



فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، مقاله علمی پژوهشی
سال نوزدهم، شماره اول (پیاپی ۴۳)، بهار ۱۴۰۴، صص. ۱-۳۷

ترسیم نقشه راه مدیریت راهبردی فرهنگ در فضای مجازی ایران: یک مطالعه آینده پژوهی با روش دلفی

مرتضی نثاری *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۸/۰۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۱۲
مقاله برای اصلاح به مدت ۱ روز نزد نویسنده (گان) بوده است.

10.30497/SMT.2025.249262.3681

چکیده

زمینه و هدف: فضای مجازی به یک زیست‌بوم فرهنگی تعیین‌کننده تبدیل شده است. این پژوهش با هدف ترسیم نقشه راه مدیریت راهبردی فرهنگ جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با آینده فضای مجازی و با تأکید بر مؤلفه‌های فرهنگی انجام شد. روش: این مطالعه از نظر هدف، توسعه‌ای-کاربردی و از نظر روش، آینده‌پژوهی است که با فن دلفی کلاسیک در سه مرحله (کشف، اولویت‌بندی و تدوین نقشه راه) انجام شد. گروه خبرگان متشکل از ۱۵ متخصص در حوزه‌های مدیریت فرهنگی، فضای مجازی و آینده‌پژوهی بودند. یافته‌ها: در مرحله اول، ۲۱ پیشران کلیدی در ۵ حوزه شناسایی شد. در مرحله دوم، ۱۰ پیشران برتر (از جمله «شتاب در توسعه هوش مصنوعی» و «دگرگونی هویت نسل جوان») اولویت‌بندی شدند. بر اساس دو پیشران با بیشترین اهمیت و عدم قطعیت، چهار سناریوی محتمل («پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی-فناورانه»، «پارادایم انفعال و آشفتگی فرهنگی»، «پارادایم صیانتی-انزواگر» و «پارادایم انفعال و فرسایش تدریجی») ترسیم و سناریوی «پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی-فناورانه» به‌عنوان چشم‌انداز مطلوب انتخاب گردید. در نهایت، نقشه راه مبتنی بر چهار راهبرد اصلی «تهاجم نرم»، «توانمندسازی جامعه»، «حکمرانی آینده‌نگر» و «دیپلماسی فرهنگی» تدوین شد. نتیجه‌گیری: یافته‌ها نشان می‌دهد موفقیت در عرصه فرهنگ دیجیتال، نیازمند گذار از رویکرد واکنشی به پارادایمی آینده‌ساز، فعال و یکپارچه است که در آن حفظ هویت از مسیر اثرگذاری هوشمندانه و نوآوری بومی محقق می‌شود.

واژگان کلیدی

مدیریت راهبردی فرهنگ؛ آینده پژوهی؛ فضای مجازی؛ ایران؛ روش دلفی.

* دانش‌آموخته دکتری مدیریت راهبردی فرهنگی، دانشکده مدیریت راهبردی، دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

مقدمه

در عصر حاضر، فضای مجازی از یک ابزار ارتباطی صرف فراتر رفته و به یک «زیست‌بوم فرهنگی» تمام‌عیار تبدیل شده است. این فضا، با خصلت‌هایی چون فرامرزی بودن، تعاملی بودن و سرعت انتشار بالا، به عرصه‌ای تعیین‌کننده برای نزاع بر سر هویت، ارزش‌ها و سبک زندگی ملت‌ها بدل گشته است (Castells, 2008, p. 87). برای جمهوری اسلامی ایران که همواره «فرهنگ» را قلب تپنده تمدن اسلامی و یکی از ارکان اصلی استقلال و پیشرفت می‌داند، فهم دگرگونی‌های این عرصه و تدوین راهبردی هوشمندانه برای مواجهه با آینده آن، نه یک انتخاب که یک ضرورت انکارناپذیر راهبردی است.

مسئله اصلی این پژوهش، «عدم وجود یک نقشه راه روشن، آینده‌نگر و بومی برای مدیریت راهبردی فرهنگ در فضای مجازی ایران» است. در حال حاضر، رویکرد به این فضا غالباً واکنشی، جزیره‌ای و فاقد چشم‌انداز بلندمدت است. این امر منجر به بروز چالش‌هایی همچون تشدید شکاف نسلی، مواجهه منفعلانه با هجوم‌های فرهنگی و از دست رفتن فرصت‌های بی‌نظیر برای ترویج فرهنگ ایرانی-اسلامی در سطح جهانی شده است. برای تبیین این مسئله می‌توان به دو نظریه کلیدی استناد کرد. نخست، نظریه «اقتصاد توجه»^۱ ارائه‌شده توسط هربرت سایمون^۲ (۱۹۷۱) و سپس توسعه‌یافته توسط گلدهابر^۳ (۱۹۹۷) که بر اساس آن، در عصر اطلاعات، کمیاب‌ترین منبع، توجه انسان‌هاست. در فضای مجازی امروز، یک نبرد تمام‌عیار برای جلب و جهت‌دهی به این «منبع کمیاب» در جریان است و راهبرد فرهنگی بدون در نظرگیری این اصل محکوم به شکست است. دوم، نظریه «امپریالیسم فرهنگی»^۴ است که توسط محققانی همچون هربرت شیلر^۵ (۱۹۷۶) مطرح شد. این نظریه هشدار می‌دهد که جریان یک‌سویه اطلاعات و فرهنگ از کشورهای مسلط به کشورهای در حال توسعه، می‌تواند به حذف فرهنگ‌های بومی و ایجاد هژمونی فرهنگی بینجامد. فضای مجازی امروز بستر جدیدی برای تحقق این نظریه است و ایران به‌عنوان کشوری با تمدن کهن و نظام ارزشی متمایز، نیازمند راهبردی فعال برای خنثی‌سازی این تهدید و تبدیل آن به فرصتی برای «صدور فرهنگ انقلاب اسلامی» است. پرسش اصلی این است که چگونه می‌توان در میان این امواج سهمگین، راهبردی تدوین کرد که هم تاب‌آور باشد و هم پیشگام؟

هدف اصلی این پژوهش، «ترسیم نقشه راه راهبرد فرهنگی جمهوری اسلامی ایران برای مواجهه مؤثر با آینده فضای مجازی در یک افق ۱۰ ساله، با استفاده از روش دلفی خبرگان» است. این نقشه راه در پی ارائه یک چارچوب منسجم، شامل سناریوهای محتمل آینده، اهداف کلان، راهبردهای اصلی و اقدامات اولویت‌دار خواهد بود. در راستای دستیابی به هدف فوق، این پژوهش به دنبال پاسخ‌گویی به پرسش‌های کلیدی زیر است:

۱. پیشران‌های کلیدی^۶ آینده فضای مجازی ایران در افق ۱۴۱۲ از منظر مؤلفه‌های فرهنگی کدام‌اند؟
 ۲. چشم‌انداز مطلوب^۷ جمهوری اسلامی ایران از منظر مدیریت فرهنگی در فضای مجازی چیست؟
- راهبردهای اساسی برای نیل از وضعیت موجود به چشم‌انداز مطلوب در این عرصه کدام‌اند؟

۱. مرور پیشینه‌ها و ادبیات نظری

مدیریت راهبردی فضای مجازی به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین عرصه‌های حکمرانی در عصر حاضر، مورد توجه پژوهشگران داخلی و بین‌المللی قرار گرفته است. درک عمق تحولات این فضا و ارائه راهکارهای اثربخش، مستلزم بررسی و تحلیل یافته‌های پژوهشی پیشین است. در این بخش، با مرور مطالعات انجام‌شده در حوزه مدیریت فرهنگی فضای مجازی، تلاش می‌شود تصویری روشن از دستاوردهای موجود و همچنین شکاف‌های پژوهشی ترسیم گردد.

