

چارچوب مفهومی اقتصاد توکنی با رویکرد مقاومت رسانه‌ای در برابر نظام سلطه در رسانه‌های

دیجیتال: مطالعه موردی خبرگزاری مهر

فائزه فرهودی*^۱

چکیده

هدف اصلی ارائه چارچوب مفهومی اقتصاد توکنی در خبرگزاری مهر ایران با رویکرد مقاومت رسانه‌ای در برابر نظام سلطه است. روش تحقیق ترکیبی است و از نظر هدف، توسعه‌ای کاربردی است. روش گردآوری اطلاعات در بخش کیفی، کتابخانه‌ای و در بخش کمی، میدانی است. جامعه آماری ۸۴ نفر از مدیران و متخصصان شامل مدیران رسانه‌ای خبرگزاری مهر (۱۴ نفر) و متخصصان فناوری بلاک چین (۷۰ نفر) در ایران بود. با توجه به اندازه محدود جامعه و دسترسی کامل به آن از طریق شبکه‌های حرفه‌ای، نیازی به نمونه‌گیری نبود. در بخش کیفی، با استفاده از الگوریتم هفت مرحله‌ای فراترکیب، مولفه‌های مربوط به این دو متغیر (مدل اقتصاد توکنی و فناوری بلاک چین) استخراج شد و در بخش کمی با استفاده از روش دلفی و تنظیم پرسشنامه نظرات متخصصان دریافت شد. نتایج نشان داد بهره‌گیری از بلاک چین و مفاهیم اقتصاد توکنی می‌تواند به تضمین استقلال خبرگزاری، ایجاد ارزش اقتصادی پایدار و اعتباری، و افزایش مقاومت آن در برابر فشارهای خارجی یاری رساند. تحلیل یافته‌های کمی نشان داد که اولویت اصلی، توسعه راهبردی رسانه‌های دیجیتال، به ویژه در حوزه‌های مدل حکمرانی رسانه‌ای و حفظ و جذب مخاطب است. همچنین، زیرساخت‌های فناورانه، اقتصاد دیجیتال تاب‌آور، امنیت سایبری، دقت داده‌ها، مدیریت محتوا و چارچوب مالی پایدار، مؤلفه‌های کلیدی هستند که از طریق مدل اقتصاد توکنی و با استفاده از قابلیت‌های بلاک چین، تقویت می‌شوند. تقویت زیرساخت و امنیت سایبری خبرگزاری مهر، آموزش تخصصی کارکنان و ایجاد چارچوب حقوقی و اعتمادسازی از جمله پیشنهادها حاصل از پژوهش حاضر است.

کلیدواژه‌ها: اقتصاد توکنی، اقتصاد دیجیتال، بلاک چین، خبرگزاری مهر، رسانه‌های خبری، مقاومت رسانه‌ای

^۱ نویسنده مسئول، استادیار، گروه مدیریت، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران. رایانامه:

Designing a Tokenomics Model for Digital Media with an Approach of Media Resistance Against the Dominant System (Case Study: Mehr News Agency)

Faezeh Farhoodi*¹

Abstract

The main purpose is design a token economy conceptual framework for Iran's Mehr News Agency with an approach focused on media resistance against the dominant global system. The research method is mixed, and in terms of purpose, it is applied and developmental. Data collection in the qualitative section was conducted through library research, and in the quantitative section through fieldwork. The statistical population consisted of 84 managers and experts, including media managers of Mehr News Agency (14 individuals) and blockchain technology specialists (70 individuals) in Iran. Given the limited size of the population and full access to it through professional networks, sampling was unnecessary. In the qualitative phase, using the seven-step meta-synthesis algorithm, the components related to the two variables (token economy model and blockchain technology) were extracted. In the quantitative phase, expert opinions were collected using the Delphi method and a structured questionnaire. The results indicated that employing blockchain and token economy concepts can support the agency's independence, create sustainable economic and reputational value, and enhance its resilience against external pressures. Analysis showed that the primary priority is the strategic development of digital media, particularly in areas such as media governance models and audience retention and engagement. Additionally, technological infrastructure, resilient digital economy, cybersecurity, data accuracy, content management, and a sustainable financial framework are key components that can be strengthened through a token economy model leveraging blockchain capabilities. Strengthening Mehr News Agency's infrastructure, providing specialized staff training, and establishing legal frameworks are among the recommendations derived from this study.

Keywords: Tokenomics, Blockchain, Media Resistance, Mehr News Agency, Digital Economy, News Media

¹ Corresponding Author: Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Social Sciences, University of Religions and Denominations, Qom, Iran.
f.farhudi@urd.ac.ir

انقلاب دیجیتال، پدیده‌ای است که در دهه‌های اخیر، چشم‌انداز ارتباطات، رسانه و اقتصاد را به طور بنیادین دگرگون کرده است (Van Dijck, ۲۰۱۳). ظهور اینترنت پرسرعت، شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های دیجیتال، نه تنها شیوه تولید، توزیع و مصرف محتوا را تغییر داده، بلکه به طور همزمان، مدل‌های کسب و کار سنتی رسانه‌ها را با چالش‌های وجودی روبرو ساخته است. بسیاری از رسانه‌ها، به ویژه آن‌هایی که به طور سنتی بر درآمدهای حاصل از تبلیغات وابسته بوده‌اند، اکنون با فروپاشی تدریجی این مدل‌ها و ظهور پلتفرم‌های فراملیتی مواجه هستند که بخش عمده‌ای از بازار تبلیغات دیجیتال را به انحصار خود درآورده‌اند (Hesmondhalgh, ۲۰۱۸). همچنین پیشرفت فناوری اطلاعات و در کنار آن تکنولوژی رسانه، باعث ایجاد شکل نوینی از اقتصاد به نام اقتصاد رسانه شده است. اگر چه این مفهوم، چندان واژه جدیدی نیست با این حال در سال‌های اخیر و با گسترش رسانه‌های آنلاین به عنوان ابزارهای اطلاع‌رسانی مدرن، اهمیت دو چندان پیدا نموده است (قادری و رحیمی، ۱۴۰۳). موفقیت و توسعه اقتصاد رسانه در ایران بیش از هر عامل دیگری به ظرفیت فناوری، مدیریت داده و بازتعریف ساختارهای مالکیتی بستگی دارد. در این عرصه با ارائه چارچوبی تحلیلی و شناسایی پیشران‌های کلیدی، زمینه تصمیم‌گیری راهبردی برای سیاست‌گذاران، مدیران رسانه‌ای و سرمایه‌گذاران فراهم می‌شود و در نهایت می‌توان گفت که نگاه جامع به فناوری، سیاست، اقتصاد و رفتار مصرف‌کننده برای آینده اقتصاد رسانه ضروری است (فقیهی نژاد و ملکی، ۱۴۰۵). در این میان، مفهوم "مقاومت رسانه‌ای" اهمیت یافته است؛ مقاومتی که نه تنها در برابر فشارهای اقتصادی، بلکه در برابر جنگ روایت‌ها و تلاش برای تحمیل الگوهای فرهنگی و سیاسی نظام سلطه نیز باید شکل گیرد (Camilleri, ۲۰۱۸). صنعت رسانه‌های دیجیتال امروزه در قلب یک نبرد ژئوپلیتیکی و ایدئولوژیک قرار گرفته است، جایی که مقاومت در برابر نظام سلطه^۲ نه تنها یک گزاره سیاسی، بلکه یک ضرورت استراتژیک برای حفظ استقلال و اعتبار رسانه‌ای محسوب می‌شود. در این چشم‌انداز، رسانه‌هایی که تلاش می‌کنند صدای مستقلی را در برابر روایت‌های غالب و پروپاگاندای قدرت‌های بزرگ منتشر کنند، با چالش‌های مضاعفی در زمینه پایداری اقتصادی و حفظ تمامیت محتوایی خود مواجه هستند (کمیلر، ۲۰۱۸). رسانه‌های دیجیتال، به ویژه آن‌هایی که در کشورهای در حال توسعه یا تحت فشارهای بین‌المللی فعالیت می‌کنند، اغلب با تحریم‌های اطلاعاتی، سانسور، و کمپین‌های سازمان‌یافته اطلاعات نادرست^۳ روبرو هستند که هدفشان تضعیف روایت‌های بومی و تحمیل دیدگاه‌های سلطه‌گرا است (Benkler, ۲۰۱۸). این عوامل، یافتن مدل‌های کسب و کاری را که بتوانند ضمن تضمین استقلال رسانه‌ای، امکان تولید محتوای عمیق و مستند را فراهم آورند، به یک اولویت حیاتی تبدیل کرده است. بلاک‌چین، با ارائه زیرساختی غیرمتمرکز، شفاف و امن، نویدبخش راهکارهای نوین برای غلبه بر این چالش‌ها است. این فناوری، که بنیان اصلی "وب ۳" را تشکیل می‌دهد، امکان ایجاد اکوسیستم‌های اقتصادی جدیدی را فراهم می‌آورد که در آن‌ها کاربران، خالقان محتوا و واسطه‌ها، نقش‌های فعال‌تری ایفا می‌کنند (O'Reilly, ۲۰۲۰; Tapscott, ۲۰۱۶). "اقتصاد توکنی"^۴، که از دل بلاک‌چین برمی‌خیزد، چارچوبی را برای ارزش‌گذاری، مبادله و پاداش‌دهی در فضای دیجیتال ارائه می‌دهد که فراتر از مدل‌های پولی سنتی است (Liu & Zhu, ۲۰۲۱). در این مدل، توکن‌های دیجیتال می‌توانند برای ایجاد جریان‌های درآمدی پایدار، تشویق مشارکت مخاطبان، تضمین حقوق خالقان محتوا، و ایجاد سازوکارهای حکمرانی غیرمتمرکز مورد استفاده قرار گیرند (Davidson, ۲۰۱۶). اهمیت این رویکرد زمانی آشکارتر می‌شود که آن را در بستر "مقاومت در برابر نظام سلطه" قرار دهیم. نظام سلطه، با استفاده از ابزارهای اقتصادی، سیاسی و رسانه‌ای،

^۱ Media Resilience

^۲ Hegemonic System

^۳ Disinformation Campaigns

^۴ Token Economy

تلاش در جهت یکسان‌سازی فرهنگی و تسلط بر روایت‌های جهانی دارد (Iberty, ۲۰۲۲). اقتصاد توکنی، با فراهم آوردن قابلیت‌هایی چون تمرکززدایی، شفافیت و توانمندسازی کاربران، می‌تواند به ابزاری قدرتمند در جهت تقویت مقاومت رسانه‌ای تبدیل شود. برنامه ریزی نظام مند در شیوه کسب درآمد با رویکرد اقتصاد محوری، تدوین برنامه‌های دانش محور با هدف دانش اندوزی، هویت محوری با دادن هویت به کاربران در حوزه صنایع خلاق، دادن اطلاعات و آموزش‌های لازم به کاربران و عناصر سازمانی، و ارائه مدل اقتصاد رسانه‌ای در این صنایع (شریفی و همکاران، ۱۳۹۹) می‌تواند راهگشای ورود به عرصه اقتصاد توکنی در رسانه‌های دیجیتال از جمله خبرگزاری‌ها باشد.

