ها را مورد آسیب قرار داده و گاه

فرهنگ و اعتقادات و رفتارهای اجتماعی وی را دگرگون کرده است (سلیمانی پور، ۱۳۸۹: ۱۴). قاضی مغربی (۱۳۹۲) تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی را شکل‌گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب، تبلیغات ضد دینی و القای شبهات، نقض حریم خصوصی افراد، انزوا و دور ماندن از محیط‌های واقعی اجتماع، تاثیرات منفی رفتاری، سست شدن پایه‌های اخلاقی افراد، از هم گسیختگی بنیان خانواده و نقص اعتماد و صداقت و اخلاقیات ذکر کرده است. از مزایای شبکه‌های اجتماعی می‌توان موارد زیر را نام برد:

- ۱- انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و تقویت روحیه انتقادی،
- ۲- امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ‌های مختلف،
- ۳- شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی،
- ۴- امکان بیان ایده‌ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده‌ها، افکار و سلیقه‌های دیگران،
- ۵- کارکرد تبلیغی و محتوایی،
- ۶- ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان،
- ۷- تبلیغ و توسعه ارزش‌های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی،
- ۸- یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی،
- ۹- توسعه مشارکت‌های مفید اجتماعی،
- ۱۰- افزایش سرعت در فرآیند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه‌روزی بین استاد و شاگرد،
- ۱۱- افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر،
- ۱۲- افزایش سرعت فراگیری و جمع‌آوری اطلاعات
- ۱۳- امکان برقراری تعامل چند طرفه بین کاربران،
- ۱۴- امکان انتقال فرهنگ‌های مختلف بدون تعامل مستقیم،
- ۱۵- فراهم نمودن مکانی مناسب برای تبلیغات و تجارت،
- ۱۶- به اشتراک گذاشتن اطلاعات،
- ۱۷- راحتی و در دسترس بودن (خجیر و حسین نظر، ۱۳۹۲- مغربی، ۱۳۹۲)

ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی منجر شده است که علاوه بر افراد، بنگاه‌های اقتصادی و دولت‌ها نیز به این فناوری توجه ویژه‌ای کنند؛ به نحوی که راهبردهای حاکمیتی به دنبال جهت‌دهی به فعالیت‌های شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی، هماهنگی، نظارت و هدایت بخش‌های درگیر با شبکه‌های اجتماعی و ایجاد نظامی منسجم در سطح ملی و حضور موثرتر بین‌المللی در فضای مجازی هستند. شناسایی و مطالعه راهبردی در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌تواند به سیاست‌گذاران، برنامه‌ریزان، مدیران و تصمیم‌گیران کمک کند تا با شناسایی فرصت و تهدیدهای این شبکه‌ها تصمیم‌های موثری در قبال این شبکه‌ها اتخاذ کنند. راهبردهای دولت‌ها در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در پنج طبقه دسته‌بندی می‌شود: راهبردهای ایجاد و تنوع‌سازی، راهبردهای همکاری و تشریک مساعی، راهبردهای استفاده هدفمند، راهبردهای ترویجی، آموزش و آگاه‌سازی و راهبردهای تدافعی (طالب پور و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۴). به نظر چیانگ<sup>۱</sup>، فضای مجازی به عنوان یک فناوری پیچیده و پیشرفته نیازمند راهبردهای مناسب و خاص برای توسعه در جامعه است که برخی از این

۱. Chiang

راهبردها عبارتند از: ۱. هدایت منابع انسانی و مالی به سوی فضای مجازی، ۲. تمرکز بر حمایت و پشتیبانی از شرکت‌ها در حوزه فضای مجازی و ۳. کوشش در جهت بهره‌گیری از کاربردی نمودن فضای مجازی در زمینه‌های مختلف (چیانگ، ۱۹۹۸: ۱).

موضوع اخلاق از گذشته‌های دور تا به امروز در روابط خانوادگی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و در بین ملت‌ها و فرهنگ‌های مختلف همواره از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است (جعفری سرشت و همکاران، ۱۳۹۴). از آنجا که حوزه اخلاق یکی از حوزه‌های رفتاری انسان‌ها است و هدف رفتار اجتماعی نیز مبتنی بر اهداف جمعی و اجتماعی است، علی‌الاصول باید اخلاق مسئولیت‌مدار راهنمای انسان‌ها باشد، اخلاق مسئولیت‌مدار در بطن خود مسئولیت‌پذیر هم هست، چرا که زندگی اجتماعی سرشار از مسئولیت است. با جرات می‌توان گفت «اخلاق» پایه و اساس بسیاری از موضوعاتی است که انسان‌ها با آن سرو کار دارند. در دین مبین اسلام نیز این مسئله یعنی اهمیت اخلاق و از جمله داشتن رویکرد اخلاقی در همه حوزه‌های زندگی مورد تاکید است.

اخلاق و مسئولیت اجتماعی اجزای جدایی‌ناپذیر و لازم و ملزوم یکدیگر برای طراحی یک «زندگی خوب» برای بشر قلمداد می‌شوند (نصیری، ۱۳۹۶: ۲۶۲). اخلاق و مسئولیت اجتماعی که باید آن را بایدها و نبایدهای ارزشی - فلسفی و مالک و معیار سنجش درستی و نادرستی رفتار شخص نسبت به خود، دیگران و جامعه تعریف کرد. مسئولیت اجتماعی، تعهد و مسئولیت در قبال افراد جامعه به هنگام تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای ارتباطی است. به طور مثال، آنگونه که دوبرین و آیرلند<sup>۱</sup> گفته‌اند افراد باید در تصمیم‌گیری‌های خود در تولید، توزیع و انتشار پیام‌ها نسبت به مسائلی چون آلودگی محیط زیست، تبعیض، فقر، بیکاری و تورم از خود مسئولیت نشان دهند. افراد نباید صرفاً منافع شخصی خود را در نظر بگیرند. هر فرد به عنوان زیرسیستم در قبال جامعه و آثاری که کارکردها و عملکردهای شخصی‌اش بر جامعه و افراد آن باقی می‌گذارد، مسئولیت دارد (دوبرین و آیرلند، ۱۹۸۹: ۶). به عبارت دیگر، در این رویکرد، افراد علاوه بر آنکه باید منافع و حقوق خود را تامین کنند، باید به عنوان یک امر اخلاقی در راه تامین رفاه، آسایش، نیازها و علائق مردم جامعه نیز مشارکت داشته باشند. از جهت دیگر، نباید تصمیمات و پیام‌های آن‌ها منجر به وارد کردن خسارت، زیان و آسیب به جامعه و افراد شود. عادلانه برخورد کردن، پاداش مناسب دادن، بدون علم سخن نگفتن، نیرنگ نزدن و نظایر آن از ویژگی‌های اخلاقی است. همان‌طور که اخلاق به بعد شخصی و فردی تصمیمات و رفتارهای ارتباطی توجه دارد. در مقابل، مسئولیت اجتماعی به جنبه اجتماعی و مسائل فراشخصی مربوط می‌گردد. گرچه این دو مفهوم از نظر معنی و ریشه با

