

فهرست مطالب

۱	 فصل اول : کلیات تحقیق.....
۲	 ۱-۱- مقدمه.....
۶	 ۲-۱- تعاریف و مفاهیم کلیدی.....
۶	 ۱-۲-۱- سواد رسانه‌ای.....
۱۱	 ۲-۲-۱- سواد فضای مجازی.....
۱۴	 ۳-۲-۱- سواد دیجیتال.....
۱۶	 ۳-۱- بیان مسئله تحقیق.....
۱۸	 ۴-۱- اهداف و سوالات تحقیق.....
۲۱	 ۵-۱- ضرورت و کاربرد تحقیق.....
۲۳	 ۶-۱- روش انجام تحقیق.....
۲۴	 ۷-۱- ساختار تحقیق.....
۲۵	 فصل دوم: ادبیات تحقیق.....
۲۶	 ۱-۲- مقدمه.....
۲۶	 ۲-۲- علم سنجی ادبیات تحقیق.....
۲۷	 ۱-۲-۲- تجزیه و تحلیل بر مبنای کلیدواژه‌ها.....
۳۰	 ۲-۲-۲- تجزیه و تحلیل بر مبنای کلیدواژه‌ها اشتراک بین مراجع.....
۳۲	 ۳-۲-۲- تجزیه و تحلیل بر مبنای کلیدواژه‌ها جغرافیایی.....
۳۴	 ۳-۲-۳- مروری بر مقالات مرتبط.....
۳۴	 ۱-۳-۲- مقالات مرتبط با سواد رسانه‌ای.....
۴۱	 ۲-۳-۲- مقالات مرتبط با سواد فضای مجازی.....
۴۶	 ۳-۳-۲- مقالات مرتبط با سواد دیجیتال.....
۵۰	 ۴-۲- رویکرد کشورهای مختلف.....
۵۰	 ۱-۴-۲- انگلستان.....
۵۲	 ۲-۴-۲- ایالات متحده‌ی آمریکا.....
۵۵	 ۳-۴-۲- اتحادیه‌ی اروپا.....
۵۸	 ۴-۴-۲- استرالیا.....
۶۰	 ۵-۴-۲- کانادا.....
۶۳	 ۶-۴-۲- اندونزی.....
۶۸	 ۷-۴-۲- سنگاپور.....
۶۹	 ۸-۴-۲- نیجریه.....

۷۲	۹-۴-۲- سازمان‌های بین‌المللی.....
۷۵	۵-۲- مرووری بر اقدامات انجام شده در ایران.....
۸۰	۶-۲- جمع‌بندی.....
۸۲	فصل سوم: رویکرد پیشنهادی.....
۸۳	۱-۳- مقدمه.....
۸۳	۲-۳- شرح مسئله.....
۸۵	۱-۲-۳- مطالعه تطبیقی کشورها.....
۸۶	۲-۲-۳- تحلیل اسناد بالادستی و راهبردی جمهوری اسلامی ایران.....
۸۶	۳-۲-۳- پرسشنامه.....
۸۷	۴-۲-۳- مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با خبرگان حوزه فضای مجازی.....
۸۷	۵-۲-۳- جلسات نخبگانی و پنل‌های تخصصی.....
۸۷	۳-۳- مراحل انجام تحقیق.....
۸۷	۱-۳-۳- تعریف و تعیین ابعاد سواد فضای مجازی.....
۸۸	۲-۳-۳- بررسی وضعیت سواد فضای مجازی در ایران.....
۸۹	۳-۳-۳- تدوین چشم‌انداز با استفاده از نظریه تغییر.....
۹۰	۱-۳-۳-۳- نظریه تغییر.....
۹۱	۲-۳-۳-۳- تدوین چشم‌انداز.....
۹۲	۱-۲-۳-۳-۳- جمع‌بندی بایدها و نبایدها.....
۹۳	۲-۲-۳-۳-۳- تدوین برنامه اقدام و عملیاتی.....
۹۵	۳-۲-۳-۳-۳- تدوین شاخص‌ها و سنجه‌های ارزیابی.....
۹۶	۴-۳- محدودیت‌های تحقیق.....
۹۷	۵-۳- جمع‌بندی.....
۹۹	فصل چهارم: نتایج محاسباتی.....
۱۰۰	۱-۴- مقدمه.....
۱۰۱	۲-۴- تعریف سواد فضای مجازی.....
۱۰۳	۳-۴- تعریف و ابعاد سواد فضای مجازی در سایر کشورها.....
۱۰۳	۱-۳-۴- تعریف و ابعاد سواد فضای مجازی در کانادا.....
۱۰۴	۲-۳-۴- تعریف و ابعاد سواد فضای مجازی در اندونزی.....
۱۰۶	۳-۳-۴- تعریف و ابعاد سواد فضای مجازی در اتحادیه اروپا.....
۱۰۷	۴-۳-۴- تعریف و ابعاد سواد فضای مجازی در سنگاپور.....
۱۰۹	۴-۴- نتایج بررسی وضعیت سواد فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران.....
۱۰۹	۱-۴-۴- بررسی آمار مستقیم.....

