




Exploring the role of social media in representing and controlling the political behavior of organizational managers: A contextual study in Yazd city

Saeed Rategari , Ph.D. Student of Communication Sciences, Department of Communication Sciences, Maybod Branch, Islamic Azad University, Maybod, Iran. Email: saeedrastegari1358@gmail.com

SeyedAlireza Afshani , Professor of Sociology, Department of Sociology, Faculty of Social Sciences, Yazd University, Yazd, Iran (Corresponding Author) Email: afshanalireza@yazd.ac.ir

Alimohammad Mazidi , Assistant Professor of Communication Sciences, Department of Communication Sciences, Maybod Branch, Islamic Azad University, Maybod, Iran. Email: mazidi6@yahoo.com

Mohammad Soltanifar , Professor of Communication Sciences, Department of Communication Sciences, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. Email: msoltanifar@yahoo.com

Extended Abstract

Introduction: In recent decades, political behavior has garnered increasing attention from scholars in management and sociology, particularly within public sector organizations. Political behavior—often rooted in power dynamics, social interactions, and personal or group interests—can significantly influence organizational decision-making and frequently occurs outside formal and legal frameworks. In contexts where formal oversight mechanisms are limited or ineffective, modern communication tools—especially social media—offer new avenues for public monitoring and the exertion of social pressure. With their multifaceted roles in information dissemination, civic engagement, and the representation of realities, social media have emerged as powerful tools for enhancing transparency, promoting accountability, and even regulating political behaviors within organizations. This study focuses on public sector organizations in Yazd, Iran, and employs a qualitative approach to investigate how social media can represent and regulate the political behaviors of organizational managers and employees. It seeks to answer the core research question: How do social media platforms contribute to the representation and control of political behavior among organizational actors?

Methods: This research adopts a qualitative approach grounded in the methodology of grounded theory. The aim was to generate a theory rooted in empirical data through a three-stage coding process—open, axial, and selective—and to present the findings within a paradigmatic model. The sampling process began with purposive sampling and continued through theoretical sampling until theoretical saturation was achieved. Participants were selected based on two criteria: a minimum of five years of work experience in public organizations in Yazd, and a willingness to participate in in-depth interviews. Theoretical saturation was reached after 17 in-depth interviews. Data collection and analysis were carried out iteratively and simultaneously. Each interview was recorded, transcribed, and coded line by line. In the open coding phase, initial concepts were extracted and then merged into subcategories and core



categories. During axial coding, a paradigmatic model was developed encompassing causal conditions, contextual and intervening conditions, strategies, and consequences. Finally, in the selective coding phase, the core category and the emergent theory were formulated based on theoretical sensitivity. Ethical considerations—such as informed consent, confidentiality, anonymity, and the prevention of harm—were rigorously upheld. The validity of the findings was ensured through prolonged field engagement, participant validation, triangulation with credible sources, concurrent data analysis, and peer review of the codes.

Findings: The findings of this study yielded 12 main categories and one core category. The central phenomenon identified was the media-based deterrence of political behavior, which materializes within public organizations through the interaction of causal, contextual, and intervening factors. Key causal factors included public power-based surveillance, disclosure of organizational corruption, media empowerment, representation of financial misconduct, and dual-fronted resistance to political behavior. The creation of online infrastructures for countering political behavior emerged as a key enabler in this process. Strategic responses to facilitate deterrence mainly included public critique of organizational power groups and linguistic participation by citizens in rejecting political behavior. These strategies have fostered a form of media-driven order that promotes transparency, enhances accountability, and reduces instances of political behavior within administrative structures.

Conclusion: The study concludes that within the context of networked societies, social media function as a new form of panopticism, playing a central role in deterring political behavior by organizational managers. Unlike classical surveillance systems aimed at increasing employee productivity, social media expose managerial actions to public scrutiny, thereby compelling transparency, accountability, and responsiveness. Drawing on Michel Foucault's theoretical framework, this form of grassroots surveillance represents a reverse disciplinary power—a bottom-up mechanism of control. Similarly, within the theoretical context of Manuel Castells, social media act as instruments of counter-power, enabling the free flow of information and enhancing users' interactive capacities to reveal corruption, challenge power structures, and reject political behavior. This digital counter-power disrupts the monopoly of traditional organizational oversight, renders managerial actions visible, and reconfigures power relations within organizational settings. Thus, media-based deterrence constitutes not only a novel form of networked control but also signals a shift in power from formal bureaucracies to networked societal actors. Through linguistic participation, social critique, and transparency, these actors challenge the legitimacy of political behavior in organizations. As such, social media serve as strategic deterrents that contribute to reshaping organizational ethics and the distribution of power.

Keywords: Political behavior, media-based deterrence, power-based surveillance, organizational corruption, media power.



کاوش نقش رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی مدیران سازمانی: یک مطالعه زمینه‌ای در شهر یزد

سعید رستگاری^۱، سیدعلیرضا افشانی^۲، علی محمد مزیدی شرف‌آبادی^۳،
محمد سلطانی‌فر^۴

چکیده

تحقیق حاضر باهدف کاوش نقش رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی مدیران سازمان‌های دولتی شهر یزد انجام شد. برای رسیدن به هدف مزبور، نویسندگان مقاله از روش‌شناسی کیفی و رویکرد نظریه داده‌بنیاد استفاده کرده‌اند. جامعه هدف، کارکنان و مدیران ادارات دولتی شهر یزد شهر یزد بودند که با نمونه‌گیری نظری و هدفمند تعداد ۱۷ نفر آن‌ها جهت اخذ مصاحبه عمیق انتخاب شد. فرایند نمونه‌گیری در این تحقیق تا مرحله اشباع اطلاعات ادامه یافت به شکلی که مصاحبه جدید تأثیری در پیشبرد نظریه نهایی نداشت. داده‌های جمع‌آوری‌شده در این تحقیق با استفاده از سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شده است و نتایج آن در قالب ۱۲ مقوله اصلی و ۱ مقوله نهایی به همراه مدل پارادایمی، خط داستان ارائه شد. یافته‌های به‌دست‌آمده حاکی از آن است که «بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی» به‌عنوان پدیده مرکزی به دنبال مجموعه‌ای از عواملی چون نظارت قدرت مآبانه مردمی، شفاف‌سازی فساد سازمانی، قدرت‌گیری رسانه، بازنمایی فساد مالی، مبارزه دووجهی با رفتار سیاسی و بسترسازی برخط مبارزه با رفتار سیاسی به همراه مجموعه‌ای از عوامل زمینه‌ای و مداخله‌گر ایجاد می‌شود. همچنین نتایج نشان داد ایجاد بازدارندگی رسانه‌ای در رفتار سیاسی مستلزم به‌کارگیری دو راهبرد اصلی ازجمله نقد گروه‌های قدرت سازمان و طرد رفتار سیاسی با مشارکت زبانی است.

واژگان کلیدی

رفتار سیاسی، بازدارندگی رسانه‌ای، نظارت قدرت مآبانه، فساد سازمانی، قدرت رسانه.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۳/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۳

۱. دانشجوی دکتری علوم ارتباطات، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران.
saecedrastegari1358@gmail.com

۲. استاد جامعه‌شناسی، گروه جامعه‌شناسی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه یزد، یزد، ایران. (نویسنده مسئول)
afshanalireza@yazd.ac.ir

۳. استادیار علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات، دانشکده علوم انسانی، واحد میبد، دانشگاه آزاد اسلامی، میبد، ایران.
mazidi6@yahoo.com

۴. استاد علوم ارتباطات اجتماعی، گروه علوم ارتباطات، واحد علوم تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
msoltanifar@yahoo.com

مقدمه

در بسیاری از کشورهای جهان، به‌ویژه کشورهای جهان سوم، بوروکراسی و نظام اداری جز قدرتمندترین نمادها است (افشانی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۶) و اغلب به‌عنوان نوعی از سیستم محصورشده توسط عقلانیت در تصمیم‌گیری، غیرشخصی بودن روابط اجتماعی، وظیفه‌محوری، سرسختی با روحی انعطاف‌ناپذیر و قوانین نهادینه‌شده تعریف می‌شود (Omeje, 2014:126). اصلی‌ترین ویژگی این سازمان‌ها حاصل نگاهی قانون‌مدارانه به آن است که قسمی از عقلانیت را به این سازمان‌ها می‌دهد تا کارکردها را عملی کند. علیرغم آن‌که در سازمان، قوانین به‌عنوان راهنمای عمل کارکنان وجود دارند، اما همیشه مدیران و کارکنان سازمانی در قالب قوانین و مقررات عمل نمی‌کنند. هرچند قانون‌شکنی در محیط سازمانی می‌تواند تبعات قانونی خود را داشته باشد، اما برخی از رفتارهای غیرقانونی در محیط سازمان وجود دارند که بخش ذاتی آن شده‌اند و ممکن است به‌طور قانونی پیگیری نشوند. یکی از آن رفتارها، رفتار سیاسی است. سازمان‌های نوین، عرصه‌های سیاسی هستند که مدیران از طریق سیاست‌های سازمانی از قبیل لابی‌گری، اعتلاف، تباری و با استفاده از مهارت‌های اجتماعی بر تصمیم‌گیری‌ها تأثیر می‌گذارند. پژوهش‌گران این ایده را مطرح می‌کنند که رفتار سیاسی هم‌زمان با پیدایش سازمان وجود داشته است (سلطانی فتح و همکاران، ۱۳۹۹: ۱۹۰) و بر اساس استراتژی‌های خودخواهانه‌ای رخ می‌دهد که برای به دست آوردن و استفاده از قدرت جهت دستیابی به نتایج مطلوب مورد استفاده قرار می‌گیرد. این رفتار زمانی ایجاد می‌شود که افراد برای به دست آوردن قدرت و یا حفاظت از منافع شخصی یا حتی گروهی خود در محیط سازمان تلاش می‌کنند (کاکه‌برایی، ۱۳۹۹: ۳۸۵).

رفتار سیاسی همواره نیازمند داشتن قدرت در محیط سازمانی است زیرا قدرت زمینه اثربخشی یک مدیر را در محیط سازمان فراهم می‌کند (باغ‌خواستی و ضامنی، ۱۳۹۵: ۱۰۶). این اثربخشی نیازمند تعامل اجتماعی است. در واقع تعاملات اجتماعی میان افراد شرایط مناسبی را برای بروز رفتار سیاسی فراهم می‌کند (رمضانی‌راد و همکاران، ۱۳۹۹: ۵۲). رفتار سیاسی تصمیمات راهبردی را در سازمان فراگرفته و اغلب به کیفیت تصمیم‌گیری‌ها آسیب می‌رساند و عملکرد سازمان را تضعیف می‌کند (کتبی و همکاران، ۱۴۰۰: ۹۲). علیرغم وقوع گسترده، پیگرد قانونی رفتار سیاسی دشوار است. همچنین افراد درگیر در رفتار سیاسی، اغلب اعضای تحصیل کرده، مورد احترام و تأثیرگذار جامعه هستند که از روابط خود برای فرار از پیگرد قانونی استفاده می‌کنند، به‌ویژه در کشورهایی که

چارچوب‌های قانونی ضعیف دارند (Bhattacharjee & Shrivastava, 2018: 705). اگر پیگیری رفتار سیاسی کارکنان و مدیران سازمانی به‌طور قانونی دشوار است، چه سازوکاری می‌تواند نظارت بر سازمان و مدیران سازمانی را تسهیل کند؟ پیداست که ما در جامعه‌ای زندگی می‌کنیم که آنچه انجام می‌دهیم، به‌طور فزاینده‌ای قابل مشاهده و نظارت است (Epling, Timmons & Wharrad, 2003: 213).

به نظر می‌رسد مهم‌ترین سازوکاری که امروزه در جامعه وجود دارد ایجاد نوعی دیده‌بانی از سوی مردم از طریق رسانه‌های اجتماعی است. همان‌گونه که در جوامع پیشرفته افراد توسط مقامات به‌منظور شناخت و دستیابی به حداقل سطح کنترل اجتماعی، تحت نظارت و دیجیتالی شدن قرار دارند (Martínez-Béjar & Brän-dle, 2018: 140). افراد نیز می‌توانند به‌منظور کنترل بیشتر بر سازمان‌ها و مدیران بر آن‌ها نظارت داشته باشند. رسانه‌های اجتماعی به دلیل برآورده کردن نیازهای مختلف کاربران، مانند تعامل اجتماعی، جستجوی اطلاعات، ابراز نظر، سرگرمی و غیره به‌طور گسترده مورد تحسین قرار می‌گیرند (Hou, Guo & Pan, 2023: 1). پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نه‌تنها برای اجتماعی شدن، بلکه برای اطلاع‌رسانی در مورد رویدادهای اجتماعی، سیاسی، آموزشی و اقتصادی و ... مورد استفاده قرار می‌گیرند (Hussain, Rafique & Naveed, 2023:2). تکامل این رسانه‌ها به افراد دانش بهره‌گیری از اطلاعاتی را می‌دهد که می‌توانند از طریق این اطلاعات به‌نوعی از اعمال قدرت بر سازمان‌ها و افراد دست یازند. این رسانه‌ها اکنون در همه حوزه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار می‌گیرند و عنوان یک ابزار ارزیابی نیز قلمداد می‌شوند (Waycott et al. 2017:14) و به شهروندان اجازه می‌دهد احساس کنند که در ایجاد دانش شرکت می‌کنند (Zavattaro & Sementelli, 2014:258).