۱. Dubrin & Irlan



یکدیگر متفاوتند، برای درک بهتر الزام است که به صورت تجزیه‌ای به آن‌ها نگریسته شود اما، در واقع دو مفهوم به هم مربوطند و باید در حالت کلی و مجموعه‌ای مورد بررسی و مطالعه قرار گیرند تا معنی کامل آن‌ها قابل درک باشد. دلیل مهم این امر آن است که بسیاری از اخلاقیات و رفتارها، جنبه فردی دارد و از ویژگی‌های شخصیتی و تربیتی آن‌ها سرچشمه می‌گیرد، و بر رفتار همه افراد جامعه و در نتیجه کل جامعه اثر می‌گذارد. در این بین سواد رسانه‌ای هم می‌تواند رو به هدف بزرگ اخلاقی داشته باشد و آن آماده و مهیا کردن کودکان، نوجوانان و جوانان برای پذیرش مسئولیت اجتماعی در ارتباطات اجتماعی‌شان و در مواجهه با انواع رسانه‌ها و پیام‌ها، چگونگی برقراری روابط انسانی با دیگران به گونه‌ای که فردیت افراد و تفاوت‌های فردی آن‌ها مورد احترام باشد و حرمت، کرامت و ارزش انسانی هر کس در نظر گرفته شده و محترم شمرده شود. برقراری روابط انسانی یکی از جنبه‌های مهم رفتار اخلاقی با همه انسان‌هایی است که فرد با آن‌ها چه در فضای واقعی و چه در فضای مجازی جهت دریافت و ارسال پیام سروکار دارد و رعایت شاخص‌های زیر ضروری است:

- درک نیازها، استعدادها و مشکلات دیگران و کوشش برای تامین شکوفایی و حل آن‌ها

- پذیرفتن تفاوت‌های فردی

- دوست داشتن دیگران

- خوب گوش دادن و پذیرفتن افراد

- برقراری بهداشت روانی در محیط‌های رسانه‌ای (میرکمالی، ۱۳۷۵، صص ۲۲۶-۲۲۷، به

نقل از نصیری، ۲۷۰: ۱۳۹۶-۲۶۹).

براساس نظر گاف، مک کلاسکی و میل<sup>۱</sup> (۱۹۵۲)، فرد مسئول در قبال اجتماع، دارای احساس تعهد به گروه خود و دیگران است، قابل اتکا است و احساس اعتماد را به دیگران هدیه می‌کند. نهایت اینکه موضوع مسئولیت‌پذیری اجتماعی، به عنوان گونه‌ای از مسئولیت یاد می‌شود که دلیل مبنایی به دوش کشیدن رنج را در قبال انجام دادن اعمال اجتماعی و تأثیرگذاری مستقیم بر خط‌مشی اجتماعی توجیه می‌کند (وایز<sup>۲</sup>، ۲۰۰۵، به نقل از جوکار و همکاران، ۱۳۹۳: ۵). انسان، به واسطه برخورداری از نعمت اندیشه و قدرت تعقل، نسبت به تمام آفریدگان خدا بر روی زمین، از قدرت‌های بیشتری برخوردار است. این قدرت‌ها، از پیشرفته بودن هیجانات، تا در اختیار داشتن زبان، ابزار اندیشیدن، را در برمی‌گیرد. در ارتباط با هموعان و اجتماع نیز، انسان دارای توانمندی‌های ویژه‌ای است که در دیگر موجودات در سطوح بسیار ابتدایی تر یافت می‌شود. انسان، برای حفظ حیات خود، زندگی در گروه‌ها را برگزیده و با این انتخاب، مزیت‌ها و محدودیت‌های آن را نیز پذیرفته است؛ در عین حال،

۱. Gough, McCloskey, & Meehl

۲. Wise

زندگی گروهی به شکوفایی بعضی از ظرفیت‌های وجودی نوع بشر کمک کرده است. برای انسان‌های خردمند نیز می‌توان اوصافی متصور شد. ویژگی‌هایی همچون پذیرش خود و دیگران، روابط میان فردی عمیق، احساس تعهد نسبت به آرمان‌های خود و دیگران، تحمل و پذیرش دیگران و از همه مهمتر علاقه اجتماعی را می‌توان برخی از این اوصاف دانست. علاوه بر این، یکی از اساسی‌ترین نیازهای انسان، نیاز به برقراری رابطه با دیگران و مسئول بودن در برابر جامعه و مردم است (شولتز و شولتز، ۲۰۰۵، به نقل از جوکار و همکاران، ۱۳۹۳: ۴). این ویژگی انسان فرهیخته را می‌توان به اجمال «مسئولیت‌پذیری اجتماعی» دانست که بر پایه آن، فرد باید علاوه بر رشد و تعالی خویش به رفاه و سلامت جامعه اهمیت دهد. مسئولیت‌پذیری اجتماعی، یکی از ویژگی‌هایی است که انسان، در سایه زندگی گروهی آن را تجربه و احساس می‌کند. همین حد پایین مسئولیت‌پذیری در جامعه ما مشکلات متعددی را دامن زده است که از جمله آن‌ها می‌توان به کاهش اعتماد اجتماعی، بی‌تفاوتی سیاسی، بی‌تفاوتی زیست محیطی، بی‌تفاوتی اجتماعی، ستیزه و جدال و... اشاره کرد. به عنوان یک مثال می‌توان یادآور شد که هم‌اکنون ایران در میان کشورهای جهان از لحاظ خشونت و نزاع‌های خیابانی جزو ۵ کشور اول محسوب می‌شود که یکی از دلایل آن می‌تواند این باشد که سطح مسئولیت‌پذیری شهروندان نسبت به یکدیگر در حد پایینی قرار دارد (ناظری، ۱۳۸۸: ۷). کلی و همکارانش<sup>۱</sup> (۲۰۰۸) مسئولیت‌پذیری اجتماعی را در ارتباط نزدیکی با مفاهیمی چون حقوق بشر، عدالت اجتماعی و تعامل اجتماعی می‌دانند. براساس مطالعاتی که پیرامون این مسئله (مسئولیت‌پذیری اجتماعی) در داخل کشور صورت گرفته است، میزان مسئولیت‌پذیری جوانان و نوجوانان در جامعه‌های آماری مختلف کشور ما، در حد متوسط و یا پایین‌تر از متوسط است (خدابخشی و عابدی، ۱۳۸۸؛ ناظری، ۱۳۸۸؛ طالبی و خوشبین، ۱۳۹۱؛ سروش ۱۳۹۱، به نقل از خواجه نوری و همکاران، ۱۳۹۳: ۴۸). از سوی دیگر به نظر می‌رسد چگونگی استفاده از رسانه‌های جمعی به عنوان یکی از عوامل جامعه‌پذیر کردن افراد جامعه می‌تواند در بالا بردن مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان نقش آفرینی کند. در همین رابطه گربنر<sup>۱</sup>، بر اهمیت تأثیر رسانه‌های جمعی بویژه تلویزیون بر اندیشه و عملکردهای کنشگران اجتماعی تأکید دارد. بر مبنای این نظریه گفته می‌شود که رسانه‌های جمعی قابلیت ایجاد، کنترل و یا تغییر نگرش و اعمال مخاطبان را دارند (مهدی زاده، ۱۳۸۸: ۲۶-۲۵، به نقل از طالبی و خوشبین، ۱۳۹۲: ۲۲۶).