در چنین بستری، تدوین چارچوبی مفهومی برای بهره‌گیری از اقتصاد توکنی با رویکرد مقاومت رسانه‌ای در رسانه‌های دیجیتال، امری ضروری به نظر می‌رسد. این چارچوب می‌تواند به رسانه‌ها کمک کند تا ضمن حفظ استقلال خود در برابر فشارهای اقتصادی و ایدئولوژیک نظام سلطه، پایداری اقتصادی و اعتبار خود را نیز تضمین نمایند. با توجه به چالش‌های موجود در مدل‌های کسب و کار سنتی و پتانسیل‌های نوظهور بلاک‌چین، این پژوهش به دنبال ارائه چارچوبی مفهومی است که چگونگی انطباق مفاهیم اقتصاد توکنی با الزامات مقاومت رسانه‌ای را در رسانه‌های دیجیتال، به ویژه با مطالعه موردی خبرگزاری مهر، تبیین نماید.

نوآوری بنیادین این پژوهش در فراتر رفتن از رویکردهای سنتی "مدیریت رسانه" و ورود به قلمرو "مهندسی اقتصادی-فناورانه" است. برخلاف مطالعات پیشین که یا صرفاً به بررسی ابزارهای بلاک‌چین پرداخته‌اند و یا به تحلیل‌های تئوریک رسانه‌ها در برابر نظام سلطه، این تحقیق با ارائه یک "چارچوب مفهومی چندبعدی"، برای نخستین بار پیوند میان تکنولوژی‌های توکنی و استراتژی‌های مقاومت رسانه‌ای را تبیین می‌کند. نوآوری اصلی این مقاله در ارائه مدلی است که در آن، "مقاومت" از یک مفهوم صرفاً سیاسی-اجتماعی، به یک "مفهوم ساختاری-اقتصادی" تبدیل می‌شود؛ به این معنا که مقاومت در برابر سلطه دیجیتال، نه تنها از طریق محتوا، بلکه از طریق ایجاد یک "زیرساخت مالی خودگردان و غیرمتمرکز" تأمین می‌گردد. این پژوهش با مطالعه موردی خبرگزاری مهر، برای نخستین بار الگوی تبدیل "ارزش خبری" به "دارایی دیجیتال" را به عنوان راهکاری عملیاتی برای خروج از وابستگی به پلتفرم‌های متمرکز جهانی ارائه می‌دهد.

این رویکرد، با تمرکز بر جنبه‌های تحلیلی و نظری، به دنبال پاسخگویی به این پرسش اصلی است: چگونه می‌توان با بهره‌گیری از چارچوب‌های نظری اقتصاد توکنی و مفاهیم مقاومت رسانه‌ای، پتانسیل‌های لازم برای تقویت استقلال و پایداری اقتصادی خبرگزاری مهر در برابر نظام سلطه را شناسایی و تبیین نمود؟

بر این اساس، سوالات فرعی پژوهش به شرح ذیل تنظیم شده‌اند:

- نقش ساختار هزینه‌ها و جریان‌های درآمدی پایدار با استفاده از اقتصاد توکنی، در استقلال مالی خبرگزاری مهر در برابر فشارهای خارجی چگونه است
- پایداری و تاب‌آوری رسانه‌ها در خبرگزاری مهر تحت تأثیر چه مؤلفه‌هایی قرار می‌گیرد؟
- در خبرگزاری مهر جهت گذار از سیستم سنتی به سمت اقتصاد توکنی، چه مسیر تحولی یا نقشه‌راهی باید در نظر گرفته شود؟
- نقش اقتصاد توکنی بر اعتماد، اعتبار و پایداری و مقاومت در عملکرد رسانه خبری مهر چگونه است؟
- چه نوع زیرساخت و الزامات فناورانه برای تحقق اقتصاد توکنی در رسانه خبری مهر ضروری است؟

- نقش قابلیت‌های بلاک‌چین در تقویت مقاومت رسانه‌ای و ارزش اقتصادی خبرگزاری مهر چگونه است؟

پیشینه پژوهش

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های بین‌المللی در حوزه اقتصاد توکنی و رسانه‌های دیجیتال، بر نقش فناوری‌های غیرمتمرکز در تحول ساختارهای اطلاع‌رسانی تمرکز کرده‌اند. یکی از مطالعات اثرگذار در این حوزه، توسط چن^۱ و همکاران (۲۰۲۱) منتشر شده که نشان می‌دهد طراحی سازوکارهای تشویقی مبتنی بر توکن می‌تواند مشارکت کاربران، کیفیت محتوا و پایداری اقتصادی پلتفرم‌های رسانه‌ای را افزایش دهد. یافته‌های این مقاله مفهومی کلیدی را مطرح می‌کند که اقتصاد توکنی نه تنها یک ابزار مالی، بلکه یک سازوکار حکمرانی مشارکتی در رسانه است. ژانگ و ژائو^۲ (۲۰۲۲) به تحلیل تأثیر ساختارهای غیرمتمرکز مبتنی بر بلاک‌چین بر کاهش سلطه پلتفرم‌های بزرگ پرداخته‌اند. آنان نشان دادند که رسانه‌های غیرمتمرکز با حذف تمرکز اطلاعاتی و ایجاد اقتصاد توکنی، توان مقاومت بیشتری در برابر انحصار رسانه‌ای و سیاست‌های کنترلی دارند. بر اساس نتایج این مقاله، مدل‌های توکنی می‌توانند بخشی از راهبرد مقاومت رسانه‌ای در برابر نیروهای سلطه‌گر در زیست‌بوم دیجیتال باشند. همچنین کرول، آگوئیره و مورو^۳ (۲۰۱۹)، چارچوبی دقیق برای اقتصاد توکنی در صنایع مختلف ارائه می‌کنند. یافته‌های آنان نشان می‌دهد که مدل‌های توکنی امکان استقلال اقتصادی، کاهش وابستگی به واسطه‌ها و ایجاد انگیزه پایدار برای تولیدکنندگان محتوا را فراهم می‌کنند. این پژوهش مبنای نظری قدرتمندی برای تحلیل کارکرد توکن‌ها به عنوان ابزار مقاومت ساختاری در برابر سلطه رسانه‌ای است. در کنار آن، هاردی و کینگ^۴ (۲۰۲۰) نشان داده‌اند که چگونه بلاک‌چین می‌تواند الگوهای انتشار، مالکیت محتوا و مدل‌های مالی در رسانه‌های خبری را دگرگون کند. این مقاله بر این نکته تأکید می‌کند که اقتصاد توکنی می‌تواند به رسانه‌های خبری کمک کند تا از وابستگی به تبلیغات و نهادهای قدرت فاصله گرفته و به استقلال مالی دست یابند؛ استقلالی که شرط لازم برای مقاومت رسانه‌ای است.

در ایران نیز پژوهش‌های قابل توجهی در راستای فهم نسبت میان فناوری‌های غیرمتمرکز، اقتصاد دیجیتال و استقلال رسانه‌ای انجام شده است. هاشمی اردکانی و همکاران (۱۴۰۴) به ارائه چارچوبی جهت بکارگیری بلاک‌چین در صنعت خدمات مالی کشور پرداختند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، بنیادی ترین شاخص‌ها استفاده از پلتفرم‌های بین‌المللی به جای پلتفرم بومی؛ آموزش نیروی انسانی بانک‌ها؛ رشد استارت‌آپ‌های بانکی؛ هزینه انتقال فناوری بلاکچین؛ تغییر سلاقی نسل‌های جدید در مورد خدمات بانکی؛ فرهنگ تصمیم‌گیری داده‌محور و منافع ادراک شده بلاکچین شناخته شدند و در انتهای این پژوهش چهار سناریو برای آینده بکارگیری فن آوری بلاکچین در صنعت خدمات مالی ارائه شد. آریامند و محمدی (۱۴۰۳)، به بررسی کاربرد متاورس در صنعت حسابداری پرداخته و به این نتیجه رسیده که توکن‌ها نقش مهمی در اقتصاد جهانی و رشد اقتصادی داشته‌اند. جهت بهره‌برداری بیشتر و بهتر از فرصت‌های این فناوری نوین، مهارت، تجربه و اطلاعات کافی در زمینه سرمایه‌گذاری‌های رمزارزها و متاورس الزامی به نظر می‌رسد. عیسی زاده روشن و مسیبی (۱۴۰۳) به تحلیل چالش‌های توسعه اقتصاد دیجیتال در استان مازندران و ارائه توصیه‌های سیاستی پرداختند. ایجاد بسترهای حقوقی لازم برای مبارزه با جرائم الکترونیکی برای اعتمادسازی، فراهم نمودن ابزارهای قانونی و تسهیلاتی لازم به منظور حمایت و تقویت بخش خصوصی، تشکیل کمیته توسعه اقتصاد دیجیتال با محوریت استانداری، گسترش فرهنگ صحیح فعالیت در بستر دیجیتال از طریق مدارس، دانشگاه‌ها و رسانه‌های عمومی و ایجاد پروژه‌های هوشمند کسب و کار در راه تقویت بنیاد اقتصادی و پیشرفت علمی از مهم‌ترین پیشنهادها جهت توسعه اقتصاد دیجیتال است. قادری و رحیمی (۱۴۰۳) نشان دادند که چهار مقوله اصلی به عنوان نقش رسانه‌های نوین در اقتصاد کشور وجود دارد؛ بهبود کسب و کارها، بهبود

