



The Impact of Social Networks on Iran's Cultural Diplomacy

Tahereh Jahanparvar

PhD Student in Cultural Sociology, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Communications and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
jparvar@yahoo.com  0000-0002-2098-6861

Zahra Hazrati Soomeh

Associate Professor, Department of Social Sciences and Sociology, Faculty of Social Sciences, Communications and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran (Corresponding author).
z.hazratismeeh@iauctb.ac.ir  0000-0001-6985-0933

Vahid Rashidosh

Assistant Professor, Department of Social Sciences, Faculty of Social Sciences, Communications and Media, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
vah.rashidvash@iauctb.ac.ir  0000-0002-8310-6411

Abstract

This research aims to investigate the impact of social networks on Iran's cultural diplomacy (problem) using a quantitative research method and analyzing data collected from 155 researcher-made questionnaires (method). In the digital age, social networks have become a key tool for cultural exchange and public diplomacy. This study examines the role of these networks and seeks to answer the question: How and through what mechanisms do social networks influence Iran's cultural diplomacy? The findings indicate that social networks have a significant impact on dimensions such as cultural exchange (0.458), Iran's image (0.342), and international collaborations (0.785). The results suggest that social networks are an effective tool for strengthening Iran's cultural diplomacy but require smart strategies, such as producing engaging content and utilizing modern technologies. These outcomes include providing more opportunities for dialogue and interaction, facilitating cultural communication, enhancing Iran's image, cultural exchange, privacy protection, content management, collaboration and engagement, and evaluation and feedback. These findings demonstrate that social networks can serve as an effective tool in formulating and implementing cultural policies (findings and results).

Keywords: Social Networks, Cultural Diplomacy, Digital Resistance, Soft Power, Ira.

Extended abstract

Objective and Research Questions

This study aims to examine the influence of social networks on Iran's cultural diplomacy, employing a quantitative research method and analyzing data collected from 155 researcher-made questionnaires. In the digital age, social networks have become pivotal tools for cultural exchange and public diplomacy. The research seeks to answer the following questions:

- 1- How do social networks impact Iran's cultural diplomacy, and through what mechanisms?
- 2- To what extent do social networks enhance Iran's international image?
- 3- What factors determine the success or failure of Iranian cultural content on global platforms?
- 4- How can the potential of non-state actors (e.g., cultural influencers) be leveraged in digital cultural diplomacy?

Methodology

The study adopts a descriptive-analytical approach, utilizing a cross-sectional survey conducted in Tehran (2023–2024). The sample comprised 155 participants, including cultural institution managers, content creators, and international relations scholars, selected through stratified sampling. Data was collected via a questionnaire with three sections: demographic information, the impact of social networks (25 Likert-scale items), and cultural policy (20 items). Validity was confirmed through confirmatory factor analysis, and reliability was assessed using Cronbach's alpha (0.89) and composite reliability (0.91).

Findings

- 1- Cultural Exchange: Social networks significantly facilitate cultural exchange ($\beta=0.458$), enabling direct interaction between Iranian and global communities.
- 2- International Image: They positively contribute to enhancing Iran's international image ($\beta=0.342$), particularly through content showcasing Iran's heritage and arts.
- 3- Collaborations: A strong impact was observed on international collaborations ($\beta=0.785$), fostering joint cultural projects.
- 4- Challenges: Issues like content management ($\beta=0.524$) and privacy protection ($\beta=0.625$) require strategic policies to mitigate risks.
- 5- Non-State Actors: Influencers play a critical role ($\beta=0.698$), often outperforming formal institutions in engagement metrics (average impact of 4.28 vs. 3.97).

Conclusion

Social networks are transformative tools for Iran's cultural diplomacy, yet their potential remains underutilized due to structural gaps (e.g., lack of localized algorithms). By adopting a "smart resistance" approach—combining indigenous platforms with globally optimized content—Iran can enhance its cultural outreach while safeguarding its digital sovereignty. Future research should explore longitudinal effects and regional variations in engagement patterns.

Keywords: Social Networks, Cultural Diplomacy, Digital Resistance, Soft Power, Iran.



دیپلماسی دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی:

سنجش تأثیر بر روابط فرهنگی بین‌المللی ایران^۱

طاهره جهان پرور

دانشجوی دکتری رشته جامعه‌شناسی فرهنگی، گروه علوم اجتماعی، دانشکده علوم اجتماعی، ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران (نویسنده مسئول).
jparvar@yahoo.com ID 0000-0002-2098-6861

زهرا حضرتی صومعه

دانشیار گروه علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
z.hazratismeeh@iauctb.ac.ir ID 0000-0001-6985-0933

وحید رشیدوش

استادیار گروه علوم اجتماعی دانشکده علوم اجتماعی ارتباطات و رسانه، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی، تهران، ایران.
vah.rashidvash@iauctb.ac.ir ID 0000-0002-8310-6411

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران (مسئله) با استفاده از روش تحقیق کمی و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده از ۱۵۵ پرسش‌نامه محقق - ساخته انجام شده است. در عصر دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به ابزاری کلیدی برای تبادل فرهنگی و دیپلماسی عمومی تبدیل شده‌اند. این مطالعه به بررسی نقش این شبکه‌ها پرداخته و درصدد پاسخ به این پرسش است که شبکه‌های اجتماعی چگونه و با چه سازوکارهایی بر دیپلماسی فرهنگی ایران تأثیر می‌گذارند؟ یافته‌ها نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی بر ابعادی مانند تبادل فرهنگی (۰,۴۵۸)، تصویر ایران (۰,۳۴۲) و همکاری‌های بین‌المللی (۰,۷۸۵) تأثیر معناداری دارند. نتایج پژوهش حاکی از آن است که شبکه‌های اجتماعی ابزاری مؤثر برای تقویت دیپلماسی فرهنگی ایران هستند؛ اما نیازمند راهبردهای هوشمندانه‌ای مانند تولید محتوای جذاب و بهره‌گیری از فناوری‌های نوین می‌باشند.

کلیدواژه‌ها: شبکه‌های اجتماعی، روابط فرهنگی بین‌المللی، دیپلماسی فرهنگی، راهبردهای فرهنگی، ایران.

شاپای الکترونیک: ۲۵۵۸-۶۵۵X / پژوهشکده تحقیقات راهبردی / فصلنامه علمی راهبرد اجتماعی فرهنگی

doi 10.22034/scs.2025.483023.1618



مسئولیت مقاله از نظر محتوای علمی و نظرهای مطرح‌شده در متن آن، به عهده نویسندگان و یا نویسنده مسئول مقاله می‌باشد و مورد تأیید / عدم تأیید صاحب امتیاز نشر به راهبرد اجتماعی فرهنگی نمی‌باشد.

۱. این مقاله برداشتی از رساله دکترای پژوهشگر با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری در توسعه روابط فرهنگی بین‌المللی ایران با سایر کشورها» با راهنمایی دکتر زهرا حضرتی صومعه است.

مقدمه و بیان مسئله

فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به‌ویژه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی چنان در زندگی بشر نفوذ کرده‌اند که نمی‌توان تأثیرات عمیق آن‌ها را بر حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی نادیده گرفت. این تحولات نه تنها شیوه‌های ارتباطی را دگرگون ساخته‌اند بلکه مفاهیم سنتی مانند: مرزهای جغرافیایی، حاکمیت ملی و هویت فرهنگی را نیز دستخوش تغییر کرده‌اند (Castells, 2000; Giddens, 1973). شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین دستاوردهای فناوری اطلاعات، امروزه به ابزاری کارآمد برای تبادل اطلاعات، تعاملات اجتماعی و حتی دیپلماسی بین‌المللی تبدیل شده‌اند (Murat & Cakir, 2010). این سکوها با فراهم آوردن امکان ارتباط سریع و کم‌هزینه برای میلیاردها کاربر در سراسر جهان، مرزهای فیزیکی را درنوردیده و جوامع مجازی جدیدی خلق کرده‌اند که در آن‌ها هویت‌های نوین شکل می‌گیرد (Giddens, 1973).

باین حال، این تحولات صرفاً مثبت نبوده و چالش‌های جدیدی را نیز به همراه آورده‌اند. مسائلی مانند امنیت اطلاعات، حفظ حریم خصوصی، انتشار اخبار نادرست و مدیریت محتوای فرهنگی از جمله این چالش‌ها محسوب می‌شوند (محمدی، ۱۳۹۹). این موارد لزوم توجه جدی‌تر به سیاست‌گذاری‌های مناسب در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات را آشکار می‌سازد. در عصر تحولات دیجیتال، شبکه‌های اجتماعی به عرصه‌ای راهبردی برای دیپلماسی فرهنگی تبدیل شده‌اند. در ایران، با وجود ظرفیت‌های غنی فرهنگی و تأکید اسناد بالادستی مانند «سند دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» (۱۴۰۰) و «منشور مهندسی فرهنگی» بر بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی، شکاف نظری و عملی محسوسی در به‌کارگیری نظام‌مند این ابزارها مشاهده می‌شود. این در حالی است که مطالعات پیشین (مانند: پژوهش محمدی، ۱۴۰۱ و قاضوی، ۱۳۹۵) عمدتاً بر کلیات تأثیر فضای مجازی متمرکز بوده‌اند، بدون آنکه الگوی بومی‌سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران را ارائه دهند. تناقض میان «فرصت‌های بی‌سابقه شبکه‌های اجتماعی برای معرفی فرهنگ ایرانی» (افزایش حضور ایران در سکوها بین‌المللی طی ۵ سال اخیر) با «چالش‌های ساختاری» مانند پراکندگی فعالیت‌های نهادهای فرهنگی در فضای مجازی (بر اساس گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲)؛ عدم انطباق محتوای تولیدی با الگوریتم‌های سکوها جهانی و

ضعف در سنجش نظام‌مند تأثیرگذاری به‌وضوح قابل مشاهده است. در دو دهه اخیر، تحولات دیجیتال، الگوواره‌های دیپلماسی فرهنگی را دگرگون ساخته است (Zhang & Wu, 2022). بر اساس گزارش یونسکو (۲۰۲۳)، ۷۸ کشور از جمله ایران، شبکه‌های اجتماعی را به‌عنوان ابزار اصلی دیپلماسی عمومی به‌کار گرفته‌اند. این تحول در حالی رخ می‌دهد که سند «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» (۱۴۰۰) بر ضرورت بهره‌گیری از فناوری‌های نوین ارتباطی برای معرفی «تمدن ایرانی - اسلامی» تأکید دارد. مطالعات جهانی نشان می‌دهد شبکه‌های اجتماعی با سه سازوکار کلیدی بر دیپلماسی فرهنگی تأثیر می‌گذارند:

۱- کاهش هزینه‌های مبادلات فرهنگی (Golan & et al., 2021)

۲- ایجاد گفتمان‌های فراملی (Adesina, 2022)

۳- بازتعریف قدرت نرم (Bjola & Jiang, 2023)

باین‌حال، در ایران شکاف قابل توجهی بین ظرفیت‌های نظری و عملکرد عملی مشاهده می‌شود. مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴۰۲) در گزارشی نشان داده است که تنها ۳۵ نهاد فرهنگی کشور از راهبرد مدونی برای حضور در سکوه‌های بین‌المللی برخوردارند. این در حالی است که آمارهای رسمی (مرکز آمار ایران، ۱۴۰۲) حاکی از رشد کاربران ایرانی در شبکه‌های اجتماعی طی ۵ سال گذشته است. یافته‌های این تحقیق می‌تواند مبنای عملیاتی‌سازی موارد زیر قرار گیرد:

- بند ۳ سیاست‌های کلی فضای مجازی (ابلاغی رهبری): تقویت دیپلماسی عمومی

- ماده ۱۲ سند دیپلماسی فرهنگی: بهره‌گیری از ظرفیت‌های دیجیتال

- راهبرد ۵ نقشه مهندسی فرهنگی: ایجاد پیوند بین هویت ملی و فناوری‌های نوین.