۱. Kelley & et al

۱. Gerbner

## مبانی و چهارچوب نظری تحقیق

چهارچوب نظری، الگویی است که محقق براساس آن درباره روابط بین عواملی که در ایجاد مسئله مهم تشخیص داده شده‌اند نظریه‌پردازی می‌کند. این چارچوب یا از نتایج تحقیقات قبلی ترسیم می‌شود و یا زائیده منطقی ذهن محقق می‌باشد که با مطالعه پیشینه تحقیق و ادبیات تحقیق به آن رسیده است. با بررسی ادبیات تحقیق و مطالعه دیدگاه‌های دانشمندان و صاحب‌نظران خط‌مشی عمومی متغیرها و شاخص‌های مربوط به چارچوب نظری تحقیق مشخص گردید. اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران متغیرهایی هستند که در این تحقیق مورد توجه قرار گرفته‌اند، متغیرهایی که تلاش می‌شود میزان اجرای آن‌ها توسط موانع و تکنیک‌های اجرایی، بررسی شوند.

اجرای خط‌مشی یک سری از اقدامات در نظر گرفته شده برای رسیدن به اهداف مشخص را شامل می‌شود (ون متر و ون هورن<sup>۲</sup>، ۱۹۷۵:۱۵۴). اجرا بر پیوند بین خط‌مشی و عمل دلالت دارد (بارت و فوجه<sup>۳</sup>، ۱۹۸۱:۳۶۷). مشکلات اجرایی زمانی اتفاق می‌افتد که نتایج مطلوب مربوط به منافع مورد نظر حاصل نشود و چنین مشکلاتی تنها اختصاص به کشورهای در حال توسعه نداشته و هر جا و هر زمان که عوامل اساسی و حیاتی برای اجرای خط‌مشی عمومی از دست برود چه در کشورهای در حال توسعه و چه در کشورهای توسعه یافته مشکل اجرا وجود خواهد داشت (مکینده، ۲۰۰۵:۶۳).

محققان و صاحب‌نظران متعدد در تبیین مشکلات خط‌مشی‌گذاری به طور کلی و اجرای خط‌مشی به طور خاص، عوامل زیادی را بر شمرده‌اند و اکثریت آنان بر این باورند که مشکلات اجرای خط‌مشی با شرایط محلی هر جامعه متفاوت بوده و راهکارهای متفاوتی نیز می‌طلبد (عباسی و همکاران، ۱۳۹۵:۵۵). تاکید مقام معظم رهبری بر فضای مجازی، موید اهمیت و نیاز کشور به بررسی و مطالعه اجرای خط‌مشی‌های فضای مجازی است. عوامل موثر در اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران به عنوان متغیر پیش‌بین در قالب شش بعد عوامل اجتماعی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی و عوامل فنی، عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری و عوامل ساختاری تنظیم گردیده و هر کدام از این مولفه‌ها به شاخص‌هایی تقسیم شده‌اند:

الف - عوامل اجتماعی: قلی پور و همکاران (۱۳۹۰) توجه به اوضاع اجتماعی جامعه، حمایت عمومی و همسویی خط‌مشی‌ها با هنجارها و ارزش‌های اجتماعی. پالمبو و کالیستا (۱۹۹۰) تغییرات سریع اجتماعی، هاولت دگرگونی اوضاع اجتماعی.

۲. Vanmeter & Vanhorn

۳. Barret & Fudge

ب- عوامل سیاسی: قلی پور (۱۳۹۰) تغییرات سیاسی، حفیظ خلید (۲۰۰۱) اشتغال دولت به رفع دغدغه‌های سیاسی. ساموئل استالی (۲۰۰۶) نبود حمایت سیاسی لازم. توسلی (۱۳۷۸) حمایت سیاسی. پاپیم دالیویدا (۲۰۰۸) فقدان حمایت سیاسی، همکاری ضعیف در سطوح محلی، هاوالت تغییرات سیاسی و عدم حمایت عمومی.

پ- عوامل فنی: قلی پور و همکاران (۱۳۹۰) توجه به تغییرات فناوری، سازماندهی تجهیزات اداری، هاوالت دشواری‌های فنی

ت- عوامل اقتصادی: قلی پور و همکاران (۱۳۹۰) منابع گروه‌های سیاسی و اقتصادی، پالمبو و کالیستا (۱۹۹۰) منابع ناکافی، پاپیم دالیویدا (۲۰۰۸) منابع مالی محدود.

ج- عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری: قلی پور (۱۳۹۰) هدف‌گذاری صریح و واضح، روایی نظریه خط‌مشی، اجرای آزمایشی، بازخورد، توافق همگانی در مورد خط‌مشی، کاهش دشواری‌های فنی، تعدیل اهداف خط‌مشی، تعریف دقیق گروه‌های هدف. آگونوان (۱۹۹۱) تعریف ناکافی اهداف. هاوالت گروه‌های هدف وسیع و متنوع. کوئینگ هدف‌گذاری مبهم.

چ- عوامل ساختاری: قلی پور (۱۳۹۰) استقلال نسبی در ارکان اجرایی، مشخص بودن وظایف و مسئولیت‌ها، وجود ارتباطات، داشتن نظام ارزیابی عملکرد. مورتن اگریگ (۱۹۹۹) روشن نبودن وظایف و مسئولیت‌های دستگاه‌های اجرایی، نبود ارتباطات کافی بین دستگاه‌های اجرایی.

مسئولیت‌پذیری یکی از اساسی‌ترین ابزار موفقیت و نقطه آغازین تمام دستاوردهای بزرگ و نشانه پویایی و سلامت اجتماعی است. بی‌تفاوتی در جامعه نوعی بیماری اجتماعی و منشاء مشکلات فراوانی است. دین اسلام برای جامعه و زندگی اجتماعی اهمیت زیادی قائل است. مهمترین اقدام در کم کردن مخاطرات در هر جامعه، بالارفتن مسئولیت اجتماعی افراد آن جامعه است. در تحقیق حاضر برای تعیین شاخص‌های متغیر مسئولیت‌پذیری اجتماعی از آیات و روایات و قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران استفاده شده است.

در این پژوهش برای سنجش متغیر میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران، میزان اجرای این خط‌مشی‌ها براساس بیانات مقام معظم رهبری، مصوبات شورای عالی فضای مجازی، برنامه پنج ساله پنجم و سند چشم‌انداز بیست ساله سنجیده شد.

## روش تحقیق

در تحقیق حاضر با توجه به ماهیت موضوع و سؤالات آن از روش تحقیق توصیفی، تحلیلی از نوع همبستگی استفاده شده است و از نظر هدف کاربردی و توسعه‌ای است. برای طراحی ابزار جمع‌آوری داده‌ها، تدوین مدل اولیه تحقیق، تعیین شاخص‌ها و اعتبار سنجی مدل نهایی تحقیق از نظرات خبرگان و صاحب‌نظران استفاده شده است. در این پژوهش به منظور

جمع‌آوری داده‌های مورد نظر از سه پرسش‌نامه محقق ساخته استفاده گردید. پرسش‌نامه اول برای سنجش عوامل مرتبط شامل ۳۲ سوال، پرسش‌نامه دوم سنجش مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۱۶ سوال و پرسش‌نامه سوم برای سنجش میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی شامل ۴۹ سوال بوده است.

