Cultural Governance Quarterly
Vol. 19, No. 73, Spring 2026
Print ISSN: 2008-3696
Online ISSN:

A Grounded Theory Analysis of the Causal Conditions of Cyberspace Governance Ineffectiveness of User-Centric Virtual Networks in Iran and Strategies for Resolution

Majid Jafari [1], Seyyed Morteza Mousavian[2], Abdolreza Sobhani[3]
1. Ph.D. Candidate in Information Technology Management (Business Intelligence), Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran
st_majid_jafari@azad.ac.ir
2. Assistant Professor, Faculty of Communications and Media, IRIB University, Tehran, Iran
info@mousavian.ir
2. Assistant Professor, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran
abdsobhani@gmail.com

Abstract

The rapid expansion of user-centric virtual networks—particularly Instagram with over two billion active users—poses fundamental challenges to cyberspace governance. Despite profound socio-cultural and political impacts, systematic empirical investigation of the causal conditions underlying governance failure remains scarce in Iranian literature. Within an interpretive paradigm, this study applies Strauss and Corbin's systematic Grounded Theory approach to analyze these causal conditions in Iran and propose data-informed resolution frameworks. Data were collected through semi-structured in-depth interviews with nine strategic experts from four institutional domains—academic, executive, military-security, and media—each with over 20 years of strategic experience. Analysis was conducted in MAXQDA through open, axial, and selective coding, yielding over 700 initial codes. Purposive and theoretical sampling continued until theoretical saturation in the ninth interview, with trustworthiness ensured via Lincoln and Guba's criteria. The model was subsequently validated through an expert panel survey (N=15) using Lawshe's Content Validity Ratio; all components achieved mean scores above 4.20 (of 5.00) with CVR values exceeding the critical threshold. Findings reveal six causal categories: legal and regulatory deficits with absent strategic frameworks, economic instability, hybrid cognitive warfare, lack of indigenous digital infrastructure, loss of mainstream media authority, and erosion of socio-religious value systems. These conditions interact within a mutually reinforcing causal chain, producing structural governance vacuums. Seven actionable strategies are proposed: principled and adaptive governance, cyberspace road mapping, active cyber diplomacy, user capacity activation, cognitive media literacy enhancement, deep-layer AI mastery, and ICT infrastructure fortification, each with designated lead institutions and operational measures.

Keywords: *User-Centric Virtual Networks, Governance Failure, Cyberspace Governance*

Citation to article: Seyidi, S. H. and Seyyedi M. R. (2025). Learning the lessons of policy: Analyzing the causes of the failure of the document of fundamental transformation of education, **Governance of Culture**, 18(72): 25-9. DOI: 10.

2025 by the authors. Published by The Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) https://creativecommons.org/licenses/by/4.0

فصلنامه حکمرانی فرهنگ
سال ۱۹، شماره ۷۳، بهار ۱۴۰۵: ۳۶ ـ ۹
شاپا چاپی: ۳۶۹۶-۲۰۰۸
شاپا الکترونیکی:

تحلیل داده‌بنیاد شرایط علّی ناکارآمدی حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی در ایران و راهبردهای برون‌رفت

مجید جعفری[۱]، سید مرتضی موسویان[۲]، عبدالرضا سبحانی[۳]

۱. گروه مدیریت فناوری اطلاعات، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران
st_majid_jafari@azad.ac.ir
۲. استادیار، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صدا و سیما، تهران، ایران
info@mousavian.ir
۳. استادیار، گروه مدیریت فرهنگی، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تهران جنوب، تهران، ایران
abdsobhani@gmail.com

چکیده

توسعه شبکه‌های کاربرمحور مجازی، چالشی بنیادین در حوزه حکمرانی فضای مجازی پدید آورده است. باوجود گستردگی این تأثیرات، شناسایی نظام‌مند و میدانی شرایط علّی زمینه‌ساز ناکارآمدی حکمرانی بر این شبکه‌ها، در ادبیات علمی داخلی مغفول مانده است. هدف این پژوهش، تحلیل داده‌بنیاد شرایط علّی ناکارآمدی حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی و ارائه راهبردهای برون‌رفت است. پژوهش با رویکرد کیفی، با روش نظریه زمینه‌ای اشتراوس و کوربین انجام شده است. داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته با ۹ خبره در سطح راهبردی کشور از چهار طیف دانشگاهی، اجرایی، نظامی ـ امنیتی و رسانه‌ای، گردآوری و در نرم‌افزار MAXQDA با شناسه‌گذاری سه‌مرحله‌ای باز، محوری و انتخابی تحلیل شد. نمونه‌گیری هدفمند و نظری تا حصول اشباع نظری ادامه یافت. در ادامه، برای اعتبارسنجی الگو، پیمایشی نخبگانی با مشارکت ۱۵ خبره از طریق پرسشنامه تخصصی انجام، و داده‌ها بر اساس شاخص روایی محتوایی لاوشه تحلیل شد؛ تمامی مؤلفه‌ها میانگین بیشتر از ٤.۲۰ از ۵.۰۰ و شاخص CVR فراتر از حد آستانه به‌دست آوردند. یافته‌ها نشان می‌دهد شش مقوله به‌عنوان شرایط علّی عمل می‌کنند؛ ضعف قوانین و نبود طرح راهبردی، نابسامانی‌های اقتصادی، جنگ ترکیبی، نبود زیرساخت‌های بومی، نبود مرجعیت رسانه‌ای و تزلزل نظام اعتقادات و باورها. این عوامل در «زنجیره علّیتی» هم‌افزا تعامل می‌کنند و ناکارآمدی عمیقی در حکمرانی فضای مجازی

استناد به مقاله: احمدپور، مریم (۱٤۰۵). بازخوانی، ارزیابی و روزآمدسازی راهبرد کلان سوم نقشه مهندسی فرهنگی، حکمرانی فرهنگ، ۱۹(۷۳): ۲۵ ـ ۹.
DOI: 10

نوع مقاله: پژوهشی
تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۵/۱۳
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۶/۲۳

CC BY

کشور پدید آورده‌اند. بر این اساس، هفت راهبرد پیشنهاد می‌شود: حکمرانی قانونمند، ره‌نگاشت فضای مجازی، دیپلماسی سایبری، فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران، تقویت سواد رسانه‌ای، تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی و تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و برای هر راهبرد، نهاد متولی پیشنهادی و اقدامات اجرایی مشخص ارائه می‌شود.

کلیدواژه: *شبکه‌های کاربرمحور مجازی، ناکارآمدی حکمرانی، حکمرانی فضای مجازی، نظریه زمینه‌ای (داده‌بنیاد)، راهبردهای برون‌رفت*

مقدمه

در فاصله کمتر از دو دهه، شبکه‌های کاربرمحور مجازی از ابزارهای ارتباطی ساده به یکی از قدرتمندترین محیط‌های شکل‌دهی افکار عمومی، هویت فرهنگی و رفتار سیاسی در سراسر جهان تبدیل شده است. بر اساس آمار جهانی تا ژانویه ۲۰۲٦، تعداد کاربران فعال رسانه‌های اجتماعی از مرز ۵.٦ میلیارد نفر عبور کرده است (Data reporta, 2026). فیس‌بوک با ۳.۰٤ میلیارد، یوتیوب با ۲.٤۹ میلیارد و اینستاگرام با دو میلیارد کاربر فعال ماهانه، سه ابررسانه اول این حوزه به‌شمار می‌روند؛ پدیده‌هایی که ۹۳٪ از آن‌ها در مالکیت دو شرکت امریکایی متا و آلفابت هستند.

این سکوها با بهره‌گیری از الگوریتم‌های پیشرفته بهینه‌شده برای افزایش ترشح دوپامین در مغز کاربران، اعتیاد دیجیتال را به الگوی کسب‌وکار خود تبدیل کرده‌اند (هنن، ۲۰۲٤: ۱۵۵). آنچه گیبسون در سال ۱۹۸٤ به‌عنوان «توهم توافقی» از فضای سایبر توصیف کرد، امروز به واقعیت زندگی و زیست میلیاردها انسان تبدیل شده است، فضایی که نه خنثی است و نه بی‌جهت.

ایران در حال حاضر بیش از ۷۳ میلیون کاربر متصل به اینترنت، دارای جایگاه هفتم در رتبه‌بندی کاربران جهانی اینستاگرام پیش از اعمال محدودیت و بیش از ٤۰ میلیون کاربر فعال در دوره فیلترینگ است. رویارویی حاکمیت در برابر مدیریت این حوزه بیشتر به رویکردهای سلبی معطوف بوده است. صفری و قاضی نوری (صفری و قاضی نوری، ۱٤۰۲: ۱۷) نشان می‌دهند که این رویکرد نه‌تنها در مهار تأثیرات منفی ناکام مانده، بلکه خود به یکی از عوامل تشدیدکننده آسیب‌ها تبدیل شده است: گسترش فیلترشکن‌ها، کاهش نظارت مؤثر، افزایش ترافیک خارجی، تهدید امنیت کاربران و تضعیف مشروعیت حاکمیت در مدیریت این فضا ازجمله این پیامدها است.

چالش‌های ناشی از این وضعیت را می‌توان در پنج محور مشخص صورت‌بندی کرد: نخست، آسیب فرهنگی و ارزشی که در قالب ترویج مصرف‌گرایی، قبح‌زدایی از روابط غیر متعارف و تضعیف بنیان خانواده بروزیافته است؛ دوم، آسیب‌شناختی که از طریق الگوریتم‌های پلتفرمی و ایجاد حباب فیلتر و اتاق پژواک، توانایی ادراک مستقل کاربران را مخدوش می‌کند؛ سوم، خروج سرمایه اقتصادی از کشور از طریق الگوی درآمدی سکوهای خارجی و اقتصاد فیلترشکن؛ چهارم، کاهش مرجعیت رسانه‌ای نهادهای رسمی و دوقطبی‌شدن فضای اطلاعاتی جامعه و پنجم، ازدست‌رفتن کلان‌داده رفتاری کاربران ایرانی به سود شرکت‌های فراملی.

