

تأثیر سیاست‌گذاری دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی^۱

نوع مقاله: پژوهشی

تاریخ دریافت: ۹۸/۰۱/۲۰ تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۵/۱۸

از صفحه ۱۵۳ تا ۱۷۶

محمدرضا رفیعی دولت‌آبادی^۲، رضا عبدالرحمانی^۳، یوسف ترابی^۴، گارینه کشیشیان سیرکی^۵

چکیده

زمینه و هدف: شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به کارکردهای متنوعشان طی دو دهه گذشته، محل مناقشات بسیاری به‌ویژه در حوزه سیاست‌های دولت‌ها بوده است. در همین راستا، تحقیق حاضر با هدف بررسی تأثیر سیاست‌گذاری دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی از منظر جوانان شهر تهران انجام شده است. **روش:** تحقیق حاضر به روش پیمایشی و به صورت توصیفی - تحلیلی انجام گرفته است. روش گردآوری اطلاعات با استفاده از پرسشنامه محقق ساخته بوده که از نظر روایی و پایایی مورد تأیید قرار گرفته است. جامعه آماری شامل کلیه جوانان کاربر و عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی با سن ۱۸ تا ۲۵ سال شهر تهران است که تعداد ۳۸۴ پرسشنامه براساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در بین جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری شده است. داده‌های جمع‌آوری شده نیز از طریق آزمون‌های آماری ضریب بار عاملی و ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم‌افزار SPSS23 تجزیه و تحلیل شده‌اند.

یافته‌ها: یافته‌ها نشان داد در بین مؤلفه‌های سیاست‌گذاری‌های دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، قانونمندی با ضریب همبستگی ۰/۵۸ و اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت با ضریب ۰/۴۰، بیش‌ترین تأثیر را در امنیت اجتماعی کاربران جوان داشت. همچنین، ضرایب بتای استاندارد شده مشخص کرد متغیر ارائه راه‌حل یا برنامه‌ریزی با ضریب ۰/۷۹۹ بیش‌ترین و شناخت مسئله با ضریب ۰/۳۳۷، کمترین سهم را در امنیت اجتماعی جوانان کاربر داشته است. **نتیجه‌گیری:** کمیت و کیفیت سیاست‌گذاری دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی می‌تواند تأثیرات غیرقابل‌انکاری بر امنیت اجتماعی کاربران جوان داشته باشد. لذا لازم است در سیاست‌گذاری شبکه‌های اجتماعی، ضمن توجه به برنامه‌های جوامع موفق، تعامل و هماهنگی برای ایجاد وحدت رویه در دستگاه‌های متولی در اجرای برنامه‌های مصوب وجود داشته باشد.

کلید واژه‌ها: سیاست‌گذاری دولت، سیاست‌گذاری رسانه‌ای، امنیت اجتماعی، شبکه‌های اجتماعی مجازی، تهران.

استناد: رفیعی دولت‌آبادی، محمدرضا؛ عبدالرحمانی، رضا؛ ترابی، یوسف و کشیشیان سیرکی، گارینه (زمستان ۱۳۹۸). تأثیر سیاست‌گذاری دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی. فصلنامه پژوهش‌های اطلاعاتی و جنایی، ۱۴(۵۶)، صص ۱۷۶-۱۵۳.

۱. برگرفته از رساله دکتری علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب با عنوان «سیاست‌گذاری دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر امنیت اجتماعی از منظر کاربران».
۲. دانشجوی دکتری علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، raf.mohamad21@gmail.com
۳. دانشیار علوم ارتباطات دانشگاه علوم انتظامی امین، نویسنده مسئول: RAR0664@yahoo.com
۴. دانشیار علوم سیاسی دانشگاه علوم انتظامی امین، utorabi14@gmail.com
۵. استادیار علوم سیاسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران جنوب، g.keshishyan71@gmail.com

مقدمه

فضای مجازی امروزه، همه ابعاد زندگی انسان را در بر گرفته است و بخش زیادی از ارتباطات و اشتغالات ذهنی و فکری افراد جامعه با ابزارهای این حوزه سروکار دارد. این حوزه، به علت گستردگی و نفوذ بین‌المللی آن و تأثیرات 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 تضييع 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. نهادهای سیاست‌گذار حوزه فناوری اطلاعات در کشورهای مختلف متفاوت است. به‌طور مثال، در کشورهای کره، غنا، چین، سنگاپور و هند، دولت مسئول سیاست‌گذاری در این حوزه است، اما در کشورهایی مانند مالزی بخش خصوصی نیز همراه با دولت در فرآیند سیاست‌گذاری‌ها مشارکت دارد (لالانا^۱، ۲۰۰۴؛ منگ و لی^۲، ۲۰۰۲).

فریدمن، سیاست‌گذاری رسانه‌ای را همان سیاست‌گذاری عمومی می‌داند که به مسائل خاص رسانه‌ها می‌پردازد (فریدمن^۳، ۲۰۰۸، صص ۱۰۴-۸۳). مک کوئیل^۴ (۲۰۰۹) سیاست‌گذاری رسانه‌ای را پروژه دولتی برای مدیران عمومی تعریف می‌کند که برای انجام اهداف مشخص مأموریت یافته‌اند تا در یک ساختار قانونی و مدیریتی که ممکن است محلی، ملی یا بین‌المللی باشد، عمل کنند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای با این رویکرد به تدوین در نهادهای دولتی یا نیمه‌دولتی باز می‌شود که ابزارهای تحریمی از جمله یارانه‌ها را برای تغییر دادن ساختار و رفتار سازمان‌های رسانه‌ای در اختیار دارند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای از ایدئولوژی سیاسی، فرهنگی و اجتماعی کشور و ارزش‌هایی که زیربنای آن را تشکیل می‌دهد ناشی می‌شوند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای، شیوه‌هایی است که از طریق آن‌ها مقامات عمومی به ساختارها و رویه‌های رسانه‌ای شکل می‌دهند (گرانهام^۵، ۱۹۹۸، صص ۲۱۲-۲۱۰).

1. Lallana, E. and Meng, Q. and M. Li.

2. Meng and Lee.

3. Friedman.

4. McQuail, D.

5. Garnham.

مطالعه سیاست‌گذاری‌های فضای مجازی در کشورهای گوناگون ضمن کمک به درک مفهوم سیاست‌گذاری در هر کشور، نقش مؤثری در شناخت ابعاد فضای مجازی و ارائه مدل مفهومی سیاست‌گذاری آن در کشور خواهد داشت. شبکه‌های اجتماعی با کارکردهای متنوع و تأثیرگذار خود در محیط اجتماعی، زمینه‌ساز تحولات و تغییرات مهمی در باورها، اعتقادات، انگیزش‌ها و رفتارهای مردم و شهروندان می‌شود. بی‌تردید پرداختن به شیوه‌های مواجهه با فضای مجازی و ابعاد گسترده و متنوع آن، امری ضروری است که خود نیازمند سیاست‌گذاری‌های یکپارچه، هماهنگ و متمرکز است. بر این اساس، هدف اصلی این مقاله، تبیین تأثیر سیاست‌گذاری‌های دولت جمهوری اسلامی ایران (با تأکید بر مصوبات قانونی، تصمیم‌گیری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها، اجرا و ارزیابی مصوبات دولت) در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی (فیس‌بوک، توئیتر و تلگرام) بر احساس امنیت اجتماعی کاربران جوانان ۱۸ تا ۲۵ سال تهرانی (که بیش‌ترین کاربران آن هستند) است. به بیان دیگر، هدف این تحقیق، طراحی یا تدوین سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای دولت از خلال پرسش از جوانان نیست، بلکه بررسی تأثیر سیاست‌گذاری‌های دولت در شبکه‌های اجتماعی مجازی بر احساس امنیت اجتماعی جوانان کاربر تهرانی است. اهمیت این تحقیق نیز از آن روست که تاکنون بسیاری از تحقیقات انجام شده در زمینه سیاست‌گذاری فضای مجازی در کشور، به مقررات، آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط به فضای مجازی معطوف است، در حالی که با توجه به تکثر و تعدد جوانب و ابعاد گوناگون فضای مجازی و نهادهای متولی آن در کشور، تحقیق پیرامون مدل‌ها و الگوهای خط سیاست‌گذاری فضای مجازی به‌منظور ارتقای کیفیت و یکپارچه‌سازی مدیریت آن امری ضروری است (محمودی، شایان و کلانتری، ۱۳۹۱، ص ۶۱۷).

