

## مقاله پژوهشی:

### راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی با تأکید بر نقشه مهندسی کشور

امیرحسین پورعصاریان<sup>۱</sup>، محمدعلی سیدهاشمی<sup>۲</sup> و جواد آبشناس جامی<sup>۳</sup>

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۱/۰۹

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۰۸/۱۸

#### چکیده

در جهان امروز به مدد فضای مجازی و رشد سریع و فراگیر آن در همه لایه‌های اجتماعی دامنه تأثیرگذاری و تأثیرپذیری فرهنگ بیش از هر زمان دیگری از چارچوب ملی خارج شده و با درنوردیدن مرزهای سیاسی و جغرافیایی کشورها و محدوده اقتدار حاکمیت ملی، به یکی از اصلی‌ترین چالش‌های کشورهای تبدیل شده است. مسئله اصلی این پژوهش، فقدان راهبردهای مناسب هدایت فرهنگی در فضای مجازی و نحوه اجرایی نمودن آن و برخورد با مسائل پیش رو در فضای مجازی است. هدف اصلی این پژوهش؛ تدوین راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی با تأکید بر نقشه مهندسی فرهنگی کشور می‌باشد. نوع تحقیق کاربردی - توسعه‌ای بوده و روش آن تبیینی - اکتشافی است که به صورت آمیخته و با استفاده از مدل SOAR<sup>۴</sup> و با روش جمع‌آوری میدانی و کتابخانه‌ای و با نظارت جامعه خبرگی هدفمند هدایت‌شده اقدام گردیده است. بر اساس یافته‌های پژوهش با تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی هدایت فرهنگی در فضای مجازی و تعیین ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک، چهار موقعیت راهبردی به شرح الف) راهبردهای خروج از روزمرگی؛ ب) راهبردهای اقدام فعال؛ پ) راهبردهای اقدام پیشتازی<sup>۵</sup>؛ ت)؛ راهبردهای جهشی<sup>۶</sup> به دست آمده و ارائه شد است.

**کلیدواژه‌ها:** فرهنگ، فضای مجازی، هدایت فرهنگی، نقشه مهندسی فرهنگی کشور

۱. دانشیار و عضو هیئت‌علمی دانشگاه عالی دفاع ملی

۲. دانشجوی دکتری تهدیدات امنیت ملی دانشگاه عالی دفاع ملی

۳. استادیار و عضو هیئت‌علمی دانشکده علوم و فنون فارابی

4. S: strength; O: opportunities; A: aspiration; R: result

5. SR

6. OR

7. AO

8. AS

## ۱. مقدمه

فضای مجازی نسل جدیدی از فضای روابط اجتماعی است که توانسته به خوبی در زندگی مردم جا باز کند. مردم بسیاری در سنین مختلف و از گروه‌های اجتماعی متفاوت در فضای مجازی کنار هم آمده و از فاصله‌های بسیار دور در دنیای واقعی، از طریق روش‌های ارتباطی متنوع و پرکاربردی که این فضا در اختیار کاربران قرار می‌دهد با هم ارتباط برقرار می‌نمایند. این مسئله موجب گسترش، حفظ و پیچیدگی روابط اجتماعی در فضای واقعی و مجازی گردیده و پیامدهای فرهنگی و دغدغه‌های بسیاری را برای مخاطبان ایرانی در حوزه‌های فرهنگی، نظام اعتقادات، ارزش‌ها، اخلاقیات و رفتارها به همراه آورده و تأثیرگذار در سبک زندگی اسلامی- ایرانی می‌باشد. از این رو، این فضا یکی از جهاتی است که به تعبیر مقام معظم رهبری<sup>(مدظله‌العالی)</sup> به اندازه خود انقلاب اسلامی اهمیت دارد؛ چراکه وجود نگرانی از محتوای ضد عفت و حیا، مسائل فرهنگی و دینی، آسیب‌های تربیتی، اخلاقی، چالش‌های خانوادگی، موضوعات مغایر با اصول، مبانی و منزلت مکتب اهل بیت<sup>(علیهم‌السلام)</sup>، از خودبیگانگی، مضرات و آسیب‌های فردی و اجتماعی را برای مخاطبان ایرانی به دنبال دارد؛ بنابراین، برای ارتقای سطح فرهنگ اسلامی و تقویت مؤلفه‌های آن در محیط داخلی بر اساس منطق تعالی‌ساز و هدایت‌گر دین مبین اسلام با استفاده از مرتبط ساختن اجزای مدیریت و هدایت فرهنگی با اصول و اهداف اسلام ناب، خلاقیت و نوآوری در هنجارهای هدایت‌گر، مردمی‌سازی تبلیغ و ارشاد در فضای مجازی، گزیده‌سازی گفتمان انقلاب اسلامی و ولایت فقیه، ظرفیت‌سازی زیرساخت‌های توسعه پایدار، مزیت دانش‌مدار و تولید محتوای جذاب ارزش‌محور اهمیتی مضاعف پیدا می‌نماید؛ بنابراین، در این پژوهش با توجه به ارزش‌های فرهنگ اسلامی- ایرانی که شامل تعقل، ایمان، اخلاق، علم و عمل است<sup>۱</sup>، چشم‌انداز فرهنگی کشور در افق ۱۴۰۴ هجری شمسی، راهبردهای کلان فرهنگی کشور است و با تمرکز به راهبرد کلان دهم که اشعار می‌دارد: «طراحی و استقرار نظام جامع و کارآمد اطلاعات، ارتباطات و رسانه‌ای مبتنی بر آموزه‌های

۱. نقشه مهندسی فرهنگی کشور، مصوب ۱۳۹۳/۸/۲۰

دینی، انقلابی و ارزش‌های اخلاقی، مقتضیات راهبردی کشور و سیاست‌های کلی نظام» به بیان راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی با در نظر گرفتن مرجعیت نظام جمهوری اسلامی ایران و با استفاده از گفتمان انقلاب اسلامی، فرمان‌ها و بیانات مقام معظم رهبری<sup>(مدظله‌العالی)</sup>، فرهنگ تعالی‌ساز و هدایت‌گر اسلام با رویکرد مکتب فرهنگی پرداخته شده است.

## ۲. بیان مسئله

پیدایش فضای مجازی در چند دهه اخیر یکی از بزرگ‌ترین نمادهای تحول جهانی است. رخدادی که تأثیرات شگرف آن هر روز در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و دفاعی در عرصه ملی و بین‌المللی نمود بیشتری پیدا می‌کند<sup>۱</sup>. فضای مجازی یک دنیای رو به رشد غیر قابل توقف است، یعنی واقعاً آخر ندارد؛ آدم هر چه نگاه می‌کند، آن چیز اول بلا آخر، فضای مجازی است<sup>۲</sup>. عصر حاضر با پیوند عمیق فضای مجازی با زندگی انسان تغییراتی شگرف را در رشد و توسعه همه ابعاد زندگی بشر بالأخص فرهنگ، فراهم آورده است. به دلیل گستردگی فضای مجازی و سرعت روزافزون تحولات در این محیط و ارتباط مستمر جوانان با فضای مجازی باید زمینه استفاده صحیح آنان فراهم شود. چراکه دشمن از طریق «نفوذ کردن در حصن و حصار اراده و فکر و تصمیم ملت ایران»، «ایجاد توطئه‌های گوناگون»، «تهاجم فرهنگی و اثرگذاری روی ذهن و رفتار ملت»، «تمرکز دشمنان روی فرهنگ»، «هدف قرار دادن ایمان و باورهای مردم»، «رخنه و نفوذ فرهنگی»، «ایمان و باورهای مردم را مورد تهاجم قرار دادن»، «جای عزم راسخ ملی، ترویج تردید در مردم»، «جای ایمان راسخ، شبهه‌افکنی و بی‌اعتقادی»، «جای کار و تلاش و همت بلند، ترویج لذت‌جویی و شهوت‌رانی»، «باورهای جامعه را دگرگون

۱. متن حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی به تاریخ ۱۳۹۴/۶/۱۶

۲. بیانات در دیدار رئیس‌جمهور و اعضای هیئت دولت در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۴

کردن»، «نشر افکار باطل»<sup>۱</sup>. به دنبال انحراف مردم از اصل دین و دریدن پرده‌های حیا است و امروز این کار در بستر فضای مجازی انجام می‌شود؛ بنابراین همانند سایر کشورها که برای حفاظت از فرهنگ خود، در استفاده از فضای مجازی چارچوب‌هایی را قرار داده‌اند ما هم باید نسبت به موضوعات فرهنگی و اثراتی که این حوزه روی همه شئون زندگی می‌گذارد مواجهه هوشمندانه و مقتدرانه با تحولات این عرصه را داشته و برنامه‌ریزی و فعالیت‌های اجرایی مناسب را برای هدایت امور فرهنگی در محیط فضای مجازی تدوین نماییم؛ بنابراین، برای رفع دغدغه‌های رهبر معظم انقلاب اسلامی و خنثی کردن و ناکارآمدسازی فعالیت‌های دشمن در محیط فضای مجازی، تدوین راهبردهای مناسب هدایت فرهنگی در فضای مجازی و چگونگی پیاده‌سازی و اجرایی نمودن و نحوه برخورد با آینده پیش روی آن حائز اهمیت بوده و جزء مسائل اساسی این پژوهش است. از طرفی فقدان راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی، موجب می‌شود برنامه‌ریزی و فعالیت‌های فرهنگی در فضای مجازی غیر هدفمند و سلیقه‌محور بوده و تصمیم‌گیری و اقدام در خصوص هدایت فرهنگی به دلیل ضعف اطلاعاتی و منابع پشتیبان آن دچار ریسک بالا و هدایت‌گری کمتر و مغلوب شدن در این فضا خواهد شد. نظر به موارد فوق، به‌منظور ارائه راهبردهایی که بتواند برنامه‌ریزی مفید، هدفمند و به دور از سلیقه را برای ارتقای قدرت تصمیم‌گیری امور فرهنگی در سطح کشور تبیین نماید. در این تحقیق اقدام به تدوین و ارائه راهبردهایی می‌شود که پاسخگوی نیاز به هدایت فرهنگی در فضای مجازی باشد.