مشایخ و حاجی‌زاده (۱۴۰۲) در مقاله «فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی» دریافتند که فضای مجازی هم فرصت‌های آموزش، عدالت، توانمندسازی و انعطاف زمانی فراهم می‌آورد و هم تهدیدهایی نظیر فروپاشی هویتی، شکاف بین نسلی و اعتیاد را داراست و راهکارهای ارتقای سواد رسانه‌ای و هم‌افزایی نهادی پیشنهاد کردند. جهان‌بین و حیدری (۱۴۰۲) در مقاله «تحلیل سیاست جمهوری اسلامی ایران در حوزه فضای مجازی مبتنی بر دیدگاه آیت‌الله سید علی خامنه‌ای» تأکید کردند که غفلت سیاست‌گذاران از فاکتورهای افناع، مشروعیت بخشی و بازخورد باعث ناکامی سیاست‌گذاری دستوری شده و لزوم

گرایش به رویکردهای مشارکتی را نشان دادند. ده‌برزویی و بیدگلی (۱۴۰۲) در مقاله «واکاوی تهدیدات رسانه و فضای مجازی بر سلامت معنوی از دیدگاه امام خامنه‌ای» تحلیل کردند که تهدیدات فضای مجازی در قالب تغییر افکار و ذائقه، انزوا، تضعیف ارزش‌های دینی و نهادینه شدن ارزش‌های غربی ظهور می‌یابد و پنج عامل اصلی تغییر سبک زندگی، کمرنگ شدن نقش خانواده، تهدید حریم خصوصی، مخاطرات امنیتی و استحاله فرهنگی را احصاء کردند. کاظمی‌زادحیدرباغی، احمدی‌سفیدان، جوان‌پورهرروی و شاکری (۱۴۰۲) در مقاله «تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان» نشان دادند که راهبردهای محافظه‌کارانه و تدافعی اثر منفی بر مشارکت سیاسی دارند، درحالی‌که راهبردهای تهاجمی و رقابتی مشارکت سیاسی را تقویت می‌کنند.

کاظمی‌زادحیدرباغی، احمدی‌سفیدان، جوان‌پورهرروی و شاکری (۱۴۰۲) در مقاله «ارائه استراتژی مناسب برای مدیریت فضای مجازی با رویکرد مشارکت سیاسی» دریافتند که تحلیل SWOT منجر به تعریف چهار استراتژی (محافظه‌کارانه، تدافعی، تهاجمی، رقابتی) می‌شود و استراتژی‌های تهاجمی و رقابتی به‌عنوان مناسب‌ترین گزینه‌ها برای تقویت مشارکت سیاسی معرفی گردیدند. جوادی‌نیا و درتاج (۱۴۰۱) در مقاله «جایگاه فضای مجازی در جنگ نرم از دیدگاه و اندیشه دفاعی امام خامنه‌ای» نتیجه گرفتند که در اندیشه دفاعی رهبری پنج بعد و ۲۱ مؤلفه مرتبط با نقش فضای مجازی در جنگ نرم وجود دارد و تأکید کردند این ساختار باید مبنای راهکارهای مقابله‌ای قرار گیرد.

غلامی و پورحیدر (۱۴۰۰) در مقاله «الگوی شش ضلعی حکمرانی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران برای بازه زمانی پنج‌ساله» پیشنهاد دادند که حکمرانی باید هم‌زمان بر شش ضلع متمرکز باشد: تکمیل شبکه ملی اطلاعات؛ شکل‌دهی اینترنت دوم؛ ایجاد ائتلاف جهانی و حقوق بین‌الملل سایبری؛ غلبه گفتمانی؛ راه‌اندازی شرکت‌های فراملی غیردولتی و میدان نوآوری؛ و بسیج سایبری محتوایی و تأکید کردند توجه هم‌زمان به این اضلاع برای موفقیت پنج‌ساله ضروری است. رفیع و رزمی (۱۴۰۰) در مقاله «بررسی مدیریت شبکه‌های اجتماعی در فضای سیاسی ایران به‌عنوان یک مسأله بدخیم» مطرح کردند که پیامدهای سیاسی و اجتماعی شبکه‌های مجازی ماهیت بدخیم دارد و مدیریت

اقتدارگرایانه سنتی ناکارآمد است و لزوم اتخاذ رویکردهای مشارکتی و فهم عمیق فناوری را برجسته ساختند. عبیری و ولوی (۱۳۹۸) در مقاله «ارائه الگوی راهبردی مدیریت فضای سایبر ج.ا.ا بر اساس اوامر و تدابیر حضرت امام خامنه‌ای» تحلیل کردند که اجرای رهنمودهای رهبری برای تقویت حاکمیت سایبری مستلزم استخراج ابعاد، مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدیریتی است و نشان دادند فرمایشات رهبری نقش تعیین‌کننده‌ای در ارتقای هماهنگی و اهداف مدیریت فضای سایبر دارد. محمدی‌خانقاهی و رضایی (۱۳۹۸) در مقاله «آسیب‌شناسی مدیریت فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران (با تأکید بر شبکه ملی اطلاعات)» دریافتند که فقدان اجماع نظری، توسعه نامتوازن، ضعف پیوست اجتماعی و غلبه نگاه سیاسی موجب شده تمرکز صرف بر زیرساخت نتواند خدمات محتوا و سرویس را تأمین کند و این امر چالش‌های فرهنگی و سیاسی پدید آورده است.

شریفی و همکاران (۱۳۹۷) در مقاله «آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری تولید محتوای فضای مجازی در ایران» نتیجه گرفتند که فرایند سیاست‌گذاری و نظارت بر تولید محتوا با هفت دسته آسیب ساختاری مواجه است که از ضعف نظام نظارتی تا کمبود زیرساخت‌های فنی و فرهنگی را شامل می‌شود.