نکته فوق، این امر را آشکار می‌کند که رسانه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان ابزارهای اعمال قدرتی تلقی شوند که به شکلی معکوس نظام دیده‌بانی قدرت را ایجاد می‌کنند. اگر تاکنون سازمان‌ها و نهادهای دولتی با قوانین و چارچوب‌های منظم رفتار و کنش افراد را کنترل می‌کردند، اکنون تک‌تک افراد جامعه به‌واسطه رسانه‌ها و دسترسی به اطلاعات می‌توانند بر سازمان‌ها و کارکنانش نظارت داشته باشند. رسانه‌های اجتماعی در برابر مدیران، مسئولان و همچنین دولت تبدیل به یک میدان قدرت به‌شدت سخت‌گیرانه شده است. این قدرت بیش از آن‌که رویکردی «از بالا به پایین» داشته باشد، به‌طور معکوس از «پایین به بالا» توسط تک‌تک اعضای

جامعه اعمال خواهد شد که منجر به کنترل حاکمیت و اعمال نظارت بر عملکردهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی در سطح کلان و عملکردهای سازمانی در سطح میانی و عملکردهای فردی آنها در سطوح خرد می‌شود.

بر این اساس رسانه به ابزاری مهم در افزایش شفافیت و پاسخگویی تبدیل شده است که محرک اصلی برای مدیریت خوب در بخش دولتی است (Guillamón at al, 2016: 462). برتوت و همکاران (۲۰۱۰: ۲۶۹)، نشان دادند که رسانه‌های اجتماعی رویکرد جدیدی را برای ایجاد شفافیت و ترویج ضد فساد ارائه می‌دهند. بر این اساس است که می‌توان از اطلاعات رسانه‌ای و اینترنت برای نوسازی فرایندهای مدیریت در اداره‌ها، امکان مشارکت شهروندان، ترویج شفافیت و دسترسی آسان‌تر به اطلاعات (Gandía, Marrahí & Huguet, 2016:230) و در یک کلام نظارت بر رفتار سیاسی مدیران و کارکنان سازمانی استفاده کرد. رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزارهای نوین ارتباطی، نقش بسیار مهمی در شکل‌دهی و کنترل رفتارهای سیاسی در سازمان‌ها ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها با فراهم آوردن بستر تعاملات گسترده و لحظه‌ای میان افراد، امکان نظارت و دیده‌بانی جمعی را به‌طور بی‌سابقه‌ای افزایش داده‌اند. از طریق رسانه‌های اجتماعی، شهروندان و ذینفعان می‌توانند رفتار مدیران و کارکنان سازمانی را به‌صورت شفاف‌تر دنبال کنند و اعمال فشار اجتماعی بر رفتارهای ناپسند و سیاسی سازمان‌ها را تسهیل نمایند. همچنین، این رسانه‌ها با ایجاد فضای گفت‌وگو و تبادل اطلاعات، بستر مناسبی برای اطلاع‌رسانی و افشای تخلفات فراهم می‌کنند که به بهبود کیفیت تصمیم‌گیری و پاسخگویی در سازمان‌ها کمک می‌کند.

از این رو، اهمیت رسانه‌های اجتماعی در کنترل رفتار سیاسی نه‌تنها در تقویت شفافیت و پاسخگویی سازمان‌ها بلکه در ارتقای سلامت ساختارهای مدیریتی و نهادی نیز غیرقابل‌انکار است. با توجه به مطالب فوق به نظر می‌رسد واکاوی نقش رسانه‌های اجتماعی در کنترل بر رفتار سیاسی مدیران سازمانی اهمیت بسیار دارد. اهمیت این واکاوی زمانی بیشتر آشکار می‌شود که بدانیم در جامعه‌ای حضور داریم که در آن برخی از سازمان‌های اجتماعی وجود دارد که امکان بروز رفتار سیاسی در آن بسیار زیاد بوده و این سازمان‌ها و رفتار کارکنانشان می‌توانند از طریق رسانه‌های اجتماعی مورد بازنمایی و حتی کنترل قرار گیرند. این امر به‌خوبی اهمیت بررسی نقش رسانه‌ها و نسبت آن با رفتار سیاسی را نشان می‌دهد. در این تحقیق نیز به‌طور خاص بر سازمان‌های دولتی شهر یزد تمرکز می‌شود و تلاش خواهد شد با اتکا بر چارچوب

تفسیری و در قالب روش‌شناسی کیفی و رویکرد زمینه‌ای، نقش رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی مدیران سازمانی مورد کاوش قرار گیرد و به این سؤال پاسخ داده شود که رسانه‌های اجتماعی چگونه می‌توانند رفتار سیاسی مدیران و کارکنان سازمانی را مورد بازنمایی و کنترل قرار دهند؟

چارچوب مفهومی

تحقیقات کیفی از لحاظ پارادایمی و فلسفی متفاوت‌تر از تحقیقات کمی هستند. به همین دلیل در این تحقیقات نمی‌توان از چارچوب‌های از پیش تعیین شده برای تحلیل یافته‌های نهایی استفاده کرد. یکی از بخش‌های مهمی که این تفاوت را به خوبی نشان می‌دهد، بحث بهره‌گیری از نظریه‌ها است. در تحقیقات کمی از چارچوب نظری صحبت به میان می‌آید ولی در تحقیقات کیفی نمی‌توان در قالب چارچوب نظری، قدم برداشته شود. به همین دلیل در این تحقیقات، از چارچوب مفهومی صحبت به میان می‌آید و محققان نیز از دانش انباشته استفاده می‌کنند تا حساسیت نظری نسبت به پدیده‌های مختلفی که در دل داده‌ها ظاهر می‌شود، فراهم آید. در این مسیر محقق باید با یک ذهن باز وارد میدان تحلیل و دانش موجود را مورد استفاده قرار دهد (استراوس و کربین، ۱۳۹۷: ۶۸). در این پژوهش نیز به تبعیت از حساسیت نظری ذکر شده، علاوه بر تجربه حرفه‌ای پژوهشگران در میدان تحقیق از نظریات میشل فوکو و مانوئل کاستلز استفاده شد.

میشل فوکو

در نظر فوکو نظارت انضباطی و نظام دیده‌بانی قدرت، اعمال نظارت را تسهیل می‌کند. به این معنا که نوعی سراسربینی یا نظارت فراگیر در فضای خاص گسترده شده است. قابل‌رؤیت بودن یکی از اصول این نوع سراسربینی محسوب می‌شود (ضیمران، ۱۳۹۶: ۱۵۰). در نظر فوکو حفظ نظم بیش از آن که توسط سلسله مراتبی از فرمانروا و فرمان‌بردار باشد به وسیله دستگاهی از فنون و گفتمان انضباطی انجام می‌شود (سیدمن، ۱۳۹۶: ۲۴۸). فوکو نشان می‌دهد که چگونه نظارت به ویژگی اصلی جوامع مدرن تبدیل شده است؛ یعنی جایی که مردم و آنچه انجام می‌دهند قابل مشاهده است و از این رو قابل کنترل هستند؛ بنابراین با توجه به نظریه میشل فوکو می‌توان گفت رسانه‌های اجتماعی به دلیل قرار دادن اطلاعات گوناگون در اختیار مردم، باعث شده‌اند افراد بتوانند از طریق آن اعمال و تصمیمات سازمان‌ها و مدیران سازمانی را مورد نظارت قرار داده و آن‌ها را مجبور به

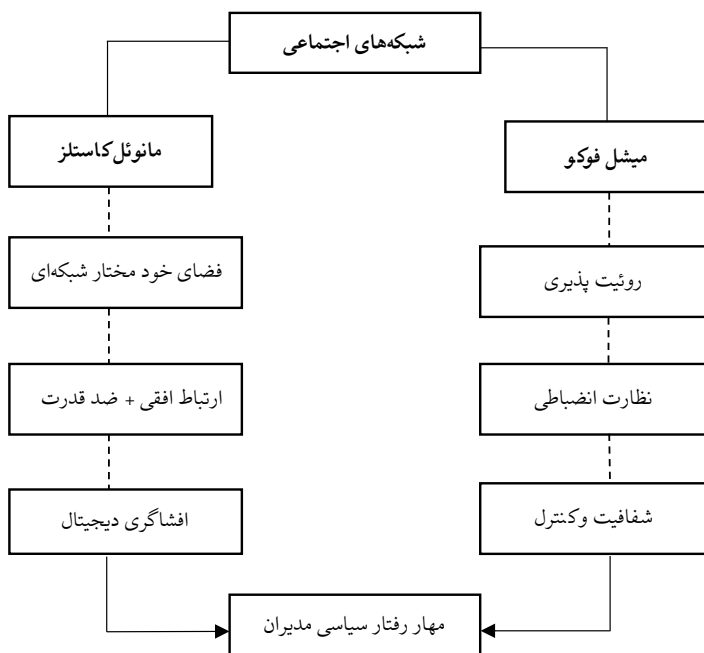
اجرای نظم در کنش و گفتار خود کنند. به همین علت به واسطه انتشار روابط قدرت حاکم بر سازمان در رسانه‌های اجتماعی، افشای رفتار سیاسی مدیران و کارکنان سازمانی، تبانی قدرت در محیط سازمان و در یک معنا رؤیت‌پذیر بودن رفتار سازمان‌ها در فضای رسانه‌ها، مردم با قدرت دیده‌بانی که فضای مجازی در اختیارشان قرار داده است، قادر خواهند بود نظام نظم‌آفرین خود را برای شفافیت عملکردهای سازمانی و دوری از رفتار سیاسی و حتی کژکارکردهایی مثل فساد بهتر اعمال کنند؛ بنابراین افشای اطلاعات در رسانه‌های اجتماعی همواره امکان نظارت انضباطی بر سازمان‌ها و مدیران آن را از سوی مردم آسان می‌کند. این امر به نوعی از نظارت از پایین نیز ارجاع دارد که نه از جانب مراجع رسمی بلکه از سوی مراجع غیررسمی اعمال می‌شود. به عبارتی ساده‌تر می‌توان گفت: رسانه‌های اجتماعی با انتشار اطلاعات و آشکارسازی ابعاد گوناگون از عملکرد افراد و نهادها، فضایی ایجاد کرده‌اند که در آن، رفتار سیاسی مدیران دولتی و کارکنان سازمان‌ها به‌سادگی در معرض دید عموم قرار می‌گیرد. این رؤیت‌پذیر شدن رفتارها، نوعی نظم درونی شده در مدیران ایجاد می‌کند که آن‌ها را از اتخاذ رفتارهای سیاسی فرصت‌طلبانه و فسادزا باز می‌دارد. به عبارت دیگر، این فضا نوعی نظارت غیررسمی اما قدرتمند را ممکن می‌سازد که از پایین، توسط مردم اعمال می‌شود. شهروندان، با استفاده از ظرفیت دیده‌بانی رسانه‌ای، به ناظران دائمی کنش‌های قدرت در سازمان‌های دولتی تبدیل می‌شوند. بدین ترتیب، انتشار روابط قدرت، افشای تبانی‌ها، گزارش رفتارهای سیاسی و غیرشفاف در رسانه‌های اجتماعی، مدیران را وادار می‌سازد که کنش خود را با الگوهای شفاف و مسئولانه منطبق سازند. در این فضا، نظارت انضباطی نه از سوی نهادهای رسمی، بلکه به صورت پراکنده، شبکه‌ای و دائمی از سوی جامعه اعمال می‌شود و همین امر موجب کنترل و اصلاح رفتارهای سیاسی ناهنجار در ساختارهای دولتی می‌شود. به‌طور کلی نظریه فوکو می‌تواند یک چارچوب مفهومی برای فهم مکانیسم‌های کنترلی باشد که رسانه‌های اجتماعی از پایین به بالا علیه مدیران به کار می‌گیرند. با استخراج مفاهیمی چون: «رؤیت‌پذیری»، «نظم‌گفتمانی» و «بازنمایی قدرت» از نظریه فوکو بهتر می‌توان به فهم این نظریه در کنترل بر رفتار سیاسی پی برد.