### ۳. اهمیت و ضرورت پژوهش

با انجام و یا عدم انجام این تحقیق فواید و مضرات زیر حاصل می‌گردد:

۱. برگرفته از بیانات رهبر معظم انقلاب در مناسبت‌های مختلف

۲. برگرفته بیانات رهبر معظم انقلاب به مناسبت آغاز سال تحصیلی جدید حوزه‌های علمیه در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۱۶

### ۳-۱. اهمیت پژوهش

۱. موجب شناسایی ویژگی‌ها، قابلیت‌ها و فرصت‌های فضای مجازی برای بهره‌گیری از آن در امر هدایت فرهنگی می‌شود.
۲. با بررسی محیط فرهنگی فضای مجازی موجب اتخاذ تصمیم‌ها، سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای مدیریت صحیح امور فرهنگی در فضای مجازی می‌شود.
۳. فراهم نمودن معیار سنجش عملکرد سازمان‌ها و نهادهای مسئول در زمینه تدوین برنامه‌های عملیاتی بر اساس راهبردهای مشخص به شکل منسجم انجام می‌شود.
۴. یکسان‌سازی عملکرد و یکپارچگی اقدام‌های فرهنگی و حرکت نهادهای مسئول در راستای سیاست‌های سند چشم‌انداز فرهنگی کشور.
۵. برخورد فعال و پویای مسئولین فرهنگی با فضای مجازی به‌عنوان یک پدیده همه‌گیر در استفاده از ظرفیت و قابلیت‌های آن برای هدایت فرهنگی.

### ۳-۲. ضرورت پژوهش

۱. نبود راهبردهای هدایت فرهنگی در دستگاه‌ها و نهادهای فرهنگی به رویکرد سلیقه‌گرایی، بی‌برنامگی و تمایلات جزیره‌ای منجر می‌شود که نتیجه آن رشد و توسعه چالش‌های فرهنگی باشد.
۲. در صورت نبود راهبردهای هدایت فرهنگی، تعامل ضابطه‌مند بین نهادهای سیاست‌گذار و مجری به سطح پایینی تنزل پیدا نموده و نتیجه آن شکست و گسست فرهنگی خواهد بود.

### ۴. پیشینه تحقیق

نقشه مهندسی فرهنگی کشور، ابزار بسیار سودمندی است که به‌عنوان یک مرجع کسب اطلاعات و شناخت موقعیت‌های فرهنگی بهره می‌گیریم. چراکه در نقشه مهندسی فرهنگی کشور چارچوب و سیاست‌های کلی فرهنگی کشور تدوین و مشخص گردیده و یکی از

صورت‌بندی‌های بازنمایی حوزه قدرت و نفوذ فرهنگی کشور است و از نظر هستی‌شناسی ماهیت فرهنگی، ایدئولوژی و گفتمان جمهوری اسلامی را توضیح و تبیین می‌نماید. از این رو دقیق‌ترین پیشینه برای بهره‌گیری در تدوین راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی است.

#### ۱-۴. پروژه‌های تحقیقاتی

بر اساس بررسی‌های انجام‌شده توسط دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی کشور، کلان‌پروژه تحقیقاتی انجام‌شده که حاصل آن نقشه مهندسی فرهنگی کشور است. این پروژه تحقیقاتی، مناسب‌ترین و دقیق‌ترین پیشینه‌ای است که قرابت زیادی با موضوع تحقیق دارد؛ بنابراین، نقشه مهندسی فرهنگی کشور مهم‌ترین پیشینه برای این تحقیق خواهد بود.

متن مصوب نقشه مهندسی فرهنگی کشور منطبق با اصول و ارزش‌های اسلام ناب محمدی<sup>(ص)</sup>، آرمان‌های انقلاب اسلامی، رهنمودهای رهبر کبیر انقلاب اسلامی، حضرت امام خمینی<sup>(ره)</sup> و مقام معظم رهبری<sup>(مدظله‌العالی)</sup> و اسناد فرادستی مربوط، تدوین شده و به تصویب شورای عالی انقلاب فرهنگی کشور رسیده است.

پژوهش‌ها و تحقیق‌های خیلی زیادی درباره فضای مجازی و موضوعات فرهنگی انجام شده و در این تحقیق مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. از جمله می‌توان به «فضای سایبر و الگوی گفتمانی؛ نقش سازوکارهای اینترنت در شکل‌گیری الگوی تعامل گفتمانی فضای سایبری ایران» توسط محمود بابایی اشاره کرد که به دنبال پاسخ سؤال ابزارهای ارتباطی در ایجاد فضای گفتمانی، تبادل نظر، اشتراک‌گذاری و روابط درون اجتماعات آنلاین چه جایگاهی دارند؟ بوده و همچنین به «ظرفیت‌های فراروی جهان اسلام در فضای مجازی» توسط مرشدی‌زاد و پروژه تحقیقاتی با عنوان «تدوین راهبردهای مدیریت تحولات اجتماعی و فرهنگی برآمده از توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات (فاوا) در جمهوری اسلامی ایران» توسط فیروزآبادی اشاره کرد، ولیکن با توجه به محیط خاص و ویژه فضای

مجازی به موضوع هدایت فرهنگی در فضای مجازی نپرداخته شده است؛ بنابراین وجه تمایز تحقیق حاضر تمرکز بر ماهیت و چیرستی راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی است.

## ۵. هدف پژوهش

تدوین راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی با تأکید بر نقشه مهندسی فرهنگی کشور

## ۶. سؤال اصلی

راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی با تأکید بر نقشه مهندسی فرهنگی کشور کدام است؟

## ۷. فرضیه تحقیق

این پژوهش ماهیتی اکتشافی دارد؛ بنابراین فرضیه‌ای بیان نمی‌شود.

## ۸. روش‌شناسی تحقیق

### ۸-۱. روش و ابزار گردآوری تحقیق

شامل میدانی و کتابخانه‌ای و ابزار گردآوری تحقیق کتابخانه؛ مصاحبه و پرسشنامه است.

### ۸-۲. جامعه آماری

جامعه آماری عبارت‌اند از: خیرگان و صاحب‌نظرانی که در زمینه فضای مجازی و امور فرهنگی متخصص بوده و این حوزه‌ها را به‌خوبی می‌شناسند، از نگرش راهبردی برخوردارند و در سطوح راهبردی در حوزه‌های مزبور در کشور مسئولیت دارند و دارای

سابقه و تجربه عملی در امور مزبور هستند و میزان تحصیلات آنان کارشناسی ارشد به بالا و دارای ۱۰ سال تجربه عملی می‌باشند.

### ۳-۸. حجم نمونه

شامل جامعه نمونه آماری در این پژوهش به صورت جامعه خبرگی هدفمند هدایت شده انتخاب شده است. در مرحله تهیه پرسشنامه بعد از تدوین اولیه مؤلفه‌ها و گزاره‌های پرسشنامه ۳۰ نفر از خبرگان حوزه فرهنگ و فضای مجازی انتخاب شدند که در حوزه‌های مدیریتی، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و اجرا و پیاده‌سازی راهبردها نقش داشته‌اند و فعال بوده‌اند.

۱-۴-۸. قلمروی مکانی: محدوده مکانی تحقیق، قلمروی جمهوری اسلامی ایران است.

۲-۴-۸. قلمروی زمانی: آغاز قلمروی زمانی تحقیق؛ از زمان تصویب نقشه مهندسی فرهنگی کشور در تاریخ ۱۳۹۳/۸/۲۰ بوده و پیش‌بینی می‌گردد تا افق چشم‌انداز ۱۴۰۴ هجری شمسی ادامه داشته باشد.

۳-۴-۸. قلمروی موضوعی: این پژوهش به دنبال تدوین راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی با تأکید بر نقشه مهندسی فرهنگی کشور در جامعه اسلامی- ایرانی است.

### ۵-۸. نوع و روش تحقیق

نوع این تحقیق کاربردی - توسعه‌ای است. تحقیق حاضر به لحاظ هدف، به دلیل مؤثر بودن برای لایه‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی از نوع کاربردی و از جهت تدوین راهبرد توسعه‌ای است. روش این پژوهش، تبیینی - اکتشافی است که به صورت آمیخته صورت می‌گیرد.

### ۶-۸. روایی و پایایی داده‌ها

در این پژوهش برای تهیه پرسشنامه در ابتدا از طریق مصاحبه با مسئولین و خبرگان راهبردی حوزه فرهنگ و فضای مجازی کشور از طریق شیوه خودنگاشت در سه مرحله زیر بر اساس جامعه آماری مشخص شده پرسشنامه تهیه و تدوین گردید.



مرحله اول: برای دریافت و کسب دانش ضمنی خبرگان حوزه فضای مجازی و فرهنگی، با آنان مصاحبه شد و بر اساس هدایت و نظر آن‌ها طرح اولیه پرسشنامه با بهره‌گیری از ادبیات تحقیق و بر اساس دانش طراحی و تصمیم‌گیری راهبردی برای مشخص شدن میزان اهمیت و میزان اولویت اقدام آماده شد.

مرحله دوم: در این مرحله مؤلفه‌های مرتبط با هدایت فرهنگی در فضای مجازی با بهره‌گیری از فرآیند تحلیل، اهداف و سیاست‌های فرهنگی جمهوری اسلامی ایران و تحلیل تفسیری نقشه مهندسی فرهنگی کشور؛ احصاء گردیده و از خبرگان نظرخواهی شد. ابتدا با توجه به مدل مورد نظر (SOAR)<sup>۱</sup> چهار مؤلفه اصلی قوت‌ها، فرصت‌ها، آرمان‌ها و ارزش‌های اساسی و نتایج و پیامدهای مورد نظر مشخص گردید و متعاقب آن برای هر کدام از این مؤلفه‌ها چهار زیرمؤلفه در نظر گرفته شد و سپس برای هر کدام از زیرمؤلفه‌ها گزاره‌های مورد نظر متناسب با ادبیات تحقیق تعریف و تبیین شد.