طی سه دهه گذشته، پژوهش‌های مختلفی در حوزه سیاست‌گذاری دولت بر رسانه‌ها انجام گرفته و حوزه‌ای با عنوان سیاست‌گذاری رسانه‌ای شکل گرفته که در زیر به برخی از این سیاست‌گذاری‌ها در داخل و خارج از کشور اشاره شده است. عاملی (۱۳۹۷) در کتاب خود با عنوان «سیاست‌گذاری دولت الکترونیک»، پیشنهاد کرده است که سیاست‌های دولت در فضای مجازی یکپارچه باشند، آینده‌نگری در تصویب سیاست‌ها و تصمیمات پیرامون فضای مجازی صورت گیرد، در قوانین و مقررات فضای مجازی بازنگری شود، هماهنگی ستادی انجام شود و مسئولیت‌ها، مأموریت‌ها و وظایف اجرایی از نوع تبیین و شفاف‌سازی شود. روشندل اربطانی (۱۳۹۷) نیز در کتاب خود با عنوان

«سیاست‌گذاری رسانه‌ای» به این نکته اشاره کرده که لازم است در سیاست‌گذاری رسانه‌ای علاوه بر حاکمیت (مجلس، دولت و غیره)، بر شبکه‌ها به نقش سازمان‌های مردم‌نهاد در این باره تأکید کرد. همچنین، محسنیان راد و کاظمی (۱۳۹۳) در مطالعه خود با عنوان «مطالعه تطبیقی سیاست‌های رسانه‌ای کشورهای آسیایی در مواجهه با تلویزیون‌های ماهواره‌ای»، به مقایسه سیاست‌گذاری رسانه‌ای (ماهواره‌ها) ۱۷ کشور آسیایی جهان پرداخته و به این نتیجه رسیدند که سیاست‌های سال‌های ۱۳۷۳ و ۱۳۸۱ این کشورها به دو گونه اساسی بوده است؛ پذیرش ماهواره به مفهوم عدم دخالت دولت یا قانون‌مند کردن اپراتورهای ماهواره‌ای و اجرای اقدامات قابل اجرا با رویکرد عدم پایبندی به فضای آزاد اطلاعات.

خانیکی و بصیریان جهرمی (۱۳۹۳) در مطالعه خود با عنوان «سیاست‌گذاران ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی»، مسئله اصلی سیاست‌گذاری رسانه‌ای را در درک پارادایم‌های ذهنی سیاست‌گذاران و ارائه مدلی پیشنهادی برای حل تعارض موجود میان مصرف کاربران و شیوه‌های سیاست‌گذاری محدودکننده می‌داند. الوانی، خنیفر، حاجی ملامیرزایی و میری (۱۳۹۳) نیز در تحقیقی با عنوان «ارائه چارچوبی برای نظام و محدوده خط‌مشی‌گذاری، تصمیم‌گیری و عمل در فضای مجازی»، به این نتیجه رسیدند که پس از تشکیل شورای عالی فضای مجازی به فرمان مقام معظم رهبری در اسفندماه ۱۳۹۰، می‌توان مدل خط‌مشی‌گذاری آن را ترکیبی از مدل فرآیندی و شبکه‌ای تلقی کرد که به امنیت کاربران توجه ویژه دارد. همچنین، انصاری و خاشعی (۱۳۹۲) در کتاب خود با عنوان «استراتژی در فرهنگ و رسانه»، به بازنمایی مفهوم استراتژی در صنایع فرهنگی و رسانه‌ای و نشان دادن راهکارهای فراروی مدیران رسانه‌ای برای سیاست‌گذاری و تعیین خط‌مشی عمومی که هدف از آن آفرینش کارایی سازمان رسانه‌ای، بهره‌وری بیشتر و امنیت کاربران است، پرداخته‌اند.

محمودی، شایان و کلانتری (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان «ابعاد سیاست‌گذاری توسعه فناوری در فناوری ارتباطات و اطلاعات ایران» به این نتیجه می‌رسند 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، از این‌رو دولت‌ها موظف به سیاست‌گذاری، اجرا و ارزیابی در این خصوص هستند. آشنا و برزویی (۱۳۹۰) نیز در تحقیقی با عنوان «خط‌مشی‌گذاری فاوا در ایران» نشان دادند که آنچه در

سیاست‌های کشور اهمیت یافته، حوزه زیرساخت‌هاست و عملاً حوزه محتوای الکترونیکی بومی و بالطبع حوزه محتوای دیجیتال، کمتر مورد اقبال قرار گرفته است. همچنین، محمدی (۱۳۸۷) در مقاله‌ای با عنوان «سیاست‌گذاری رسانه‌ای» به این نتیجه رسید که امروزه هرگونه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی ارتباطی ضمن در نظر گرفتن زمینه‌های گوناگون ارتباطات مانند ارتباطات رایانه‌ای و ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، ابعاد، آثار و بسترهای کاربری و اینکه هر نوع از سیاست‌گذاری‌ها چه پیامدهایی برای کاربران دارد را نیز باید در بر بگیرد.

مانسل^۱ (۲۰۱۱) در تحقیقی با عنوان «مروری بر سیاست‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و راهبردهای الکترونیکی اقتصادهای منتخب آسیا، دهلی‌نو»، به بررسی و مقایسه سیاست‌های رسانه‌ای کشورها پرداخته و تفاوت‌ها و شباهت‌های آن را بیان کرده است. این مطالعه به دنبال تحلیل پیامدهای سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی چنین سیاست‌گذاری‌هایی است. فریدمن^۲ (۲۰۰۸) نیز در مطالعه خود با عنوان «سیاست سیاست‌گذاری رسانه‌ای» با نقد سیاست‌های رسانه‌ای، مهم‌ترین سیاست‌های حول سیاست رسانه‌ای در جهان را مورد تحلیل قرار داده و به موضوع احساس رضایت و امنیت کاربران توجه کرده است. او به دنبال ارائه مدل‌های متفاوتی از سیاست‌گذاری مانند سنتی و مدرن بود. همچنین، همفریس^۳ (۱۹۹۶) در تحقیق خود با عنوان «رسانه‌های گروهی و سیاست‌گذاری رسانه‌ای در اروپای غربی»، به این نتیجه رسیده که کاربری رسانه‌ها نیازمند یک سیاست شفاف، آزادانه و همراه با نظارت دولت است.

پیکازو-ولا، گاتیرز-مارتینز، لونا-ریس^۴ (۲۰۱۲) در مقاله‌ای با عنوان «درک خطرات، مزایا و گزینه‌های راهبردی برنامه‌های کاربردی رسانه‌های اجتماعی در بخش عمومی» به این نتیجه رسیدند مشارکت دولت‌ها در رسانه‌های اجتماعی می‌تواند به بهبود ارتباطات و مشارکت شهروندان، شفافیت بیشتر بینجامد. برای رسیدن به این مزایا یک راهبرد اجرایی لازم است و اجرای این سیاست‌ها با به‌روزرسانی قوانین و مقررات رابطه دارد. مک کوئیل و ساین^۵ (۱۹۹۸) نیز در کتاب خود با عنوان «سیاست‌گذاری رسانه‌ای» به این

1. Mansell

2. Freedman

3. Humphreys

4. Picazo-Vela, Gutiérrez-Martínez & Luna-Reyes

5. McQuail & Siune

نتیجه رسیدند که مقوله رسانه و وسایل ارتباط جمعی نیازمند سیاست‌گذاری دقیقی است؛ چراکه این سیاست‌گذاری‌ها به انحای مختلف بر تمامی عرصه‌های زندگی فرهنگی سیاسی و اجتماعی تأثیرگذار است (به نقل از تحقیقی از گلودینگ^۱، ۲۰۱۱). همچنین، چیانگ^۲ (۱۹۹۸) در تحقیقی با عنوان «هدف قرار دادن فناوری بالا؛ راهبردها و پارادایم‌ها»، دریافت که فضای مجازی نیازمند راهبردهای مناسب و خاص برای توسعه در جامعه است که برخی از این راهبردها عبارت‌اند از: هدایت منابع انسانی و مالی، تمرکز بر حمایت و پشتیبانی از شرکت‌ها در حوزه فضای مجازی و کوشش در جهت بهره‌گیری از کاربردی کردن فضای مجازی در زمینه‌های مختلف. کوک، تیلور، کاتز، گاردن و همکاران^۳ (۱۹۸۳) نیز در مقاله‌ای با عنوان «تنظیم رسانه‌ها و برنامه‌های کاری؛ تأثیر بر رهبران عمومی، گروه‌های علاقه‌مند، سیاست‌گذاران و سیاست‌ها» به تأثیر رسانه‌ها بر عموم مردم، سیاست‌گذاران، رهبران گروه‌های علاقه‌مند و سیاست‌های عمومی تأکید کرده و دریافتند که رسانه‌ها یکی از مهم‌ترین و چالش‌برانگیزترین موضوعات موردعلاقه سیاست‌گذاران عمومی و دولت بوده است. به هر تقدیر، تمامی این‌ها نشان از اهمیت و تأکید و توجه به سیاست‌گذاری در این حوزه در کشورهاست.