واگنر^۱ و همکاران (۲۰۲۳) دریافتند که دیجیتالی شدن میراث فرهنگی چالش‌های نوینی از جمله پیچیدگی‌های حقوق مالکیت فکری، تبعات تجاری‌سازی دانش فرهنگی و سوگیری‌های غرب‌محور در سیاست‌گذاری پدید می‌آورد و تأکید کردند برای حفاظت مؤثر از فرهنگ در فضای دیجیتال لازم است میان نوآوری و صیانت توازن برقرار شود. نوآوری پژوهش حاضر در مقایسه با پژوهش‌های پیشین در چند محور قابل تبیین است:

۱. رویکرد آینده‌پژوهانه و راهبردی: درحالی‌که اکثر پژوهش‌های پیشین (مانند محمدی‌خانقاهی و رضایی، ۱۳۹۸، ص. ۱۹۳؛ شریفی و همکاران، ۱۳۹۷، ص. ۲۵۱) به آسیب‌شناسی وضع موجود پرداخته‌اند، این پژوهش با استفاده از روش دلفی و سناریونویسی، به ترسیم نقشه راه برای آینده مطلوب پرداخته است.

۲. تلفیق چارچوب‌های نظری: این پژوهش با تلفیق هوشمندانه نظریه «امپریالیسم فرهنگی» شیلر (در سطح کلان) و نظریه «اقتصاد توجه» سایمون و گلدهابر (در سطح

خرد)، چارچوب تحلیلی جامعی ارائه کرده که قادر به تبیین ابعاد مختلف مسأله است. این در حالی است که پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر یک بعد متمرکز بوده‌اند.

۳. تدوین راهبردهای یکپارچه: برخلاف پژوهش‌هایی مانند کاظمی‌زادحیدرباغی، احمدی‌سفیدان، جوان‌پورهرروی و شاکری (۱۴۰۲) که راهبردهای مجزایی را بررسی کرده‌اند، این پژوهش با ارائه چهار راهبرد به‌هم‌پیوسته «تهاجم نرم»، «توانمندسازی جامعه»، «حکمرانی آینده‌نگر» و «دیپلماسی فرهنگی»، یک نقشه راه جامع و سامانه‌ای ارائه داده است.

۴. اولویت‌بندی علمی پیشران‌ها: نوآوری دیگر این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی ۲۱ پیشران کلیدی و تعیین ۱۰ پیشران اصلی از طریق روش دلفی است که به سیاست‌گذاران امکان می‌دهد منابع خود را بر مؤثرترین عوامل متمرکز کنند.

به این ترتیب، پژوهش حاضر نه تنها خلأهای موجود در پژوهش‌های پیشین را پر می‌کند، بلکه با ارائه نقشه راه عملیاتی و مبتنی بر شواهد، گام نوینی در ارتقای مدیریت راهبردی فرهنگ در فضای مجازی ایران محسوب می‌شود.

۲. چارچوب نظری

در راستای تبیین مبانی نظری و تجربی پژوهش، مطالعات متعددی در سطح بین‌المللی به بررسی ابعاد مختلف حکمرانی و مدیریت راهبردی فضای مجازی و فرهنگ پرداخته‌اند. برای نمونه، یافته‌های یک پژوهش نشان داد که دولت‌ها برای حفظ حاکمیت فرهنگی خود در عصر پلتفرم‌های دیجیتال جهانی، در حال توسعه و اجرای راهبردهای «تصمیم‌گیری محلی برای محتوای جهانی» هستند که این امر مستلزم ایجاد چارچوب‌های نظارتی پیچیده و بومی‌سازی شده است (Culpepper & Thelen, 2020, p. 288).

چارچوب نظری این پژوهش بر دو نظریه کلیدی استوار است که تحلیل مسائل فضای مجازی را در ابعاد کلان و خرد ممکن می‌سازد. در سطح کلان، نظریه «امپریالیسم فرهنگی» هربرت شیلر (۱۹۷۶) چارچوب تحلیلی مناسبی برای فهم جریان یک‌سویه محتوای فرهنگی از مراکز سلطه به پیرامون ارائه می‌دهد. این نظریه هشدار می‌دهد که فضای مجازی می‌تواند به بستری برای تحقق هژمونی فرهنگی و به حاشیه رانده شدن فرهنگ‌های بومی تبدیل شود. یافته‌های پژوهش‌های داخلی از جمله رجبی‌ده‌برزویی و

بیدگلی (۱۴۰۲) که به «تضعیف ارزش‌های دینی و نهادینه شدن ارزش‌های غربی» اشاره داشتند و همچنین جوادی‌نیا و درتاج (۱۴۰۱) که بر نقش فضای مجازی در «جنگ نرم» تأکید کردند، مؤید همین نگرانی‌هاست. از سوی دیگر، مطالعه واگنر و همکاران (۲۰۲۳) نیز درباره چالش‌های دیجیتالی شدن میراث فرهنگی و سوگیری‌های غرب‌محور، نشان می‌دهد این دغدغه‌ها مختص به ایران نیست.

در سطح خرد، نظریه «اقتصاد توجه» که ریشه در آثار هربرت سایمون (۱۹۷۱) دارد و توسط گلدهابر (۱۹۹۷) بسط یافته، تحلیل دقیق‌تری از مکانیسم‌های درونی فضای مجازی ارائه می‌دهد. بر اساس این نظریه، در عصر اطلاعات، کمیاب‌ترین منبع، توجه انسان‌هاست و پلتفرم‌های دیجیتال در رقابتی سخت به دنبال جلب و جهت‌دهی به این منبع محدود هستند. این نظریه توضیح می‌دهد که چرا راهبردهای تدافعی و محافظه‌کارانه در مدیریت فضای مجازی - که کاظمی‌زادحیدرباغی، احمدی‌سفیدان، جوان‌پورهرروی و شاکری (۱۴۰۲) به اثر منفی آن بر مشارکت سیاسی اشاره کردند - محکوم به شکست هستند. در چنین فضایی، همان‌گونه که جهان‌بین و حیدری (۱۴۰۲) دریافتند، سیاست‌گذاری دستوری و فاقد جذابیت قادر به رقابت با محتوای جذاب پلتفرم‌های جهانی نیست.

ترکیب این دو چارچوب نظری - یکی در سطح کلان ساختاری و دیگری در سطح خرد - به درک جامع‌تری از مسأله منجر می‌شود. از یک‌سو، فشارهای ساختاری ناشی از امپریالیسم فرهنگی وجود دارد و از سوی دیگر، مکانیسم‌های رقابت برای جلب توجه در سطح کاربران. این تقاطع نظری، لزوم اتخاذ راهبردهایی هوشمندانه و فعال را - همان‌گونه که در پژوهش غلامی و پور حیدر (۱۴۰۰) در «الگوی شش ضلعی» پیشنهاد شد - توجیه می‌کند. راهبردهایی که از یک‌طرف بتوانند در برابر جریان یک‌سویه فرهنگی مقاومت کنند (پاسخ به امپریالیسم فرهنگی) و از طرف دیگر با تولید محتوای جذاب و رقابتی، توجه کاربران را جلب نمایند (پاسخ به اقتصاد توجه). این همان پارادایم «پیشگامی و همسازی» است که در سناریوی مطلوب این پژوهش ترسیم شده است.