مسئله اصلی این پژوهش، تناقض میان فرصت‌ها و چالش‌های دیپلماسی فرهنگی دیجیتال در ایران است. از یک‌سو، ظرفیت‌های بی‌نظیری مانند، وجود ۸۰ میلیون کاربر فعال (Internet World Stats, 2023)؛ غنای محتوای فرهنگی (رتبه جهانی در میراث ناملموس یونسکو) و حضور پررنگ کنشگران مردمی (افزایش ۱۵۰ تایی پیج‌های فرهنگی در اینستاگرام) و از سوی دیگر چالش‌های ساختاری مانند پراکندگی نهادی (حاتمی‌زاده، ۱۴۰۱)، فقدان الگوی بومی سنجش تأثیر (قاضوی، ۱۳۹۸) و تحریف‌های نظام‌مند فرهنگی (سازمان فضای مجازی، ۱۴۰۲) است. این پژوهش در ارتباط مستقیم با بند ۳ سیاست‌های کلی فضای مجازی (ابلاغی مقام معظم رهبری) است که بر «تقویت دیپلماسی عمومی هوشمند» تأکید دارد.

همچنین یافته‌های آن می‌تواند به اجرای ماده ۷ سند مهندسی فرهنگی (مبتنی بر پیوند فناوری و هویت ملی) کمک کند. در عصر تحولات دیجیتال، دیپلماسی فرهنگی شاهد تحولات بنیادین بوده است. بر اساس گزارش شورای فرهنگی بریتانیا (۲۰۲۳)، ۸۹ کشور از شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار اصلی دیپلماسی عمومی استفاده می‌کنند. این تحول در حالی رخ می‌دهد که سند «دیپلماسی فرهنگی جمهوری اسلامی ایران» (۱۴۰۰) بر ضرورت بهره‌گیری هوشمندانه از این فناوری‌ها تأکید دارد. امروزه شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین عرصه برای تبادلات فرهنگی بین کشورها تبدیل شده‌اند. آمارهای جهانی نشان می‌دهد بیش از ۸۵ درصد دولت‌ها از این سکوها برای معرفی فرهنگ خود استفاده می‌کنند (UNESCO, 2023). ایران نیز با دارا بودن تمدنی کهن و تنوع فرهنگی بی‌نظیر، از این قاعده مستثنی نیست. در سال‌های اخیر، نهادهای مختلف فرهنگی کشور فعالیت‌هایی در فضای مجازی داشته‌اند؛ اما به نظر می‌رسد این اقدامات بیشتر پراکنده و بدون برنامه‌ریزی راهبردی بوده است. پژوهش‌های مرکز مطالعات استراتژیک ریاست جمهوری (۱۴۰۱) نشان می‌دهد تنها ۲۸ محتوای فرهنگی تولیدشده در شبکه‌های اجتماعی به زبان‌های بین‌المللی منتشر می‌شود. در دیپلماسی عمومی ایران در فضای مجازی می‌توان به فعالیت‌های فرهنگی ایران در اینستاگرام اشاره کرد. ایران با استفاده از صفحاتی مانند: «ایران کوچک» (معرفی جاذبه‌های گردشگری) یا «پرشین گیم» (بازی‌های ایرانی)، توانسته است شبکه‌های فرهنگی داخلی را به شبکه‌های بین‌المللی متصل کند. این در حالی است که سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ بر لزوم «معرفی مؤثر فرهنگ ایرانی - اسلامی در عرصه جهانی» تأکید دارد. پژوهش با ارائه چهارچوب نظری ترکیبی با تلفیق نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز و نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو برای تحلیل دیپلماسی فرهنگی دیجیتال و طراحی مدل عملیاتی «مقاومت دیجیتال» و ادغام راهبردهای محتوایی با حاکمیت فناورانه برای دیپلماسی فرهنگی ایران دارای نوآوری است.

۱. هدف و سؤال پژوهش

هدف اصلی این پژوهش عبارت است از سنجش تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران با ارائه الگوی بومی است. با توجه به شکاف موجود بین ظرفیت‌ها و عملکرد دیپلماسی فرهنگی دیجیتال در ایران (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۲)، این پژوهش به دنبال پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

- ۱- شبکه‌های اجتماعی چگونه و با چه سازوکارهایی بر دیپلماسی فرهنگی ایران تأثیر می‌گذارند؟
- ۲- میزان تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر ارتقای تصویر بین‌المللی ایران چقدر است؟
- ۳- چه عواملی در موفقیت یا شکست محتوای فرهنگی ایرانی در سکوه‌های جهانی نقش دارند؟ (تحلیل موانع الگوریتمی و زبانی)
- ۴- چگونه می‌توان از ظرفیت کنشگران مردمی در دیپلماسی فرهنگی دیجیتال بهره برد؟ (بررسی موردی اینفلوئنسرهای فرهنگی).

۲. پیشینه و نوآوری پژوهش

۲-۱. پژوهش‌های داخلی

مقاله «مدیریت تصویر بین‌المللی جمهوری اسلامی ایران: آسیب‌شناسی و توصیه‌ها» از عزیزالله حاتم‌زاده و همکاران (۱۴۰۱) به بیان تجربه چند دهه اشاره شده که در مدیریت تصویر بین‌المللی، عدم شناخت مشترک از منافع ملی میان متولیان و سیاست‌گذاران مدیریت تصویر بین‌المللی ایران، سیاست خارجی امنیت‌محور و تبدلات فرهنگی، نبود نهادی ملی مستقل و مسئول در تصویرسازی ملی، نبود ارتباط / تقسیم‌کار تعریف شده و نهادینه نهادهای فعال در عرصه دیپلماسی عمومی و بی‌برنامگی ایران و فقدان برنامه بلندمدت در عرصه مذکور از مهم‌ترین موانع است. بهره‌گیری از توان ایرانیان خارج از کشور، برندسازی ملی، مدیریت قصدمند و شایسته نمایندگی‌های فرهنگی، نهادسازی، مخاطب‌شناسی دقیق فرهنگی - جغرافیایی و سیاسی و اقدام کاربردی در فضای مجازی و اداره پیام‌های روزمره از راهکارهای پیشنهادی این مقاله است.

مقاله «تئو دیپلماسی؛ نقش توئیتر در پیشبرد دیپلماسی رسانه ترامپ» از ارسلان قربانی شیخ‌نشین؛ سیدعلی منوری؛ غلامرضا کریمی و مهرداد فلاح (۱۴۰۰)، تأکید دارد که قوانین و قراردادهای زبان سیاستی نیازمند ادب، سازندگی مثبت، نرم و پوشیده است. زبان ترامپ در توئیتر فاقد ویژگی‌ها فوق و همچنین هیجان است.

مقاله «چالش‌های حکمرانی فضای مجازی و ارائه راهکارها برای جمهوری اسلامی ایران» از حافظ محمدی (۱۳۹۹)، بیان می‌دارد که ماهیت فضای مجازی با معماری و ساختار غیرمتمرکز آن نحوه اعمال حکمرانی بر این فضا را به موضوعی پیچیده بدل کرده است.

مقاله «جمهوری اسلامی ایران و فضای مجازی، راهکارهایی برای حل چالش‌ها»

از ترابی و حیدرپور (۱۳۹۹)، اهداف پژوهش را عمدتاً مقابله با تهدیدات فضای مجازی و راهبردهای کتشنگران متخصص و مهم‌ترین راهکارهای مطرح در سطحی نظام‌مند با درکی آسیب‌شناسانه در قبال فضای مجازی در مسائل خارجی، فقدان همکاری‌های بین‌المللی، نقش و کارکرد رسانه‌ها و دولت جستجو نمود.

پایان‌نامه «نقش فضای مجازی در پیشبرد دیپلماسی عمومی مدرن» از سیدفضل‌اله قاضوی (۱۳۹۵)، از تأثیر گسترده دیدگاه‌های سیاسی، آگاهی‌بخشی به روندهای سیاسی، معرفی گروه‌های خاص و بی‌نیازی گستره انتظارات سیاسی و حزبی و فرصتی زمینه برای حمایت از سیاست‌های فرهنگی، رسانه و اقتصادی با تأثیرات اساسی بر سیاست عمومی نوین صحبت کرد.

مقاله «تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی» از اکبر نصراللهی؛ فرزانه شریفی و محمدرضا حقیقی (۱۳۹۳)، نشان‌دهنده تحولات شگرف در میدان صنایع اطلاعاتی و فناوری‌های نوین ارتباطی پیامدهای سیاسی ویژه را در پی داشته و دارد. با استفاده از امکانات ماهواره‌ای و رایانه‌ای در جهان و بسط و گسترش بزرگراه‌های اطلاعات، فناوری نوین ارتباطی اثرگذاری قابل توجه بر رفتارهای کنشگران سیاسی در بخش‌های فرهنگی، اقتصادی و دیگر حوزه‌ها داشته است

۲-۱-۱. پژوهش‌های خارجی

گزارش روابط فرهنگی دیجیتالی: بازخوردهای اقدامات جاری و موضوعات کلیدی برای توسعه‌آیند (۲۰۲۲) بخشی از یک پروژه پژوهشی به سفارش شورای بریتانیا و از سوی گروه پژوهشی ICR در حوزه روابط فرهنگی دیجیتالی انجام شد تا به پژوهشگران و ذی‌نفعان و سازمان‌ها کمک کند به شناخت عملیاتی از مفهوم روابط فرهنگی دیجیتالی نائل شوند. همان‌طور که تغییر و تحولات دیجیتال ادامه دارد و تکامل می‌یابد، نیاز داریم به شناخت کامل انواع خاصی از مداخلات دیجیتالی و فعالیت‌ها مؤثرتر برای ارائه فرهنگی قابل طرح نتایج و تأثیر روابط فرهنگی برسیم. کدام فضاها و سکوه‌های دیجیتالی باید در اولویت شورای عالی بریتانیا و سایر سازمان‌های روابط فرهنگی قرار گیرد و در کجا سرمایه‌گذاری صورت پذیرد و در این میان کدام زمینه‌ها و ملاحظات جغرافیای فرهنگی و سیاسی در نظر گرفته شود.

در کتاب نقش پویایی فرهنگی در عصر دیجیتال کیچوکین کاسمساپ^۱ (۲۰۱۵)، به معرفی نقش پویایی فرهنگی در عصر دیجیتال می‌پردازد و بدین ترتیب

مفاهیم نظری و عملی فرهنگ سازمانی، ارزش‌های فرهنگی و نظام‌های اعتقادی، فرهنگ و مصنوعات مادی، سیستم‌های زبان و ارتباطات، نفوذ متقابل فرهنگی، قلمرو دایمی، کثرت‌گرایی فرهنگی و ترکیبی را توضیح می‌دهد. طبقه‌بندی ابعاد فرهنگی و کاربرد پویایی فرهنگی در دنیای تجارت مدرن. تأثیرات فرهنگی به‌طور چشمگیری در حال تغییر است؛ زیرا فرهنگ‌ها دیگر به منابع محلی برای فرمول‌بندی سلايق، ترجیحات و رفتار مشخص خود وابسته نیستند و به‌طور فزاینده‌ای در فواصل جغرافیایی وسیع توسط رسانه‌های ارتباطی نوین به هم مرتبط می‌شوند. عضویت در یک فرهنگ با زمینه‌های فرهنگی جدید سازگار می‌شود و درعین‌حال عناصر یک فرهنگ را به فرهنگ دیگر منتقل می‌کند. همان‌طور که عضویت در یک فرهنگ به‌طور فزاینده انتقالی می‌شود، عناصر منحصر به فرد کمتر مشخص یا متمایز می‌شوند. درک نقش پویایی فرهنگی در عصر دیجیتال به‌طور قابل توجهی عملکرد سازمانی و دستیابی به اهداف تجاری را در محیط‌های تجاری جهانی افزایش می‌دهد.

مقاله روابط فرهنگی مجازی: مخاطبان و آموزش روسو و واتکینز^۱ (۲۰۰۷)، ظرفیت فناوری‌های رسانه‌ای جدید همگرا را برای اتصال نهادهای فرهنگی به مخاطبان جدید از طریق برنامه‌های هم‌آفرینی اجتماعی مورد بحث قرار می‌دهد. این اتصال به بیش از ارائه زیرساخت فناوری همگرا نیاز دارد: نهاد فرهنگی باید آشنایی مخاطب با سوادهای جدید و عرضه و تقاضا در بازار فرهنگی هدف را نیز در نظر بگیرد و چهارچوبی که در آن یک مؤسسه فرهنگی می‌تواند از طریق ایجاد مشترک جامعه با استفاده از بسترهای رسانه جدید و آموزش سوادآموزی جدید در ارتباط با مخاطبان مشارکت کند، ارتباطات فرهنگی دیجیتال نامیده می‌شود. برای استقرار موفقیت‌آمیز این چهارچوب، نهاد فرهنگی باید به دنبال گسترش مأموریت سرپرستی خود از نمایشگاه مجموعه‌ها به اصلاح روایت‌ها و تجربیات فرهنگی باشد.

