

بررسی مناقشات بازیگران رسانه‌های صوتی - تصویری ایران در افق پنج ساله با روش تحلیل رفتار بازیگران

ملیحه اسمعیلیان^۱ * علی اصغر پورعزت^۲ * امیر ناظمی^۳

چکیده

رسانه‌ها در دنیای امروز در عرصه‌های گوناگون نقش برجسته‌ای دارند. در این میان، رسانه‌های صوتی - تصویری با قابلیت فراگیری از اهمیت ویژه‌ای برخوردارند. فناوری‌های نوین ارتباطی و حضور بازیگران متعدد تغییراتی را به این فضا اعمال کرده است که شناخت آینده این حوزه و ارائه راهکارها و جهت‌گیری‌های مدیریتی آن را، به‌ویژه با ملاحظات خاص کشورمان با مشکلات بسیار مواجه کرده است. رفتار بازیگران متعدد و مستقل و تأثیر آن در تکامل سامانه رسانه‌های صوتی - تصویری، نشان از نیاز به شناخت بهتر رفتار بازیگران برای ختمی‌گذاری این عرصه دارد. پژوهش حاضر برای پاسخگویی به این پرسش است که مهم‌ترین مناقشات بازیگران در این عرصه در چه مسائلی است. برای این هدف، روش جدیدی بر پایه روش‌های موجود در حوزه آینده‌پژوهی و ختمی‌گذاری و با محوریت مسائل کلیدی این حوزه ارائه شده است. در این روش، چهار متغیر نفوذ هر بازیگر بر سایرین، موقعیت بازیگر در هر مسئله، میزان اصرار بر آن و توان اختصاص‌یافته به منزله نشانگرهای رفتاری بازیگران مطرح می‌شوند. در نهایت نیز شش مسئله کلیدی شناسایی می‌شود. نتایج تحلیل‌ها نشان می‌دهند که بیشترین تباین نظر بازیگران درباره مسئله اول، دوم و چهارم است. همچنین نتایج این پژوهش می‌تواند به‌منظور شناسایی آینده این حوزه به کار رود.

واژگان کلیدی: رسانه‌های صوتی - تصویری، مسائل کلیدی، بازیگران و تحلیل رفتار.

فصلنامه راهبرد اجتماعی فرهنگی • سال ششم • شماره بیست و سوم • تابستان ۹۶ • صص ۵۱-۳۱

تاریخ دریافت مقاله: ۹۵/۱۰/۲ تاریخ پذیرش مقاله: ۹۶/۳/۳۰

۱. دانشجوی دکتری آینده‌پژوهی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور، نویسنده مسئول
(m_esmaeilian@yahoo.com)

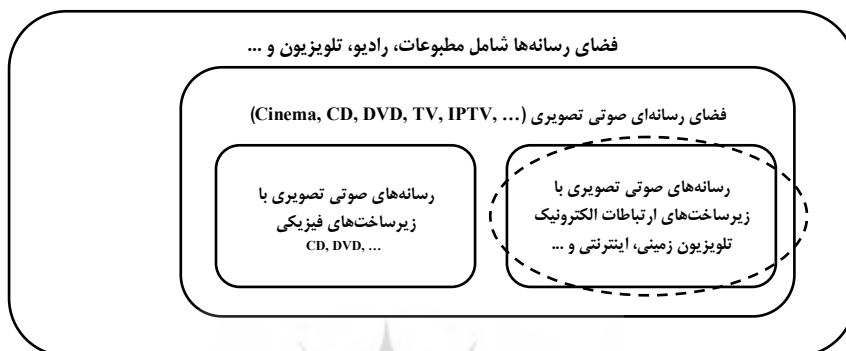
۲. استاد و عضو هیئت علمی دانشکده مدیریت دانشگاه تهران (pourezat@ut.ac.ir)

۳. استادیار و عضو هیئت علمی مرکز تحقیقات سیاست علمی کشور (Nazemi@nrsp.ac.ir)

مقدمه

آهنگ تغییرات در فضای رسانه با متغیرهای بسیار زیاد و پیچیده، شناخت آینده و آمادگی برای آن را با چالش مواجه کرده است. به ویژه اینترنت با برهم زدن اکوسیستم رسانه‌های صوتی - تصویری و شکستن موانع ورود، عرصه را برای ورود بازیگران جدید فراهم کرده است. بازیگران متعدد این فضا و عملکرد فعالانه آنها برای به دست آوردن توجه مخاطبان، مدیریت آن را به گونه‌ای پیچیده کرده است که لزوم نگاه پویا و فوق‌فعال را به منظور نظم‌بخشی به این فضا ضروری می‌سازد. آلوین تافلر، آینده‌پژوه معروف آمریکایی، در دهه ۱۹۸۰ پیش‌بینی کرده بود که عصر فردا را گستره فرستنده‌ها، رسانه‌ها، پیام‌گیران و پیام‌سازان شکل می‌دهند و شیوه‌های تبادل اطلاعات، محور مانورهای قدرت آینده را شکل خواهند داد. بخشی از این پیش‌بینی تحقق یافته و بخش دیگری در راه است. به بیان دیگر، جهان فردا به صورت فرایندهای در قلمرو رسانه‌های جمعی و فناوری‌های ارتباطی قرار می‌گیرند. در چنین فضایی، تحلیل رفتار بازیگران می‌تواند بینش خوبی را نسبت به نحوه تکامل سیستم و ارائه راهبردها و راهکارهای مدیریتی مناسب فراهم سازد. یکی از نقاط کلیدی برای ایجاد این بینش، بررسی مسائل مورد مناقشه بازیگران است. این گونه مسائل می‌توانند محوری برای سناریوهای آینده قرار گیرند و خط‌مشی‌گذاران را به سمت ارائه راهبردها و خط‌مشی‌های مناسب و پایدارتری سوق دهند. بر همین اساس، پرسش اصلی این مقاله بر محور شناسایی اصلی‌ترین مناقشات بازیگران کلیدی فضای رسانه‌های صوتی - تصویری شکل گرفته است. در پاسخ به این پرسش، تلاش شده است ضمن مطالعه مبانی نظری روش‌شناختی برای تحلیل بازیگران، روش جدیدی با این هدف ارائه شود. نتایج این پژوهش می‌تواند ابزاری برای ارائه سناریوهای آینده رسانه‌های صوتی - تصویری به منظور ارائه راهبردها و جهت‌گیری‌های مناسب در خصوص مدیریت این فضا در اختیار بگذارد. شایان ذکر است که منظور از رسانه‌های صوتی - تصویری در این مقاله، گونه‌هایی از این نوع رسانه‌هاست که با زیرساخت‌های ارتباطی الکترونیکی قابل دسترس هستند، لذا شامل

CD، DVD و حتی سینما نمی‌شود. نمودار ۱ محدوده مورد بررسی در این مقاله را نشان می‌دهد.