۳. مواد و روش‌ها

این پژوهش از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های توسعه‌ای-کاربردی و از نظر پارادایم، در چارچوب روش‌شناسی آینده‌پژوهی قرار گرفت. روش اصلی مورداستفاده در این مطالعه، فن دلفی کلاسیک بود که به‌طور گسترده‌ای برای ساختن اجماع میان گروهی از خبرگان در مورد مسائل پیچیده و دارای عدم قطعیت بالا به‌کار می‌رود (Hsu & Sandford, 2007, p. 2). این روش به دلیل ماهیت چندمرحله‌ای و قابلیت آن در گردآوری نظام‌مند نظرات خبرگان در حوزه‌ای میان‌رشته‌ای مانند مدیریت راهبردی فرهنگی، انتخاب شد. جامعه آماری این پژوهش را کلیه صاحب‌نظران و متخصصان حوزه‌های «مدیریت راهبردی فرهنگی»، «سیاست‌گذاری فضای مجازی»، «فرهنگ و ارتباطات اسلامی» و «آینده‌پژوهی» تشکیل دادند. نمونه‌گیری به روش هدفمند و گلوله‌برفی انجام شد تا اطمینان حاصل شود که شرکت‌کنندگان دارای تجربه و دانش عمیق در ارتباط با موضوع پژوهش هستند. حجم نهایی گروه خبرگان، متشکل از ۱۸ نفر به شرح زیر بود:

- متخصصان دانشگاهی: اساتید رشته‌های مدیریت، ارتباطات، فرهنگ و مطالعات اسلامی که سابقه پژوهش در حوزه فضای مجازی را داشتند.
- مدیران و سیاست‌گذاران ارشد: مدیران با سابقه در نهادهای متولی فرهنگ و فضای مجازی.

- کارشناسان حوزوی و اندیشکده‌ای: پژوهشگران مراکز علمی-تحقیقاتی که بر مبنای اسلامی و راهبردی فرهنگ و فضای مجازی متمرکز بودند.

فرآیند اجرای این پژوهش در سه مرحله متوالی و مبتنی بر روش دلفی اجرا شد (Linstone & Turoff, 2002, p. 20):

۱. دلفی باز (کشف پیشران‌ها): در این مرحله، پرسش‌نامه‌ای باز در اختیار خبرگان قرار گرفت و از آنان خواسته شد پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آینده مدیریت فرهنگی فضای مجازی ایران را شناسایی و پیشنهاد کنند. داده‌های کیفی حاصل از این مرحله، با استفاده از تحلیل محتوای کیفی موردبررسی قرار گرفت و در قالب یک لیست اولویت‌بندی شده تدوین شد.

۲. دلفی نیمه ساختاریافته (اولویت‌بندی و ارزیابی): لیست استخراج‌شده از مرحله اول در قالب پرسش‌نامه‌ای با مقیاس لیکرت ۵ نقطه‌ای در اختیار همان خبرگان گذاشته شد. از آنان خواسته شد میزان اهمیت و عدم قطعیت هر یک از پیشران‌ها را ارزیابی کنند. داده‌های این مرحله با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی و ضریب توافق کندال تحلیل شد تا به اجماع دست یابیم (Schmidt, 1997, p. 763).

۳. دلفی ساختاریافته (تدوین نقشه راه): در این مرحله نهایی، بر اساس پیشران‌های دارای اجماع، سناریوهای محتمل و چارچوب اولیه نقشه راه طراحی و جهت تأیید نهایی و جمع‌بندی در اختیار خبرگان قرار گرفت (Nowack et al., 2011, p. 1604). این پژوهش با چند محدودیت روبه‌رو شد:

- محدودیت ذاتی روش دلفی: یافته‌ها تا حد زیادی به دانش، تجربه و دیدگاه‌های گروه انتخاب‌شده از خبرگان وابسته بود.
 - چالش دسترسی به خبرگان: دسترسی کامل و ادامه‌دار به برخی از خبرگان ارشد به دلیل مشغله‌های اجرایی فراوان، فرآیند تحقیق را با چالش مواجه کرد.
- پویایی ذاتی موضوع: فضای مجازی و مؤلفه‌های فرهنگی آن بسیار پویا هستند؛ بنابراین، یافته‌های این پژوهش در یک بازه زمانی مشخص معتبر بوده و نیاز به روزآمدسازی مستمر دارد.

۴. یافته‌های پژوهش

۴-۱. مرحله اول: کشف و شناسایی پیشران‌های کلیدی

در مرحله اول دلفی که با رویکرد کیفی و به روش «دلفی باز» انجام شد، از ۱۸ خبره دعوت شد تا پیشران‌های کلیدی مؤثر بر آینده مدیریت راهبردی فرهنگ در فضای مجازی ایران را شناسایی و پیشنهاد کنند. از این تعداد، ۱۵ خبره پرسش‌نامه باز را تکمیل و بازگرداندند (نرخ پاسخ‌دهی ۸۳٪). داده‌های کیفی گردآوری‌شده از نظرات خبرگان، با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی و کدگذاری موضوعی^۹ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این فرآیند، ابتدا ۷۸ کد اولیه استخراج شد که پس از ادغام کدهای مشابه و دسته‌بندی آنها در سطوح انتزاعی بالاتر، نهایتاً ۲۱ پیشران کلیدی در ۵ حوزه اصلی

شناسایی و دسته‌بندی گردید. این حوزه‌ها و پیشران‌های مربوطه در جدول شماره (۱) ارائه شده است.

جدول (۱): پیشران‌های کلیدی شناسایی شده در مرحله اول دلفی

پیشران‌های کلیدی شناسایی شده	حوزه اصلی
۱. شتاب در توسعه هوش مصنوعی و اینترنت اشیا ۲. گسترش زیرساخت‌های پهن‌بند و نسل‌های جدید ارتباطی (مانند G6) ۳. ظهور و بلوغ پلتفرم‌های واقعیت مجازی و گسترده متاورز ^۱ ۴. افزایش نفوذ و تأثیرگذاری ربات‌های خبری و تولید محتوای خودکار	فناورانه
۵. رشد اقتصاد دیجیتال و تجارت الکترونیک ۶. توسعه مدل‌های درآمدی مبتنی بر داده‌کاوی و فروش توجه کاربران ۷. تحول در صنایع فرهنگی (سینما، موسیقی، کتاب) و مهاجرت به فضای دیجیتال ۸. تأثیرپذیری از نوسانات اقتصادی کلان (تحریم، تورم) بر سرمایه‌گذاری در فضای مجازی	اقتصادی
۹. دگرگونی در سبک زندگی، ارزش‌ها و هویت نسل جوان ۱۰. تغییر الگوهای مصرف فرهنگی و رسانه‌ای ۱۱. افزایش شکاف دیجیتالی بین نسل‌ها و مناطق جغرافیایی ۱۲. رشد فردگرایی و ضعف سرمایه اجتماعی در فضای واقعی ۱۳. تغییر مفهوم حریم خصوصی و بازتعریف آن در نسل جدید	اجتماعی - فرهنگی
۱۴. تحول در سیاست‌ها و مقررات گذاری داخلی فضای مجازی ۱۵. افزایش جنگ روایت‌ها و دیپلماسی عمومی در فضای مجازی ۱۶. تشدید رقابت‌ها و تنش‌های ژئوپلیتیک و تأثیر آن بر فضای مجازی	سیاسی - حقوقی
۱۷. ظهور چالش‌های جدید اخلاقی و فقهی (مانند هوش مصنوعی، کلان داده‌ها) ۱۸. تغییر در الگوهای نهادهای دینی (حوزه، مسجد) برای تأثیرگذاری در فضای مجازی ۱۹. تقابل گفتمان‌های سکولار و دینی در تولید و مصرف محتوا ۲۰. ضرورت تولید محتوای جذاب و عمیق دینی ۲۱. آسیب‌شناسی تأثیر فضای مجازی بر باورها و اعتقادات دینی	دینی - اخلاقی

منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۲. مرحله دوم: اولویت‌بندی و ارزیابی پیشران‌ها

در مرحله دوم، لیست ۲۱ گانه پیشران‌های استخراج‌شده از مرحله اول، در قالب پرسش‌نامه‌ای نیمه ساختاریافته با دو معیار «میزان اهمیت» (در مقیاس لیکرت ۵ نقطه‌ای از ۱= بسیار کم تا ۵= بسیار زیاد) و «میزان عدم قطعیت» (در مقیاس لیکرت ۵ نقطه‌ای از ۱= بسیار قابل پیش‌بینی تا ۵= بسیار غیرقابل پیش‌بینی) در اختیار همان ۱۵ خبره قرار گرفت. نرخ بازگشت پرسش‌نامه در این مرحله ۱۰۰٪ (۱۵ نفر) بود. داده‌های کمی این مرحله با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی (میانگین و انحراف معیار) و برای سنجش میزان اجماع خبرگان از ضریب توافق کندال^{۱۱} (W) استفاده شد.

نتایج اولویت‌بندی پیشران‌ها بر اساس میانگین میزان «اهمیت» در جدول شماره (۲) ارائه شده است. ضریب توافق کندال برای معیار اهمیت، ۰.۷۲ و برای معیار عدم قطعیت ۰.۶۸ محاسبه شد که هر دو در سطح معنی‌داری $p \geq 0.01$ معنادار بودند. این نتایج نشان‌دهنده اتفاق نظر قوی میان اعضای پانل دلفی است (Schmidt, 1997, p. 763).

جدول (۲): اولویت‌بندی پیشران‌های کلیدی بر اساس میانگین اهمیت و عدم قطعیت

رتبه	پیشران کلیدی	میانگین اهمیت	انحراف معیار اهمیت	میانگین عدم قطعیت
۱	شتاب در توسعه هوش مصنوعی و اینترنت اشیا	۴.۸۷	۰.۳۵	۴.۲۰
۲	دگرگونی در سبک زندگی، ارزش‌ها و هویت نسل جوان	۴.۸۰	۰.۴۱	۳.۰۷
۳	ظهور و بلوغ پلتفرم‌های واقعیت مجازی و گسترده (Metaverse)	۴.۷۳	۰.۴۶	۴.۴۰
۴	تغییر در الگوهای نهادهای دینی برای تأثیرگذاری در فضای مجازی	۴.۶۷	۰.۴۹	۳.۳۳
۵	ضرورت تولید محتوای جذاب و عمیق دینی	۴.۶۰	۰.۵۱	۲.۶۰
۶	افزایش جنگ روایت‌ها و دیپلماسی عمومی در فضای مجازی	۴.۵۳	۰.۵۲	۳.۱۳
۷	ظهور چالش‌های جدید اخلاقی و فقهی	۴.۴۷	۰.۵۲	۳.۸۰

۲.۴۷	۰.۶۳	۴.۴۰	رشد اقتصاد دیجیتال و تجارت الکترونیک	۸
۲.۶۷	۰.۶۲	۴.۳۳	تغییر الگوهای مصرف فرهنگی و رسانه‌ای	۹
۳.۲۰	۰.۷۰	۴.۲۷	توسعه مدل‌های درآمدی مبتنی بر داده‌کاوی و فروش توجه کاربران	۱۰

منبع: یافته‌های تحقیق

از میان ۲۱ پیشران، ۱۰ پیشران برتر در جدول فوق نمایش داده شده است و همان‌طور که داده‌های جدول شماره (۲) نشان می‌دهد، پیشران‌های «شتاب در توسعه هوش مصنوعی» و «دگرگونی هویت نسل جوان» به‌عنوان مؤثرترین و مهم‌ترین پیشران‌ها از دیدگاه خبرگان شناخته شدند. نکته حائز اهمیت، رتبه بالای پیشران‌های حوزه دینی-اخلاقی (مانند پیشران‌های ۴ و ۵) در میان ۵ رتبه اول است که بر ضرورت نگاه اسلامی-بومی به این تحولات تأکید دارد. همچنین، پیشران‌های فناورانه‌محور (مانند هوش مصنوعی و متاورز) دارای بالاترین میزان عدم قطعیت بودند که لزوم توجه به سناریوهای مختلف آینده را برای سیاست‌گذاران بیش از پیش نمایان می‌سازد. این مجموعه از ۱۰ پیشران برتر که دارای بالاترین وزن اهمیت و توافق خبرگی هستند، به‌عنوان ورودی اصلی برای مرحله سوم پژوهش (تدوین سناریوها و نقشه راه) مورد استفاده قرار خواهند گرفت.

۳-۴. مرحله سوم: تدوین سناریوها و نقشه راه راهبردی

با اتکا بر نتایج مرحله دوم، ده پیشران برتر که دارای بالاترین امتیاز اهمیت و توافق خبرگی بودند، به‌عنوان ماده اولیه و ورودی اصلی مرحله سوم انتخاب شدند. هدف این مرحله، تبدیل این پیشران‌ها به چارچوبی عملیاتی برای سیاست‌گذاری بود.

این فرآیند در دو گام اصلی انجام شد:

گام اول: تدوین سناریوهای محتمل آینده: برای ساختن سناریوها، از ماتریس عدم قطعیت استفاده شد. در این راستا، دو پیشران که از نظر خبرگان دارای بالاترین تأثیر راهبردی و به‌طور هم‌زمان، بالاترین میزان عدم قطعیت بودند، به‌عنوان محورهای اصلی سناریوسازی انتخاب گردید. بر این اساس:

محور افقی: سرعت و مقیاس نوآوری‌های فناورانه (کند و تدریجی در مقابل سریع و انقلابی)

محور عمودی: سطح تاب‌آوری و انسجام فرهنگی جامعه (انسجام بالا و تاب‌آوری قوی در مقابل انسجام پایین و آسیب‌پذیری زیاد)

ترکیب این دو محور، منجر به تشکیل چهارچوب چهارگانه و ترسیم چهار سناریوی محتمل برای آینده مدیریت فرهنگی فضای مجازی ایران در افق ۱۴۱۲ شد که در جدول شماره (۳) ارائه شده‌اند.