۱۰۹	 ۴-۴-۱-۱- آمار استفاده از اینترنت
۱۱۲	 ۴-۴-۲- آمار استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات
۱۱۴	 ۴-۴-۳- آمار استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۱۱۵	 ۴-۴-۱-۴- آمار خرید آنلاین
۱۱۵	 ۴-۴-۱-۵- آمار استفاده از خدمات دولت الکترونیک
۱۱۵	 ۴-۴-۱-۶- آمار مطالعه الکترونیکی
۱۱۶	 ۴-۴-۲- تحلیل داده‌های آماری غیرمستقیم
۱۱۶	 ۴-۴-۱-۲- آپارات
۱۱۷	 ۴-۴-۲-۲- آیتول
۱۱۹	 ۴-۴-۳-۲- اسنپ
۱۲۰	 ۴-۴-۲-۴- تپسی
۱۲۲	 ۴-۴-۵-۲- دیجی کالا
۱۲۴	 ۴-۴-۶-۲- سداد
۱۲۶	 ۴-۴-۷-۲- علی بابا
۱۲۷	 ۴-۴-۸-۲- کافه بازار
۱۲۸	 ۴-۴-۹-۲- مکتب‌خونه
۱۲۹	 ۴-۴-۱۰-۲- یکتانت
۱۳۰	 ۴-۵- مقایسه وضعیت جمهوری اسلامی ایران در سواد فضای مجازی با کشورهای پیشرو
۱۴۰	 ۴-۶- جمع بندی سواد فضای مجازی شهروندان جمهوری اسلامی
۱۴۰	 ۴-۶-۱- بعد عملیاتی
۱۴۱	 ۴-۶-۲- بعد شناختی
۱۴۲	 ۴-۶-۳- بعد اجتماعی
۱۴۳	 ۴-۶-۴- بعد ایمنی و امنیت
۱۴۴	 ۴-۶-۵- بعد ارزشی و انتقادی
۱۴۴	 ۴-۷- بیانیه‌ی چشم‌انداز
۱۴۵	 ۴-۷-۱- نبایدها
۱۴۸	 ۴-۷-۲- بایدها
۱۵۲	 ۴-۸- رهاورد کلان
۱۵۴	 ۴-۹- تعیین پیش شرط‌ها
۱۵۷	 ۴-۱۰- تعیین اقدامات
۱۶۶	 ۴-۱۱- راهبردها و اقدامات ملی برای ارتقاء سواد فضای مجازی
۱۶۸	 ۴-۱۲- تعیین متولیان

۱۷۲	 ۴-۱۳- تعیین شاخصه‌ها و سنجه‌ها.....
۱۷۹	 ۴-۱۴- تحقق چشم انداز سواد فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران.....
۱۸۱	 ۴-۱۵- جمع‌بندی.....
۱۸۲	 ۴-۱۶- پاسخ به سوالات تحقیق.....
۱۸۶	 فصل پنجم: نتیجه‌گیری و پیشنهادات آتی.....
۱۸۷	 ۵-۱- مقدمه.....
۱۸۷	 ۵-۲- نوآوری‌های تحقیق.....
۱۸۹	 ۵-۳- بینش‌های مدیریتی.....
۱۹۰	 ۵-۴- محدودیت‌های تحقیق.....
۱۹۲	 ۵-۵- پیشنهاد برای تحقیقات آتی.....
۱۹۵	 مراجع.....