نمودار ۱. سپهر رسانه‌ای کشور و رسانه‌های مورد بررسی در مقاله

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

کلمه media به معنای رسانه، جمع کلمه medium است که از کلمه لاتین medius به معنای «میان و وسط» گرفته شده است. رسانه‌های ارتباطی، فرآیندهای فناورانه متفاوتی هستند که ارتباط بین فرستنده و گیرنده پیام را تسهیل می‌کنند (کروتی و هوینس، ۲۰۰۳). ویکی‌پدیا (دانشنامه آزاد) که خود محصول رسانه‌های جدید است، رسانه‌های جدید را به‌عنوان محصول فناوری‌های ارتباطی واسط که با رایانه‌های دیجیتال عجین شده‌اند تعریف می‌کند. پیش از دهه ۸۰ اغلب رسانه‌ها آنالوگ بودند اما بعد از آن رسانه‌های دیجیتال اشکال جدیدی از رسانه را در اختیار مخاطبان قرار دادند که ویژگی‌های آن با آنالوگ متفاوت است. نخست، از جنبه انتقال بر فناوری آنالوگ پیشی گرفته و به آسانی قابل بهره‌برداری هستند. دوم، به آسانی قابل ذخیره کردن هستند و به‌همین دلیل تحریف و دستکاری آنها ساده‌تر است. به‌علاوه، بازتولید آنها بدون هیچ افت کیفیتی و محدودیتی امکان‌پذیر است. اینترنت در قلب این دگرگونی‌ها قرار دارد (کریر و مارتین، ۲۰۰۸). برای مثال، IPTV^۱ نوعی تلویزیون اینترنتی است که بر پایه ارتباطات دوسویه و با زیرساخت‌های مدیریت‌شده مانند اینترنت شکل می‌گیرد و OTT^۲، نوعی دیگر از همین رده است که بر پایه ارتباطات

1. Internet Protocol TV

2. Over The Top TV

دوسویه و حتی چندسویه و با زیرساخت‌های اینترنت عمومی شکل گرفته است. این نوع رسانه‌ها اساساً مدل ارتباطی «یکی به بسیار» را به «بسیار به بسیار» تغییر داده و مدل‌های سنتی از بالا به پایین توزیع را متحول کرده است. از اثرات کلیدی رسانه‌های جدید، ایجاد نوعی «فرهنگ مشارکتی»، تبدیل شدن مخاطب منفعل به گزینشگر فعال و همگرایی است که خود منجر به ورود بازیگران جدید به عرصه رسانه شده است، به گونه‌ای که رفتار این بازیگران به نوبه خود اثرات زیادی در تکامل فضای رسانه‌ها داشته است؛ تحلیل رفتار آنها در مسائل کلیدی حوزه رسانه می‌تواند مبنایی برای شناخت آینده این حوزه باشد.

نویسندگان حوزه‌های دانشی گوناگون روش‌های مختلفی را برای تحلیل اثر بازیگران بر روی عوامل کلیدی تکامل یک سیستم ارائه کرده‌اند. بُن‌مایه این روش‌ها، مدل‌های مبتنی بر کنشگر^۱ و نظریه بازی^۲ است. در مدل‌های مبتنی بر کنشگر، هر چیزی با چیزهای دیگر تعامل می‌کند و مجموعه آنها، یک سیستم را شکل می‌دهند. در این رویکرد، تلاش می‌شود تا چیزها و تعاملات‌شان در قالب مدلی مطرح شوند. چنین رویکردی، درک مناسبی را از نتایج تصمیم و پیامدهای آن، پیش از تصمیم‌گیری در سامانه‌های پیچیده ایجاد می‌کند (Deguchi & et al, 2013). به‌طور کلی، می‌توان گفت که مدل‌های مبتنی بر نقش بازیگران زمانی به کار می‌روند که چند بازیگر با مسائلی روبرو شوند که نحوه تکامل آنها در آینده نامشخص است. برای مثال، در مذاکره چندجانبه در جایی که ذی‌نفعان اهداف گوناگونی بر مسائل مورد بحث دارند. کاربرد دیگر آن در سناریونویسی است؛ جایی که بازیگران با تحت تأثیر قرار دادن متغیرهای مهم، نقشی اساسی در تغییر شرایط جاری دارند. این مدل‌ها با لحاظ علایق و چشم‌انداز ذی‌نفعان و روابط بین آنها از موقعیت‌ها و نحوه تغییر آنها درک عمیق‌تری ایجاد می‌کنند.

با مروری بر ادبیات این روش‌ها می‌توان خاستگاه‌های متفاوتی را برای این نوع نگرش

پیدا کرد:

- در حوزه جامعه‌شناسی، لاتور^۵ (۱۹۹۳) «نظریه شبکه بازیگران» را با استفاده از

-
1. One to many
 2. Many to many
 3. Agent based modeling
 4. Game theory
 5. B. Latour
 6. Actor Network Theory (ANT)

پژوهش کیفی و تبارشناسانه و نحوه بر ساخت فناوری به صورت اجتماعی بررسی می‌کند. در این تحلیل، تعاملات ذی‌نفعان، بر اساس میزان ارتباطات، قدرت، اعتماد، کنترل منابع، برگشت‌ناپذیری موقعیت و نفوذ ذی‌نفعان مورد کاوش قرار می‌گیرد (Camponovo & Pigneur, 2002).

- در حوزه خط‌مشی‌گذاری، افرادی مانند آلاس^۱ از رویکردهای مبتنی بر بازی برای ارزیابی احتمال اقدامات بدیل و کاهش خطر پیامدهای ناخواسته استفاده کرده‌اند. در واقع آنها مدل‌های تصمیم را بر اساس نظریه بازی به منظور پیش‌بینی رفتار ذی‌نفعان و هدایت آنها به سمت راهبردهای مناسب، ساده‌سازی کرده‌اند (Bendahan & et al, 2004). در این مدل، هدف، شناسایی بهترین راهبرد برای یک بازیگر مشخص است. از این رو، در این مدل به ارائه یک نگاه کلی و تجمیعی برای شناخت کل‌نگرانه سیستم اکتفا نمی‌شود و جزئیات بیشتری مطرح می‌شود.

- آقای لاکوود روش دیگری را موسوم به LAMP^۲ مطرح کرده است که هدف آن پیش‌بینی پیامد موضوع مورد بحث است. در این روش، موضوع باید کاملاً تخصصی و محدود و به دلیل محاسبات پیچیده، تعداد بازیگران به پنج تا شش عدد محدود شود (Lockwood, 2013).

- در سال ۱۹۸۴ بروس بوئودیسکوویتا^۳ مدل انتخاب عقلانی کنشگر-محور^۴ را که بر پایه نظریه مطلوبیت مورد انتظار^۵ بنا شده بود، برای ارزیابی مسائل خط‌مشی درگیر با ذی‌نفعان گوناگون مطرح کرد و تلاش نمود تا با استفاده از داده‌های ورودی محدود، یک مدل پیش‌بینی نسبتاً دقیق ارائه دهد. POLICON نسخه اولیه مدل و FACTIONS مدل مشابهی است که سازمان سیا (CIA) به کار برده است. این مدل‌ها به مثابه ابزاری برای پیش‌بینی مسائل خط‌مشی با بیش از ۹۰ درصد دقت معرفی شده‌اند. بعد از آن، مدل‌ها و معادله‌های ریاضی مبنایی آنها از سوی پژوهشگران بهبود داده شدند (Jesse, 2011). یکی از جدیدترین ابزارهایی که تاکنون در این خصوص تدوین شده است Predictioneer's game نام دارد.

-
1. Allas
 2. Lockwood Analytical Method for Prediction
 3. Bruce Bueno de Mesquita
 4. Agent-Based Rational Choice (ABRC)
 5. Expected Utility (EU)

- در مباحث پیش‌بینی، ابزار تحلیلی MACTOR از سوی گوده^۱ و همکاران در سال ۲۰۰۱ ارائه شد که به بررسی راهبردها و جهت‌گیری‌های بازیگران، نحوه مواجهه با برنامه‌ها و توازن قدرت بین آنها می‌پردازد و وابستگی‌ها، واگرایی‌ها و همگرایی‌های بازیگران را بر روی اهداف و مسائل کلیدی استخراج می‌کند. در واقع، ایشان در حوزه مطالعات آینده، روش جدیدی بر پایه رفتارهای گوناگون بازیگران با هدف تحلیل راهبردهای آنان در محیط‌شان ارائه دادند (Arcade & et al, 1999 & Glenn, 2003).