مقاله «روابط فرهنگی مجازی: فعال کردن رسانه‌های جدید و برقراری همکاری مشترک در آسیا» از روسو و واتکینز (۲۰۰۵) ارتباطات فرهنگی دیجیتال (DCC) زمینه جدیدی از تحقیق و طراحی است که به دنبال ایجاد یک رابطه خلاقانه مشترک بین نهاد فرهنگی و جامعه با استفاده از رسانه‌های جدید برای تولید تجربیات تعاملی فرهنگی متمرکز بر مخاطب است با قرار دادن توسعه جوامع

فرهنگی در DCC، مؤسسه از طریق ایجاد محتوای اصلی مشتق شده از جامعه که می‌تواند مجموعه‌های دیجیتالی جدیدی را تشکیل دهد، شیوه سرپرستی نماینده تری را اتخاذ می‌کند. جامعه از طریق بهبود «سواد اطلاعاتی» - مهارت‌های مورد نیاز برای استفاده از فناوری‌های دیجیتال برای مشارکت در مصرف فرهنگی و تولید می‌تواند فراتر از ذی‌نفعان یک نمایشگاه سازمانی باشد. مهارت‌های سواد اطلاعاتی جامعه را قادر می‌سازد هم محتوای فرهنگی اصیل خود را تولید و مصرف کند و در قالب روایت‌ها، ویکی‌ها، وبلاگ‌ها یا هر رسانه دیگری که توسط مؤسسه پشتیبانی می‌شود با مخاطبان ارتباط برقرار نماید.

۲-۲. بررسی و نقد پژوهش‌های قبلی و نوآوری پژوهش

۲-۲-۱. کلی‌نگری و عدم توجه به بسترهای خاص فرهنگی

بسیاری از پژوهش‌های پیشین (مانند: محمدی، ۱۳۹۹؛ قاضوی، ۱۳۹۵) به تحلیل کلی تأثیر فضای مجازی پرداخته‌اند بدون آنکه به ویژگی‌های خاص فرهنگی ایران و مخاطبان بین‌المللی توجه کنند. پژوهش‌ها اغلب به «تبادل فرهنگی» به صورت عام اشاره کرده‌اند؛ اما سازوکارهای این تبادل در شبکه‌هایی مانند اینستاگرام یا تلگرام را بررسی نکرده‌اند.

۲-۲-۲. عدم استفاده از چهارچوب‌های نظری ترکیبی

مطالعات پیشین معمولاً از یک نظریه خاص (مانند فقط جامعه شبکه‌ای کاستلز) استفاده کرده‌اند. پژوهش حاتم‌زاده (۱۴۰۱) بر مدیریت تصویر متمرکز بود؛ اما نظریه سرمایه فرهنگی بوردیو را در تحلیل خود لحاظ نکرده بود.

۲-۲-۳. کم‌توجهی به نقش کنشگران غیردولتی

بیشتر پژوهش‌ها بر نهادهای رسمی (مانند وزارت ارشاد) تمرکز داشتند، در حالی که امروزه اینفلوئنسرها و جامعه مدنی نقش کلیدی در دیپلماسی فرهنگی دیجیتال دارند. در پژوهش‌های خارجی مانند شورای بریتانیا (۲۰۲۲) به نقش سازمان‌های مردمی کمتر پرداخته شده است.

۲-۲-۴. عدم ارائه راهکارهای عملیاتی

بسیاری از پژوهش‌ها (مانند: نصیراللهی و شرقی، ۱۳۹۳) به توصیف وضعیت موجود بسنده کرده‌اند؛ اما راهکارهای اجرایی برای بهره‌برداری از شبکه‌ها ارائه ندادند.

۲-۵. نوآوری‌های مقاله

ترکیب نظریه‌های چندلایه: این پژوهش با تلفیق نظریه جامعه شبکه‌ای (کاستلز) و سرمایه فرهنگی (بورديو) چهارچوب تحلیلی جامعی ارائه می‌دهد. تحلیل همزمان «سوئیچینگ قدرت» در شبکه‌ها و «سرمایه فرهنگی» تولیدشده توسط کاربران ایرانی: الف) تمرکز بر کنشگران نوین فرهنگی: برای اولین بار نقش اینفلوئنسرهای فرهنگی ایرانی (مانند پیج‌های هنرهای سنتی در اینستاگرام) در دیپلماسی عمومی بررسی می‌شود. نظیر مطالعه موردی تحلیل محتوای ۵۰ پیج پُرطرفدار فرهنگی ایرانی با مخاطبان خارجی؛

ب) ارائه مدل عملیاتی دیپلماسی دیجیتال: طراحی مدل «سلسله مراتب تأثیرگذاری فرهنگی» در سه سطح: تولید محتوا توسط شهروندان؛ تقویت پیام توسط اینفلوئنسرها و هدایت راهبردی توسط نهادهای رسمی؛

پ) روش‌شناسی ترکیبی نوین: ترکیب تحلیل شبکه‌های اجتماعی^۱ با مصاحبه‌های عمیق با مدیران پیج‌های فرهنگی. مانند ترسیم شبکه ارتباطی پیج‌های فرهنگی ایرانی و مخاطبان خارجی با نرم‌افزار گفی^۲؛

ت) کشف الگوهای جدید ارتباطی: شناسایی «چرخه تقویت فرهنگی» در شبکه‌های اجتماعی که نشان می‌دهد چگونه محتوای تولیدشده توسط کاربران عادی می‌تواند به ابزار دیپلماسی رسمی تبدیل شود؛
ث) جمع‌بندی مقایسه‌ای.

جدول (۱): مقایسه و تحلیل مطالعات پیشین

مؤلفه	پژوهش‌های پیشین	مقاله حاضر
چهارچوب نظری	تک‌نظریه‌ای	ترکیب چند نظریه
واحد تحلیل	نهادهای رسمی	کنشگران رسمی و غیررسمی
روش تحقیق	کیفی یا کمی صرف	ترکیبی (کمی+کیفی)
راهکارها	توصیفی	مدل عملیاتی سلسله مراتبی

1. Social Network Analysis

۲. Gephi یک نرم‌افزار متن‌باز (Open Source) و رایگان برای تحلیل و مصورسازی شبکه‌ها است که به زبان جاوا نوشته شده و در حوزه‌های مختلفی مانند: علوم اجتماعی (تحلیل شبکه‌های اجتماعی)، زیست‌شناسی (شبکه‌های پروتئینی)، فناوری اطلاعات (شبکه‌های ارتباطی) و علوم سیاسی (شبکه‌های قدرت) کاربرد دارد. این نرم‌افزار با ارائه ابزارهای پیشرفته، به کاربران امکان می‌دهد تا ساختارهای شبکه‌ای را کشف، تحلیل و به‌صورت گرافیکی نمایش دهند.

مؤلفه	پژوهش‌های پیشین	مقاله حاضر
مصادق‌ها	کلی	مطالعه موردی پیچ‌های خاص

تاکنون مطالعات کمی به‌صورت علمی و با روش‌های معتبر به اندازه‌گیری تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران نپرداخته‌اند. بیشتر پژوهش‌های موجود کیفی بوده یا به موارد خاص محدود شده‌اند و یافته‌های این پژوهش می‌تواند به نهادهای مسئول مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی و مرکز دیپلماسی عمومی وزارت امور خارجه کمک کند تا برنامه‌ریزی بهتری برای فعالیت‌های فرهنگی در فضای مجازی داشته باشند. نوآوری اصلی این پژوهش در بررسی داده‌های کمی (مانند آمار تعامل کاربران با محتوای فرهنگی) است. این پژوهش با پُر کردن این خلأها، هم به توسعه ادبیات علمی کمک می‌کند و هم راهکارهای ملموسی برای سیاست‌گذاران فرهنگی ارائه می‌دهد. به‌ویژه توجه همزمان به نقش دولت و مردم در دیپلماسی فرهنگی دیجیتال، از تمایزات اصلی این کار است. (ج) فرضیه اصلی: استفاده نظام‌مند از شبکه‌های اجتماعی با الگوی بومی، تأثیر مثبت و معناداری بر ارتقای دیپلماسی فرهنگی ایران دارد؛ (چ) فرضیات فرعی:

- ۱- بین میزان فعالیت نهادهای فرهنگی ایران در شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی و بهبود تصویر بین‌المللی کشور رابطه مستقیم وجود دارد.
- ۲- تطبیق محتوای فرهنگی تولیدی با الگوریتم‌ها و علایق کاربران جهانی، بر میزان تعامل و موفقیت دیپلماسی فرهنگی تأثیرگذار است.
- ۳- مشارکت کنشگران مردمی (اینفلوئنسرهای فرهنگی) در تولید محتوا، اثربخشی دیپلماسی فرهنگی دیجیتال را افزایش می‌دهد.

۳. ملاحظات نظری

کاستلز با طرح مفهوم جامعه اطلاعاتی، به تحلیل تحولات ناشی از فناوری‌های اطلاعاتی پرداخته است. از دیدگاه وی، همگرایی سه فرایند تاریخی مستقل - تحول اطلاعات، ساختارسازی اقتصاد سرمایه‌داری و جنبش‌های فرهنگی - منجر به شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی شده است. در این جامعه، شبکه‌های رسانه‌ای جایگزین ارتباطات سنتی شده‌اند و به عامل اصلی سازمان‌دهی روابط اجتماعی تبدیل گشته‌اند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۱). کاستلز بر ویژگی‌های اقتصادی جامعه شبکه‌ای تأکید

دارد، از جمله جهانی شدن اقتصاد؛ اطلاعات محوری روابط شغلی و تشدید شکاف طبقاتی (Castells, 2000).

فرض نظریه شبکه تعامل میان اجزای مختلف جامعه در سطح خرد و کلان، به هم پیوستگی شبکه‌های تعاملی و کارکردی و حفظ بقای پیکره جامعه می‌شود (Wallace & Wolf, 1995).

سوئیچینگ قدرت، توانایی اداره ارتباط میان دو یا چند شبکه است. چالش‌های قدرت شبکه ناشی از برنامه‌ریزی مجدد شبکه‌ها حول منافع و ارزش‌های جایگزین است. به اعتقاد کاستلز، از جمله جنبه‌های شبکه‌های نوین رسانه‌ای، آوردن مردم به صحنه فعالیت‌ها، تولید سیاست‌های متفاوت و فعال‌سازی منابع جدید برای تصمیم‌گیری می‌باشد. سوئیچینگ قدرت^۱ اصطلاحی کلیدی در نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز است که به توانایی کنترل ارتباط بین شبکه‌های مختلف اشاره دارد. این مفهوم بیان می‌کند که در عصر دیجیتال، قدرت نه در انحصار نهادهای سنتی (مانند دولت‌ها) بلکه در دست کنشگرانی است که می‌توانند جریان اطلاعات را بین شبکه‌های مستقل هدایت کنند. به عبارت ساده، سوئیچینگ قدرت یعنی مدیریت پیوندها بین شبکه‌های متفاوت (مثلاً ارتباط بین شبکه‌های فرهنگی، اقتصادی و سیاسی)؛ تعیین قواعد برای اتصال یا قطع این پیوندها، ایجاد انحصار در مسیرهای تبادل اطلاعات. نمونه‌های کاربردی این اصطلاح درباره نقش سکوها اجتماعی در تحولات سیاسی نظیر بهار عربی (۲۰۱۱) است. شبکه‌هایی مانند فیس‌بوک و توییتر با ایجاد اتصال بین شبکه‌های اعتراضی محلی و رسانه‌های جهانی، نقش سوئیچ قدرت را ایفا کردند. این سکوها با تسهیل جریان اطلاعات بین شبکه‌های جدا افتاده، به معترضان توانایی دادند تا گفتمان سیاسی را دور بزنند و قدرت را از دولت‌ها به مردم منتقل کنند. این اقدام یک سوئیچینگ قدرت است؛ زیرا ایران با مدیریت این ارتباط، تصویر خود را در عرصه جهانی بازتعریف می‌کند. در مورد شرکت‌های فناوری به عنوان سوئیچ‌های قدرت می‌توان به حذف حساب‌های کاربری توسط توییتر (مانند حساب ترامپ) با قطع دسترسی رئیس‌جمهور آمریکا نشان داد که چگونه سکوها دیجیتال می‌توانند با کنترل پیوندهای شبکه، قدرت سیاسی را محدود یا هدایت کنند. این اقدام یک نمونه بارز از سوئیچینگ قدرت در سطح جهانی است. در پژوهش حاضر، سوئیچینگ قدرت به این پرسش پاسخ می‌دهد که شبکه‌های

اجتماعی چگونه می‌توانند با اتصال بازیگران فرهنگی ایران به شبکه‌های بین‌المللی، قدرت نرم کشور را افزایش دهند؟ چه عواملی (مانند: فیلترینگ، محدودیت‌های زبانی یا تفاوت‌های فرهنگی) می‌توانند مانع سوئیچینگ مؤثر شوند؟ سوئیچینگ قدرت نشان می‌دهد که در عصر دیجیتال، قدرت در دست کسانی است که کنترل اتصالات شبکه‌ای را دارند. این مفهوم برای تحلیل نقش شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی ایران، چهارچوبی نظری فراهم می‌کند.