مرحله سوم: در این مرحله پس از استانداردسازی مؤلفه‌های مرتبط با دکتین هدایت فرهنگی در فضای مجازی؛ شش محور اداره امور (هدایت، هماهنگی، سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی و طراحی، نظارت و ارزیابی، بازخوردگیری و اصلاحات) به‌عنوان اصول کاری پژوهش تعیین و با هماهنگی و هدایت استادان راهنما و مشاور مشخص و پرسشنامه تهیه و به‌منظور بررسی روایی<sup>۲</sup> آن پس از تأیید متخصصین و صاحب‌نظران در حوزه‌های مربوطه به شرح زیر تحصیل گردیده است.

- طراحی و ارائه پرسشنامه به متخصصین امر به‌منظور اظهار نظر.
- دریافت نقطه‌نظرات اصلاحی صاحب‌نظران و لحاظ نمودن آن‌ها.
- ارائه تعدادی پرسشنامه به جامعه آماری و جمع‌آوری نظرات آن‌ها در ابعاد شکلی و محتوایی.

1. S: strength; O: opportunities; A: aspiration; R: result

2. Validity

با توجه به سطح و جایگاه افراد جامعه آماری که به عنوان مسئولین ارشد بخش های مختلف حوزه فرهنگی و فضای مجازی بودند، با تشریح موضوع و توجیه لازم در مورد ضرورت انجام تحقیق، اقدام به ارائه شد و در نهایت ۴ مؤلفه اصلی و چهار زیر مؤلفه و ۲۹۶ گزاره راهبردی مورد تأیید قرار گرفت.

در ضمن پس از تدوین و تنظیم پرسشنامه به منظور حصول اطمینان از اعتبار آن پیش آزمون به عمل آمد و قبل از توزیع پرسشنامه، هدف از اجرای کار برای پاسخ دهندگان توضیح داده شده و از آنان خواسته شد ضمن دادن پاسخ، نظرشان را درباره محتوای سؤالات ابراز نمایند تا در مرحله نهایی، سؤالات مبهم و نارسا مورد بازبینی و تجدید نظر قرار گیرند. قابلیت اعتبار پرسشنامه از طریق جامعه آماری خبرگی هدفمند هدایت شده و با توزیع پرسشنامه در بین ۳۰ نفر از صاحب نظران مورد مطالعه قرار گرفت که با تأیید نهایی آنان همبستگی درونی سؤالات پرسشنامه مشخص گردید.

بعد از تأیید مؤلفه ها و گزاره های راهبردی پرسشنامه، در مرحله بعد برای مشخص شدن ضریب اهمیت و رتبه هر گزاره، دوباره پرسشنامه به ۲۰ نفر از اعضای جامعه خبره داده شد تا ضریب اهمیت و رتبه هر گزاره را از نمره ۱ تا ۴ مشخص کنند که نمره ۱ نشان دهنده ضعف اساسی، نمره ۲ ضعف کم، نمره ۳ بیانگر نقطه قوت و نمره ۴ نیز نشان دهنده قوت بسیار بالا در عامل می باشد.

**۷-۸. تجزیه و تحلیل راهبردی:** در این مرحله عوامل داخلی و خارجی مورد بررسی قرار می گیرد تا برحسب شناسایی که روی عوامل صورت می گیرد، راهبردهای مناسب تدوین شود. برای انجام این تجزیه و تحلیل از ماتریس SOAR استفاده می شود. این ماتریس در نمودار زیر نشان داده شده است. با توجه به اینکه از ماتریس SOAR برای تدوین راهبرد بهره گیری شده است، عوامل داخلی ما شامل قوت ها و فرصت های فضای مجازی و عوامل خارجی آرمان ها و ارزش های محوری و نتایج و پیامدهای حاصل از اقدام های فرهنگی در فضای مجازی است.

جدول ۱- ماتریس SOAR

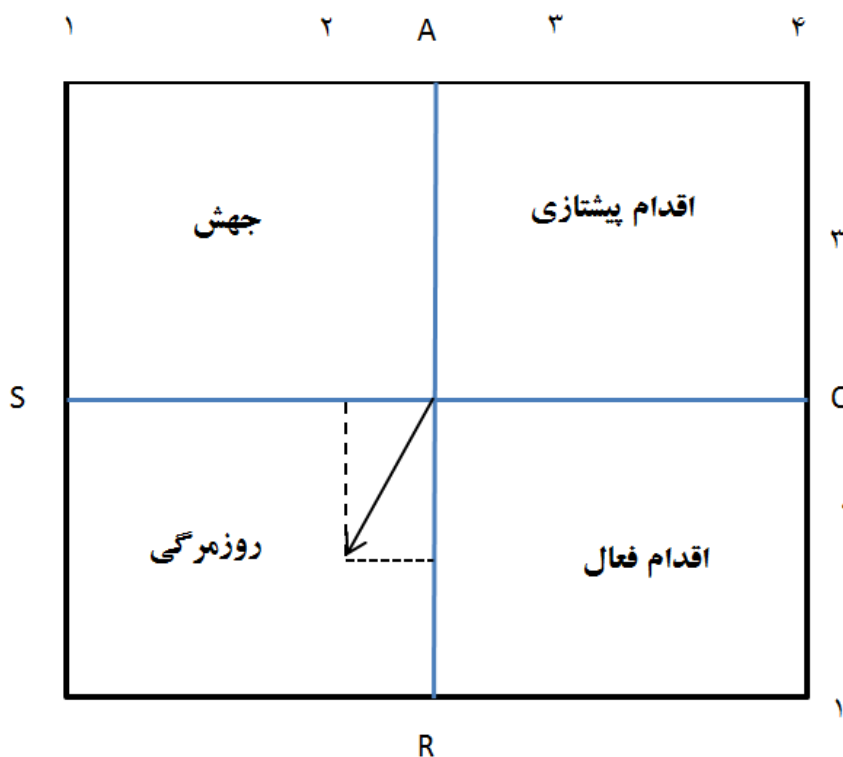
فهرست قوت‌ها (Strength)	فهرست فرصت‌ها (Opportunities)	ماتریس عوامل داخلی / ماتریس عوامل خارجی
<p>ناحیه ۱ (اقدام جهشی) این دسته از راهبردها معرف به‌کار-گیری توانمندی‌های پیشنهادی و خلاق در به پیش انداختن آرمان-های مؤثر و شکاف‌دهنده فرهنگی در فضای مجازی هستند. SA</p>	<p>ناحیه ۲ (اقدام پیشنهادی) اتکا به ارزش‌های مورد تعقیب به فرصت‌های حاصل در فضای مجازی و پیش انداختن ارزش‌ها برای توسعه جذابیت‌ها و باورهای مصرف‌عمومی. AO</p>	<p>فهرست آرمان و ارزش‌های محوری (Aspiration)</p>
<p>ناحیه ۴ (روزمرگی) استفاده از قوت‌ها برای خنثی‌سازی تهدیدات و آسیب‌های فضای مجازی و پیاده‌سازی نتایج مورد انتظار و برون‌رفت از روزمرگی و دستیابی به اقدام فعال؛ به عبارتی این دسته از راهبردها به دنبال افزایش تحرک در بخش‌های سیاسی، مدیریتی، اجرایی و عمومی می‌باشند. SR</p>	<p>ناحیه ۳ (اقدام فعال) این دسته از راهبردها به دنبال توسعه نتایج مورد تعقیب و زمینه‌سازی تحقق و کسب موفقیت بر اساس به خدمت گرفتن فرصت‌ها و ارزش‌های کلیدی می‌باشد. در واقع در اینجا با استفاده از فرصت‌ها به دنبال دستیابی و پیاده‌سازی نتایج مورد انتظار در محیط فضای مجازی هستیم. RO</p>	<p>فهرست نتایج و پیامدهای حاصل از اقدام‌های فرهنگی در فضای مجازی (Result)</p>

### ۸-۸. ماتریس تعیین موقعیت و اقدام استراتژیک<sup>۱</sup>

ضریب اهمیت هر عامل را در رتبه آن ضرب کرده تا نمره نهایی به دست بیاید. بدیهی است در این حالت جمع نهایی ضریب اهمیت نبایستی از عدد ۱ تجاوز نماید و امتیاز و یا نمره نهایی عوامل بایستی فی مابین  $1 \leq x \leq 4$  باشد. برای تجزیه و تحلیل هم‌زمان عوامل داخلی و خارجی و تعیین موقعیت از ماتریس SPACE استفاده شد. برای تشکیل این

1. SPACE

ماتریس نمره نهایی حاصل از ماتریس‌های ارزیابی عوامل داخلی ( $SO = ۲/۰۷$ ) و عوامل خارجی ( $AR = ۱/۷۱$ ) در ابعاد افقی و عمودی آن قرار گرفت تا جایگاه فعلی موضوع هدایت فرهنگی در فضای مجازی در خانه‌های این ماتریس مشخص و راهبردهای مناسبی برای آن اتخاذ شود. طبق ماتریس چهارخانه‌ای ارائه‌شده در شکل زیر، وضعیت هدایت فرهنگی در فضای مجازی در موقعیت SR قرار گرفته است.



شکل شماره ۱

#### ۸-۹. تدوین راهبردهای هدایت فرهنگی

راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی، نقشه‌ای برای دستیابی به اهداف بلندمدت و تحقق چشم‌انداز و رسالت فرهنگی جمهوری اسلامی است. در این مسیر تلاش می‌شود با تکیه بر ظرفیت‌ها، قابلیت‌ها، مزیت‌های قابل دسترسی و برنامه‌ریزی، ضعف‌ها و ناکامی‌های

دشمن، نتایج مورد انتظار در تأمین باورها و اعتقادات، توصیه‌ها و احکام الهی، باید‌ها و نبایدها و همچنین نتایج مورد انتظار در دفع تهدیدات و آسیب‌ها و اهداف کلیدی جمهوری اسلامی را پوشش داده و از فرصت‌های محیط مجازی استفاده بهینه کرد؛ به طوری که رضایت کاربران فضای مجازی را جلب نمود و در سایه رقابت فزاینده تلاطمات محیط مجازی با نگرش بلندمدت به محیط مجازی و تنوع محتوای جذاب، عملکردی بهتر از رقبای داشت. در این مرحله برابر با جدول ماتریس SOAR در ترکیب هر یک از عوامل SA، AO، RO، SR راهبردهای مرتبط به هر ناحیه ماتریس تدوین گردید و برابر با گزاره‌های راهبردی جمعاً تعداد ۱۱۶ راهبرد تدوین شد. بعد از تدوین راهبردهای اولیه، از طریق نرم‌افزار AHP<sup>۱</sup> (فرآیند تحلیل سلسله مراتبی) ارجحیت هر راهبرد نسبت به دیگری مشخص گردید و راهبردهایی که درصد امتیاز آن‌ها از طریق نرم‌افزار AHP کمتر از ۳۰٪ تشخیص داده شد حذف گردیدند. بدین ترتیب ۴۷ راهبرد تدوین شده، امتیاز آن‌ها به حد نصاب نرسید و امتیاز آن‌ها کمتر از ۳۰٪ شد و در نهایت تعداد ۶۹ راهبرد امتیاز لازم را کسب نمودند که در جدول زیر فراوانی آن نشان داده شده است.