با مرور انواع مدل‌های تحلیلی بر اساس رفتار بازیگران، که نحوه تکامل سیستم را مدنظر قرار می‌دهد، می‌توان دو خاستگاه اصلی برای روش‌های مرتبط با موضوع پژوهش یافت: یکی از این خاستگاه‌ها به کارها و فعالیت‌های مدرسه فرانسوی la prospective و به‌ویژه سناریونویسی موردنظر گوده باز می‌گردد. این روش در پاسخ به انتقادهای شدیدی که معطوف به برون‌یابی سنتی در روش‌های پیش‌بینی بود توسعه یافت، زیرا در روش‌های سنتی به نقش تأثیرگذار بازیگران به منزله یک عامل کلیدی در تکامل سیستم بی‌توجهی می‌شد. خاستگاه دیگر این روش‌ها، به متفکران حوزه خط‌مشی‌گذاری و همچنین حوزه علوم مرتبط با مذاکره باز می‌گردد (Bendahan & et al, 2005). تحلیل بازیگران در شرایط مشخص می‌تواند فن مناسبی برای تحلیل سیستم باشد. این شرایط عبارت‌اند از (بنداهان، ۲۰۰۵، دِگوچی و همکاران ۲۰۱۳، جسه، ۲۰۱۱):

- الف) سیستم، دارای پویایی زیاد باشد.
- ب) تعداد بازیگران کلیدی سیستم محدود باشد.
- ج) بازیگران آثار قابل توجهی در تکامل سیستم داشته باشند.
- د) بازیگران دارای هویت مشخص بوده و با توان و امکانات خود تلاش کنند تا سیستم را به سمت نتایج مرجح خود متمایل کنند.
- ه) تعاملات بازیگران در سیستم انعطاف داشته و در قالب‌های همکاری یا رقابت، امکان تجلی داشته باشد.

البته باید توجه داشت تکامل سیستم ممکن است به عوامل دیگری نیز وابسته باشد که بازیگران هیچ کنترل یا اثری روی آنها نداشته باشند (Bendahan, 2005). اکوسیستم

رسانه‌های نوین صوتی - تصویری، نقش‌های نوینی را به فضای رسانه‌های مرسوم تحمیل کرده‌اند و به دنبال آن عرصه منازعه جدیدی شکل گرفته است که در آن بازیگران جدیدی درصدد سهم گرفتن از این فضا هستند. بی‌تردید نقش‌های جدیدی که به‌واسطه زیرساخت‌های نوین رسانه‌های صوتی- تصویری قابل تعریف و شکل‌گیری‌اند، تغییرات قابل توجهی در تکامل حوزه رسانه ایجاد خواهند کرد. از این‌رو فنون مرتبط با تحلیل نقش و اثر بازیگران می‌تواند برای بررسی آینده‌های بدیل رسانه‌های صوتی - تصویری مناسب باشد.

روش پژوهش

همان‌طور که پیش‌تر ذکر شد، ایده اصلی در روش‌های مبتنی بر تحلیل بازیگران مرتبط با موضوع، این است که سیستم مورد مطالعه چند بازیگر دارد که در مسائل کلیدی منافع گوناگونی دارند و تلاش می‌کنند با استفاده از اختیارات خود، نتایج را به سمت علایق خود بکشانند. بازیگران، این کار را یا با نفوذ مستقیم خود انجام می‌دهند یا با تأثیرگذاری روی بازیگران دیگر. در روش پیشنهادی تلاش شده است ضمن مطالعه این روش‌ها و استفاده از ایده‌های تحلیلی هریک، روش جدیدی برای تحلیل بازیگران به‌منظور شناسایی مناقشات آنها ارائه شود. اجزایی که در این روش تعریف می‌شوند، عبارت‌اند از: بازیگران^۱ یا ذی‌نفعان^۲، مسائل^۳، موقعیت^۴، اصرار^۵، توان^۶ و نفوذ^۷ (کمپونوو و پیگنیر، ۲۰۰۲، جسه، ۲۰۱۱) که تعاریف آنها در ادامه آمده است.

۱. مسئله، عبارت از ایده یا عنوانی است که مورد بحث یا مناقشه است و نتیجه و برون‌داد آن، بر نحوه تکامل سیستم در آینده تأثیرگذار خواهد بود. همچنین بازیگران از موقعیت‌ها و ابزارهای متفاوتی برای تحت نفوذ درآوردن برون‌داد آنها برخوردار خواهند بود.

۲. هر بازیگر یا ذی‌نفع به منزله نهادی در نظر گرفته می‌شود که سهمی در سیستم مورد مطالعه دارد و با بسیج منابع تحت اختیار خود و تحت نفوذ درآوردن نتایج مسائل به‌صورت

-
1. Actors
 2. Stakeholders
 3. Issues
 4. Position
 5. Saliency
 6. Clout
 7. Influence

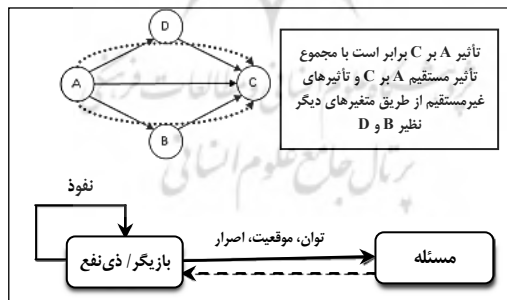
مستقیم و غیرمستقیم در تکامل سیستم نقش بازی می کند.

۳. موقعیت هر بازیگر یا ذی نفع نسبت به مسئله بر پیامد مرجح او نسبت به مسئله در هم راستایی با اهدافش دلالت دارد. معمولاً موقعیت را در طیف راهبردها یا اهداف ارزیابی می کنند، به ویژه از آن حیث که طیف راهبردها بیانگر فضای چانه زنی بازیگر/ذی نفع است.

۴. اصرار بر موضوع برای بازیگر یا ذی نفع، اهمیت توجه ذهنی او را نسبت به موضوع و سهم آن در دستیابی به اهدافش نشان می دهد و به نوعی به میزان اراده او برای اعمال نفوذ روی مسئله دلالت دارد.

۵. توان بازیگر یا ذی نفع در حل مسئله، بیانگر میزان توانمندی او برای نفوذ مستقیم روی پیامدها با استفاده از ابزارهایی است که در اختیار دارد (Bendahan, 2005; Jessa, 2011). به طور خلاصه، این مهم به توانایی تحمیل اراده بر دیگران به صورت اجبارآمیز دلالت دارد.

۶. نفوذ یک بازیگر روی بازیگر دیگر، بیانگر توان تحت نفوذ در آوردن رفتار سایر بازیگران است و به نوعی بر توانایی تحمیل اراده به صورت غیراجبارآمیز دلالت دارد. نمودار ۲ اجزای پیش گفته را به تصویر کشیده است.