اقدامات حاکمیت در رویارویی با این چالش‌ها بیشتر در سه دسته قرار می‌گیرد: اقدامات سلبی

در لایه ارتباطات (فیلترینگ و محدودسازی دسترسی)، اقدامات نهادی (تشکیل شورای عالی فضای مجازی و مرکز ملی فضای مجازی و تدوین سند الزامات شبکه ملی اطلاعات) و اقدامات ایجابی (تلاش برای توسعه سکوهای داخلی). با این‌حال، نشانه‌های ناکامی این اقدامات قابل مشاهده است: تداوم حضور بیش از ۴۰ میلیون کاربر ایرانی در اینستاگرام حتی در دوره فیلترینگ، رونق اقتصاد غیر رسمی فیلترشکن‌ها، کاهش نظارت مؤثر بر محتوا در پی مهاجرت کاربران به ابزارهای دورزدن محدودیت، ناکامی سکوهای داخلی در جذب پایدار کاربران و تضعیف مشروعیت ساختارهای رسمی در مدیریت این فضا. این نشانه‌ها بر آن دلالت دارد که مسئله اصلی نه ابزاری و فنی، بلکه نبود الگوی حکمرانی جامع است.

لذا پرسش بنیادین این است: چرا ایران در مدیریت این فضا ناکام مانده است؟ آیا این شکست تنها نتیجه ضعف ابزاری و فنی است، یا ریشه‌های ساختاری عمیق‌تری دارد؟ پاسخ به این سؤال نیازمند شناخت نظام‌مند شرایط علّی است که این ناکارآمدی حکمرانی را پدید آورده است؛ شناختی که از دل داده‌های میدانی و خبرگانی که در عمق این میدان حضور داشته‌اند به‌دست می‌آید و نه از تحلیل‌های نظری صرف.

این پژوهش با تکیه بر داده‌های حاصل از مصاحبه‌های عمیق با خبرگان سطح بالای کشور و با بهره‌گیری از روش نظریه زمینه‌ای (تحلیل داده‌بنیاد)، تلاش کرده است ضمن پاسخ به این سؤالات در رویارویی با اینستاگرام، بر اساس یافته‌های علمی پیشنهادهایی راهبردی و راهکارهایی عملیاتی ارائه کند.

مبانی نظری و ادبیات موضوع

جامعه شبکه‌ای و ماهیت قدرت در فضای دیجیتال

مانوئل کاستلز در نظریه «جامعه شبکه‌ای» استدلال می‌کند که سازماندهی اجتماعی در عصر اطلاعات دیگر از طریق سازمان‌های سلسله‌مراتبی متمرکز صورت نمی‌گیرد، بلکه در شبکه‌ای از گره‌ها و جریان‌ها، سازمان می‌یابد. قدرت در این فضا به «گره‌های کنترل‌کننده جریان اطلاعات» تعلق دارد؛ هر گره‌ای که بتواند جریان اطلاعات را هدایت، فیلتر یا قطع کند، قدرت واقعی را در دست دارد (کاستلز، ۱۳۸۰). این مفهوم‌پردازی، اهمیت راهبردی «مالکیت سکو» را توضیح می‌دهد: کشوری که سکوهای ارتباطی جامعه‌اش در اختیار قدرت‌های خارجی است، در واقع گره‌های قدرت را

واگذار کرده است.

کاستلز همچنین در شبکه‌های خشم و امید نشان می‌دهد جنبش‌های اجتماعی نوین دیگر از طریق رهبری متمرکز شکل نمی‌گیرد؛ شبکه‌های کاربرمحور مجازی به ابزار بسیج عمومی بدون رهبری تبدیل شده است. این پیامد مهمی برای حاکمیت دارد: نمی‌توان با شناسایی و حذف رهبران، جنبش‌های شبکه‌ای را خنثی کرد (کاستلز، ۲۰۱۵).

نظریه «حوزه عمومی» یورگن هابرماس یکی از بنیادی‌ترین نظریه‌ها در حوزه فلسفه سیاسی و مطالعات ارتباطات است. هابرماس در کتاب تحول ساختاری حوزه عمومی تحلیل می‌کند که چگونه در قرن هجدهم در اروپا، فضایی اجتماعی میان دولت و جامعه مدنی شکل گرفت که در آن شهروندان می‌توانستند آزادانه درباره مسائل عمومی بحث کنند؛ فضایی عقلانی، گفت‌وگومحور و مستقل از قدرت سیاسی که در آن افکار عمومی شکل می‌گیرد. هابرماس این نوع گفت‌وگو را مبتنی بر «کنش ارتباطی» می‌داند که هدف آن رسیدن به تفاهم است، نه کسب منافع شخصی؛ و آن را پیش‌شرط تحقق مردم‌سالاری واقعی می‌شمارد.

هابرماس معتقد است این حوزه عمومی مطلوب در سده‌های اخیر تحت فشار نهادهای اقتصادی و سیاسی تضعیف شده است. او از «کالایی‌شدن ارتباطات» و تسلط رسانه‌های انبوه انتقاد می‌کند؛ رسانه‌هایی که به‌جای تقویت گفت‌وگوی عقلانی، افکار عمومی را دست‌کاری و بازتولید می‌کنند. با این‌حال، او در آثار متأخر خود به نقش بالقوه فضاهای عمومی جدید مانند اینترنت نیز توجه دارد و اشاره می‌کند در صورت بازآفرینی فضاهای ارتباطی آزاد، می‌توان نوعی «بازسازی حوزه عمومی» را دنبال کرد (هابرماس و محمدی، ۱۳۸٤).

نسبت این نظریه با یافته‌های این پژوهش در دو نقطه است: شرط علّی «نبود مرجعیت رسانه‌ای» را می‌توان مصداق همان تضعیف حوزه عمومی از طریق کالایی‌شدن ارتباطات دانست؛ و راهبرد «فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران» در الگوی پیشنهادی، عملاً تلاشی برای بازسازی حوزه عمومی در بستر شبکه‌های کاربرمحور است.

نظریه برجسته‌سازی که نخستین‌بار توسط مکس‌ول مک‌کامبز و دونالد شاو در سال ۱۹۷۲ مطرح شد، به بررسی چگونگی تأثیر رسانه‌ها بر اولویت‌بندی افکار عمومی می‌پردازد و ادعا می‌کند رسانه‌ها ممکن است تعیین نکنند که مردم چگونه فکر کنند، اما در اینکه مردم «به چه چیزی فکر کنند» بسیار مؤثر هستند. بر اساس این نظریه، رسانه‌ها با انتخاب، تأکید و تکرار برخی موضوعات خاص، آن‌ها

را در ذهن مخاطبان برجسته می‌کنند و سبب می‌شوند آن موضوعات به‌عنوان مسائل مهم جامعه درک شوند.

این نظریه، چارچوب تبیینی مستقیمی برای شرط علّی «جنگ ترکیبی» و به‌ویژه بُعد «جنگ شناختی» آن فراهم می‌کند: آنچه در داده‌های میدانی این پژوهش به‌عنوان ایجاد اختلالات شناختی توصیف شده است، از دید نظری همان برجسته‌سازی به‌واسطه الگوریتم است.

نظریه مدیریت حریم خصوصی ارتباطات که توسط ساندرا پترونیو توسعه یافته است، به چگونگی تصمیم‌گیری افراد در مورد افشا یا پنهان‌سازی اطلاعات شخصی در روابط اجتماعی می‌پردازد و دیدگاهی قانون‌محور و سیستمی درباره حریم خصوصی ارائه می‌دهد. پترونیو معتقد است افراد مالک اطلاعات خصوصی خود هستند و درباره افشای آن بر اساس «قواعد حریم خصوصی» تصمیم می‌گیرند.

یکی از مفاهیم کلیدی این نظریه، «مرزهای حریم خصوصی» است. زمانی که فردی اطلاعات شخصی خود را با دیگری به اشتراک می‌گذارد، مرز حریم خصوصی از فردی به جمعی تغییر می‌یابد و گیرنده اطلاعات نیز «مالک مشترک» آن تلقی می‌شود. هنگامی که گیرندگان از قواعد حریم خصوصی پیروی نکنند، «آشفتگی مرزی» رخ می‌دهد (پترونیو، ۲۰۰۲).

این نظریه، مبنای نظری مقوله فرعی «رعایت‌نکردن حقوق کاربران» و مفهوم «تعدی به حریم خصوصی» در شرایط علّی این پژوهش را فراهم می‌کند و توضیح می‌دهد چرا انتقال کلان‌داده رفتاری کاربران به سرورهای خارجی، از دید ارتباطی نه تنها مسئله‌ای فنی، بلکه مصداق آشفتگی مرزی در سطح ملی است.

حکمرانی فضای مجازی: تعاریف و ابعاد

حکمرانی به‌عنوان مفهومی فراتر از مدیریت سنتی دولتی، شامل شبکه‌ای از بازیگران گوناگون ازجمله دولت، بخش خصوصی و نهادهای جامعه مدنی است که به‌طور تعاملی در خط‌مشی‌گذاری مشارکت دارند (بیویر، ۲۰۱۳، صص ۱۲۹–۱۳۰). عالی و همکاران در فراترکیبی از تعاریف موجود، حکمرانی را فرایند راهبری تعامل نظام‌مند کنشگران حکومتی و غیرحکومتی از طریق خط‌مشی‌گذاری و تنظیم‌گری، برای تحقق اهداف جمعی با اعمال اقتدار مشروع توصیف می‌کنند (عالی و دیگران، ۱٤۰۳: ۸۰). پیترز نیز حکمرانی را فرایندی تعاملی و چندبخشی می‌داند که ابزارهای مؤثر برای تصمیم‌گیری درباره اهداف جمعی را فراهم می‌سازد (پیترز، ۲۰۱٤: ۳۰۳ـ۳۰٤).

لذا حکمرانی فضای مجازی را می‌توان ترکیبی از حکمرانی سلبی (محدودسازی و فیلترینگ)، حکمرانی ایجابی (توسعه محتوا و سکو)، حکمرانی متمرکز (کنترل دولتی) تا حکمرانی توزیع‌شده (مشارکت بازیگران متعدد) و استفاده از هوش مصنوعی و الگوریتم به‌منظور مدیریت هوشمند این فضا دانست. تجربه کشورهای موفق نشان می‌دهد که حکمرانی مؤثر، ترکیبی از این رویکردهای گوناگون در چارچوب سندی جامع است.

شبکه‌های کاربرمحور مجازی: ویژگی‌های متمایزکننده

شبکه‌های کاربرمحور مجازی، شبکه‌هایی مبتنی بر اینترنت است که به کاربران امکان می‌دهد به‌صورت گزینشی در برابر مخاطبان گسترده یا محدود خود را ارائه کنند و از محتوای تولیدشده توسط کاربران و تعامل آن‌ها ارزش به‌دست آورند (کار و هایس، ۲۰۱۵: ۸). این شبکه‌ها برخلاف رسانه‌های جمعی سنتی که جریان اطلاعات یک‌طرفه و متمرکز است، توزیع اطلاعات را به‌صورت افقی، غیر متمرکز و کاربرمحور انجام می‌دهند (کاپلان و هائنلین، ۲۰۱۰: ٦١ـ٦٣).