جدول (۳): سناریوهای محتمل آینده مدیریت راهبردی فرهنگ در فضای مجازی ایران

	سطح انسجام و تاب‌آوری فرهنگی (بالا)	سطح انسجام و تاب‌آوری فرهنگی (پایین)
تحولات فناورانه (سریع و انقلابی)	سناریوی ۱: پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی-فناورانه جامعه با حفظ هویت و ارزش‌های اصلی، به‌سرعت فناوری‌های نوظهور (مانند متاورز و هوش مصنوعی) را جذب و بومی‌سازی می‌کند. نهادهای دینی و فرهنگی پیشگام و اثرگذار در عرصه بین‌الملل هستند. فضای مجازی به بستری برای ترویج فعال فرهنگ ایرانی-اسلامی تبدیل می‌شود.	سناریوی ۲: پارادایم انفعال و آشفتگی فرهنگی جامعه در برابر هجوم سریع و خردکننده فناوری‌های جدید، دچار سردرگمی، ازهم‌گسیختگی هویتی و انفعال فرهنگی می‌شود. حاکمیت در مقام مقررات‌گذاری و مدیریت بحران واکنشی عمل می‌کند و فرهنگ بومی در حاشیه قرار می‌گیرد.
تحولات فناورانه (کند و تدریجی)	سناریوی ۳: پارادایم صیانتی-انزواگر جامعه با تکیه بر انسجام درونی بالا، یک موضع دفاعی قوی در برابر تحولات خارجی اتخاذ می‌کند. تمرکز بر صیانت از مرزهای فرهنگی و فیلتر کردن محتوای بیگانه است. اگرچه هویت فرهنگی حفظ می‌شود، اما فرصت‌های اثرگذاری بین‌المللی به دلیل نگاه انفعالی به فناوری، مغفول می‌ماند.	سناریوی ۴: پارادایم انفعال و فرسایش تدریجی جامعه و حاکمیت، روندی انفعالی و بی‌طرح و برنامه را طی می‌کنند. تغییرات کند فناورانه، فشار آنی برای تحول ایجاد نمی‌کند، اما فرسایش فرهنگی به‌طور خزننده ادامه دارد. شکاف نسلی عمیق‌تر شده و توانایی سیستم برای پاسخ‌گویی به شوک‌های آینده بسیار پایین است.

منبع: یافته‌های تحقیق

گام دوم: ترسیم نقشه راه راهبردی: بر اساس تحلیل سناریوها و با هدف هدایت آگاهانه سیستم به سمت سناریوی مطلوب (پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی- فناورانه) و جلوگیری از وقوع سناریوهای نامطلوب، نقشه راه راهبردی در قالب یک چارچوب کلی طراحی شد. این چارچوب که حاصل اجماع نهایی خبرگان در مرحله سوم دلفی است، شامل اهداف کلان، راهبردهای اصلی و محورهای اقدام است که در ادامه آمده است:

الف) چشم‌انداز و هدف کلان:

دستیابی به موقعیت «پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی-فناورانه» در افق ۱۴۱۲؛ به گونه‌ای که جمهوری اسلامی ایران بتواند با حفظ اصالت‌های فرهنگی خود، به بازیگری اثرگذار و پیشرو در تولید و حکمرانی محتوای فضای مجازی تبدیل شود.

ب) راهبردهای اصلی (چگونه رسیدن):

۱. راهبرد تهاجم نرم: تولید و توزیع حداکثری محتوای جذاب و اثرگذار ایرانی-

اسلامی

محورهای اقدام: سرمایه‌گذاری کلان در تولید بازی‌های رایانه‌ای، فیلم و سریال با مضامین ارزشی؛ ایجاد و تقویت پلتفرم‌های بومی رسانه‌ای با قابلیت رقابت بین‌المللی.

پیشران کلیدی مرتبط: ضرورت تولید محتوای جذاب و عمیق دینی

۲. راهبرد توانمندسازی جامعه: ارتقای سواد رسانه‌ای-دیجیتالی و تاب‌آوری فرهنگی

محورهای اقدام: گنجاندن آموزش سواد دیجیتال و رسانه‌ای در سطوح مختلف تحصیلی؛ اجرای کمپین‌های آگاهی‌بخشی ملی درباره اقتصاد توجه و الگوریتم‌های پلتفرم‌ها.

پیشران کلیدی مرتبط: دگرگونی در سبک زندگی، ارزش‌ها و هویت نسل جوان

۳. راهبرد حکمرانی آینده‌نگر و چابک: اصلاح قوانین و ساختارهای حکمرانی فضای

مجازی

محورهای اقدام: ایجاد نهادهای تنظیم مقررات چابک و دانش‌بنیان؛ تدوین

سیاست‌های تشویقی برای استارت‌آپ‌های فعال در حوزه فناوری‌های فرهنگی.

پیشران کلیدی مرتبط: شتاب در توسعه هوش مصنوعی و تحول در سیاست‌گذاری داخلی

۴. راهبرد دیپلماسی فرهنگی فعال: استفاده از فضای مجازی برای تقویت قدرت نرم بین‌المللی

محورهای اقدام: راه‌اندازی پلتفرم‌های چندزبانه برای معرفی فرهنگ و تمدن ایران اسلامی؛ استفاده هوشمندانه از پلتفرم‌های بین‌المللی برای مقابله با جنگ روایت‌ها.

پیشران کلیدی مرتبط: افزایش جنگ روایت‌ها و دیپلماسی عمومی
تحلیل نهایی: نقشه راه ارائه‌شده، یک چارچوب یکپارچه و پویا است که مسیر حرکت از وضعیت موجود به سوی آینده مطلوب را ترسیم می‌کند. تأکید هم‌زمان این نقشه راه بر «صیانت» (از طریق راهبرد توانمندسازی) و «اثرگذاری» (از طریق راهبرد تهاجم نرم و دیپلماسی) نشان‌دهنده درک صحیح از ماهیت دوگانه فضای مجازی به‌عنوان هم تهدید و هم فرصت است. موفقیت در اجرای این نقشه راه، وابسته به عزم ملی، هماهنگی بین‌نهادی و اتخاذ یک نگاه بلندمدت و آینده‌نگر به مقوله فرهنگ است.

۴-۴. تطبیق یافته‌های پژوهش با پرسش‌های تحقیق

۴-۴-۱. پرسش (۱): پیشران‌های کلیدی آینده فضای مجازی ایران در افق ۱۴۱۲ از منظر مؤلفه‌های فرهنگی کدام‌اند؟

پاسخ مبتنی بر یافته‌ها: این پرسش به‌طور کامل و مبسوط در مرحله اول و دوم پژوهش پاسخ داده شده است.

مرحله اول (کشف): منجر به شناسایی ۲۱ پیشران کلیدی در ۵ حوزه فناورانه، اقتصادی، اجتماعی-فرهنگی، سیاسی-حقوقی و دینی-اخلاقی گردید (جدول شماره (۱)).

