

## ارائه مدل خط‌مشی‌گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر فرهنگ شهروندی

زمانه ابادری<sup>۱</sup> - علی محمد مزیدی شرف آبادی<sup>۲</sup> - شهناز هاشمی<sup>۳</sup>

### چکیده

**زمینه و هدف:** پارادایم فناوری اطلاعات را می‌توان چشم اندازی دانست که در آن فن آوری‌های نوین اطلاعات و ارتباطات و جنبش‌های اجتماعی به صورت پیوسته‌هایی بر یکدیگر تأثیر می‌گذارند و از یکدیگر نیز تأثیر می‌پذیرند که این موضوع می‌تواند منجر به تغییر فرهنگ شهروندی گردد. هدف از این مطالعه ارائه مدل خط‌مشی‌گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر فرهنگ شهروندی است.

**روش تحقیق:** این تحقیق از جمله تحقیقات بنیادی است و از روش آمیخته استفاده شده است؛ که در راستای اجرای بخش کیفی از مقالات و در راستای بخش کمی از پرسشنامه بهره برده شده است. در بخش کیفی از طریق تکنیک داده بنیان و بررسی مقالات فارسی و انگلیسی بعد از سالهای ۱۳۹۳ و ۲۰۱۵ تا ۲۰۲۰ در راستای مولفه‌های تحقیق مدل نظری استخراج گردید و از طریق استفاده از نرم‌افزار MAXQDA به دسته‌بندی نظرات و کدگذاری داده‌ها پرداخته شد در بخش کمی هم با استفاده از روش‌های آماراستنباطی و توزیع پرسشنامه به ارزیابی و ارائه مدل نهایی پرداخته شد.

**یافته‌ها:** مولفه‌های اصول استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ویژگی‌های فردی، ارتباطات، مزایای به کارگیری شبکه‌های اجتماعی و نهایتاً ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی در رابطه با متغیر شبکه‌های اجتماعی به دست آمده است و در رابطه با فرهنگ شهروندی مولفه‌های رفتارهای شهروندی، ابعاد قانونی شهروندی، ابعاد فرهنگ شهروندی و توسعه فرهنگ شهروندی به دست آمده است و بر همین مبنا و کدهای به دست آمده فرضیه‌های تحقیق تعیین شده و نهایتاً پرسشنامه مربوطه تنظیم و در بخش کمی، بین شهروندان شهر تهران به تعداد ۳۸۴ نفر توزیع گردید و با استفاده از روش رگرسیون خطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته شده است.

**نتیجه‌گیری:** نتایج نشان دادند که ویژگی‌های افراد مبتنی بر تجربیات پیشین، سطح تحصیلات و آگاهی، ویژگی‌های شخصیتی و خانوادگی و هم‌چنین فرهنگ استفاده از شبکه‌های اجتماعی تأثیر بسزایی بر فرهنگ شهروندی داشته و سایر ابعاد شبکه‌های اجتماعی نیز بر فرهنگ شهروندی تأثیر دارد.

**واژگان کلیدی:** فناوری اطلاعات، شبکه‌های اجتماعی، فرهنگ شهروندی

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری علوم ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران. [zamanekhanoom@yahoo.com](mailto:zamanekhanoom@yahoo.com)

<sup>۲</sup> استادیار و عضو هیئت علمی گروه ارتباطات اجتماعی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران. (نویسنده مسئول)

[mazidi6@yahoo.com](mailto:mazidi6@yahoo.com)

<sup>۳</sup> دانشیار پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، تهران،

ایران [shahnaz\\_hashemi@yahoo.com](mailto:shahnaz_hashemi@yahoo.com)

## مقدمه

مفهوم شهروند و شهروندی از مفاهیمی است که از دیر باز تا کنون مطرح بوده و سیر تکامل خود را در ادوار و جوامع مختلف طی نموده است. این مفهوم که حامل مدنیت و پیشرفت بوده است، از منظرهای گوناگون توسط مکاتب مختلف فلسفی، سیاسی و حقوقی مورد بحث و بررسی قرار گرفته است. در واقع «مفهوم شهروندی» علاوه بر زمینه‌های سیاسی، روابط اخلاقی بین اعضای جامعه و نیز مسایل سنتی و هم چنین همبستگی اجتماعی را نیز در بر دارد (هاشمیان و گنجی، ۱۳۸۸: ۲۸).

در واقع موضوعات نظم اجتماعی، انسجام اجتماعی، استاندارد کردن رفتارها و همین طور توسعه و غنای فرهنگی همیشه مورد توجه است و وجود فرهنگ‌های مختلف و ارتباط صحیح آنها با هم ضمن ممانعت از چالش‌ها و کشمکش‌های اجتماعی موجب نظم و انسجام اجتماعی و توسعه فرهنگی می‌گردد. جامعه ایران، جامعه‌ای است متشکل از مردم، اقوام، مذاهب و زبان‌های متفاوت که قرن‌هاست در کنار هم زندگی می‌کنند؛ این ضرورت با توجه به تغییر گفتمان سیاسی و فرهنگی کشور بعد از انقلاب اسلامی و بسیاری از تحولات سیاسی که در دهه گذشته در کشورهای همجوار ایران رخ داد، بیشتر احساس می‌گردد. این مهم اکنون با توسعه محیط مجازی و ایجاد رابطه تعاملی در شبکه‌های اجتماعی مجازی ظهور نموده است. شبکه‌های اجتماعی مجازی نسلی جدید از صفحه‌های اینترنتی هستند که بر اساس نیاز مخاطبان طراحی شده است. در همین راستا ابعاد مرتبط با این مولفه می‌تواند ارتقاء یابد؛ پس با توجه به موارد مذکور این مساله مطرح می‌شود که مدل خط مشی گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر فرهنگ شهروندی کدام است؟