کاپلان و هائنلین رسانه‌های اجتماعی را در شش طبقه دسته‌بندی می‌کنند: طرح‌های همکاری، وبلاگ‌ها، جوامع محتوایی، شبکه‌های اجتماعی، دنیاهای مجازی و بازی‌های مجازی. اینستاگرام به‌عنوان ترکیبی از «جامعه محتوایی» و «شبکه اجتماعی» در این طبقه‌بندی قرار می‌گیرد. ویژگی‌های کلیدی این شبکه‌ها شامل تعامل دوسویه، کاربرمحوربودن تولید محتوا، دسترس‌پذیری زیاد، تمرکززدایی در کنترل و ایجاد ارتباطات جهانی است.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌ها در این حوزه را می‌توان در چهار دسته طبقه‌بندی کرد.

۱. پژوهش‌های تأثیرات اجتماعی: داودی، سلطانی‌فر و فرهنگی (۱۳۹٦) با طراحی الگوی نقش شبکه‌های اجتماعی در تحول اجتماعی جوانان نشان دادند که این شبکه‌ها از طریق تحرک اجتماعی، آگاهی‌بخشی و سازماندهی، تحولات اجتماعی ایجاد می‌کنند. احمدپور ترکمانی و همکاران (۱۳۹۷) در مطالعه جامعه‌پذیری سیاسی جوانان نتیجه گرفتند که شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزاری قدرتمند در راستای جامعه‌پذیری سیاسی غیر رسمی، در تضاد با فرایندهای رسمی حاکمیتی رفتار می‌کنند. حسنی و ذکایی (۱۳۹٦) نیز در مطالعه سبک زندگی فرهنگی دانشجویان، تحولات هویتی ناشی از شبکه‌های اجتماعی را مستند کردند.

۲. پژوهش‌های راهبردی و سیاستی: توکلی جبلی و بیگدلو (۱۳۹۷) راهبردهای هدایت تغییرات اجتماعی انحطاطی را پیشنهاد کردند. شریعتی شیری و نقیب‌زاده (۱۴۰۲) در آسیب‌شناسی میکرو سلبریتی‌های اینستاگرام، آسیب‌های گوناگون ازجمله تغییر گروه‌های مرجع و ترویج مصرف‌گرایی را شناسایی کردند. فیروزی و همکاران (۱۴۰۰) الگوی مفهومی تحلیل کلان‌داده‌های رسانه‌های اجتماعی با رویکرد علوم شناختی را ارائه کردند. جهان‌بین و حیدری (۱۴۰۲) رویکرد بالابه‌پایین سیاست‌گذاری فضای مجازی ایران و پیامدهای آن را نقد کردند.

۳. پژوهش‌های بین‌المللی: باکارلا و همکاران (۲۰۱۸) چارچوبی شش‌وجهی برای تبیین «وجه تاریک» رسانه‌های اجتماعی ارائه کردند. گرین فیلد (۲۰۱۸) با رویکرد بین‌رشته‌ای، پیامدهای تغییرات اجتماعی ناشی از فناوری را در چند کشور مقایسه کرد.

۴. مطالعات تطبیقی سیاست‌گذاری ملی: افزون بر پژوهش‌های موضوعی، بررسی تجربه کشورهایی که در حکمرانی فضای مجازی به دستاوردهای قابل اتکا رسیده‌اند، مبنای مقایسه‌ای سودمندی فراهم می‌کند. سه کشور امریکا، چین و روسیه به‌دلیل برخورداری از رسانه‌های اجتماعی بومی با ضریب نفوذ زیاد، سرمایه‌گذاری در صنعت کلان‌داده و موفقیت در بومی‌سازی صنعت فضای سایبری، در این دسته قابل بررسی است.

در امریکا، راهبرد رسانه‌ای بر دو پایه استوار است: ادغام شرکت‌های رسانه‌ای به‌گونه‌ای که تا سال ۲۰۱۲ حدود ۹۰ درصد شرکت‌های رسانه‌ای در شش شرکت بزرگ تجمیع شدند و سهام‌داری متداخل میان غول‌های فناوری و رسانه‌ها که به افزایش خلاقیت و تولید محتوا و در نتیجه تقویت قدرت رسانه‌ای این کشور در عرصه جهانی انجامیده است (کاستلز و ارسناولت، ۲۰۰۸، ص ۷۱۴). محور بنیادین این راهبرد، دستیابی به اشراف اطلاعاتی از طریق تملک و تسلط بر بزرگ‌ترین رسانه‌های اجتماعی جهان است.

روسیه مسیر متفاوتی را طی کرده است. این کشور با راه‌اندازی سرویس‌های بومی جذاب مانند وی‌کنتکت و اودنوکلاسنیکی و موتور جستجوی یاندکس که پنجمین موتور جستجوی جهان است به تقویت حاکمیت خود در فضای مجازی پرداخته است. مهم‌تر از آن، روسیه از سازوکار قانونی بهره گرفته است. قانون فدرال اف‌زد ۲۴۲ در سال ۲۰۱۵ تمامی شرکت‌های داخلی و خارجی را ملزم کرد اطلاعات شخصی شهروندان روسی را روی سرورهایی که فیزیکی درون مرزهای روسیه قرار دارند ذخیره و پردازش کنند. نکته قابل توجه اینکه شرکت‌های بزرگ رسانه‌های اجتماعی خود

را با این الزام مطابقت دادند؛ نتیجه‌ای که در ادبیات سیاست‌گذاری روسیه پیروزی در محافظت از ثروت کلان‌داده ملی تلقی می‌شود (نیوتن، ۲۰۱۸). در حوزه امنیت سایبری نیز، برخلاف امریکا که اولویت آن فنی است، رویکرد روسیه بر «امنیت اطلاعات و فضای اطلاعات» متمرکز است و از مفهوم «بازدارندگی راهبردی» ناشی می‌شود (هاکالا و ملنیچوک، ۲۰۲۱: ۱۰).

چین با سند «ساخت چین ۲۰۲۵» راهبرد کاهش اتکا به فناوری خارجی و وارداتی را در دستور کار قرار داده است؛ هدف این سند آن است که شرکت‌های چینی هم در داخل و هم در سطح جهانی توان رقابت داشته باشند. چین در بومی‌سازی صنعت فضای سایبری موفق بود و رسانه‌های اجتماعی بومی با ضریب نفوذ زیاد مانند بایدو، کیوکیو و وی‌چت را توسعه داده است.

مقایسه این سه تجربه الگوی مشترکی را آشکار می‌کند که نسبت مستقیمی با یافته‌های این پژوهش دارد. در هر سه کشور، تقدم چارچوب قانونی و نهادی بر اقدامات فنی مشاهده می‌شود. این مشاهده، اولویت راهبرد «حکمرانی قانونمند» در الگوی پیشنهادی این پژوهش را از دید تجربه تطبیقی نیز پشتیبانی می‌کند.

خلأ پژوهشی و وجه تمایز این پژوهش

بررسی پیشینه نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های داخلی در سطح توصیف تأثیرات شبکه‌ها بر کاربران عادی متمرکز شده و متوقف مانده‌اند و پژوهش‌های اندکی به ریشه‌های اصلی ناکارآمدی حکمرانی در سطح حاکمیتی پرداخته‌اند. این پژوهش با تمرکز بر سه وجه متمایز از این خلأ می‌کاهد:

۱. سطح تحلیل، مصاحبه با خبرگان به‌جای کاربران عادی

۲. شناسایی شرایط علّی ناکارآمدی حکمرانی به‌جای توصیف تأثیرات

۳. ارائه الگوی پارادایمی همراه با راهبردهای عملیاتی مشخص به‌جای پیشنهادهای کلی

روش‌شناسی پژوهش

فلسفه پژوهش و رویکرد روش‌شناختی

این پژوهش در چارچوب رویکرد تفسیرگرایانه قرار می‌گیرد که بر درک معنای پدیده‌ها از دیدگاه مشارکت‌کنندگان تأکید می‌کند. رویکرد کیفی در این حوزه نه انتخابی دارای جایگزین، بلکه تنها انتخاب منطقی است؛ زیرا هدف کشف نظریه از دل داده‌های غنی میدانی است، نه آزمون فرضیه‌های ازپیش‌تعیین‌شده. روش نظریه زمینه‌ای (گراندد تئوری) اشتراوس و کوربین به همین دلیل

انتخاب شد: این روش اجازه می‌دهد نظریه‌ای مبتنی بر واقعیت‌های میدانی ـ نه چارچوب‌های نظری ازپیش‌تعیین‌شده ـ پدیدار شود.

مشارکت‌کنندگان و روش نمونه‌گیری

جامعه آماری این پژوهش را خبرگان فضای مجازی و سیاست‌گذاران کشور تشکیل می‌دهند. نمونه‌گیری بر اساس دو راهبرد هم‌زمان انجام شد. نمونه‌گیری هدفمند برای انتخاب اولیه افراد با معیارهای مشخص (تحصیلات دکتری و حداقل ۲۰ سال سابقه فعالیت با اولویت حضور در مناصب راهبردی) و نمونه‌گیری نظری که در آن انتخاب هر مصاحبه بعدی بر اساس مفاهیم ظهوریافته از مصاحبه‌های پیشین هدایت می‌شد.

۹ مشارکت‌کننده نهایی از چهار طیف نهادی متفاوت انتخاب شدند: دانشگاهی (استادان و صاحب‌نظران دانشگاهی حوزه فضای مجازی)، اجرایی (مشاوران و مدیران ارشد نهادهای حاکمیتی)، نظامی ـ امنیتی (فرماندهان و خبرگان دفاعی ـ امنیتی) و رسانه‌ای (مدیران و سیاست‌گذاران رسانه‌ای). این گونه‌گونی نهادی تا حد امکان از تک‌بعدی‌شدن یافته‌ها جلوگیری کرد.