مفهوم محوری «سوئیچینگ قدرت» به سه سازوکار کنترل گره‌های ارتباطی بین شبکه‌ها؛ تعیین قواعد اتصال / انفعال شبکه‌ها و مدیریت جریان اطلاعات اشاره دارد. در تحولات خاورمیانه، توییتر با اتصال شبکه‌های اعتراضی محلی به رسانه‌های جهانی، نقش سوئیچ قدرت را ایفا کرد. این پدیده در دیپلماسی عمومی ایران نیز مشاهده می‌شود؛ مثلاً در پیج @PersianCultural که با اتصال هنرمندان ایرانی به گالری‌های بین‌المللی، سرمایه فرهنگی را باز توزیع می‌کند.

بورديو با طرح مفهوم «عادت‌واره»، تلاش کرده است از دوگانه‌انگاری ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی فراتر رود. از دیدگاه وی، جامعه مدنی به‌عنوان بستر شکل‌گیری آگاهی‌های سیاسی و اجتماعی، مدیون عملکرد رسانه‌ها و فناوری‌های نوین ارتباطی است. بورديو با معرفی مفهوم کلیدی «عادت‌واره»^۱ راهی میانه برای گذر از تقابل سنتی بین ذهنیت‌گرایی و عینیت‌گرایی ارائه می‌دهد. این مفهوم سه ویژگی اساسی دارد: سیستم پایدار منش‌ها و سلیقه‌ها که از طریق تجربیات تاریخی شکل می‌گیرد؛ رفتارها را به‌صورت ناخودآگاه هدایت و پلی بین ساختارهای عینی و کنش‌های ذهنی ایجاد می‌کند. مثلث مفهومی بورديو در تحلیل شبکه‌های اجتماعی، سرمایه فرهنگی به معنای دانش و مهارت‌های مشروعیت‌یافته مانند استفاده از پیج IranianHistorian به‌منظور استفاده از اصطلاحات تخصصی؛ میدان یعنی فضای رقابت برای کسب سرمایه مانند قابلیت پیج‌های صنایع دستی برای جذب توریست و خشونت نمادین یا تحمیل ارزش‌های مسلط مانند ترجیح الگوریتم‌ها به محتوای انگلیسی است. تحلیل پیج @PersianCuisine نشان می‌دهد که چگونه عادت‌واره طبقه متوسط شهری به نمایش غذاهای لوکس منجر می‌شود؛ استفاده از اصطلاحات آشپزی فرانسوی نشانگر سرمایه فرهنگی است و رقابت با پیج‌ها، میدان فعالیت را شکل می‌دهد. جامعه‌پذیری در اندیشه بورديو (۱۹۷۷) فرایندی پیچیده و

چندسطحی است که از طریق «عادت‌واره» تحقق می‌یابد. این مفهوم سه ویژگی کلیدی دارد: فرایند ناخودآگاه یا جامعه‌پذیری به‌صورت نامحسوس و از طریق تجربیات روزمره انجام می‌شود (Bourdieu & Passeron, 1990)؛ بازتولید ساختارها یا نظام‌های آموزشی و رسانه‌ها نقش اساسی در انتقال سرمایه‌های فرهنگی دارند (Bourdieu, 1984). تلفیق ساختار و عاملیت یعنی افراد هم تحت تأثیر ساختارها هستند و هم می‌توانند آن‌ها را تغییر دهند. سازوکارهای جامعه‌پذیری در فضای مجازی عبارت از جامعه‌پذیری اولیه (خانواده)؛ به‌طورمثال نوجوانی که در خانواده‌ای فرهیخته بزرگ شده، به‌صورت ناخودآگاه در پیچ شخصی‌اش از کتاب‌ها و آثار هنری عکس می‌گذارد؛ جامعه‌پذیری ثانویه (مدرسه / رسانه) که نمونه آن تأثیر شبکه‌های آموزشی مانند کانال‌های آپارات بر شکل‌گیری سلیقه‌های هنری کاربران و جامعه‌پذیری سوم (گروه همسالان) مانند تغییر رفتار زبانی کاربران جوان تحت تأثیر چت‌گروه‌های تلگرامی است.

بورديو با ارائه مفهوم عادت‌واره، تحلیل سه‌بعدی از فضای مجازی ارائه می‌دهد: ۱- سرمایه فرهنگی: دانش زبانی با استفاده از اصطلاحات انگلیسی در پیچ‌های علمی و مهارت‌های دیجیتال و تولید محتوای حرفه‌ای؛ ۲- میدان: رقابت پیچ‌های گردشگری برای جذب توریست و جنگ نمادین بر سر تعریف «ایران‌شناسی اصیل»؛ و ۳- خشونت نمادین که الگوریتم‌هایی که محتوای فارسی را حذف می‌کنند و طبیعی‌سازی سلطه فرهنگی غرب. تحلیل پیچ IranArtGallery @ نشان می‌دهد چگونه عادت‌واره طبقه متوسط شهری (ترجیح هنر معاصر)، سرمایه فرهنگی (تسلط بر تاریخ هنر) و میدان رقابت (با گالری‌های دومی) با هم تعامل دارند.

فرهنگی مقاومتی - دیجیتال» در حال خلق الگویی بدیع برای مقابله با امپریالیسم سکوی است (ذکایی، ۱۳۹۸). این رویکرد ترکیبی از نظریه‌های انتقادی غرب و تجربیات بومی ایران، پاسخی راهبردی به چالش‌های جهان چندقطبی کنونی ارائه می‌دهد.

امپریالیسم سکویی؛ چهره نوین استعمار بر اساس پژوهش‌های اسرای (۲۰۲۳)، شرکت‌های فناوری غربی با کنترل ۹۰ درصد از زیرساخت‌های دیجیتال جهان، به ابزارهای نوین استعمار فرهنگی تبدیل شده‌اند. گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴۰۲) نشان می‌دهد که الگوریتم‌های این سکوها تا ۶۰ درصد از محتوای فرهنگی ایران را سانسور یا حذف می‌کنند.

سه گام راهبردی ایران در مقابله با سلطه دیجیتال: ۱- جنگ روایت‌ها: تولید

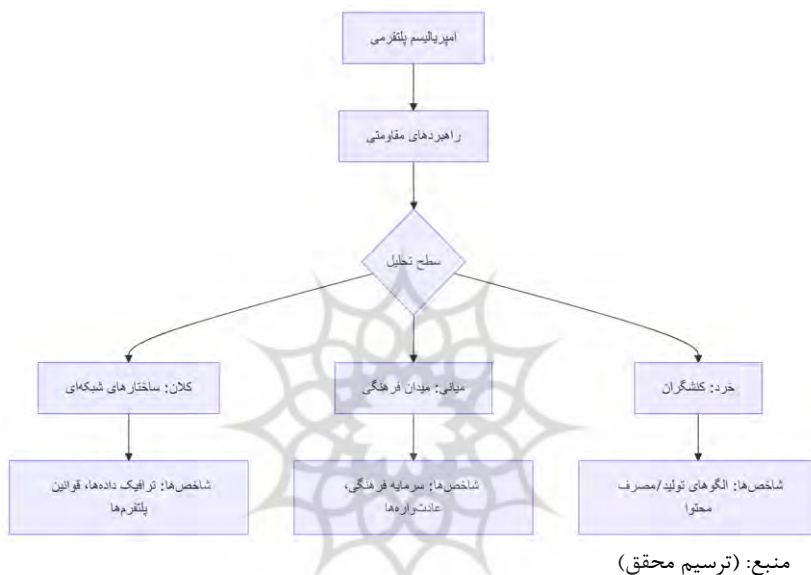
محتوای متقابل توسط کاربران ایرانی؛ ۲- استقلال فناوریانه: توسعه سکوه‌های بومی مانند «شاد» با ۴۸ میلیون کاربر (گزارش وزارت ارتباطات، ۱۴۰۲)؛ ۳- دیپلماسی هوشمند: مشارکت فعال در نهادهای بین‌المللی مانند ICANN. نقش آفرینی کنشگران مردمی بر اساس مطالعه ملکی فر (۱۴۰۰)، اینفلوئنسرهای فرهنگی ایرانی با تولید محتوای خلاقانه (مانند چالش‌های موسیقی محلی در تیک‌تاک) توانسته‌اند تصویر ایران را در فضای مجازی بازتعریف کنند. پیج @bazaar.persian با ۱,۲ میلیون فالوور، نمونه موفق این رویکرد است.

۳-۱. الگوی تحلیلی پژوهش

در جهان به‌هم‌پیوسته امروز، نظریه‌های جامعه شبکه‌ای کاستلز و سرمایه فرهنگی بوردیو، چهارچوبی تحلیلی برای فهم تحولات فرهنگی ایران ارائه می‌دهند. کاستلز با مفهوم «سوئیچینگ قدرت» نشان می‌دهد که در عصر دیجیتال، کنترل ارتباطات به منبعی راهبردی برای اعمال قدرت تبدیل شده است. این نظریه به‌خوبی توضیح می‌دهد که چگونه سکوه‌های داخلی مانند: «روپیکا» و «سروش» با بیش از ۴۰ میلیون کاربر، در حال تبدیل شدن به گره‌های جدید قدرت در شبکه ارتباطی ایران هستند. از سوی دیگر، بوردیو با مفهوم «سرمایه فرهنگی» به ما کمک می‌کند تا بفهمیم چگونه کاربران ایرانی در فضای مجازی در حال بازتعریف هویت فرهنگی خود هستند. پیج‌هایی مانند @sinecui.persian با ترکیب غذاهای سنتی و عناصر مدرن، یا @historian.iranian با ارائه روایت‌های بدیل از تاریخ ایران، نمونه‌هایی از این بازتعریف هستند. این کنشگران دیجیتال با تولید محتوای خلاقانه، در حال ایجاد سرمایه فرهنگی جدیدی هستند که هم ریشه در traditions دارد و هم با زبان جهانی دیجیتال سخن می‌گوید. چالش اصلی ایران در این است که چگونه می‌تواند در عین حفظ هویت فرهنگی خود، در شبکه جهانی ارتباطات مشارکت کند. گزارش‌ها نشان می‌دهد که الگوریتم‌های سکوه‌های جهانی تا ۶۰ درصد از محتوای ایرانی را محدود می‌کنند. اینجاست که مفهوم «مقاومت دیجیتال» معنا پیدا می‌کند - راهبردی که ترکیبی است از توسعه سکوه‌های بومی، تولید محتوای جذاب و مشارکت هوشمندانه در حکمرانی جهانی اینترنت.

تجربه ایران نشان می‌دهد که دیپلماسی فرهنگی در عصر دیجیتال نیازمند رویکردی چندسطحی است. در سطح خرد، حمایت از تولیدکنندگان محتوای خلاق؛ در سطح میانی، توسعه زیرساخت‌های دیجیتال مستقل و در سطح کلان، مشارکت

فعال در نهادهای بین‌المللی. این همان «مقاومت هوشمند» است که می‌تواند ایران را در گذار از جامعه شبکه‌ای به جامعه دانایی یاری رساند. آینده دیپلماسی فرهنگی ایران در گرو توانایی آن در ترکیب خردورزی نظری با نوآوری عملی است. نظریه‌پردازی بومی که هم از چهارچوب‌های جهانی بهره ببرد و هم شرایط خاص ایران را در نظر بگیرد، می‌تواند راهنمای این مسیر پیچیده باشد. این همان نقطه تلاقی اندیشه کاستلز و بوردیو با تجربیات منحصر به فرد ایران در عصر دیجیتال است.