اقتصاد رسانه، تاثیر در متغیرهای کلان اقتصادی و اشتغال زایی. همچنین نشان دادند که کاهش نابرابری‌های اقتصادی، نوآوری در مشاغل و افزایش امنیت ملی برای بهبود کسب و کارها مهمترین راهبردهای رسانه‌های نوین در بهبود کسب و کارها هستند. با گسترش رسانه‌های دیجیتال و حذف محدودیت‌های جغرافیایی برای کسب و کارها، امروزه درصد بسیار زیادی از کسب و کارهای خرد نیز از آگهی‌های تبلیغاتی در رسانه‌ها استفاده می‌کنند که این پتانسیل می‌تواند با یک مدیریت قوی اقتصادی باعث رشد و توسعه اقتصادی در کشور، اشتغال زایی، بهبود امنیت ملی، کارآفرینی و نوآوری در مشاغل گردد. روشن بخش قنبری و همکاران (۱۴۰۰)، الگوی سیاست گذاری اقتصاد سیاسی توسعه اقتصاد و رسانه با محوریت خبرگزاری‌ها را ارائه دادند و به این نتیجه رسیدند که الگوی اقتصاد رسانه‌ای شامل ۵ طبقه اصلی است که عبارتند از مقولات فن آوری، تولید محتوا، مخاطب به عنوان مشخصه‌های اقتصاد و رسانه؛ عوامل بسترساز با فرامقوله‌های اعتمادسازی، رقابت پذیری، خصوصی سازی و ارتباطات؛ طبقه عوامل تقویت کننده شامل: عوامل انسانی، مدیریت منابع، عوامل محیطی و عوامل فرهنگی پیامدها شامل: جهانی شدن و الگومازی و موانع شکل گیری شامل موانع مداخلات دولتی و سوءمدیریت. نوری و طباطبایی نیا (۱۳۹۸) با استفاده از تکنیک سوانت^۱ به بررسی فرصت‌ها و تهدیدهای رشد اقتصاد دیجیتال در ایران پرداختند و نهایتاً به این نتیجه رسیدند که برای اقتصاد دیجیتال تعداد ۵ قوت داخلی در برابر ۳ نقطه ضعف داخلی و تعداد ۷ فرصت خارجی در برابر ۵ تهدید خارجی وجود دارد. محققان، نهایتاً ۲۰ عامل داخلی و خارجی استخراج کردند که بالاترین رتبه اثرگذاری، عامل «افزایش و توسعه تجارت الکترونیک» و بالاترین رتبه اثرپذیری، عامل «سرمایه گذاری عظیم» بوده است. مرادی و هدایتی (۱۳۹۷) نشان دادند که فرآیند تکاملی مدل کلان گذار به اقتصاد دیجیتال در ایران مبتنی بر مولفه‌هایی است که در ابعاد تفصیلی برای گام‌های شناسایی وضع موجود، فراهم کردن الزامات برای دستیابی به اقتصاد دیجیتالی، تبیین راهبردها و سیاست‌های رشد و توسعه اقتصاد دیجیتالی، شناسایی فرصت‌های پیش روی اقتصاد دیجیتالی، توسعه کاربردهای اقتصاد دیجیتالی و وضعیت مطلوب، یعنی دستیابی به اقتصاد دیجیتال، معرفی شده است. برآیند نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که فناوری‌های غیرمتمرکز و مدل‌های مبتنی بر توکن در کنار ایجاد شفافیت و حذف واسطه‌ها، می‌تواند استقلال اقتصادی رسانه‌ها را افزایش دهند؛ استقلالی که شرط لازم برای مقاومت رسانه‌ای در برابر نظام سلطه است. با این حال، خلأ اصلی به‌ویژه در ایران، نبود یک چارچوب مفهومی بومی شده برای رسانه‌های خبری است؛ شکافی که پژوهش حاضر به دنبال پر کردن آن است.

۱- مبانی نظری

۱-۱- تعریف مفاهیم

۱-۱-۱ اقتصاد توکنی (Tokenomics)

اقتصاد توکنی به مطالعه، طراحی، و پیاده‌سازی سیستم‌های اقتصادی مبتنی بر توکن‌های دیجیتال اطلاق می‌شود که بر بستر فناوری بلاک چین ایجاد می‌شوند. این حوزه شامل بررسی نحوه انتشار، توزیع، کاربرد، و مدیریت توکن‌ها در یک اکوسیستم مشخص است تا بتواند رفتار کاربران را هدایت کرده، ارزش ایجاد کند، و اهداف اقتصادی و حاکمیتی خاصی را محقق سازد (Molesky, ۲۰۱۸). توکن‌ها می‌توانند انواع مختلفی داشته باشند، از جمله توکن‌های قابل تعویض^۲ (که هر واحد از آن‌ها با واحدهای دیگر قابل جایگزینی است (مانند ارزهای دیجیتال)، و توکن‌های غیرقابل تعویض^۳ که هر کدام منحصر به فرد بوده و نمایانگر مالکیت دارایی‌های دیجیتال یا فیزیکی خاصی هستند (داویدسون و همکاران، ۲۰۱۶).

در این پژوهش، اقتصاد توکنی صرفاً به عنوان یک زیرساخت فنی برای تبادل دارایی‌های دیجیتال نگریسته نمی‌شود، بلکه به عنوان یک «معماری استراتژیک برای مدیریت مشوق‌ها و جریان‌های ارزش» در زیست‌بوم رسانه‌ای تعریف می‌گردد. برخلاف مدل‌های سنتی مدیریت

^۱ SWOT

^۲ Fungible Tokens - FTs

^۳ Non-Fungible Tokens - NFTs

رسانه که بر پایه «اقتصاد توجه» و وابستگی به واسطه‌های تبلیغاتی استوار هستند، اقتصاد توکنی با بازتعریف روابط بین تولیدکننده، مخاطب و نهاد رسانه‌ای، امکان‌گذار به سوی «اقتصاد مشارکت» را فراهم می‌آورد. در این رویکرد، توکن‌ها به عنوان ابزاری برای کمی‌سازی و مدیریت دارایی‌های نامشهود (مانند وفاداری مخاطب، اعتبار محتوا و مشارکت در تولید) عمل می‌کنند که مستقیماً با هدف اصلی این تحقیق، یعنی دستیابی به پایداری رقابتی، گره خورده است.»

۱-۱-۲ لایه حکمرانی و مدیریت رسانه

«یکی از ابعاد کلیدی اقتصاد توکنی در این چارچوب، بحث «حکمرانی توکنی» است که با مفاهیم مدیریت رسانه‌ای در زمینه تمرکززدایی و مدیریت ذینفعان همسو است. از منظر مدیریت استراتژیک، توکن‌های حاکمیتی اجازه می‌دهند تا ساختار تصمیم‌گیری در رسانه از حالت سلسله‌مراتبی سنتی به سمت مدل‌های توزیع‌شده و تعاملی حرکت کند. این ویژگی، راهکاری برای پاسخ به چالش‌های مربوط به تعامل مخاطب و پایداری رسانه‌ای در محیط‌های دیجیتال است؛ چرا که با تبدیل مخاطب از یک مصرف‌کننده منفعل به یک «سهام‌دار ارزش» انگیزه‌های اقتصادی و رفتاری برای حمایت از زیست‌بوم رسانه‌ای همسو می‌شود.»

۱-۱-۳ لایه اقتصادی و پایداری رقابتی

«در نهایت، اقتصاد توکنی در این پژوهش به عنوان مکانیزمی برای «بهینه‌سازی هزینه‌های مبادله و خلق ارزش افزوده» در زنجیره ارزش رسانه مورد بررسی قرار می‌گیرد. پایداری رقابتی یک رسانه (مانند IRIB) در فضای چندرسانه‌ای، مستلزم ایجاد مدل‌های درآمدی نوین و کاهش وابستگی به مدل‌های تک‌بعدی است. اقتصاد توکنی با فراهم آوردن امکان «میکرو-پرداخت‌ها» و ایجاد سیستم‌های پاداش‌دهی مستقیم بر اساس کیفیت و میزان اثرگذاری محتوا، زیرساخت لازم برای ایجاد یک مدل کسب‌وکار پایدار و منعطف را فراهم می‌کند. این رویکرد، تمرکز پژوهش را از «چگونگی کارکرد فناوری» به «چگونگی مدیریت ارزش توسط فناوری» تغییر می‌دهد که مستقیماً با سوالات اصلی و فرعی این تحقیق در حوزه مدیریت رسانه‌ای منطبق است.»

۱-۱-۴ رسانه‌های دیجیتال

رسانه‌های دیجیتال به هرگونه محتوای رسانه‌ای اطلاق می‌شود که به صورت دیجیتال تولید، توزیع، و مصرف می‌شود. این شامل وب‌سایت‌های خبری، پلتفرم‌های شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌های موبایل، پادکست‌ها، ویدئوهای آنلاین، و سایر فرمت‌هایی است که از طریق دستگاه‌های الکترونیکی و اینترنت قابل دسترسی هستند (Deuze, ۲۰۰۴). ویژگی‌های کلیدی رسانه‌های دیجیتال شامل تعاملی بودن، قابلیت دسترسی جهانی، قابلیت شخصی‌سازی، و سرعت بالای انتشار است (Flew, ۲۰۱۴). در دوران معاصر، رسانه‌های دیجیتال نه تنها نقش اطلاع‌رسانی، بلکه به طور فزاینده‌ای در شکل‌دهی به افکار عمومی، بسیج اجتماعی، و حتی تأثیرگذاری بر معادلات سیاسی و اقتصادی نقش ایفا می‌کنند (Mejias, ۲۰۱۹).

۱-۱-۵ مقاومت رسانه‌ای

مقاومت رسانه‌ای به مجموعه‌ای از استراتژی‌ها، تاکتیک‌ها، و اقدامات فرهنگی یا سیاسی گفته می‌شود که افراد، گروه‌ها، یا سازمان‌ها برای مقابله با روایت‌های غالب، ایدئولوژی‌های سلطه‌گر، یا اشکال کنترل رسانه‌ای به کار می‌گیرند. این مقاومت می‌تواند اشکال مختلفی به خود بگیرد، از جمله تولید محتوای جایگزین، استفاده از کانال‌های ارتباطی غیرمتمرکز، نقد و افشاگری در مورد پروپاگاندا، و تلاش برای بازیابی

استقلال و حاکمیت بر روایت‌های رسانه‌ای (Kellner, ۲۰۰۲). در مفهوم گسترده‌تر، مقاومت رسانه‌ای به چالش کشیدن هژمونی رسانه‌ای و تلاش برای ایجاد فضاهای ارتباطی دموکراتیک‌تر و عادلانه‌تر اشاره دارد (کمپلر، ۲۰۱۸).

۶-۱-۱ نظام سلطه

نظام سلطه، به شکلی از حکومت یا تسلط اشاره دارد که نه صرفاً از طریق اجبار فیزیکی، بلکه از طریق کسب رضایت و توافق توده‌ها عمل می‌کند. در این نظام، طبقه حاکم ایدئولوژی، ارزش‌ها، و باورهای خود را به گونه‌ای در جامعه نهادینه می‌کند که به عنوان “عقل سلیم” یا “طبیعی” پذیرفته شود و از این طریق، منافع خود را در راستای منافع کل جامعه جلوه دهد (Gramsci, ۱۹۷۱). در حوزه رسانه، هژمونی رسانه‌ای به معنای تسلط یک روایت یا مجموعه ایدئولوژیک خاص بر فضای رسانه‌ای است که اغلب توسط قدرت‌های اقتصادی یا سیاسی بزرگ هدایت می‌شود و توانایی شکل‌دهی به ادراک عمومی را داراست (هسموندل، ۲۰۱۸). مقابله با نظام سلطه در رسانه، به معنای به چالش کشیدن این روایت‌های غالب و تلاش برای ایجاد بدیل‌های رسانه‌ای مستقل و دموکراتیک است.