جدول ۱. توزیع نهادی و صلاحیت‌های تخصصی مشارکت‌کنندگان

طیف نهادی	تعداد	جایگاه و صلاحیت تخصصی
دانشگاهی	٤	اعضای هیئت علمی گروه ارتباطات دانشگاه علامه طباطبائی؛ عضو هیئت علمی گروه جامعه‌شناسی دانشگاه گیلان، عضو هیئت علمی دانشگاه دفاع ملی، عضو هیئت علمی دانشگاه امام صادق علیه‌السلام
اجرایی و سیاست‌گذاری	۳	مشاور رئیس‌جمهور و رئیس مرکز بررسی‌های استراتژیک؛ قائم مقام وزیر کشور در امور اجتماعی و فرهنگی؛ مدیرکل سابق نظارت و ارزیابی ستاد فرهنگ شورای عالی انقلاب فرهنگی
نظامی و امنیتی	۱	معاونت فرهنگی و تبلیغات دفاعی ستاد کل نیروهای مسلح
رسانه‌ای	۱	قائم مقام و دبیر سرویس فناوری اطلاعات خبرگزاری فارس؛ پژوهشگر حکمرانی سایبری؛ مدیر اسبق شبکه چهار سیما

گردآوری و تحلیل داده‌ها

داده‌ها از طریق مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختاریافته گردآوری شد. هر مصاحبه پس از رضایت آگاهانه مشارکت‌کننده ضبط، پیاده‌سازی و در اسرع وقت شناسه‌گذاری شد تا از تحلیل مقایسه‌ای مداوم هنگام گردآوری داده بهره‌برداری شود.

تحلیل داده‌ها در سه مرحله در نرم‌افزار MAXQDA انجام شد.

۱. شناسه‌گذاری باز: شکستن متن مصاحبه‌ها به واحدهای معنایی کوچک و تخصیص شناسه به هر واحد؛ در مجموع بیش از ۷۰۰ شناسه اولیه استخراج شد.

۲. شناسه‌گذاری محوری: شناسه‌گذاری محوری شامل ترکیب، ادغام و تبدیل شناسه‌های مشابه به یک مفهوم جامع است. این مرحله بر مرتب‌کردن، درآمیختن و سازماندهی انبوه داده‌ها تکیه می‌کند و اساس آن، کشف ارتباط و چسبندگی میان معانی و مفاهیم است. در این مرحله، ۷۲۰ شناسه باز استخراج‌شده از ۹ مصاحبه، به ۹۱ مفهوم جامع کاهش یافت؛ سپس در مرحله شناسه‌گذاری انتخابی، این مفاهیم در قالب مقوله‌های فرعی سازمان یافت و سرانجام به ۲۷ مقوله اصلی تبدیل شد که در شش مؤلفه الگوی پارادایمی توزیع شده است. جدول ذیل روند این کاهش مرحله‌ای را نشان می‌دهد.

۳. شناسه‌گذاری انتخابی: شناسایی مقولات اصلی، پدیده محوری و طراحی الگوی پارادایمی نهایی

جدول ۲. روند کاهش مرحله‌ای داده‌ها در فرایند شناسه‌گذاری سه‌مرحله‌ای

مرحله شناسه‌گذاری	تعداد واحد تحلیل	توضیح
شناسه‌گذاری باز	۷۲۰ شناسه باز	استخراج مستقیم از متن ۹ مصاحبه
شناسه‌گذاری محوری	۹۱ مفهوم	ترکیب و ادغام شناسه‌های مشابه در مفاهیم جامع‌تر
شناسه‌گذاری انتخابی	۲۷ مقوله اصلی	سازماندهی مفاهیم در مقوله‌های فرعی و سپس مقولات اصلی
الگوی پارادایمی	٦ مؤلفه	توزیع ۲۷ مقوله در شرایط علّی، زمینه‌ای، مداخله‌گر، پدیده محوری، راهبردها و پیامدها

فرایند نمونه‌گیری در این پژوهش تا حصول اشباع نظری مقوله‌ها ادامه یافت و معیار احراز اشباع، نه توقف مطلق ظهور شناسه‌های تازه، بلکه عدم شکل‌گیری مقوله بنیادین جدید خارج از چارچوب مقولات شناسایی‌شده است. شناسه‌های تازه‌ای که در مصاحبه نهم آشکار شد ـ مانند شناسه «شبکه ملی اطلاعات» ـ همگی ذیل مقولات از پیش شناسایی‌شده (مانند تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات و حکمرانی قانونمند) جای گرفت و مقوله بنیادین تازه‌ای شکل نگرفت که خارج از چارچوب مقولات شناسایی‌شده در زنجیره علّی، زمینه‌ساز، مداخله‌گر، راهبردی و پیامدی الگو باشد. بر این اساس و مطابق با معیار اشباع نظری گلیزر و استراوس، نمونه‌گیری در مصاحبه نهم متوقف شد.

معیارهای اعتباربخشی

در این پژوهش تلاش شد اعتبار یافته‌ها بر اساس چهار معیار لینکلن و گوبا تا حد امکان تأمین شود.

اعتبار[1]: تحلیل مقایسه‌ای مداوم هر شناسه با شناسه‌های پیشین؛ نمونه‌گیری نظری هدایت‌شده؛ مثلث‌سازی منابع از چهار طیف نهادی متفاوت به داده‌ها اعتبار بخشیده است.

اعتمادپذیری[2]: سیر کامل فرایند شناسه‌گذاری در MAXQDA و مستندسازی گام‌به‌گام از شناسه خام تا مقوله نهایی سبب شد فرایند و سرانجام نتیجه پژوهش قابل اعتماد باشد.

تأییدپذیری[3]: ارجاع مستقیم هر شناسه به متن خام مصاحبه در جداول شناسه‌گذاری باز، امکان بازبینی مستقل انطباق شناسه با گفته مشارکت‌کننده را فراهم می‌کند. افزون بر این، به‌منظور بررسی هرگونه سوگیری ذهنی احتمالی پژوهشگر، مرحله کمّی اعتبارسنجی با مشارکت پانل مستقل خبرگان اجرا شد که در بخش بعد تشریح می‌شود.

انتقال‌پذیری[4]: توصیف بستر پژوهش، توزیع نهادی و صلاحیت‌های تخصصی مشارکت‌کنندگان (جدول شماره ۱) و شرایط اجرای مصاحبه‌ها، امکان قضاوت آگاهانه خواننده درباره امکان انتقال یافته‌ها را فراهم می‌کند.

مرحله کمّی: اعتبارسنجی و صحه‌گذاری الگو

پس از استخراج الگوی مفهومی پارادایمی و توسعه آن در قالب الگوی عملیاتی نگاشت لایه‌ای به ساختار شبکه ملی اطلاعات، به‌منظور تضمین روایی محتوایی، عقلانیت مدیریتی و امکان اجرای عملیاتی الگوی طراحی‌شده، مرحله کمّی پژوهش در قالب پیمایش نخبگانی به اجرا در آمد. در این مرحله، الگوی استخراج‌شده از روش کیفی در بوته سنجش و قضاوت جامعه‌ای از نخبگان ارشد و تصمیم‌سازان فضای مجازی کشور قرار گرفت تا هرگونه سوگیری ذهنی احتمالی پژوهشگر بررسی، و اصالت علمی و کاربردی الگو صحه‌گذاری شود.

پرسشنامه تخصصی در اختیار ۱۵ نفر از نخبگان و صاحب‌نظران ارشد حوزه سیاست‌گذاری فضای مجازی و فناوری اطلاعات قرار گرفت. ترکیب این پانل به‌منظور خنثی‌سازی سوگیری به‌صورت گوناگون انتخاب شد: ٤٦.٧ درصد از حوزه اجرایی و حاکمیتی، ۳۳.۳ درصد از جامعه دانشگاهی و ۲۰ درصد از فعالان ارشد بخش خصوصی و اقتصاد دیجیتال. ۸۰ درصد اعضای پانل مدرک دکتری تخصصی یا مرتبه علمی دانشگاهی داشتند و میانگین سابقه فعالیت راهبردی آنان در

1. Credibility
2. Dependability
3. Confirmability
4. Transferability

حکمرانی فضای مجازی کشور ۱۹.۸ سال محاسبه شد.

تحلیل داده‌ها بر اساس دو روش شاخص‌های توصیفی و شاخص نسبت روایی محتوایی لاوشه (CVR) انجام شد. بر اساس جدول ارزش‌های بحرانی لاوشه، برای پانل خبرگان متشکل از ۱۵ نفر، حداقل مقدار قابل قبول شاخص CVR معادل ۰.٤۹ است؛ بدین ترتیب هر گویه‌ای که مقدار CVR آن بزرگ‌تر یا مساوی ۰.٤۹ محاسبه شود، از نظر روایی محتوایی تأیید می‌شود. شایان ذکر است فرمول کلاسیک لاوشه مبتنی بر طیف سه‌گزینه‌ای طراحی شده است؛ در این پژوهش بر اساس شیوه‌نامه استاندارد توسعه ابزارها، پاسخ‌های مربوط به گزینه‌های مثبت طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت (شناسه‌های ٤ و ۵ متناظر با موافقم و کاملاً موافقم) به‌عنوان قلمرو موافقت اصولی در نظر گرفته شد و مبنای محاسباتی تعداد موافقان در فرمول قرار گرفت.

جدول ۳. نتایج اعتبارسنجی مؤلفه‌های الگوی پارادایمی بر اساس شاخص CVR لاوشه

مؤلفه الگو	میانگین	انحراف معیار	CVR	وضعیت روایی
شرایط علّی	٤.۵۰	۰.۵۲	۰.۸۷	تأیید ـ روایی زیاد
شرایط زمینه‌ای	٤.۳۰	۰.٦٤	۰.۷۳	تأیید ـ روایی زیاد
عوامل مداخله‌گر	٤.٤۰	۰.٤۹	۰.۸۷	تأیید ـ روایی زیاد
پدیده محوری	٤.٦۰	۰.۵۰	۱.۰۰	تأیید ـ توافق ۱۰۰٪
راهبردها	٤.۵۰	۰.۵۲	۰.۸۷	تأیید ـ روایی زیاد
پیامدها	٤.۲۰	۰.٦۰	۰.۷۳	تأیید ـ روایی زیاد
انسجام کلی الگو	٤.۳۰	۰.٦٤	۰.۷۳	تأیید ـ روایی زیاد

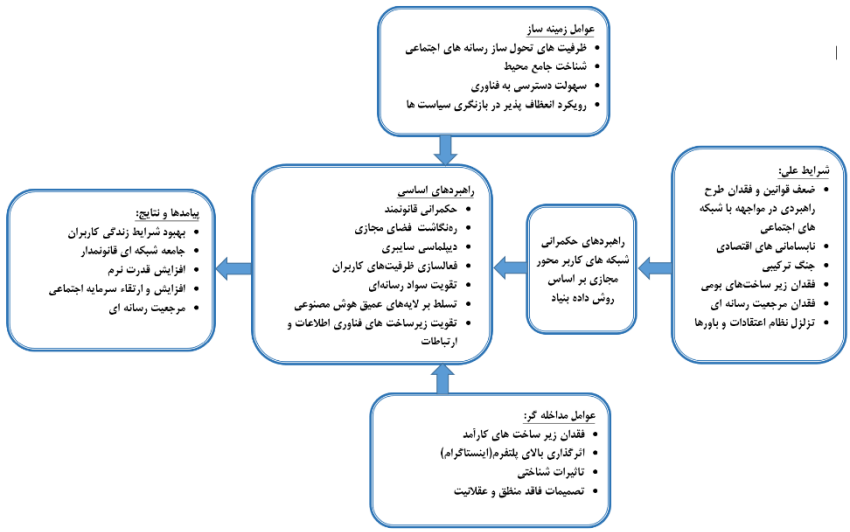
چنانکه جدول نشان می‌دهد، تمام مؤلفه‌های الگو، میانگین نمره بیشتر از ٤.۲۰ (از ۵.۰۰) و شاخص CVR فراتر از حد آستانه ۰.٤۹ به‌دست آورده‌اند. مؤلفه «شرایط علّی» که موضوع محوری این مقاله است، با میانگین ٤.۵۰ و شاخص CVR معادل ۰.۸۷ (توافق ١٤ نفر از ۱۵ خبره) تأیید شده است. این نتیجه، روایی علمی و انسجام سامانمند الگوی استخراج‌شده از مرحله کیفی را از دید جامعه‌ای مستقل از مشارکت‌کنندگان مرحله نخست، صحه‌گذاری می‌کند.