نظریه شبکه‌ای مانوئل کاستلز

کاستلز ظهور جامعه شبکه‌ای را سرآغاز همه دگرگونی‌های همه‌جانبه در این عصر می‌داند که نتیجه تحول روبه‌جلو در عرصه فناوری اطلاعات است (سلمان روغنی و همکاران، ۱۴۰۰: ۱۲۱۴). او با تأکید بر جامعه شبکه‌ای؛ آن را شبکه افقی و ارتباط

تعاملی تعریف می‌کند که روابط محلی و جهانی را به هم متصل می‌کنند و معتقد است که شبکه‌های افقی با اجازه دادن به شبکه‌های مخالف برای مهار و اعمال «ضد قدرت» در تلاش برای تغییر «روابط قدرت نهادینه‌شده در جامعه» است که خطرات و چالش‌های جدیدی را برای دارندگان قدرت سنتی ایجاد می‌کنند. از این حیث و شبکه‌های اجتماعی را فضاهای خودمختاری می‌داند که تا اندازه زیادی خارج از کنترل حکومت‌ها و شرکت‌ها (در اینجا سازمان‌ها) عمل می‌کنند. کاستلز می‌گوید، ظرفیت‌های تعاملی شبکه‌های مجازی به‌طور خودانگیز هدایت می‌شوند. این امر منجر به خودمختاری بی‌سابقه‌ای برای سوژه‌های ارتباطی در برقراری ارتباط در مقیاس کلان می‌شود. او مخاطب را به‌عنوان عنصر انسانی قدرتمند و خلاق می‌شناسد (خازنی، ۱۳۹۴: ۲۱۰). تا حد زیاد می‌توان ظهور جامعه شبکه‌ای را سرآغاز نظارت همه‌جانبه بر سازمان‌های دولتی و مدیران آن دانست. با توجه به تصویرپردازی کاستلز از جامعه شبکه‌ای، افراد با قرار گرفتن در این شبکه‌ها و در اختیار داشتن انبوه اطلاعات از بستر جامعه و به‌خصوص آشکار کردن روابط قدرت حاکم بر سازمان‌ها می‌توانند نظارت و کنترل شدیدی را بر سازمان‌ها و رفتار سیاسی مدیران آن اعمال کنند. این امر تا حد زیادی روابط قدرت را تغییر می‌دهد. قدرت در بستر جامعه شبکه‌ای نه در دست سازمان‌ها و مدیران بوروکراتیک بلکه در دست افرادی است که رفتار سیاسی مدیران سازمانی را در جامعه شبکه‌ای شده افشا می‌کنند. این فضا به افراد اجازه می‌دهد تا با اتصال مستقیم، سریع و گسترده به یکدیگر، اطلاعات را به اشتراک بگذارند و نوعی ضدقدرت در برابر قدرت‌های نهادینه‌شده شکل دهند. این تغییر بنیادین در ساختار قدرت، تأثیر چشمگیری بر رفتار مدیران دولتی دارد. در جامعه‌ای که کاربران عادی توانایی افشای اطلاعات، مستندسازی تخلفات و سازماندهی فشارهای عمومی را دارند، رفتارهای سیاسی پنهان و فرصت‌طلبانه به‌راحتی در معرض افکار عمومی قرار می‌گیرد. کاستلز بر این باور است که در این فضای شبکه‌ای، مردم به عنصر مرکزی قدرت تبدیل می‌شوند و با استفاده از ظرفیت‌های ارتباطی شبکه‌ها، قادرند بر فرآیندهای سیاسی و اداری نظارت مستمر داشته باشند. در نتیجه، مدیران دولتی ناچارند در این ساختار افقی و شفاف، رفتارهای خود را با هنجارهای مورد انتظار جامعه هماهنگ سازند، چراکه هرگونه تخطی، ممکن است با واکنش فوری و گسترده‌ای کاربران شبکه‌ای مواجه شود. در این چارچوب، جامعه شبکه‌ای به ابزار مؤثری برای تحقق شفافیت، مسئولیت‌پذیری و اصلاح ساختار قدرت در درون سازمان‌های دولتی

تبدیل می‌شود و افراد از طریق آن می‌توانند رفتار سیاسی مدیران را رصد، تحلیل و حتی تغییر دهند. به عبارت دیگر، قدرت در جامعه شبکه‌ای بازتوزیع شده و از انحصار مدیران و ساختارهای رسمی خارج شده است که این امر خود عاملی بازدارنده در برابر بروز رفتارهای سیاسی مخرب محسوب می‌شود. به طور کلی نظریه کاستلز می‌تواند پایه فهم چگونگی بازنمایی قدرت و رفتار سیاسی در فضای دیجیتال باشد. می‌توان مفاهیمی مانند: «فضای خودمختار شبکه‌ها»، «ضد قدرت»، «ارتباط افقی» و «افشاگری دیجیتال» را از این نظریه جهت تحلیل بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی استخراج کرد.



شکل ۱. مدل مفهومی ابتدایی پژوهش

پیشینه تجربی

مطالعات در مورد نقش رسانه‌های اجتماعی بر کنترل رفتار سیاسی کمیاب است و اکثر تحقیقاتی که رسانه اجتماعی را به عنوان عامل کنترل و نظارت مطرح کرده‌اند فساد را به عنوان متغیر اصلی مورد واکاوی و بررسی قرار داده‌اند و رفتار سیاسی در تحقیقات داخلی و خارجی کمتر مورد توجه بوده است. به منظور رسیدگی به این شکاف تحقیقی، این پژوهش نگارش شده و در بحث پیشینه داخلی و خارجی تلاش می‌شود

تحقیقاتی که صورت گرفته و تا حدی مرتبط هستند مورد بررسی قرار گیرند.

پیشینه داخلی

روشندل اربطانی و همکاران (۱۴۰۲)، به این نتیجه دست یافتند که رسانه‌ها نه تنها کارکرد نظارتی را ایفا می‌کنند و بلکه هر جا رسانه‌های اجتماعی ورود کنند ماهیت آن‌ها باعث شده است که مسئولان و صاحبان قدرت به خواست عمومی تمکین کنند. بر این اساس می‌توان گفت که با ظهور رسانه‌های اجتماعی نظارت رسانه‌ها بر ساختار قدرت بسیار مؤثر پیگیری می‌شود. عمادی و همکاران (۱۴۰۱) به این نتیجه دست یافتند که فضای مجازی امکان کنترل و نظارت معکوس را فراهم می‌کند. رسانه‌ها با در دسترس قرار دادن اطلاعات، رؤیت‌پذیر کردن حاکمان، گزارش‌های رسانه‌ای، مصاحبه، نشست و... زمینه نظارت بر مردم رفتار مجریان دولتی را فراهم می‌کند و پاسخگویی حاکمیت را امکان‌پذیر می‌کند.

ساعی (۱۳۹۹) به این نتیجه دست یافت که مهم‌ترین موانع درون‌سازمانی در راه نظارت بر سازمان‌ها شامل نگاه مالکانه سازمان‌های دولتی به اطلاعات سازمانی، بسته بودن جلسه ادارات دولتی به روی رسانه‌ها، تلقی هجمه‌گرایانه و مچ‌گیرانه مدیران سازمان از انتقاد رسانه‌ها و مهم‌ترین موانع درون رسانه‌ای شامل خودسانسوری رسانه‌ها، وجود افراد جوان بی‌تجربه در رسانه‌ها، عدم آشنایی با روزنامه‌نگاری، غلبه رویکرد رویدادمحوری بر فرایندمحوری در رسانه‌ها است.

نیکپور (۱۳۹۵)، به این نتیجه دست یافت که رسانه‌ها و مطبوعات بر فساد اداری سازمان‌های دولتی ایران اثری کاهنده دارند.

ساعی و همکاران (۱۳۹۲)، نتیجه گرفتند که نظارت رسانه‌ای بخشی از نظارت مستمر همگانی (مردمی) بر دولت و سازمان‌های دولتی در نظام‌های مردم‌سالار است و اگر نقش نظارتی رسانه‌ها مسئولانه و درست ایفا شود، قدرت‌ها و سازمان‌های فاسد و غیرپاسخ‌گو شکل نمی‌گیرد.

پیشینه خارجی

تنگ و همکاران (۲۰۱۹) به این نتیجه دست یافت که تنگنای فرهنگی که به عنوان قدرت هنجارهای اجتماعی و درجه تحریم در جامعه تعریف می‌شود، رابطه بین استفاده از رسانه‌های اجتماعی کشور و کنترل فساد را منفی می‌کند. این رابطه برای مجموعه کشورهایایی که فرهنگ آزادتر و بازتری دارند قوی‌تر است. به‌طور کلی می‌توان

گفت استفاده آزاد از رسانه‌های اجتماعی در یک کشور موجب کنترل بهتر فساد خواهد شد. گویامون و همکاران (۲۰۱۶) در تحقیق خود به این نتیجه دست یافتند که رسانه‌های اجتماعی ابزاری مؤثر برای بهبود شفافیت در نظر گرفته می‌شوند. این رسانه‌ها مشارکت الکترونیکی شهرداری‌ها را تشویق می‌کند تا اطلاعات را از طریق فیس‌بوک منتشر کنند شهرداری‌هایی که سطح مشکلات مالی بالاتری دارند، اطلاعات کمتری را از طریق فیس‌بوک افشا می‌کند. نتیجه نهایی این که سطح بالای استفاده از فیس‌بوک نشان می‌دهد که دولت‌های محلی تمایل دارند شهروندان را قادر به نظارت بر دولت کنند که اطلاعات، داده‌ها و فرآیندهای شفاف‌تری داشته باشند.

پاتاجری و شیرواستاوا (۲۰۱۶) به این نتیجه دست یافتند که فن‌آوری‌های اطلاعات و ارتباطات^۱ به دلیل توانایی آن‌ها در نظارت، پیگیری، ضبط، تجزیه و تحلیل و به اشتراک‌گذاری مقادیر گسترده‌ای از اطلاعات ممکن است به کشورها کمک کند تا مجرمان را شناسایی و تحت پیگرد قانونی قرار دهند و از فساد آینده جلوگیری کنند. به‌طور کلی استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات با افزایش میزان مجازات مربوط به فساد، فساد را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

جمع‌بندی و نقد پیشینه‌ها

در این مجموعه پژوهش‌ها، نقش رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی در نظارت بر ساختار قدرت، افزایش پاسخگویی و کاهش فساد به‌خوبی مورد توجه قرار گرفته است. این تحقیقات بر اهمیت فضای مجازی در فراهم آوردن اطلاعات، شفاف‌سازی و امکان نظارت مردمی تأکید دارند و موانعی چون نگاه مالکانه سازمان‌ها به اطلاعات و محدودیت‌های درون‌رسانه‌ای نیز به درستی شناسایی شده‌اند. در مجموع، پیشینه‌های داخلی و خارجی هر دو تأکید دارند که رسانه‌های اجتماعی نقش مهمی در افزایش شفافیت، پاسخگویی و کاهش فساد ایفا می‌کنند. نقاط قوت این پیشینه‌ها در شناسایی بسترهای نظارتی رسانه‌ها و تبیین ظرفیت فناوری‌های نوین است. با این حال، اغلب پیشینه‌ها دچار ضعف‌هایی چون فقدان داده تجربی، نبود تحلیل تطبیقی میان رسانه‌های سنتی و نوین و نادیده گرفتن تهدیدات رسانه‌ای، عدم توجه به ظرفیت رسانه‌ها در نظارت بر افراد و همچنین واکاوی نقش رسانه‌ها در کنترل و نظارت بر رفتارها در سطح خرد هستند. از آن مهم‌تر، نکته‌ای که در این مطالعات کمتر

مورد توجه قرار گرفته، رفتار سیاسی مدیران و کارکنان سازمانی است. رفتار سیاسی به‌طور کلی در تحقیقات پیشین عمدتاً به‌صورت یک متغیر کمی و در بستر تحلیل‌های آماری بررسی شده و جایگاه تحلیلی و عمیقی در این پژوهش‌ها ندارد. به‌عبارت‌دیگر، تأثیر پیچیده رفتار سیاسی کارکنان بر فرآیندهای نظارت رسانه‌ای و واکنش‌ها نسبت به آن کمتر واکاوی شده است. در مقابل، پژوهش حاضر با اتکا بر یک رویکرد تفسیری، تلاش دارد تا نقش رسانه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزاری برای بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی مورد کنکاش قرار دهد. این نگاه تفسیری، امکان درک عمیق‌تر و چندوجهی از تعامل رسانه‌ها و رفتار سیاسی کارکنان را فراهم می‌کند و از این‌جهت نسبت به تحقیقات پیشین اهمیت ویژه‌ای دارد؛ بنابراین، این پژوهش می‌تواند علاوه بر تکمیل خلأهای موجود، راهگشای مطالعات آتی در حوزه نقش رسانه‌های اجتماعی در مدیریت و کنترل رفتار سیاسی در سازمان‌ها باشد و به تعمیق فهم نسبت به سازوکارهای پیچیده نظارت و کنترل در فضای سیاسی سازمانی کمک کند.