۲-۱-۱ مدل کسب و کار

مدل کسب و کار چارچوبی است که چگونگی ایجاد، ارائه، و کسب ارزش توسط یک سازمان را توصیف می‌کند. این مدل به پرسش‌هایی مانند “چه ارزشی را به مشتریان ارائه می‌دهیم؟”، “مشتریان ما چه کسانی هستند؟”، “چگونه به مشتریان دسترسی پیدا می‌کنیم؟”، “چه منابع کلیدی و فعالیت‌هایی نیاز داریم؟”، “ساختار هزینه‌ها و جریان‌های درآمدی ما چگونه است؟” پاسخ می‌دهد (Pigneur, ۲۰۱۰). در زمینه رسانه‌های دیجیتال، مدل‌های کسب و کار می‌توانند شامل تبلیغات، اشتراک، فروش داده، و اخیراً مدل‌های مبتنی بر اقتصاد توکنی باشند. طراحی یک مدل کسب و کار جدید، به ویژه با رویکرد مقاومت، نیازمند نوآوری در تمامی این جنبه‌ها برای ایجاد یک سیستم پایدار و همسو با اهداف استراتژیک رسانه است.

۲-۱ ادبیات نظری

۱-۲-۱ نظریه اقتصاد توکنی

مفاهیم اولیه این نظریه از ترکیب نظریه‌های اقتصادی، علوم کامپیوتر (به ویژه بلاک‌چین)، و طراحی انگیزشی نشأت گرفته است و با ظهور بیت‌کوین (۲۰۰۹) و سپس اتریوم (۲۰۱۵)، ایده‌های مربوط به توکن‌ها و کاربرد آن‌ها در سیستم‌های اقتصادی شکل گرفت. این نظریه شامل طراحی عرضه توکن^۱، نحوه توزیع^۲، مکانیسم‌های ایجاد ارزش^۳، مدل‌های درآمدی^۴، و سیستم‌های حاکمیت^۵ است. به عنوان مثال، یک خبرگزاری می‌تواند توکن‌هایی را برای پاداش دادن به روزنامه‌نگاران برای تولید محتوای با کیفیت، یا برای کاربران جهت مشارکت در تأیید اخبار یا ارائه بازخورد، طراحی کند.

۲-۲-۱ نظریه اقتصاد پلتفرم

^۱ Token Supply

^۲ Distribution

^۳ Value Creation Mechanisms

^۴ Revenue Models

^۵ Governance Systems

مبنای این نظریه بر کسب و کارهایی تمرکز دارد که با ایجاد یک واسطه دیجیتال (پلتفرم)، امکان تعامل بین دو یا چند گروه از کاربران را فراهم می کنند (مانند خریداران و فروشندگان، یا تولیدکنندگان محتوا و مصرف کنندگان آن). ارزش پلتفرم ها اغلب از طریق اثرات شبکه ای افزایش می یابد؛ یعنی هرچه تعداد کاربران در یک سمت افزایش یابد، ارزش پلتفرم برای کاربران سمت دیگر نیز بیشتر می شود. چالش های کلیدی در این حوزه شامل مدیریت کیفیت، جلوگیری از انحصار، و ایجاد مدل های درآمدی پایدار است. برای مثال، خبرگزاری مهر می تواند به عنوان یک پلتفرم عمل کند که در آن روزنامه نگاران (تولید کنندگان) و مخاطبان (مصرف کنندگان) در تعاملند.

۳-۲-۱ نظریه مقاومت

نظریه مقاومت به بررسی شیوه هایی می پردازد که از طریق آن ها افراد یا گروه ها، سلطه، استثمار، یا کنترل را به چالش می کشند یا از آن طفره می روند. این مقاومت می تواند آشکار یا پنهان، مستقیم یا غیرمستقیم، فردی یا جمعی باشد. در بستر رسانه ای، مقاومت می تواند شامل تولید محتوای جایگزین، دور زدن سانسور، یا ایجاد مدل های ارتباطی مستقل از ساختارهای مسلط باشد. اقتصاد توکنی می تواند به عنوان ابزاری برای توانمندسازی کاربران و رسانه ها در جهت مقاومت در برابر نظام سلطه اقتصادی و رسانه ای تفسیر شود.

۲- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، توسعه ای-کاربردی و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل داده ها، ترکیبی (آمیخته) است. این پژوهش با رویکردی تبیینی-تحلیلی انجام شده و هدف آن، شناسایی و تبیین مؤلفه های اصلی اقتصاد توکنی در نسبت با مقاومت رسانه ای در بستر رسانه های دیجیتال است. بدین منظور، پژوهش در دو مرحله کیفی و کمی طراحی شد. در مرحله کیفی، مؤلفه های نظری و مفهومی از طریق فراترکیب استخراج شد و در مرحله کمی، این مؤلفه ها با استفاده از روش دلفی مورد پالایش و اعتبارسنجی قرار گرفتند.

مرحله کیفی: فراترکیب

در بخش کیفی، برای استخراج مؤلفه های بنیادین اقتصاد توکنی و فناوری بلاک چین در ارتباط با کارکردهای رسانه ای، از روش فراترکیب استفاده شد. فراترکیب به عنوان روشی نظام مند برای تلفیق و ترکیب یافته های پژوهش های پیشین، امکان شناسایی الگوها، مضامین و مقوله های مشترک را فراهم می سازد. در این پژوهش، منابع علمی مرتبط شامل مقالات علمی-پژوهشی، کتاب ها، پایان نامه ها و سایر متون معتبر فارسی و انگلیسی بررسی شد و پس از پالایش منابع، کدها و مضامین مرتبط با اقتصاد توکنی، بلاک چین، اعتماد رسانه ای، استقلال رسانه ای، مشارکت مخاطب و مقاومت در برابر نظام سلطه استخراج گردید.

پس از گردآوری داده ها، تحلیل آن ها با بهره گیری از هفت مرحله شناخته شده فراترکیب انجام شد تا از دل مطالعات پیشین، چارچوبی مفهومی برای تبیین نسبت میان اقتصاد توکنی و مقاومت رسانه ای در رسانه های دیجیتال به دست آید. در این مرحله، تلاش شد مفاهیم استخراج شده نه به عنوان اجزای یک مدل عملیاتی، بلکه به عنوان مؤلفه های نظری و مفهومی بازشناسی و دسته بندی شوند.

مرحله کمی: دلفی

در بخش کمی، از روش دلفی برای سنجش میزان اهمیت، تناسب و اجماع متخصصان درباره مؤلفه های استخراج شده در مرحله کیفی استفاده شد. هدف از این مرحله، رسیدن به توافق نسبی میان خبرگان در خصوص مؤلفه هایی بود که در تبیین چارچوب مفهومی پژوهش نقش دارند.

پرسشنامه دلفی بر اساس یافته‌های مرحله کیفی طراحی شد و در چند دور میان خبرگان توزیع گردید تا نظرات آنان درباره اهمیت، وضوح و ارتباط مؤلفه‌ها گردآوری و بازنگری شود.

۲-۱ جامعه آماری و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل ۸۴ نفر بود که از دو گروه اصلی تشکیل می‌شد:

۱. ۱۴ نفر از مدیران و کارشناسان رسانه‌ای خبرگزاری مهر
۲. ۷۰ نفر از متخصصان حوزه زنجیره بلوک و اقتصاد توکنی

این ترکیب به صورت هدفمند انتخاب شد تا هم بُعد رسانه‌ای و هم بُعد فناورانه موضوع پوشش داده شود. از آنجا که موضوع پژوهش، تبیین یک چارچوب مفهومی در تقاطع رسانه و فناوری است، حضور هم‌زمان دو دسته از خبرگان ضروری بود. مدیران و کارشناسان رسانه‌ای خبرگزاری مهر، شناخت دقیق‌تری از نیازها، محدودیت‌ها، ساختار تولید محتوا، اعتماد مخاطب، مدل‌های درآمدی و چالش‌های استقلال رسانه‌ای در بستر واقعی رسانه دارند. در مقابل، متخصصان زنجیره بلوک و اقتصاد توکنی، دانش فنی و نظری لازم برای ارزیابی امکان‌پذیری و کارکردهای بلاک‌چین و سازوکارهای توکنی را فراهم می‌کنند. بدین ترتیب، جامعه آماری به صورت ترکیبی و مکمل تعریف شد تا ارزیابی مؤلفه‌ها از منظر هر دو حوزه رسانه و فناوری صورت گیرد.

برای جلوگیری از هرگونه ابهام در انتخاب خبرگان، معیار ورود متخصصان حوزه بلاک‌چین به مطالعه، حداقل دو سال تجربه حرفه‌ای در پروژه‌ها یا فعالیت‌های تخصصی مرتبط با زنجیره بلوک و اقتصاد توکنی بود. اعضای این گروه از میان افراد فعال در انجمن فناوران زنجیره بلوک ایران و خانه بلاک‌چین ایران انتخاب شدند. انتخاب مدیران و کارشناسان خبرگزاری مهر نیز به صورت هدفمند و بر اساس نقش مستقیم آنان در فرایندهای مدیریتی، محتوایی و راهبردی رسانه انجام شد.

با توجه به محدود بودن حجم جامعه و ماهیت خبرگانی پژوهش، تلاش شد تا کل افراد واجد شرایط به‌عنوان جامعه مطالعه شوند و از سرشماری استفاده گردد. این امر به پژوهش امکان داد تا به‌جای نمونه‌گیری تصادفی، بر دریافت نظر تمام خبرگان در دسترس تمرکز کند و در نتیجه، اعتبار محتوایی و غنای داده‌ها افزایش یابد.

۲-۱-۱ توجیه انتخاب خبرگزاری مهر به‌عنوان مطالعه موردی

خبرگزاری مهر به‌عنوان مطالعه موردی این پژوهش انتخاب شد؛ زیرا از یک سو دارای جایگاه رسانه‌ای شناخته‌شده و ساختار منسجم خبری است و از سوی دیگر، ظرفیت مناسبی برای بررسی مفهومی کاربرد اقتصاد توکنی در رسانه‌های دیجیتال دارد. انتخاب این خبرگزاری همچنین به دلیل دسترسی به مدیران و کارشناسان مرتبط، امکان بررسی دقیق‌تر ابعاد اعتماد، مشارکت، تولید محتوا و مدل‌های نوین درآمدی را فراهم کرد. افزون بر این، خبرگزاری مهر به‌عنوان یک رسانه فعال در فضای دیجیتال، بستری مناسب برای تحلیل نسبت میان فناوری‌های نوین و مقاومت رسانه‌ای در برابر الگوهای سلطه‌گرانه رسانه‌ای محسوب می‌شود.

۲-۲ روایی و پایایی ابزار پژوهش

ابزار گردآوری داده‌ها در بخش کمی، پرسشنامه دلفی بود. روایی محتوایی پرسشنامه با نظر جمعی از اساتید و متخصصان حوزه‌های رسانه و فناوری تأیید شد. همچنین، برای سنجش پایایی ابزار، از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شد که بر اساس نتایج به‌دست آمده، پایایی مؤلفه‌های «اقتصاد توکنی» برابر با ۰/۸۴ و مؤلفه‌های «فناوری بلاک‌چین» برابر با ۰/۸۲ محاسبه شد که نشان‌دهنده پایایی قابل قبول ابزار پژوهش است.