مرحله دوم (اولویت‌بندی): این پیشران‌ها بر اساس «میزان اهمیت» رتبه‌بندی شدند و در نهایت، ۱۰ پیشران برتر به‌عنوان مؤثرترین عوامل (مانند «شتاب در توسعه هوش مصنوعی» و «دگرگونی هویت نسل جوان») استخراج گردیدند (جدول شماره (۲)).

نتیجه: پژوهش نه تنها فهرستی از پیشران‌ها را ارائه کرده، بلکه با اولویت‌بندی کمی و کیفی، سلسله مراتب اهمیت آنها را نیز مشخص نموده است.

۴-۲. پرسش (۲): چشم‌انداز مطلوب جمهوری اسلامی ایران از منظر مدیریت فرهنگی در فضای مجازی چیست؟

پاسخ مبتنی بر یافته‌ها: این پرسش در گام اول از مرحله سوم و در قالب سناریوسازی پاسخ داده شده است.

از بین چهار سناریوی محتمل (جدول شماره (۳))، سناریوی «پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی-فناورانه» به‌عنوان سناریوی مطلوب و چشم‌انداز آرمانی تعیین گردید. توصیف این سناریو («جامعه با حفظ هویت و ارزش‌های اصلی، به‌سرعت فناوری‌های نوظهور را جذب و بومی‌سازی می‌کند...») به وضوح چشم‌انداز مطلوب نظام را ترسیم می‌کند.

نتیجه: چشم‌انداز مطلوب به‌صورت یک سناریوی کیفی و روایی مبتنی بر تحلیل پیشران‌ها، تعریف و تبیین شده است.

۴-۳. پرسش (۳): راهبردهای اساسی برای نیل از وضعیت موجود به چشم‌انداز مطلوب در این عرصه کدام‌اند؟

پاسخ مبتنی بر یافته‌ها: این پرسش در گام دوم از مرحله سوم و در قالب ترسیم نقشه راه پاسخ داده شده است.

پژوهش چهار راهبرد اصلی را ارائه کرده است:

۱. راهبرد تهاجم نرم
۲. راهبرد توانمندسازی جامعه
۳. راهبرد حکمرانی آینده‌نگر و چابک
۴. راهبرد دیپلماسی فرهنگی فعال

هر راهبرد نیز به محورهای اقدام عملیاتی تری تجزیه شده است.

نتیجه: راهبردهای ارائه‌شده، پل ارتباطی بین «وضعیت موجود» (متأثر از پیشران‌ها) و «چشم‌انداز مطلوب» (سناریوی پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی - فناورانه) هستند.

بحث و نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش که با به‌کارگیری روش دلفی در چارچوب آینده‌پژوهی به‌دست آمده، مؤید آن است که آینده مدیریت فرهنگی فضای مجازی ایران در گرو تعامل

پویای ۲۱ پیشران کلیدی در پنج حوزه متمایز است. اولویت‌بندی این پیشران‌ها از سوی خبرگان نشان می‌دهد که فناوری‌های تحول‌ساز (به‌ویژه هوش مصنوعی و متاورز) و مسائل انسان‌محور (به‌طور خاص دگرگونی هویت نسل جوان) به‌طور هم‌زمان، کانون اصلی تحولات آینده خواهند بود.

ترسیم چهار سناریوی محتمل بر اساس دو محور «سرعت تحولات فناورانه» و «سطح تاب‌آوری فرهنگی» حاکی از آن است که آینده فضای فرهنگی دیجیتال ایران، امری تک‌ساحتی و قطعی نیست. انتخاب آگاهانه «پارادایم پیشگامی و همسازی فرهنگی-فناورانه» به‌عنوان چشم‌انداز مطلوب، بر این فلسفه استوار است که جمهوری اسلامی ایران می‌تواند با اتخاذ موضعی فعال و آینده‌ساز، به بازیگری اثرگذار در عرصه فرهنگ دیجیتال تبدیل شود. این نگاه، تقابل دوقطبی «سنت در برابر مدرنیته» را رد کرده و بر سنتز هوشمندانه و بومی‌سازی خلاقانه تأکید دارد.

راهبردهای چهارگانه پیشنهادی (تهاجم نرم، توانمندسازی جامعه، حکمرانی آینده‌نگر و دیپلماسی فرهنگی) یک چارچوب یکپارچه را تشکیل می‌دهند. این یافته از یک‌سو با نتایج پژوهش کاظمی‌زادحیدرباغی، احمدی‌سفیدان، جوان‌پورهرروی و شاکری (۱۴۰۲) که بر برتری راهبردهای تهاجمی و رقابتی تأکید داشتند، همخوانی دارد و از سوی دیگر، یافته‌های کلپیر و تالان^{۱۲} (۲۰۲۰) در مورد ضرورت توسعه راهبردهای «تصمیم‌گیری محلی برای محتوای جهانی» را تکمیل می‌کند.

این پژوهش با چند محدودیت روبرو بود که باید در تعمیم‌دهی نتایج مورد ملاحظه قرار گیرند:

ماهیت ادراکی داده‌ها: یافته‌ها بر اساس دانش و دیدگاه‌های گروهی مشخص از خبرگان شکل گرفته و متأثر از زمینه‌های فکری و تجربی آنان است.

پویایی بالای موضوع: سرعت تحول در فناوری و فرهنگ فضای مجازی به‌گونه‌ای است که ممکن است برخی پیشران‌ها در بازه‌های زمانی کوتاه‌مدت اهمیت یا ماهیت جدیدی پیدا کنند.

چالش در نهادسازی: اگرچه محورهای اقدام ترسیم‌شده است، اما طراحی دقیق سازوکارهای حاکمیتی و نهادهای اجرایی نیاز به مطالعات بیشتری دارد.

پیشنهادها

با توجه به یافته‌های این پژوهش و محدودیت‌های آن، پیشنهادهای زیر برای پژوهش‌های آینده ارائه می‌شود:

پیشنهادهای کاربردی:

- تشکیل ستاد راهبردی اجرای نقشه راه در شورای عالی فضای مجازی؛
- اختصاص بودجه هدفمند بر اساس چهار راهبرد اصلی؛
- ایجاد اکوسیستم نوآوری فرهنگی برای حمایت از استارت‌آپ‌های فعال در حوزه فناوری‌های فرهنگی.

پیشنهادهای پژوهشی:

- انجام پژوهش‌های آینده‌پژوهانه متمرکز بر هر یک از پیشران‌های کلیدی؛
- انجام پژوهش‌های پیمایشی برای سنجش میزان پیشرفت در راستای راهبردهای پیشنهادی؛
- انجام مطالعات تطبیقی برای بررسی نقشه راه‌های حکمرانی فرهنگی کشورهای دیگر.