امنیت اجتماعی: امنیت اجتماعی را می‌توان در امان بودن یا در امان حس کردن خود از تهدید، تهدیدکننده نبودن محیط زندگی، افراد خانواده، دوستان، مال و سرمایه تعریف کرد (ضرابی و شرفی و زنگنه، ۱۳۹۱). احساس امنیت اجتماعی نیز نوعی جهت‌گیری روانی مثبت (رضایت‌بخش، قانع‌کننده و آرامش‌بخش) گروه‌های اجتماعی نسبت به عدم تأثیرگذاری حضور و بروز رویدادها و وقایع ضد امنیتی (تهدید در شرایط فعلی و آتی) است (حاجیان، ۱۳۸۴، ص ۲۸). در واقع، احساس امنیت اجتماعی در تعریفی عملیاتی به فقدان هراس از تهدید شدن یا به مخاطره افتادن و نبود ترس از تهدید حقوق و آزادی‌های مشروع یک گروه اجتماعی گفته می‌شود (تاجران و کلالی، ۱۳۸۹؛ پوریان، ۱۳۸۹؛ بیات، ۱۳۸۸). برخی از مهم‌ترین شاخص‌های امنیت اجتماعی، عبارت است از: برهم خوردن ساختار روابط مشترک میان افراد گروه یا جامعه، کاهش میزان رضایت‌مندی و اعتماد، عدم اطمینان از برآورده نشدن حقوق و آزادی‌های مدنی، افزایش

1. Golding

2. Chiang

3. Cook, Tyler, Goetz, Gordon et al

میزان جرم و ناهنجاری‌ها در جامعه، عدم احساس آرامش از در امان بودن خانواده، از دست دادن جان، مال، سرمایه، شغل و غیره.

سیاست‌گذاری: به نظر می‌رسد، سیاست‌گذاری عمومی به مجموعه‌ای از تصمیم‌های فرآیندی دولتمداران که از درک مشکل شروع و به حل آن ختم می‌شود، اطلاق می‌شود. این تعریف، با تحلیل‌های صورت گرفته در تحقیق حاضر بیشتر هماهنگی دارد. مراحل پنج‌گانه سیاست‌گذاری در دولت جمهوری اسلامی ایران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی به اختصار عبارت است از:

- **شناخت مسئله:** منظور از شناخت مسئله این است که دولت جمهوری اسلامی ایران چه نوع نگاهی به شبکه‌های اجتماعی مجازی دارد و به عبارتی چگونه و از چه منظری به آن می‌نگرد.

- **راه‌حل یا برنامه‌ریزی:** دولت جمهوری اسلامی ایران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی چه برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و درازمدتی را طراحی و ارائه داده است.

- **تصمیم‌گیری و قانون‌گذاری:** دولت جمهوری اسلامی ایران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی با توجه به برنامه‌های مذکور چه تصمیماتی را اتخاذ و در خصوص آن مصوبات قانونی طرح و تصویب کرده است.

- **اجرا:** دولت جمهوری اسلامی ایران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، سیاست‌گذاری‌های مراحل یادشده در بالا را چگونه و به چه شیوه‌ای اجرا کرده است.

- **ارزیابی:** دولت جمهوری اسلامی ایران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، پس از مراحل مختلف سیاست‌گذاری، بازخوردگیری انجام داده تا جنبه‌های چهارگانه ضعف، قوت، فرصت و تهدید آن مشخص شود.

شبکه‌های اجتماعی مجازی: منظور از شبکه‌های اجتماعی مجازی در این تحقیق، به شبکه‌هایی اطلاق می‌شود که با مشارکت کاربران و محتوای تولیدشده آن‌ها پیش رفته و برای کاربران خود این امکان را فراهم می‌آورند که تعاملات اجتماعی را براساس فناوری‌های جدید به‌گونه‌ای پیوسته (برخط) و گسسته (در کنار خط) تنظیم کنند. این شبکه‌ها، محل گردهمایی صدها میلیون کاربر اینترنتی است که بدون توجه به مرز، زبان، جنس و فرهنگ، به تعامل و تبادل اطلاعات با یکدیگر می‌پردازند. تعاملی بودن، به اشتراک‌گذاری اطلاعات، تجارب باهم بودن، دوست‌یابی، ایجاد ارتباطات دوسویه و چند

سویه، شکل‌گیری جماعت‌های برخط (پیوسته)، افزایش توانایی برقراری ارتباطات مجازی ناشناس و غیره از جمله ویژگی‌های عضویت در شبکه‌های اجتماعی مجازی است. ایده علوم سیاست‌گذاری، جدید نیست و ابتدا توسط لرنر و لاسول در سال ۱۹۵۱ مطرح شد. پارسونز در این بخش به فرآیند سیاسی و سیاست‌گذاری می‌پردازد. این چارچوب از رویکردهای گوناگونی تشکیل شده است که نشان می‌دهند چگونه بافت سیاسی سیاست‌گذاری را می‌توان تشریح کرد. سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ادبیات نظری ذیل سیاست‌گذاری فرهنگی و در زمینه مطالعاتی سیاست‌گذاری عمومی صورت‌بندی شده است (بلوک، هاوسلی، نیچولز و ساول^۱، ۲۰۰۱). همچنین، برخی صاحب‌نظران سیاست‌گذاری رسانه‌ای را ذیل سیاست‌گذاری ارتباطات (اعم از رسانه) تعریف کرده‌اند. سیاست‌گذاری رسانه‌ای سه حوزه اصلی محتوا، ساختار (الگوهای مالکیت و مدیریت) و زیرساخت‌ها (سازوکارهای انتقال محتوا) را دربرمی‌گیرد که سیاست‌گذاری هر یک از سه حوزه بر دیگری مؤثر است.

از نظریه پردازان عرصه رسانه می‌توان به مک کوئیل اشاره کرد که دارای دیدگاه‌های بدیع و نو در عرصه سیاست‌گذاری رسانه است. مک کوئیل معتقد است که ارتباطات عمومی هرگز حوزه‌ای غیرسیاسی نخواهد شد، هرچند به نظر می‌رسد در حال فاصله گرفتن از مدل قدیمی نظام سیاسی شده‌ای است که مشخصه روزنامه بود؛ چراکه حوزه ارتباطات عمومی و رسانه‌ای، پدیده‌ای اجتماعی و سیاسی بوده که جزء انفکاک‌ناپذیری از جامعه و سیاست را تشکیل می‌دهند. بنابراین، ادعای برخی نظریه‌پردازان مبنی بر سیاست‌گذارناپذیری حوزه‌ها و عرصه‌های ارتباطات عمومی، نادرست و غیرمنطقی به نظر می‌رسد. نکته دیگری که در رویکرد مک کوئیل قابل توجه به نظر می‌رسد اتخاذ سیاست‌های مبتنی بر حزم و احتیاط از یک‌سو و مسامحه و آزاد گذاشتن منطقی مبتنی بر تأکید بر ارزش‌ها و هنجارهای اجتماعی در عرصه سیاست‌گذاری‌های رسانه است؛ به این معنا که در سیاست‌گذاری، دو اصل رعایت هنجارها و ارزش‌ها و اهتمام جدی به آن‌ها و دیگری پرهیز از برخوردهای انقباضی شدید و جواز اغماض و مسامحه در آن حوزه است. به نحوی که آزادی‌های منطقی و عقلانی در حوزه رسانه‌ای که موجب رشد و تعالی افکار عمومی و تبادل اطلاعات و آراء و نظریه‌های مختلف باشد، رعایت شود (مک

1. Block, Houseley, Nicholls & Southwell

کوئیل، ۱۳۸۳). زالر^۱ (۱۹۹۹) در خصوص راهبردهای حفظ منافع گروه‌ها و اقشار مختلف اجتماعی از شهروندان گرفته تا روزنامه‌نگاران، سیاست‌مداران، دانشجویان و غیره به این نتیجه رسید که حفظ حریم خصوصی و توجه به امنیت کاربران از سوی دولت و سازمان‌های خصوصی، از جمله مهم‌ترین راهبردهای سیاست رسانه‌ها در عصر حاضر است. بنابراین، سیاست‌گذاری می‌بایست به چگونگی و قابلیت اجرا و عملیاتی شدن سیاست در جامعه نیز توجه داشته باشد (ون دن بالک، پاپیز، دوندرز و ون اندهو،^۲ ۲۰۱۹).

کاستلز در کتاب سه‌جلدی عصر اطلاعات، جامعه شبکه‌ای را از این منظر، جامعه‌ای جدید می‌داند که «روابط تولید»، «روابط قدرت» و «تجربه» به‌گونه‌ای روزافزون حول شبکه‌های اجتماعی شکل می‌گیرد که نشانگر ریخت‌شناسی جدیدی از جامعه جدید است (کاستلز^۳، ۱۳۸۰، صص ۳۷۷ و ۵۰۰). به تعبیر وی، جامعه شبکه‌ای جهانی، جامعه‌ای است که ساختارهای اجتماعی آن پیرامون شبکه‌های فعال شده از طریق فناوری‌های اطلاعاتی، ارتباطی و پردازش‌شده دیجیتال و مبتنی بر میکروالکترونیک شکل گرفته است. در این جامعه، حاکمیت شبکه‌ها بر فعالیت‌ها و مردمی است که نسبت به شبکه‌ها «بیرونی و خارجی» محسوب می‌شوند و از این نظر، شبکه‌های جهانی به زوال شبکه‌های محلی می‌انجامند. در جامعه شبکه‌ای جهانی، همه شئون انسانی نظیر ارزش‌ها، هویت، الگوی تقسیم‌کار، مفهوم زمان و مکان و همچنین قدرت، به شبکه‌ها وابسته شده‌اند و اهداف، ویژگی‌ها، ساختار و برنامه‌های شبکه است که به تعریف شئون انسانی می‌پردازد. در این جامعه، ارزش را سلسله‌مراتب برنامه‌ریزی‌شده شبکه از طریق کنشگرانی که درون شبکه ایفای نقش می‌کنند (به ویژه جوانان خبیره فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی)، تعریف می‌کنند. نیروی کار را نیز شبکه‌های جهانی تولید، توزیع و منابع در قالب دو گروه نیروی کار خودبرنامه‌ریزی‌شده و نیروی کار عمومی تعریف می‌کنند (کاستلز، ۱۳۹۳، صص ۸۳ و ۸۶).