جدول شماره ۲- تعداد راهبردهای موقعیت‌های چهارگانه ماتریس

ردیف	راهبردها	تعداد راهبردهای اولیه تدوین شده	راهبردهای تأیید شده بعد از تحلیل AHP
1	SR	26	24
2	OR	22	17
3	AO	33	16
4	SA	35	12
	جمع کل	116	69

متعاقب تحلیل سلسله‌مراتبی برای مشخص کردن میزان تأثیر و نقش هر کدام از راهبردها در هدایت فرهنگی در فضای مجازی، راهبردهای به‌دست‌آمده را در قالب پرسشنامه با تفکیک راهبردهای AO، AS، OR، SR در جامعه مورد مطالعه مورد توزیع واقع و پس از جمع‌آوری داده‌ها به‌منظور تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده با کمک نرم‌افزار لیزرل،

1. Analytic Hierarchy Process

بارهای عاملی و همچنین معناداری (T- value) آن مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا راهبردهایی که معنادار نبودند از مدل حذف شدند سپس راهبردهایی که دارای ضریب تعیین (R2) پایین تر از ۰.۱۹ بودند نیز از مدل حذف و در نهایت تعداد ۴۴ راهبرد مورد تأیید نهایی قرار گرفت.

برای مشخص کردن حجم نمونه از فرمول زیر برای n استفاده شد.

$$n = \frac{nz^2\alpha/2 \times p(1-p)}{(n-1)\xi^2 + z^2\alpha/2 \times p(1-p)}$$

$\xi$ : بازده قابل تحمل از برآورد پارامتر مورد نظر

P: نسبت موفقیت در جامعه

$\alpha$ : سطح خطا

N: حجم جامعه

از آنجا که مقدار p در دسترس نیست آن را مساوی ۰/۵ در نظر می گیریم. در سطح اطمینان ۰/۹۵ ( $\alpha=0.05$ ) و  $N = 1150$  نفر که و ۰/۰۵؛ حجم نمونه به صورت زیر تعیین می شود.

$$n = \frac{1150 \times 1.96^2 (0.5)(0.5)}{(1150-1)(0.050)^2 + (1.96)^2 (0.5)(0.5)} \cong 207$$

بدین ترتیب ۲۲۰ پرسشنامه در بین جامعه آماری به صورت تصادفی طبقه‌ای توزیع که از آن میان ۲۰۷ پرسشنامه برای تحلیل مورد استفاده قرار گرفت.

### ۸-۱۰ یافته‌های پژوهش

یافته‌های این پژوهش در دو قسمت تحلیل توصیفی و استنباطی دسته‌بندی می شود.

۸-۱۰-۱. تحلیل آمار توصیفی: این بخش با استفاده از جداول و نمودارهای توزیع فراوانی

مربوط به ویژگی‌های نمونه آماری به تجزیه و تحلیل توصیفی داده‌ها می پردازد.

## جنسیت:

جدول ۳- توزیع فراوانی مربوط به جنسیت پاسخ‌دهندگان

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
مرد	۱۲۲	۵۹	۵۹
زن	۸۵	۴۱	۱۰۰
جمع	۲۰۷	۱۰۰	

## میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان:

جدول ۴- توزیع فراوانی مربوط به میزان تحصیلات پاسخ‌دهندگان

میزان تحصیلات	فراوانی	درصد فراوانی	درصد فراوانی تجمعی
لیسانس	۵۶	۲۷	۱۰۰
فوق لیسانس	۱۰۲	۴۹	۷۳
دکتری	۴۹	۲۴	۲۴
جمع	۲۰۷	۱۰۰	

## ۷-۱۱. آمارهای استنباطی

در این بخش به منظور تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها و پرسشنامه‌ها از آمارهای استنباطی زیر بهره گرفته شده است.

۷-۱۱-۱. آزمون چولگی و کشیدگی: به منظور تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها (سؤالات) بایستی از آزمون چولگی<sup>۱</sup> و کشیدگی<sup>۲</sup> استفاده نمود. در حالت کلی مقدار چولگی و کشیدگی داده‌ها برای طیف لیکرت به شرح زیر محاسبه گردید:

$$\text{چولگی} \left( \frac{3}{-3} \text{ و } 3 \right), \text{ کشیدگی} \left( \frac{5}{-5} \text{ و } 5 \right)$$

بنابراین در صورت قرار گرفتن داده‌ها در دامنه‌های مشخص شده توزیع آنان نرمال خواهد بود. وضعیت نرمال بودن داده‌ها توسط نرم‌افزار Spss23 مورد بررسی قرار گرفت.

1. Skewness
2. Kurtosis

۲-۱۱-۷. **تحلیل عاملی تأییدی:** در این پژوهش به منظور بررسی معناداری کل پرسشنامه از تحلیل عاملی تأییدی استفاده گردید. برای هر مدل تحلیل عاملی، یک نمودار با بارهای عاملی برازش یافته استاندارد شده (ضرایب رگرسیون استاندارد شده) و یک نمودار با مقادیر آماره  $t$  - استیودنت رسم شده است. همچنین برای تعیین مناسب بودن یا مناسب نبودن برازش هر مدل از شاخص‌های RMSEA،  $p$ -value و  $\text{Chi-Square}/\text{Df}$  استفاده می‌شود، بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهند؛ به عبارت دیگر بار عاملی نشان‌دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده‌گر (سؤال پرسشنامه) با متغیر مکنون (عامل‌ها) می‌باشد. اگر بار عاملی کمتر از ۰.۳ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود. بار عاملی بین ۰.۳ تا ۰.۶ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰.۶ باشد خیلی مطلوب است (کلاین، ۱۹۹۴: ۶۸).

برای بررسی معنادار بودن تأثیر مفاهیم مورد نظر از مدل معناداری استفاده می‌شود. در مورد معنادار بودن اعداد به دست آمده مدل می‌توان گفت اعدادی معنادار خواهند بود که بین ۱/۹۶ و ۱/۹۶ - نباشند. به این معنی که اگر عددی بین ۱/۹۶ و ۱/۹۶ - قرار بگیرد، بی‌معنا خواهد بود؛ بنابراین به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها جهت این آزمون از نرم‌افزار *lisrel* استفاده شده است.

۸. **تحلیل و تفسیر نتایج حاصل از تحقیق:** پس از پردازش داده‌ها توسط ابزارها و نرم‌افزارهای آماری، نتایج زیر حاصل شده است: بر اساس ادبیات تحقیق، ۲۹۶ شاخص بر اساس مدل SORA (فرصت‌ها، قوت‌ها، آرمان‌ها و نتایج مورد انتظار) مورد شناسایی قرار گرفت که بر اساس تحلیل سلسله‌مراتب AHP، راهبردهایی که میانگین امتیاز آنان کمتر از ۳۰ بود، حذف شدند؛ بنابراین از بین آنان ۶۹ راهبرد برحسب درجه اهمیت مورد تأیید قرار گرفت.

متعاقب این موضوع و مشخص شدن اولویت راهبردها در تحلیل سلسله‌مراتبی AHP برای مشخص کردن میزان تأثیر و نقش هر کدام از راهبردها در هدایت فرهنگی در فضای



مجازی راهبردهای به دست آمده در قالب پرسشنامه با تفکیک راهبردهای SR, OR, AS, AO در جامعه مورد مطالعه مورد توزیع واقع و پس از جمع آوری داده‌ها به منظور تحلیل داده‌ها به دست آمده با کمک نرم‌افزار لیزرل، بارهای عاملی و همچنین معناداری (T-value) آنان مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا راهبردهایی که معنادار نبودند از مدل حذف شدند، سپس راهبردهایی که دارای ضریب تعیین ( $R^2$ ) پایین‌تر از ۰.۱۹ بودند نیز از مدل حذف شدند و در نهایت تعداد ۴۴ راهبرد به شرح زیر مورد تأیید نهایی قرار گرفت.

## ۹. ادبیات و مبانی نظری تحقیق

### ۹-۱. چیستی و ماهیت فرهنگ

واژه فرهنگ مرکب از پیشاوند «فر» و کلمه «هنگ» است. این کلمه به معانی گوناگونی به کار رفته است که از جمله می‌توان به: علم، دانش، ادب، معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت، بزرگی و سنجیدگی اشاره کرد (عمید، ۱۳۸۹: ۷۹۵). فرهنگ فارسی معین، فرهنگ را مرکب از دو واژه فر و هنگ به معنای ادب، تربیت، دانش، علم، معرفت و آداب و رسوم تعریف کرده است (معین، ۱۳۷۱: ۸۴۷). مفهوم فرهنگ از ریشه یونانی (cultura) به معنی کشت و زرع در خاک گرفته شده است. این واژه در زبان انگلیسی (culture) و در زبان عربی ثقافه نامیده می‌شود. در سده‌های گذشته فرهنگ به معنای آموزش و پرورش و آموختن علم و ادب بوده است. ولی در دوره‌های اخیر به مجموعه آداب و رسوم، باورهای دینی، علم و هنر و اخلاقیات اطلاق می‌شود.