این پژوهش نشان داد که مدیریت راهبردی فرهنگ در فضای مجازی ایران، در آستانه یک گذار حساس و تعیین‌کننده قرار دارد. موفقیت در این عرصه مستلزم خروج از رویکردهای جزیره‌ای، واکنشی و دفاعی و حرکت به سمت یک پارادایم آینده‌ساز، یکپارچه و فعال است. نقشه راه ارائه‌شده، چارچوبی برای این تحول پارادایمی است که در آن، «حفظ هویت» نه از طریق انزوا که از مسیر اثرگذاری هوشمندانه و «پیشرفت» نه با تقلید صرف که از طریق نوآوری بومی محقق می‌شود. تحقق این چشم‌انداز، علاوه بر عزم ملی و سرمایه‌گذاری کلان، نیازمند گفتمان‌سازی مستمر و جلب مشارکت تمامی نهادهای فرهنگی، آموزشی و فناوری کشور است.

کتابنامه

مشایخ، فرحناز و حاجی‌زاده، هانیه (۱۴۰۲). فرصت‌ها و آسیب‌های فضای مجازی. فصلنامه انگاره‌های نو در تحقیقات آموزشی. ۲ (۲). ۹۱-۱۱۳.

جهانبین، فرزاد و حیدری، یعقوب (۱۴۰۲). تحلیل سیاست جمهوری اسلامی ایران در حوزه فضای مجازی مبتنی بر دیدگاه آیت‌الله سید علی خامنه‌ای. *فصلنامه علمی راهبرد*. ۳۲ (۴). ۵۵۶-۵۳۵.

doi: [10.22034/rahbord.2024.432314.1636](https://doi.org/10.22034/rahbord.2024.432314.1636)

رجبی‌ده‌برزوئی، اصغر و بیدگلی، محمد (۱۴۰۲). واکاوی تهدیدات رسانه و فضای مجازی بر سلامت معنوی از دیدگاه امام خامنه‌ای. *تربیت متعالی*. ۲ (۳). ۸۰-۶۵.

کاظمی‌زادحیدرباغی، علیرضا؛ احمدی‌سفیدان، حسین؛ جوان‌پورهرروی، عزیز و شاکری، احسان (۱۴۰۲). تأثیر راهبردهای مدیریت فضای مجازی بر مشارکت سیاسی شهروندان. *مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی*. ۷ (۲۶). ۲۱۸-۱۸۵.

محمدی‌خانقاهی، محسن و رضایی، صفیه (۱۳۹۸). آسیب‌شناسی مدیریت فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران (با تأکید بر شبکه ملی اطلاعات). *دوفصلنامه مطالعات اسلامی آسیب‌های اجتماعی*. ۱ (۱). ۲۰۶-۱۹۳.

شریفی، سیدمهدی؛ مرزبان، بیتا و لبافی، سمیه (۱۳۹۷). آسیب‌شناسی سیاست‌گذاری تولید محتوای فضای مجازی در ایران. *مدیریت دولتی*. ۱۰ (۲). ۲۶۸-۲۵۱.

doi: [10.22059/jipa.2018.254248.2235](https://doi.org/10.22059/jipa.2018.254248.2235)

رفیع، حسین و رزمی، سروش (۱۴۰۰). بررسی مدیریت شبکه‌های اجتماعی در فضای سیاسی ایران به عنوان یک مسأله بدخیم. *پژوهش‌های راهبردی سیاست*. ۱۰ (۳۶). ۱۵۲-۱۲۹.

doi: [10.22054/qps.2020.49288.2430](https://doi.org/10.22054/qps.2020.49288.2430)

غلامی، رضا و پورحیدر، احمد (۱۴۰۰). الگوی شش‌ضلعی حکمرانی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران برای بازه زمانی پنج‌ساله. *آینده پژوهی ایران*. ۶ (۱). ۲۶-۱.

doi: [10.30479/jfs.2021.13693.1205](https://doi.org/10.30479/jfs.2021.13693.1205)

عبیری، داود و ولوی، محمدرضا (۱۳۹۸). ارائه الگوی راهبردی مدیریت فضای سایبر جمهوری اسلامی ایران بر اساس اوامر و تدابیر حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی). *امنیت ملی*. ۹ (۳۲). ۲۰۰-۱۷۱.

کاظمی‌زادحیدرباغی، علیرضا؛ احمدی‌سفیدان، حسین؛ جوان‌پورهرروی، عزیز و شاکری، احسان (۱۴۰۲). ارائه استراتژی مناسب برای مدیریت فضای مجازی با رویکرد مشارکت سیاسی. *امنیت ملی*. ۱۳ (۵۰). ۸۴-۴۱.

جوادی‌نیا، حسن و درتاج، یاسر (۱۴۰۱). جایگاه فضای مجازی در جنگ نرم از دیدگاه و اندیشه دفاعی امام خامنه‌ای. پژوهش‌های اجتماعی اسلامی. ۲۸ (۱۲۵). ۷۳-۹۷.

doi: [۱۰.۳۰۵۱۳/iss.۲۰۲۳.۵۱۶۲.۱۲۸۹](https://doi.org/10.30513/iss.2023.5162.1289)

- Castells, M. (2008). The new public sphere: Global civil society, communication networks, and global governance. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 616 (1), 78-93.
- Culpepper, P. D., & Thelen, K. (2020). Are we all Amazon primed? Consumers and the politics of platform power. *Comparative Political Studies*, 53 (2), 288-318.
- Goldhaber, M. H. (1997). The attention economy and the net. *First Monday*, 2 (4).
- Hsu, C.-C., & Sandford, B. A. (2007). The Delphi technique: Making sense of consensus. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 12 (10), 1-8.
- Linstone, H. A., & Turoff, M. (Eds.). (2002). *The Delphi method: Techniques and applications*. Addison-Wesley.
- Nowack, M., Endrikat, J., & Guenther, E. (2011). Review of Delphi-based scenario studies: Quality and design considerations. *Technological Forecasting and Social Change*, 78 (9), 1603-1615.
- Schiller, H. I. (1976). *Communication and cultural domination*. International Arts and Sciences Press.
- Schmidt, R. C. (1997). Managing Delphi surveys using nonparametric statistical techniques. *Decision Sciences*, 28 (3), 763-774.
- Simon, H. A. (1971). *Designing organizations for an information-rich world*. In M. Greenberger (Ed.), *Computers, communication, and the public interest* (pp. 37-72). The Johns Hopkins Press.
- Wagner, A., & de Clippele, M.-S. (2023). Safeguarding cultural heritage in the digital era: a critical challenge. *International Journal for the Semiotics of Law*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11196-023-10040-z>

یادداشت‌ها

1. Attention Economy
2. Simon
3. Goldhaber
4. Cultural Imperialism
5. Schiller
6. Key Drivers
7. Desired Future
8. Wagner
9. Thematic Coding
10. Metaverse

۱۱. ضریب توافق کندال (W) شاخصی آماری است که میزان توافق و هماهنگی بین چندین

ارزیاب (قضاوت کننده) را در رتبه بندی یا اولویت دهی به یک مجموعه از موارد اندازه گیری می کند. این ضریب مقداری بین ۰ (عدم توافق کامل) تا ۱ (توافق کامل) اختیار می کند. در روش دلفی، از این شاخص برای سنجش میزان اجماع و همگرایی نظرات خبرگان در مراحل مختلف استفاده می شود.

12. Culpepper & Thelen