لازم به تصریح است که شناسه‌گذاری داده‌ها در این پژوهش توسط یک پژوهشگر انجام شد و بازبینی شناسه‌ها توسط شناسه‌گذار دوم مستقل به‌صورت رسمی صورت نگرفت. اجرای مرحله کمّی پیمایش نخبگانی CVR لاوشه با ۱۵ خبره مستقل دقیقاً به‌منظور جبران این محدودیت و صحه‌گذاری عینی و مستقل شناسه‌های استخراج‌شده صورت پذیرفته است.

یافته‌های پژوهش

نمای کلی الگوی پارادایمی

الگوی پارادایمی حاصل از تحلیل داده‌ها شش مؤلفه دارد: پدیده محوری، شرایط علّی، شرایط زمینه‌ساز، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها



شکل ۱. الگوی راهبردهای حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی بر اساس نظریه زمینه‌ای

شرایط علّی ناکارآمدی حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی در قالب شناسه‌گذاری انتخابی شرایط علی که شامل ترکیب و تبدیل مفاهیم و تبدیل آن مقوله اصلی در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول ۱. شناسه‌گذاری انتخابی شرایط علّی

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم	جمع‌بندی مفاهیم
ضعف قوانین و نبود طرح راهبردی در رویارویی با شبکه‌های اجتماعی	ضعف قانون	ضعف و ناکارآمدی مدیران	خلأ قانونی و تعلل در قانون‌گذاری؛ نبود الگوی بومی رویارویی؛ ناکارآمدی حاکمیت و اختلال در فرایندها
		خلأ قانون و تعلل در نظام قانون‌گذاری	
	نبود مشروعیت ساختارهای رسمی	اقتدارگرایی، تضعیف کارآمدی و مشروعیت ساختارهای رسمی حاکمیتی توسط شبکه‌های اجتماعی	
	نبود الگوی بومی	نبود الگوی بومی رویارویی با شبکه‌های اجتماعی و انفعال حاکمیت و ملت	
		ناکارآمدی حاکمیت و اختلال در فرایندها	
	رعایت‌نکردن حقوق کاربران	تعدی به حریم خصوصی	
نابسامانی‌های اقتصادی	آسیب اقتصادی و مالی	فقر مالی و اقتصادی محرک تغییرات اجتماعی	فقر محرک تغییرات اجتماعی؛ الگوی اقتصادی پنهان سکو
		آسیب اقتصادی ناشی از ظهور رسانه‌های نوین	
	غلبه سازوکارهای اقتصادی	وجود الگوی اقتصادی و سود مالی در پس‌زمینه اینستاگرام	
جنگ ترکیبی	تهاجم فرهنگی	آسیب‌های فرهنگی و اجتماعی ناشی از تهاجم همه‌جانبه فرهنگی	آسیب فرهنگی همه‌جانبه؛ ایجاد اختلالات شناختی؛ قبح‌زدایی
		استحاله فرهنگی و رویارویی نرم	
	جهانی‌سازی	تقویت طرح جهانی‌سازی توسط شبکه اجتماعی	
		تغییرات اجتماعی تحمیلی و هدایت‌شده	
	گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی و فرهنگی	ترویج بی‌بندوباری، ارتباطات آزاد و تضعیف بنیان خانواده به‌عنوان سنگ بنای جامعه کانون رشد و تعالی انسان	
	تغییر سبک زندگی	ترویج فرهنگ اسراف و مصرف‌گرایی	
		تنزل اخلاق	
		قبح‌زدایی و عادی‌سازی مسائل و روابط غیر متعارف	
		تغییر جایگاه زن در اجتماع و خانواده	
		تغییر سبک زندگی توسط شبکه‌های اجتماعی	
	گسترش آسیب‌ها و تأثیرات اجتماعی	تغییر نظامات اجتماعی زندگی انسان، رشد سریع و ظهور طیف گسترده آسیب‌های اجتماعی	
		تأثیرگذاری عمیق رسانه و جامعه شبکه‌ای بر تغییرات اجتماعی	
	جنگ شناختی	جنگ شناختی همه‌جانبه و ایجاد اختلالات شناختی و محاسباتی توسط شبکه‌های اجتماعی	
نبود زیر ساخت‌های بومی	ضعف فنی و مهندسی	ضعف سکوهای داخلی	ضعف سکوهای داخلی؛ وابستگی به فناوری خارجی
نبود مرجعیت رسانه‌ای	ضعف محتوای رسانه	ضعف سازوکار رسانه‌های رسمی	کاهش اعتماد به ساختارهای رسمی؛ تقویت منابع دشمن
تزلزل نظام اعتقادات و باورها	تغییر اصول و مبانی	تغییر اصول، مبانی و نظام باور انسان توسط شبکه‌های اجتماعی	تغییر نظام باور انسان؛ از دست‌دادن هویت دینی و ملی

تحلیل تفصیلی شرایط علّی

نکته روش‌شناختی قابل توجه آن است که اسناد نقش علّی به مقولات شش‌گانه، برساخته تحلیلی پژوهشگر نیست؛ بلکه مشارکت‌کنندگان خود در بیان تجربه‌شان، این مقولات را به‌عنوان «علت» یا «دلیل» ناکارآمدی حکمرانی معرفی کرده‌اند. کاربرد صریح عباراتی مانند «یکی از دلایلی که حاکمیت موفق نبوده»، «عامل دومی که سبب این تغییرات شده» و «محرک اصلی» در متن مصاحبه‌ها، مبنای تخصیص این مقولات به مؤلفه شرایط علّی در الگوی پارادایمی بوده است.

ضعف قوانین و نبود طرح راهبردی

نخستین و بنیادی‌ترین شرط علّی، ضعف قوانین و نبود طرح راهبردی جامع در رویارویی با شبکه‌های اجتماعی است. این مقوله در سه سطح از داده‌ها تأیید شد.

۱. ضعف قانون‌گذاری از دو منشأ ناشی می‌شود: خلأ قانونی (نبود تنظیم‌گری در حوزه‌هایی مانند محتوا، حریم خصوصی، مسئولیت سکو) و تعلل در قانون‌گذاری (کندی فرایند تقنینی در برابر سرعت تغییرات فناورانه). قوانین موجود با توجه به تغییرات سریع این حوزه، نگاه‌های بخشی دارند و فاقد وحدت رویه اجرایی در سه‌لایه زیرساختی، سکو و کاربران هستند.

۲. نبود الگوی بومی رویارویی با شبکه‌های اجتماعی: تمام تلاش‌ها یا جهت‌گیری سلبی (فیلترینگ، مسدودسازی) داشته‌اند یا تقلید سطحی از الگوهای کشورهای دیگر که با شرایط اجتماعی ـ فرهنگی ایران تناسب نداشتند.

۳. ناکارآمدی حاکمیت در اجرای قوانین موجود، ازجمله نبود التزام عملی مدیران و حکمرانان به قوانین تصویب‌شده، سبب ایجاد بی‌اعتمادی عمومی به ساختارهای رسمی شده است.

نابسامانی‌های اقتصادی

دومین شرط علّی، نابسامانی‌های اقتصادی است که از دو مسیر متمایز بر ناکارآمدی حکمرانی فضای مجازی تأثیر می‌گذارد.

۱. اقتصاد ضعیف، آسیب‌پذیری اجتماعی ایجاد می‌کند. کاربرانی که درگیر مشکلات معیشتی هستند، از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی در برابر محتوای هیجانی‌ساز، اعتراض برانگیز و تفرقه‌افکنانه بسیار آسیب‌پذیرتر هستند. داده‌های میدانی نشان می‌دهد «فقر عامل اصلی آسیب‌های اجتماعی» و «گسترش فقر محرک اصلی تغییرات اجتماعی در دهه نود» بوده است.

۲. وجود الگوی اقتصادی قدرتمند در پشت زمینه سکوهایی مانند اینستاگرام. این سکوها به‌طور

رایگان در دسترس کاربران هستند، اما الگوی اقتصادی آن‌ها بر پایه فروش داده‌های رفتاری کاربران برای تأمین مالی الگوریتم‌های هدف‌گذاری تبلیغاتی است. این ساختار، عدم تعادل بنیادین در فضای مجازی پدید می‌آورد: کاربران ایرانی محتوا تولید می‌کنند؛ داده ارائه می‌کنند و سرانجام سرمایه اجتماعی و اقتصادی حاصل به خارج از کشور منتقل می‌شود.

جنگ ترکیبی

سومین شرط علّی، جنگ ترکیبی است، مفهومی که در ادبیات بین‌المللی به ترکیب هم‌زمان ابزارهای نظامی، سایبری، رسانه‌ای و اقتصادی در منازعات نوین اطلاق می‌شود. داده‌های گردآوری‌شده این مقوله را در چهار زیرمقوله اصلی تبیین می‌کنند:

۱. تهاجم فرهنگی: از طریق محتوای هدفمند که ارزش‌های دینی ـ ملی را به چالش می‌کشد و سبک زندگی بیگانه را ترویج می‌کند.

۲. جنگ شناختی: با بهره‌گیری از الگوریتم‌های هوش مصنوعی برای ایجاد اختلالات شناختی و محاسباتی، ساختن حباب‌های اطلاعاتی، اتاق‌های پژواک و دست‌کاری ادراک واقعیت

۳. تقویت طرح جهانی‌سازی: سکوها ابزار همگرایی ارزشی یک‌طرفه هستند که هویت‌های بومی را در برابر هویت جهانی تضعیف می‌کنند.