۲-۳ روش تحلیل داده‌ها

در تحلیل داده‌های کیفی، پس از استخراج و دسته‌بندی کدها و مضامین از منابع موجود، مؤلفه‌های نهایی در قالب یک چارچوب مفهومی سامان‌دهی شدند. در بخش کمی نیز، داده‌های حاصل از دلفی با هدف دستیابی به اجماع خبرگان بررسی شد و مؤلفه‌هایی که از نظر خبرگان دارای اهمیت و تناسب کافی بودند، در چارچوب مفهومی نهایی باقی ماندند. بدین ترتیب، پژوهش حاضر با تلفیق داده‌های نظری و نظرات تخصصی، به تبیین مؤلفه‌های اصلی اقتصاد توکنی در نسبت با مقاومت رسانه‌ای در رسانه‌های دیجیتال پرداخت.

همانطور که اشاره شد از الگوریتم هفت مرحله‌ای فراترکیب جهت استخراج شاخص‌ها استفاده شد که این مراحل عبارت است از طراحی سوال؛ بررسی نظام‌مند ادبیات؛ جستجو و انتخاب مقاله‌های مناسب؛ استخراج اطلاعات مقاله؛ تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی؛ کنترل کیفیت؛ و ارائه یافته‌ها که در مرحله اول، سوالات مورد نظر جهت جستجوی مقالات در جدول ۱ نشان داده شده است.

جدول (۱). سوالات پژوهش در روش فراترکیب

سوالات پژوهش	کلمات پرسشی
عوامل موثر بر اقتصاد توکنی و فناوری بلاک چین کدامند؟	What (چه چیزی)
پایگاه‌های اطلاعاتی علمی معتبر فارسی و لاتین کدامند؟	Who (جامعه مورد مطالعه)
مقالات منتشر شده فارسی و لاتین ۷ سال اخیر (۱۳۹۷-۱۴۰۴)	When (بازه زمانی)
با استفاده از روش تحلیل اسناد	How (چگونگی روش)

در مرحله دوم، کلیدواژه‌ها مشخص شد که عبارتند از کسب و کار رسانه‌ای، مدل درآمدی رسانه‌ها، حکمرانی رسانه‌ای، فناوری بلاک‌چین، رسانه‌های دیجیتال، شفافیت اطلاعات، تاب‌آوری رسانه‌ای، اقتصاد دیجیتال، مدل‌های رسانه‌ای مقاوم، پایداری چرخه تولید و توزیع محتوا. و پایگاه‌های اطلاعاتی شامل سامانه مجلات علمی دانشگاه تهران، و الزویر و اسکوپوس بود. در مرحله سوم، ۳۱ مقاله در زمینه مدل اقتصاد توکنی و ۴۵ مقاله در زمینه بلاک‌چین استخراج شد که از ۷۶ مقاله اولیه، ۲۲ مقاله متناسب با پژوهش تشخیص داده شد. در مرحله چهارم، جهت دستیابی به یافته‌های درون محتواهای مجزایی که در آنها مطالعات اصلی انجام شده، چندین مرتبه مطالعه صورت گرفت. پس از بررسی، داده‌های مورد نظر، به صورت کدهای مشخص دسته‌بندی شد که در جدول ۲ ارائه شده است:

جدول (۲). کدبندی مطالعات تحقیق (بر اساس مقالات مطالعه شده)

شاخص‌ها و مولفه‌ها (کدهای گزینشی)
مدیریت محصولات دیجیتال
در دسترس بودن کاربران
پایداری تولید و توزیع خبر
ارزش اقتصادی اخبار
زیرساخت‌های فناورانه
قدرت رسانه‌ای
تحلیل داده‌های بلاک‌چین
قابلیت بازیابی داده
مدیریت اقتصاد دیجیتال

اقتصاد رسانه ای
شخصی سازی محتوای خبر
چارچوب مالی رسانه های دیجیتال
جذب و حفظ مخاطب
مدیریت تعاملات دیجیتال
سیاست گذاری رسانه ای
جریان های درآمدی
مدل درآمدی توکنی
نظریه سلطه رسانه ای
دیپلماسی رسانه ای
مدل حکمرانی رسانه ای
حق امتیاز انتشار اخبار
سیاست رسانه ای ایران
مقاومت دیجیتال
تبلیغات رسانه ای
همکاری های استراتژیک
مدیریت پلتفرم
کنشگری رسانه ای
مقاومت اجتماعی در رسانه ها
توسعه تخصص های نیروی انسانی
مقاومت در برابر اخبار جعلی
مقاومت در مقابل هژمونی رسانه ای
گفتمان مقاومت در رسانه
زیست بوم دیجیتال مقاومت رسانه ای
درستی داده های خبری
دقت و شفافیت داده های خبری
تحریم های فناوری در خبرگزاری های ایران
مدیریت محتوای خبرگزاری ها
یکپارچگی اطلاعات
اقتصاد مقاومتی خبرگزاری ها
سرمایه مالی و توکن های در گردش
اقتصاد دیجیتال تاب آور
اقتصاد سیاسی رسانه
پرداخت عادلانه
هوش مصنوعی
تاب آوری و آسیب پذیری
امنیت رسانه ای
دستکاری ناپذیری
اعتماد پذیری سیستم

خلاقیت در تولید خبر
قراردادهای هوشمند
مقابله با سانسور خبری
مدیریت بازخورد
استقلال مالی خبرگزاری ها
ساختار هزینه ها
امنیت سایبری خبرگزاری های ایران

در مرحله پنجم، از روش تحلیل زمینه جهت سازماندهی داده ها استفاده شد. فرآیند شش مرحله‌ای برون و کلارک (۲۰۰۶) عبارت است از آشنایی با داده‌ها؛ ایجاد کدهای مفهومی اولیه؛ جستجوی کدهای گزینشی (شاخص‌ها)؛ شکل‌گیری زمینه‌های فرعی (مولفه‌ها)؛ تعریف و نامگذاری زمینه‌های اصلی (بعدهای اصلی)؛ بازبینی نهایی و تهیه گزارش (براون و کلارک^۱، ۲۰۰۶). ۷۲ کد مفهومی اولیه از ۲۲ مقاله حاصل شد که در جدول ۲ ارائه شد. در مرحله جستجوی کدهای گزینشی، تحلیل کدها آغاز و کدهای ناقص یا نامرتبط و تکراری حذف شد که ۵۵ کد گزینشی به دست آمد. در مرحله شکل‌گیری زمینه‌های فرعی، دو مرحله بازبینی و شکل‌دهی به زمینه‌های فرعی انجام شد. در مرحله نام‌گذاری زمینه‌های اصلی مشخص می‌شود که هر زمینه اصلی کدام جنبه از داده‌ها را در خود دارد. در این مرحله، ۴ زمینه اصلی به دست آمد (جدول ۳). در بازبینی نهایی، که شامل بررسی، مقایسه و دریافت مشارکت خبرگان است گزارش نهایی ارائه می‌شود.

جدول ۳. ابعاد، مولفه‌ها و شاخص‌های نهایی

شاخص‌ها (کدهای گزینشی)	مولفه‌ها (زمینه فرعی)	بعدهای اصلی (زمینه اصلی)
زیرساخت‌های فناورانه شخصی سازی محتوای خبر مدیریت پلتفرم	چارچوب های فنی نسل جدید و بلاک چین	پروتکل های نوین دیجیتال
مدیریت محصولات دیجیتال قراردادهای هوشمند	ثبت، اصالت و مالکیت آثار دیجیتال	
مدیریت تعاملات دیجیتال در دسترس بودن کاربران	رابط کاربر هوشمند	
تحلیل داده‌های بلاک چین قابلیت بازیابی داده هوش مصنوعی	تحلیل، بازیابی و هوشمندسازی داده در بلاک چین	
مدیریت محتوای خبرگزاری ها امنیت رسانه ای امنیت سایبری خبرگزاری های ایران درستی داده های خبری دقت و شفافیت داده های خبری دستکاری ناپذیری اعتمادپذیری سیستم یکپارچگی اطلاعات خلاقیت در تولید خبر	امنیت، صحت و کنترل داده‌ها در زنجیره‌ها	امنیت و داده‌های هوشمند در بلاک چین
سرمایه مالی و توکن‌های در گردش اقتصاد رسانه ای مدل درآمدی توکنی حق امتیاز انتشار اخبار	اقتصاد توکنی و تأمین مالی غیرمتمرکز	

^۱ Braun & Clarke

اکوسیستم های اقتصادی رسانه های خبری	مدیریت اقتصاد دیجیتال چارچوب مالی رسانه های دیجیتال ساختار هزینه ها	چارچوب مالی خبرگزاری استقلال مالی خبرگزاری ها جریان های درآمدی ارزش اقتصادی اخبار پرداخت عادلانه اقتصاد مقاومتی خبرگزاری اقتصاد سیاسی رسانه
	جریان درآمد و اقتصاد محتوای خبری	
زیست بوم اقتدار و کارآیی رسانه های دیجیتال	گفتمان مقاومت در رسانه زیست بوم دیجیتال مقاومت رسانه ای اقتصاد دیجیتال تاب آور تاب آوری و آسیب پذیری مقاومت اجتماعی در رسانه ها مقاومت در برابر اخبار جعلی مقاومت دیجیتال مقابله با سانسور خبری پایداری تولید و توزیع محتوا	تاب آوری رسانه ای در فضای دیجیتال
	نظریه سلطه رسانه ای قدرت رسانه ای	نفوذ رسانه ای
توسعه راهبردی رسانه های دیجیتال	توسعه تخصص های نیروی انسانی همکاری های استراتژیک تحریم فناوری در خبرگزاری های ایران	ظرفیت سازی و همکاری راهبردی در خبرگزاری ها
	سیاست رسانه ای ایران دیپلماسی رسانه ای سیاست گذاری رسانه ای مدل حکمرانی رسانه ای	مدیریت کلان رسانه های دیجیتال
	مدیریت بازخورد حفظ و جذب مخاطب کنشگری رسانه ای تبلیغات رسانه ای	چرخه ارتباطی و اعتلای پلتفرم رسانه ای

در مرحله ششم، کنترل کیفیت با استفاده از نظرات چهار نفر از متخصصان انجام شد، و ضمن انجام اصلاحات، مراحل انجام شده مورد تأیید قرار گرفت. در مرحله هفتم نتیجه نهایی از انجام روش فراترکیب ارائه شد. همان گونه که در جدول ۳ ملاحظه می شود از ۵۵ شاخص شناسایی شده، ۷ شاخص در بعد پروتکل های نوین دیجیتال، ۱۲ شاخص در بعد امنیت و داده های هوشمند در بلاک چین؛ ۱۴ شاخص در بعد اکوسیستم های اقتصادی رسانه های خبری؛ ۱۱ شاخص در بعد زیست بوم اقتدار و کارآیی رسانه های دیجیتال؛ و ۱۱ شاخص در بعد توسعه راهبردی رسانه های دیجیتال قرار گرفتند. در این مرحله با استفاده از روش دلفی، پانل مورد نظر با ۱۸ متخصص مدیر اقتصاد رسانه و ۵۵ نفر متخصص در عرصه فناوری بلاک چین (در مجموع ۷۳ نفر) شکل گرفت. در این دو مرحله، ارزیابی شاخص های چارچوب مفهومی کسب و کار دیجیتال و بلاک چین از طریق طیف لیکرت و شامل گزینه های تأثیر بسیار زیاد: ۵ امتیاز / تأثیر زیاد: ۴ امتیاز / تأثیر متوسط: ۳ امتیاز / تأثیر کم: ۲ امتیاز / تأثیر بسیار کم: ۱ امتیاز انجام گرفت. جهت تعیین سطح اتفاق نظر، از ضریب هماهنگی کندال^۱ استفاده شد که نشان می دهد افرادی

^۱ Kendall's coefficient of concordance (w)

که چند مقوله را بر اساس اهمیت مرتب کرده‌اند، معیارهای مشابهی را برای قضاوت درباره اهمیت مقوله‌ها به کار برده‌اند و از این لحاظ اتفاق نظر دارند.