فرهنگ نظام‌واره‌ای است از عقاید و باورهای اساسی؛ ارزش‌ها؛ آداب و الگوهای رفتاری ریشه‌دار و دیرپا و نمادها و مصنوعات که ادراکات؛ رفتار و مناسبات جامعه را جهت و شکل می‌دهد و هویت آن را می‌سازد.<sup>۱</sup> انسان‌شناسان برای فرهنگ بیش از ۱۶۴ تعریف ارائه کرده‌اند. برخی از این تعاریف شامل همه‌چیز است؛ از قانون و مذهب گرفته

۱. مصوبه نقشه مهندسی فرهنگی کشور به شماره ۹۲/۲۳۴۹/د ش

تا هنر<sup>۱</sup>، در حالی که برخی دیگر بر جهت‌گیری‌های ارزشی<sup>۲</sup> خاص، نظیر فردگرایی یا جمع‌گرایی<sup>۳</sup> تأکید می‌کنند. انسان‌شناسانی چون کلود لوی استراس<sup>۴</sup> و کلیفورد گیرتز<sup>۵</sup> فرهنگ را «نظام‌های معنا و درک مشترک» تعریف می‌کنند که رفتار مشاهده‌شده را مورد توجه قرار می‌دهد. ادشاین<sup>۶</sup> فرهنگ را چنین تعریف می‌کند: «فرهنگ مجموعه‌ای است از اصول اساسی و راه‌حل‌های مشترک برای مشکلات جهانی تطابق بیرونی (چگونه زنده بمانی) و انسجام درونی (چگونه کنار هم بمانیم). این مفروضات و اصول اساسی در طول زمان تکامل می‌یابد و از نسلی به نسل دیگر منتقل می‌شود» (شاید و لوئی بارسو، ۱۳۷۹: ۳۱-۲۹). کلاید کلاک‌هون<sup>۷</sup> در اثر مهم مردم‌شناختی خود؛ آیین انسان معانی زیر را برای فرهنگ پیشنهاد کرده است.

- شیوه کلی زندگی مردم.
- میراث اجتماعی که یک فرد از گروه خود کسب می‌کند.
- شیوه تفکر، احساس و باور.
- تجربیدی از رفتار.
- نظریه‌ای در حوزه مردم‌شناسی در خصوص شیوه‌های رفتاری واقعی گروهی از مردم.
- مخزنی برای معرفت.
- مجموعه‌ای از جهت‌گیری‌های استاندارد شده در برابر مسائل تکراری.
- رفتار آموزش.
- طریقه‌ای برای کنترل هنجاری رفتار.
- مجموعه‌ای از تکنیک‌ها برای سازگاری با محیط خارج و همین‌طور با انسان‌های دیگر.

- 
1. Art
  2. Value Orientation
  - 3-Collectivism
  4. Claude Levi . Strauss
  5. Clifford Geertz
  6. Ed Schein
  7. Clyde Kluckhohn

- شتاب بخشیدن به تاریخ.

- یک نقشه، صافی یا نمودار رفتاری (صالحی امیری و همکاران، ۱۳۸۷: ۲۵).

حضرت آیت الله شهید مرتضی مطهری در کتاب «شرح منظومه» خود در خصوص فرهنگ می‌فرماید: «فرهنگ فعل و انفعالاتی مبتنی بر فطرت در روان انسان است». همچنین شهید مطهری بیان می‌کند که «جامعه دارای وجود عینی و قانون‌مند است و انسان نیز دارای سرمایه فطرت است و از برخورد این سرمایه و تأثیری که انسان از محیط اطراف خود می‌گیرد جامعه و فرهنگ شکل می‌گیرد» (مطهری، ۱۳۶۰: ۱۲۶). به این ترتیب می‌توان گفت که فرهنگ عبارت از: مجموعه‌ای از احساسات، اندیشه‌ها، عواطف و ارزش‌ها و گرایش‌هایی است که از یک طرف ریشه در فطرت انسان‌ها دارد، یعنی از روان آن‌ها سرچشمه گرفته و از طرف دیگر عوامل اجتماعی نیز روی آن تأثیرات خاصی بر جای می‌گذارد. شهید مطهری در کتاب «آشنایی با علوم اسلامی» تعریف تمثیلی از فرهنگ دارد و بیان می‌کند «فرهنگ اسلامی، خود یک فرهنگ ویژه و خاص است در میان فرهنگ‌های جهان، با یک روح خاص و یک سلسله مشخصات مخصوص به خود، فرهنگ اسلامی مانند یک سلول زنده رشد کرد و فرهنگ‌های دیگر را از یونانی و هندی و ایرانی و غیره در خود جذب کرد و به صورت موجودی جدید با چهره و سیمایی مخصوص به خود، ظهور و بروز کرده است». از نگاه مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) «فرهنگ، مثل آب و هواست. فرهنگ، یعنی همین رسوم و آدابی که بر زندگی من و شما حاکم است. فرهنگ، یعنی باورها و اعتقادات ما و چیزهایی که زندگی شخصی و اجتماعی و داخل خانه و محیط کسب یک جامعه با آن‌ها روبه‌رو است<sup>۱</sup>». «در واقع فرهنگ، شناسنامه دسته‌جمعی یک ملت است. هویت همگانی است که همگان باید برای پاسداری و حراست از آن بکوشند و دفاع کنند» (مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی)، ۱۳۷۷/۷/۱۸).

۱. مقام معظم رهبری، خطبه‌های نماز جمعه مورخ ۱۳۹۳/۱/۱۰

فرهنگ منها و خاستگاه انقلاب اسلامی و مبدأ همه تحولات و امنیت و استقلال در سایر حوزه‌ها است که باید به وسیله کارگزاران نظام و مدیران فرهنگی مورد توجه جدی قرار بگیرد (نائینی، ۱۳۸۹: ۶۵).

## ۲-۹. جایگاه و کاربرد فرهنگ

جایگاه و کاربرد فرهنگ را می‌توان از دو جنبه مورد ارزیابی قرار داد. یکی نقش و جایگاه فرهنگ در هویت و موجودیت جامعه و دیگری، نقشی که فرهنگ در رشد و پیشرفت جوامع ایفا می‌کند. جنبه اول را می‌توان اهمیت کاربرد فرهنگ در موجودیت جامعه دانست و وجه دوم آن نقشی که فرهنگ در جهت‌دهی و حرکت به سمت سعادت یا انحطاط جامعه دارد؛ است. چراکه فرهنگ عامل شکل‌دهنده به ذهن و رفتار عمومی مردم است و جهت‌بخش و تأثیرگذار در عرصه تصمیمات کلان در سطح کشور می‌باشد و از طرفی جهت‌دهی آن بر پایه جهان‌بینی اسلامی و هویت اصیل اسلامی – ایرانی است<sup>۱</sup>. در واقع مراد از جایگاه و کاربرد فرهنگ در نظام جمهوری اسلامی ایران، علی‌القاعده همان است که در متون اسلامی غالباً بدان «ادب» گفته شده یا در قالب مجموعه‌ای از کلمات و تعابیر مانند «اخلاق»، «معرفت»، «بصیرت»، «علم»، «لب‌آ»، «تربیت»، «فکر»، «مکارم اخلاقی» و غیره با ابعاد گوناگون و جلوه‌های مختلف بیان شده است (رفیع، ۱۳۷۴: ۲۵۳).

حضرت امام خمینی در این رابطه می‌فرماید: «بی‌شک بالاترین و والاترین عنصری که در موجودیت هر جامعه دخالت اساسی دارد، فرهنگ آن جامعه است. اساساً فرهنگ هر جامعه هویت و موجودیت آن جامعه را تشکیل می‌دهد و با انحراف فرهنگ، هرچند جامعه در بُعدهای اقتصادی، سیاسی، صنعتی و نظامی قدرتمند و قوی باشد، ولی پوچ و میان‌تهی است» (امام خمینی، ۱۳۶۰: ۲۴۳).

۱. برگرفته از نقشه مهندسی فرهنگی کشور مصوب ۱۳۹۳/۸/۲۰

۲. خالص و برگزیده چیزی، مغز چیزی، عقل خالص از شوائب

ایشان تعبیری دیگری نیز دارند که می‌فرمایند: «کلید سعادت و شقاوت یک ملت دست فرهنگ است» (امام خمینی، ۱۳۸۶: ۲۴۶). کاربرد فرهنگ در جامعه اسلامی ایران به معنای اخص آن مشتمل بر نظام اعتقادات، ارزش‌ها، اخلاقیات و رفتارها بوده و منبعث از وحی و جهت‌دهنده و محتوابخش نظام‌ها و بخش‌های جامعه است. باورها و اعتقادات و ارزش‌های اسلامی، شاکله نهادها و سازمان جامعه اسلامی را ایجاد و در تاروپود افکار، رفتار و کردار فردی و اجتماعی مردم تنیده شده است. نتیجه اینکه جایگاه و کاربرد فرهنگ از جزئی‌ترین فعالیت‌های فردی تا جدی‌ترین مسئولیت‌های اجتماعی را در برمی‌گیرد و حوزه نفوذ فرهنگ به همه ابعاد زندگی بشر کشیده شده است. اصلاح جامعه با اصلاح فرهنگ همراه است که در ردیف بزرگ‌ترین تمدن‌ها و فرهنگ‌های بشری است (مطهری، ۱۳۸۷: ۱۵).