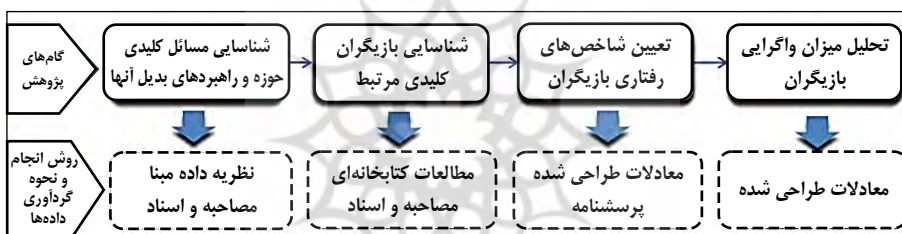
نمودار ۲. اجزای تحلیل رفتار بازیگران در روش پیشنهادی اقتباس از (Bendahan & et al, 2005)

این پژوهش را می توان پژوهشی آمیخته از انواع کمی و کیفی تلقی کرد. روش پیشنهادی، ضمن نگاه عمومی به سیستم، مانند آنچه در روش MACTOR است، از مزایای روش مطلوبیت مورد انتظار نیز استفاده می کند. در روش پیشنهادی، هدف این است که

1. Coercive
2. NonCoercive

میزان واگرایی بازیگران نسبت به پیامد مسائل تحلیل شود. به‌طور خلاصه، ویژگی‌های این روش عبارت‌اند از:

- (الف) این پژوهش از نگاه یک بازیگر به موضوع نگاه نمی‌کند (مانند EU).
- (ب) نگاه کل‌نگر به سیستم موردنظر دارد (مطابق آنچه در MACTOR وجود دارد).
- (ج) موضع بازیگران در هر یک از مسائل می‌تواند زمینه مناسبی برای دستیابی به مسائل مورد مناقشه به‌دست دهد.
- (د) متغیر توان، موقعیت، اصرار و نفوذ در یک سازوکار یکپارچه تحلیل می‌شوند.
- مراحل پژوهش در نمودار ۳ به تصویر کشیده شده است. در ادامه، هر یک از گام‌ها تشریح می‌شود.



نمودار ۳. مراحل پژوهش

در گام اول روش تحلیل داده‌ها، نظریه‌پردازی داده‌مبنا با رویکرد ساخت‌گرایانه شارماز^۱ به کار می‌رود. روش نظریه‌پردازی داده‌مبنا، اغلب برای تدوین نظریه‌هایی به کار می‌رود که ریشه در داده‌های خام دارند. رویکرد شارماز نیز یکی از رویکردهای طرفدار برای این روش است (کرسول، ۲۰۱۲). منابع داده‌ها با استفاده از نمونه‌گیری نظری در پنج دسته تنظیم شده‌اند: نخست، دیدگاه‌های خبرگان که در آن علاوه بر انجام مصاحبه به مصاحبه‌های منتشر شده در کتاب پایان تک‌صدایی مشتمل بر ۱۴ مصاحبه عمیق با مسئولان و کارشناسان (صادقی، ۱۳۹۲) این حوزه، با لحاظ تنوع در حوزه‌های فعالیت ارجاع داده شده است. دوم، اسناد قانونی کشور مرتبط با محدوده پژوهش. سوم، آیین‌نامه داخلی نهادهای مرتبط. چهارم، طرح‌های مرتبط مطرح‌شده در مجلس و نظریات کارشناسی مجلسیان، و در نهایت، اخبار و اسناد منتشرشده در این حوزه در سال ۹۳ و ۹۴ از سوی نهادهای رسمی مرتبط. شایان ذکر است که هر پنج دسته نمونه‌گیری فوق از نوع هدفمند

بوده‌اند.

در گام دوم به منظور شناسایی بازیگران کلیدی، بر مطالعه اسناد بالادستی، تغییرات زنجیره تأمین (با توجه به رسانه‌های نوین) و مصاحبه‌های مرحله اول تأکید شده است. بعد از شناسایی شاخص‌های رفتاری بازیگران، در گام سوم، با استفاده از تکنیک پرسشنامه، معادلات طراحی شده در گام چهارم، ابزاری برای تحلیل داده‌ها در اختیار می‌گذارند. پرسشنامه‌ها با تعداد ۷۱ عدد در دو بخش، یکی برای سنجش میزان تأثیر (نفوذ) بازیگران و دیگری برای سنجش سه متغیر موقعیت، اصرار و توان طراحی شدند. شیوه نمونه‌گیری نیز بر اساس ترکیب سه روش ارائه شده از سوی کینان^۱ شامل ارتباطات شخصی، ذی‌نفعان و فرآیندی بوده است (Keenan, 2002, 46).

معادلات طراحی شده و شرح مختصری از آنها در ادامه آمده است:

برای محاسبه میزان نفوذ غیرمستقیم (MDII) از ابزار میک‌مک^۲ و با ورودی داده‌های مشخصه نفوذ استفاده شده است. این ابزار از سوی گوده برای تعیین میزان اثرپذیری و اثرگذاری متغیرها طراحی شده که در این پژوهش برای محاسبه میزان نفوذ غیرمستقیم به کار رفته است. MDII ماتریسی است که داده‌های آن معرف اثر بازیگران بر یکدیگرند. بعد از محاسبه میزان نفوذ، تحلیل مسائل و پیامدهای مورد انتظار هر یک اهمیت دارد. برای این منظور لازمست توان واقعی بازیگران، بر اساس ضریب تأثیرگذاری آنها محاسبه شود. معادلات (۱)، (۲) و (۳) برای محاسبه K_a به منزله ضریب تأثیر بازیگر a به کار رفته‌اند:

$$I_a = \sum_{b \neq a} MDII(a, b) \quad (۱)$$

$$D_a = \sum_{b \neq a} MDII(b, a) \quad (۲)$$

$$K_a = I_a / (I_a + D_a) \quad (۳)$$

در این معادلات، I_a میزان تأثیرگذاری بازیگر a و D_a میزان تأثیرپذیری بازیگر a است. متغیر دیگری که در محاسبات اهمیت زیادی دارد، توان بازیگران است که معرف میزان منابع یک بازیگر برای اثرگذاری مستقیم در مسئله است. اما توان واقعی بازیگران به دلیل شرایطی که دو اصل زیر ایجاب می‌کند، با توان اصلی که در داده‌های ورودی

1. Keenan

2. MicMac

معرفی شده متفاوت است.

اصل یک) هر بازیگر علاوه بر توان خود برای اثرگذاری بر مسئله، به صورت مستقیم با نفوذ در بازیگران دیگر، توان آنها را نیز به کار می‌گیرد. (+)

اصل دوم) توان کلی هر بازیگر بر اساس میزان تأثیرپذیری، از سوی بازیگران دیگر به کار گرفته می‌شود. (-)

معادله (۴) برای محاسبه توان واقعی بازیگر a بر روی مسئله i ام (TrueClo (a,i) و معادله (۵) برای محاسبه پیامد مسئله i ام (Outcome (i) به کار می‌رود. در این معادلات، MPos نشانگر ماتریس موقعیت، MSal نشانگر ماتریس میزان اصرار و MClo نشانگر توان اختصاصی به هر مسئله از سوی بازیگران است.

$$\text{True Clo (a, i)} = \frac{\text{MClo (a, i)} + \sum_b \text{MDll (a, b)} * \text{MClo (b, i)}}{\sum_a \sum_b \text{MDll}} * k_a \quad (۴)$$

$$\text{Outcome}_i = \quad (۵)$$

بعد از محاسبه پیامد مورد انتظار هر مسئله، می‌توان میزان نارضایتی هر بازیگر را از این پیامد با محاسبه فاصله موضع مرجح هر بازیگر از پیامد پیش‌بینی شده، با توجه به میزان اصرار او روی این مسئله و توان واقعی او در این خصوص محاسبه کرد. معادله (۶) این محاسبه را نشان می‌دهد:

$$\text{Divergence}_i = \sum_a |\text{MPos(a, i)} - \text{Outcome}_i| * \text{MSal(a, i)} * \text{TruClo(a, i)} \quad (۶)$$