1.Zaller

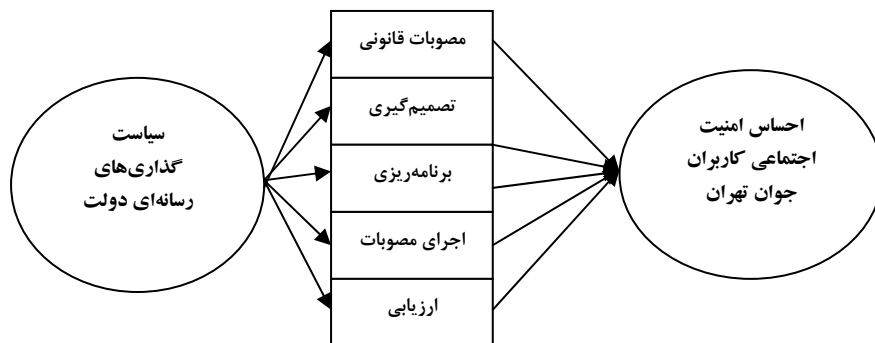
2.Van den Bulck, Puppis, Donders & Van Audenhove

3.Castells

به باور هرمان^۱ (۲۰۱۱) و مک کوئیل^۲ (۲۰۰۹)، سیاست‌گذاری رسانه‌ها از ایدئولوژی سیاسی، وضعیت اجتماعی و اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیربنای آن را تشکیل می‌دهد پایه‌گذاری می‌شود و می‌کوشد این ارزش‌ها را در دستور کار خود قرار دهد. به طوری که سیاست‌گذاری رسانه‌ای را برنامه‌ریزی، طرح‌ریزی و به کارگیری تصمیماتی در راستای پیشبرد اهداف سازمان‌های رسانه‌ای با توجه به محیط و نیروی انسانی آن تعریف کرده‌اند. سیاست‌گذاری به معنی هر آنچه حکومت تصمیم به انجام یا عدم انجام آن می‌گیرد، بوده و «سیاست‌گذاری فرهنگی به اراده دولت در ایجاد یا تحکیم یا تغییر مقررات و تنظیمات در عرصه فرهنگ معطوف است. چنین اراده‌ای، مطابق تعریف سیاست‌گذاری، می‌تواند ایجابی یا سلبی باشد» (وحید، ۱۳۸۶، ص ۲۸۸). سیاست‌گذاری رسانه‌ای اصولاً بخشی از سیاست‌گذاری فرهنگی است.

سیاست‌های رسانه‌ای یا ارتباطی، مجموعه اصول یا هنجارهایی را تشکیل می‌دهد که به منظور راهنمایی عملکرد نظام‌های اطلاعاتی یا به گونه‌ای وسیع‌تر، نظام‌های ارتباطی مورد نظر قرار می‌گیرند. سیاست‌های مذکور به تأسی از ایدئولوژی‌های سیاسی و اوضاع اقتصادی و اجتماعی کشورها اتخاذ می‌شوند و هر جامعه دارای سیاست ارتباطی خاص خود است. (محمدی، ۱۳۸۷، ص ۷۲). سیاست رسانه‌ای و ارتباطی، بایدها و نبایدها و نحوه تخصیص منابع در حوزه رسانه‌ها و ارتباطات (مالکیت سازمان، قانون‌گذاری، محتوا، توزیع، دسترسی و غیره) را هدایت می‌کند (منتظر قائم، ۱۳۸۴، ص ۶۷). در حقیقت، سیاست رسانه‌ای با گستره‌ای از مسائل قائم به ذات و حقیقی و زمینه‌های فناورانه مرتبط بوده و آرایه و نظمی مختلف و گوناگون از دیدگاه‌های نظری و روش‌شناختی را به کار می‌گیرد. سیاست رسانه‌ای در وهله اول، توسط تعدادی از سازه‌های نظری هنجاری راهنما، شکل می‌گیرد. این سازه‌ها، پشتوانه‌های نظری برای توسعه معیارهای مبنایی جهت تعیین و شناسایی عملکرد نظام‌های رسانه‌ای و همچنین اتخاذ سیاست‌هایی که عملکرد نظام را تسهیل کند، فراهم می‌آورد (دانسباچ^۳، ۲۰۰۸، صص ۲۹۶۹-۲۹۷۱).

1.Herman
2.McQuail
3.Donsbach



نمودار ۱ - مدل مفهومی تحقیق

روش‌شناسی تحقیق

تحقیق حاضر به روش پیمایشی و به صورت توصیفی - تحلیلی انجام گرفته است. جامعه آماری شامل کلیه جوانان کاربر و عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی با سن ۱۸ تا ۲۵ سال شهر تهران است که تعداد ۳۸۴ پرسشنامه براساس روش نمونه‌گیری خوشه‌ای چندمرحله‌ای در بین جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری شده است. روش گردآوری اطلاعات میدانی و ابزار آن پرسشنامه محقق ساخته است. روایی ابزار تحقیق از طریق روش صوری (پرسش از ۱۵ تن از اعضای هیئت علمی و روش‌شناس و رفع نواقص پرسشنامه) و پایایی آن از طریق آزمون آلفای کرونباخ به ترتیب «شناخت مسئله» ۰/۷۷، «ارائه راه‌حل یا برنامه‌ریزی» ۰/۷۹، «تصمیم‌گیری و قانون‌گذاری» ۰/۸۲، «مرحله اجرا» ۰/۸۸، «مرحله ارزیابی» ۰/۷۹، «احساس امنیت اجتماعی جوانان» ۰/۸۳ و پایایی کل ۰/۸۴ به دست آمد. داده‌های جمع‌آوری شده نیز از طریق آزمون‌های آماری ضریب بار عاملی و ضریب همبستگی پیرسون با استفاده از نرم‌افزار SPSS²³ تجزیه و تحلیل شده‌اند.

یافته‌های تحقیق

وضعیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی نشان می‌دهد که جنسیت پاسخ‌دهندگان ۹۷/۴ درصد مرد و ۲/۶ درصد زن و ۸۶/۶ درصد پاسخ‌دهندگان متأهل و ۱۳/۴ درصد نیز مجرد بودند. ۶۷/۱ درصد پاسخ‌دهندگان دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد، ۲۰/۸ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۷/۴ درصد دارای مدرک کاردانی و دیپلم و ۴/۷ درصد دارای مدرک تحصیلی دکتری هستند. در بررسی ساعت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی

در شبانه‌روز مشخص شد که بیش‌ترین فراوانی به ترتیب مربوط به دو ساعت با ۱۷/۷، سه ساعت ۱۷/۴ و چهار ساعت ۱۵/۴ برای کاربران بوده است. همچنین، در بررسی میانگین‌های دو گروه مردان و زنان، مشخص می‌شود میانگین امنیت اجتماعی مردان، ۳/۲۶ از ۵ و میانگین امنیت اجتماعی زنان، ۳/۰۱ است و این تفاوت از لحاظ آماری به این معناست که امنیت اجتماعی مردان کمتر از امنیت اجتماعی زنان به سبب تغییر در سیاست‌گذاری‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی متأثر می‌شود. در خصوص رابطه میان وضعیت تأهل و امنیت اجتماعی، با رصد میانگین‌های دو گروه مشخص شد که میانگین امنیت افراد مجرد ۳/۱۸ از ۵ و میانگین امنیت افراد متأهل ۳/۰۹ است. این به آن معناست که امنیت اجتماعی افراد متأهل بیشتر با تغییرات سیاست‌گذاری‌ها متأثر می‌شود. بررسی رابطه میزان تحصیلات و امنیت اجتماعی نیز نشان داد بیش‌ترین امنیت به ترتیب مربوط به گروه تحصیلی کاردانی با میانگین ۳/۱۸، کارشناسی ۳/۱۷، کارشناسی ارشد ۳/۱۱ و دکتری ۳/۰۶ است.