### ۳-۹. هدایت فرهنگی

هدایت به معنای شناختن درست و صحیح هدف، انتخاب راه و طریق صحیح برای رسیدن به هدف و پایداری در مسیر است و هدایت در عام‌ترین معنای خود شامل همه مخلوقات خداوند می‌گردد (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۱۶۸). ظرفیت فرهنگ ما توحید و حق‌محوری است. جهت فرهنگی ما را فلسفه، مبانی علوم پایه، علوم انسانی و اسلامی مشخص می‌کند. ارزش‌ها و رعایت هنجارهای اخلاقی-اسلامی، فرهنگ ما را به ظهور و صحنه عمل می‌رساند. محور ساختار فرهنگ اسلامی خردورزی الهی برگرفته از سیره معصومین<sup>(علیه‌السلام)</sup> است. قدرت تصرف ما توسط علوم قرآنی، رجال، درایه، تفسیر، هنرهای تخصصی و علوم پایه مبتنی بر فرهنگ بنیادی اسلامی و علوم انسانی اسلامی تعیین می‌گردد. ابزار عملکرد ما می‌باید فقه، علوم دینی و دیگر علوم کاربردی مبتنی بر فرهنگ بنیادی اسلامی باشد. اگر این دسته از علوم را نداشته باشیم و یا ناقص داشته باشیم وسیله فرهنگی مناسب، برای اسلامی زیستن را نخواهیم داشت. از آنجا که در دین مبین اسلام (که اساس فرهنگ ملی ما را تشکیل می‌دهد)، رشد و توسعه در افزایش امکان عبودیت خداوند تبارک و تعالی است، در هدایت فرهنگی می‌باید تلاش کنیم

امکان عبودیت فردی و اجتماعی تسهیل و در حد ممکن گسترش یابد. این شیوه است که ما را به سعادت دنیوی و اخروی می‌رساند (زاهدانی، ۱۳۸۴: ۸۷-۸۵). از این رو تربیت و هدایت قرآنی در نظام دینی موجب رشد فرهنگ مطلوب، در نظام اجتماعی اسلام شده و باعث پایبندی به اصول و ارزش‌ها، پایبندی به عدالت و خدمت، برخورداری از روحیه شجاعت و قاطعیت، داشتن روحیه تحول‌گرایی، نوآوری و اصلاح، پرهیز از غرور داشتن، روحیه انتقادپذیری، مظلومیت‌زدایی در بین احاد جامعه مسلمین می‌شود (فروغی جهرمی، ۱۳۸۹: ۱۷۸-۱۷۴). از زمان ظهور اسلام دغدغه اصلی پیامبر بزرگوار اسلام (ص)، ائمه معصومین (علیهم‌السلام) و علمای دین موضوع تربیت دینی و هدایت انسان به کمال مطلوب بوده است. اهمیت موضوع تا به آن حد است که پیامبران و اولیای دین به‌عنوان هادیان جوامع، همواره سرچشمه سعادت و رستگاری بشر را در این عرصه جست‌وجو کرده‌اند. چنان‌که قرآن کریم، پیامبر بزرگوار اسلام (ص) را به‌عنوان معلم و مربی بشر معرفی کرده است: «هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِّنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ؛ او کسی است که در میان درس‌نخوانده، رسولی از خودشان برانگیخت تا آیاتش را بر آن‌ها بخواند و آن‌ها را پاک و پاکیزه کند و کتاب و حکمت را به آن‌ها بیاموزد، هرچند پیش از آن در گمراهی آشکاری بودند»<sup>۱</sup>. حفظ دین به‌عنوان زیربنای اعتقادی جامعه و تداوم فرهنگ دینی، مستلزم توجه به کیفیت تعلیم و تربیت است. چراکه هدایت واقعی و همه‌جانبه انسان وقتی حاصل می‌گردد که آدمی مطابق دستورهای دینی زندگی و رفتار نماید. نهاد خانواده به‌عنوان اولین کانون تعلیم و تربیت است و برای آنکه جریان هدایت‌گری و تربیت دینی به نحو مطلوب صورت گیرد، ضرورت معرفت و بصیرت یکی از محورهای مهم در امر تربیت دینی است. معرفت و بصیرت به معنای نوعی آگاهی عمیق و گسترده است که نتیجه آن، ایجاد پیوند بین انسان و واقعیت مورد نظر است.

۱. قرآن کریم، سوره جمعه: آیه ۲

#### ۴-۹. گفتمان سلبی و ایجابی هدایت فرهنگی و واکنش‌های مقابله‌ای

منظور از گفتمان، مجموعه‌ای از گزاره‌های معنادار است که به صورت منطقی با یکدیگر مرتبط شده‌اند و برای کلیه پدیدارهای ذیل آن (اعم از گفتار، رفتار، اشاره و غیره) معنا تولید می‌نمایند. شأن انحصاری گفتمان‌ها تولید معنا می‌باشد که از منظر روش‌شناختی بر روی آن تأکید بسیار می‌شود. دلیل این امر آن است که هر گفتمان، خطوط راهنمای کلانسی را ترسیم می‌کند که در چارچوب آن و متناسب با منطقی و محتوای گفتمان، پدیده‌ها معنا و فهم می‌شود (افتخاری، ۱۳۹۲: ۱۴۷). رویکرد گفتمان اسلام نسبت به تهدیدات، سخت‌افزارانه و نرم‌افزارانه و با تأکید بر جنبه نرم‌افزارانه (ایجابی) آن بوده و ماهیتی دوگانه دارد. در گفتمان فرهنگی اسلام هر نوع تهدید و مقابله با آن در ارتباط با اصول اعتقادی معنا و مفهوم پیدا می‌کند (به‌طور مشخص ایمان). از این منظر، طیف جدیدی از تهدیدات و موضوع مقابله با آن موضوعیت می‌یابد و ملاک ارتباط و یا عدم ارتباط آن با موضوع هدایت فرهنگی، اصول اعتقادی اسلام و قرار داشتن در ذیل نظریه توحید است (صالحی امیری، ۱۳۸۶: ۵۶). هدف اصلی و اساسی گفتمان سلبی و ایجابی در اسلام هدایت انسان‌ها در همه زمان‌ها و مکان‌ها و در همه زمینه‌ها است و این هدف زمانی عملی و ممکن است که گفتمان آن نیز دارای خصیصه فرازمانی، فرامکانی باشد و یگانه گفتمانی که این ویژگی‌ها را داراست، گفتمان فطرت است که فرهنگ عمومی و مشترک همه انسان‌ها است و هر انسانی به آن آشنا و از آن بهره‌مند است؛ بنابراین، با توجه به تناسب معارف فرهنگی اسلام با فطرت انسان، طبع، استعداد، شرایط روحی انسان‌ها، سطوح پیش و بصیرت افراد، کیفیت گفتمان سلبی و ایجابی هدایت فرهنگی برای موقعیت‌های مختلف متفاوت است. از این رو، برای گفتمان سلبی و ایجابی در هر جامعه‌ای باید برخی موضوعات برای توده مردم، با زبان آنان باشد تا قابل فهم گردد و برخی دیگر برای اهل دانش و برای سطوح دیگر نیازمند توضیح و تفسیر است. گفتمان هدایت فرهنگی با عقل، احساس، دل و وجدان، عمل و رفتار سروکار دارد و افزون بر آن گفتمان انگیزش، تعهدآفرینی، ایثار، از خودگذشتگی، عدالت، نوع‌دوستی و وفاداری است و از این رو گفتمان هدایت فرهنگی اسلام ناب به سمت خالق هستی است.

## ۹-۵. فضای مجازی

فضای مجازی؛ فضایی بر اثر توسعه فناوری اطلاعات در جهان ایجاد شده است که متفاوت از فضای فیزیکی پیش از آن می‌باشد که به آن فضای مجازی و یا فضای سایبری در برابر فضای حقیقی اطلاق می‌گردد. این فضا حاصل جمع زمان، مکان و روابط انسانی است. این فضا در یک فضای حقیقی از ارتباط انسان‌ها با یکدیگر و با اشیا شکل می‌گیرد که به دلیل ویژگی‌های ارتباطی آن از قبیل قابلیت‌های تولید، ذخیره‌سازی، پالایش، پردازش و توزیع اطلاعات در همه زمان‌ها و مکان‌ها و همچنین امکان تکثر هویتی قابل توجه است. وجه تسمیه آن به «مجازی» نیز به دلیل انعطاف‌پذیری بالا در فضای مزبور و شبه‌استقلال آن از فضای حقیقی و قابلیت بالای آن در ارتباطات و روایت‌های تصویری می‌باشد (فیروزآبادی، ۱۳۹۲: ۱۰۳). فضای مجازی در معنا به مجموعه‌هایی از ارتباطات انسان‌ها از طریق کامپیوتر و وسایل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود. یک سیستم آنلاین نمونه‌ای از فضای مجازی است که کاربران آن می‌توانند از طریق ایمیل با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. یا فضای مجازی مجموعه‌ای از شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری، شامل وسایل ارتباطی، انتقالی، کنترلی و سامانه‌های مدیریتی با یکسری اهداف ارزشمند برای پردازش‌ها و زیرساخت‌ها می‌باشد. اینترنت بزرگ‌ترین مؤلفه از فضای مجازی می‌باشد (گروه مطالعاتی، ۱۳۹۱: ۳۰).

۹-۵-۱. ویژگی‌های فضای مجازی: فضای مجازی دارای ویژگی‌های خاصی است که آن را از سایر فضاهای رسانه‌ای متمایز ساخته و امتیازات خاص و تقریباً منحصر به فردی را به آن می‌بخشد. از مهم‌ترین ویژگی‌های آن، می‌توان به استفاده از مولتی‌مدیا، سرعت به‌روزرسانی، سنجش و بازخوردگیری، استفاده از فرامتن، داشتن قابلیت تعاملی، توزیع

---

۱. معادل فارسی فضای سایبر همان فضای مجازی می‌باشد. لیکن این واقعیت را نمی‌توان از نظر دور داشت که این دو واژه کاملاً با هم متفاوت هستند، چراکه فضای مجازی ترکیبی از دو مفهوم مجزا بوده که در کنار هم مفهوم واحدی را خلق کرده‌اند. درک مفهوم فضای مجازی بدون درک مفهوم فضا و اهمیت آن در جهان امروز بی‌معنا است. در حقیقت مفهوم فضا در مقایسه با مفهوم مکان توصیف و تعریف می‌شود.



افقی اطلاعات، تمرکززدایی، قابلیت دسترسی، فقدان محدودیت انتشار، فقدان سلسله مراتب، عدم سانسور، تازه و دائمی بودن، حذف واسطه‌های ارتباط با مخاطب، آزادی از زمان و مکان اشاره نمود (حسن‌پور، ۱۳۸۶: ۷۸-۷۶).