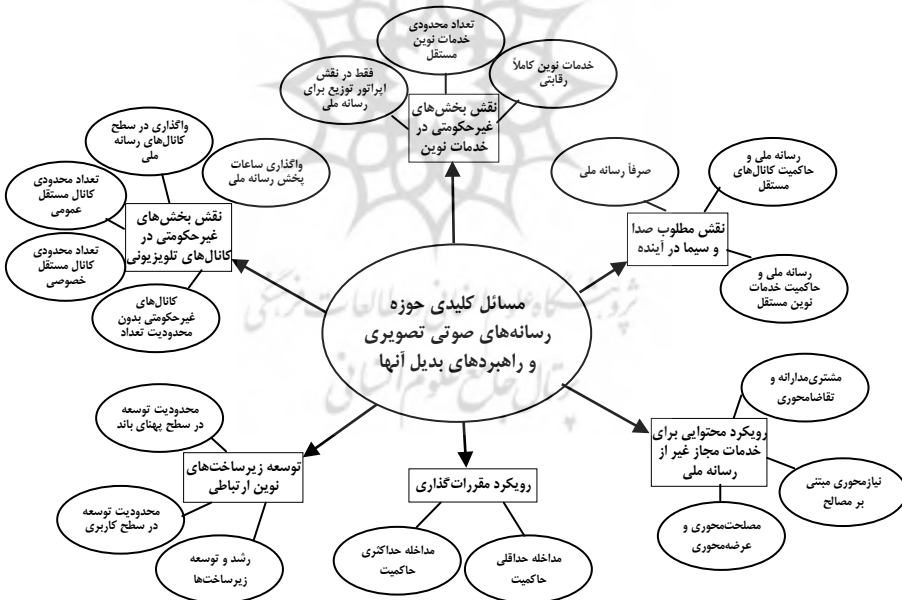
در واقع، نتیجه این معادله نشان می‌دهد که بازیگران چقدر بر سر مسائل گوناگون توافق دارند. هرچه این عدد بزرگ‌تر باشد، مناقشه بر سر مسئله مرتبط بیشتر خواهد بود. بنابراین این عدد می‌تواند مسائلی را مشخص کند که بازیگران بر سر آن با هم مناقشه دارند.

یافته‌های پژوهشی

در این بخش از مقاله، یافته‌های پژوهشی متناسب با گام‌های بخش روش‌شناسی مطرح می‌شوند.

گام اول: شناسایی مسائل کلیدی و راهبردهای بدیل آنها

مطابق آنچه در بخش قبل ذکر شد، مسائل کلیدی با استفاده از روش تحلیل کیفی نظریه پردازی داده‌مبنا با رویکرد ساخت‌گرایانه شارماز شناسایی شده‌اند. این داده‌ها در دو مرحله کدگذاری شدند؛ در مرحله کدگذاری اولیه، تعداد ۱۸۵ مقوله و در مرحله کدگذاری متمرکز، تعداد ۲۸ مقوله شناسایی شدند. در مرحله کدگذاری نظری، شش محور اصلی و مجموعاً ۲۲ راهبرد که هر یک متناظر با این محورها بودند استخراج شدند. مدل استخراج‌شده با برخی از خبرگان مشارکت‌کننده اعتبارسنجی شده و شش مسئله کلیدی و راهبردهای بدیل هر یک (که با استفاده از روش نظریه پردازی داده‌مبنا استخراج شدند) در نمودار ۴ نمایش داده شده‌اند.



نمودار ۴. مسائل کلیدی و راهبردهای بدیل آنها با استفاده از نظریه داده‌مبنا

یکی از مسائل کلیدی شناخته‌شده در حوزه رسانه‌های صوتی-تصویری، مسئله «فعالیت بخش‌های غیرحکومتی در کانال‌های تلویزیونی» است. در حال حاضر، تنها نهاد رسمی ارائه‌دهنده کانال‌های تلویزیونی، سازمان صداوسیماست که در قالب رسانه ملی فعالیت می‌کند. سابقه تقاضا برای فعالیت رسانه‌ای در قالب کانال‌های تلویزیونی به سال‌های

گذشته برمی‌گردد. مصوبه شورای عالی انقلاب فرهنگی در سال ۱۳۷۲ مبنی بر استفاده از امکانات صداوسیما برای سایر دستگاه‌ها، همچنین نظر تفسیری شورای نگهبان در سال ۱۳۷۹، مؤید چنین تقاضاهایی است. در سال‌های اخیر نیز درخواست‌های گوناگونی برای ارائه کانال‌های تلویزیونی مطرح شده است. مانند فدراسیون‌های ورزشی، آموزش و پرورش، نهادهای فرهنگی و نظایر آن. با یک نگاه آینده‌نگرانه و کل‌نگر، این سؤال پیش می‌آید که آیا باید ظرفیت‌های کشور را برای ارائه کانال‌های تلویزیونی در لَوای رسانه ملی فعال ساخت یا مستقل از آن! راهبردهای گوناگونی به پوشش نقش نهادهای غیرحکومتی در این خصوص پرداخته‌اند؛ از اپراتوری رسانه ملی گرفته تا ارائه کانال‌های مستقل در فضای رقابتی.

در گذشته نیز تلاش زیادی برای سامان‌دهی فضای ارائه خدمات نوین و بهره‌مندی مردم از امکانات جدید در این زمینه صورت گرفته است. اما به دلیل پیچیدگی‌های این فضا و نیاز به نگرش نو به آن و همچنین تنوع دیدگاه‌ها در این خصوص تاکنون نحوه فعالیت بخش‌های غیرحکومتی در این فضا در قالب خط‌مشی مشخصی ارائه نشده است. دیدگاه‌هایی که برای مسئله «نحوه فعالیت بخش‌های غیردولتی در خدمات نوین صوتی تصویری» مطرح شده‌اند، در طیف گسترده‌ای، از اپراتوری رسانه ملی تا خدمات مستقل را پوشش می‌دهند. حامیان دیدگاه اپراتوری رسانه ملی اعتقاد دارند ارائه چنین خدماتی منحصر به سازمان صداوسیماست و بنابراین بخش‌های غیرحکومتی می‌توانند این‌گونه خدمات را فقط اپراتوری کنند؛ مثالی از این دیدگاه، ارائه فراخوان IPTV از سوی سازمان صدا و سیماست. در راهبرد دیگر، ارائه خدمات نوین بخش‌های غیرحکومتی در قالب تعداد محدودی مجوز و به شکل مستقل پیشنهاد شده است. راهبرد نهمی، رقابتی شدن این فضا را به صورت کامل مدنظر قرار می‌دهد.

مسئله کلیدی سوم، جایگاه مطلوب سازمان صدا و سیما را در آینده مدنظر قرار می‌دهد و مسئله کلیدی چهارم، با درنظر گرفتن طیفی از دیدگاه‌های عرضه‌محور تا دیدگاه‌های تقاضامحور، رویکرد محتوایی رسانه‌های آینده را موردسؤال قرار داده است. در مسئله پنجم، میزان مداخله حاکمیت در کنترل فضای رسانه‌ای، از مداخله حداقلی تا حداکثری بررسی شده و در نهایت نگرش به رشد زیرساخت‌های نوین ارتباطی، به‌منظور برخورداری از قابلیت ارائه خدمات صوتی - تصویری در طیفی از رویکردهای محدودکننده تا توسعه‌دهنده مطرح شده است.