روش پژوهش

در این پژوهش از روش‌شناسی کیفی با راهبرد نظریه داده‌بنیاد استفاده شده است، چراکه علاوه بر دغدغه عمق و خلاقیت، به این امر نیاز است که پس از کدگذاری سه مرحله‌ای، نتایج تحقیق در چارچوب مدل پارادایمی ارائه شوند. رویکرد نظریه داده‌بنیاد منعطف بوده و تعامل مداوم داده‌ها و نظریه نهایی برآمده از داده‌ها را نشان می‌دهد (افشانی و همکاران، ۱۳۹۸: ۵). در این نوع رویکرد، تحلیل‌های انجام‌شده و نظریه نهایی با یکدیگر رابطه نزدیک دارند و محقق باهدف کشف نظریه به مطالعه و بررسی افرادی می‌پردازد که در فرایندها و تجارب و تعاملات مشترکی سهیم هستند. نظریه داده‌بنیاد شامل دستورالعمل‌هایی برای جمع‌آوری داده‌ها، تجزیه و تحلیل و نظریه‌سازی است که ممکن است منجر به تحقیقاتی شود که کاملاً با واقعیت اجتماعی آن‌طور که در داده‌ها نشان داده‌شده، ادغام‌شده است (Howitt & Cramer, 2011: 345). اساساً، استراتژی‌های این رویکرد از روش‌های مقایسه‌ای برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده می‌کنند و مستلزم فرآیند تکراری جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل هم‌زمان داده‌ها هستند (Charmaz & Bryant, 2010: 406). با توجه به توضیحات فوق، نمونه‌گیری در این پژوهش به‌صورت هدفمند بوده است. معیارهای شمول مشارکت‌کنندگان عبارت بودند از: داشتن حداقل ۵ سال سابقه خدمت در ادارات دولتی، انتخاب نمونه از ادارات دولتی شهر یزد، تمایل به انجام

مصاحبه. در طی این مسیر به منظور حصول نظریه نهایی از نمونه‌گیری نظری استفاده شد و تا اشباع نظری ادامه یافت. به گونه‌ای که جمع‌آوری داده‌های جدید کمکی به پیشبرد نظریه نهایی نمی‌کرد. اشباع نظری در این تحقیق متکی به غنی شدن مقولات به دست آمده از طریق مصاحبه‌های اخذ شده بود به گونه‌ای که هم داده‌های تکراری اخذ می‌شد و هم داده‌های مذکور به مثابه کشف عرصه‌های نو و دست نخورده با حداکثر بازدهی نظری تلقی نمی‌شدند. به همین دلیل پس از مصاحبه عمیق با ۱۷ نفر کارکنان و مدیران ادارات دولتی شهر یزد اشباع نظری حاصل شد. پس از انجام هر مصاحبه متن آن تایپ شده و مورد تحلیل قرار می‌گرفت و بر اساس نمونه‌گیری نظری مصاحبه بعد صورت می‌گرفت و مجدداً فرایند مذکور تکرار می‌شد. جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها در این تحقیق به صورت هم‌زمان و رفت‌برگشتی صورت پذیرفت. محقق پس از اخذ و ضبط هر مصاحبه ابتدا متن آن را تایپ نموده و پس از تحلیل و کشف حوزه‌های جدید مصاحبه بعدی را بر اساس مفاهیم جدید پیش می‌برد. این فرایند تا اخذ آخرین مصاحبه تکرار شد تا نظریه نهایی به دقت پالایش گردد. در فرایند تحلیل داده‌ها از تحلیل خط به خط^۱ برای کدگذاری باز^۲ استفاده شد و هم‌زمان با توسعه مفاهیم و انتزاعی شدن آن‌ها، مراحل کدگذاری محوری^۳ و گزینشی^۴ نیز بر روی متن اجرا شد. کدگذاری باز در این تحقیق با تحلیل خط به خط متن مصاحبه‌ها انجام شد، تلاش شد در این مسیر به هر گزاره معنادار یک مفهوم اختصاص داده شود. سپس بر اساس مفهوم مقایسه، مفاهیم مشترک در کنار یکدیگر قرار گرفته و مقوله‌های فرعی ایجاد شد و با مقایسه مقوله‌های فرعی و کنار هم قرار دادن مقوله‌های مشترک، مقوله‌های اصلی استخراج شد و نهایتاً از دل مقوله‌های اصلی پژوهش یک مقوله هسته استخراج گردید که نشان‌دهنده کلیه فرایندها تحلیلی حاکم بر پژوهش بود. در مسیر کدگذاری باز تلاش شد هم‌زمان با توسعه مفاهیم، انتزاعی‌تر گردند تا واجد شرایط لازم جهت انتقال به مرحله دوم کدگذاری یعنی کدگذاری محوری شوند. در کدگذاری محوری تلاش شد یک مدل پارادایمی طراحی شود. این مدل متشکل از اجزایی چون شرایط علی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، استراتژی‌ها و پیامدهای نهایی بود. در این مرحله پدیده مرکزی بر ساخته شد که علاوه بر استراتژی‌ها، پیامدهایی چند را به همراه داشت و در نهایت در مرحله کدگذاری گزینشی تلاش شد نظریه نهایی توضیح داده شود. برای توضیح نظری در

1. Line-by-line

2. Open coding

3. Axial coding

4. Selective coding

این بخش تلاش شد به کمک حساسیت نظری حاکم بر پژوهش بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی مورد بحث قرار گیرد و با ارائه خط داستان این فرایند به‌طور دقیق‌تری تشریح گردد. در این تحقیق ملاحظات اخلاقی همچون پیش‌گیری از آسیب قانونی، رضایت آگاهانه، رعایت حریم شخصی، حفظ گمنامی و رازداری مورد ملاحظه قرار گرفت. به مصاحبه‌شوندگان اطمینان داده شد که گفته‌های آن‌ها سبب به وجود آمدن مسئله‌ای برای آنان نشود. بدین منظور تنها با کسانی مصاحبه انجام شد که رضایت کامل برای مصاحبه داشته و اطلاعاتی نظیر موضوع پژوهش، هدف، شیوه انجام تحقیق، تضمین گمنامی و رازداری و نحوه گزارش تحقیق در اختیار آن‌ها قرار داده شد. برای حفظ معیار گمنامی از اسامی مستعار استفاده شده و برای حفظ معیار رازداری از انتشار اطلاعات خصوصی مشارکت‌کنندگان جلوگیری شد. قابلیت اعتماد^۱ یافته‌های پژوهش به روش تماس طولانی با محیط پژوهش و مشاهده مستمر در میدان تحقیق، تبادل نظر همتایان^۲، کفایت مراجع^۳، توصیف غنی^۴ و تأیید مشارکت‌کنندگان^۵ مورد تأیید واقع شد. تأیید پایایی^۶ تحقیق نیز با رعایت اصول و نکات مصاحبه مطلوب، ثبت کامل رخدادها و پیاده‌سازی آنان انجام گرفت. همچنین سعی شد ثبت مصاحبه و پیاده‌سازی مصاحبه‌ها با فاصله زمانی زیاد از یکدیگر صورت نگیرد.

جدول ۱. مشخصات مشارکت‌کنندگان

نام	تحصیلات	سن	شغل	سابقه کار
امیرحسین	لیسانس	۳۷	کارمند	۷ سال
مجید	فوق لیسانس	۳۵	کارمند	۶ سال
محسن	دکتری	۴۷	کارمند	۱۰ سال
حسین	لیسانس	۲۹	کارمند	۲ سال
رضا	فوق لیسانس	۳۵	کارمند	۵ سال
مرتضی	لیسانس	۴۳	کارمند	۷ سال
امید	فوق لیسانس	۳۲	کارمند	۴ سال
حسن	فوق لیسانس	۵۳	کارمند	۱۷ سال

1. Credibility or trustworthiness
2. Peer debriefing
3. Referential adequacy
4. External audit
5. Member checking
6. Dependability

نام	تحصیلات	سن	شغل	سابقه کار
احمد	فوق لیسانس	۵۰	کارمند	۱۵ سال
نیما	لیسانس	۳۷	کارمند	۶ سال
همایون	دکتری	۴۶	کارمند	۱۵ سال
حمید	دکتری	۴۳	کارمند	۱۳ سال
حامد	فوق لیسانس	۳۶	کارمند	۸ سال
ابوطالب	فوق لیسانس	۳۹	کارمند	۱۲ سال
حمزه	فوق لیسانس	۵۹	کارمند	۲۴ سال
علی	لیسانس	۴۳	کارمند	۱۱ سال
محمد	لیسانس	۳۷	کارمند	۸ سال

یافته‌های پژوهش

با تجزیه و تحلیل دقیق و جزئی داده‌های جمع‌آوری شده یک مقوله هسته به نام «بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی» به دست آمد. بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی از ۱۲ مقوله اصلی، ۲۵ مقوله فرعی و ۱۲۱ مفهوم برساخته شده که نشان‌دهنده نقش رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار قدرت در جهت نظارت و کنترل بر رفتار سیاسی است. در ادامه نتایج پژوهش در قالب جدول مفهومی (کدگذاری باز)، مدل پارادایمی (کدگذاری محوری) و خط داستانی (کدگذاری گزینشی) ارائه خواهند شد.

جدول ۲. مقوله‌های اصلی و هسته پژوهش

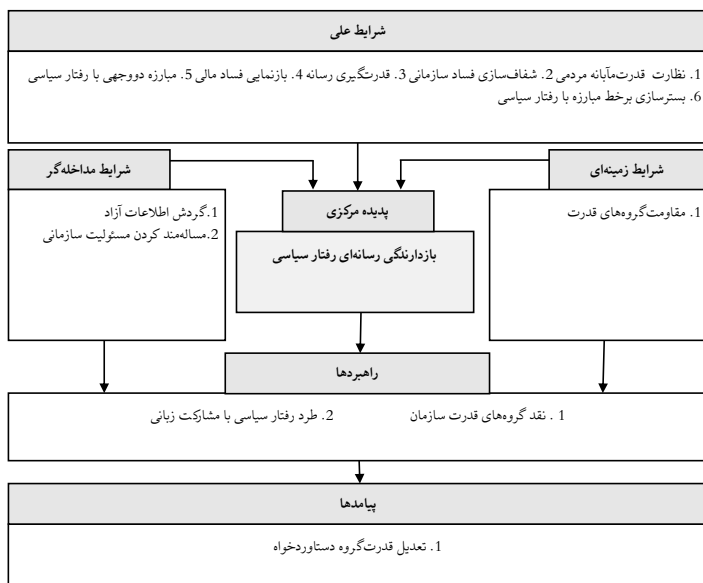
مقوله هسته	مقوله‌های اصلی	مقوله‌های فرعی
بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی	گردش اطلاعات آزاد	گردش اطاعات آگاهی‌بخش
		لزوم دسترسی مردم اینترنت آزاد
	شفاف‌سازی فساد سازمانی	شفافیت در مبارزه با فساد
		شفاف‌سازی فسادهای کلان
		افشای آزادانه فساد سازمانی
		مبارزه قانونی با رفتار سیاسی
	نظارت قدرت طلبانه مردمی	تحمیل اراده مردم به حاکمیت
		نظارت برخط بر حکومت
		حق خواهی منتقدانه برخط

مقوله‌های فرعی	مقوله‌های اصلی	مقوله هسته
بازنمایی رسانه‌ای وجود فساد	بازنمایی فساد مالی	بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی
شفاف‌سازی عملکرد مالی سازمان		
تلاش برای شفافیت سازمانی		
مبارزه برخط رفتار سیاسی	مبارزه دوجبهی با رفتار سیاسی	
مبارزه میدانی با رفتار سیاسی		
بسترسازی برای مبارزه میدانی مردم		
استفاده از ظرفیت فضای مجازی	قدرت‌گیری رسانه	
ظرفیت قدرتمند رسانه‌ها		
تعدیل قدرت گروه دستاوردخواه	تعدیل قدرت گروه دستاوردخواه	
تسهیل ارتباطات دولت و مردم	طرد رفتار سیاسی با مشارکت زبانی	
تعاملات دوسویه مطلوب دولت و مردم		
بیان نظرات تجمیع شده به صورت برخط		
مسئولیت‌پذیری عقلایی سازمان‌ها	مسئله‌مند کردن مسئولیت سازمانی	
بازگویی مسئولیت مدیران سازمان		
نقد گروه‌های قدرت	نقد گروه‌های قدرت	
مقاومت گروه قدرت سازمانی	مقاومت گروه قدرت سازمانی	
تسهیل مبارزه قانونی گروه سیاسی	بسترسازی برخط مبارزه با رفتار سیاسی	
مبارزه قانونی با رفتار سیاسی		