٤. گسترش ناهنجاری‌های اجتماعی: قبح‌زدایی از روابط غیر متعارف، ترویج فرهنگ اسراف، تضعیف بنیان خانواده و تغییر جایگاه اجتماعی زن از طریق الگوهای نمایشی

تمایز کلیدی جنگ ترکیبی از تأثیرات معمولی رسانه‌های اجتماعی در «هدفمند»بودن و «هدایت‌شده»بودن آن است، نه محصول فرعی و غیر عمد فناوری؛ بلکه اجرای یک نقشه آگاهانه است.

نبود زیرساخت‌های بومی

وابستگی به فناوری‌های خارجی در سطح سکو، یکی از بنیادی‌ترین ریشه‌های ناتوانی مدیریتی است که پیامدهای زنجیره‌ای ایجاد می‌کند. داده‌های میدانی نشان می‌دهد این وابستگی در سه لایه عمل می‌کند:

لایه اول، از دست‌دادن کلان‌داده: تمام داده‌های رفتاری کاربران ایرانی در سرورهای خارجی ذخیره می‌شود و در اختیار شرکت‌های فراملی قرار دارد. این کلان‌داده، ماده خام هوش مصنوعی است و کشوری که دسترسی به آن ندارد در رقابت هوش مصنوعی عقب می‌ماند.

لایه دوم، ناتوانی در نظارت مؤثر: بدون دسترسی به زیرساخت سکو، نظارت بر محتوا و تشخیص محتوای زیانبار امکان‌پذیر نیست. این ضعف، فرایند مدیریت محتوا را به «مسدودسازی کور» کاهش می‌دهد.

لایه سوم، تجربه‌های ناموفق بومی‌سازی: تلاش‌ها برای توسعه سکوهای داخلی، به‌جای طراحی بنیادین مبتنی بر نیازهای بومی، «شبیه‌سازی» از نمونه‌های خارجی ـ بدون نظریه پایه و مزیت رقابتی واقعی برای کاربر ـ است.

نبود مرجعیت رسانه‌ای

رسانه‌های رسمی کشور با بحران چندوجهی روبه‌رو هستند که مجموعاً به «از دست‌دادن مرجعیت رسانه‌ای» منجر شده است. این بحران از تعامل سه عامل ناشی می‌شود: ضعف محتوایی رسانه‌های رسمی در برابر جذابیت محتوای شبکه‌های کاربرمحور؛ کاهش سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی به ساختارهای رسمی و نبود منابع خبری رسمی معتبر که کاربران به آن‌ها اعتماد داشته باشند.

پیامد این وضعیت، دوقطبی‌شدن فضای اطلاعاتی است. گروهی که خبر را از رسانه‌های رسمی دریافت می‌کنند و گروهی که به منابع غیر رسمی ـ بیشتر برون‌مرزی ـ متکی هستند. این دوگانه اطلاعاتی، انسجام افکار عمومی را تضعیف، و مدیریت روایت ملی را دشوار می‌کند.

تزلزل نظام اعتقادات و باورها

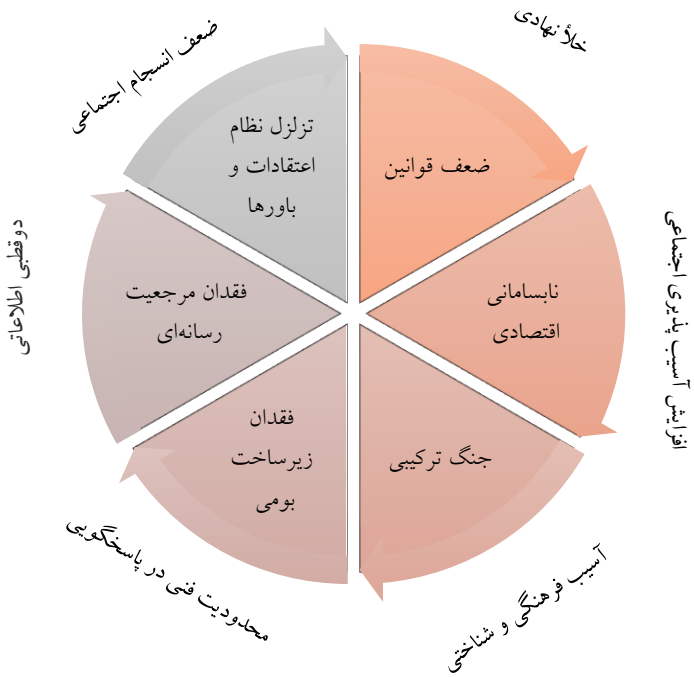
ششمین شرط علّی، تزلزل نظام اعتقادات و باورها است. داده‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های کاربرمحور از راه دو سازوکار به این تزلزل دامن می‌زنند: ۱. آسیب‌شناختی مداوم از طریق بمباران اطلاعاتی که توانایی تمرکز، تفکر انتقادی و دین‌داری آگاهانه را تضعیف می‌کند. ۲. دست‌کاری هویتی که افراد را به‌دنبال هویت‌های جایگزین در فضای مجازی می‌برد.

این شرط علّی در مقایسه با پنج شرط دیگر، ویژگی منحصربه‌فردی نیز دارد و بر تصمیم‌سازی مدیران تأثیر می‌گذارد. هنگامی که «تصمیمات فاقد منطق و عقلانیت» ـ که یکی از شرایط مداخله‌گر الگو است. ـ در ادبیات میدانی این پژوهش تکرار می‌شود، یکی از ریشه‌های آن در همین تزلزل ارزشی قابل ردیابی است.

زنجیره علّیتی: منطق تعامل شرایط علّی

شش شرط علّی نه به‌صورت جدا، بلکه در «زنجیره علّیتی هم‌افزایی» تعامل می‌کنند. شکل شماره

۲ این تعامل را نشان می‌دهد. منطق زنجیره به این شرح است: ضعف قوانین (شرط اول)، خلأ نهادی ایجاد می‌کند که در آن نابسامانی اقتصادی (شرط دوم) آسیب‌پذیری اجتماعی را افزایش می‌دهد. این آسیب‌پذیری، بستر مناسب برای جنگ ترکیبی (شرط سوم) و شبیخون فرهنگی فراهم می‌آورد. نبود زیرساخت بومی (شرط چهارم) توانایی پاسخ‌دهی را محدود می‌کند؛ نبود مرجعیت رسانه‌ای (شرط پنجم) امکان مقاومت فرهنگی را کاهش می‌دهد و تزلزل اعتقادی (شرط ششم) انسجام اجتماعی لازم برای اجرای هر راهبرد مدیریتی را تضعیف می‌کند.



شکل ۱. زنجیره علّیتی: منطق تعامل شرایط علّی

درک این زنجیره، توضیح می‌دهد چرا هر اقدام تک‌بعدی تاکنون ناکام مانده است؛ زیرا حمله به هر یک از حلقه‌ها بدون توجه به دیگر حلقه‌ها، زنجیره را نمی‌شکند.

جدول ۲. خلاصه تعامل شرایط علّی (زنجیره علّیتی)

شرط علّی	پیامد مستقیم در ناکارآمدی حکمرانی	تعامل با دیگر شرایط
ضعف قوانین	خلأ نهادی و بی‌رویه‌ای در رویارویی	بستر اجرای دیگر شرایط را فراهم می‌کند.
نابسامانی اقتصادی	آسیب‌پذیری اجتماعی و اقتصادی	جنگ ترکیبی را مؤثرتر می‌سازد.
جنگ ترکیبی	آسیب فرهنگی و شناختی	از ضعف زیرساخت و مرجعیت بهره می‌برد.
نبود زیرساخت	ناتوانی پاسخگویی فنی	تزلزل را از طریق الگوریتم‌های خارجی تعمیق می‌کند.
نبود مرجعیت	دوقطبی اطلاعاتی	تزلزل اعتقادی را تشدید می‌کند.
تزلزل اعتقادی	ضعف انسجام اجتماعی	اجرای همه راهبردها را دشوارتر می‌سازد.

راهبردهای برون‌رفت: پیشنهادهای راهبردی و راهکارهای عملیاتی

هر یک از هفت راهبرد زیر به‌طور مستقیم از فرایند شناسه‌گذاری انتخابی داده‌های میدانی استخراج شده است و پاسخی مشخص به یک یا چند شرط علّی ارائه می‌کند. جدول شماره ٦ ارتباط شرایط علّی با راهبردها را نشان می‌دهد.

حکمرانی قانونمند (اولویت بنیادین)

حکمرانی قانونمند، پاسخ مستقیم به شرط علّی «ضعف قوانین و نبود طرح راهبردی» است و به‌عنوان راهبرد اول و پیش‌نیاز همه راهبردهای دیگر تعریف می‌شود. بدون چارچوب قانونی ـ نهادی روشن، هیچ‌یک از راهبردهای بعدی پشتوانه اجرایی نخواهد داشت.

اقدامات عملیاتی:

۱. تدوین سند حکمرانی یکپارچه فضای مجازی با مشارکت فعال تمامی ذی‌نفعان (دولت، جامعه مدنی، بخش خصوصی، متخصصان فناوری) در شورای‌عالی فضای مجازی

۲. قانون‌گذاری نظام‌مند، تنقیح قوانین موجود، رفع تعارضات قانونی و تدوین قوانین جدید با پشتوانه اجرایی کافی توسط مجلس شورای اسلامی

۳. ایجاد نهاد تنظیم‌گر مستقل با اختیارات مشخص و ساختار پاسخگو؛ پرهیز از جرم‌انگاری‌های افراطی که به‌جای حل مسئله آن را پیچیده‌تر می‌کند.

٤. خط‌مشی‌گذاری حکمت بنیان؛ تصمیمات باید مبتنی بر شواهد میدانی و با مشارکت ذی‌نفعان باشد، نه واکنشی و سلیقه‌محور

نهاد متولی پیشنهادی: شورای عالی فضای مجازی (راهبری و سیاست‌گذاری)، مجلس شورای اسلامی (تقنین)، قوه قضائیه (رسیدگی به تخلفات و جرایم سایبری)

ره‌نگاشت فضای مجازی

ره‌نگاشت یا نقشه راه فضای مجازی، پاسخ به «نبود الگوی بومی» در شرط علّی اول است و در سه سطح عمل می‌کند:

۱. راه بینی (دیده‌بانی و رصد): ایجاد نظام جامع و فراگیر پایش فضای مجازی در سطح ملی برای شناسایی روندها، تهدیدات و فرصت‌ها پیش از اینکه به بحران تبدیل شود.