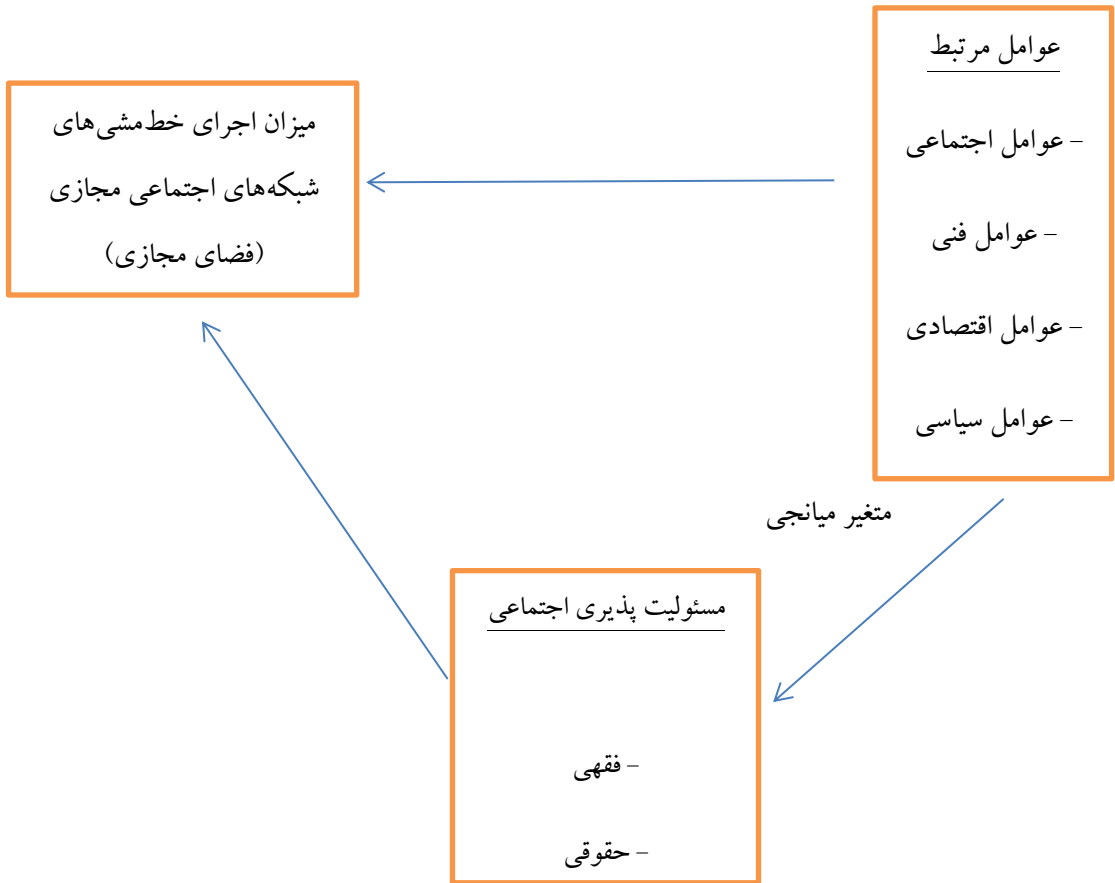
روایی: به منظور اطمینان از روایی محتوایی پرسش‌نامه‌ها از نظرات متخصصین در این حوزه بهره گرفته شد. همچنین روایی سازه‌ای پرسش‌نامه‌ها با استفاده از تحلیل عاملی تاییدی مورد بررسی قرار گرفت.

پایایی: برای تعیین پایایی پرسش‌نامه‌ها از ضریب آلفای کرونباخ استفاده گردید. ضریب پایایی آزمون برای پرسش‌نامه عوامل مرتبط ۰/۸۸۷، مسئولیت‌پذیری اجتماعی ۰/۸۹۵، اجرای خط‌مشی‌ها ۰/۹۴۷ محاسبه شد. با توجه به مقادیر ضریب آلفای کرونباخ می‌توان استنباط نمود که ابزار پژوهش از پایایی مطلوب برخوردار است. در این پژوهش به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها، آزمون فرضیه‌ها از روش آمار توصیفی و آمار استنباطی و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزارهای **spss** و **amos** استفاده گردید.

## مدل مفهومی تحقیق

متغیر پیش بین

متغیر ملاک



فرضیات این پژوهش عبارتند از:

۱. بین مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه وجود دارد.
۲. بین مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

۳. بین مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد.

### یافته‌های تحقیق

۱- آیا بین مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه وجود دارد؟  
جهت بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است (داده‌ها کمی و نرمال). نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان می‌دهد که میان مؤلفه‌های عوامل اجتماعی، عوامل فنی، عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری و عوامل ساختاری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0/05$  مقدار).  
با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی محاسبه‌شده، این رابطه‌ها از نوع مستقیم (افزایشی) هستند. به عبارتی با افزایش هر یک از مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی روبه‌رو خواهیم شد. با توجه به ضرایب همبستگی محاسبه‌شده می‌توان گفت رابطه میان عوامل فنی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از شدت بیشتری برخوردار است.

جدول ۱: بررسی رابطه میان مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۱						
۲. عوامل اجتماعی	۲۷	۱					
	**۰/۸						
۳. عوامل فنی	۴۲	۴	۱				
	**۰/۷	۰/۵۱					
۴. عوامل سیاسی	۳۸	۷	۴	۱			
	**۰/۸	۰/۰۴	۰/۷۴				
۵. عوامل اقتصادی	۳۳	۴	۴	۴	۱		
	**۰/۴	۰/۵۹	۰/۰۷	۰/۹۴			
۶. عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری	۳۰	۲	۳	۲	۲	۱	
	**۰/۲	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۶۰	۰/۶۱		
۷. عوامل ساختاری	۲۸	۱	۳	۱	۱	۲	۱
	**۰/۰	۰/۸۹	۰/۴۴	۰/۳۶	۰/۵۲	۰/۶۷	

\*معنی‌دار در سطح ۰/۰۱، \*معنی‌دار در سطح ۰/۰۵

۲- آیا بین مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؟

جهت بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است (داده‌ها کمی و نرمال). نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان می‌دهد که میان مؤلفه‌های ادله فقهی و ادله حقوقی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0/05$  - مقدار).

با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی محاسبه‌شده، این رابطه‌ها از نوع مستقیم (افزایشی) هستند. به عبارتی با افزایش هر یک از مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی با افزایش میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی روبه‌رو خواهیم شد. با توجه به ضرایب همبستگی محاسبه‌شده می‌توان گفت رابطه میان ادله حقوقی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از شدت بیشتری برخوردار است.

جدول ۲: بررسی رابطه میان مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیر	۱	۲	۳
۱. میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱		
۲. ادله فقهی	۷۳۲	۱	
	**۰/		
۳. ادله حقوقی	۷۴۵	۸۳	۱
	**۰/	۰/۴	

\*\*معنی‌دار در سطح ۰/۰۱، \*معنی‌دار در سطح ۰/۰۵

۳- آیا بین مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد؟

جهت بررسی رابطه بین متغیرها از ضریب همبستگی پیرسون استفاده شده است (داده‌ها کمی و نرمال). نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان می‌دهد که میان مؤلفه‌های عوامل اجتماعی، عوامل فنی، عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری و عوامل ساختاری با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0/05$  - مقدار).