مدل پارادایمی پژوهش: بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی

مدل پارادایمی تحقیق، نشان‌دهنده جریان فرایندها و فعالیت‌هایی است که در بستر مطالعه رخ داده است. مدل پارادایمی جز کدگذاری محوری است و از پنج قسمت شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تشکیل شده است. در مرکز مدل نیز پدیده مرکزی قرار دارد که فعالیت‌ها حول محور آن شکل می‌گیرند. شرایط علی به‌طور مستقیم به مجموعه مقولاتی اشاره دارند که پدیده مرکزی را ایجاد می‌کنند، شرایط زمینه‌ای بیشتر به عواملی ارجاع دارد که در بستر رسانه امکان تأثیرگذاری بر پدیده مرکزی را فراهم می‌کنند. شرایط مداخله‌گر به شرایطی اطلاق می‌شود که در برابر پدیده مرکزی تأثیر تسهیلگر یا تعدیل‌گر می‌تواند داشته باشد. استراتژی‌ها مجموعه کنش‌هایی است که در برابر پدیده مرکزی صورت می‌گیرد

و پیامدها نیز نتیجه به کارگیری راهبردهای کنشی هستند و پس از آن خود را آشکار می‌کنند. در این تحقیق با برهمکنش شرایط علی، زمینه‌ای و مداخله‌گر «بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی» شکل گرفت. «بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی» به قسمی از نظارت و کنترل مردمی بر رفتار سیاسی سازمان و مدیران سازمانی ارجاع دارد. این کنترل و نظارت به شکلی غیررسمی صورت می‌گیرد و تا حد زیادی به‌گونه‌ای از نظارت شرم‌سازانه ارجاع دارد. شرم‌سازی در محیط سازمان در یک‌سو وجدان فردی مدیران را هدف قرار می‌دهد و در سوی دیگر به دنبال ظرفیت افشاسازی و نظارتی خود می‌تواند به‌گونه‌ای از کنترل نرم اشاره داشته باشد. آنچه بازدارندگی رسانه‌ای خوانده می‌شود رفتار سیاسی را به‌طور ملموس در فضای رسانه قابل‌رویت می‌گرداند. رویت‌پذیری عملکرد مدیران سازمانی و شفاف‌شدن عملکردشان در محیط رسانه به قسمی از نظارت از پایین توسط مردم اشاره دارد که اگرچه وجهه قانونی و رسمی نداد اما به‌واسطه ایجاد یک فضای اجتماعی در رسانه می‌تواند قدرت اعمال همیشگی داشته باشد. به همین دلیل بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی را باید نوعی از سراسربینی در برابر عملکردهای مدیران دولتی و سازمانی تلقی کرد. این سراسربینی واجد قسمی از قدرت است که رسانه‌های اجتماعی به‌واسطه بازدارندگی خود آن را دارند.



شکل ۲. مدل پارادایمی پژوهش

خط داستان

ارائه خط داستان در راستای کدگذاری‌گزینشی است. خط داستان به محقق این امکان را می‌دهد که یافته‌های خود را به‌طوری منسجم روایت کند و بتواند فهم و تفسیر مشارکت‌کنندگان را از نقش رسانه‌های اجتماعی در نظارت بر رفتار سیاسی به‌طوری دقیق‌تر بازخورد دهد.

گردش اطلاعات آزاد

یکی از ویژگی‌های ذاتی رسانه‌ها، پتانسیلشان در گردش آزاد اطلاعات است. مشارکت‌کنندگان این پژوهش، رسانه‌ها را واجد بیشترین اهمیت در اشاعه عملکردهای مدیریتی و سازمانی دانسته و بر این باور هستند که کارکردها و کژکارکردهای سازمانی توسط رسانه‌ها بازنمایی می‌شود. دسترسی آزاد مردم به اطلاعات، انتقال سریع اطلاعات، اشاعه عملکرد سازمان و مدیران آن، ایجاد شبکه و آرشیو اطلاعاتی و... مواردی هستند که می‌توانند در یک بستر آزاد اطلاعاتی، سازمان‌ها و کارکنانی را که دارای رفتار دستاوردخواهانه سیاسی هستند مورد شناسایی قرار دهند. از این حیث بروز و ظهور هرگونه رفتار سیاسی دستاوردخواهانه توسط رسانه در فرایند گردش آزاد اطلاعات قرار می‌گیرد. مجید ۳۵ ساله می‌گوید:

«مهم‌ترین کارکرد رسانه‌ها در ارتباط با کارموند اینه که آزادند در اطلاع‌رسانی؛

یعنی اینکه شهروندان از رویه‌های گوناگون مربوط به عملکردهای دولتی و

سازمانی آگاه می‌شن.»

شفاف‌سازی فساد سازمانی

رسانه‌ها به‌طور خاص این قابلیت را دارند که فساد سازمانی گروهی که رفتار سیاسی دارند را آشکار کند. آشکارسازی بخش‌های فسادزای سازمان، معرفی افراد فاسد هر سازمان و افشای بی‌پرده فسادها، هر سازمان و کارکنانش را در معرض دید افراد جامعه قرار می‌دهد. شرایط فوق هم امکان شناسایی رفتار سیاسی یک فرد یا گروه را فراهم می‌کند که در جهت تداوم منافع خود قدم برمی‌دارند و هم امکان مبارزه با فساد ناشی از رفتار سیاسی را به دلیل وجود شفافیت افزایش می‌دهد. هدایت و سازمان‌دهی رفتار سیاسی که منتهی به فساد می‌شود در صورتی که توسط یک منبع قدرت بیرونی کنترل نشود، همچنان تداوم خواهد داشت. رسانه‌های اجتماعی با شفاف‌سازی فرایندها و عملکردهای سازمانی، همان منبع قدرت بیرونی در جهت کنترل رفتار سیاسی هستند.

حامد ۳۶ ساله می گوید:

«شفاف سازی توسط رسانه‌ها میتونه تأثیر بسزایی داشته باشه زیرا اصولاً فساد سازمانی در لایه‌های پنهان و بی‌توجهی عمومی و سکوت صورت می‌گیره ولی رسانه‌ها می‌تونن به‌طور رسمی و غیررسمی کنترل کنند».

بستر سازی برخط مبارزه با رفتار سیاسی

مشارکت‌کنندگان اذعان دارند رسانه مهم‌ترین بستر مبارزه با رفتار سیاسی موجود در محیط سازمان است. اینکه رفتار سیاسی مدیران چگونه افشا می‌شود و در محیط رسانه بازنمایی می‌شود، در اولین قدم توسط کارکنانی صورت می‌گیرد که یا در حلقه قدرت سازمانی جایگاهی ندارد و در منافع آن‌ها شریک نیست یا به‌طور مستقیم باور به اجرای قانون در محیط سازمان دارد. در این معنا، افشای رفتار سیاسی در محیط رسانه و آگاهی مردم به گروهی از افراد دستاوردخواه که سیاست‌های اجرایی سازمان را در جهت منافع خود و گروهشان هدایت می‌کنند بسترهای برخط مبارزه با رفتار سیاسی را ایجاد می‌کند. در این معنا پس از افشای هر رفتار سیاسی هم مبارزه قانونی با آن شروع می‌شود و هم فرایندهای مبارزه تسهیل می‌شود. همایون ۴۶ ساله می‌گوید:

«فکر می‌کنم انسجام و تمرکز برای مبارزه با هر فساد و رفتار سیاسی بعد از این که اون رفتار توی رسانه اشاعه پیدا کرد بیشتر باشه. چون مردم آگاه شدن و خشمشون از این موارد بیشتر شده و باید این مبارزه صورت بگیره».

نظارت قدرت مآبانه مردمی

مشارکت‌کنندگان پژوهش اذعان دارند که رسانه اجتماعی امکان نظارت بر سازمان‌ها و مدیران اجرایی را فراهم می‌کند. اگر تاکنون تصور می‌شد که سازمان به‌عنوان یکی از منابع قدرت مدرن توانایی این را دارد که افراد را به شکلی اقناعی در درون خود بهنجار کند، در بستر این پژوهش قدرت اقناعی سازمان تا حد زیادی توجیه‌کننده و تسهیل‌کننده رفتار سیاسی است. در عوض آن، رسانه را می‌توان به‌عنوان ابزار قدرت جدیدی تلقی کرد که افراد جامعه و مردم از طریق آن می‌توانند بر سازمان و مجریان سازمان نظارت کنند. این نظارت واجد قسمی از قدرت است که رسانه به افراد می‌دهد که هم بر خط‌مشی‌های سازمانی نظارت کند، هم رفتار سیاسی را افشا کند و هم به‌طور منتقدانه فضای فسادزای حاکم بر سازمان را نقد کنند. در این معنا مردم از طریق رسانه می‌توانند هم اراده خود را بر حاکمیت اداری تحمیل کنند، هم نظارت برخط بر آن اعمال کنند و هم به‌طور منتقدانه حق‌خواهی کنند. مرتضی ۴۳ ساله می‌گوید:

«شبکه‌های اجتماعی به علت گستردگی که دارند بسیار می‌تواند بر نظارت مردم بر مدیران و سازمان‌ها و حتی دولت تأثیرگذار باشد و وادارشان کنند سیاست‌ها را درست اجرا کنند یا آن‌ها را تغییر بدهد».

بازنمایی فساد مالی

رفتار سیاسی مدیران عمدتاً حول محور منافع اقتصادی سازمان می‌یابد. این امر باعث می‌شود پس از به دست آوردن این منافع در جهت حفظ و تداوم آن قدم بردارند. رسانه‌های اجتماعی نیز می‌توانند با تکیه بر همین عامل، کژ کارکردی سیستم سازمانی و مدیریت اجرایی آن را موردنقد قرار دهند. در این راستا آنچه بیش از همه موردنقد قرار می‌گیرد فساد سازمانی و فساد مالی است. این فساد بیش از همه به افرادی ارجاع دارد که در سازمان به دنبال منافع و دستاوردهای خاصی هستند و در جهت حفظ و تداوم آن قدم برمی‌دارند. بازنمایی رسانه‌ای وجود فساد، شفاف‌سازی عملکرد مالی سازمان و تلاش برای شفاف‌سازی عملکردهای سازمانی عواملی هستند با پررنگ‌شدنشان در رسانه مقدمه مبارزه با گروه دستاوردخواهی خواهد بود که اساساً رفتار سیاسی دارند. همایون ۴۶ ساله می‌گوید:

«شبکه‌های اجتماعی سطح مردم‌سالاری و دسترسی عموم به اطلاعات را به‌طور چشمگیری بالا می‌برد و فکر می‌کنم این افزایش آگاهی، شفافیت و نظارت با فساد مالی مدیران کلان، رابطه معکوس دارد».

قدرت‌گیری رسانه

برابر نظر مشارکت‌کنندگان، کنترل و نظارت بر رفتار سیاسی کارکنان و مدیران سازمانی از طریق رسانه در صورتی قابل‌تصور است که رسانه واجد قسمی از قدرت باشد. با پذیرش رسانه‌ها اجتماعی در میان مردم، استقلال آن در اشاعه اطلاعات، امکان فعالیت آزاد از طریق آن، نامحدودیت در ذخیره داده‌ها و عدم کنترل تام نهادهای دولتی بر روی آن می‌توان گفت که این فضای جدید قدرت خود را در برابر دستگاه‌های دولتی و سازمان‌های مختلف نشان می‌دهد؛ زیرا از یک‌سو توانایی کنترل تام آن وجود ندارد و از سوی دیگر تمامی افراد جامعه می‌توانند در فضای مزبور مشارکت کنند تا سازمان‌های دولتی مجریان آن را کنترل کنند. به همین دلیل قدرت‌گیری رسانه‌ها در برابر نهادها و سازمان‌های دولتی را باید امری مهم در جهت نظارت بر رفتار سیاسی کارکنان سازمانی در نظر گرفت. احمد ۵۰ ساله می‌گوید:

«فضای مجازی از طریق تأثیر بر افکار عمومی و نشر اطلاعات و آگاهی‌های

مختلف به افراد جامعه و نظارت بر افراد، سازمان‌ها، دولت‌ها و برقراری روابط میان مردم، بدون واسطه و مستقل از دولت، می‌تواند فساد مالی و اداری کنترل کند».