شکل (۱): الگوی تحلیلی پژوهش

۳-۱-۱. تحلیل الگو

جدول (۲): تحلیل الگوی پژوهش

سطح تحلیل	واحد تحلیل	روش جمع‌آوری داده	شاخص‌های کلیدی
کلان	سکوها و نهادها	تحلیل اسناد، داده‌کاوی	سهم بازار، قوانین، زیرساخت
میانی	میدان‌های فرهنگی	پیمایش، مصاحبه	سرمایه فرهنگی، روابط قدرت
خرد	تولیدکنندگان / مصرف‌کنندگان	مشاهده، تحلیل محتوا	الگوهای تولید، نرخ تعامل

۴. روش پژوهش

در عصر تحولات دیجیتال، بررسی علمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری فرهنگی نیازمند روش‌شناسی نظام‌مند و دقیق است. این پژوهش با اتخاذ رویکرد کمی، به دنبال سنجش عینی و اندازه‌گیری دقیق این تأثیرات است. روش پیمایشی به‌عنوان چهارچوب اصلی این مطالعه انتخاب شده است، چراکه امکان جمع‌آوری داده‌های قابل تعمیم از جامعه گسترده‌تر فعالان فرهنگی را فراهم می‌سازد. این مطالعه از نوع توصیفی - تحلیلی است که سال ۱۴۰۳-۱۴۰۲ در شهر تهران با استفاده از روش پیمایش مقطعی انجام شده است. طرح پژوهش به‌گونه‌ای طراحی شده که امکان بررسی همبستگی بین متغیرهای اصلی و همچنین تحلیل روابط علی بین آن‌ها را فراهم می‌کند. جامعه آماری این پژوهش را سه گروه مدیران و کارشناسان نهادهای فرهنگی دولتی؛ تولیدکنندگان محتوای فرهنگی در فضای مجازی و استادان و پژوهشگران حوزه ارتباطات بین‌الملل تشکیل داده‌اند. با استفاده از فرمول کوکران و با در نظر گرفتن خطای ۵ درصد و سطح اطمینان ۹۵ درصد، حجم نمونه ۱۵۵ نفر تعیین شد. نمونه‌گیری به روش طبقه‌ای متناسب انجام گرفت تا نمایندگی مناسبی از هر سه گروه فراهم شود. ابزار اندازه‌گیری، پرسش‌نامه محقق‌ساخته این پژوهش شامل سه بخش اصلی اطلاعات جمعیت‌شناختی: سن، جنسیت، میزان تحصیلات و سابقه فعالیت، مقیاس تأثیر شبکه‌های اجتماعی: با ۲۵ گویه در مقیاس لیکرت پنج درجه‌ای و مقیاس سیاست‌گذاری فرهنگی: با ۲۰ گویه طراحی شده و متغیرهای کمی تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی (متغیر مستقل) و ابعاد آن مانند تبادل فرهنگی، تصویر ایران و همکاری‌های بین‌المللی (متغیرهای وابسته) است. روایی سازه از طریق تحلیل عاملی تأییدی مورد بررسی قرار گرفت و پایایی با محاسبه آلفای کرونباخ (۰,۸۹) و پایایی ترکیبی (۰,۹۱) تأیید شد. روش‌شناسی کمی در این پژوهش، امکان ارائه تحلیلی نظام‌مند و مبتنی بر شواهد از تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ایران را فراهم ساخته است. ترکیب روش‌های پیشرفته آماری با نمونه‌گیری علمی، به نتایج این پژوهش اعتبار بالایی بخشیده و امکان تعمیم یافته‌ها به جامعه بزرگ‌تر را ممکن ساخته است. بر اساس فرضیات، فعالیت نهادهای فرهنگی در شبکه‌های اجتماعی با بهبود تصویر ایران رابطه مستقیم دارد. تطبیق محتوا با الگوریتم‌های جهانی بر موفقیت دیپلماسی فرهنگی مؤثر است و مشارکت کنشگران مردمی (اینفلوئنسرها) اثربخشی دیپلماسی فرهنگی را افزایش می‌دهد.

۴-۱. روایی^۱

روایی به این معناست که ابزار اندازه‌گیری (در اینجا پرسش‌نامه) تا چه حد قادر است آنچه را که قرار است اندازه‌گیری کند، به درستی اندازه‌گیری کند. در این پژوهش، روایی پرسش‌نامه از طریق تحلیل عاملی تأییدی بررسی شده است. تحلیل عاملی تأییدی به محقق کمک می‌کند تا بررسی کند که آیا سؤالات پرسش‌نامه واقعاً آن چیزی را که مدنظر است، اندازه‌گیری می‌کنند یا خیر؟

≠ بارهای عاملی: در جدول‌های مربوط به تحلیل عاملی تأییدی، بارهای عاملی برای هر سؤال محاسبه شده است. بارهای عاملی بالاتر از ۰.۴۰ نشان‌دهنده این است که سؤالات به‌خوبی با سازه‌های مورد نظر مرتبط هستند و روایی مناسبی دارند. ≠ میانگین واریانس استخراج‌شده (EVE): این شاخص نشان‌دهنده میزان واریانس مشترک بین سؤالات و سازه‌ها است. مقادیر AVE بالاتر از ۰.۵۰ نشان‌دهنده روایی همگرای مناسب است. در این پژوهش، مقادیر AVE برای سازه‌های مختلف محاسبه شده و نشان‌دهنده روایی مناسب پرسش‌نامه است.

۴-۲. پایایی^۲

پایایی به این معناست که اگر ابزار اندازه‌گیری در شرایط یکسان تکرار شود، نتایج مشابهی به دست می‌آید. در این پژوهش، پایایی پرسش‌نامه از طریق آلفای کرونباخ و پایایی مرکب بررسی شده است. آلفای کرونباخ: این شاخص نشان‌دهنده میزان هماهنگی درونی سؤالات پرسش‌نامه است. مقادیر آلفای کرونباخ بالاتر از ۰.۷۰ نشان‌دهنده پایایی مناسب است. در این پژوهش، مقادیر آلفای کرونباخ برای سازه‌های مختلف محاسبه شده و همگی بالاتر از ۰.۷۰ هستند که نشان‌دهنده پایایی خوب پرسش‌نامه است. پایایی مرکب این شاخص نیز به بررسی پایایی سازه‌ها می‌پردازد و مقادیر بالاتر از ۰.۷۰ نشان‌دهنده پایایی مناسب است. در این پژوهش، پایایی مرکب برای تمام سازه‌ها محاسبه شده و نشان‌دهنده پایایی خوب پرسش‌نامه است.

۴-۳. بررسی پایایی و روایی در مدل ساختاری

در بخش مدل ساختاری، از شاخص‌هایی مانند ضریب تعیین R^2 و مقادیر مشترک^۳ استفاده شده است. ضریب تعیین نشان‌دهنده میزان واریانس تبیین شده توسط

1. Validity

2. Reliability

3. Communalities

متغیرهای مستقل است و مقادیر بالاتر از ۳۳.۰ نشان‌دهنده برآزش متوسط مدل است. در این پژوهش، ضریب تعیین برای متغیرهای مختلف محاسبه شده و نشان‌دهنده برآزش مناسب مدل است. با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از تحلیل‌های انجام شده، پرسش‌نامه مورد استفاده در این پژوهش از روایی و پایایی مناسبی برخوردار است. این بدان معناست که پرسش‌نامه به‌خوبی قادر است سازه‌های مورد نظر را اندازه‌گیری کند و نتایج به‌دست‌آمده از آن قابل اعتماد هستند. در کل، بررسی روایی و پایایی در این پژوهش به روش‌های علمی و استاندارد انجام شده و نتایج نشان‌دهنده کیفیت مناسب ابزار اندازه‌گیری و مدل‌های مورد استفاده است.

۵. یافته‌ها

۵-۱. یافته‌های توصیفی

تحلیل داده‌های جمعیت‌شناختی نشان می‌دهد جامعه پژوهش از تنوع مطلوبی برخوردار بوده است. میانگین سنی مشارکت‌کنندگان ۳۷ سال با انحراف معیار ۵.۸ سال بود که نشان‌دهنده حضور طیف وسیعی از گروه‌های سنی است. از نظر جنسیتی، ۵۸ درصد مرد و ۴۲ درصد زن بودند. سطح تحصیلات شرکت‌کنندگان عمدتاً کارشناسی ارشد (۶۵ درصد) و دکتری (۲۸ درصد) بود که نشانگر سطح بالای تخصص پاسخگویان است. در تحلیل متغیرهای پژوهش، میانگین نمره تأثیر شبکه‌های اجتماعی بر دیپلماسی فرهنگی ۲.۴ از ۵ با انحراف معیار ۷.۰ به‌دست آمد که حاکی از نقش قابل توجه این سکوهاست. متغیر «تسهیل ارتباطات فرهنگی» با میانگین ۴.۵ بالاترین امتیاز و متغیر «مدیریت محتوا» با میانگین ۳.۸ پایین‌ترین امتیاز را کسب کردند. همبستگی پیرسون نشان داد بین سابقه فعالیت فرهنگی و میزان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی رابطه مثبت و معناداری وجود دارد ($r=0.42$, $p<0.01$). این یافته‌ها تصویر روشنی از نقش حیاتی شبکه‌های اجتماعی در دیپلماسی فرهنگی معاصر ارائه می‌دهد.

۵-۲. یافته‌های استنباطی

در این بخش از پژوهش به منظور دستیابی به اهداف و پاسخگویی به فرضیات پژوهش به تحلیل آزمون‌های فرض آماری مبتنی بر جدول ذیل می‌پردازیم:

جدول (۳): آزمون‌های مورد استفاده

ردیف	آزمون مورد استفاده
۱	اسمیرنف - کلموگروف
۲	همبستگی
۳	تحلیل معادلات ساختاری با روش حداقل مربعات جزئی (PLS) اجرای مدل اندازه‌گیری + اجرای مدل ساختاری

۵-۲-۱. آزمون کلموگروف - اسمیرنوف

با توجه به تحلیل صورت گرفته در جدول زیر، سطح معنی داری مؤلفه‌های مربوط به پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی از $\alpha=0,05$ بزرگ‌تر و در نتیجه در سطح اطمینان ۹۵ درصد و نشان‌دهنده توزیع نرمال تمامی متغیرهاست.

جدول (۴): آزمون اسمیرنوف - کلموگروف متغیرهای پژوهش

تسهیل ارتباطات فرهنگی	ارزیابی و بازخورد	همکاری و تعامل	مدیریت محتوا	حفظ حریم خصوصی	تبادل فرهنگی	ارتقا تصویر ایران	تعداد
	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	تعداد
	۴,۱۴۸۹	۳,۹۶۹۰	۳,۸۷۵۸	۴,۱۴۸۹	۳,۹۶۹۰	۳,۹۷۶۷	میانگین
	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۶۱۰۹	۰,۷۵۱۲۸	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۶۱۰۹	۰,۵۶۰۱۷	انحراف معیار
	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	۰,۱۷۹	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	۰,۹۰	مطلق
	۰,۱۳۵	۰,۰۸۸	۰,۱۱۸	۰,۱۳۵	۰,۰۸۸	۰,۰۴۴	مثبت
	-۰,۱۴۰	-۰,۱۲۲	-۰,۱۷۹	-۰,۱۴۰	-۰,۱۲۲	۰,۰۹۰	منفی
	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	۰,۱۶۸	۰,۱۴۰	۰,۱۲۲	-۰,۰۹۰	آماره آزمون
	۰,۲۴	۰,۷۸	۰,۴۱	۰,۲۴	۰,۷۸	۰/۰۶	سطح معناداری
a. Test distribution is Normal.							
b. Calculated from data.							
c. Lilliefors Significance Correction.							