گام دوم: شناسایی بازیگران کلیدی

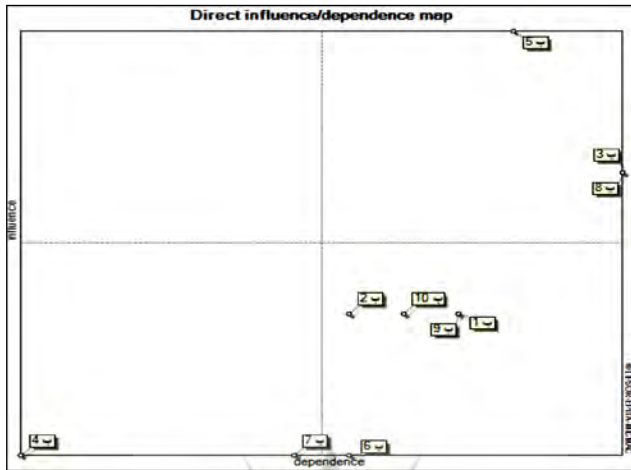
بازیگران کلیدی در این حوزه را می‌توان به دو دسته اصلی بازیگران رسمی و غیررسمی تقسیم کرد. بازیگران رسمی، بازیگرانی هستند که در حوزه قضایی کشور تحت قوانین و مقررات کشوری فعالیت می‌کنند و بازیگران غیررسمی، بازیگرانی هستند که خارج از حوزه قضایی کشور و به واسطه قابلیت‌های اینترنت و ماهواره فعالیت می‌کنند. فهرست ارائه‌شده در جدول شماره ۱ بازیگران و علامت اختصاری آنها را نشان می‌دهد.

جدول ۱. فهرست بازیگران شناسایی شده

نام بازیگر	به اختصار	نام بازیگر	به اختصار
اپراتورهای مخابراتی	ب ۱	سرمایه‌گذاران مستقل	ب ۶
بازیگران غیررسمی	ب ۲	شورای عالی فضای مجازی	ب ۷
تولید و تأمین‌کنندگان محتوا	ب ۳	مردم	ب ۸
رهبران دینی	ب ۴	وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات	ب ۹
سازمان صدا و سیما	ب ۵	وزارت ارشاد و فرهنگ اسلامی	ب ۱۰

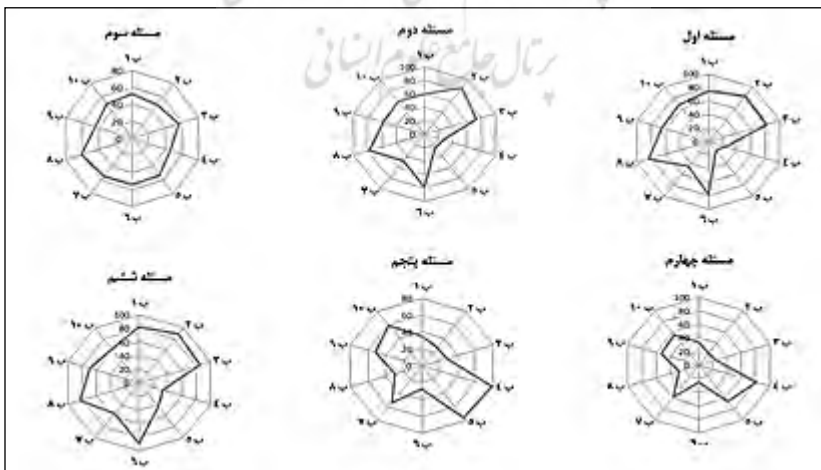
گام سوم: تعیین شاخص‌های رفتاری بازیگران

همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد، برای سنجش برآورد راهبردهای یک مسئله و میزان واگرایی بازیگران در این خصوص، چهار متغیر اصلی مشتمل بر موقعیت، توان و میزان اصرار بازیگران در هر مسئله و قدرت نفوذ آنها به منزله ورودی مورد نیاز است. با ارائه داده‌های مرتبط با نفوذ به نرم‌افزار میک‌مک و شکل‌گیری ماتریس MDII، نمودار ۵ جایگاه هر یک از بازیگران را با ملاحظه اثرپذیری و اثرگذاری آنها نشان می‌دهد.



نمودار ۵. موقعیت بازیگران در خصوص میزان اثرگذاری و اثرپذیری بر اساس نرم‌افزار Micmac

در محاسبه موقعیت بازیگران در هر مسئله و ماتریس MPos، با ارائه طیف راهبردهای هر مسئله، از پرسش‌شوندگان خواسته شد تا موضع بازیگران را در هر مسئله با توجه به راهبردها مشخص کنند. موضع بازیگران عددی بین ۱ تا ۱۰۰ خواهد بود که محدوده‌های مشخصی از آن، به راهبردها اختصاص داده شده است. شکل‌های هندسی گوناگون در نمودار ۶، متناسب با داده‌های موقعیت ترسیم شده‌اند.



نمودار ۶. موقعیت بازیگران گوناگون در مسائل کلیدی حوزه رسانه، بر اساس راهبردهای بدیل

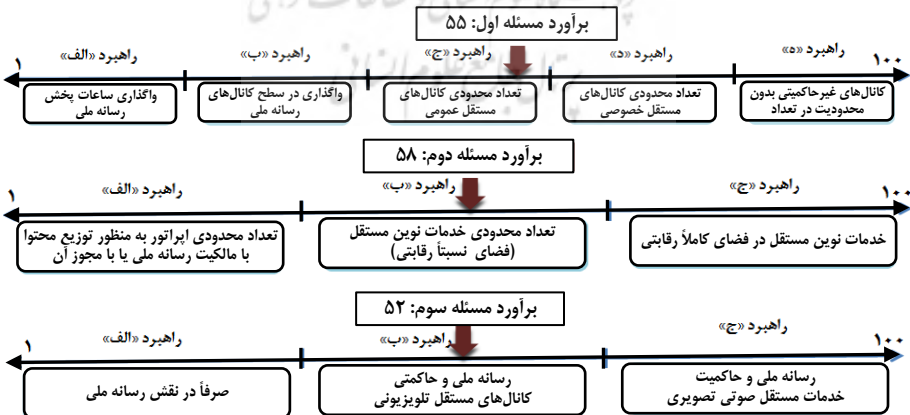
جداول زیر، میزان اصرار و توان بازیگران را در ارتباط با مسائل کلیدی نشان می‌دهند. جدول سمت راست، داده‌های میزان اصرار (MSal) و سمت چپ، داده‌های توان (MClo) را نشان می‌دهد.