۲. راهبری (تقسیم کار و هماهنگی): تعریف دقیق نقش نهادها، ایجاد تقسیم کار ملی

۳. راه‌سنجی (ارزیابی اثربخشی): ایجاد سازوکارهای سنجش اثربخشی اقدامات با شاخص‌های قابل اندازه‌گیری، برای جلوگیری از تکرار سیاست‌های ناموفق

نهاد متولی پیشنهادی: شورای عالی انقلاب فرهنگی (متولی سیاست‌گذاری محتوایی و هماهنگی کلان)، شورای عالی فضای مجازی و وزارت فناوری اطلاعات و ارتباطات (زیرساخت فنی) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی (فرهنگ عمومی)

دیپلماسی سایبری

دیپلماسی سایبری بخشی از پاسخ به «جنگ ترکیبی» است و بُعد بین‌المللی مدیریت فضای مجازی را هدف می‌گیرد. این راهبرد بر این شناخت استوار است که در رویارویی با بازیگرانی که زیرساخت سکو را کنترل می‌کنند، مؤثرترین ابزار، دیپلماسی فعال است.

۱. مذاکره فعال با صاحبان سکوهای بزرگ برای الزام آن‌ها به احترام به حاکمیت قانونی کشور و برخورداری از سازوکار پاسخگویی

۲. ایجاد تشکل‌های بین‌المللی با کشورهای دارای چالش‌های مشابه (ترکیه، پاکستان، برزیل، اندونزی) برای توسعه استانداردهای بین‌المللی رفتار سکوها

۳. تبدیل دیپلماسی سایبری به ابزار اصلی تنظیم‌گری از مبدأ در فضای مجازی: مدیریت ترافیک هوشمند و ایجاد انگیزه‌های تجاری برای دسترسی به کلان‌داده کاربران به‌جای مسدودسازی

نهاد متولی پیشنهادی: وزارت امور خارجه (مذاکرات بین‌المللی)، شورای عالی فضای مجازی (هماهنگی)

فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران

این راهبرد، پاسخی به نگاه غلط رایج در سیاست‌گذاری است که مدیریت فضای مجازی را امری حاکمیتی ـ امنیتی تعریف می‌کند و نقش کاربران را نادیده می‌گیرد. پژوهش‌ها و داده‌ها نشان

می‌دهد «موفقیت در واگذاری کار به مردم است.» و «بالقوه‌کردن ظرفیت مردمی با کمک حاکمیت» یکی از اصلی‌ترین راهکارها است.

۱. توانمندسازی کاربران در تولید محتوای جذاب، فاخر و هم‌راستا با فرهنگ ایرانی ـ اسلامی؛ ایجاد تعادل در محتوای در گردش سکوها از طریق حضور فعال کاربران گوناگون

۲. سازماندهی نهادهای مردمی و ایجاد شبکه‌های محتوایی هماهنگ با حفظ انگیزه و اصالت محتوا

۳. ایجاد سازوکارهای تشویقی برای تولید محتوا: حمایت مالی از تولیدکنندگان محتوای باکیفیت، ارائه آموزش مهارت‌های دیجیتال، آسان‌سازی دسترسی به ابزارهای تولید محتوا

نهاد متولی پیشنهادی: وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما، وزارت کشور (نهادها و شبکه‌های مردمی فرهنگی)

تقویت سواد رسانه‌ای

تقویت سواد رسانه‌ای پاسخ هم‌زمان به دو شرط علّی است: «نبود مرجعیت رسانه‌ای» و «تزلزل نظام اعتقادات». سواد رسانه‌ای یعنی توانایی تجزیه‌وتحلیل، ارزیابی انتقادی و استفاده مؤثر از اطلاعات رسانه‌ها و کاربران را در برابر دست‌کاری شناختی، اخبار جعلی و تأثیرات «حباب فیلتر و اتاق‌های پژواک» محافظت می‌کند.

۱. پیش‌بینی سواد رسانه‌ای در برنامه درسی رسمی از سطح دبستان تا دبیرستان؛ تربیت معلمان متخصص در این حوزه

۲. برنامه‌های ملی سواد رسانه‌ای از طریق صداوسیما، مساجد، دانشگاه‌ها و نهادهای مردمی؛ با رویکرد بصیرت‌افزایی نه منع و تحریم

۳. آموزش مهارت‌های تفکر انتقادی در رویارویی با اطلاعات دیجیتال: چگونگی تشخیص اخبار جعلی، منابع ناموثق، و محتوای دست‌کاری‌شده

نهاد متولی پیشنهادی: وزارت آموزش‌وپرورش (نظام رسمی)، سازمان صداوسیما (رسانه)، دانشگاه‌ها (آموزش عالی)، سازمان تبلیغات اسلامی (فعال‌سازی ظرفیت مبلغان).

تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی

این راهبرد پاسخ به «نبود زیرساخت‌های بومی» است و آینده‌نگرانه‌ترین راهبرد این مجموعه به‌شمار می‌رود. غلبه بر رقیبان در فضای مجازی دیگر نه از راه محدودسازی، بلکه از طریق تسلط

بر لایه‌های عمیق فناوری امکان‌پذیر است.

۱. توسعه زیرساخت هوش مصنوعی بومی: ایجاد مزارع پردازشی، توسعه الگوهای زبانی فارسی و بومی‌سازی الگوریتم‌های کلیدی پلتفرمی

۲. مدیریت هوشمند کلان‌داده: رهگیری جریان کلان‌داده در شبکه ملی اطلاعات برای حفظ ذخیره داده در مرزهای ملی؛ نه از طریق مسدودسازی بی‌خاصیت، بلکه از طریق دیپلماسی هوشمند و انگیزه‌های تجاری

۳. استفاده از هوش مصنوعی در تمامی لایه‌های مدیریت فضای مجازی: از شناسایی محتوای زیانبار تا تحلیل روندهای اجتماعی و پیش‌بینی تحولات آینده

نهاد متولی پیشنهادی: مرکز ملی فضای مجازی، وزارت ارتباطات، وزارت علوم (پشتیبانی پژوهشی)

تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات

این راهبرد زیربنای اجرایی تمام راهبردهای پیشین است. بدون زیرساخت مطمئن و بومی، هیچ‌یک از راهبردهای دیگر به نتیجه نمی‌رسد. نکته مهم این است که «تقویت زیرساخت» به‌معنای ایجاد گزینه جایگزین برای کاربر است، نه محدودکردن انتخاب او

۱. تکمیل واقعی شبکه ملی اطلاعات در تمامی لایه‌های تعیین‌شده (زیرساخت فیزیکی، لایه خدمات، لایه محتوا، لایه کاربر)

۲. توسعه سکوهای داخلی رقابتی: نه از طریق تحمیل اجباری، بلکه از راه ایجاد مزیت واقعی در تجربه کاربری، سرعت، امنیت و ویژگی‌های منحصربه‌فرد بومی

۳. سرمایه‌گذاری در توسعه مراکز داده امن داخلی با ظرفیت کافی برای نگهداری داده‌های کاربران ایرانی در داخل کشور

نهاد متولی پیشنهادی: شورای عالی فضای مجازی (راهبری)، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (اجرا)، بخش خصوصی (توسعه سکو)

جدول ۳. ارتباط شرایط علّی با راهبردهای پیشنهادی و اولویت اجرا

شرط علّی	راهبرد پاسخ‌دهنده	نهاد متولی پیشنهادی	شاخص کلیدی عملکرد	اولویت
ضعف قوانین و نبود طرح راهبردی	حکمرانی قانونمند	شورای عالی فضای مجازی (راهبری و سیاست‌گذاری)، مجلس شورای اسلامی (تقنین)، قوه قضائیه (رسیدگی به تخلفات و جرایم سایبری)	تدوین و تصویب سند حکمرانی یکپارچه فضای مجازی	۱
نبود زیرساخت‌های بومی	تقویت زیرساخت ICT و هوش مصنوعی	شورای عالی فضای مجازی (راهبری)، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات (اجرا)، بخش خصوصی (توسعه سکو)	درصد پوشش و کیفیت زیرساخت پرسرعت شبکه ملی اطلاعات	۲
نبود مرجعیت رسانه‌ای	رەنگاشت و سواد رسانه‌ای	شورای عالی انقلاب فرهنگی (محتوا و فرهنگ و هماهنگی کلان)، شورای عالی فضای مجازی (زیرساخت فنی). وزارت آموزش و پرورش (نظام رسمی)، سازمان صداوسیما (رسانه)، دانشگاه‌ها (آموزش عالی)، سازمان تبلیغات اسلامی (فعال‌سازی ظرفیت مبلغان)	تدوین نقشه راه محتوایی و درصد پوشش برنامه سواد رسانه‌ای در نظام آموزشی و رسانه ملی	۳
جنگ ترکیبی	دیپلماسی سایبری و تسلط بر هوش مصنوعی	وزارت امور خارجه (مذاکرات بین‌المللی)، شورای عالی فضای مجازی (هماهنگی) وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صداوسیما، وزارت کشور (نهادها و شبکه‌های مردمی فرهنگی)	تعداد توافق‌نامه‌ها با نهادهای بین‌المللی و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات و میزان بومی‌سازی الگوریتم‌های کلیدی پلتفرمی	٤
نابسامانی‌های اقتصادی	فعال‌سازی کاربران و سواد رسانه‌ای	نهادهای اقتصادی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان صدا و سیما، وزارت کشور (نهادها و شبکه‌های مردمی فرهنگی)	میزان مشارکت کاربران در فرایندهای تصمیم‌سازی	۵
تزلزل نظام اعتقادات	سواد رسانه‌ای و رەنگاشت محتوایی	شورای عالی انقلاب فرهنگی (محتوا و فرهنگ و هماهنگی کلان)، شورای عالی فضای مجازی (زیرساخت فنی). وزارت آموزش و پرورش (نظام رسمی)، سازمان صدا و سیما (رسانه)، دانشگاه‌ها (آموزش عالی)، سازمان تبلیغات اسلامی (فعال‌سازی ظرفیت مبلغان)	روند شاخص‌های سنجش هویت دینی و ملی در پیمایش‌های ملی ارزش‌ها و نگرش‌ها	٦

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادها

نسبت یافته‌ها با ادبیات موجود

یافته‌های این پژوهش در سه نقطه با ادبیات موجود همگرایی دارد و در یک نقطه با آن اختلاف نشان می‌دهد.