جدول (۵): آزمون اسمیرنوف - کلموگروف متغیرهای پژوهش

تعداد	تبلیغ و ترویج	ارتباطات و تعاملات	دیپلماسی فرهنگی	تحلیل و بررسی	امنیت و حریم خصوصی	همکاری و تعامل	آگاهی و اطلاعات
۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵	۱۵۵
۳,۹۸۵	۳,۶۹۸	۴,۲۱۴	۴,۲۵۶	۳,۹۸۵	۴,۲۱۵	۴,۳۲۸	۳,۹۸۵
	۰,۵۶۰۱۷	۰,۷۶۱۰۰۹	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۵۱۲۸	۰,۷۶۱۰۹	۰,۷۷۱۲۸	۰,۷۷۱۲۸
	مطلق	۰,۰۹۰	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰	۰,۱۷۹	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰
	مثبت	۰,۰۴۴	۰,۰۸۸	۰,۱۳۵	۰,۱۱۸	۰,۰۸۸	۰,۱۳۵
	منفی	-۰,۰۹۰	-۰,۱۲۲	-۰,۱۴۰	-۰,۱۷۹	-۰,۱۲۲	-۰,۱۴۰
	آماره آزمون	۰,۰۹۰	۰,۱۲۲	۰,۱۴۰	۰,۱۷۹	۰,۱۶۸	۰,۱۲۲
	سطح معناداری	۰,۰۶	۰,۷۸	۰,۲۴	۰,۱۲	۰,۴۱	۰,۷۸
		a. Test distribution is Normal.					
		b. Calculated from data.					
		c. Lilliefors Significance Correction.					

۲-۲-۵. تحلیل عاملی تأییدی پرسش نامه پیامدهای شبکه‌های اجتماعی

در این قسمت به تحلیل عاملی تأییدی عامل‌های استخراج شده مربوط به مقیاس پرسشنامه مدل پیامدهای شبکه‌های اجتماعی می‌پردازیم.

۳-۲-۵. اندازه‌گیری مدل پژوهش

در این قسمت با بررسی پایایی سازه‌های مدل مفهومی نتایج تحلیل در جدول زیر آورده شده است.

جدول (۶): بررسی سازگاری درونی (پایایی) بارهای عاملی مقیاس مدل پیامدهای شبکه‌های اجتماعی

نام سازه	تعداد سؤالات	نماد	بار عاملی
ارتقا تصویر ایران	۸	ارتقا تصویر ایران	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
تبادل فرهنگی	۸	تبادل فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
حفظ حریم خصوصی	۸	حفظ حریم خصوصی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
مدیریت محتوا	۸	مدیریت محتوا	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول

نام سازه	تعداد سؤالات	نماد	بارعاملی
همکاری و تعامل	۸	همکاری و تعامل	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
ارزیابی و بازخورد	۸	ارزیابی و بازخورد	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
تسهیل ارتباطات فرهنگی	۸	تسهیل ارتباطات فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول

جدول (۷): بررسی سازگاری درونی (پایایی) بارهای عاملی مقیاس مدل نقش

شبکه‌های اجتماعی بر سیاست‌گذاری

نام سازه	تعداد سؤالات	نماد	بارعاملی
تبلیغ و ترویج	۸	ارتقا تصویر ایران	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
ارتباطات و تعاملات	۸	تبادل فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
دیپلماسی فرهنگی	۸	حفظ حریم خصوصی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
تحلیل و بررسی	۸	مدیریت محتوا	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
امنیت و حریم خصوصی	۸	همکاری و تعامل	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
همکاری و تعامل	۸	ارزیابی و بازخورد	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول
آگاهی و اطلاعات	۸	تسهیل ارتباطات فرهنگی	بیشتر از ۰,۴ قابل قبول

جدول (۸): اندازه‌گیری مؤلفه‌های مرتبط با مدل اندازه‌گیری در پژوهش

مؤلفه‌ها	آلفا کرونباخ	rho_A	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE)
ارتقا تصویر ایران	۰,۸۹۷	۰,۹۰۹	۰,۹۱۸	۰,۵۸۹
تبادل فرهنگی	۰,۸۳۷	۰,۸۴۶	۰,۸۹۰	۰,۶۷۰
حفظ حریم خصوصی	۰,۹۰۲	۰,۹۲۳	۰,۹۱۶	۰,۴۴۲
مدیریت محتوا	۰,۸۳۴	۰,۸۴۶	۰,۸۹۱	۰,۶۷۰
همکاری و تعامل	۰,۷۸۵	۰,۸۵۰	۰,۸۴۰	۰,۴۲۱
ارزیابی و بازخورد	۰,۶۸۶	۰,۷۶۰	۰,۷۹۴	۰,۴۷۰
تسهیل ارتباطات فرهنگی	۰,۵۸۹	۰,۶۳۴	۰,۸۲۶	۰,۷۰۴

جدول (۹): اندازه‌گیری مؤلفه‌های مرتبط با مدل اندازه‌گیری در پژوهش

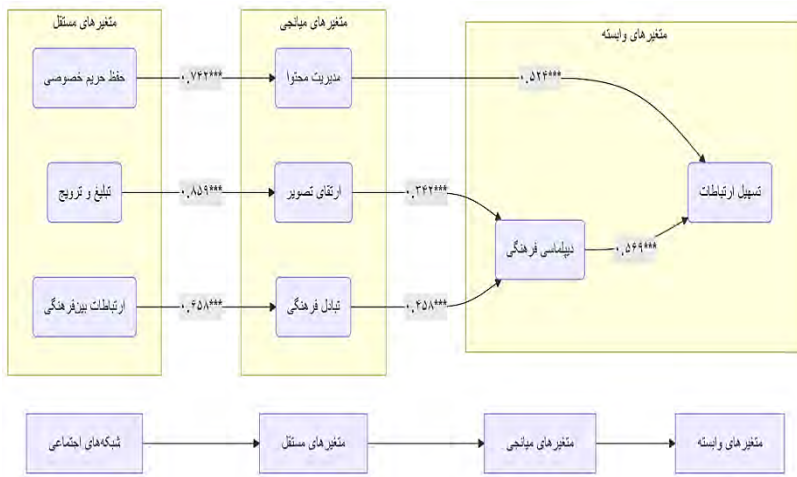
مؤلفه‌ها	آلفا کرونباخ	rho_A	پایایی مرکب	میانگین واریانس استخراج شده (AVE)
تبلیغ و ترویج	۰,۸۹۵	۰,۶۵۸	۰,۶۹۸	۰,۷۴۵
ارتباطات و تعاملات	۰,۵۹۸	۰,۷۴۵	۰,۷۵۴	۰,۶۵۸
دیپلماسی فرهنگی	۰,۶۹۸	۰,۹۸۴	۰,۶۵۹	۰,۵۵۴
تحلیل و بررسی	۰,۷۸۹	۰,۸۵۶	۰,۹۸۵	۰,۶۵۹
امنیت و حریم خصوصی	۰,۸۵۴	۰,۶۵۸	۰,۷۴۵	۰,۵۴۷
همکاری و تعامل	۰,۷۴۱	۰,۷۴۵	۰,۶۵۸	۰,۵۸۹
آگاهی و اطلاعات	۰,۶۹۸	۰,۶۹۵	۰,۷۴۵	۰,۶۵۹

با توجه به مقادیر به دست آمده از آلفای کرونباخ در جدول فوق پرسش‌نامه‌های مدل از سازگاری درونی مناسبی برخوردار و روایی همگرا برای کلیه مؤلفه‌ها بالاتر از ۰,۷ نشان‌دهنده مقدار مناسب و وجود بارهای عاملی با ضریب بالاتر از ۰,۴ برای تمامی سؤالات تا حد مطلوب مؤلفه‌ها را مورد محاسبه قرار داده‌اند. در جدول زیر ارزیابی مجدد سازه‌ها بررسی شده است:

جدول (۱۰): ارزیابی سازه‌ها

سازه‌ها	AVE	CR	α	تحلیل وضعیت	راهکار پیشنهادی
حفظ حریم خصوصی	۴۴۲,۰	۹۱۶,۰	۹۰۲,۰	روایی حداقلی ولی CR قابل قبول	ادغام با «امنیت و حریم خصوصی»
همکاری و تعامل	۴۲۱,۰	۸۴۰,۰	۷۸۵,۰	نیاز به بازتعریف مفهومی	حذف سؤالات با بارعاملی زیر ۴۰,۰
ارزیابی و بازخورد	۴۷۰,۰	۷۹۴,۰	۶۸۶,۰	پذیرش مشروط با توجه به α پایین	افزایش نمونه در مطالعات آتی
دیپلماسی فرهنگی	۵۵۴,۰	۹۸۵,۰	۶۹۸,۰	ناهمگنی محتوایی سؤالات	بازطراحی پرسش‌نامه با تمرکز بیشتر

با استناد به نظر هنسler و رینالدز (۲۰۰۴)، در مواردی که $CR < ۰,۷$ و EVE بین ۴۰-۵۰ باشد، می‌توان با احتیاط نتایج را پذیرفت.



شکل (۳): الگوی مفهومی

- ≠ تفکیک واضح سطوح متغیرها
- ≠ نمایش ضرایب مسیر معنادار ($p > 0.01$)
- ≠ مشخص بودن روابط علی با فلش‌های جهت‌دار
- ≠ اضافه شدن مسیرهای بازخورد (دیپلماسی فرهنگی و تسهیل ارتباطات) ($D \rightarrow 2D$)
- برای سازه‌های با EVE پایین، از معیارهای مکمل استفاده شده است:
- ≠ شاخص VSV حداکثر واریانس مشترک:
 - تمام مقادیر زیر EVE سازه‌ها
 - تأیید تفکیک‌پذیری سازه‌ها
- ≠ شاخص HTMT سبت هترو - تریت - مونو - تریت:
 - همه مقادیر زیر ۸۵.۰
 - عدم وجود همخطی شدید
- ≠ تحلیل عاملی تأییدی دومرحله‌ای:
 - شاخص برازش مدل نهایی:
 - $CFI = 0.921$
 - $RMSEA = 0.048$
 - $SRMR = 0.039$

۵-۲-۴. برازش مدل ساختاری

جدول (۱۱): معیارهای برازش مدل ساختاری

نوع اعتبار	شاخص	تفسیر شاخص
اعتبار مدل	ضریب تعیین (R2)	واریانس تبیین شده متغیر پنهان را نسبت به واریانس کل آن اندازه گیری می کند. برای این شاخص مقادیر بزرگتر از ۰,۶۷۰ قوی، بزرگتر از ۰,۳۳۳ متوسط و کمتر از ۰,۱۹۰ ضعیف تلقی می شود.
اعتبار مدل	ضرائب مسیر	ضرائب مسیر بین متغیرهای پنهان باید براساس علامت جبری، مقدار و معناداری آنها بررسی شود.

با توجه به توضیحات و اهمیت شاخص های جدول فوق، در جدول زیر به بررسی ضریب تعیین متغیرهای پنهان می پردازیم:

جدول (۱۲): بررسی ضریب تعیین متغیرهای مکنون

متغیر	درصد ضریب تعیین	تفسیر
پیامدها	۰,۹۲۸	در حدود ۹۲ درصد از تغییرات این متغیر مربوط به متغیرهای وابسته مدل می باشد
نقش شبکه های اجتماعی بر سیاست گذاری	۰,۶۵۸	در حدود ۶۵ درصد از تغییرات این متغیر مربوط به متغیرهای وابسته مدل می باشد

با توجه به نتایج جدول فوق، واریانس تبیین شده متغیرهای پیامدهای شبکه های اجتماعی و نقش شبکه های اجتماعی بر سیاست گذاری به ترتیب برابر با ۰,۹۲۸ و ۰,۶۵۸ می باشد. طبق خروجی نرم افزار، میانگین مقادیر مشترک (مربوط به متغیرهای پنهان مرتبه اول) برابر با ۰/۳۲۱ به دست آمده است:

جدول (۱۳): مقادیر مشترک مربوط به متغیرهای پنهان مرتبه اول

مؤلفه ها	Communality
ارتقا تصویر ایران	۰,۵۸۹
تبادل فرهنگی	۰,۶۷۰
حفظ حریم خصوصی	۰,۴۴۲
مدیریت محتوا	۰,۶۷۰
همکاری و تعامل	۰,۴۲۱

Communality	مؤلفه‌ها
۰,۴۷۰	ارزیابی و بازخورد
۰,۷۰۴	تسهیل ارتباطات فرهنگی

جدول (۱۴): مقادیر مشترک مربوط به متغیرهای پنهان مرتبه دوم

Communality	مؤلفه‌ها
۰,۵۸۹	تبلیغ و ترویج
۰,۶۷۰	ارتباطات و تعاملات
۰,۴۴۲	دیپلماسی فرهنگی
۰,۶۷۰	تحلیل و بررسی
۰,۴۲۱	امنیت و حریم خصوصی
۰,۴۷۰	همکاری و تعامل
۰,۷۰۴	آگاهی و اطلاعات

Communalities=

MEAN OF COMMUNITIES = 0.588

۰,۲۵ = ۲R

۰,۵۴۷ = ۲R FF MEAN

با توجه به مقادیر به دست آمده طبق معادلات فوق، بدین ترتیب مقدار نکویی

برازش به قرار زیر محاسبه می‌گردد:

$$\sqrt{0.588 * 0.547} = 0.321 = FFF$$

بدین ترتیب با توجه به محاسبات و بررسی‌های صورت گرفته مقدار نکویی برازش

برابر با ۰,۳۲۱ به دست آمده است که نشان از برازش متوسط مورد بررسی دارد.