جدول ۲. ماتریس میزان اصرار بازیگران بر موضع خود در هر مسئله و توان آنها

مسئله اول	ب۱	ب۲	ب۳	ب۴	ب۵	ب۶	ب۷	ب۸	ب۹	ب۱۰
مسئله اول	۲/۶۴	۳/۲۱	۳/۱۷	۳/۱۵	۳/۴۸	۳/۲۱	۲/۴۳	۲/۹۲	۲/۷۸	۲/۹۳
مسئله دوم	۳/۰۳	۳/۱۷	۳/۰۳	۳/۸۳	۳/۵۷	۳/۲۳	۲/۹۰	۳/۰۰	۳/۰۰	۲/۹۰
مسئله سوم	۲/۹۷	۳/۱۹	۳/۰۳	۳/۰۴	۳/۳۵	۲/۸۳	۲/۶۲	۲/۸۶	۲/۸۶	۲/۹۳
مسئله چهارم	۳/۰۳	۳/۲۷	۳/۳۵	۳/۴۱	۳/۴۲	۳/۱۳	۳/۳۳	۲/۷۰	۲/۷۰	۲/۹۷
مسئله پنجم	۳/۱۳	۳/۲۰	۳/۳۱	۳/۳۱	۳/۰۰	۳/۰۰	۳/۰۰	۲/۸۳	۲/۸۳	۳/۰۰
مسئله ششم	۲/۴۵	۳/۴۸	۳/۴۷	۳/۲۸	۳/۲۳	۲/۳۰	۳/۲۳	۳/۱۳	۳/۱۳	۳/۱۷

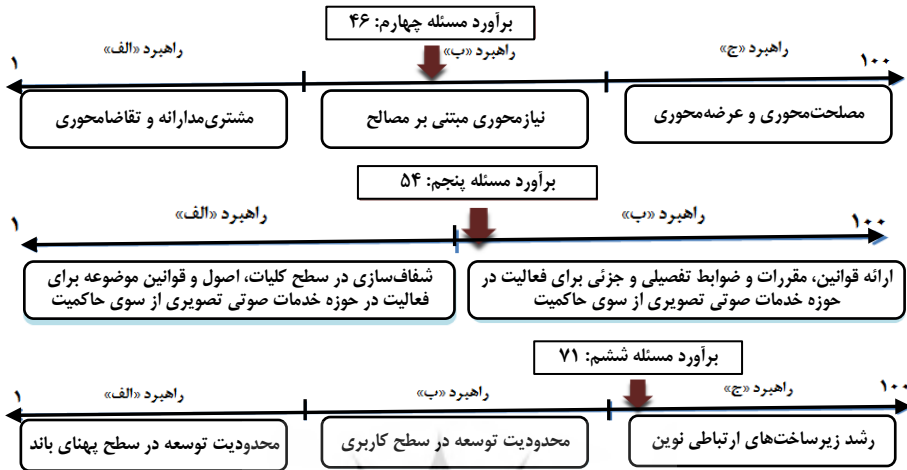
گام چهارم: تحلیل میزان واگرایی بازیگران در مسائل کلیدی

همان‌طور که ذکر شد، بازیگران با موضعی که در خصوص هر مسئله دارند و میزان اصرار خود بر موضع و همچنین با توجه به میزان توان واقعی که برای تغییر مسئله به نفع خود به کار می‌گیرند، در پیامد (برآورد نتیجه) هر مسئله اثر می‌گذارند. نمودار ۷ نتایج حاصل را با توجه به معادلات مرتبط در بخش روش‌شناسی نشان می‌دهد. برای پیاده‌سازی معادلات از محیط برنامه‌نویسی و ویژوال بیسیک^۱ در ماکروسافت اکسل^۲ استفاده شده است.



1. Visual Basic (VB)
2. Microsoft Excel

بررسی مناقشات بازیگران رسانه‌های صوتی - تصویری ایران در افق پنج ساله ... ۴۷



نمودار ۷. برآورد پیامد مسائل شش‌گانه با استفاده از معادله (۵)

در نهایت، با محاسبه مجموع فاصله موضع هریک از بازیگران در هر مسئله از پیامد برآوردشده، شاخص واگرایی در مسئله مورد نظر حاصل می‌شود. جدول (۳) میزان واگرایی برآوردشده را به ازای هر مسئله نشان می‌دهد.

جدول ۳. برآورد میزان واگرایی بازیگران در مسائل، بر اساس معادله (۶)

شاخص میزان واگرایی بازیگران	
مسئله اول	۰/۵
مسئله دوم	۰/۵
مسئله سوم	۰/۱
مسئله چهارم	۰/۵
مسئله پنجم	۰/۴
مسئله ششم	۰/۴

همان‌طور که نتایج منعکس شده در این جدول نشان می‌دهد، مسئله اول، دوم و چهارم از جمله مسئله‌هایی هستند که بیشترین واگرایی در موضع هر یک از بازیگران در آنها بوده است. بر همین اساس می‌توان گفت: بیشترین مناقشه بازیگران بر سر این سه مسئله است.

جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

در ادبیات خط‌مشی‌گذاری و آینده‌پژوهی، تحلیل رفتار بازیگران یکی از ابزارهای کلیدی

برای ارائه راهبردها و خط‌مشی‌هاست؛ به‌ویژه در سیستم‌هایی که دارای پویایی زیاد بوده و بازیگران مستقل با رفتار خود تکامل سیستم را تحت تأثیر قرار می‌دهند. کاربردهای این ابزار بیشتر در حوزه اصول و فنون مذاکره، روابط بین‌الملل و سیاست‌های خارجی و شناسایی سناریوهای آینده به‌منظور آمادگی برای آینده است. در حوزه رسانه‌های صوتی - تصویری نیز یکی از دغدغه‌ها، شناسایی آینده این حوزه و ارائه راهبردهای پایدار برای مدیریت آن است.

در سال‌های گذشته، به‌دلیل ماهیت انحصار حاکم بر این حوزه و سخت بودن ورود و خروج از آن، مدیریت این فضا براساس پیش‌بینی‌های رایج بسیار ساده بود. اما با ورود اینترنت و حضور بازیگران غیررسمی خارج از حوزه قضایی، همچنین ورود بازیگران بالقوه‌ای که متقاضی فعالیت در فضای رسمی بودند، چالش‌های جدیدی ایجاد شد؛ به‌طوری‌که نبود شناخت کامل درباره رفتار بازیگران و مناقشات آنها، استفاده از فرصت‌های ایجادشده برای رسانه‌های جدید (مانند IPTV و OTT) را به تأخیر انداخته است.

در این مقاله تلاش شده است تا به شکلی علمی و روش‌مند و برپایه تحلیل نشانگرهای رفتاری بازیگران، مناقشات اصلی آنها در این عرصه بررسی شود تا مبنایی برای جهت‌گیری‌های بعدی فراهم آید. یکی از نشانگرهای رفتاری بازیگران، میزان اثرگذاری آنها روی بازیگران دیگر است و اینکه تا چه اندازه قدرت بسیج امکانات دیگران را برای دستیابی به نتایج مرجح خود در مسائل کلیدی دارند. سه نشانگر رفتاری دیگر که مبنای تحلیل است، مشتمل بر نتیجه مرجح هر بازیگر در هر مسئله تحت عنوان موقعیت، میزان اصرار او بر آن نتیجه و در نهایت، توان اختصاص داده برای رسیدن به آن نتیجه است.