مبارزه دوجویی با رفتار سیاسی

با قدرت‌گیری رسانه‌ها به واسطه اشاعه اطلاعاتی که بر دولت و سازمان‌های مرتبط با آن نظارت می‌کند، می‌توان تصور کرد که روابط قدرت نیز به مرور تغییر کند. در این شرایط قدرت از سازمان و دولت به سوی مردمی که در رسانه‌های اجتماعی فعالیت دارند، میل پیدا می‌کند. افراد با در دست داشتن اطلاعات و قدرت نظارت بر سازمان‌ها هم می‌توانند نهادهای دولتی را در فضای واقعی به مبارزه با رفتار سیاسی مدیران سازمانی وادار کنند و هم می‌توانند خود در بستری رسانه‌ای شده این مبارزه را انجام دهند. در هر دو صورت آن چیزی بیش از همه اهمیت دارد مبارزه دوجویی با رفتار سیاسی است؛ زیرا این رسانه‌های اجتماعی هستند که بسترهای لازم برای این مبارزه را فراهم می‌کنند. حمید ۴۳ ساله می‌گوید:

«اگر اخبار رفتار سیاسی فردی یا گروهی منتشر شود مردم به آن فرد، گروه یا اطرافیان و افرادی که باعث روی کار آمدن آن فرد شده‌اند اعتماد نمی‌کنند و در شبکه‌های اجتماعی رسیدگی به آن رفتار نابهنجار به مطالبه عمومی تبدیل می‌شود».

تعديل قدرت گروه دستاوردخواه

پیداست که هرگونه تلاش برای مبارزه عملی یا مجازی با رفتار سیاسی، گروهی را که قدرت سازمانی را در دستان خود دارد، تضعیف خواهد کرد. مشارکت‌کنندگان اذعان دارند، در زمانی که رسانه اجتماعی ابزار اعمال نظارت بر مدیران سازمانی است و فرایندهای مالی و تصمیم‌گیری در سازمان را در معرض شفافیت قرار دهد می‌تواند به دنبال خود تعدیل قدرت گروه دستاوردخواهی که رفتار سیاسی دارند را به همراه داشته باشد. تضعیف پشتوانه‌های رفتار سیاسی، خرد کردن قدرت گروه سازمانی، تداوم نقد گروه قدرت سازمانی در رسانه و همچنین تلاش برای اعمال نظارت بر تمامی فرایندهای مالی و تصمیم‌گیری در سازمان، به قسمی از تعدیل قدرت گروه دستاوردخواه اشاره دارد که تاکنون تمرکز قدرت، نفوذ و ثروت و اطلاعات سازمانی را در دست خود داشته‌اند. محسن ۴۷ ساله می‌گوید:

«این گروهی که توی سازمان به باند را تشکیل دادن و قدرت خاص خودشون

را هم دارند را من به جرأت می‌تونم بگم که توسط رسانه‌ها فقط کنترل میشن چون ترس دارن که قدرتشون کم بشه. تازه یه قدم جلوتر هم که بریم می‌تونیم بگیم که اگر مدیر تمایل به رفتار سیاسی داشته باشه این رسانه‌ها میتونن جلوی رفتارشون را بگیرن و نذارن اون طور که باید اعمال قدرت کنن و افراد خاصی را استخدام کنن».

طرد رفتار سیاسی با مشارکت زبانی

بنابر اذعان مشارکت‌کنندگان فضای مجازی امکان ایجاد فضای گفتگو حول محور مسائل سازمانی و به‌طور خاص رفتار سیاسی را فراهم می‌کند. بسترسازی برای ایجاد گفت‌وگو میان سازمان‌های دولتی و مردم در فضای رسانه اگر واجد قسمی از اعتمادسازی میان دو طرف باشد، امکان طرد رفتار سیاسی با مشارکت زبانی را فراهم می‌کند. تعاملات دوسویه دولت و مردم، تسهیل ارتباطات آنان و تجمیع نظرات بیان‌شده به‌صورت آنلاین همواره فضایی قانونی و ضد رفتار سیاسی را ایجاد می‌کند. به همین دلیل با عطف توجه به تعامل دوسویه دولت و سازمان‌های مربوطه با مردم، هر آنچه را در محیط سازمان ناکارآمد بوده و به ضرر منافع سازمانی و اجتماعی است کنار گذاشته می‌شود. می‌توان این امر را دموکراتیک کردن فضای اجتماعی برای جلوگیری از رشد رفتار سیاسی دانست. امید ۳۲ ساله می‌گوید:

«شبکه‌های اجتماعی راه ارتباطی مستقیم و بی‌پرده با مردم است، دولت و سازمان‌ها می‌توانند مستقیماً با مردم در مسائل مختلف مشورت کرده و نظرات آن‌ها را دریافت کنند و باهم به توافقی مشترک برسند، در این بین نیز با ارائه نظرات دوسویه مطمئناً خلأهای قانونی از جمله کارشکنی‌های سازمانی و رفتارهای سیاسی شناسایی می‌شود و می‌توان برای آن‌ها قانونی جدید وضع کرد».

مسئله‌مند کردن مسئولیت سازمانی

مشارکت‌کنندگان بر این باورند که برای جلوگیری از رفتار سیاسی مدیران، رسانه‌های اجتماعی می‌توانند کارکرد نظارتی خود را با مسئله‌مند کردن مسئولیت سازمان انجام دهند. این نوع مسئله‌مند کردن ارجاعی است به روندی که در آن تلاش می‌شود هم مردم به کنشگر فعال تبدیل شوند و هم مدیران با آگاهی از این امر که مسئولیتشان بحث‌انگیز است از رفتار سیاسی دوری می‌کند. در این مسیر الزام به عملکرد در قالب قانون، تلاش برای ایجاد نظام اداری فسادناپذیر، ترند کردن مسئولیت مدیران، انتشار

مسئولیت‌گریزی مدیران و کارکنان می‌تواند مسئولیت اجرایی مدیران را به امر تبدیل کند که به‌غایت رفتار سیاسی را نفی می‌کند. نیما ۳۷ ساله می‌گوید:

«مسئولیت وجود آزادی اطلاعات و آگاهی از تصمیمات و عملکرد دولت‌ها و افراد، با هدف آگاهی عمومی و تلنگر مسئولیت‌پذیری به مدیران، مشارکت مردم در فرآیندهای سازمانی را نشون میده و حتی پاسخ‌گویی مسئولان سازمانی را بیشتر می‌کند».

نقد گروه‌های قدرت سازمانی

هم‌راستا با مساله‌مند کردن مسئولیت سازمانی، رسانه امکان نقد گروه‌های قدرت سازمانی را فراهم می‌کند. گروه قدرت سازمانی یا گروه دستاوردخواه تشکیل شده از افرادی است که در یک سازمانی در جهت تداوم موقعیت و منفعت خود قدم برمی‌دارند. این گروه خواهان موقعیت مناسب سازمانی، دستاوردهای سازمانی، حفظ منافع گروهی، حذف گروه‌های رقیب و عبور از قوانین سازمانی هستند. نقد گروه قدرت سازمانی رسانه، افشای منافع مشترک، نقد حلقه قدرت سازمانی، افشای شبکه روابط منفعت‌طلبانه، نقد مدیریت‌محوری مواردی هستند که گروه قدرت را در معرض نقد قرار می‌دهد. در یک معنا می‌توان گفت نقد این گروه راه را برای بروز رفتار سیاسی مسدود می‌کند. امیرحسین ۳۷ ساله می‌گوید:

«اگر بخوام یک نمونه براتون بیارم میگم که زمانی که ما و تعدادی دیگه از افراد خارج از این مجموعه متوجه شدیم که عده‌ای توی همین سازمان با روابطی که داشتن تونستن مدیریت را چندین سال روی کار نگه دارن، یکی از راه‌ها این بود که آن‌ها را از طریق همین رسانه‌ها و عمومی کردن این جریان تحت فشار قرار بدیم و این کار را هم کردیم».

مقاومت گروه قدرت سازمانی

مقاومت گروه سازمانی در برابر افشاگری رفتار سیاسی‌شان در رسانه، همکاری برای لاپوشانی رفتار سیاسی، عدم پاسخ‌گویی مناسب به شبهات کاری و سازمانی و محافظه‌کاری در توجیه رفتار سیاسی، زمینه‌ای است که بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی را دچار اختلال می‌کند. از این حیث گروه دستاوردخواه سازمانی از تمامی ظرفیت‌های توجیهی و قانونی و غیرقانونی استفاده می‌کند تا از رفتار سیاسی خود دفاع کرده یا آن را قانونی جلوه دهد. مقاومت این گروه عمدتاً در برابر قدرت‌گیری رسانه اجتماعی و رشد ظرفیت بازدارندگی آن خود را آشکار می‌کند. رضا ۳۵ ساله می‌گوید:

«خیلی وقتا میشه حتی با وجود اینکه فساد مالی و پارتی‌بازی‌ها افشا میشه اما همچنان مدیر یا کارمند از اینکه بپذیره که قانون‌شکنی کرده ممانعت می‌کند یا دنبال راهی برای مصونیت هستند».

نتیجه‌گیری

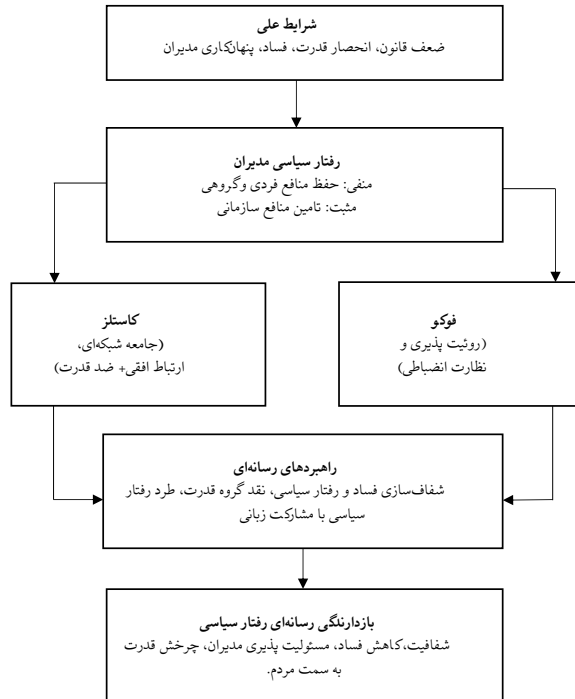
در این تحقیق تلاش شد نقش رسانه‌های اجتماعی در بازنمایی و کنترل رفتار سیاسی مدیران سازمانی در شهر یزد مورد کاوش قرار گیرد. رفتار سیاسی به‌طور خاص حاصل نوعی نگاه منفعت‌طلبان به جایگاه سازمانی و تلاش برای ابقای قدرت است. این رفتار در ذات خود انحصارگر بوده و در هنگام وقوع منافع فرد یا افراد خاصی را تأمین می‌کند. می‌توان ادعا کرد که رفتار سیاسی بیش از آن‌که یک کژ کارکرد شناخته شود می‌تواند به‌عنوان یک امر ضروری در درون سازمان نیز حضور داشته باشد. وجهه منفی رفتار سیاسی به تأمین منافع فردی و گروهی ارجاع دارد و وجهه مثبت آن ارجاعی است به تأمین منافع سازمانی. با وجود آن‌که می‌توان رفتار سیاسی را در جهت منافع سازمانی هدایت کرد، اما ضعف چارچوب‌های قانونی و ضعف نظارت در سازمان باعث می‌شود هدف رفتار سیاسی به‌سوی تأمین منافع گروه سازمانی تغییر یابد. در این نقطه است که کنش و واکنش‌های مدیران و کارکنان در درون سازمان منفعت‌طلبانه می‌شود و رفتار سیاسی به‌عنوان امری به‌ظاهر بهنجار بروز می‌یابد. این امر زمانی مساله‌مند می‌شود که بدانیم مدیران سازمانی اغلب تحصیل‌کرده و قابل‌اطمینان هستند. مسئله نظارت یکی از مهم‌ترین مسائلی است که در محیط سازمان می‌تواند مطرح باشد. هرچند ساختارهای سازمانی در درون خود نوعی از نظام دیده‌بانی رادارند و کارکنان همواره توسط قوانین و مقررات کنترل می‌شوند تا از بروز کژ کارکردها جلوگیری به عمل آید؛ اما این نظام دیده‌بانی بیش از آن‌که به جلوگیری از رفتارهای سیاسی ارجاع داشته باشد، سازوکاری است جهت افزایش بازدهی کار در محیط سازمان. همچنین نظام دیده‌بانی فوق در محیط سازمان توسط مدیران ارشد صورت می‌گیرد و کارمندان را رؤیت‌پذیر می‌کند.