جدول ۴. تفاسیر مقادیر ضریب کندال

مقدار ضریب کندال (W)	تفسیر	اطمینان نسبت به ترتیب عوامل
۰/۱	اتفاق نظر بسیار ضعیف	وجود ندارد
۰/۳	اتفاق نظر ضعیف	کم
۰/۵	اتفاق نظر متوسط	متوسط
۰/۷	اتفاق نظر قوی	زیاد
۰/۹	اتفاق نظر بسیار قوی	بسیار زیاد

با توجه به توضیحات جدول ۴، ۷۰ درصد به عنوان سطح اتفاق نظر تعیین گردید. بر این اساس هر شاخص که ۷۰ درصد امتیازهای ممکن را کسب می‌نمود، سطح اتفاق نظر را به دست می‌آورد و از آنجایی که بر اساس امتیازدهی ناشی از طیف لیکرت هر شاخص حداکثر ۵ امتیاز می‌تواند به دست آورد، و تعداد مشارکت کنندگان نیز ۷۳ نفر بود بنابراین حداکثر امتیاز هر شاخص جهت نیل به مدل کسب و کار دیجیتال بر اساس بلاک چین، ۳۶۵ امتیاز می‌توانست باشد و کسب ۷۰ درصد از این امتیاز، یعنی دستیابی به ۲۵۵.۵ امتیاز و بیشتر، به منزله کسب سطح اتفاق نظر تلقی می‌شد و شاخص‌هایی که این امتیاز را کسب می‌کردند به عنوان شاخص چارچوب مفهومی اقتصاد توکنی در خبرگزاری مهر با رویکرد مقاومت رسانه ای با استفاده از بلاک چین که اعضای پانل درباره آن اتفاق نظر دارند در نظر گرفته شدند.

۳- یافته ها

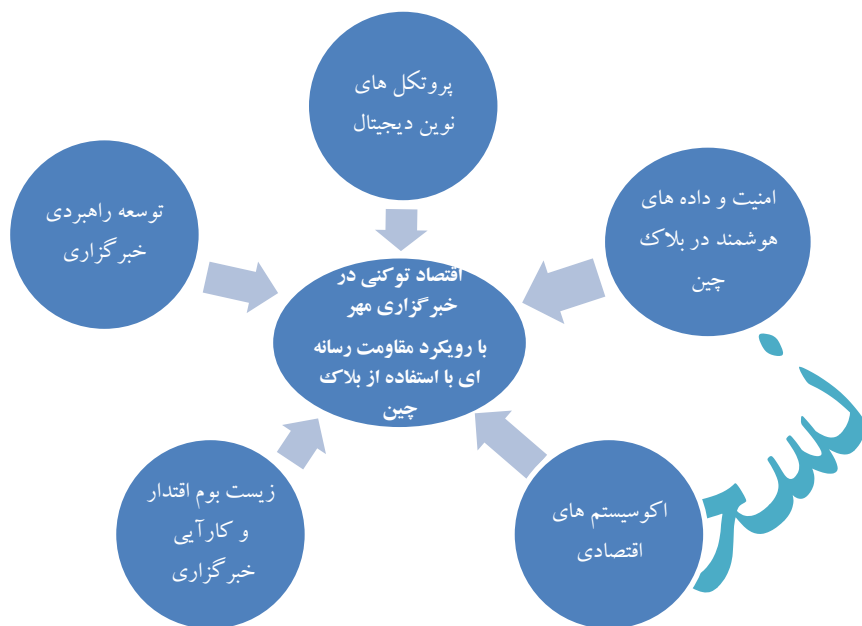
شاخص‌ها و مولفه‌های به دست آمده از بخش کیفی (اجرای هفت مرحله فراترکیب) و بخش کمی (اجرای دومرحله ای پنل دلفی) در جدول ذیل ارائه شده است.

جدول ۵. شاخص‌های نهایی چارچوب مفهومی اقتصاد توکنی در خبرگزاری مهر با استفاده از بلاک چین توسط اعضای پانل در مرحله دوم

ردیف	زمینه‌های اصلی	شاخص‌های نهایی مدل کسب و کار دیجیتال در خبرگزاری تسنیم با استفاده از بلاک چین
۱	پروتکل های نوین دیجیتال	مدیریت تعاملات دیجیتال با امتیاز ۲۱۷ (۵۹ درصد امتیاز ممکن)
۲		زیرساخت های فناوریانه با امتیاز ۲۸۵ (۷۷.۲ درصد امتیاز ممکن)
۳		شخصی سازی محتوای خبری با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)
۴		مدیریت پلتفرم با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)
۵		مدیریت محصولات دیجیتال با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)
۶	امنیت و داده های هوشمند در بلاک چین	امنیت سایبری خبرگزاری های ایران با امتیاز ۲۵۵ (۶۹ درصد امتیاز ممکن)
۷		هوش مصنوعی با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)
۸		امنیت رسانه ای با امتیاز ۲۴۸ (۶۷ درصد امتیاز ممکن)
۹		اعتمادپذیری سیستم با امتیاز ۲۳۰ (۶۳ درصد امتیاز ممکن)
۱۰		دقت و درستی داده‌های خبری با امتیاز ۲۵۵ (۶۹ درصد امتیاز ممکن)
۱۱		مدیریت محتوای خبرگزاری ها با امتیاز ۲۵۵ (۶۹ درصد امتیاز ممکن)
۱۲		دستکاری ناپذیری با امتیاز ۲۱۹ (۶۰ درصد امتیاز ممکن)
۱۳	اکوسیستم های اقتصادی رسانه های خبری	استقلال مالی خبرگزاری با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)
۱۴		مدیریت اقتصاد دیجیتال با امتیاز ۲۳۸ (۶۵ درصد امتیاز ممکن)
۱۵		ارزش اقتصادی اخبار با امتیاز ۲۱۹ (۶۰ درصد امتیاز ممکن)
۱۶		چارچوب مالی خبرگزاری با امتیاز ۲۵۵ (۶۹ درصد امتیاز ممکن)

مدل درآمدی توکنی با امتیاز ۲۳۲ (۶۳ درصد امتیاز ممکن)	زیست بوم اقتدار و کارآیی رسانه های دیجیتال	۱۷
اقتصاد مقاومتی خبرگزاری با امتیاز ۲۴۸ (۶۷ درصد امتیاز ممکن)		۱۸
پایداری تولید و توزیع خبر با امتیاز ۲۳۵ (۶۴ درصد امتیاز ممکن)		۱۹
اقتصاد دیجیتال تاب آور با امتیاز ۲۷۲ (۷۴.۳ درصد امتیاز ممکن)		۲۰
گفتمان مقاومت در رسانه با امتیاز ۲۴۸ (۶۷ درصد امتیاز ممکن)		۲۱
مقابله با سانسور خبری با امتیاز ۲۲۷ (۶۲ درصد امتیاز ممکن)		۲۲
مقاومت در برابر اخبار جعلی با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)		۲۳
زیست بوم مقاومت دیجیتال رسانه ای با امتیاز ۲۵۵ (۶۹ درصد امتیاز ممکن)		۲۴
توسعه تخصص های نیروی انسانی با امتیاز ۲۵۰ (۶۸ درصد امتیاز ممکن)	توسعه راهبردی رسانه های دیجیتال	۲۵
مدل حکمرانی رسانه ای با امتیاز ۲۸۰ (۷۶.۷ درصد امتیاز ممکن)		۲۶
حفظ و جذب مخاطب با امتیاز ۲۸۰ (۷۶.۷ درصد امتیاز ممکن)		۲۷
کنشگری رسانه ای با امتیاز ۲۵۵ (۶۹ درصد امتیاز ممکن)		۲۸
تحریم فناوری در خبرگزاری های ایران با امتیاز ۲۴۸ (۶۷ درصد امتیاز ممکن)		۲۹

از میان ۵ زمینه اصلی به دست آمده، زمینه "توسعه راهبردی رسانه های دیجیتال"، با ۵ شاخص و میانگین ۲۶۲.۶ بیشترین امتیاز را داشت. زمینه "پروتکل های نوین دیجیتال" با ۵ شاخص و میانگین امتیاز ۲۵۰.۴ در رتبه دوم قرار گرفت. "زیست بوم اقتدار و کارآیی رسانه های دیجیتال" با ۶ شاخص و میانگین ۲۴۷.۸ و "امنیت و داده های هوشمند در بلاک چین" با ۷ شاخص و میانگین امتیاز ۲۴۴.۵ در اولویت های سوم و چهارم قرار گرفتند. "اکوسیستم های اقتصادی رسانه های خبری" با ۶ شاخص و میانگین امتیاز ۲۴۰.۳ نیز رتبه آخر این مولفه ها را دارا بود. همچنین داده های جدول ۵ نشان می دهد که در زمینه "توسعه راهبردی رسانه های دیجیتال"، دو شاخص "مدل حکمرانی رسانه ای" و "حفظ و جذب مخاطب" مشترکا با امتیاز ۲۸۰، بالاترین امتیاز را دارند. در زمینه "پروتکل های نوین دیجیتال" شاخص "زیرساخت های فناوریانه" با امتیاز ۲۸۵ بالاترین امتیاز را داشت. در زمینه "زیست بوم اقتدار و کارآیی رسانه های دیجیتال" شاخص "اقتصاد دیجیتال تاب آور" با امتیاز ۲۷۲ و زمینه "امنیت و داده های هوشمند در بلاک چین" سه شاخص "امنیت سایبری خبرگزاری های ایران"، "دقت و درستی داده های خبری" و "مدیریت محتوای خبرگزاری ها" مشترکا با امتیاز ۲۵۵ و در زمینه "اکوسیستم های اقتصادی رسانه های خبری"، شاخص "چارچوب مالی خبرگزاری" با امتیاز ۲۵۵ رتبه اول در بین شاخص های مربوط به آن زمینه را کسب کرده اند. در نهایت با استفاده از داده های به دست آمده چارچوب مفهومی به شکل ذیل ارائه شده است.



شکل ۱. چارچوب مفهومی اقتصاد توکنی در خبرگزاری مهر با رویکرد مقاومت رسانه ای بر مبنای فناوری بلاک چین

با توجه به چارچوب مفهومی به دست آمده، سوالات فرعی پژوهش پاسخ داده می شود:

نقش ساختار هزینه ها و جریان های درآمدی پایدار با استفاده از اقتصاد توکنی، در استقلال مالی خبرگزاری مهر در برابر فشارهای خارجی چگونه است؟

یافته ها نشان می دهد از بین تمام شاخص های موثر بر هزینه های خبرگزاری مهر، «اکوسیستم های اقتصادی رسانه های خبری» کمترین میانگین (۲۴۰.۳) را دارد. در همین زمینه، شاخص «چارچوب مالی خبرگزاری» با امتیاز ۲۵۵ بهترین وضعیت را دارد. بنابراین، اجرای اقتصاد توکنی می تواند بیشترین اثر را دقیقاً در این «خلأ اقتصادی» برجای بگذارد. از آنجا که مدل مالی کنونی رسانه از نظر کارآمدی کمترین امتیاز را کسب کرده، طراحی ساختار هزینه ها بر پایه قراردادهای هوشمند، شفافیت تراکنش ها، و جریان درآمدی مبتنی بر توکن می تواند وابستگی مالی بیرونی را کاهش دهد. جریان درآمدی پایدار ناشی از توکن ها (اشتراک توکنی، NFT محتوا، پاداش مخاطبان) به استقلال عملیاتی کمک می کند؛ زیرا کنترل مالی از مدل سنتی به مدل مشارکت محور غیرمتمرکز منتقل می شود. در نهایت، با توجه به امتیاز ۲۵۵ شاخص «چارچوب مالی»، اقتصاد توکنی می تواند دقیقاً بر همین نقطه قوت نسبی بنا شود و ضعف کلی «اکوسیستم اقتصادی» را جبران کند.

در نهایت، پیوند میان «چارچوب مالی» و «اکوسیستم اقتصادی» از طریق ایجاد یک «حاکمیت اقتصادی توزیع شده» شکل می گیرد. وقتی خبرگزاری از طریق توکن ها، ذینفعان و مخاطبان خود را در چرخه ارزش درگیر می کند، در واقع یک «سپر اقتصادی» ایجاد کرده است. در این حالت، استقلال مالی تنها یک مفهوم ترازنامه ای نیست، بلکه یک پدیده ساختاری است؛ زیرا قدرت مالی از دست نهادهای متمرکز خارج شده و در اختیار شبکه ای از کاربران قرار می گیرد که منافع آن ها با بقای و استقلال خبرگزاری گره خورده است. این انتقال قدرت از مدل های «بالا به پایین» به مدل های «شبکه ای»، دقیقاً همان خلأ موجود در اکوسیستم اقتصادی خبرگزاری مهر را پر کرده و پایداری آن را در برابر مداخلات یا فشارهای بیرونی افزایش می دهد.

پایداری و تاب آوری رسانه ها در خبرگزاری مهر تحت تأثیر چه مؤلفه هایی قرار می گیرد؟

«زیست بوم اقتداری و کارآیی رسانه های دیجیتال» با امتیاز ۲۴۷۸ و در ذیل آن شاخص «اقتصاد دیجیتال تاب آور» با امتیاز ۲۷۲ یکی از قوی ترین مؤلفه های مدل پیشنهادی است. بنابراین تاب آوری رسانه ای به طور مستقیم با اقتصاد دیجیتال تاب آور (رتبه ۲۷۲) پیوند دارد؛ یعنی خبرگزاری

مهر، در حفظ کارکرد خود حتی در شرایط فشار بیرونی، اختلالات اطلاعاتی و جنگ رسانه‌ای بسیار توانمند است. همچنین داده‌ها نشان می‌دهد که خبرگزاری مهر در این بخش عملکرد نسبتاً خوبی دارد، بنابراین اقتصاد توکنی می‌تواند این مزیت را تقویت کند: توزیع منابع اقتصادی میان کاربران، ایجاد درآمد پایدار غیرمتمرکز و کاهش وابستگی به اسپانسرهای سیاسی و دولتی از جمله برون‌دادهای اقتصاد توکنی برای خبرگزاری مهر خواهد بود. همچنین شاخص‌های حوزه «امنیت و داده‌های هوشمند» (میانگین ۲۴۴.۵) از جمله «دقت و درستی داده‌های خبری» و «مدیریت محتوای خبرگزاری‌ها» با امتیاز ۲۵۵ نشان می‌دهد که تاب‌آوری محتوایی نیز به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی حضور دارد. بنابراین، مدل اقتصاد توکنی ارائه شده در این پژوهش نشان می‌دهد که تاب‌آوری رسانه‌ای حاصل پیوند اقتصاد، امنیت داده، و مدیریت محتوای مبتنی بر بلاک‌چین است.

بنابراین، مدل اقتصاد توکنی ارائه شده در این پژوهش نشان می‌دهد که تاب‌آوری رسانه‌ای حاصل پیوند اقتصاد، امنیت داده و مدیریت محتوای مبتنی بر بلاک‌چین است. برای تبیین دقیق‌تر این پیوند، باید مکانیسم «تاب‌آوری چندلایه» را بر اساس یافته‌ها بازساخت:

۱. پیوند اقتصاد و امنیت (تاب‌آوری مالی-ساختاری):

تاب‌آوری در برابر فشارهای بیرونی تنها با داشتن بودجه تامین نمی‌شود، بلکه با «غیرمتمرکز بودن منابع مالی» حاصل می‌گردد. در مدل پیشنهاد شده، وقتی اقتصاد توکنی با امنیت داده‌ها پیوند می‌خورد، جریان‌های مالی از طریق پروتکل‌های امن بلاک‌چین انجام می‌شود. این امر باعث می‌شود که در زمان وقوع بحران‌ها یا حملات به زیرساخت‌های بانکی سنتی، جریان درآمدی خبرگزاری (که از طریق توکن‌ها و جامعه کاربران تامین می‌شود) قطع نگردد. در واقع، امنیت زیرساخت مالی، تضمین‌کننده استمرار فعالیت اقتصادی در شرایط بحرانی است.

۲. پیوند امنیت و محتوا (تاب‌آوری اطلاعاتی):

با توجه به امتیاز بالای شاخص «مدیریت محتوا» و «دقت داده‌ها»، اقتصاد توکنی می‌تواند از طریق «اثبات اصالت محتوا»، تاب‌آوری محتوایی را به سطح جدیدی برسد. در محیط‌های جنگ رسانه‌ای، بزرگترین تهدید، انتشار اخبار جعلی برای تخریب اعتبار خبرگزاری است. با استفاده از تکنولوژی بلاک‌چین، هر خبر به عنوان یک دارایی دیجیتال ثبت شده و امضای دیجیتال آن غیرقابل تغییر است. این یعنی «امنیت داده» مستقیماً از «اعتبار محتوا» محافظت می‌کند و باعث می‌شود خبرگزاری در برابر حملات اطلاعاتی و تلاش برای بی‌اعتبارسازی، تاب‌آوری بالایی از خود نشان دهد.

۳. پیوند محتوا و اقتصاد (تاب‌آوری انگیزشی):

در نهایت، تاب‌آوری از طریق ایجاد یک «حلقه بازخورد مثبت» میان محتوا و اقتصاد محقق می‌شود. زمانی که محتوای دقیق و باکیفیت (امنیت محتوایی) با سیستم پاداش‌دهی توکنی (اقتصاد دیجیتال) ترکیب شود، جامعه‌ی کاربری خبرگزاری نه تنها مصرف‌کننده، بلکه «حامی اقتصادی و مدافع برند» خواهد بود. این جامعه‌ی کاربری، در زمان بحران، به عنوان یک شبکه توزیع شده از مدافعان اعتبار رسانه عمل می‌کند که این خود، بالاترین سطح تاب‌آوری در مدیریت رسانه‌های مدرن است.

در خبرگزاری مهر جهت گذار از سیستم سنتی به سمت اقتصاد توکنی، چه مسیر تحولی یا نقشه‌راهی باید در نظر گرفته شود؟

«توسعه راهبردی رسانه‌های دیجیتال» با بالاترین میانگین (۲۶۲.۶) مهم‌ترین بُعد در مدل پیشنهادی پژوهش حاضر محسوب می‌شود. در این بخش، دو شاخص «مدل حکمرانی رسانه‌ای» و «حفظ و جذب مخاطب» با امتیاز ۲۸۰ در بالاترین سطح قرار دارند. بنابراین، مسیر تحول باید بر دو محور اصلی بنا شود:

• تحول حکمرانی (بالاترین امتیاز)

- حرکت به سمت حکمرانی دیجیتال غیرمتمرکز^۱
- بازتعریف ساختارهای تصمیم‌گیری بر اساس مشارکت کاربران و تولیدکنندگان محتوا
- ایجاد شفافیت در سیاست‌گذاری رسانه با استفاده از بلاک‌چین

• تحول مخاطب‌محور

- سیستم پاداش‌دهی توکنی برای مشارکت
- تبدیل مخاطب به سهام‌دار یا شریک در ارزش‌آفرینی
- استفاده از NFT برای افزایش تعامل مخاطبان خاص

با استفاده از داده‌های مذکور، نقشه راه خبرگزاری مهر جهت گذار از سیستم سنتی به سیستم توکنی شامل چهار مرحله است: بلوغ دیجیتال ← نوسازی زیرساخت (امتیاز ۲۸۵ در بخش پروتکل‌ها) ← حکمرانی جدید ← اقتصاد توکنی کامل

نقش اقتصاد توکنی بر اعتماد، اعتبار و پایداری و مقاومت در عملکرد رسانه خبری مهر چگونه است؟

سه شاخص «امنیت سایبری خبرگزاری‌های ایران»، «دقت و درستی داده‌های خبری» و «مدیریت محتوای خبرگزاری‌ها» هر سه با امتیاز ۲۵۵ بالاترین وضعیت را در حوزه «امنیت و داده‌های هوشمند» دارند؛ بنابراین اعتماد مخاطب در مدل ارائه شده در پژوهش حاضر، بیش از هر چیز به «قابلیت اتکا»، «صحت اطلاعات» و «مصونیت محتوا از تحریف» وابسته است. اقتصاد توکنی دقیقاً در همین نقطه قوت یافته‌های پژوهش قرار می‌گیرد، زیرا اثبات محتوا و تراکنش‌های مرتبط با چرخه تولید و انتشار خبر بر بستر بلاک‌چین، ساختاری غیرقابل تحریف و شفاف ایجاد می‌کند که مانع از دستکاری، حذف یا تغییر پنهان اطلاعات می‌شود. همچنین الگوریتم‌های راستی‌آزمایی مبتنی بر قراردادهای هوشمند و سازوکارهای انگیزشی توکنی، امکان مشارکت کاربران در ارزیابی صحت اخبار و فرایند راستی‌آزمایی^۲ (اعتبار سنجی اخبار) را افزایش داده و کنترل جمعی بر دقت داده‌ها را تقویت می‌کند. ترکیب این عوامل باعث می‌شود اقتصاد توکنی نه تنها اعتماد مخاطبان را ارتقا دهد، بلکه مقاومت ساختاری خبرگزاری مهر را در برابر حملات اطلاعاتی، نفوذ بیرونی و تحریف سازمان‌یافته افزایش دهد.