بر اساس نتایج پژوهش، مسائل کلیدی این حوزه که به نوعی زمین بازی بازیگران پیش‌گفته را تعیین می‌کند و رفتار بازیگران در جهت و سمت و سوی آنها مؤثر است، مشتمل بر شش مسئله است. به‌عنوان مسئله اول و دوم، با توجه به الزامات کشوری و ویژگی‌های زیست‌بوم ما، همواره نقش بخش خصوصی و سایر بخش‌های غیرحکومتی در حوزه رسانه، به‌ویژه رسانه‌های جمعی صوتی - تصویری با چالش جدی روبرو بوده است. با ظهور رسانه‌های جدید، تقاضا از سوی این نهادها برای ارائه خدمات نوین نیز به‌صورت جدی‌تر مطرح شده است اما هنوز اجماع جدی برای نقش آنها و نحوه حضورشان در عرصه رسانه وجود ندارد. به‌علاوه، نقش مناسب سازمان صداوسیما با توجه به متون قانونی

و شرایط جدید، یکی از مسائل مهم در این حوزه است. مسئله چهارم، رویکرد محتوایی برای این نوع رسانه‌هاست. با توجه به قابل دسترس شدن انواع محتوا از فضاهای عمومی اینترنت و فاصله قابل توجه بین محتوای مبتنی بر مصالح و محتوای مبتنی بر نیازهای جدید ایجاد شده در این فضا، رویکرد غالب برای محتوای رسانه‌های جدید همچنان به‌عنوان یک مسئله مطرح است. مسئله پنجم، نحوه مقررات‌گذاری برای رسانه‌های موضوع مقاله، به‌ویژه رسانه‌های جدید است. تاکنون رویکرد مداخله حداکثری حاکمیت بر این فضا حاکم بوده اما با ظهور انواع رسانه‌های جدید و به‌ویژه نقش آفرینی بخش‌های غیرحکومتی در این حوزه، این رویکرد با چالش جدی مواجه است. در مسئله ششم، رویکرد توسعه زیرساخت‌های ارتباطی به‌عنوان یکی از مسائل مطرح شده است. این رویکرد می‌تواند بسیار محدودکننده در سطح زیرساخت‌ها و کاربردها باشد یا رویکرد انبساطی به‌منظور توسعه کسب‌وکارها و به‌ویژه خدمات صوتی - تصویری. نتایج این پژوهش نشان می‌دهند که سه مسئله اول، دوم و چهارم از جمله مسائلی هستند که بیشترین عدم توافق بین بازیگران درباره آنها وجود دارد. می‌توان این سه محور را در ادامه در پژوهش‌های آتی، به مثابه مبنای سناریوهای آینده رسانه‌های صوتی - تصویری مدنظر قرار داد تا بتوان راهبردهای پایداری بر پایه این سناریوها برای مدیریت این فضا و با بهره‌گیری از تکنیک‌های تصمیم‌گیری پابرجا ارائه کرد.

در مسائلی هم که اجماع شایان توجهی وجود دارد (مسئله سوم، پنجم و ششم) می‌توان مبنایی برای جهت‌گیری‌ها در آن مسئله‌ها قرار داد. برای مثال در مسئله پنجم، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در این رویکرد که: با توجه به تنوع رسانه‌های نوین ضمن لزوم مداخله حداکثری حاکمیت در برخی حوزه‌ها، رویکرد غالب، مداخله حداقلی حاکمیت و استفاده از ظرفیت مردم و بخش خصوصی است (به عبارتی خودتنظیمی)، اجماع شایان توجهی وجود دارد. لازم به ذکر است که آگاه‌سازی مردم و بخش خصوصی، همچنین شفافیت اصول قانونی، مقدمه چنین رویکردی خواهد بود.

توسعه زیرساخت‌های نوین ارتباطی نیز نقش شایان توجهی در رسانه‌های صوتی - تصویری آینده دارد. اما به‌دلیل کنترل‌ناپذیری یا سخت‌کنترل بودن فضاهای جدید ایجاد شده، حاکمیت در توسعه این زیرساخت‌ها با چالش مواجه می‌شود. در این خصوص، نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهند که ضمن محدود کردن برخی کاربری‌های جدید، مناسب آن است که رویکرد غالب، توسعه این زیرساخت‌ها باشد.

همچنین مطابق با نتایج پژوهش در بخش شناسایی میزان اثرگذاری و اثرپذیری بازیگران، بیشترین اجماع نظرها به نقش مطلوب سازمان صدا و سیما در فضای رسانه‌های صوتی - تصویری آینده مرتبط می‌شود. می‌توان ادعا کرد که این مسئله می‌تواند نقطه شروع ایجاد اجماع باشد و با لحاظ آن به منزله پایه، سایر مسائل را بر اساس آن بازسازی کرد. حدود و ثغور این نقش را حاکمیت کانال‌های تلویزیونی و تصدی‌گری رسانه ملی تعیین می‌کند. با نگاهی به نتایج به‌دست آمده، «سازمان صدا و سیما»، «تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان محتوا» و «مردم» سه بازیگر ذی‌نفوذ در عرصه رسانه‌های صوتی - تصویری هستند که بیشترین تضاد دیدگاه‌ها به این سه بازیگر مرتبط می‌شود. با توجه به اینکه «سازمان صدا و سیما» در نقش بازیگر حاکمیتی و «تولیدکنندگان و تأمین‌کنندگان محتوا» اغلب در نقش بازیگران غیرحاکمیتی فعالیت می‌کنند، بازیگر سوم یعنی «مردم» تعیین‌کننده رقابت میان این دیدگاه‌ها هستند. به عبارتی، برای دستیابی به اجماع در این حوزه باید نقطه معتدلی را میان این دیدگاه‌ها ایجاد کرد که نقش مردم در این میان بسیار قابل تأمل است. در انتها، با توجه به ظرفیت فوق‌العاده رسانه‌های جدید، به‌ویژه رسانه‌های تعاملی، احتمال تضعیف نقش فراگیر رادیو و تلویزیون بسیار جدی است، بنابراین مسئولان امر باید دقت کنند و خود را برای مواجهه با طیفی از چالش‌های شگفتی‌ساز آماده کنند. نکته مهم افزایش قدرت انتخاب استفاده‌کنندگان است که در رسانه‌های نوین بسیار حایز اهمیت است و رسانه‌های سنتی را به حاشیه می‌رانند.

فهرست منابع

۱. صادقی، فواد (۱۳۹۲)، پایان تک‌صدایی، انتشارات میراث اهل قلم.
۲. کروتی، د.؛ هوینس، و. (۲۰۰۳)، رسانه و جامعه: صنایع، تصاویر و مخاطبان، ترجمه مهدی یوسفی و سیدرضا مرزانی، انتشارات دانشگاه امام صادق
۳. کریبر، گ.؛ مارتین ر. (۲۰۰۸)، فرهنگ‌های دیجیتال: درک رسانه‌های جدید، ترجمه وازگن سرکیسیان، مرکز تحقیقات صداوسیما، انتشارات سروش.

ب) منابع لاتین

1. Arcade, J., et al. (1999). "Structural analysis with the MICMAC method & Actor's strategy with MACTOR method. " Futures Research Methodology, American Council for the United Nations University: The Millennium Project: 1-69 .
2. Bendahan, S., et al. (2004). "Multi-issue actor analysis: tools and models for assessing technology environments. " Journal of Decision Systems 13 (2): 223-253 .
3. Bendahan, S., et al. (2005). "Negotiation in technology landscapes: an actor-issue analysis. " Journal of Management Information Systems 21 (4): 137-172 .
4. Camponovo, G. and Y. Pigneur (2002). Analyzing the actor game in m-business. Proc. First
5. Creswell, J. W. (2012). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches, Sage publications. International Conference on Mobile Business, Athens .
6. Deguchi, H., et al. (2013). "Agent-Based Social Systems. "
7. Glenn, J. C. (2003). "Introduction to the futures research methods series. " Future Research Methodology, version 2 .
8. Jesse, E. (2011). "Forecasting the Future of Iran: Implications for U. S. Strategy and Policy.. " Santa Monica, CA: RAND Corporation .
9. Keenan, M. (2002). " Using expert and stakeholder panels in technology foresight—principles and practice.. " Foresight Methodologies, 45-59 .
10. Lockwood, J. S. (2013). The Lockwood Analytical Method for Prediction (LAMP): A Method for Predictive Intelligence Analysis. Bloomsbury Publishing USA .



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی