

عنوان مقاله:

طراحی مدل امنیت فرهنگی کشور در شبکه های اجتماعی مجازی با تاکید بر رسانه های اجتماعی

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات رفتاری در مدیریت، دوره 9، شماره 17 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

مهدی سالم - دانشجوی دکتری مدیریت و برنامه ریزی امور فرهنگی دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

اسماعیل کاوسی - استادگروه مدیریت فرهنگی، دانشکده ی مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران.

اکبر اعتباریان - دانشیار گروه مدیریت دولتی، دانشکده ی مدیریت دانشگاه آزاد اسلامی واحد اصفهان (خوراسگان)، اصفهان، ایران.

خلاصه مقاله:

در این پژوهش به منظور مدل سازی امنیت فرهنگی کشور در شبکه های اجتماعی مجازی با تاکید بر رسانه های اجتماعی، با استفاده از تحلیل محتوای قیاسی؛ با شناسایی ۹۳۰ کد مفهوم، کدگذاری و دسته بندی آنها در سه مرحله نهایتاً ۳۷۴ شاخص اصلی؛ در هفت بعد و ۲۸ مولفه، تبیین و در ادامه با استفاده از تکنیک دلفی سه مرحله ای با استفاده از نظر ۲۲ نفر از خبرگان علمی و اجرایی مدل کیفی امنیت فرهنگی کشور در شبکه های اجتماعی مجازی با تاکید بر رسانه های اجتماعی در هفت بعد تقویت اعتماد و اعتبار رسانه ای، وفاداری مخاطب به رسانه خبری، امپریالیسم رسانه ای، تقویت اخلاق حرفه ای رسانه ای، امنیت فرهنگی، تقویت آموزه های دینی و رسانه های اجتماعی ارائه شد. در مرحله دوم تحقیق، حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۲۴۲ نفر برآورد شد و پس از گردآوری داده ها، تجزیه و تحلیل آماری داده های پژوهش با استفاده از آزمون های لوین، آزمون تی تست، تحلیل عاملی تاییدی، به وسیله نرم افزارهای Spss و Lisrel صورت گرفت. یافته های حاصل از تحلیل ابعاد بیانگر آن بود که از بین ابعاد امنیت فرهنگی با میانگین (۹۴/۰) و وفاداری مخاطب به رسانه خبری با میانگین (۶۴/۰) کمترین تاثیر را در امنیت فرهنگی کشور در شبکه های اجتماعی مجازی را داشته و پاسخ دهندگان با وضعیت موجود مولفه های دیگر در سوالات مذکور رضایت ندارند و نظرات منفی دارند و همه ی مولفه ها در امر امنیت فرهنگی کشور در شبکه های اجتماعی مجازی از قابلیت بهبود بالایی برخوردار می باشند.

کلمات کلیدی:

امنیت فرهنگی کشور، شبکه های اجتماعی، شبکه های مجازی، رسانه های اجتماعی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1297251>