جدول ۱ - توصیف‌گویه‌های مربوط به مؤلفه مسئله محور بودن

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	توجه و عنایت بیشتر به اولویت‌ها، مطالبات و نیازهای جوانان	۴/۶	۰/۶۸
۲	توجه به مشکلات جوانان	۴/۵۵	۰/۷۱
۳	توجه و شناسایی آمال، آرزوها و ایده‌آل‌های جوانان	۴/۵۴	۰/۶۴
۴	گفت‌وگوی دوطرفه برای جلب نظر جوانان	۴/۴۶	۰/۶۵
۵	یکنواخت و یکدست شدن نظرات مسئولان	۴/۰۶	۰/۹۵
۶	از قبل مشخص شدن اولویت‌ها، موضوعات و محورهای مهم	۳/۶۳	۰/۸۷

در بررسی توصیفی مؤلفه مسئله محور بودن، مشخص می‌شود گویه «توجه و عنایت بیشتر به اولویت‌ها، مطالبات و نیازهای جوانان» با میانگین ۴/۶ در رتبه اول و گویه «از قبل مشخص شدن اولویت‌ها، موضوعات و محورهای مهم» با میانگین ۳/۶۳ در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۲ - توصیف‌گویه‌های مربوط به مؤلفه برنامه‌ریزی

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	نظرخواهی از کاربران (جوانان)	۴/۵۵	۰/۶۱
۲	در نظر گرفتن سود و زیان کاربران	۴/۴	۰/۶۴
۳	توجه به یافته‌های علمی	۴/۲۷	۰/۷۲
۴	طراحی براساس نیازهای جوانان	۴/۲۵	۰/۹۰
۵	استفاده از نظرات کارشناسان، نخبگان و استادان	۴/۲۱	۰/۷۸
۶	استفاده از تجربه‌های سایر کشورهای توسعه‌یافته مسلمان (اندونزی، مالزی، ترکیه و غیره)	۴/۰۳	۰/۸۶
۷	توجه به محورها و موضوعات دینی	۳/۴۷	۱/۱۴

در بررسی توصیفی مؤلفه برنامه‌ریزی، مشخص می‌شود گویه «نظرخواهی از کاربران (جوانان)» با میانگین ۴/۵۵ در رتبه اول و گویه «توجه به محورها و موضوعات دینی» با میانگین ۳/۴۷ در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۳ - توصیف گویه‌های مربوط به مؤلفه قانون‌مندی

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	تنبيه و مجازات برای متخلفان	۳/۹۱	۱/۱۴
۲	شرط سنی برای استفاده	۳/۸۷	۱/۲۷
۳	قانون‌مندی حوزه مسئولیت نهادهای دولتی و غیردولتی	۳/۸۴	۰/۹۴
۴	قاعده‌مندی استفاده	۳/۲۳	۱/۵۲
۵	نظارت و کنترل دولت	۲/۷۲	۱/۵۱
۶	فیلتر شدن	۲/۶۹	۱/۵۸
۷	محدودیت	۲/۶۵	۰/۹۸

در بررسی توصیفی مؤلفه قانون‌مندی، مشخص می‌شود گویه «در نظر گرفتن تنبیه و مجازات برای متخلفان» با میانگین ۳/۹۱ در رتبه اول و گویه «محدودیت در استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی» با میانگین ۲/۶۵ در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۴ - توصیف گویه‌های مربوط به مؤلفه تصمیم‌گیری‌های دولت

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	نظرخواهی از کاربران (جوانان)	۴/۴۵	۰/۶۱
۲	نظرخواهی از خردمندان، استادان و اندیشمندان	۴/۴۴	۰/۶۷
۳	تصمیم‌گیری‌های منعطف و قابل انتقاد	۴/۴۱	۰/۶۷
۴	تصمیم‌گیری‌های ثابت و پایدار و نه موقت و سلیقه‌ای	۴/۲۵	۱/۲۰
۵	استفاده از تجارب کشورهای همسایه مسلمان	۳/۳۸	۱/۱۸
۶	واگذاری تصمیم‌ها به شورای عالی فضای مجازی	۳/۲۹	۱/۳۹

در بررسی توصیفی مؤلفه تصمیم‌گیری‌های دولت، مشخص می‌شود گویه «نظرخواهی از کاربران (جوانان)» با میانگین ۴/۴۵ در رتبه اول و گویه «واگذاری تصمیم‌ها به شورای عالی فضای مجازی» با میانگین ۳/۲۹ در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۵ - توصیف گویه‌های مربوط به مؤلفه اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	ضرورت اطلاع‌رسانی به همه کاربران	۴/۵	۰/۶۵
۲	استفاده از تمام ظرفیت‌های افراد و گروه‌های جامعه	۴/۳	۰/۷۸
۳	نظردهی بخش خصوصی و سازمان‌های مردم‌نهاد (NGO)	۴/۱۷	۰/۷۹
۴	حل خلاقانه مشکلات و چالش‌های به وجود آمده	۴/۱۶	۰/۷۳
۵	نظرخواهی از کاربران	۴/۱۶	۰/۸۵
۶	تقسیم کار و هماهنگی میان تمامی رده‌های اجرایی	۳/۹۹	۰/۸۸
۷	انجام نگرفتن تمام تصمیمات مهم در یک سازمان واحد	۳/۹	۱/۰۲

در بررسی توصیفی مؤلفه اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت، مشخص می‌شود گویه «ضرورت اطلاع‌رسانی به همه کاربران» با میانگین ۴/۵ در رتبه اول و گویه «انجام نگرفتن تمام تصمیمات مهم در یک سازمان واحد» با میانگین ۳/۹ در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۶ – توصیف گویه‌های مربوط به مؤلفه ارزیابی سیاست‌گذاری‌های دولت

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	بازخورد گیری (فیدبک)	۴/۲۷	۰/۷۳
۲	نظرخواهی از کاربران	۴/۲۲	۰/۸۳
۳	تشخیص انحراف از معیار و تحلیل علل آن‌ها (عملکرد منفی)	۴/۲	۰/۷۱
۴	اصلاح، تغییر و تکمیل سیاست‌گذاری‌ها	۴/۱۹	۰/۸۳
۵	اطلاع‌رسانی اهداف و دستاوردهای محقق شده و نشده	۴/۱۷	۰/۶۷
۶	سنجش عملکرد دستگاه‌های مجری	۴/۰۹	۰/۶۸
۷	رعایت استانداردهای علمی در ارزیابی و کنترل برنامه‌ها	۴	۰/۷۸

در بررسی توصیفی مؤلفه ارزیابی سیاست‌گذاری‌های دولت، مشخص می‌شود گویه «بازخورد گیری از تصمیمات و اقدامات انجام‌شده» با میانگین ۴/۲۷ در رتبه اول و گویه «رعایت استانداردهای علمی در ارزیابی و کنترل برنامه‌ها» با میانگین ۴ در رتبه آخر قرار دارد.

جدول ۷ – سنجش میزان اثرگذاری مؤلفه‌های سیاست‌گذاری‌های دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی

ردیف	شرح گویه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	نسبت به گذشته فشار گروه‌های ذی‌نفوذ در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر شده	۳/۸	۱/۰۶
۲	میزان اعتماد متقابل در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی کاهش یافته است.	۳/۶۸	۱/۱۴
۳	امکان فعالیت برای گروه‌های مختلف قومی، مذهبی، صنفی و غیره در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی کمتر و محدودیت‌ها بیشتر شده است.	۳/۵۷	۱/۱۷
۴	میزان دستگیری و بازداشت کاربران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش داشته است.	۳/۴۵	۰/۹۵
۵	میزان گرایش به جرم و ناهنجاری در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی افزون‌تر شده است.	۳/۴۴	۱/۲۴
۶	رعایت و احترام به حقوق شهروندی و آزادی‌های مدنی در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی نسبت به گذشته کمتر شده است.	۳/۳۷	۱/۲۲
۷	ساختار روابط مشترک میان جوانان در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی تغییر کرده و ارتباطات با مشکل مواجه شده است.	۳/۳۳	۱/۲۶
۸	کاربران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی جان، مال، سرمایه و شغل خود را در خطر نمی‌بینند.	۳/۲۷	۱/۱۵
۹	میزان رضایت‌مندی در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی نسبت به گذشته کاهش یافته است.	۳/۲۳	۱/۲۸
۱۰	میزان رعایت قانون، هنجارها و ارزش‌ها از سوی کاربران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یافته است.	۲/۹۹	۱/۲۹

براساس نتایج جدول ۷، مشخص شد در میان مؤلفه‌های اثرگذار سیاست‌گذاری‌های دولت بر «احساس امنیت اجتماعی» کاربران جوان، گویه «نسبت به گذشته، فشار گروه‌های ذی‌نفوذ در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی بیشتر شده است» با میانگین

۳/۸ در رتبه اول و گویۀ «میزان رعایت قانون، هنجارها و ارزش‌ها از سوی کاربران در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی افزایش یافته است» با میانگین ۲/۹۹ در رتبه آخر از میزان تأثیرگذاری قرار دارند.

جدول ۸ - مقایسه توصیفی مؤلفه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌های دولت

ردیف	مؤلفه	میانگین	انحراف استاندارد
۱	مسئله محور بودن	۴/۳۰	۰/۴۹
۲	اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت	۴/۱۶	۰/۵۱
۳	برنامه‌ریزی	۴/۱۵	۰/۴۵
۴	ارزیابی سیاست‌گذاری‌های دولت	۴/۱۲	۰/۵۹
۵	تصمیم‌گیری‌های دولت	۴/۰۳	۰/۵۲
۶	قانونمندی	۳/۱۴	۰/۸۵
۷	تأثیر سیاست‌گذاری‌های دولت بر امنیت اجتماعی	۳/۴۲	۰/۶۰

در مقایسه توصیفی مؤلفه‌های مورد سنجش برابر جدول ۸، مشخص شد که مؤلفه مسئله محور بودن با میانگین ۴/۳۰ در رتبه اول، اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت با میانگین ۴/۱۶ در رتبه دوم و برنامه‌ریزی با میانگین ۴/۱۵ در رتبه سوم از تأثیرگذاری‌های رسانه‌های دولت بر احساس امنیت اجتماعی کاربران جوان قرار دارند.