با توجه به مثبت بودن ضرایب همبستگی محاسبه‌شده، این رابطه‌ها از نوع مستقیم (افزایشی) هستند. به عبارتی با افزایش هر یک از مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با افزایش میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی



روبه‌رو خواهیم شد. با توجه به ضرایب همبستگی محاسبه‌شده می‌توان گفت رابطه میان عوامل فنی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از شدت بیشتری برخوردار است.

جدول ۳: بررسی رابطه میان مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی

متغیر	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
۱. میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی	۱						
۲. عوامل اجتماعی	۳۶	۱					
	**۰/۹						
۳. عوامل فنی	۶۱	۴	۱				
	**۰/۲	۰/۵۱					
۴. عوامل سیاسی	۵۱	۷	۴	۱			
	**۰/۴	۰/۰۴	۰/۷۴				
۵. عوامل اقتصادی	۴۲	۴	۴	۴	۱		
	**۰/۵	۰/۵۹	۰/۰۷	۰/۹۴			
۶. عوامل ناشی از خط‌مشی گذاری	۳۱	۲	۳	۲	۲	۱	
	**۰/۴	۰/۱۴	۰/۱۱	۰/۶۰	۰/۶۱		
۷. عوامل ساختاری	۳۰	۱	۳	۱	۱	۲	۱
	**۰/۶	۰/۸۹	۰/۴۴	۰/۳۶	۰/۵۲	۰/۶۷	

\*\*معنی‌دار در سطح ۰/۰۱، \*معنی‌دار در سطح ۰/۰۵

### نتایج معادلات ساختاری

جدول ۴: ضریب مسیر و معنی‌داری آن و بررسی سؤال پژوهش در مدل تحلیل مسیر اصلی

سؤال	ضریب مسیر	t مقدار	نتیجه
عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۵۸۸	** ۷/۶۹۸	تأیید سؤال
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← میزان اجرای خط‌مشی	۰/۵۷۲	** ۱۴/۵۵۳	تأیید سؤال
عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی ← میزان اجرای خط‌مشی	۰/۴۲۶	** ۷/۱۲۳	تأیید سؤال

\*\*مقادیر بزرگ‌تر از ۱/۹۶ معنادار در سطح ۰/۰۵، \*مقادیر بزرگ‌تر از ۱/۶۴ معنادار در

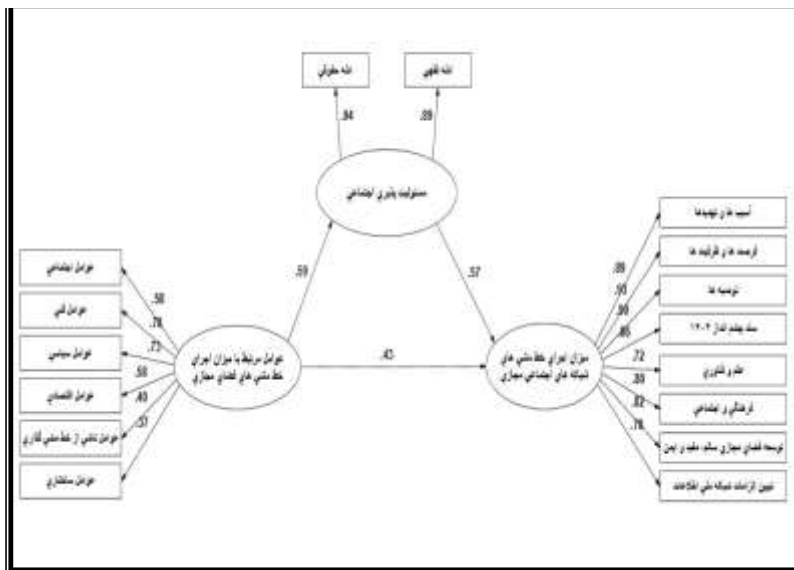
سطح ۰/۱

نتایج ارائه شده در جدول ۴ نشان‌دهنده اثر مثبت و معنادار عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی (۰/۵۸۸) و اثر مثبت و معنادار مسئولیت‌پذیری اجتماعی بر میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی (۰/۵۷۲) و همچنین اثر مثبت و معنادار عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی بر میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی (۰/۴۲۶) است.

جدول ۵: اثرات مستقیم، غیرمستقیم و کل در مدل تحلیل مسیر اصلی

سؤال	اثر مستقیم	اثر غیرمستقیم	اثر کل
عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی ← مسئولیت‌پذیری اجتماعی	۰/۵۸۸	-	۰/۵۸۸
مسئولیت‌پذیری اجتماعی ← میزان اجرای خط‌مشی	۰/۵۷۲	-	۰/۵۷۲
عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی ← میزان اجرای خط‌مشی	۰/۴۲۶	۰/۳۳۶	۰/۷۶۲

نتایج جدول ۵ نشان می‌دهد که عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی علاوه بر تأثیر مستقیم، به طور غیرمستقیم و از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی نیز بر میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیر می‌گذارد که میزان تأثیر مستقیم برابر با (۰/۴۲۶) و میزان تأثیر غیرمستقیم از طریق مسئولیت‌پذیری اجتماعی برابر با (۰/۳۳۶) است.



نمودار ۱: نتایج معادلات ساختاری برای بررسی الگوی پیشنهادی پژوهش (بار عاملی استاندارد شده)

### نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی یکی از انواع رسانه‌های اجتماعی محسوب می‌شوند که با توجه به اینکه عمر خیلی زیادی ندارند اما امروزه به یکی از مهمترین ابزارهای ارتباطی در سطح جامعه و جهان تبدیل شده‌اند. زندگی انسان‌ها شدیداً تحت تاثیر ارتباطات نوین قرار دارد. این تاثیر نه تنها در زندگی اجتماعی انسان‌ها بلکه در خصوصی‌ترین ابعاد زندگی انسان‌ها رسوخ کرده و ابعاد مختلف فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی و دفاعی را در عرصه ملی و بین‌المللی تحت تاثیر قرار داده است. یکی از دغدغه‌های جدی مقام معظم رهبری در شرایط فعلی انقلاب، موضوع فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی است. مواجهه با این پدیده اثرگذار نیازمند یک برنامه منسجم، دقیق و هدفمند و راهبردهایی است که ضمن بهره‌وری از فرصت‌های این فناوری تهدیدهای آن را کاهش دهد. عرصه فضای مجازی یکی از عرصه‌های عمومی است که امروزه جوامع را تحت تاثیر خود قرار داده است و نادیده گرفتن آن از سوی دولت‌ها منجر به مشکلاتی خواهد شد بنابراین دولت‌ها ملزم به سیاست‌گذاری، اجرا و ارزیابی در این خصوص هستند. در این پژوهش ابعاد و مولفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد مسئولیت‌پذیری اجتماعی از طریق مطالعات اکتشافی و نظرسنجی از خبرگان مورد شناسایی قرار گرفته و سپس این ابعاد و مولفه‌ها در قالب الگوی طراحی شده در جامعه آماری مورد نظر به آزمون گذاشته شد.