#### ۶-۹. اصول و ارزش‌های حاکم بر نحوه حضور و نفوذ فرهنگی در فضای مجازی

امروزه، جایگاه ارزش‌ها در مدیریت فرهنگی مبحثی بسیار محوری است که از سوی اندیشمندان و نظریه‌پردازان حوزه مدیریت فرهنگی مورد توجه قرار گرفته است. در تفکر اسلامی همه ارزش‌ها در سایه یک ارزش مطلق معنا می‌شوند و آن ارزش مطلق «قربِ اِلَی اللّٰهِ» است که حقیقت تکامل واقعی و حقیقی در عالم انسانی است. سایر ارزش‌ها، به تبع یا بالعرض ارزش‌اند، زیرا از فروع یا مقدمات همین ارزشِ اصیل و ذاتی‌اند. ارزش‌ها به تناسب نظام فکری و مکتبی شکل می‌گیرند و به همین دلیل شناخت ارزش‌های واقعی در نظام فرهنگی جمهوری اسلامی بدون شناخت ارزش‌های مکتبی اسلام ممکن نخواهد بود. سازگارا در این رابطه می‌گویند: آنچه نوع و میزان و مرتبیت ارزش‌ها را تحقق می‌بخشد فرهنگ است. فرهنگ به ارزش هویت می‌بخشد؛ به عبارت دیگر، معیار ارزش‌ها از طریق فرهنگ شناسایی می‌شود. رابطه متقابل فرهنگ و ارزش‌های قابل قبول و مطرود در هر جامعه‌ای وجود دارد. چراکه ارزش‌ها نیز موجب شناخت و تفاوت فرهنگ‌ها می‌شوند (سازگارا، ۱۳۷۷: ۱۱۱-۱۰۵).

#### ۱۰. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

راهبردهای هدایت فرهنگی یک برنامه واحد، همه‌جانبه و تلفیقی است که ویژگی‌ها و قابلیت‌ها و ظرفیت‌های انحصاری فرهنگ اسلام را با عوامل و تغییرات محیط فرهنگی مربوط می‌سازد و به نحوی طراحی می‌شود که با اجرای صحیح آن، دستیابی به هدف اصلی که هدایت فرهنگی در فضای مجازی است حاصل شود. راهبردهای هدایت فرهنگی در فضای مجازی را باید کیفی‌ترین و قابل اعتمادترین برنامه برای رسیدن به اهداف از

پیش تعیین شده دانست که توانایی تجمیع ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فرهنگی و نحوه مدیریت آن را در تعقیب اهداف و منافع دارا باشد. در نقشه مهندسی فرهنگی کشور راهبردهای فرهنگی تعیین کننده مسیر و طریقی است که متناسب با فرصت‌ها و تهدیدها، قوت‌ها و ضعف‌های محیطی برای نیل به اهداف فرهنگی طراحی و تدوین شده است. در این سند ملی ۱۳ راهبرد کلان فرهنگی تعریف شده است که دهمین راهبرد کلان نقشه مهندسی فرهنگی کشور ناظر بر کلیه فعالیت‌های فرهنگی عرصه فضای مجازی بوده و اشعار می‌دارد: «طراحی و استقرار نظام جامع و کارآمد اطلاعات، ارتباطات و رسانه‌ای مبتنی بر آموزه‌های دینی، انقلابی و ارزش‌های اخلاقی، مقتضیات راهبردی کشور و سیاست‌های کلی نظام». این راهبرد کلان مشتمل بر ۱۰ راهبرد ملی و ۲۳ اقدام ملی است.

نظر به اینکه برای عملیاتی کردن راهبرد، ضرورت دارد برنامه اجرایی به همراه الزامات اجرا تدوین شود. از این رو، برحسب مطالعات و بررسی‌های انجام شده در این پژوهش با تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی هدایت فرهنگی در فضای مجازی و تعیین ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام استراتژیک با استفاده از مدل SOAR، چهار موقعیت راهبردی حاصل گردید. در گام اول با مشخص شدن موقعیت فعلی موضوع هدایت فرهنگی در فضای مجازی، سایر موقعیت‌ها نیز تحصیل شد. مدل SOAR متشکل از یک جدول مختصاتی دوبعدی است که هر یک از چهار نواحی آن نمایشگر یک دسته راهبرد است؛ به عبارت دیگر چهار دسته راهبرد برای هدایت فرهنگی در فضای مجازی را مطرح می‌نماییم.

شایان ذکر است به منظور ارزیابی دقیق راهبردها و مشخص نمودن اولویت اقدام هر یک از آن‌ها، بعد از تدوین راهبردهای اولیه، از طریق نرم‌افزار AHP<sup>۱</sup> (فرآیند تحلیل سلسله‌مراتبی) ارجحیت هر راهبرد نسبت به دیگری مشخص گردید و راهبردهایی که درصد امتیاز آن‌ها از طریق نرم‌افزار AHP کمتر ۳۰٪ بود حذف گردید و متعاقب آن برای مشخص کردن میزان تأثیر و نقش هر کدام از راهبردها در هدایت فرهنگی در فضای مجازی راهبردهای به دست آمده را در قالب پرسشنامه با تفکیک راهبردهای AS، AO، OR،

---

1. Analytic Hierarchy Process

SR در جامعه مورد مطالعه، مورد توزیع واقع و پس از جمع‌آوری داده‌ها به‌منظور تحلیل داده‌های به‌دست‌آمده با کمک نرم‌افزار لیزرل، بارهای عاملی و همچنین معناداری (T-value) آنان مورد بررسی قرار گرفت. ابتدا راهبردهایی که معنادار نبودند از مدل حذف شدند، سپس راهبردهایی که دارای ضریب تعیین (R2) پایین‌تر از ۰.۱۹ بودند نیز از مدل حذف و در نهایت تعداد ۴۴ راهبرد مورد تأیید نهایی قرار گرفت و بر اساس آن راهبردهای نهایی تحقیق به شرح زیر تدوین گردید.

**الف: راهبردهای خروج و رفع روزمرگی<sup>۱</sup>:** استفاده از قوت‌ها برای خنثی‌سازی تهدیدات و آسیب‌های فضای مجازی و پیاده‌سازی نتایج مورد انتظار و برون‌رفت از حالت روزمرگی و دستیابی به اقدام فعال است. به عبارتی این دسته از راهبردها به دنبال افزایش تحرک در بخش‌های سیاسی، مدیریتی، اجرایی و عمومی کشور می‌باشند. در این وضعیت به دنبال به حداقل رساندن زیان‌های ناشی از تهدیدات و آسیب‌های فضای مجازی هستیم.

**ب: راهبردهای اقدام فعال<sup>۲</sup>:** این دسته از راهبردها به دنبال توسعه نتایج مورد تعقیب و زمینه‌سازی تحقق و کسب موفقیت بر اساس به خدمت گرفتن فرصت‌ها و ارزش‌های کلیدی می‌باشند. در واقع در اینجا با استفاده از فرصت‌ها به دنبال دستیابی و پیاده‌سازی نتایج مورد انتظار در محیط فضای مجازی هستیم. در این حالت، هرچند فرصت‌های متعدد و گران‌بهایی برای هدایت امور فرهنگی در محیط فضای مجازی فراهم است، ولیکن ما به دنبال نتایج مشخص، معین و قابل دستیابی به‌منظور تأثیرگذاری مثبت بر افکار کاربران فضای مجازی و تحقق نتایجی انسان‌پایه و فطرت‌مدار که موجب کارآمدی و سرآمدی امور هدایت فرهنگی شود، هستیم و بهترین نتایج قابل سنجش را بر اساس تأکیدات آرمانی و ارزش‌های پیشروی با به‌کارگیری خلاقیت و نوآوری با تمرکز به نتایج مورد دلخواه ترسیم می‌نماییم.

1 . SR  
2 . RO

**ج: راهبردهای اقدام پیشتازی<sup>۱</sup>:** در این دسته از راهبردها با اتکا به فرصت‌های بالقوه موجود در فضای مجازی برای حفظ، درونی‌سازی و گسترش آرمان‌ها و ارزش‌های اساسی اسلام در زندگی فردی و اجتماعی کاربران فضای مجازی و احیای ارزش‌های دینی و دفاع همه‌جانبه از آن می‌پردازیم. در این مرحله جذابیت‌های ارزش‌های دینی را برای مصرف عمومی توسعه می‌دهیم.

**د: راهبردهای جهشی<sup>۲</sup>:** این دسته از راهبردها معرف به‌کارگیری توانمندی‌های پیشتاز و خلاق در به پیش انداختن آرمان‌های مؤثر و شکاف‌دهنده فرهنگی در فضای مجازی هستند. برای هدایت مطلوب فرهنگی در فضای مجازی با اتکا بر نقاط قوت و توانمندی‌های داخلی، تمرکز خود را در بهره‌گیری و استفاده حداکثری از آموزه‌های دینی برای هدایت و ارائه طریق یا راهنمایی و ایصال الی‌المطلوب قرار می‌دهیم و به تعبیر قرآن کریم «وَهَدُوا إِلَى الطَّيِّبِ مِنَ الْقَوْلِ وَهَدُوا إِلَى صِرَاطِ الْحَمِيدِ<sup>۳</sup>» و با تولید محتوای جذاب فراگیر، مخاطبین را به سمت نهادینه‌سازی و گسترش ارزش‌های دینی در رفتار و عملکرد و صحنه‌های اجتماعی هدایت می‌نماییم.

### پیشنهادها

با توجه به شرح بالا راهبردهای موقعیت‌های چهارگانه به شرح زیر پیشنهاد می‌شود.

#### الف: راهبردهای خروج از روزمرگی<sup>۴</sup>

۱. انسجام‌بخشی به نظام فکری سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی برای بهبود و افزایش مزیت رقابتی.
۲. ایجاد ساختار منسجم نظام‌بخش و هماهنگ‌کننده و برنامه‌ریز برای کلیه امور فرهنگی در فضای مجازی.

---

1 . AO

2 . SA

۳. قرآن کریم، سوره حج: آیه ۲۴

4 . SR

۳. برنامه‌ریزی برای اجرای مدیریت هوشمند یکپارچه چالش‌ها و آسیب‌های فرهنگی.
۴. ترویج سنن ملی و قومی مناطق مختلف کشور با رویکرد فرهنگ اسلامی- ایرانی.
۵. برنامه‌ریزی جامع و کامل برای بهره‌گیری از فرصت‌های فضای مجازی جهت افزایش مشروعیت و شخصیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران.
۶. اجرای برنامه‌های حمایتی از تنوع و افزایش کمی و کیفی روزآمد محتواهای جذاب فرهنگی.
۷. ایجاد و حاکم نمودن ضوابط الزام‌آور حمایتی از محصولات و نرم‌افزارهای فرهنگی و پیام‌رسان‌های بومی.
۸. ساماندهی و توسعه و تقویت زیرساخت‌های مراکز تولید محصولات کیفی، متنوع و جذاب فرهنگی متناسب با هنجارهای و ارزش‌های اسلامی- ایرانی.
۹. تقویت ارتباط مراکز آموزشی و پژوهشی با حوزه فرهنگ عمومی برای تربیت کمی و کیفی مستمر منابع انسانی.