جدول ۹ - ضریب بار عاملی مؤلفه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌های دولت

ردیف	گویه	مقدار ضریب بار عاملی
۱	اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت	۰/۹۷۹
۲	شناخت مسئله	۰/۸۹۷
۳	ارائه راه‌حل یا برنامه‌ریزی	۰/۸۴۲
۴	قانونمندی	۰/۷۴۱
۵	ارزیابی سیاست‌گذاری‌های دولت	۰/۶۷۰
۶	تصمیم‌گیری‌های دولت	۰/۶۲۲

برابر نتایج جدول ۹، بررسی بار عاملی مؤلفه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌های دولت مشخص کرد مؤلفه «اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت» با ضریب بار عاملی ۰/۹۷۹ در رتبه اول، مؤلفه «مسئله محور بودن» با ضریب ۰/۸۹۷ در رتبه دوم و مؤلفه «برنامه‌ریزی» با ضریب ۰/۸۴۲ در رتبه سوم قرار دارد و با توجه به اینکه ضریب بار عاملی کلیه مؤلفه‌ها بیش از ۰/۶ است، می‌توان نتیجه گرفت راهبردهای یادشده می‌توانند در امنیت اجتماعی جوانان مؤثر باشند. این ضریب از آن جهت مورد استفاده قرار گرفت که میزان شدت رابطه میان یک متغیر پنهان و متغیر آشکار مربوطه را مشخص می‌کند. هرچه مقدار بار عاملی یک مؤلفه (سیاست‌گذاری رسانه‌های دولت) در

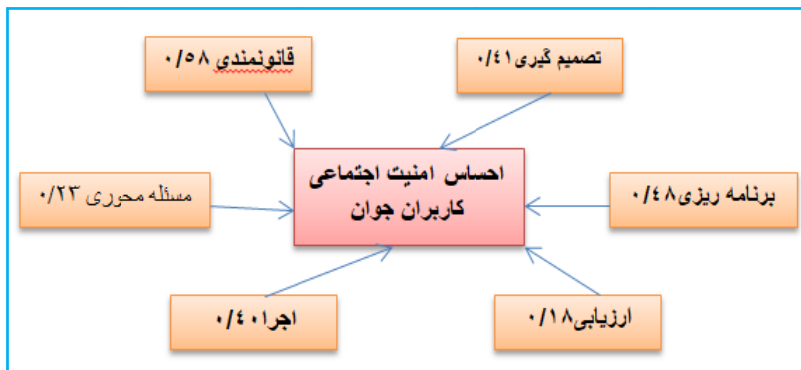
رابطه با یک سازه مشخص (احساس امنیت اجتماعی کاربران) بیشتر باشد، آن مؤلفه سهم بیشتری در تبیین آن سازه ایفا می‌کند.

جدول ۱۰ - بررسی تأثیر سیاست‌گذاری‌های دولت در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی بر امنیت اجتماعی جوانان (سؤال اصلی تحقیق)

ردیف	عنوان مؤلفه	امنیت اجتماعی جوانان		
		مقدار ضریب پیرسون	سطح معناداری	درجه آزادی
۱	قانونمندی	۰/۵۸	۰/۰۰۰	۳۴۴
۲	مسئله محور بودن	۰/۲۳	۰/۰۰۰	۳۴۴
۳	برنامه‌ریزی	۰/۴۸	۰/۰۰۰	۳۴۴
۴	تصمیم‌گیری‌های دولت	۰/۴۱	۰/۰۰۰	۳۴۴
۵	اجرای سیاست‌گذاری‌ها	۰/۴۰	۰/۰۰۰	۳۴۴
۶	ارزیابی سیاست‌گذاری‌ها	۰/۱۸	۰/۰۰۱	۳۴۴

برابر نتایج جدول ۱۰، با بررسی ضرایب همبستگی پیرسون، می‌توان با اطمینان ۹۵ درصد بیان کرد، بیش‌ترین همبستگی به ترتیب مربوط به مؤلفه قانونمندی با ضریب ۰/۵۸، برنامه‌ریزی با ضریب ۰/۴۸ و تصمیم‌گیری‌های دولت با ضریب ۰/۴۱ است؛ به این معنا که با افزایش قانونمندی، برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری‌های دولت، میزان امنیت اجتماعی جوانان در حد متوسط افزایش می‌یابد. به عبارت دیگر، بین سه مؤلفه یادشده و متغیر احساس امنیت اجتماعی کاربران جوان در شهر تهران رابطه همبستگی مستقیم و متوسطی وجود دارد. مؤلفه‌های ارزیابی سیاست‌گذاری‌های دولت با ضریب ۰/۱۸، مسئله‌محور بودن با ضریب ۰/۲۳ و اجرای سیاست‌گذاری‌های دولت با ضریب ۰/۴۰ دارای کمترین ضریب همبستگی با احساس امنیت اجتماعی کاربران جوان شهر تهران هستند. اگرچه بین این سه مؤلفه با متغیر احساس امنیت اجتماعی کاربران جوان رابطه همبستگی وجود دارد، اما ضرایب همبستگی به دست آمده، رابطه‌ایی در حد ضعیف را نشان می‌دهد. به عبارت دیگر، بین سه مؤلفه مربوطه و امنیت اجتماعی جوانان، رابطه همبستگی مستقیم، اما ضعیف وجود دارد.

یافته‌ها نشان داد از میان تمامی مؤلفه‌های سیاست‌گذاری رسانه‌ای، قانونمندی یا قانونمند کردن حوزه سیاست رسانه‌ای بالاترین تأثیر و ارزیابی سیاست‌های اعمال‌شده پایین‌ترین تأثیر را در احساس امنیت کاربران جوان تهرانی دارد.



نمودار ۲- مدل نهایی تحقیق

بحث و نتیجه‌گیری

شبکه‌های اجتماعی مجازی و نیز سیاست‌گذاری‌های آن از سوی دولت‌ها در تمامی جوامع طی دهه گذشته محل مناقشات بسیار بوده است. این فضا که رهبر معظم انقلاب برای آن بالاترین سطح از شورای امنیتی کشور را انتصاب کرده‌اند، امروزه به بخش بزرگی از زندگی تمامی آحاد جامعه بدل شده و حکومت‌ها را با چالش‌های فراوانی مواجه ساخته است. از همین رو، مهم‌ترین مسئله این تحقیق آن بود که سیاست‌گذاری‌های دولت (با تأکید بر شش مؤلفه آن) در حوزه شبکه‌های اجتماعی تا چه اندازه بر امنیت اجتماعی کاربران جوان سنین ۱۸ تا ۲۵ شهر تهران تأثیر می‌گذارد؟ نتایج تحقیق در پاسخ به این سؤال، نشان داد که شیوه‌های مختلف سیاست‌گذاری در حوزه شبکه‌های اجتماعی می‌تواند نه فقط تأثیرات غیرقابل‌انکاری بر احساس امنیت اجتماعی کاربران جوان داشته باشد بلکه براساس متغیرهای جمعیت‌شناختی نیز اثرات متفاوتی بر جای می‌گذارد. برای نمونه، یافته‌های این تحقیق نشان داد که کاربران زن شبکه‌های اجتماعی، معمولاً سریع‌تر از کاربران مرد به این سیاست‌ها عکس‌العمل نشان می‌دهند و بیشتر از مردان، امنیت اجتماعی‌شان دچار اختلال می‌شود. علاوه بر آن، متأهل‌ها بیشتر از مجردها و تحصیل‌کرده‌ها بیشتر از کاربران با تحصیلات پایین از سیاست‌گذاری‌های دولت در شبکه‌های اجتماعی مجازی متأثر می‌شوند.

نظر به وجود انواع سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای، یافته‌های تحقیق نشان داد که به جای محدود کردن شبکه‌های اجتماعی از طریق فیلترینگ و تنبیه و مجازات کاربران (به اصطلاح متخلفان و ناهنجار)، باید به اولویت‌ها و مطالبات و نیازهای جوانان در این حوزه

توجه بیشتری شود. از طرفی، اگرچه موضوعات دینی بسیار مهم و اساسی بوده و باید در این حوزه به آن توجه کرد، ولی نظرخواهی از جوانان و احصای نیازهای آن‌ها قبل از برنامه‌ریزی رسانه‌ای، بسیار راه‌گشا خواهد بود. همچنین، در مرحله تصمیم‌گیری، نظرخواهی از کاربران (جوانان) و استفاده از نظرات آن‌ها در سیاست‌گذاری‌ها اولویت دارد. بنابراین، به جای تصمیم‌گیری از طریق یک سازمان واحد، باید ضمن اطلاع‌رسانی مناسب، همه‌جانبه و به‌موقع، تصمیم‌ها در سازمان‌های متخصص و متعدد اتخاذ شود. در این خصوص، بازخوردگیری از تصمیمات و اقدامات انجام‌شده می‌تواند نقاط ضعف و قوت را نمایان ساخته و در سیاست‌گذاری بعدی مؤثر واقع شود. این یافته‌ها با نتایج به دست آمده از تحقیقات خانیکی و بصیریان جهرمی (۱۳۹۳) که طی تحقیقات خود دریافتند نوع نگاه سیاست‌گذاران به رسانه‌های اجتماعی در ایران با نحوه استفاده کاربران از آن، لزوماً در تعارض نیست، اما ناکارآمدی ساختارهای موجود، جدی نگرفتن ابزارهای قانونی و مدیریتی و نیز پراکندگی شیوه‌های تصمیم‌گیری، چالش‌های فراوانی را برای سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی به دنبال داشته که همگرایی و تجانس میان نهادهای تصمیم‌ساز را بسیار دشوار ساخته است؛ همخوانی دارد.

نتایج نظری و یافته‌ها حکایت از این داشت که گستردگی و پیچیدگی فضای مجازی و مؤلفه‌های آن در سال‌های اخیر باعث شده است تا نهادهای گوناگون دولتی و غیردولتی به جهت حساسیت موضوع و ارتباط این عرصه با مأموریت‌های آن‌ها، به انجام وظیفه و مواجهه با آن برآیند. در حالی که برخی از این نهادها و سازمان‌های مرتبط با سیاست رسانه‌ای مانند شورای عالی فضای مجازی که به عنوان نقطه کانونی متمرکز و بالاترین سطح حاکمیتی در خط مقدم سیاست‌گذاری‌ها است، به دنبال یک خط‌مشی واحدند. گروهی دیگر به دنبال ارائه مدل‌های متفاوتی از سیاست‌گذاری مانند سنتی و مدرن، مدل مک کوئیل (۲۰۰۹) و مدل فریدمن (۲۰۰۸) در فضای مجازی هستند (به نقل از روشندل اربطانی، ۱۳۹۷). بر این اساس، بسیاری از تحقیقات انجام‌گرفته در زمینه سیاست‌گذاری فضای مجازی در کشور معطوف به مقررات، آیین‌نامه‌ها و قوانین مربوط به فضای مجازی شده است. در حالی که با توجه به تکثر جوانب و ابعاد گوناگون فضای مجازی و نهادهای متولی آن در کشور، تحقیق پیرامون مدل‌ها و الگوهای خط‌مشی‌گذاری فضای مجازی به منظور ارتقای کیفیت و یکپارچه‌سازی مدیریت آن امری ضروری به نظر می‌رسد. اگرچه یافته‌های محققان در

خصوص سیاست‌گذاری‌های رسانه‌ای کشور حاکی از وجود آشفتگی‌هایی در این باره است، مانند وجود نهادهای متعدد و موازی، ایده مرکزی «مهندسی فرهنگی» و اولویت‌ها در وهله اول حفظ امنیت ملی و تأمین اهداف سیاسی است، با این وصف به نظر می‌رسد که حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌ای، همان‌گونه که مک کوئیل (۲۰۰۰) نیز تأکید کرده، هرگز حوزه‌ای غیرسیاسی نخواهد بود. بر این اساس، یکی از مهم‌ترین نتایج آن است که سیاست‌گذاران رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی به شدت تحت تأثیر فضای سیاسی جامعه هستند و برخلاف تمامی ادعاها، همان‌گونه که مانسل (۲۰۱۱) مدعی شد، هیچ رسانه بی‌طرفی وجود ندارد. بی‌تردید، توجه به شیوه‌های مواجهه با فضای مجازی و ابعاد گسترده و متنوع آن، همان‌طور که در نتایج این تحقیق نیز گفته‌شده، امری ضروری است که خود نیازمند سیاست‌گذاری‌های یکپارچه، هماهنگ و متمرکز است تا از یک‌سو موازی‌کاری‌های پرهزینه و زمان‌بر را اصلاح کرده و از سوی، با ارائه تقسیم‌کار و مأموریت‌ها در این حوزه، سازوکار بهینه‌ای در جهت شناخت موضوعات و مسائل فضای مجازی و ارائه راه‌حل‌های مناسب برای مواجهه فعال و خردمندانه کشور به دست آید.

به هر ترتیب این تحقیق نشان داد که سیاست‌گذاری دولت‌ها (با هر هدفی که باشد) بر میزان احساس امنیت کاربران جوان شبکه‌های اجتماعی مجازی تأثیرگذار است. در این بین، از همه مهم‌تر قانون‌گذاری و ردگیری آن از سوی سیاست‌گذاران است. هر چه قوانین دقیق‌تر و با تأکید بر نظرات و دیدگاه‌های کاربران تدوین و تصویب شده باشد، احتمال افزایش احساس امنیت کاربران بیشتر خواهد بود و برعکس، قوانینی که تنها براساس نظرات گروهی خاص تدوین شده باشد، احساس امنیت اجتماعی کاربران جوان را کاهش داد. براساس اهداف تحقیق و با توجه به یافته‌ها و نتایج به دست آمده، پیشنهادهای زیر قابل ارائه است.

- نظر به اینکه شیوه‌های تصمیم‌گیری نسبتاً پراکنده‌ای در حوزه سیاست‌های رسانه‌ای وجود داشته و این خود باعث وقوع چالش‌های فراوانی برای سیاست‌گذاری رسانه‌ای شده است، از این‌رو پیشنهاد می‌شود تصمیم‌گیری‌ها با تأکید بر نظرات تمامی سازمان‌ها و دیدگاه‌های کاربران صورت گیرد؛

- تدوین یک چشم‌انداز راهبردی عملیاتی و سیاست مدون، جامع، دقیق، قابل اجرا و متناسب با واقعیات کشور توسط نخبگان به منظور استفاده از قابلیت‌ها و فرصت‌های

شبکه‌های اجتماعی مجازی؛

- براساس یافته‌های تحقیق، وحشت از رفتار زورگویانه و غیرقانونی نیروهای امنیتی در فضای مجازی و سپس دستگیری و حبس، بالاترین میزان میانگین را نشان می‌دهد. بنابراین، پیشنهاد می‌شود رفتار نیروهای امنیتی در حوزه فضای مجازی قانونمند شده و از رفتارهای زورگویانه و غیرقانونی و حبس و دستگیری بی‌مورد خودداری شود.
- با توجه به اینکه ایجاد هماهنگی و وحدت‌رویه بین دستگاه‌ها و اجرای سیاست‌ها، از اولویت‌های مدنظر تحقیق است، پیشنهاد می‌شود دولت در سیاست‌گذاری رسانه‌ای تمامی تلاش خود را برای ایجاد و تقویت چنین هماهنگی‌هایی میان تمامی سازمان‌ها و نهادهای دخیل انجام دهد.
- پیشنهاد می‌شود دولت به کمک برخی سازمان‌ها و نهادهای مرتبط از جمله پلیس، در سیاست‌گذاری‌ها، مقررات و رویه‌های ثابتی تدوین کند تا بتواند به‌صورت یکنواخت شبکه‌های اجتماعی مجازی را مدیریت کند.
- مشارکت اجتماعی مهم‌ترین راهبرد پلیس جامعه‌محور است. از این‌رو، می‌توان به کمک پلیس در جلب نظر کاربران و نظرخواهی از آن‌ها در سیاست‌گذاری‌ها استفاده کرد.
- به اولویت‌ها، مطالبات و نیازهای جوانان در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی توجه بیشتری شود. در این خصوص، می‌توان از پلیس‌های تخصصی برای شناسایی اولویت‌ها و نیز پیشگیری از وقوع هرگونه احساس عدم امنیت کمک گرفت.

منابع

منابع فارسی

- آشنا، حسام‌الدین و برزوئی، محمدرضا (۱۳۹۰). خط‌مشی‌گذاری فاوا در ایران (۱۳۸۱-۱۳۸۶)؛ ارزیابی محتوای دیجیتال اسلامی از تکفا تا تسما. *دوفصلنامه دین و ارتباطات*. ۱۱۸(۱)، صص ۵-۲۱. بازیابی از: http://rc.journals.isu.ac.ir/issue_309_311.html
- اکبرزاده جهرمی، سید جمال‌الدین (۱۳۹۵). پیامدهای همگرایی اینترنت و تلویزیون بر سیاست‌گذاری رسانه‌ای در ایران. *فصلنامه مطالعات فرهنگ و ارتباطات*. ۱۷(۳۴)، صص ۷-۴۵. بازیابی از: http://www.jccs.ir/issue_3004_3388.html
- الوانی، سید مهدی؛ خنیفر، حسین؛ حاجی ملامیرزایی، حامد و میری، سید مهدی

(تابستان ۱۳۹۳). ارائه چارچوبی برای نظام و محدوده خط‌مشی‌گذاری، تصمیم‌گیری و عمل در فضای مجازی. *فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی*. ۴(۱۱)، صص ۳۳-۶۱. بازیابی از: <https://b2n.ir/607971>

- انصاری، محمدمهدی و خاشعی، وحید (۱۳۹۲). استراتژی در فرهنگ و رسانه. تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.