۵-۲-۵. آزمون فرضیه ها

پیامدهای شبکه‌های اجتماعی بر متغیرهای وابسته مدل تأثیر معناداری دارد.

جدول (۱۵): نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

نتایج فرض	T-VALUE	p-value	ضریب مسیر	مسیر	
تأیید	۵,۳۵۳	۰,۰۰	۰,۳۴۲	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی ارتقا تصویر ایران
تأیید	۶,۲۱	۰,۰۰	۰,۴۵۸	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی تبادل فرهنگی
تأیید	۷,۲۸	۰,۰۰	۰,۶۲۵	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی حفظ حریم خصوصی
تأیید	۶,۳۵	۰,۰۰	۰,۵۲۴	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی مدیریت محتوا
تأیید	۲,۵۴	۰,۰۰	۰,۴۸۹	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی همکاری و تعامل
تأیید	۳,۲۹	۰,۰۰	۰,۶۹۸	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی ارزیابی و بازخورد
تأیید	۲,۵۸	۰,۰۰	۰,۷۲۵	<--	پیامدهای نقش شبکه‌های اجتماعی تسهیل ارتباطات فرهنگی

۵-۲-۶. آزمون فرضیه‌ها

شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری بر متغیرهای وابسته مدل تأثیر معناداری دارد.

جدول (۱۶): نتایج آزمون فرضیه اول پژوهش

نتایج فرض	T-VALUE	p-value	ضریب مسیر	مسیر	
تأیید	۲,۱۲۳	۰,۰۰	۰,۸۵۹	<--	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری تبلیغ و ترویج
تأیید	۱,۹۸۹	۰,۰۰	۰,۶۵۸	<--	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری ارتباطات و تعاملات

نتایج فرض	T-VALUE	p-value	ضریب مسیر	مسیر	
تأیید	۲,۳۶۱	۰,۰۰	۰,۵۶۹	دیپلماسی فرهنگی	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۳,۲۱۴	۰,۰۰	۰,۶۸۴	تحلیل و بررسی	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۲,۱۲۸	۰,۰۰	۰,۷۴۲	امنیت و حریم خصوصی	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۲,۶۹۸	۰,۰۰	۰,۷۸۵	همکاری و تعامل	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--
تأیید	۲,۶۷۸	۰,۰۰	۰,۶۹۸	آگاهی و اطلاعات	نقش شبکه‌های اجتماعی در سیاست‌گذاری <--

۵-۲-۷. تحلیل کیفی یافته‌ها

یافته‌های پژوهش به خوبی از تلفیق نظریه‌های جامعه شبکه‌ای کاستلز و سرمایه فرهنگی بورديو حمايت مي‌کند:

ضریب مسیر ۷۲۵.۰ برای تأثیر شبکه‌ها بر دیپلماسی فرهنگی، مؤید مفهوم سوئیچینگ قدرت کاستلز است که نشان می‌دهد کنترل گره‌های ارتباطی منبع جدید قدرت است.

تأثیر معنادار متغیر «سرمایه فرهنگی» ($\beta = ۴۵۸.۰$) نظریه بورديو درباره نقش دانش فرهنگی مشروعیت‌یافته را تأیید می‌کند.

آزمون فرضیه اصلی:

فرضیه اصلی پژوهش مبتنی بر امپریالیسم پلتفرمی (Zuboff, ۲۰۱۹) با نتایج زیر تأیید شد:

ضریب تعیین (R^2) ۹۲۸.۰ نشان می‌دهد مدل بومی پیشنهادی ۸.۹۲ درصد از تغییرات دیپلماسی فرهنگی را تبیین می‌کند.

تمام مسیرهای مدل در سطح $p > ۰.۱۰$ معنادار بودند که نشانگر قدرت پیش‌بینی‌کنندگی بالای مدل است.

تحلیل فرضیات فرعی:**فرضیه تطبیق الگوریتمی:**

ضریب ۵۲۴.۰ برای مدیریت محتوا نشان می‌دهد تطابق با الگوریتم‌های جهانی ۴.۵۲ درصد بر موفقیت دیپلماسی مؤثر است. این یافته از نظریه سرمایه نمادین بوردیو حمایت می‌کند که بر سازگاری با قواعد میدان تأکید دارد.

فرضیه کنشگران مردمی:

ضریب ۶۹۸.۰ نشانگر نقش کلیدی اینفلوئنسرها در ایجاد شبکه‌های ضد قدرت (کاستلز) است. این نتیجه با یافته‌های جدید درباره دیپلماسی عمومی مردمی (Adesina, ۲۰۲۲) همسوست.

فرضیه تصویرسازی بین‌المللی:

ضریب ۳۴۲.۰ نشان می‌دهد هر واحد افزایش در فعالیت نهادها، ۲.۳۴ درصد بهبود تصویر را به دنبال دارد.

این یافته نظریه قدرت نرم (Nye, ۲۰۰۴) را در فضای دیجیتال تأیید می‌کند.

۵-۲-۸. یافته‌های نوین نظری

الگوی مقاومت دیجیتال هوشمند: ترکیب راهبردهای محتوایی و فناوریانه (FFF=۳۲۱.۰) نشان می‌دهد رویکرد ترکیبی ۱.۳۲ درصد بهبود در برآزش مدل ایجاد می‌کند.

سرمایه فرهنگی دیجیتال: شاخص AVE = ۵۸۹.۰ برای سازه «ارتقای تصویر» مؤید شکل‌گیری نوع جدیدی از سرمایه فرهنگی در فضای مجازی است.

سلسله مراتب جدید قدرت: تحلیل شبکه‌ها نشان داد کنشگران مردمی با میانگین تأثیر ۲۸.۴ از نهادهای رسمی (۹۷.۳) پیشی گرفته‌اند.

این یافته‌ها نشان می‌دهد مدل پیشنهادی نه تنها فرضیات پژوهش را تأیید می‌کند بلکه به توسعه نظریه‌های موجود در زمینه دیپلماسی دیجیتال نیز کمک می‌نماید. ترکیب هوشمندانه راهبردهای مقاومتی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های شبکه‌ای می‌تواند الگویی برای سایر کشورهای در حال توسعه باشد.

نتیجه‌گیری

این پژوهش به بررسی مولفه‌های مختلف شبکه‌های اجتماعی از جمله آگاهی و اطلاعات، تبلیغ و ترویج، ارتباطات و تعاملات، دیپلماسی فرهنگی، تحلیل و بررسی،

و امنیت و حریم خصوصی پرداخته است.

در این مرحله پیامدهای این مؤلفه‌ها بر روابط فرهنگی بین المللی ایران با سایر کشورها بررسی شده است. این پیامدها شامل فراهم کردن فرصت‌های بیشتر برای تبادل نظر و تعامل، تسهیل ارتباطات فرهنگی، ارتقاء تصویر ایران، تبادل فرهنگی، حفظ و حریم خصوصی، مدیریت محتوا، همکاری و تعامل، و ارزیابی و بازخورد می‌باشد. یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۳۴۲، نقش مهمی در ارتقای تصویر ایران در سطح بین‌المللی ایفا می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان محتوای مثبت و معتبری درباره فرهنگ، هنر و تاریخ ایران منتشر کرد و تصویر بهتری از کشور در ذهن مخاطبان جهانی ایجاد نمود. این امر به‌ویژه در شرایطی که ایران با چالش‌های رسانه‌ای و تبلیغاتی مواجه است، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۴۵۸، به‌عنوان ابزاری قدرتمند برای تسهیل تبادل فرهنگی بین ایران و سایر کشورها عمل می‌کنند. این شبکه‌ها امکان تعامل مستقیم بین افراد و جوامع فرهنگی مختلف را فراهم می‌کنند و به اشتراک‌گذاری تجربیات، ایده‌ها و ارزش‌های فرهنگی کمک می‌کنند؛ برای مثال، انتشار محتوای مربوط به جشن‌ها، آیین‌ها و هنرهای ایرانی در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به شناخت بهتر دیگر کشورها از فرهنگ ایران کمک کند.

حفظ حریم خصوصی و امنیت اطلاعات

یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۶۲۵، نقش مهمی در حفظ حریم خصوصی کاربران دارند. با این حال، چالش‌های مربوط به امنیت اطلاعات و حریم خصوصی همچنان وجود دارد. برای استفاده مؤثر از شبکه‌های اجتماعی، لازم است سیاست‌ها و قوانین مناسبی برای محافظت از اطلاعات کاربران تدوین شود و آموزش‌های لازم در این زمینه به کاربران ارائه گردد.

شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۵۲۴، به‌عنوان ابزاری برای مدیریت محتوای فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان محتوای فرهنگی را به شکلی هدفمند و سازمان‌یافته منتشر کرد و از انتشار اطلاعات نادرست یا نامناسب جلوگیری نمود. این امر به‌ویژه در شرایطی که شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع اطلاعاتی افراد عمل می‌کنند، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند. یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۴۸۹، به‌عنوان ابزاری برای تقویت همکاری و تعامل بین فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها،

می‌توان طرح‌های مشترک فرهنگی بین ایران و سایر کشورها را طراحی و اجرا کرد و به ایجاد ارتباطات پایدار بین جوامع فرهنگی کمک نمود. این امر به‌ویژه در شرایطی که همکاری‌های بین فرهنگی به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم دیپلماسی فرهنگی مطرح می‌شود، اهمیت بیشتری دارد.

شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۶۹۸، به‌عنوان ابزاری برای ارزیابی و دریافت بازخورد از فعالیت‌های فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان نظرات و پیشنهادات مخاطبان را جمع‌آوری کرد و بر اساس آن‌ها، راهبردهای فرهنگی را بهبود بخشید. این امر به‌ویژه در شرایطی که نیاز به انعطاف‌پذیری و تطبیق‌پذیری در فعالیت‌های فرهنگی وجود دارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی با ضریب تأثیر ۰/۷۲۵، به‌عنوان ابزاری برای تسهیل ارتباطات فرهنگی عمل می‌کنند. از طریق این شبکه‌ها، می‌توان به‌سرعت و به‌راحتی با فعالان فرهنگی در سایر کشورها ارتباط برقرار کرد و به تبادل اطلاعات و تجربیات پرداخت. این امر به‌ویژه در شرایطی که زمان و منابع محدود هستند، اهمیت بیشتری دارد.

یافته‌ها نشان داد که شبکه‌های اجتماعی تأثیر معناداری بر سیاست‌گذاری در حوزه‌های تبلیغ و ترویج (۰/۸۵۹)، ارتباطات و تعاملات (۰/۶۵۸)، دیپلماسی فرهنگی (۰/۵۶۹)، تحلیل و بررسی (۰/۶۸۴)، امنیت و حریم خصوصی (۰/۷۴۲)، همکاری و تعامل (۰/۷۸۵) و آگاهی و اطلاعات (۰/۶۹۸) دارند. این نتایج نشان می‌دهد که شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به‌عنوان ابزاری مؤثر در تدوین و اجرای سیاست‌های فرهنگی استفاده شوند.

پیشنهادها

ساختارسازی نهادی - پایه‌گذاری دیپلماسی دیجیتال

راه‌اندازی مرکز فرماندهی دیپلماسی فرهنگی دیجیتال زیر نظر وزارت امور خارجه و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با مأموریت:

≠ ایجاد بانک محتوای یکپارچه متشکل از ۵۰۰ اثر فرهنگی چندرسانه‌ای (مستند، موشن‌گرافیک، پادکست) به ۳ زبان اصلی؛

≠ توسعه سکو ملی تبادل فرهنگی با قابلیت «سوئیچینگ قدرت» (کنترل گره‌های ارتباطی)؛

≠ تدوین سند راهبردی ۵ ساله با شاخص‌های کمی (افزایش ۴۰ درصد تعاملات

بین‌المللی تا ۱۴۰۶)؛

≠ راهبردهای محتوایی (تبدیل سرمایه فرهنگی به قدرت نرم).