درحالی‌که عملکرد و رفتار سیاسی خودشان پنهان می‌ماند. در اینجا مسئله اساسی این است که رفتار سیاسی مدیران سازمان چگونه باید کنترل شود و تحت نظارت قرار گیرد. این پژوهش نظارت بر رفتار سیاسی مدیران سازمانی را با استفاده از رسانه‌های اجتماعی امکان‌پذیر می‌داند. رسانه‌های اجتماعی به‌نوعی ابزار قدرت در دست افراد

تبدیل می‌شود که نظارت بر قدرت سازمانی را تسهیل می‌کند. نظارت و کنترلی که از سوی رسانه‌ها بر مدیران سازمانی اعمال می‌شود تا از رفتار سیاسی آن‌ها جلوگیری کند در این پژوهش ذیل مقوله «بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی» مفهوم‌پردازی شده است. این مقوله هم‌تغییر روابط قدرت در محیط جامعه را گوشزد می‌کند و هم نیروی بازدارنده‌ای در بستر سازمان‌ها را حاکم می‌کند که می‌تواند به‌طور شبکه‌ای اعمال نظارت بر رفتار مدیران سازمانی را امکان‌پذیر کند. درک بهتر این مقوله زمانی امکان‌پذیر می‌شود که در قالب مدل پارادایمی مورد تحلیل قرار گیرد. مدل پارادایمی ترسیم‌شده در این مقاله شرایط علی بازدارندگی رفتار سیاسی را به شش عامل کلی ارجاع می‌دهد. هرکدام از شرایط علی را می‌توان بر اساس نظریه جامعه انضباطی میشل فوکو مورد تحلیل قرار داد. نتایج این تحقیق نظارت قدرت‌آبانه را از سوی مردم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل بازدارندگی رفتار سیاسی مطرح می‌کند. این نظارت نه از سوی مراجع رسمی، بلکه از سوی افرادی صورت می‌گیرد که از رسانه به‌عنوان یک ابزار نظارت استفاده می‌کنند.

در بستر جامعه انضباطی که میشل فوکو تصویرپردازی می‌کند هدف از نظارت، ایجاد و حفظ نظم به همراه اعمال قدرت است. نظارت مزبور به مردم قدرت می‌دهد تا در برابر قدرتی که سازمان‌ها دارند ایستادگی کند و رفتار و کنش مدیران سازمانی را به نظم درآورد؛ بنابراین با توجه به نظریه میشل فوکو می‌توان گفت رسانه‌های اجتماعی به دلیل قرار دادن اطلاعات گوناگون در اختیار مردم، باعث شده‌اند افراد بتوانند از طریق آن اعمال و تصمیمات سازمان‌ها و مدیران سازمانی را مورد نظارت قرار داده و آن‌ها را مجبور به اجرای نظم درکنش و گفتار خود کنند. در این معنا ایجاد نوعی از نظام سراسرین رسانه‌ای دور از انتظار نیست. نظامی بیش از آن که افراد و کارکنان را ذیل قدرت خود نظارت کند به دنبال آن است تا مدیران ارشد و گروه سیاسی‌شان را مشاهده‌پذیر کند. این نتیجه را می‌توان هم‌سو با نتیجه تحقیق روشن‌دل و اربطانی (۱۴۰۲) تلقی کرد. نتایج همچنین بیان می‌کند که رسانه‌های اجتماعی امکان شفاف‌سازی فساد سازمانی را فراهم می‌کند. وجود فساد سازمانی اولین و مهم‌ترین نشانه‌ای است که کارکنان یک سازمان رفتار سیاسی دارند. از آنجایی که فساد بعد از رفتار سیاسی خود را نشان می‌دهد، می‌توان گفت در زمانی که فسادهای سازمانی شفاف شوند، روابط قدرتی که بر پایه رفتار سیاسی عمل می‌کنند نیز اشاره آشکار می‌شوند. رسانه‌های اجتماعی با شفاف‌سازی فساد این امر را که حلقه قدرت سازمانی دارای رفتار سیاسی

هستند را نیز شفاف می‌کند؛ بنابراین می‌توان با پیگیری مسیرهای فسادزا به روابط و رفتارهای سیاسی رسید. این نتیجه با نتایج تحقیق گویلامون و همکاران (۲۰۱۶) به دلیل تأکید بر اینکه رسانه‌های اجتماعی ابزار شفافیت هستند، همسو است.



شکل ۳. مدل نهایی پژوهش

نتیجه‌ای که در این تحقیق مهم تلقی می‌شود این است که رسانه‌های اجتماعی به واسطه بازدارندگی خود قدرتمند می‌شوند. نظارت و کنترلی که در محیط رسانه صورت می‌گیرد به همراه تلاش برای تغییر روابط قدرت در جامعه شبکه‌ای شده آن‌هم در محیط رسانه، آن را واجد بیشترین قدرت می‌کند. این امر باعث می‌شود سازمان‌های دولتی و مدیران ارشد آن به‌طور مداوم توسط رسانه‌ها کنترل شوند. آگاهی به یک منبع قدرتمند نظارت‌کننده به‌خوبی می‌تواند گروه سازمانی دستاوردخواه را در اعمال و رفتار منظم‌تر کند. بازدارندگی رفتار سیاسی مدیران سازمانی تا حد زیادی محصول بازنمایی فساد مالی در محیط سازمان است. در واقع وجود فساد و افشای رسانه‌ای آن‌هم خبر

از حلقه قدرت سازمانی می‌دهد و هم می‌تواند رفتار سیاسی را آشکار کند. در زمانی که رفتار فسادآمیز آشکار می‌شود می‌توان آن را تا حدی نتیجه رفتار سیاسی تلقی کرد. بازنمایی فساد در جامعه شبکه‌ای شده‌ای که کاستلز از آن تصویرپردازی می‌کند مسیر را برای اعمال ضد قدرت فراهم می‌کند. ضد قدرت همان رسانه‌ای است که در برابر قدرت مدیران سازمانی آشکار می‌شود. پس از بازنمایی فساد زمینه‌های تغییر روابط قدرت فراهم می‌شود. اکنون قدرت در بستر جامعه شبکه‌ای نه در دست سازمان‌ها و مدیران بوروکراتیک بلکه در دست افرادی است که رفتار سیاسی مدیران سازمانی را در جامعه شبکه‌ای شده افشا می‌کنند و فساد را کاهش دهند. این یافته با نتیجه پژوهش نیکپور (۱۳۹۵) به دلیل تأکید بر این که رسانه‌ها اثر کاهنده‌ای بر فساد اداری سازمان‌ها دارند، همسو است.

پس از اعمال ضد قدرت در محیط جامعه شبکه‌ای و اعمال نظارت از طریق رسانه مسیرهای متفاوت مبارزه با رفتار سیاسی آشکار می‌شود. این مبارزه هم به‌طور رسانه‌ای توسط افراد پیگیری می‌شود و هم می‌تواند در فضای واقعی سازمان به دنبال احیای چارچوب‌های قانونی اجرایی شود؛ بنابراین از یک‌سو فضای رسانه‌ای شده بازدارندگی رفتار سیاسی را فضایی اعمال می‌کند که به دنبال آن هم بتواند نظارت و کنترل بر مدیران سازمانی اعمال کند و هم بتواند بسترهای برخط لازم برای مبارزه با آن رفتار را در محیط سازمان فراهم کند مطابق پژوهش عمادی و همکاران (۱۴۰۰) می‌توان ادعا کرد که رسانه‌های اجتماعی امکان کنترل و نظارت معکوس را فراهم می‌کنند. در یک‌سو هم با در دسترس قرار دادن اطلاعات و ایجاد جامعه شبکه‌ای به ضد قدرت تبدیل می‌شوند و هم با رؤیت‌پذیر کردن مدیران سازمان می‌توانند رفتار آن‌ها را بهنجار کنند.

بر اساس بازدارندگی رفتار سیاسی در محیط رسانه به‌طور زمینه‌ای از دو مسیر امکان‌پذیر می‌گردد مسیر اول از روزنه گردش آزاد اطلاعات می‌گذرد. این امر به دلیل وجود جامعه شبکه‌ای شده امکان‌پذیر می‌شود. در نزد مانوئل کاستلز، ظرفیت‌های تعاملی شبکه‌های مجازی به‌طور خودانگیز هدایت می‌شوند. این امر منجر به خودمختاری بی‌سابقه‌ای برای سوژه‌های ارتباطی در برقراری ارتباط در مقیاس کلان می‌شود. او مخاطب را به‌عنوان عنصر انسانی قدرتمند و خلاق می‌شناسد (خازنی، ۱۳۹۴: ۲۱۰). قدرتمندی عناصر خلاق انسانی در بستر این پژوهش درجایی امکان‌پذیر می‌گردد که آن‌ها شاهد گردش آزاد اطلاعات باشند. درجایی آزادی اطلاعات و

ارتباطات باعث می‌شود رفتار سیاسی به‌عنوان امری نامطلوب بازنمایی شود، بازدارندگی رسانه‌ای در برابر رفتار سیاسی آشکار می‌گردد. مسیر دوم بازدارندگی رفتار سیاسی، از روزنه مسئولیت‌پذیری اجتماعی کارکنان و مدیران دولتی عبور می‌کند. رسانه‌های اجتماعی توانایی مساله‌مند کردن مسئولیت سازمانی را دارند. در این معنا رفتار سیاسی حاصل عبور از مسئولیت‌های سازمانی و ورود به عرصه حلقه قدرت سازمانی است. این نتایج مطابق با هیچ‌کدام از تحقیقات پیشین نیست و در بستر پژوهش حاضر حاصل شده است. بازدارندگی رسانه‌ای رفتار سیاسی می‌تواند تا حدی با تعدیل مواجهه شود. تعدیل این بازدارندگی درجایی امکان‌پذیر می‌شود که گروهی قدرت سازمانی و مدیران سازمانی در برابر این بازدارندگی مقاومت کنند و تلاش کنند به انحراف گوناگون رفتار سیاسی خود را توجیه یا آن را به‌عنوان امری مفید جلوه دهند؛ اما با این حال در صورتی که بازدارندگی رفتار سیاسی اجرایی شود نیازمند دو استراتژی کلی است. اولین استراتژی که رفتار بازدارندگی را تداوم می‌بخشد و باعث می‌شود نظارت بر مدیران سازمان از طریق رسانه کاربردی باشد، نقد گروه‌های قدرت سازمانی است. گروه‌های قدرت سازمانی تشکیل شده از افرادی هستند که منافع مشترکی در درون سازمان دارند و تلاش می‌کنند منابع و اطلاعات را به نفع خود مصادره کنند. نقد این گروه در بستر رسانه اجتماعی غایت رفتار سیاسی را هدف قرار می‌دهد و نظارت را با تلنگر همراه می‌کند. استراتژی دیگری که باعث بازدارندگی رفتار سیاسی می‌شود، طرد رفتار سیاسی با مشارکت زبانی است. مشارکت زبانی یعنی همراهی گروه‌ها و اقشار جامعه در جهت نقد گروه سازمانی که رفتار سیاسی دارند. در این معنا یک‌زبانی اعضای جامعه در بستر رسانه، رفتار سیاسی را طرد می‌کند. این نتیجه نیز در بستر پژوهش حاضر به‌دست آمده و با هیچ‌یک از نتایج تحقیقات قبل همسو یا مخالف نیست. باید دانست که بازدارندگی رفتار سیاسی، نیازمند قسمی از تعدیل قدرت گروه قدرت سازمانی است. گروهی که در بستر سازمان با قبضه کردن اطلاعات و منافع توانسته‌اند، قدرت خود را حفظ کنند، اکنون رسانه‌های اجتماعی با نظارت و کنترل بر آن‌ها قدرتشان را تعدیل می‌کند. فرایند تعدیل قدرت گروه سازمانی از طریق رسانه به همراه نوعی از چرخش قدرت نیز همراه است. اگر تاکنون مدیران ارشد سازمانی به‌وسیله سازمان‌ها توانسته‌اند رفتار کارکنان خود را رؤیت پذیر کنند و کار روزمره آن‌ها را به نظم درآورند. اکنون خودشان شرایط مشابهی را تجربه می‌کنند. تفاوت اعمال نظارت مدیران سازمانی بر کارکنان با اعمال نظارت رسانه بر مدیران

این خواهد بود که کنترل و نظارت مدیران سازمانی بر کارکنان به دلیل افزایش بازدهی کار بود و تا حد زیادی به این دلیل بود که فرایند کاری کنترل شود؛ اما نظارت و کنترلی که از سوی رسانه‌ها صورت می‌گیرد نه به دنبال کارایی بلکه به دنبال، تضمین اخلاق، صداقت و مسئولیت‌پذیری است. این امر به‌خوبی هدف بازدارندگی رفتار سیاسی را روشن می‌کند.

تعارض منافع

تعارض منافع ندارم.

منابع و مأخذ

- اشتراوس، انسلم و جولیت کربین (۱۳۹۷). مبانی پژوهش کیفی، فنون و مراحل تولید نظریه زمینه‌ای، ترجمه: ابراهیم افشار، تهران: نشر نی.
- افشانی، سیدعلیرضا؛ روحانی، علی و حامد کیانی ده کیانی (۱۳۹۸). کاوش بی‌قدرتی شغلی پرستاران، پژوهش‌های راهبردی مسائل اجتماعی، ۸(۳): ۱-۱۸. <https://doi.org/10.22108/srsp.2020.120991.1487>
- افشانی، سیدعلیرضا؛ روحانی، علی و حامد کیانی ده کیانی (۱۴۰۰). پرستاران و بوروکراسی بیمارستان، یک مطالعه کیفی در شهر یزد. فصلنامه مددکاری اجتماعی، ۱۰(۴): ۱۴-۲۷. <http://socialworkmag.ir/article-1-614-fa.html>
- باغ‌خواستی، فاطمه و فرشیده ضامنی (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین منابع قدرت مدیران با رفتار سیاسی کارکنان. ماهنامه پژوهشی ملل، ۱(۱۲): ۱۰۵-۱۲۱. <http://noo.rs/OKioK>
- خازنی، محمدحسن (۱۳۹۴). قدرت در جامعه شبکه‌ای، کندوکاوی در کتاب قدرت ارتباطات، فصلنامه نقد کتاب، ۲(۵۶): ۲۰۳-۲۲۱
- رمضانی راد، فرزاد؛ رضایی‌زاده، محمود؛ داوودکیا، کجوری و مهران مختاری بایع‌کلایی (۱۳۹۹). طراحی مدل مدیریت رفتار سیاسی در سازمان مبتنی بر اصول اخلاقی در صنعت بانکداری، پژوهش‌های اخلاقی، ۱۱(۲): ۴۹-۸۸. [/https://civilica.com/doc/1880969](https://civilica.com/doc/1880969)
- روشندل اربطانی، طاهر؛ عقیلی، سیدوحید و محمد مهدی فرجیان (۱۴۰۲). رسانه‌های اجتماعی و نظارت بر صاحبان قدرت مورد کاوی اینستاگرام در ایران، مطالعات فرهنگی و ارتباطات، ۱۹(۷۰): ۱۱-۳۹. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2020.95319.1740>
- ساعی، منصور (۱۳۹۹). موانع ساختاری و حرفه‌ای نظارت رسانه‌ای برکنش دولت در ایران. فصلنامه مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۲۱(۵۰): ۳۳-۶۶. <https://doi.org/10.22083/jccs.2019.194291.2886>
- ساعی، منصور؛ غفوریان، محمدحسن و سارا عسکرنیا (۱۳۹۲). موانع اداری - سازمانی نظارت رسانه‌ای بر سازمان‌های دولتی، فصلنامه پژوهش‌های سلامت اداری، ۵(۱): ۵-۴۲. https://www.salamatedari-mag.ir/article_252389.html
- سلطانی فتح، مسعود؛ کیاکجوری، داوود کیا و سعید اسلامی (۱۴۰۱). تدوین مدل سبک رفتار سیاسی مدیران در شرکت‌های هولدینگ، پژوهش‌های مدیریت اجرایی، ۱۴(۲۷): ۱۸۷-۲۰۸. <https://doi.org/10.22080/jem.2022.20065.3382>
- سلیمان روغنی، فاطمه؛ افشانی، سیدعلیرضا؛ اسلامی، حسین؛ روحانی، علی و شهناز نایب‌زاده (۱۴۰۰). تسهیل‌کننده‌ها و پیامدهای زندگی شبکه‌ای جوانان: ارائه یک نظریه زمینه‌ای، مطالعات و تحقیقات اجتماعی ایران، ۱۰(۴): ۱۲۰۵-۱۲۳۵. <https://doi.org/10.22059/jisr.2021.298430.1035>
- سیدمن، استیون (۱۳۹۶). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی، ترجمه هادی جلیلی. تهران: نشر نی.
- ضیمران، محمد (۱۳۹۶). میشل فوکو: دانش و قدرت. تهران: نشر هرمس.
- عمادی، حمیدرضا؛ افشانی، سیدعلیرضا و حسین اسلامی (۱۴۰۲). شرایط و زمینه‌های شکل‌گیری حکمرانی خوب در رسانه‌های اجتماعی با تأکید بر مؤلفه پاسخ‌گویی؛ یک مطالعه داده‌بنیاد. فصلنامه تحقیقات فرهنگی ایران، ۱۶(۱): ۴۹-۷۸. <https://doi.org/10.22035/jicr.2022.3034.3366>

- کاکه‌برایی، اسماعیل (۱۳۹۹). آسیب‌شناسی پژوهش‌های داخلی در زمینه رفتار سیاسی در سازمان با رویکرد فرا ترکیب، مدیریت توسعه و تحول، ۱۳ (۲): ۳۸۵-۳۹۳. https://journals.iau.ir/article_691279.html
- کتبی، فرشته؛ فلاح، محسن؛ میررکنی، محمد و مجید نامور (۱۴۰۰) طراحی مدل نقش میانجی‌گری رفتار شهروند سازمانی در رابطه علی مدیریت جهادی و فضیلت سازمانی بر رفتار سیاسی، مطالعات مدیریت رفتار سازمانی در ورزش، ۸ (۳۲): ۹۱-۱۰۲. <https://doi.org/10.30473/fmss.2022.60857.2344>
- نیک پور، امین (۱۳۹۵). ارائه الگوی نظارت عمومی به‌منظور پیشگیری از بروز فساد اداری در سازمان‌های دولتی ایران. مجلس و راهبرد، ۲۳ (۸۷): ۲۰۱-۲۳۱. https://nashr.majles.ir/article_166.html
- Afshani, S., Rouhani, A., & Kiani Dehkiani, H. (2019). Exploring nurses' occupational powerlessness. *Strategic Research in Social Issues*, 8(3), 1-18. [In Persian]. <https://doi.org/10.22108/srs-pi.2020.120991.1487>
- Afshani, S., Rouhani, A., & Kiani Dehkiani, H. (2021). Nurses and hospital bureaucracy: A qualitative study in Yazd city. *Social Work Quarterly*, 10(4), 14-27. [In Persian]. <http://socialworkmag.ir/article-1-614-fa.html>
- Baghkhasti, F., & Zamani, F. (2016). Examining the relationship between managers' power sources and employees' political behavior. *Research Monthly of Nations*, 1(12), 105-121. [In Persian]. <http://noo.rs/OKioK>
- Beaudoin, C. E. (2023). Do social media matter? The effects of information seeking on COVID-19 psychological and behavioral processes. *Telematics and Informatics*, 83, 102027. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2023.102027>
- Bertot, J. C., Jaeger, P. T., & Grimes, J. M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government information quarterly*, 27(3), 264-271. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2010.03.001>
- Bhattacharjee, A., & Shrivastava, U. (2018). The effects of ICT use and ICT Laws on corruption: A general deterrence theory perspective. *Government Information Quarterly*, 35(4), 703-712. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2018.07.006>
- Charmaz, K. Bryant, A. (2010). Grounded Theory. (pp. 206-412).
- Emadi, H., Afshani, S., & Eslami, H. (2023). Conditions and contexts of good governance formation in social media with emphasis on accountability; a grounded study. *Iranian Cultural Research Quarterly*, 16(1), 49-78. [In Persian]. <https://doi.org/10.22035/jicr.2022.3034.3366>
- Epling, M., Timmons, S., & Wharrad, H. (2003). An educational panopticon? New technology, nurse education and surveillance. *Nurse Education Today*, 23(6), 412-418. [https://doi.org/10.1016/S0260-6917\(03\)00002-9](https://doi.org/10.1016/S0260-6917(03)00002-9)
- Gandía, J. L., Marrahí, L., & Huguet, D. (2016). Digital transparency and Web 2.0 in Spanish city councils. *Government information quarterly*, 33(1), 28-39. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2015.12.004>
- Guillamón, M. D., Ríos, A. M., Gesuele, B., & Metallo, C. (2016). Factors influencing social media use in local governments: The case of Italy and Spain. *Government Information Quarterly*, 33(3), 460-471. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2016.06.005>

- Hou, L., Guo, X., & Pan, X. (2023). Intermittent social media usage: An empirical examination on the temporary discontinuance of blogging and its impact on subsequent user behavior. *Information Processing & Management*, 60(5), 103461. <https://doi.org/10.1016/j.ipm.2023.103461>
- Howitt, D. & Cramer, D. (2011). *Grounded Theory*. In D. Howitt & D. Cramer (Eds), Introduction to Research Methods in Psychology (pp. 343-357). Essex: Pearson Education.
- Hussain, K. M., Rafique, G. M., & Naveed, M. A. (2023). Determinants of social media information credibility among university students. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(4), 102745. <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102745>
- Kakebrai, E. (2020). Pathology of domestic research in the field of political behavior in organizations with a meta-synthesis approach. *Development and Transformation Management*, 13(2), 385-393. https://journals.iau.ir/article_691279.html [In Persian].
- Katabi, F., Fallah, M., Mirarkani, M., & Namvar, M. (2021). Designing a mediation role model of organizational citizenship behavior in the relationship between jihadi management and organizational virtue on political behavior. *Studies in Organizational Behavior Management in Sports*, 8(32), 91-102. <https://doi.org/10.30473/fmss.2022.60857.2344> [In Persian].
- Khazeni, M. H. (2015). Power in the network society: An exploration in the book "Power of Communications". *Book Criticism Quarterly*, 2(5-6), 203-221.
- Martínez-Béjar, R., & Brändle, G. (2018). Contemporary technology management practices for facilitating social regulation and surveillance. *Technology in Society*, 54, 139-148. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2018.04.003>
- Nikpour, A. (2016). Presenting a public oversight model to prevent administrative corruption in Iranian governmental organizations. *Parliament and Strategy*, 23(87), 201-231. https://nashr.majles.ir/article_166.html [In Persian].
- Omeje, P. N. (2014). "Review of Bureaucracy: A 21st Century Public Administration Imperative." *International Review of Social Sciences and Humanities*, 2: 125-129. https://www.irssh.com/yahoo_site_admin/assets/docs/11_IRSSH-889-V7N2.209143342.pdf
- Ramazani Rad, F., Rezaeizadeh, M., Davoodkia, K., & Mokhtari Bayegh Kalayi, M. (2020). Designing a model for managing political behavior in organizations based on ethical principles in the banking industry. *Ethical Researches*, 11(2), 49-88. <https://civilica.com/doc/1880969/> [In Persian].
- Roshandel Arbattani, T., Aghili, S. V., & Farjiyan, M. M. (2023). Social media and oversight of power holders: A case study of Instagram in Iran. *Cultural and Communication Studies*, 19(70), 11-39. <https://doi.org/10.22034/jcsc.2020.95319.1740> [In Persian].
- Saeed, M. (2020). Structural and professional barriers to media supervision of government actions in Iran. *Culture-Communication Studies Quarterly*, 21(50), 33-66. <https://doi.org/10.22083/jcsc.2019.194291.2886> [In Persian].
- Saeed, M., Ghafourian, M. M., & Askarnia, S. (2013). Administrative-organizational barriers to media supervision of government organizations. *Administrative Health Research Quarterly*, 5(1), 5-42. https://www.salamatedari-mag.ir/article_252389.html [In Persian].

- Saidman, S. (2017). *Contestation of ideas in sociology* (H. Jalili, Trans.). Tehran, Iran: Ney Publishing. (Original work published 2017 [1396] **[In Persian]**).
- Salman Roghani, F., Afshani, S., Eslami, H., Rouhani, A., & Naibzadeh, S. (2021). Facilitators and consequences of youth networked life: Proposing a grounded theory. *Iranian Social Studies and Research*, 10(4), 1205-1235. <https://doi.org/10.22059/jisr.2021.298430.1035> **[In Persian]**.
- Soltani Fath, M., Kiakjoori, D. K., & Eslami, S. (2022). Developing a model of managers' political behavior style in holding companies. *Executive Management Research*, 14(27), 187-208. <https://doi.org/10.22080/jem.2022.20065.3382>
- Strauss, A. & Corbin, j. (2019). *Basics of qualitative research, techniques and stages of producing grounded theory*. Translated by: Ebrahim afshar. Tehran: Ney Press **[In Persian]**.
- Tang, Z., Chen, L., Zhou, Z., Warkentin, M., & Gillenson, M. L. (2019). The effects of social media use on control of corruption and moderating role of cultural tightness-looseness. *Government Information Quarterly*, 36(4), 101384. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.06.001>
- Waycott, J., Thompson, C., Sheard, J., & Clerehan, R. (2017). A virtual panopticon in the community of practice: Students' experiences of being visible on social media. *The Internet and Higher Education*, 35, 12-20. <https://doi.org/10.1016/j.iheduc.2017.07.001>
- Zavattaro, S. M., & Sementelli, A. J. (2014). A critical examination of social media adoption in government: Introducing omnipresence. *Government Information Quarterly*, 31(2), 257-264. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2013.10.007>
- Zimran, M. (2017). *Michel Foucault: Knowledge and power*. Tehran, Iran: Hermes Publishing. **[In Persian]**.



This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.