- بیات، بهرام (زمستان ۱۳۸۸). بررسی آسیب‌های رفتاری گیم نت و عوامل مؤثر بر آن در شهر تهران. *مطالعات امنیت اجتماعی*. ۵(۲۰)، صص ۱۹۱-۲۱۳. بازیابی از: <https://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/970979>

- پوریان، عزت‌اله (تابستان ۱۳۸۹). مطبوعات، جرائم اجتماعی و احساس امنیت و آگاهی. *فصلنامه مطالعات امنیت اجتماعی*. ۱(۲۲)، صص ۱۶۳-۱۸۵. بازیابی از: http://sss.jrl.police.ir/article_11916.html

- تاجران عزیزاله و کلالی، حسن (۱۳۸۹)، بررسی تأثیر عملکرد پلیس بر احساس امنیت شهروندان تهرانی. *فصلنامه پژوهش‌های مدیریت انتظامی*. ۴(۴)، صص ۵۶۱-۵۸۶. بازیابی از: http://pmsq.jrl.police.ir/issue_12391_12501.html

- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۸۴). جرائم سازمان‌یافته؛ مفهوم، مدل‌ها و تأثیرات آن بر ثبات سیاسی. *فصلنامه مطالعات راهبردی*. ۸(۲۹)، صص ۴۸۷-۵۱۲. بازیابی از: http://quarterly.risstudies.org/issue_154_156.html

- خانیکی، هادی و بصیریان جهرمی، حسین (۱۳۹۳). سیاست‌گذاران ایرانی و سیاست‌گذاری رسانه‌های اجتماعی. *فصلنامه برنامه‌ریزی رفاه و توسعه اجتماعی*. ۶(۲۱)، صص ۲۵-۷۰. بازیابی از: http://qjdsd.atu.ac.ir/article_1421.html

- روشندل اربطانی (۱۳۹۷). *سیاست‌گذاری رسانه‌ای*. تهران: دانشگاه تهران.

- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴). پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاست‌گذاری رسانه‌ای. *فصلنامه مدیریت دولتی*. ۷(۳)، صص ۴۸۱-۵۰۴. بازیابی از: https://jipa.ut.ac.ir/issue_7260_7630.html

- روشندل اربطانی، طاهر و حیدری، علی (۱۳۹۷). طراحی مدل سیاست‌گذاری رسانه‌ای سازمان تأمین اجتماعی ایران. *فصلنامه رفاه اجتماعی*. ۱۸(۶۹)، صص ۱۲۹-۱۵۷. بازیابی از: <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-3219-fa.html>

- ضرابی، اصغر؛ شرفی، زکیه و زنگنه، مهدی (۱۳۹۱). سنجش عوامل مؤثر بر احساس امنیت شهروندان شهر مشهد با تأکید بر عملکرد پلیس و رسانه‌های جمعی. *فصلنامه*

- پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی ایران. ۱(۲)، صص ۱۰۳-۱۲۱. بازیابی از:
http://ssoss.ui.ac.ir/issue_3281_3283.html
- عاملی، سید سعید (۱۳۹۷). سیاست‌گذاری دولت الکترونیک. تهران: امیر کبیر.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات؛ اقتصاد، جامعه و فرهنگ. جلد اول؛ ظهور جامعه شبکه‌ای (احد علیقلیان و افشین خاکباز، مترجمان). تهران: طرح نو.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۳). شبکه‌های خشم و امید؛ جنبش‌های اجتماعی در عصر اینترنت (مجتبی قلی‌پور، مترجم). تهران: نشر مرکز.
- محسنیان راد، مهدی و کاظمی، سید محمد (۱۳۹۳). مطالعه تطبیقی سیاست‌های رسانه‌ای کشورهای آسیایی در مواجهه با تلویزیون‌های ماهواره‌ای. مطالعات رسانه‌ای نوین. ۱(۴)، صص ۱-۵۸. بازیابی از: http://journals.atu.ac.ir/article_4812.html
- محمدی، حمید (بهار ۱۳۸۷). سیاست‌گذاری رسانه‌ای. فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی. ۱۷(۵۳)، صص ۶۹-۹۳. بازیابی از:
<http://www.iribresearch.ir/sanjesh/fehrest.aspx?id=53>
- محمودی میمند، محمد؛ شایان، علی و کلانتری، نادیا (بهار ۱۳۹۱). ابعاد سیاست‌گذاری توسعه فناوری در فناوری ارتباطات و اطلاعات در ایران. فصلنامه پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات. ۳(۳)، صص ۶۳۹-۶۱۷. بازیابی از:
<https://ijpm.irandoc.ac.ir/article-1-1981-fa.html>
- مک کوئیل، دنیس (تابستان ۱۳۸۳). سیاست‌گذاری رسانه‌ای (مریم بنی‌هاشم، مترجم). مجله رسانه. ۱۵(۵۸)، صص ۳۹-۶۰. بازیابی از: <https://b2n.ir/228737>
- منتظر قائم، مهدی (۱۳۸۴). سیاست‌های دریافت برنامه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای در کشورهای آسیایی: درس‌های مقابله و بهره‌وری برای ایران. نشریه نامه علوم اجتماعی. ۲۶(۲۶)، صص ۶۵-۹۶. بازیابی از: https://jnoe.ut.ac.ir/article_14915.html
- وحید، مجید (پاییز ۱۳۸۶). بحثی در سیاست‌گذاری فرهنگی. فصلنامه سیاست. ۳(۳)، صص ۲۸۷-۳۰۶. بازیابی از: https://jppq.ut.ac.ir/article_18973.html

منابع انگلیسی

- Block, P., Houseley, W., Nicholls, T., & Southwell, R. (2001). Managing in the Media. Taylor & Francis. Retrieved from: <https://b2n.ir/205987>
- Chiang, J. T. (1998). High-technology targeting: its modes' strategies and paradigms. *Technology in Society*, 20(1), 1-23. Retrieved from: [https://doi.org/10.1016/S0160-791X\(97\)00026-2](https://doi.org/10.1016/S0160-791X(97)00026-2)

- Cook, F. L., Tyler, T. R., Goetz, E. G., Gordon, M. T., Protess, D., Leff, D. R., & Molotch, H. L. (1983). Media and agenda setting: Effects on the public, interest group leaders, policy makers, and policy. *Public opinion quarterly*, 47(1), 16-35. Retrieved from: <https://www.jstor.org/stable/2748703>
- Donsbach, Wolfgang (2008). *The international encyclopedia of communication*, Newyork: Blackwell Publishing. Retrieved from: <https://www.wiley.com/en-ir>
- Freedman, Des (2008). *The politics of media policy*. Cambridge, UK Malden MA: Polity. ISBN 978-0-7456-2842-4. OCLC 236184928. Retrieved from: <https://doi.org/10.1080/15205430903277937>
- Garnham, N (1998). *The media; An Introduction*, London, longman. Retrieved from: <https://www.taylorfrancis.com/books/9781315834368>
- Golding ,Peter (2011). Denis McQuail: A Tribute and a Thank You, in Pinto, Manuel & Sousa, Helena, eds. *Communication and Citizenship. Rethinking crisis and change*. Coimbra: Grácio Editor, pp. 123–28. Retrieved from: <https://www.ruigracio.com/000pdf/0024Communicationandcitizenshipprv.pdf>
- Herman, B. D. (2011). New media law and policy, Hunter College. *New Media & Society*, 13(2): 350-356. Retrieved from: <https://scholar.google.com/wXMd8AAAAJ&hl=en>
- Humphreys, Peter (1996). *Mass media and media policy in Western Europe*. Manchester England New York: Manchester University Press Distributed exclusively in the USA and Canada by St. Martin's Press. ISBN 978-0-7190-3197-7. OCLC 33008396. Retrieved from: <https://b2n.ir/105355>
- Lallana, E. (2004). *An overview of ICT Policies and E-strategies of Select Asian Economies*, New Delhi: A division of Reed Elsevier India Private Limited. Retrieved from: <http://www.apdip.net/publications/ict4d/ict4dlallana.pdf>
- Mansell, Robin (2011). *The handbook of global media and communication policy*. West Sussex, United Kingdom: Wiley-Blackwell. ISBN 1-118-79945-3. OCLC 908635289. Retrieved from: <https://b2n.ir/834447>
- McQuail, D, (2009). *Mass communication theory*, London: sage. Retrieved from: <https://b2n.ir/470089>
- McQuail, D., & Siune, K. (1998). *Media policy: Convergence, concentration, and commerce*. SAGE Publications Ltd. Retrieved from: <http://dx.doi.org/10.4135/9781446250358>
- Meng, Q. and M. Li. (2002). New Economy and ICT Development in China. *Information Economics and Policy* 14 (2): 275-295. Retrieved from: [https://doi.org/10.1016/S0167-6245\(01\)00070-1](https://doi.org/10.1016/S0167-6245(01)00070-1)
- Picazo-Vela, S., Gutiérrez-Martínez, I., & Luna-Reyes, L. F. (2012). Understanding risks, benefits, and strategic alternatives of social media applications in the public sector. *Government information quarterly*, 29(4),

- 504-511. Retrieved from: <https://doi.org/10.1016/j.giq.2012.07.002>
- Van den Bulck, H., Puppis, M., Donders, K., & Van Audenhove, L. (Eds.). (2019). The Palgrave Handbook of Methods for Media Policy Research. Palgrave Macmillan. Retrieved from: <https://link.springer.com/book/10.1007%2F978-3-030-16065-4>
- Zaller, John (1999). A Theory of Media Politics / How the Interests of Politicians, Journalists, and Citizens Shape the News. Retrieved from: <https://b2n.ir/371360>