بررسی خط مشی گذاری‌های مدیریت شبکه‌های اجتماعی در کشورهای مختلف ضمن کمک به درک

مفهوم خط مشی گذاری در هر کشور، نقش بی بدیلی در شناسایی وجوه گوناگون شبکه‌های اجتماعی و ارائه مدل خط مشی گذاری آن در کشور خواهد داشت. شبکه‌های اجتماعی با عملکردهای موثر و گوناگون خود در جامعه، زمینه ساز تغییرات و دگرگونی‌های مهمی در اعتقادات، باورها، رفتارها و انگیزش‌های شهروندان می‌گردد. بدون شک بررسی روش‌های برخورد با شبکه‌های مجازی و وجوه گوناگون و گسترده آن، امری ضروری می‌باشد که خود مستلزم خط مشی گذاری‌های هماهنگ، متمرکز و یکپارچه است.

از آنجا که امروزه شبکه‌های اجتماعی ابزاری برای انتقال فرهنگ به شمار می‌روند، تدوین خط مشی مدیریت این شبکه‌ها امری مهم تلقی می‌گردد. آنچه در حوزه اجتماعی مورد توجه است، ارزش‌های اجتماعی است که مورد خواست، وفاق و مطلوب عموم قرار می‌گیرد. یکی از مسائلی که در ایران فرآیند خط مشی گذاری در آن با پیچیدگی‌ها و ناهمواری‌هایی روبرو است، خط مشی گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی است. شیوه‌های خط مشی گذاری در خصوص شبکه‌های اجتماعی از بیش از یک دهه گذشته برای سیاست‌گذاران فضای مجازی در ایران، مسئله‌ای چالش برانگیز بوده است (بصیریان و خانیک، ۱۳۹۳: ۲). امروزه فقدان مدل مفهومی و ساختار موثر برای خط مشی گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی سبب گردیده است تا لزوم تدوین چنین مدلی احساس گردد. لذا ضروری است به منظور ارائه مدل خط مشی گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر فرهنگ شهروندی مطالعاتی صورت پذیرد.

هدف اصلی این تحقیق ارائه مدل خط مشی گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر فرهنگ شهروندی می‌باشد که در راستای هدف اصلی، اهداف فرعی نیز به این شرح می‌باشد شناخت عوامل موثر شبکه‌های اجتماعی با تاکید بر فرهنگ شهروندی و

همچنین الویت بندی عوامل شبکه‌های اجتماعی مد نظر می‌باشد. در این تحقیق پس از بررسی مقالات علمی به روز مبتنی بر مدل پیش بینی شده، متغیرهای تحقیق شناسایی شد و فرضیه‌ها در بخش یافته‌ها ارائه می‌شود. در این پژوهش چارچوب نظری از دو بخش نظریه‌های شبکه‌های اجتماعی و نظریه‌های فرهنگ شهروندی تشکیل شده است که لازم است در این بخش به آنها اشاره شود ابتدا به نظریه‌های فرهنگ شهروندی اشاره می‌شود؛ فرهنگ شهروندی مفهوم نوینی است که با ورود به هزاره سوم اهمیتی ویژه یافته است. از فرهنگ، به عنوان سبک کلی زندگی انسان یاد شده که با تعاملات انسانی شکل می‌گیرد و شامل ارزش‌ها و هنجارهایی است که جوهره آن هستند. از این رو، در بحث از فرهنگ شهروندی و روابط اجتماعی بین شهروندان مسئله هنجارهای اجتماعی مطرح بوده و پایبندی شهروندان به آن هنجارها، موجبات تولید نظم اجتماعی و تنظیم روابط اجتماعی را فراهم می‌آورد. بنابراین رفتارهای مشارکت جویانه، نوع خاصی از کنش اجتماعی هستند که با دغدغه خاطر برای دیگران همراه بوده و غالباً آگاهانه و داوطلبانه هستند. وجود اخلاقی مبتنی بر مشارکت و شهروندی فعال، مستلزم برخورداری از حق، وسیله، فضا، فرصت و در صورت لزوم پشتیبانی و حمایت برای حضور و تأثیرگذاری در تصمیم‌ها و نیز درگیر شدن در فعالیت‌های اجتماعی برای کمک به ساختن جامعه ای بهتر و تأمین سلامت اجتماعی است (رستگار و سیدان، ۱۳۹۴: ۹۲).

فرهنگ در گسترده ترین معنایش، به فرآورده‌های تمدنی پیچیده و پیشرفته اشاره دارد که در چنین معنایی به چیزهایی مانند ادبیات، هنر و فلسفه دانش و فن شناسی باز می‌گردد و آشنایی و برخورداری از ظرافت‌های زندگی و قدرشناسی و خوشنودی برگرفته از آنها را نمایان می‌کند. شهروندی، اصلی است که بر روابط دولت و اعضای جامعه نظارت