#### ب: راهبردهای اقدام فعال<sup>۱</sup>

۱. ساماندهی و تقویت هم‌افزای هوشمند جبهه فرهنگی کشور با ترغیب و مشارکت‌جویی مردمی در تولید محتوای بومی- اسلامی.
۲. ساماندهی زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و تولید برنامه‌ها و محتواهای تقویت‌کننده.
۳. ایجاد بانک اطلاعاتی مجازی فراگیر، ایمن و پایدار و در دسترس برای توسعه ابعاد چندرسانه‌ای و تثبیت باورهای فرهنگ دینی.
۴. ترویج ارزش‌های اساسی شیعه و سیره پیامبر عظیم‌الشان اسلام، ائمه معصومین (علیهم‌السلام).

۵. معرفی الگوی زندگی و سیره شهدا و ایثارگران انقلاب اسلامی و دفاع مقدس با بهره‌گیری از ظرفیت چهره‌های ملی.
۶. برنامه‌ریزی برای ارتقا و نشر گسترده اندیشه‌های امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در محیط فضای مجازی.
۷. عرضه خدمات الکترونیکی همه‌جانبه برای استفاده حداکثری از ظرفیت فعالیت جهادی در فضای مجازی.
۸. گسترش گفتمان انقلاب اسلامی و ارزش‌آفرینی فرهنگی با معرفی دستاوردها و پیشرفت‌های ملی.
۹. انسجام‌بخشی جبهه فرهنگی کشور برای پیش‌بینی، پیشگیری از پیامدهای ضلالت‌آمیز فرهنگی دشمن.
۱۰. تهیه طرح جامع با مشارکت جویی حوزه علمیه و ظرفیت وجودی نخبگان جامعه برای ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ.
۱۱. اجرای ارتقای امنیت خانواده‌ها از طریق برجسته‌سازی سنت‌های دینی و ملی-مذهبی و معرفی و ترویج سبک زندگی اسلامی-ایرانی.
۱۲. ساماندهی و توسعه رسانه‌های پاک با محتوای جذابیت حداکثری متناسب با آموزه‌های دینی، انقلابی.
۱۳. برنامه‌ریزی برای اقناع‌سازی و ارتقای اعتماد عمومی با استفاده حداکثری از ظرفیت‌های فضای مجازی.

### ج: راهبردهای اقدام پیشتازی<sup>۱</sup>

۱. همکاری و تعامل مؤثر با مراکز برخوردار از دانش فناوری اطلاعات، جهت تولید محتوای محصولات فرهنگی چندرسانه‌ای.
۲. ترویج محصولات هنری و فرهنگی و ادبی اسلامی چندرسانه‌ای در محیط فضای مجازی.

۳. تولید محصولات رسانه‌ای مبتنی بر نیازها و اقتضائات فکری جوانان.
۴. ارائه تصویر روشن، شفاف و مطلوب از زندگی بشری مبتنی بر سبک زندگی اسلامی - ایرانی.
۵. ترویج گفتمان هدایت‌پذیر آرمان انقلاب اسلامی.
۶. ارتقای نظام آموزش عمومی کشور با رویکرد و پارادایم اصلاح نگرش و الگوهای رفتاری.
۷. هدایت نظام فکری جریان‌های فرهنگی، دینی و انقلابی در فضای مجازی.
۸. اجرای برنامه‌های آموزشی، تبلیغی و رسانه‌ای فضای مجازی.
۹. ترویج فراگیر مبانی نظری انقلاب اسلامی و فرهنگ مهدویت و موعودگرایی.
۱۰. حمایت همه‌جانبه از جریان‌های فکری، فرهنگی، دینی و انقلابی همسو.
۱۱. تولید پیام‌های کاربرمحوری جهت ارتقای تعالی و کیفیت فرهنگی پیام‌های اینترنتی.
۱۲. حمایت همه‌جانبه برای استفاده حداکثری از ظرفیت رفتارهای اجتماعی متعالی.

#### د: راهبردهای اقدام‌های جهشی<sup>۱</sup>

۱. ارائه تسهیلات و معافیت‌های ویژه به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی.
۲. حمایت و ایجاد مشوق‌های لازم برای محققان، مبتکران و نخبگان جامعه در تولید پیام محبت.
۳. حمایت از سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای و هنری مجازی اسلامی.
۴. اجرای طرح‌های آموزشی جهت توسعه بنیان‌های معرفی و هویتی اسلام برای دستیابی به مزیت رقابتی.
۵. اجرای برنامه‌های تربیت و توانمندسازی نیروی انسانی جوان، پرشور انقلابی و عالم در حوزه فضای مجازی.

۶. اجرای برنامه‌های حمایتی و پشتیبانی همه‌جانبه از مالکیت فکری و معنوی تولیدات فرهنگی.
۷. بهره‌گیری حداکثری از بسترهای فعال و جهانی شبکه‌های مجازی.
۸. به‌کارگیری سرمایه‌های داخلی در قالب سرمایه‌گذاری مشترک با بخش خصوصی.
۹. اجرای نظام کارآمد رسانه‌ای برای ساخت فضایی مملو از شفافیت و فراگیرسازی سبک زندگی اسلامی.
۱۰. سهم‌بندی حوزه تأثیر مسئولیت نهادهای فرهنگی در ارتقای بصیرت‌افزایی آحاد جامعه.



## فهرست منابع و مآخذ

۱. قرآن کریم.
۲. امام خمینی، روح‌الله (۱۳۵۶)، صحیفه نور، جلد ۳، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
۳. امام خمینی، روح‌الله (۱۳۶۰)، صحیفه نور، جلد ۱۵، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
۴. امام خمینی، روح‌الله (۱۳۸۶)، صحیفه نور، جلد ۴، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره).
۵. بیانات رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) در تاریخ ۱۳۷۷/۷/۱۸.
۶. بیانات رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) در تاریخ ۱۳۹۳/۱/۱۰.
۷. بیانات رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۴.
۸. بیانات رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) در تاریخ ۱۳۹۵/۶/۱۶.
۹. ابراهیمیان، سید حسن (بهار ۱۳۹۱)، بازخوانی مفهوم مهندسی فرهنگی و آسیب‌شناسی فرهنگی در نظام آموزش عالی، فصلنامه مطالعات قدرت نرم، سال دوم، شماره پنجم، تهران، دانشگاه‌های آزاد اسلامی منطقه سه مجله جهانی رسانه، نسخه فارسی، دوره ۱، شماره ۲، تهران، دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران.
۱۰. اعرابی و دیگران، محمد (۱۳۹۰)، دستنامه برنامه‌ریزی استراتژیک، چاپ پنجم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۱. ترلو، کریستین؛ لنگل، لورا؛ تومیک، آلیس (۱۳۸۹)، ارتباطات کامپیوتر- واسط (CMC) تعاملات اجتماعی و اینترنت، ترجمه، تربتی، سروناز، تهران، جامعه‌شناسان.
۱۲. حسن‌پور، جعفر (۱۳۸۶)، شناخت نقش و جایگاه شبکه جهانی اینترنت و رایانه‌ها در عملیات روانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشکده فارابی.
۱۳. رفیع، جلال (۱۳۸۶)، فرهنگ مهاجم، فرهنگ مولد، چاپ چهارم، تهران، انتشارات اطلاعات.
۱۴. سازگارا، پروین (۱۳۷۷)، نگاهی به جامعه‌شناسی با تأکید بر فرهنگ، تهران، نشر کویر.
۱۵. سیاح، احمد (۱۳۷۱)، فرهنگ بزرگ جامع نوین (فرهنگ سیاح) عربی- فارسی، چاپ پانزدهم، تهران، انتشارات اسلام.
۱۶. شاه‌قاسمی، احسان (زمستان ۱۳۸۵)، مروری بر زمینه‌های تأثیر فضای مجازی بر نظریه‌های ارتباطات.
۱۷. شایدر، سوزان سی؛ لوئی بارسو، ژان (۱۳۷۹)، مدیریت در پهنه فرهنگ، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، چاپ اول، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۱۸. صالحی امیری، سید رضا؛ عظیمی دولت‌آبادی، امیر (۱۳۸۷)، مبانی سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی، چاپ اول، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.

۱۹. عمید، حسن (۱۳۸۹)، فرهنگ فارسی، چاپ اول، تهران، راه رشد.
۲۰. فیروزآبادی، سید ابوالحسن (۱۳۹۲)، تحولات اجتماعی و فرهنگی در توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات، تهران، دانشگاه دفاع ملی.
۲۱. فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۳۷۴)، کتاب العین، چاپ دوم، جلد چهارم، قم، انتشارات هجرت.
۲۲. قبادی، اسماعیل (۱۳۹۰)، هدایت در دیدگاه اسلام، مقاله در سایت <http://old.ido.ir>
۲۳. گروه مطالعاتی (۱۳۹۱)، شبکه‌های اجتماعی مجازی، فرصت‌ها و تهدیدات و ارائه الگوی مناسب، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، دانشکده امنیت ملی.
۲۴. منصور، جهانگیر (۱۳۹۱)، قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران، قانون اساسی مصوب ۱۳۵۸، اصلاحات و تغییرات و تنظیم قانون اساسی مصوب ۱۳۶۸، تهران، نشر دوران.
۲۵. مطهری، مرتضی (۱۳۶۰)، شرح مبسوط منظومه، جلد اول، تهران، انتشارات حکمت.
۲۶. مطهری، مرتضی (۱۳۸۷)، آشنایی با علوم اسلامی، جلد ۱، تهران، انتشارات صدرا.
۲۷. معین، محمد (۱۳۷۱)، فرهنگ فارسی، چاپ هشتم، تهران، سپهر.
۲۸. نائینی، علی محمد (۱۳۸۹)، درآمدی بر مدیریت فرهنگی، تهران، نشر ساقی.
۲۹. نقشه مهندسی فرهنگی کشور (۱۳۹۳)، تهران، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی کشور.