با توجه به فرضیه اول: بین مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان می‌دهد میان مؤلفه‌های عوامل اجتماعی، عوامل فنی، عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری و عوامل ساختاری با مسئولیت‌پذیری اجتماعی رابطه معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0/05$  - مقدار). و رابطه میان عوامل فنی و مسئولیت‌پذیری اجتماعی از شدت بیشتری برخوردار است.

بسیاری از متخصصان معتقدند که امروزه می‌توان با مدد جویی از فناوری‌هایی که بشر در این زمانه به دست آورده است بر پاره‌ای از مشکلات بشری چیره شد. از جمله نوآوری‌های تکنولوژیکی فناوری اطلاعات است. دولت‌ها امید دارند تا با کمک فناوری‌های اطلاعاتی بر بسیاری از این مشکلات فائق آیند و بتوانند در این رهگذر، مسیر توسعه را شتاب بخشند (مهدخلید و عبدالکریم، ۲۰۰۳، به نقل از قدمی و کوثر، ۱۳۹۲: ۷۱). شاید بتوان گفت با بهبود

وضعیت عوامل مرتبط با اجرای خط‌مشی، مسئولیت‌پذیری افزایش می‌یابد. به هر حال در این ارتباط پژوهش مستقیمی در حمایت یا عدم حمایت از این یافته پیدا نشد.

با توجه به فرضیه دوم: بین مؤلفه‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان می‌دهد. که میان مؤلفه‌های فقهی و حقوقی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0/05$  - مقدار). با توجه به ضرایب همبستگی محاسبه‌شده می‌توان گفت رابطه میان ادله حقوقی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از شدت بیشتری برخوردار است. توسعه فضای مجازی مانند همه پیشرفت‌های دیگر در زندگی بشر با پیامدهای مثبت و منفی همراه بوده است. امروزه تمام جنبه‌های فعالیت‌های انسان تحت تاثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات قرار گرفته، رشد فناوری اطلاعات و ارتباطات به گونه‌ای بوده که در مدت زمان محدود به واسطه قابلیت‌ها و ویژگی‌های بی‌بدیلش جای خود را در تمامی شئون زندگی باز کرده و خدمات متنوعی را برای کاربران فراهم ساخته است. بی‌تردید در کنار این کاربردهای درست امکان بروز سوءاستفاده‌هایی نیز وجود دارد. این خصوصیت فضای مجازی که فرصت‌ها و تهدیدهای جدیدی را هم زمان فراهم می‌کند، موجب توجه به مسئولیت اجتماعی و اخلاق شده است. مسئولیت‌پذیری اجتماعی یکی از ویژگی‌هایی است که انسان در سایه زندگی گروهی آن را تجربه و احساس می‌کند. همین حد پایین مسئولیت‌پذیری در جامعه ما مشکلات متعددی را دامن زده است. از جمله آن‌ها می‌توان به کاهش اعتماد اجتماعی، بی‌تفاوتی سیاسی، بی‌تفاوتی زیست محیطی، بی‌تفاوتی اجتماعی، ستیز و جدال و... اشاره کرد (ناظری، ۱۳۸۸). از آنجایی که خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی در راستای کاهش تهدیدات و مضرات فضای مجازی و استفاده حداکثری از فرصت‌ها تدوین شده‌اند. و بسیاری از مسائل اجتماعی در جامعه با سطح نازل احساس مسئولیت فردی و اجتماعی رابطه دارند. بنابراین توجه به مسئولیت‌پذیری در جامعه از اهمیت زیادی برخوردار است. و هر کس باید به اندازه وسع، توان و هنر خود در این میدان حضور پیدا کند. مسائل اجتماعی تنها با اقدامات دولت‌ها و سازمان‌های سیاسی و اقتصادی قابل حل نیستند، بلکه نیازمند عزم ملی می‌باشند. از جمله در آیه ۱۱ سوره رعد می‌فرمایند: «ان الله لا یغیر ما بقوم حتی یغیروا ما بانفسهم» خداوند برای قومی تغییر ایجاد نمی‌کند تا اینکه خودشان باعث تغییر شوند. به این موضوع در اصل سوم قانون اساسی نیز اشاره شده است. «مشارکت عامه مردم در تعیین سرنوشت سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی خویش». در جامعه‌ای که مسئولیت اجتماعی وجود نداشته باشد یا کم‌رنگ باشد چالش‌های زیادی آن را فرا می‌گیرد. امروزه با توجه به گسترش سریع محیط‌های مجازی، افراد مختلف جامعه به خصوص کودکان و نوجوانان تحت تاثیر محیط‌های تربیتی جدیدی قرار دارند. ما در

جامعه‌ای با هنجارهای دینی زندگی می‌کنیم و شبکه‌های اجتماعی که تولیدات نوظهور غرب است. به فرصتی برای تهاجم فرهنگی دشمن تبدیل شده است. این شبکه‌ها به عنوان رهاورد کشورهای غربی، تنها صادرکننده یک تکنولوژی نمی‌باشد بلکه به همراه خود یک فرهنگ، تفکر و سبک زندگی را نیز دارد که برای آن جوامع مضموم نمی‌باشد اما در جامعه ایرانی که عنصر خانواده و پایبندی به ارزش‌های اخلاقی یک ارزش محسوب می‌شود، آسیب‌های فراوانی را به همراه دارد. برای کاهش آسیب‌ها، بهترین راهکار تقویت عقاید و باورهای دینی و تربیت افراد براساس اخلاق اسلامی و دینی است. که افراد از درون کنترل می‌شوند. وقتی افراد معتقد و متخلق به اخلاق دینی شوند، ملکه‌های اخلاقی نهادینه شده در وجود فرد او را از رفتارهای ضد اخلاقی در فضای واقعی و مجازی بر حذر خواهد داشت. با توجه به نتایج تحقیق بعد حقوقی مسئولیت‌پذیری رابطه بیشتری با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی دارد. با توجه به تحولات در دنیای امروز باید قوانین به روزی داشته باشیم. و آشنایی با حقوق و قوانین فضای مجازی امری بسیار ضروری است. از آنجایی که کاربران در فضای مجازی در زمینه‌های متنوعی چون، اقتصاد، فرهنگ، سیاست، بازی و... فعالیت می‌کنند. همان‌طور که در فضای واقعی نیازمند قانون هستیم. برای این فضا هم قوانینی وجود دارد که با توجه به سرعت تحولات در دنیای امروز نیاز به بازنگری و به روز شدن دارند. بسیاری از مشکلات ناشی از ناآگاهی و عدم اطلاع از حقوق خود و دیگران است. اطلاع‌رسانی قوانین و مقررات فضای مجازی بخش قابل توجهی از رفتارهای غیرقانونی شهروندان و کاربران فضای مجازی را کاهش می‌دهد. از طرف دیگر برای رویارویی با این پدیده اثرگذار نیاز به کسب یک سری مهارت که اصطلاحاً به آن سواد رسانه‌ای گفته می‌شود است. سواد رسانه‌ای بر اصل مسئولیت استوار است؛ بدین معنی که مسئولیت اصلی و آغازین افزایش سواد رسانه‌ای به عهده خود فرد است، هیچ‌انگیزه‌ای برای تغییر نخواهد بود مگر اینکه خود شخص پاسخگوی سواد رسانه‌ای‌اش باشد (پاتر، ۱۳۹۳، ص ۸۹ به نقل از نصیری، ۱۳۹۶).

با توجه به فرضیه سوم: بین مؤلفه‌های عوامل مرتبط با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه وجود دارد. نتایج حاصل از آزمون همبستگی نشان می‌دهد که میان مؤلفه‌های عوامل اجتماعی، عوامل فنی، عوامل سیاسی، عوامل اقتصادی، عوامل ناشی از خط‌مشی‌گذاری و عوامل ساختاری با میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی رابطه معنی‌دار وجود دارد ( $p < 0.05$  - مقدار). با توجه به ضرایب همبستگی محاسبه‌شده می‌توان گفت رابطه میان عوامل فنی و میزان اجرای خط‌مشی‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی از شدت بیشتری برخوردار است. این یافته با نتایج پژوهش‌های دون‌هارت و کتله (۲۰۱۴)، کستک (۲۰۱۴)، کانسولت (۲۰۰۹)، پایم دالیویدا (۲۰۰۰)، ساموئل استالی (۲۰۰۶)، برینارد (۲۰۰۵)، مکینده (۲۰۰۵)، حفیظ خلیل (۲۰۰۱)، پالمبو

و کالیستا (۱۹۹۰)، پاپادوپولس (۱۹۹۸)، هاوالت و رامش (۱۹۹۵)، ساباتیر و مازمانیان (۱۹۹۶)، کالیستا (۱۹۹۵)، گان وهاگوود (۱۹۸۴)، هی یونگ سوک (۱۹۹۸)، رجب بیگی (۱۳۷۸)، عباسی و همکاران (۱۳۹۵)، مختاریان پور (۱۳۹۳)، طاهرپور کلانتری و معمارزاده (۱۳۸۴)، اعرابی و رزقی رستمی (۱۳۸۴)، قلی پور (۱۳۷۸)، دانایی فرد و همکاران (۱۳۹۲)، توسلی (۱۳۸۷) همسو می‌باشد. از آنجایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی و فضای مجازی پدیده‌ای نوظهور می‌باشند. بنابراین رویاروی با این فضا نیازمند زیرساخت‌های و فناوری‌ها و تجهیزات لازم و اطلاعات می‌باشد.

### پیشنادهای کاربردی پژوهش

- قرار گرفتن موضوع فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی (با توجه به تاثیرگذاری آن در تمامی جنبه‌های زندگی فردی و اجتماعی) در اولویت اول و نیازمند توجه خاص و در دستور کار جدی دولت‌ها
- حمایت از شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی و فرصت دادن به آن‌ها برای رقابت با نمونه‌های بیگانه
- حمایت از نخبگان فضای مجازی و تربیت نیروی انسانی جهت اجرایی کردن سیاست‌های فضای مجازی
- تدوین علمی و تعاملی سیاست‌های فضای مجازی
- با آگاهی بخشی و شفاف‌سازی، سیاست‌های فضای مجازی به گفتمان غالب در جامعه تبدیل شود تا در اجرا موفق‌تر باشند.
- ایجاد هم‌صدایی و هم‌جهتی در مدیریت راهبردی کشور در زمینه سیاست‌های فضای مجازی
- تقویت حضور بخش خصوصی و کارشناسان مستقل در نظام مقررات‌گذاری و نظارت
- ایجاد گرایش‌های جدید در زمینه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی در رشته حقوق در مقاطع تحصیلی مختلف
- وضع قوانین و مقررات سختگیرانه جهت برخورد با مجرمان اینترنتی و اجرایی نمودن قوانین
- آگاه‌سازی افراد جامعه از قوانین و مقررات وضع شده در زمینه فضای مجازی
- آگاه‌سازی و توانمندسازی مردم از طریق آموزش سواد اینترنتی
- استفاده از ظرفیت‌هایی همچون رسانه‌های دیداری و شنیداری، روزنامه‌ها، و ...
- برای نهادینه کردن فرهنگ سایبری در خانواده‌ها و جامعه

- برگزاری کلاس‌ها و کارگاه‌های آموزشی توسط مدارس، موسسات و نهادهای فرهنگی جهت آگاهی دادن به نوجوانان و جوانان در مورد مزایا و معایب فناوری‌های جدید و نحوه‌ی استفاده‌ی صحیح از آن‌ها
- برگزاری جلسات و کارگاه‌های آموزشی از سوی نهادهای فرهنگی، به منظور اطلاع رسانی و آشنا نمودن والدین با فناوری‌های جدید؛ به ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی، و فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی
- ایجاد رشته‌های جدید دانشگاهی متناسب با موضوعات جدید در جامعه
- آگاهی دادن در ارتباط با مفاهیم آزادی و آزادی بیان و شفاف‌سازی مفاهیم آزادی و آزادی بیان در جوامع مختلف
- فرهنگ سازی استفاده بهینه و مناسب فرهنگ خودی از امکانات فضای مجازی
- تولید برنامه‌های سالم و مناسب با فرهنگ اسلامی و ملی توسط صدا و سیما
- تاکید بیشتر به آموزش مهارت‌های مسئولیت‌پذیری اجتماعی در طراحی و تدوین کتاب‌های درسی
- قرار گرفتن دوره افزایش مسئولیت‌پذیری اجتماعی در دوره‌های آموزش ضمن خدمت معلمان و جلسه‌های آموزشی خانواده
- گنجاندن مفاهیم دیگر خواهانه در برنامه‌ریزی‌های درسی با استفاده از ذخایر فرهنگی، دینی
- برجسته کردن وجوه و آموزه‌های جمع‌گرایانه دین توسط نهادهای فرهنگی
- بالا بردن هزینه‌های بد اخلاقی و ناهنجاری در جامعه
- گسترش اخلاق براساس آموزه‌های دینی
- تشکیل میزگردهایی تخصصی با حضور کارشناسان اخلاقی، مذهبی، جامعه‌شناسی، روانشناسی و .... برای بحث و تبادل نظر و بررسی ابعاد مختلف آن
- ایجاد کارگروه‌هایی برای استفاده درست و بهینه جهت اشتغال‌زایی، توسعه اقتصادی و کارآفرینی
- ایجاد فضای مجازی کنترل شده برای کودکان

## منابع

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه
۳. قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران سند چشم انداز ۱۴۰۴ قانون برنامه پنجم توسعه
۴. الوانی، سیدمهدی، خنیفر، حسین، الوانی، سید مهدی، حاجی ملا میرزایی، حمید. (۱۳۹۳). تدوین الگوی خط‌مشی گذاری فضای مجازی کشور. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۴ (۱۳)، ۱۰۰-۷۵.
۵. الوانی، سیدمهدی، خنیفر، حسین، الوانی، سید مهدی، حاجی ملا میرزایی، حمید، میری، سیدمهدی. (۱۳۹۳). ارائه چارچوبی برای نظام و محدوده خط‌مشی گذاری، تصمیم‌گیری و عمل در فضای مجازی. فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی، ۳ (۱۱)، ۶۱-۳۳.
۶. الوانی، مهدی و شریف زاده، فتاح. (۱۳۹۰). فرآیند خط‌مشی گذاری عمومی. تهران: دانشگاه علامه طباطبائی.
۷. باقری میاب، شهلا، باقری، محمدرضا. (۱۳۹۱). الزامات همسویی نهادهای سیاست‌گذار و اجرایی در فرآیند خط‌مشی گذاری فرهنگی عفاف و حجاب. تحقیقات فرهنگی ایران، ۵ (۳)، ۴۶-۳۱.
۸. باهنر، ناصر، چابکی درزایی، رامین. (۱۳۹۲). تحلیل سیاست‌های سواد رسانه‌ای در سه نهاد فرهنگی و ارتباطی. مطالعات میان رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۳ (۲)، ۲۶-۱.
۹. جوکار، بهرام، حسین چاری، مسعود، مهرپور، آناهیتا. (۱۳۹۳). پیش‌بینی مسئولیت‌پذیری اجتماعی براساس سبک‌های هویت در دانشجویان دانشگاه شیراز. فرهنگ در دانشگاه اسلامی، ۴ (۱)، ۲۲-۴.
۱۰. خاکی، غلامرضا. (۱۳۹۳). روش تحقیق در مدیریت (با رویکرد پیمایشی). تهران: انتشارات فوژان.
۱۱. خجیر، یوسف، حسین نظر، فائزه. (۱۳۹۲). آسیب‌شناسی خانواده ایرانی در عرصه شبکه‌های اجتماعی مجازی. مجموعه مقالات همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی مجازی، سلسله همایش‌های فضای سایبر (۳)، پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی، مهر ماه، تهران.
۱۲. خواجه نوری، بیژن، مساوات، سید ابراهیم، ریاحی، زهرا. (۱۳۹۳). رابطه سبک زندگی و مسئولیت‌پذیری فردی و اجتماعی (مطالعه موردی: نوجوانان دبیرستانی شیراز). جامعه پژوهی فرهنگی، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۵ (۴)، ۶۴-۴۵.
۱۳. خیری اصل، خیرالله. (۱۳۹۰). تاثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت ملی. شماره مسلسل ۱۲۲۳۶، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی.



۱۴. روشندل اربطانی، طاهر. (۱۳۹۵). سیاست‌گذاری رسانه‌ای. تهران: موسسه انتشارات دانشگاه تهران.
۱۵. روشندل اربطانی، طاهر، لبافی، سمیه، جلال پور، مهدیه. (۱۳۹۳). تبیین نوع نگرش مخاطب نسبت به محتوای رسانه دینی (صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران) مطالعه موردی شهر اصفهان. دین و ارتباطات، ۲۱ (۴۵)، ۵۵-۸۸.
۱۶. سلیمانی پور، روح‌الله. (۱۳۸۹). شبکه‌های اجتماعی، فرصت‌ها و تهدیدها. ره آوردنور، ۸ (۳۱)، ۱۴-۱۹.
۱۷. طالب پور، علیرضا، شیدایی، منصور، خلیل زاده سلماسی، مریم، عمادی، کینوش. (۱۳۹۳). مرور و دسته‌بندی راهبرد کشورهای جهان در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی مجازی. فصلنامه راهبرد، ۲۳ (۷۳)، ۴۳-۷۱.
۱۸. طالبی، ابوتراب، بحری پور، امیرحسین. (۱۳۹۳). بررسی میزان چگونگی جمع‌گرایی در مسئولیت‌پذیری اجتماعی (مطالعه موردی شهروندان شهر کاشان). فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۱ (۶۶)، ۳۸-۷۲.
۱۹. طالبی، ابوتراب، خوشبین، یوسف. (۱۳۹۱). مسئولیت‌پذیری اجتماعی جوانان. فصلنامه علوم اجتماعی، ۲۴۰-۲۰۷.
۲۰. عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۰). رویکرد دو فضایی به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی. تهران: انتشارات امیرکبیر.
۲۱. عاملی، سعیدرضا، حسنی، حسن. (۱۳۹۱). دو فضایی شدن آسیب‌ها و ناهنجاری‌های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست‌گذاری‌های بین‌المللی. تحقیقات فرهنگی، ۵ (۱)، ۳۰-۱.
۲۲. عباسی، طیه، بیگی، وحید. (۱۳۹۵). تبیین چالش‌های اجرای خط‌مشی‌های عمومی در حوزه علوم، تحقیقات و فناوری. سیاست علم و فناوری، ۸ (۳)، ۱۲-۱.
۲۳. قاضی مغربی، سعید. (۱۳۹۲). شبکه‌های اجتماعی و محرمانگی اطلاعات. مجموعه مقالات همایش تخصصی بررسی ابعاد شبکه‌های اجتماعی مجازی، سلسله همایش‌های فضای سایبر (۳)، پژوهشکده فناوری اطلاعات و ارتباطات جهاد دانشگاهی، مهرماه، تهران.
۲۴. قدمی، محسن، کوثر، زهرا. (۱۳۹۲). تاثیر دولت الکترونیک بر مسئولیت‌پذیری اجتماعی. مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۳ (۷۱)، ۷۵-۱۰۴.
۲۵. قلی پور، رحمت‌الله. (۱۳۸۷). تصمیم‌گیری سازمانی و خط‌مشی‌گذاری عمومی. تهران: سمت.
۲۶. کریمی، حسین. (۱۳۹۵). حقوق اخلاقی و جایگاه آن در فضای مجازی. اخلاق، ۶ (۲۴)، ۷۱-۸۸.

۲۷. گیوریان، حسن، ربیعی مندجین، محمدرضا. (۱۳۸۱). تصمیم‌گیری و تعیین خط‌مشی دولتی. تهران: یکان.
۲۸. محمودی میمند، محمد، شایان، علی. کلاتری، نادیا. (۱۳۹۱). چارچوب خط‌مشی‌گذاری توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات در ایران. پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران، ۲۷ (۳)، ۶۳۹-۶۱۷.
۲۹. معمارزاده، غلامرضا، شکری، نرجس. (۱۳۸۵). ارائه مدل پویا برای اجرای خط‌مشی عمومی. پژوهشگر، ۳ (۸/۳)، ۲-۲۵.
۳۰. ناظری، مهرداد. (۱۳۸۸). مسئولیت‌پذیری، گامی بلند به سوی جامعه مدنی. گزارش، ۱۸ (۲۱۱)، ۶-۷.
۳۱. نصیری، بهاره. (۱۳۹۶). سواد اخلاقی به عنوان یکی از رهیافت‌های سواد رسانه‌ای و مسئولیت اجتماعی. مدیریت شهری، (۴۶)، ۲۷۲-۲۶۱.
۳۲. Barrett, S. M.; Fudge, C. (eds) (۱۹۸۱). Policy and Action: Essays on the Implementation of Public Policy. London, Methuen
۳۳. Chiang J. (۱۹۹۸). 'High-technology Targeting: its modes Strategies and Paradigms', Technology in Society ۲۰ (۱): ۱-۲۳.
۳۴. Dubrin, Andrew J, Irlan, R. Duane and Williams, J. Clifton. (۱۹۸۹). Management and Organization. Cincinnati: South-Western Publishing Co. -
۳۵. Makinde, T. (۲۰۰۵). Problems of policy implementation in developing nations: The Nigerian experience. Journal of Social sciences, ۱۱(۱), ۶۳-۶۹.
۳۶. Van Meter, D. & Van Horn, C. (۱۹۷۵). The policy Implementation process. Administration and Society, ۶(۴), ۴۴۵-۴۸۸.