همگرایی نخست، با نظریه کاستلز (۱۳۸۰): یافته «نبود زیرساخت بومی» دقیقاً همان «از دست‌دادن کنترل گره‌های جریان اطلاعات» در نظریه جامعه شبکه‌ای است. همگرایی دوم، یافته

«تزلزل نظام اعتقادات» با پیش‌بینی کاستلز درباره «بحران هویت در جامعه شبکه‌ای» کاملاً منطبق است. همگرایی سوم، یافته‌های باکارلا و همکاران (۲۰۱۸) درباره «وجه تاریک» رسانه‌های اجتماعی در یافته «جنگ ترکیبی» تأیید می‌شود، اما با تمایزی مهم در بافت ایران، این «وجه تاریک» بیشتر از بیرون به داخل و هدفمند تزریق می‌شود، نه صرفاً پیامد ذاتی فناوری است.

نقطه اختلاف: کاستلز و بیشتر نظریه‌پردازان غربی، قدرت حاکمیت بر شبکه‌ها را «تهدید آزادی» می‌دانند، اما یافته‌های میدانی این پژوهش از خبرگان با بافت فرهنگی ـ سیاسی خاص نشان می‌دهد که «حکمرانی قانونمند» می‌تواند ابزاری مثبت برای حفظ هویت ملی و تأمین منافع شهروندان باشد. این تعارض، خود کمکی به ادبیات این حوزه است و نشان می‌دهد نظریه‌های حکمرانی دیجیتال نیازمند بومی‌سازی در زمینه‌های مختلف فرهنگی ـ سیاسی است.

مفاهیم نظری و کاربردهای علمی

این پژوهش از دید نظری دو مفهوم اصلی دارد. نخست، مفهوم «زنجیره علّیتی هم‌افزا» که توصیف می‌کند چگونه شرایط علّی منفرد که هر یک به‌تنهایی شاید مدیریت‌پذیر باشد، در تعامل با یکدیگر، ناکارآمدی ساختاری در حکمرانی می‌آفرینند. دوم، مفهوم «حکمرانی لایه‌ای» که از داده‌های میدانی استخراج شده است و نشان می‌دهد مدیریت فضای مجازی باید هم‌زمان در لایه‌های زیرساخت، خدمات، محتوا و کاربر انجام شود.

از دید کاربردی، الگوی پارادایمی ارائه‌شده، اولین چارچوبی است که شرایط علّی ناکارآمدی حکمرانی را نه از بیرون، بلکه از زبان خبرگان درجه یک کشور شناسایی کرده است. این امر اعتبار «روایی داخلی»[1] به یافته‌ها می‌بخشد، امری که پژوهش‌های متکی به منابع ثانویه از آن محروم است.

محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش با محدودیت‌هایی روبه‌رو است که شناخت آن‌ها برای تفسیر درست یافته‌ها ضروری است. نخست اینکه شناسه‌گذاری توسط یک پژوهشگر انجام شد و بازبینی رسمی شناسه‌گذار دوم مستقل صورت نگرفته است.

پیشنهادهای پژوهشی

۱. آزمون کمّی الگوی پیشنهادی از طریق توسعه پرسشنامه مبتنی بر مقولات شناسایی‌شده

۲. گسترش نمونه به کاربران عادی، کسب‌وکارهای دیجیتال و گروه‌های جمعیتی گوناگون

---

1. Insider Validity

۳. مطالعه تطبیقی شرایط علّی در کشورهای دیگر با چالش‌های مشابه حکمرانی فضای مجازی

٤. بررسی تأثیر ظهور هوش مصنوعی بر شرایط علّی شناسایی‌شده

۵. استفاده از شناسه‌گذار دوم مستقل و بازبینی مشارکت‌کنندگان در پژوهش‌های آینده برای تقویت اعتبار

جمع‌بندی

این پژوهش با بهره‌گیری از روش نظریه زمینه‌ای و داده‌های میدانی حاصل از مصاحبه‌های عمیق با ۹ خبره راهبردی کشور، شش شرط علّی اصلی را به‌عنوان ریشه‌های بنیادین ناکارآمدی حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی در ایران شناسایی کرد. مهم‌ترین دیدی که این یافته‌ها به سیاست‌گذاران می‌دهد این است: بحران فضای مجازی ایران نه مسئله‌ای فنی، نه پدیده‌ای اتفاقی و نه با یک تصمیم یا یک دستگاه قابل حل است. این ناکارآمدی محصول تعامل ساختاری شش شرط علّی است که هر یک پاسخ اختصاصی می‌طلبد و همه باید هم‌زمان مورد توجه قرار گیرد.

راهبردهای پیشنهادی نیز بر همین درک استوار است. حکمرانی قانونمند شرط لازم است، اما کافی نیست؛ دیپلماسی سایبری بدون زیرساخت بومی مؤثر نیست؛ سواد رسانه‌ای بدون محتوای جذاب داخلی نتیجه نمی‌دهد. ترکیب منسجم و هم‌زمان این هفت راهبرد، با اولویت حکمرانی قانونمند به‌عنوان چارچوب پایه، مسیری واقع‌بینانه برای گذار از «ناکارآمدی حکمرانی» به «بهره‌برداری فعال» از فضای کاربرمحور مجازی ترسیم می‌کند.

منابع

احمدپور ترکمانی، بابک؛ ازکیا، مصطفی و ساروخانی، باقر (۱۳۹۷). تبیین جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی (مبتنی بر اینترنت) در جامعه‌پذیری سیاسی جوانان با تأکید بر اعتماد رسانه‌ای (موردمطالعه جوانان ۱۸ تا ۲۵ساله شهر تهران)، **مطالعات رسانه‌ای**، ٤١(١٣): ٢١-٣٩.
doi: 10.22059/gmj.2018.68235

توکلی جبلی، مهدی و بیگدلو، مهدی (۱۳۹۷). راهبردهای هدایت تغییرات اجتماعی انحطاطی در راستای ارتقای انسجام ساخت درونی؛ قدرت جمهوری اسلامی ایران، **امنیت ملی**، ۲۹(۸): ۱۰۹-۱٤۰.

داودی، رضا؛ سلطانی‌فر، محمد و فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۹٦). طراحی الگوی نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تحول اجتماعی جوانان، **فناوری اطلاعات و ارتباطات در علوم تربیتی**، ۲۸(۷): ۸۱-۱۱۰.

جهان‌بین، فرزاد و حیدری، یعقوب (١٤٠٢). تحلیل سیاست جمهوری اسلامی ایران در حوزه فضای مجازی مبتنی بر دیدگاه آیت‌الله سید علی خامنه‌ای، **فصلنامه علمی راهبرد**، ٣٢(٤): ٥٣٥-٥٥٦.
doi: 10.22034/rahbord.2024.432314.1636

حسنی، محمد حسین و ذکایی محمدسعید (۱۳۹٦). شبکه‌های اجتماعی مجازی و سبک زندگی جوانان: فراتحلیل پژوهش‌های پیشین، **راهبرد اجتماعی فرهنگی**، ۲۲(٦): ۱-۱۳.

حسنی، حسین و نصر هرندی، محمدمهدی. (١٤٠٠). **محلی‌سازی داده‌ها، (مرکز ملی فضای مجازی و پژوهشگاه فضای مجازی، پدیدآورندگان)**، تهران: پژوهشگاه فضای مجازی.

شریعتی شیری، محمدتقی و نقیب‌زاده، احمد (١٤٠٢). آسیب‌شناسی اجتماعی میکرو سلبریتی‌های ایرانی در اینستاگرام، **مجلس و راهبرد**، ١١٦(٣٠): ١٧٧-٢٠٤. doi: 10.22034/mr.2022.5223.4995

صفری، هادی و قاضی‌پوری، سپهر (١٤٠٢). جایگاه امنیت و تاب‌آوری در سیاست‌گذاری فضای مجازی بر اساس الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، **فصلنامه علمی راهبرد**، ٣٢(٣): ٤٦٣-٤٨٤.
doi: 10.22034/rahbord.2024.414917.1589

فیروزی، محمدحسین؛ موحدی صفت، محمدرضا؛ حاجی ملامیرزایی، حامد و موسویان، سید مرتضی (١٤٠٠). مدل مفهومی تجزیه‌وتحلیل کلان‌داده‌های رسانه‌های اجتماعی با رویکرد علوم‌شناختی، **امنیت ملی**، ٤١(١١): ١٨٧-٢١٨. dor: 20. 001.1.33292538.1400.11.41.7.5

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). **عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ**، ترجمه احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.

عالی، محمدباقر؛ غضنفری، مهدی؛ پورصادق، ناصر و پور عزت، علی‌اصغر (١٤٠٣). تعریف حکمرانی فراترکیب چیستی حکمرانی، **فصلنامه حکمرانی متعالی**، ٥(٢): ٦٣_٨٩.

مهدی‌زاده، سیدمحمد. (١٤٠٢). **نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی**، تهران: همشهری.

هابرماس، یورگن و محمدی، جمال. (۱۳۸٤). **دگرگونی ساختاری حوزه عمومی: کاوشی در باب جامعه بورژوایی**، تهران: افکار.

References

Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H., & McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. **European Management Journal**, 36(4), 431-438. Doi: 10.1016/j.emj.2018.07.002

Bevir, M. (2013). **A theory of governance**. University of California Press.

Castells, Manuel. (2015). **Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age**. Polity.

Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. **Atlantic journal of communication**, 23(1), 46-65. Doi: 10.1080/15456870.2015.972282

Hakala, Janne; Melnychuk, Jazlyn; & Central and Eastern European Online Library. (2021). **Russia's Strategy in Cyberspace**. English, Riga [Latvia]: NATO Strategic Communications Centre of Excellence.

Hannan ،Jason. (2024). **Trolling ourselves to death: democracy in the age of social media**. Oxford University Press.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. **Business Horizons**, 53(1), 59-68. Doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003

Matthew Newton. (2018, undefined 28). **Russian Data Localization Laws: Enriching "Security" & the Economy**.

Manuel castells & amelia h. Arsenault. (2008). **The Structure and Dynamics of Global MultiMedia Business Networks**. Retrieved February 12, 1404, from

Simon ،Kemp. (2026). "**Digital 2026 Mid-Year Global Update Report**", 22 April 2026. https://datareportal.com/reports/digital-2 026-global-overview-report

Peters, B. G. (2014). Is governance for everybody? **Policy and Society**, 33(4), 301-306. Doi: 10.1016/j.polsoc.2014.10.005

Petronio, Sandra. (2002). **Boundaries of Privacy: Dialectics of Disclosure**. (I. Altman, Contrib.). Albany: State University of New York Press.

COPYRIGHTS

© 2025 by the authors. Published by The Secretariat of the Supreme Council of the Cultural Revolution. This article is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0) https://creativecommons.org/licenses/by/4.0