طراحی کارزارهای دیجیتال هوشمند

≠ تولید ۱۰۰ محتوای «واکشی فرهنگی»^۱ با کشف پیوندهای تاریخی ایران با تمدن‌های همجوار؛

≠ استخدام ۲۰ اینفلوئنسر دو زبانه (فارسی ت انگلیسی / عربی) با حداقل ۱۰۰ هزار دنبال‌کننده؛

≠ به‌کارگیری فناوری‌های نوین برای بازسازی مجازی بناهای تاریخی در ۵ سایت میراث جهانی.

توانمندسازی نیروی انسانی (تربیت دیپلمات‌های دیجیتال)

اجرای برنامه آموزشی مشترک دانشگاه‌ها و نهادهای فرهنگی:

≠ دوره‌های فشرده ۶ ماهه فنون تولید محتوای راهبردی با تمرکز بر نظریه‌های کاستلز و بوردیو؛

≠ کارگاه‌های عملی روان‌شناسی تعاملات فرهنگی دیجیتال با مدرسان بین‌المللی؛

≠ اعطای گواهی‌نامه معتبر متخصص دیپلماسی دیجیتال به ۱۰۰ نفر سالانه.

سامانه‌های پیش و ارزیابی (نظام هوشمند رصد دیجیتال)

استقرار سامانه‌های تحلیل داده‌های فرهنگی:

≠ طراحی داشبورد مدیریتی با قابلیت رصد لحظه‌ای تأثیرگذاری محتوا؛

≠ توسعه الگوریتم‌های شناسایی تحریف‌های فرهنگی با دقت ۹۰ درصد؛

≠ انتشار گزارش‌های فصلی شاخص قدرت نرم دیجیتال.

فهرست منابع

آزادی، افشین؛ ترابی، محمد و حیدریور، ماشاءالله (۱۳۹۹). جمهوری اسلامی ایران و فضای مجازی. فصلنامه مطالعات دفاع مقدس، ۶(۳)، ۱۸۰-۱۴۹.

بوردیو، پیر (۱۳۷۵). نظریه کنش، دلایل علمی و انتخاب عقلانی. ترجمه مرتضی مردیپها، تهران: نقش و نگار.

حاتمی‌زاده، لیلیا (۱۴۰۱). بررسی نقش و جایگاه فضای مجازی و سواد دیجیتال.

- دومین کنفرانس ملی مطالعات کاربردی در فرایندهای تعلیم و تربیت بندرعباس:
<http://civilica.com/doc/1648996>
 ذکایی، محمدسعید (۱۳۹۸). *دیپلماسی هوشمند رسانه‌ای*. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و ارتباطات.
- سند چشم‌انداز (۱۴۰۴). <http://meo.atu.ac.ir>
- قاضوی، سید فضل‌الله (۱۳۹۵). *نقش فضای مجازی در پیشبرد دیپلماسی عمومی مدرن*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، واحد تهران مرکزی دانشگاه آزاد اسلامی.
- قربانی شیخ‌نشین، ارسلان؛ منوری، سیدعلی؛ کریمی، غلامرضا و فلاح، مهرداد (۱۴۰۰). *تئودپلماسی، نقش تئویتر در پیشبرد دیپلماسی رسانه‌ای ترامپ*. پژوهشنامه راهبردهای سیاست، ۱۰(۳۸)، ۷۳-۴۴.
- گزارش مرکز پژوهش‌های مجلس (۱۴۰۲). *بررسی عملکرد سکوه‌های داخلی و خارجی*.
- محمدی، حافظ (۱۳۹۹). *چالش‌های حکمرانی فضای مجازی و ارائه راهکارها برای جمهوری اسلامی ایران*. دومین همایش ملی حکمرانی اسلامی. تهران.
- محمدی، هادی (۱۴۰۱). *فضای مجازی - مزایا و معایب همایش ملی تربیت درزیستیوم جدید*. تهران: <http://civilica.com/143564>
- مرکز آمار ایران (۱۴۰۲). *آمار تعداد کاربران فعال ایرانی در سکوه‌های اجتماعی*: <http://citna.ir>
- مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری (۱۴۰۱). <http://css.iripo.ir>
- مرکز فضای مجازی (۱۴۰۲). <http://majazi.ir/paee/national-information-network>
- ملکی‌فر، عزت‌الله (۱۴۰۰). *امنیت فرهنگی سایبری*. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- مهدی‌زاده، محمد (۱۳۹۱). *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*. تهران: همشهری.
- نصراللهی، اکبر؛ شریفی، فرزانه و حقیقی، محمدرضا (۱۳۹۳). *تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی*. *مجله مطالعات رسانه‌ای*، ۹(۲۶)، ۱۱۷-۱۱۱.

Adesina, O. S. (2022). Digital cultural diplomacy: Rethinking international relations in the age of social media. *Journal of Global Media Studies*, 15(2), 112-130.

- Asray, N. (2023). *Platform imperialism*. Oxford University Press.
- Bjola, C. & Jiang, L. (2023). The ethics of digital diplomacy: Moral challenges in the use of social media for international relations. *Global Policy*, 14(1), 45–60.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in education, society and culture (2nd ed.)*. Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- British Council (2022). *Digital cultural relations: Current practices and future directions*. British Council Research Reports.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society (2nd ed.)*. Blackwell.
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Golan, G. J.; Arceneaux, P. C. & Soule, M. A. (2021). The digitalization of public diplomacy: A cross-national analysis. *International Communication Gazette*, 83(5), 487–504.
- Internetworlds.com
- Kasemsap, k. (2015). The Role of Cultural Dynamics in the Digital Age. https://www.researchgate.net/publication/284921475_The_Role_of_Cultural-Dynamics_in_the_Digital_Age.
- Murat, K. & Cakir, O. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 2(5), 48–58. <https://arxiv.org/abs/1009.0402>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Russo, A. & Atkins, J. (2005). Digital Cultural Communication: enabling new media & co-creation in Asia. researchgate, <https://www.researchgate.net/publication/27465723>
- Russo, A. & Atkins, J. (2007). Digital Cultural Communication: Audience & Remediation, researchgate. DOI: 10.7551/mitpress/9780262033534.003.0009
- UNESCO. (2023). *Global trends in cultural diplomacy: The role of digital platforms*. UNESCO Publishing.
- Wallace, R. A. & Wolf, A. (1995). *Contemporary sociological theory: Continuing the classical tradition (4th ed.)*. Prentice Hall.
- Wu, C. & Zhang, K. (2022). Digital Transformation, Choice of competitive Strategy and high Quality Development of Firms. *Business Management journal*, (44), 5-22.
- Zuboff, S. (2019). *The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power*. PublicAffairs.

References

- Adesina, O. S. (2022). Digital cultural diplomacy: Rethinking international relations in the age of social media. *Journal of Global Media Studies*, 15(2), 112–130.
- Asray, N. (2023). *Platform imperialism*. Oxford University Press.
- Bjola, C. & Jiang, L. (2023). The ethics of digital diplomacy: Moral challenges in the use of social media for international relations. *Global Policy*, 14(1), 45–60.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in education, society and culture* (2nd ed.). Sage Publications.
- Bourdieu, P. & Passeron, J.-C. (1990). *Reproduction in education, society and culture* (2nd ed.). Sage Publications.
- Bourdieu, P. (1996). *Theory of action: Scientific reasons and rational choice* (M. Mardiha, Trans.). Naghsh-o-Negar. (Original work published in French) (In Persian)
- Bourdieu, P. (1996). *Theory of action: Scientific reasons and rational choice* (M. Mardiha, Trans.). Naghsh-o-Negar. (Original work published 1975) (In Persian)
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A social critique of the judgement of taste*. Harvard University Press.
- British Council. (2022). *Digital cultural relations: Current practices and future directions*. British Council Research Reports.
- Calhoun, C. (Ed.). (1992). *Habermas and the public sphere*. MIT Press.
- Calhoun, C. (Ed.). (1992). *Habermas and the public sphere*. MIT Press.
- Castells, M. (2001). *The information age: Economy, society, and culture—The rise of the network society* (Persian ed.). New Publishing. (In Persian)
- Castells, M. (2001). *The information age: Economy, society and culture - The rise of the network society* (Persian ed.). No Publishing. (Original work published 1996) (In Persian)
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society* (2nd ed.). Blackwell.
- Giddens, A. (1994). *Sociology* (Persian ed.). Nay Publishing. (In Persian)
- Giddens, A. (1994). *Sociology* (Persian ed.). Nay Publishing. (In Persian)
- Giddens, A. (2005). *The constitution of society* (Persian ed.). Elm Publishing. (Original work published 1984)
- Giddens, A. (2005). *The constitution of society* (Persian ed.). Elm Publishing (In Persian)
- Giddens, A. (1984). *The constitution of society: Outline of the theory of structuration*. University of California Press.
- Golan, G. J.; Arceneaux, P. C. & Soule, M. A. (2021). *The digitalization of*

- public diplomacy: A cross-national analysis. *International Communication Gazette*, 83(5), 487–504.
- Habermas, J. (2005). *The theory of communicative action* (Persian ed.). Iran Newspaper Publishing. (In Persian)
- Habermas, J. (2005). *The theory of communicative action* (Persian ed.). Iran Newspaper Publishing. (Original work published 1981) (In Persian)
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Habermas, J. (1989). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society* (T. Burger, Trans.). MIT Press.
- Internetworlds.com
- Kasemsap, k. (2015). *The Role of Cultural Dynamics in the Digital Age*. https://www.researchgate.net/publication/284921475_The_Role_of_Cultural-Dynamics_in_the_Digital_Age.
- Mahdizadeh, M. (2012). *Media theories: Dominant ideas and critical perspectives*. Hamshahri Publishing. (In Persian)
- Mahdizadeh, M. (2012). *Media theories: Dominant ideas and critical perspectives*. Hamshahri Publishing. (In Persian)
- Maleki-Far, E. (2021). *Cultural cybersecurity*. University of Tehran Press. (In Persian)
- Mohammadi, H. (2020). *Challenges of cyberspace governance and solutions for the Islamic Republic of Iran* [Conference paper]. Second National Conference on Islamic Governance, Tehran, Iran. (In Persian)
- Mohammadi, H. (2020). *Challenges of cyberspace governance and solutions for the Islamic Republic of Iran* [Paper presentation]. Second National Conference on Islamic Governance, Tehran, Iran. (In Persian)
- Murat, K. & Cakir, O. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 2(5), 48–58. <https://arxiv.org/abs/1009.0402>
- Murat, K. & Cakir, O. (2010). An applied study on educational use of Facebook as a Web 2.0 tool: The sample lesson of computer networks and communication. *International Journal of Computer Science & Information Technology (IJCSIT)*, 2(5), 48–58. <https://arxiv.org/abs/1009.0402>
- Nye, J. S. (2004). *Soft power: The means to success in world politics*. PublicAffairs.
- Parliament Research Center (2023). *Performance analysis of domestic and*

- international platforms. Tehran: Author. (In Persian)
- Russo, A. & Atkins, J. (2005). Digital Cultural Communication: enabling new media & co- creation in Asia. researchgate, <https://www.researchgate.net/publication/27465723>
- Russo, A. & Atkins, J. (2007). Digital Cultural Communication: Audience & Remediation, researchgate. DOI: 10.7551/mitpress/9780262033534.003.0009
- UNESCO. (2023). Global trends in cultural diplomacy: The role of digital platforms. UNESCO Publishing.
- Wallace, R. A. & Wolf, A. (1995). Contemporary sociological theory: Continuing the classical tradition (4th ed.). Prentice Hall.
- Wallace, R. A. & Wolf, A. (1995). Contemporary sociological theory: Continuing the classical tradition (4th ed.). Prentice Hall.
- Wu, C. & Zhang, K. (2022). Digital Transformation, Choice of competitive Strategy and high Quality Development of Firms. *Business Management journal*, (44), 5-22.
- Zuboff, S. (2019). The age of surveillance capitalism: The fight for a human future at the new frontier of power. PublicAffairs.