می‌کند؛ یعنی از یک سو به امتیازات دولت و حقوق افراد و از دیگر سو به مناسبات و فرایندهای تاریخی مربوط می‌شود. بنابراین «کارکرد اصلی شهروندی، اداره جامعه مطابق با اصول رعایت حقوق دیگران و تعهد به انجام امور در جهت حفظ نهادهای مشترکی است که این حقوق را برقرار و پایدار نگه می‌دارند» (فتیحی و ثابتی، ۱۳۹۳: ۱۷۲). همچنین ضروری است؛ نظریه‌های مرتبط با شبکه‌های اجتماعی نیز مطرح شود؛ بسیاری از روابط، نگرشها، روندها و ظرفیت‌های آینده جهان از جمله سرمایه اجتماعی را تحت تأثیر قرار می‌دهد، چرا که جهان مجازی پدیده ای است که به موازات و حتی گاه مسلط بر جهان واقعی رشد کرده و تداوم پیدا می‌کند. این تاثیرها در هر جامعه ای، به ویژه قشر جوان را که بیش از گروه‌های اجتماعی دیگر در معرض فرآیند جهانی شدن قرار دارند، متاثر می‌کند (موسوی و حدادی، ۱۳۹۰: ۱۱۲). این وب سایت‌ها به طور بالقوه ای چه در سطح روابط بین فردی و چه در سطح روابط اجتماعی، توانایی ایجاد تغییرات اساسی در زمینه زندگی اجتماعی هر فرد را دارند (داستانی و همکاران، ۱۳۹۴: ۳۳). بنابراین شبکه‌های اجتماعی به مجموعه ای از افراد گفته می‌شود که به صورت گروهی با یکدیگر ارتباط داشته و مواردی مانند اطلاعات، نیازمندی‌ها، فعالیت‌ها و افکار خود را به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌های اجتماعی رابطه بسیار نزدیک و مستقیمی با فن آوری اطلاعات و ارتباطات دارند (محکم کار و حلاج، ۱۳۹۳: ۹۲). در اینجا ضرورت دارد به مولفه‌های شبکه‌های اجتماعی و هویت شهروندی به صورت توأمان مورد بررسی قرار گیرد؛ این شبکه‌ها به عنوان محلی برای تعاملات نامحدود بین فرهنگی، انتقال اطلاعات، ارتقای دانش همراه با سرگرمی، فرصت‌های تازه ای را برای شکل دهی و تجلی «هویت شهروندی» برای کاربران به وجود آورده اند، به طوری که افراد با منابع کثیر هویت یابی مواجه شده و فرآیند هویت یابی آنان شکلی

فرامگانی یافته است. به علاوه شبکه‌های اجتماعی نوین این امکان را به کاربران داده اند که بتوانند به هر صورتی که علاقه مند باشند هویت خود را بسازند، از آنجا که شبکه‌های اجتماعی نوین زیر مجموعه ای نو ظهور از رسانه‌های گروهی ارتباطی و اطلاعاتی هستند و «رسانه‌های گروهی در شکل دهی روابط اجتماعی شخصی و رسمی که مبتنی بر تفکر و منطق هستند» نقش محوری دارند، بنابراین می‌توان چنین گفت که شبکه‌های اجتماعی نوین، به تبع شکل دهی به روابط و مناسبات اجتماعی، نقشی بنیادین را در «هویت شهروندی» کاربران خود ایفا می‌نمایند. یکی از انواع هویت‌های متنوع و متکثر انسانها، «هویت شهروندی» است که شامل مجموعه ای از ارزشها، نگرش‌ها و قوانین بنیادین مشترک است که در بردارنده ی احساس تعلق، تعهد و احترام به میراث مشترک، همچنین تشخیص حقوق و تکالیف شهروندی است. مفهوم شهروندی بیانگر عناصر اصلی دموکراسی، مشارکت برابر، احترام به اعضاء جامعه، حقوق دیگران و نهایتاً هویت افراد می‌باشد (ال-قائونه<sup>۱</sup> و همکاران، ۲۰۱۹: ۲۸۱۰). امروز شهروندان در سطح بین المللی با یکدیگر در تعامل هستند که این موضوع به میزان اطلاعاتشان از قوانین و دانش از ارزش‌ها و مسئولیت‌های طرفین وابسته است (مولر<sup>۲</sup> و همکاران، ۲۰۱۸: ۱۸۴). رفتارهای شهروندی کاملاً به فرهنگ وابسته است و مستقل از یکدیگر نیستند (باگوزی<sup>۳</sup> و همکاران، ۲۰۱۶: ۱). استفاده از شبکه‌های اجتماعی بر روانشناسی اجتماعی تاثیر گذار است (ژانگ و فونگ<sup>۴</sup>، ۲۰۲: ۱۳۱۴). شبکه‌های اجتماعی ادراک افراد را از اطلاعات جاری در اجتماع تغییر داده است (کویران<sup>۵</sup> و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۳۲۲). شبکه‌های اجتماعی ابزاری برای تغییر ارتباطات و اطلاعات رسانه ای محسوب می‌شود (آپاریسیو-مارتینز<sup>۶</sup> و همکاران، ۲۰۲۰: ۱۳۰۴). ادراک شهروندان از شبکه‌های اجتماعی منجر به تغییر فرهنگ می‌گردد (رویتر<sup>۷</sup> و همکاران، ۲۰۱۹: ۱۹۷۲۴). در این بخش ضرورت دارد به مهمترین پیشینه‌های تحقیق در قالب جدول اشاره شود. لازم به توضیح است که تمام تحقیقات در سالهای اخیر انجام شده است.

جدول ۱: خلاء تحقیقات پیشین

نام محققان	سال	موضوع	خلاء تحقیقاتی
تحقیقات داخلی			
گیوتاج و رحمتی	۱۳۹۸	بررسی تأثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی دانشجویان ساکن در شهر جهرم.	در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.
نیازی و جعفرپور	۱۳۹۵	تبیین عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر فرهنگ شهروندی شهروندان تهرانی در سال ۱۳۹۳	در این تحقیق نقش شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته نشده است.
ژیانپور و همکاران	۱۳۹۵	سنجش ضریب نفوذ تبلیغات کمیته فرهنگ شهروندی در شهر اصفهان	در این تحقیق نقش شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته نشده است.
علیمرادی	۱۳۹۴	یک مطالعه کاربردی: اثر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ شهروندی. مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی	در این تحقیق عوامل مؤثر آن در نظر گرفته نشده است.
مهدوی و عاشوری	۱۳۹۳	بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر ارتقاء فرهنگ شهروندی (مورد مطالعه: شهر بوشهر)	در این تحقیق نقش شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته نشده است.
رحمانزاده و غفاری معین	۱۳۹۰	بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات بین فرهنگی در میان اقوام ایرانی از دیدگاه صاحب نظران	در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.
رحمانزاده	۱۳۸۹	کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن	در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.

تحقیقات خارجی	
کای <sup>۸</sup> و همکاران ۲۰۲۰	آیا رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به جامعه پذیری افراد تازه وارد کمک کنند؟ در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.
ریکاردلی <sup>۹</sup> و همکاران ۲۰۲۰	استفاده، نگرش و دانش شبکه‌های اجتماعی در بین دانشجویان در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.
تورس <sup>۱۰</sup> و همکاران ۲۰۲۰	اعتبار سنجی رفتار شهروندی در این تحقیق نقش شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته نشده است.
راجش و رانگاپاه <sup>۱۱</sup> ۲۰۲۰	عوامل شخصیتی و اعتیاد به فیسبوک در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.
شریف <sup>۱۲</sup> و همکاران ۲۰۲۰	رفتار گروهی در شبکه‌های اجتماعی در این تحقیق فرهنگ شهروندی ارزیابی نشده است.
بودیونی <sup>۱۳</sup> و همکاران ۲۰۱۷	فرهنگ شهروندی و ارتباطات داوطلبانه سازمانی در این تحقیق نقش شبکه‌های اجتماعی در نظر گرفته نشده است.
چوی <sup>۱۴</sup> و همکاران ۲۰۱۷	معنای شهروند شدن در اینترنت بررسی شده و فرهنگ شهروندی در سطح جامعه ارزیابی نشده است.

### روش تحقیق

این تحقیق از جمله تحقیقات بنیادی است و از روش آمیخته استفاده شده است؛ که در راستای اجرای بخش کیفی از مقالات و در راستای بخش کمی از پرسشنامه بهره برده شده است. در بخش کیفی سعی شد از طریق تکنیک فرضیه‌های (داده بنیان) و بررسی مقالات فارسی و انگلیسی بعد از سالهای ۱۳۹۳ و ۲۰۱۵ تا هم اکنون در راستای مولفه‌های تحقیق مدل نظری استخراج گردد و از طریق استفاده از نرم‌افزار MAXQDA به دسته‌بندی نظرات و کدگذاری داده‌ها پرداخته شد در بخش کمی هم با استفاده از روش‌های آماراستنباطی و توزیع پرسشنامه به ارزیابی و ارائه مدل نهایی پرداخته شد. در این تحقیق برای جمع‌آوری اطلاعات در روش میدانی از پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه به عنوان ابزار گردآوری اطلاعات است که می‌بایست نظر اساتید و متخصصان در این رابطه اخذ گردد که به همین منظور تعیین روایی از نظر اساتید و

متخصصان مربوط به موضوع تحقیق بهره برده شد و مورد تأیید قرار گرفت. برای جمع‌آوری اطلاعات در رابطه با بخش کیفی از مقالات علمی داخلی و خارجی در این زمینه استفاده شد و برای بخش کیفی از نرم‌افزار MaxQDA جهت ارزیابی و شناسایی مولفه‌های تحقیق استفاده شده است. در بخش کمی نیز پرسشنامه بین ۳۸۴ نفر از شهروندان تهرانی توزیع گردید.

### یافته‌ها

پس از شناسایی مقالات متن پیاده شده به نرم‌افزار Max QDA وارد شد و مورد تحلیل قرار گرفت. با مطالعه دقیق و خط به خط جملات و اصطلاحات، مضامین توصیفی توسط محقق به هر قطعه از جملات نسبت داده می‌شد و البته گاه جمله از منظرهای مختلف کدهای مختلفی را به خود می‌پذیرفت. حاصل این مرحله، تولید ۳۲۲ کد توصیفی است که نمونه‌ای از آن در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲: خلاصه مولفه‌های بخش کیفی

مؤلفه	تعداد شاخص‌ها	فراوانی
<i>فرهنگ شهروندی</i>		
رفتارهای شهروندی	۷	۳۲
ابعاد قانونی	۵	۲۲
ابعاد فرهنگ شهروندی	۶	۲۹
توسعه فرهنگ شهروندی	۵	۱۶
<i>شبکه‌های اجتماعی</i>		
مزایای به کارگیری شبکه‌های اجتماعی	۶	۵۴
ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی	۵	۳۱
اصول استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۴	۱۹
ویژگی‌های فردی	۱۰	۶۰
ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی	۴	۲۶
کسب و کار	۵	۳۳

در این قسمت پس از بررسی مقالات مربوط به موضوع تحقیق ابعاد و مولفه‌های مرتبط از طریق نرم افزار مکس کیو دی ای شناسایی گردید و به شرح جدول ذیل ارائه شده است.

**فرهنگ شهروندی**

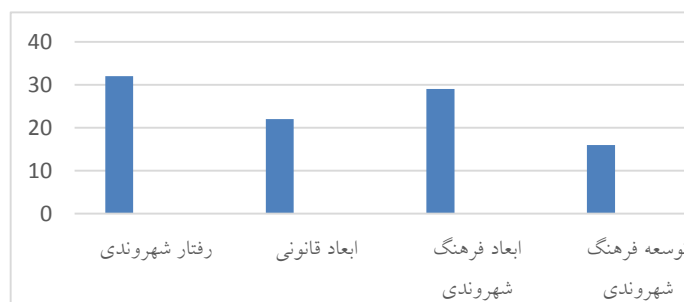
مؤلفه	شاخص	فراوانی	درصد فراوانی	
رفتارهای شهروندی	مشارکت اجتماعی	۱۰	۳۱.۳	
	هویت ملی و شهروندی	۷	۲۱.۹	
	مسئولیت‌های شهروندی	۶	۱۸.۸	
	آگاهی اجتماعی	۳	۹.۴	
	تعهدات شهروندی	۳	۹.۴	
	رفتارهای شهروندی	۲	۶.۳	
	رفتار اجتماعی	۱	۳.۱	
جمع				
ابعاد قانونی	هنجارها	۷	۳۱.۸	
	جامعه مدنی	۷	۳۱.۸	
	دموکراسی	۴	۱۸.۲	
	حقوق شهروندی	۳	۱۳.۶	
	سازمان‌های مردم نهاد	۱	۴.۵	
	جمع			
	ابعاد فرهنگ شهروندی	سرمایه اجتماعی	۱۰	۳۴.۵
ارزش‌ها		۷	۲۴.۱	
تعاملات اجتماعی		۴	۱۳.۸	
شخصیت فردی		۳	۱۰.۳	
اخلاقیات شهروندی		۳	۱۰.۳	
جمع				
جمع کل				

مؤلفه	شاخص	فراوانی	درصد فراوانی
توسعه فرهنگ شهروندی	درک شهروندان	۲	۶.۹
	جمع	۲۹	۱۰۰
	مهارت‌های اجتماعی	۴	۲۵
	مدیریت شهری	۴	۲۵
	آموزش	۴	۲۵
	آموزش شهروندی دیجیتال	۲	۱۲.۵
	علم شهروندی	۲	۱۲.۵
	جمع	۱۶	۱۰۰

#### شبکه‌های اجتماعی

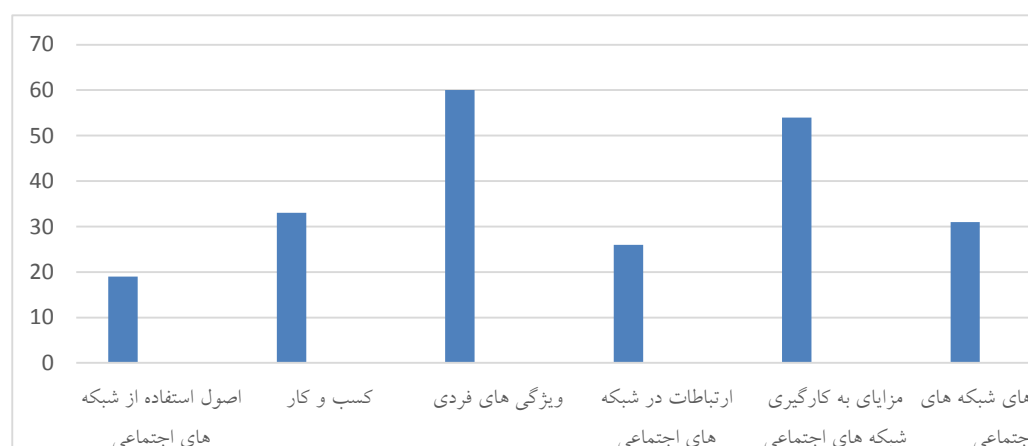
مؤلفه	شاخص	فراوانی	درصد فراوانی
مزایای به کارگیری شبکه‌های اجتماعی	ایجاد تحول اجتماعی	۱۲	۲۲.۲
	یادگیری	۱۱	۲۰.۴
	مشارکت اجتماعی	۱۰	۱۸.۵
	خبرسازی	۹	۱۶.۷
	اعتماد	۶	۱۱.۱
	توسعه اجتماعی	۶	۱۱.۱
	جمع	۵۴	۱۰۰
ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی	اشتراک اطلاعات	۱۴	۴۵.۲
	نوآوری	۶	۱۹.۴
	آگاهی بخشی	۴	۱۲.۹
	توسعه مبتنی بر تخصص	۴	۱۲.۹
	اطلاعات مناسب	۳	۹.۷
جمع	۳۱	۱۰۰	
اصول استفاده از شبکه‌های اجتماعی	قوانین مورد استفاده شبکه‌های اجتماعی	۷	۳۶.۸
	ابعاد محیطی	۶	۳۱.۶
	اخلاق مداری	۴	۲۱.۱
	میزان استفاده از شبکه‌های اجتماعی	۲	۱۰.۵
جمع	۱۹	۱۰۰	
کسب و کار	بازاریابی شبکه‌ای	۱۱	۳۳.۳
	ارتباط دهان به دهان الکترونیکی	۸	۲۴.۲
	تبلیغات آنلاین	۷	۲۱.۲
	کسب و کار آنلاین	۴	۱۲.۱
	برنامه‌های موبایلی	۳	۹.۱
	جمع	۳۳	۱۰۰
ویژگی‌های فردی	تمایل به رفتارهای پرخطر	۹	۱۵
	اخلاق اجتماعی	۸	۱۳.۳
	نقش والدین	۷	۱۱.۷
	دینداری	۷	۱۱.۷
	جمع	۳۱	۱۰۰

مولفه	شاخص	فراوانی	درصد فراوانی
ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی	تنهایی	۶	۱۰
	خودرانگی و خودتنظیمی	۶	۱۰
	خودشیفتگی	۶	۱۰
	سبک زندگی	۶	۱۰
	اعتیاد به شبکه‌های اجتماعی	۴	۶.۷
	حریم شخصی	۱	۱.۷
	جمع	۶۰	۱۰۰
	روابط خانوادگی	۱۱	۴۲.۳
	رفتار گروهی	۸	۳۰.۸
	روابط بین فردی	۴	۱۵.۴
	ارتباط با عضو جدید	۳	۱۱.۵
	جمع	۲۶	۱۰۰



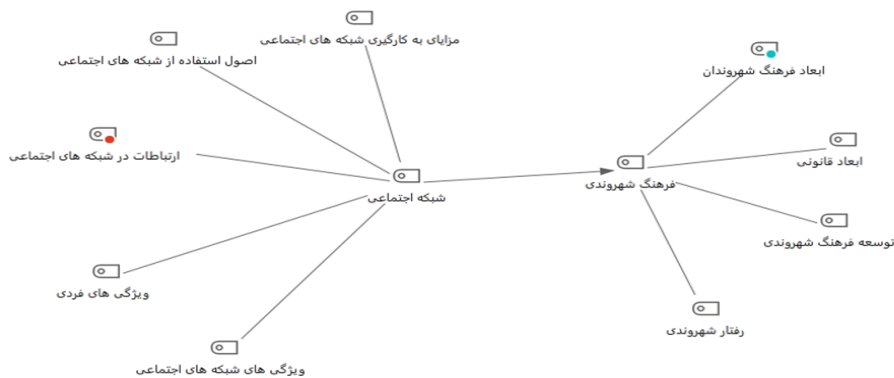
نمودار ۱: مولفه‌های فرهنگ‌های شهروندی

فرهنگ شهروندی دارای ۴ مولفه اصلی: رفتار شهروندی، ابعاد قانونی، ابعاد فرهنگ شهروندی و توسعه فرهنگ شهروندی می‌باشد که طبق نمودار فوق بر اساس ارزیابی کیفی بیشترین مقدار مولفه‌ها متعلق به رفتار شهروندی و کمترین مقدار مولفه‌ها متعلق به توسعه فرهنگ شهروندی است.



نمودار ۲: مولفه‌های شبکه‌های اجتماعی





نمودار ۳: مدل پژوهش

لازمه حل مشکلات شهری و بحران‌های شهرنشینی، زیرساخت‌های رفتارهای شهروندی است لذا وجود فرهنگ شهروندی مناسب می‌تواند مسئولیت‌پذیری، رعایت قوانین و هنجارپذیری مرتبط با شهروندی را ارتقاء دهد. از این رو یافته‌های این مطالعه با نتایج مطالعات احمدی و علی پور (۱۳۹۷)، نیازی و جعفرپور (۱۳۹۵)، تورس و همکاران (۲۰۲۰) و بودیونی و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. یکی از مهم‌ترین ابعدی که می‌تواند نقش بسزایی را در این بین ایفا نماید آموزش می‌باشد که در واقع ارائه اطلاعات و آگاهی در رابطه با مسائل شهروندی در سطح جامعه و فراتر از آن منجر به توسعه مهارت‌های فردی جهت مشارکت در ابعاد اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی می‌گردد و هم‌چنین فرد توانایی لازم جهت مواجهه با مسائلی که در این زمینه‌ها با آن مواجه می‌شود را دارد و همین امر منجر به ایجاد شهروند فعال و آگاه در جامعه می‌گردد که هم بر جامعه اثر گذاشته و هم از جامعه تاثیر می‌پذیرد. در این بین رسانه‌های اجتماعی نقش بسزایی را در ایجاد و توسعه ارتباطات داشته و می‌توانند در جهت دهی به افکار عمومی نقش مهمی را ایفا نمایند چرا که رسانه‌ها توانایی توسعه آگاهی در رابطه با جوامع را داشته و افراد را تشویق می‌نمایند تا تجربیات خود را به اشتراک گذارند. این موضوع می‌تواند هم از دیدگاه فردی در

شبکه‌های اجتماعی دارای ۶ مولفه اصلی: اصول استفاده از شبکه‌های اجتماعی، کسب و کار، ویژگی‌های فردی، ارتباطات در شبکه‌های اجتماعی، مزایای به کارگیری شبکه‌های اجتماعی و ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی می‌باشد که طبق نمودار فوق بر اساس ارزیابی کیفی بیشترین مقدار مولفه‌ها متعلق به ویژگی‌های فردی و کمترین مقدار مولفه‌ها متعلق به اصول استفاده از شبکه‌های اجتماعی است.

بر مبنای مولفه‌های به دست آمده مدل کیفی پیش‌بینی‌کننده به شرح فوق ارائه شده است که نشان می‌دهد که شبکه اجتماعی بر فرهنگ شهروندی تاثیر دارد و بر همین مبنای فرضیه‌های تحقیق تعیین شده و مورد ارزیابی قرار گرفته شده است. و از آزمون رگرسیون در این بخش استفاده شده است و تمام فرضیات تایید گردید.

### بحث و نتیجه‌گیری

در این تحقیق به بررسی و ارزیابی خط‌مشی‌گذاری مدیریت شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ شهروندی پرداخته شده است در این رابطه با استفاده از روش کیفی مولفه‌های مرتبط با هر یک از این دو متغیر مورد ارزیابی قرار گرفته شده است و شاخص‌های هر یک نیز شناسایی شدند که در مجموع شامل ۳۲۲ کد شناسایی شده می‌باشد. از آنجایی که

رسانه‌ها اشاعه یابد و هم از دیدگاه اجتماعی رواج پیدا کند. چرا که سبک زندگی اکثریت افراد یک جامعه مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی و استفاده از تکنولوژی‌هایی است که دستیابی به اطلاعات مورد نظر فرد در کمترین زمان ممکن ایجاد می‌گردد. بنابراین با به کارگیری شبکه‌های اجتماعی احساس مسئولیت افراد و تعهد آنان به رعایت حق و حقوق یکدیگر و هم چنین در نظر گرفتن منافع جمعی نسبت به منافع فردی در زندگی اجتماعی آنان توسعه می‌یابد و فرهنگ شهروندی را شکل می‌دهد به طوری که گسترش این نوع از فناوری‌ها ارتباط مستقیمی با ابعاد فردی و اجتماعی افراد و عکس‌العمل آنان نسبت به محیط خود را دارد. در این تحقیق که ابعاد شبکه‌های اجتماعی شامل اصول استفاده از شبکه‌های اجتماعی، ویژگی‌های فردی کاربران، ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی، ارتباطات در این شبکه‌ها و نهایتاً مزایای به کارگیری شبکه‌های اجتماعی از جمله مولفه‌های اصلی محسوب می‌شوند و از سوی دیگر ابعاد رفتارهای شهروندی، ابعاد قانونی، ابعاد فرهنگ شهروندی، توسعه فرهنگ شهروندی نیز شاخص‌های مولفه فرهنگ شهروندی می‌باشند و بر همین اساس می‌توان چنین نتیجه گرفت که ویژگی‌های افراد مبتنی بر تجربیات پیشین، سطح تحصیلات و آگاهی، ویژگی‌های شخصیتی و خانوادگی و هم چنین فرهنگ استفاده از شبکه‌های اجتماعی تاثیر بسزایی بر فرهنگ شهروندی داشته و سایر ابعاد شبکه‌های اجتماعی نیز بر فرهنگ شهروندی تاثیر دارد از سوی دیگر مولفه‌های فرهنگ شهروندی که شامل فرهنگ و رفتار در این راستا و در رابطه با افراد می‌باشد و مولفه قوانین و مقررات می‌بایست از سوی خط مشی گذاران در این زمینه تبیین گردد حائز اهمیت می‌باشد.

منابع و ماخذ

بصیریان جهرمی، حسین و خانیکی، هادی (۱۳۹۳). سیاست‌گذاران ایرانی و سیاستگذاری رسانه‌های اجتماعی: چالش‌ها، الگوها و ارائه یک مدل پیشنهادی. فصلنامه برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی. شماره ۲۱: ۷۰-۲۵.

رحمان زاده، سید علی. (۱۳۸۹). کارکرد شبکه‌های اجتماعی مجازی در عصر جهانی شدن. مطالعات راهبردی جهانی شدن، ۱ (۱)، ۴۹-۷۸.

رحمان زاده، سید علی؛ غفاری معین، زهرا. (۱۳۹۰). بررسی نقش رسانه ملی در توسعه ارتباطات بین فرهنگی در میان اقوام ایرانی از دیدگاه صاحب‌نظران. مطالعات رسانه‌ای، ۱۶ (۲)، ۲۳۳-۲۴۹.

رستگار، خدیجه؛ سیدان، فریبا. (۱۳۹۴). سنجش رابطه بین فرهنگ شهروندی و سلامت اجتماعی شهروندان تهرانی. مطالعات ملی، ۱۶ (۱)، ۸۵-۱۰۷.

ژیانپور، مهدی؛ نیلی احمدآبادی، علیرضا؛ ناجی اصفهانی، زهرا. (۱۳۹۵). سنجش ضریب نفوذ تبلیغات کمیته‌ی فرهنگ شهروندی در شهر اصفهان. مطالعات جامعه‌شناختی شهری، ۶ (۱۸)، ۱۴۵۸-۱۷۰.

علیمراد، مرتضی. (۱۳۹۴). یک مطالعه کاربردی: اثر شبکه‌های اجتماعی بر فرهنگ شهروندی. مطالعات روانشناسی و علوم تربیتی، ۱ (۱)، ۴۳-۵۴.

فتحی، سروش؛ ثابتی، مریم. (۱۳۹۱). توسعه ساختار سازمانی شهری و گسترش فرهنگ شهروندی. مطالعات شهری، ۲ (۲)، ۱۶۳-۱۹۵.

گیوتاج، حامد؛ رحمتی، حسین. (۱۳۹۸). بررسی تاثیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی دانشجویان ساکن در شهر جهرم. انتظام اجتماعی، ۱۱ (۱)، ۵۵-۷۵.

محکم کار، ایمان؛ حلاج، محمدمهدی. (۱۳۹۳). شبکه‌های اجتماعی به دنبال چه هستند؟. دانش انتظامی خراسان شمالی، ۱ (۲)، ۸۷-۱۰۸.

مهدوی، محمدصادق؛ عاشوری، علی. (۱۳۹۳). بررسی عوامل اجتماعی و اقتصادی مؤثر بر ارتقاء فرهنگ

- Koiranen, I., Koivula, A., Saarinen, A., & Keipi, T. (2020). Ideological motives, digital divides, and political polarization: How do political party preference and values correspond with the political use of social media?. *Telematics and Informatics*, 46, 101322.
- Mueller, J., Lu, H., Chirkin, A., Klein, B., & Schmitt, G. (2018). Citizen Design Science: A strategy for crowd-creative urban design. *Cities*, 72, 181-188.
- Rajesh, T., & Rangaiah, B. (2020). Facebook addiction and personality. *Heliyon*, 6(1), e03184.
- Reuter, C., Kaufhold, M. A., Schmid, S., Spielhofer, T., & Hahne, A. S. (2019). The impact of risk cultures: Citizens' perception of social media use in emergencies across Europe. *Technological Forecasting and Social Change*, 148(1), 1-17.
- Ricciardelli, L. A., Nackerud, L., Quinn, A. E., Sewell, M., & Casiano, B. (2020). Social media use, attitudes, and knowledge among social work students: Ethical implications for the social work profession. *Social Sciences & Humanities Open*, 2(1), 100008.
- Shareef, M. A., Kapoor, K. K., Mukerji, B., Dwivedi, R., & Dwivedi, Y. K. (2020). Group behavior in social media: Antecedents of initial trust formation. *Computers in Human Behavior*, 105, 106225.
- Torres, E. M., Seijo, C., Ehrhart, M. G., & Aarons, G. A. (2020). Validation of a pragmatic measure of implementation citizenship behavior in substance use disorder treatment agencies. *Journal of Substance Abuse Treatment*, 111, 47-53.
- Zhang, L., & Fung, A. Y. (2020). Opinion Dynamics Research on Social Media: Breakthroughs and Challenges. *Telematics and Informatics*, 46, 101314.
- شهروندی (مورد مطالعه: شهر بوشهر). مطالعات توسعه اجتماعی ایران، ۶ (۴)، ۲۳-۳۶.
- موسوی، سید کمال‌الدین. حدادی، فریده. (۱۳۹۰). تحلیل مقایسه‌ای سرمایه اجتماعی در جهان واقعی و در جهان مجازی: با تأکید بر جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله مراجعه‌کننده به کافی‌نت‌ها در شهر اصفهان (سال ۱۳۹۰). *مجله جهانی رسانه*، ۶ (۲)، ۱۱۰-۱۲۹.
- نیازی، محسن؛ جعفرپور، مرتضی. (۱۳۹۵). تبیین عوامل اجتماعی و فرهنگی مؤثر بر فرهنگ شهروندی شهروندان تهرانی در سال ۱۳۹۳. *راهبرد اجتماعی فرهنگی*، ۵ (۱۹)، ۹۷-۱۲۳.
- هاشمیان فر، سید علی؛ گنجی، محمد. (۱۳۸۸). تحلیلی بر فرهنگ شهروندی در شهر اصفهان. *جامعه‌شناسی کاربردی*، ۲۰ (۱)، ۲۵-۴۴.
- Al-Qatawneh, S. S., Alsali, N. R., & Eltahir, M. E. (2019). The citizenship values included in intermediate stage Arabic-language textbooks and teachers' awareness of them in the UAE: A case study. *Heliyon*, 5(11), e02809.
- Aparicio-Martínez, P., Ruiz-Rubio, M., Perea-Moreno, A. J., Martínez-Jiménez, M. P., Pagliari, C., Redel-Macías, M. D., & Vaquero-Abellán, M. (2020). Gender differences in the addiction to social networks in the Southern Spanish university students. *Telematics and Informatics*, 46, 101304.
- Bagozzi, R. P., Belschak, F., Verbeke, W., & Gavino Jr, J. C. (2016). Salesperson Self-Regulation of pride: Effects on adaptability, effort, and citizenship behaviors between independent-based and interdependent-based cultures. *Spanish Journal of Marketing-ESIC*, 20(1), 1-17.
- Boudioni, M., McLaren, S., & Lister, G. (2017). The role of citizenship, culture and voluntary community organisations towards patient empowerment in England and Greece. *International Journal of Caring Sciences*, 10(1), 303-312.
- Cai, D., Liu, J., Zhao, H., & Li, M. (2020). Could social media help in newcomers' socialization? The moderating effect of newcomers' utilitarian motivation. *Computers in Human Behavior*, 107, 106273.
- Choi, M., Glassman, M., & Cristol, D. (2017). What it means to be a citizen in the internet age: Development of a reliable and valid digital citizenship scale. *Computers & education*, 107, 100-112.

#### یادداشت‌ها

<sup>1</sup> Al-Qatawneh

<sup>2</sup> Mueller

<sup>3</sup> Bagozzi

<sup>4</sup> Zhang & Fung

<sup>5</sup> Koiranen

<sup>6</sup> Aparicio-Martínez

<sup>7</sup> Reuter

<sup>8</sup> Cai

<sup>9</sup> Ricciardelli

<sup>10</sup> Torres

<sup>11</sup> Rajesh & Rangaiah

<sup>12</sup> Shareef

<sup>13</sup> Boudioni

<sup>14</sup> Choi



## Provide a Qualitative Model of the Management Policy of Social Networks on Citizenship Culture

Zamaneh Abazari<sup>1</sup> - Ali Mohammad Mazidi Sharafabadi<sup>2</sup> - Shahnaz Hashemi<sup>3</sup>

### Abstract

**Background and Aim:** Virtual social networks are a new generation of web pages that are designed based on the needs of the audience. One of the problems that was felt during the development of virtual social networks was the semantic vacuum in them. Virtual social networks, despite attempts to create a real social network, have created a single electronic identity through users; That this identity is only known for its ability to function, in the domain of which it gave social networks to the audience; In fact, the information technology paradigm can be overlooked in which new information technologies and schools and social movements are absorbed into other attachments if influenced by the transfer and use of other acceptance conditions to change the culture of citizenship. ; So, according to the mentioned cases, what is the model of social network management policy with monitoring of citizenship culture?

**Method:** This research is one of the basic researches and mixed method has been used; In order to implement the qualitative part of the articles and in the direction of the quantitative part of the questionnaire has been used. Qualitative part through data-based technique and review of Persian and English articles after 1393 and 2015 to 2020 in line with the research components of the extraction theory model and through the use of MAXQDA testing software in the category of comments and coding of data paid in The lower part was paid by using statistical methods and distribution of questionnaires to present and present the final model.

**Findings:** The main components of using social networks, personal characteristics, communication, benefits of working in social networks and the latest characteristics of social networks in relation to variable social networks with a license and the relationship with citizenship culture Components of citizenship behaviors , Is the legal dimension of citizenship, the dimension of citizenship culture and the development of citizenship culture. A total of 384 subjects were distributed and analyzed using linear regression method.

**Conclusion:** The results show that the characteristics of people with previous experiences, level of education and awareness, personality and family characteristics and the same culture of using social networks have a significant impact on citizenship culture and other social networks as well as citizenship culture. Is. It has an effect.

**Keywords:** Information Technology, Social Networks, Citizenship Culture

---

<sup>1</sup> PhD. Student of Social Communication Sciences, Maybod Branch, Islamic Azad University, Maybod , Iran.

<sup>2</sup> Department of Social Communication Sciences, Maybod Branch, Islamic Azad University, Maybod, Iran. (Corresponding Author) mazidi6@yahoo.com

<sup>3</sup> Associate professor of Research Institute of Education, Organization for Educational Research and Planning, Tehran, Iran.