در واقع، این فرآیند از طریق گذار از «اعتماد مبتنی بر نهاد» به «اعتماد مبتنی بر پروتکل» محقق می‌شود؛ به گونه‌ای که اعتبار رسانه از یک مفهوم روان‌شناختی و شکننده، به یک دارایی ساختاری و قابل بازرسی تبدیل می‌گردد. در این مدل، اقتصاد توکنی با تبدیل اعتبار به یک واحد اقتصادی، سازوکاری برای پایداری عملکرد ایجاد می‌کند که در آن دقت در تولید خبر، نه تنها یک الزام اخلاقی، بلکه یک ارزش اقتصادی برای مشارکت‌کنندگان در شبکه است. این رویکرد باعث می‌شود سیستم به صورت خودکار در برابر اخبار جعلی مقاوم شود، زیرا هزینه اقتصادی انتشار اطلاعات نادرست در این ساختار، بسیار فراتر از سود آن خواهد بود. در نهایت، با توزیع مسئولیت حفظ دقت داده‌ها میان شبکه توزیع‌شده و گره خوردن منافع اقتصادی کاربران با صحت محتوا، یک سپر معنوی-اقتصادی شکل می‌گیرد که مقاومت ساختاری خبرگزاری را در مواجهه با بحران‌های اطلاعاتی و نفوذهای سازمان‌یافته به حداکثر می‌رساند.

چه نوع زیرساخت و الزامات فناورانه برای تحقق اقتصاد توکنی در رسانه خبری مهر ضروری است؟

^۱ Decentralized Autonomous Organization (DAO)

^۲ fact-checking

«پروتکل‌های نوین دیجیتال» با کسب امتیاز ۲۵۰.۴ در رتبه دوم قرار دارد، در حالی که شاخص «زیرساخت‌های فناوریانه» با امتیاز برجسته ۲۸۵، بالاترین امتیاز کلی را در کل پژوهش به خود اختصاص داده است. این شکاف امتیازی نشان می‌دهد که توانمندی‌های فناوریانه موجود، به‌ویژه در حوزه زیرساخت‌ها، بسیار فراتر از توانمندی‌های اقتصادی و مدیریتی در حوزه اقتصاد توکنی است. بنابراین، پیاده‌سازی موفقیت‌آمیز اقتصاد توکنی باید بر این شالوده‌های فناوریانه قوی تکیه کند؛ چرا که این زیرساخت‌ها، شامل «بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند»، «هویت دیجیتال و کیف پول»، «ذخیره‌سازی توزیع‌شده»، «سیستم‌های امنیت سایبری پیشرفته» و «پردازش هوشمند داده‌ها»، بستر لازم برای عملیاتی‌سازی نوآوری‌های اقتصادی مبتنی بر توکن را فراهم می‌آورند. در واقع، شاخص توانمندی فناوریانه ۲۸۵ امتیازی، سکوی پرتابی است که می‌تواند تحول اقتصادی و توکنی‌سازی را با موفقیت به جلو براند و شکاف میان توانمندی‌های نظری و عملیاتی را پر کند. در واقع، این زیرساخت‌های فناوریانه در یک سیستم یکپارچه، وظیفه «تبدیل ظرفیت‌های فنی به ارزش‌های اقتصادی» را بر عهده دارند؛ به گونه‌ای که پروتکل‌های بلاک‌چین و قراردادهای هوشمند، وظیفه برقراری قوانین خودکار و بدون نیاز به واسطه را ایفا کرده و امنیت تراکنش‌های اقتصادی را تضمین می‌کنند. همزمان، زیرساخت‌های ذخیره‌سازی توزیع‌شده و هویت دیجیتال، بستری امن برای ثبت و احراز اصالت دارایی‌ها و هویت کاربران فراهم می‌آورند که این امر، پیش‌نیاز حیاتی برای ایجاد اعتماد در مبادلات توکنی است. در نهایت، با تلفیق این لایه‌های زیرساختی با سیستم‌های پردازش هوشمند داده، می‌توان یک اکوسیستم خودکار و پویا ایجاد کرد که در آن، هر حرکت در حوزه تولید و توزیع خبر، به طور آنی به یک داده‌ی اقتصادی قابل انکاد تبدیل شده و منجر به جریان یافتن ارزش در شبکه می‌گردد. بنابراین، این زیرساخت‌های قدرتمند، تنها ابزار فنی نیستند، بلکه موتور محرک تبدیل زیرساخت‌های دیجیتال به یک اقتصاد رسانه‌ای پایدار و مبتنی بر ارزش هستند.

نقش قابلیت‌های بلاک‌چین در تقویت مقاومت رسانه‌ای و ارزش اقتصادی خبرگزاری مهر چگونه است؟

سه شاخص کلیدی «اقتصاد دیجیتال تاب‌آور» با امتیاز ۲۷۲، «دقت و درستی داده‌ها، امنیت سایبری و مدیریت محتوا» با امتیاز ۲۵۵، و «چارچوب مالی» با امتیاز ۲۵۵، همسویی تنگاتنگی با کارکردهای اصلی توکن‌ها و بلاک‌چین دارند. این همسویی ساختاری، پتانسیل قابل توجهی را برای ارتقاء خبرگزاری مهر در ابعاد اقتدار، اعتماد و مقاومت رسانه‌ای و همچنین ارزش اقتصادی آن نمایان می‌سازد. در این راستا، توکن‌های قابل تعویض (FT) با ایجاد یک اقتصاد پایدار و تسهیل مشارکت مالی کاربران، مستقیماً به تقویت «تاب‌آوری اقتصادی» کمک می‌کنند. این امر می‌تواند پایداری مالی خبرگزاری را در بلندمدت تضمین نماید. از سوی دیگر، توکن‌های غیرقابل تعویض (NFT) با حفظ مالکیت معنوی، ثبت دائمی و غیرقابل تحریف محتوا، و در نتیجه افزایش ارزش دارایی‌های خبری، به مفاهیمی چون «دقت و درستی داده‌ها» و «مدیریت محتوا» جامه‌ی عمل می‌پوشانند. این امر اعتبار و اصالت محتوای تولیدی را تضمین کرده و از دستکاری آن جلوگیری می‌کند. در نهایت، ساختارهای بلاک‌چینی با فراهم آوردن بستری امن، غیرمتمرکز و شفاف، موجب تقویت «امنیت سایبری»، کاهش وابستگی به منابع قدرت متمرکز و در نتیجه افزایش «اقتدار رسانه‌ای» در زیست‌بوم رقابتی کنونی می‌شوند. بنابراین، ادغام و به کارگیری هوشمندانه بلاک‌چین، NFT و FT نه تنها به صورت مجزا، بلکه در تعامل با یکدیگر، می‌توانند به صورت ساختاری به تقویت همه‌جانبه اقتدار، اعتماد، مقاومت رسانه‌ای و ارزش اقتصادی خبرگزاری مهر یاری رسانند و جایگاه آن را در میان رسانه‌های رقیب تثبیت نمایند.

در واقع، قدرت واقعی این ادغام در «هم‌افزایی میان ارزش محتوا و پویایی سرمایه» نهفته است؛ به گونه‌ای که توکن‌های غیرقابل تعویض به عنوان «سپر اعتبار» عمل کرده و با تبدیل محتوای خبری به دارایی‌های دیجیتال متمایز و غیرقابل تحریف، ارزش بنیادین و اصالت خبر را تثبیت می‌کنند. همزمان، توکن‌های قابل تعویض با ایفای نقش به عنوان «سوخت اقتصادی»، جریان نقدینگی و مشارکت فعال کاربران را در شبکه تسهیل کرده و این ارزش محتوایی را به قدرت مالی تبدیل می‌نمایند. این تعامل دوگانه، یک چرخه خودتکامل‌گر ایجاد می‌کند که در آن، محتوای باکیفیت و امن، منجر به افزایش ارزش دارایی‌های دیجیتال و در نهایت، تقویت موقعیت اقتصادی و اقتدار رسانه‌ای می‌گردد. از این منظر، بلاک‌چین تنها یک زیرساخت ذخیره‌سازی نیست، بلکه به یک «پلتفرم خلق ارزش» تبدیل می‌شود که در آن مقاومت رسانه‌ای

از طریق امنیت داده و پایداری اقتصادی از طریق توکن سازی، به صورت همزمان و در یک ساختار واحد، سازمان را در برابر شوک های محیطی بیمه می کند».

نتیجه گیری

در این پژوهش، چارچوب مفهومی اقتصاد توکنی با رویکرد مقاومت رسانه ای در برابر نظام سلطه، با تمرکز بر خبرگزاری مهر، ارائه شد. نتایج تحقیق حاکی از آن است که بهره گیری از فناوری بلاک چین و مفاهیم اقتصاد توکنی می تواند به تضمین استقلال خبرگزاری، ایجاد ارزش اقتصادی پایدار و اعتباری، و افزایش مقاومت آن در برابر فشارهای خارجی یاری رساند. تحلیل یافته های کمی نشان داد که اولویت اصلی، توسعه راهبردی رسانه های دیجیتال، به ویژه در حوزه های مدل حکمرانی رسانه ای و حفظ و جذب مخاطب است. همچنین، زیرساخت های فناورانه، اقتصاد دیجیتال تاب آور، امنیت سایبری، دقت داده ها، مدیریت محتوا و چارچوب مالی پایدار، مؤلفه های کلیدی دیگری هستند که از طریق مدل اقتصاد توکنی و با استفاده از قابلیت های بلاک چین، توکن های قابل تعویض (FT) و غیر قابل تعویض (NFT) تقویت می شوند. این یافته ها با نتایج پژوهش های پیشین همخوانی و همسویی قابل توجهی دارد. برای مثال، پژوهش ژانگ و ژائو (۲۰۲۲) نیز بر این نکته تأکید دارند که رسانه های غیر متمرکز مبتنی بر بلاک چین و اقتصاد توکنی، توان مقاومت بیشتری در برابر انحصار رسانه ای و سیاست های کنترلی دارند و می توانند بخشی از راهبرد مقاومت رسانه ای باشند. همچنان که در پژوهش حاضر مدل پیشنهادی اقتصاد توکنی می تواند به افزایش مقاومت در برابر نیروهای سلطه گر کمک کند. به طور مشابه، چارچوب ارائه شده توسط کرول، آگوئیره و مورنو (۲۰۱۹) برای اقتصاد توکنی، که بر استقلال اقتصادی، کاهش وابستگی به واسطه ها و ایجاد انگیزه برای تولید کنندگان محتوا تأکید دارد، مبنای نظری محکمی برای تحلیل حاضر فراهم نمود. پژوهش حاضر نیز نشان داد که مدل توکنی چگونه می تواند به کاهش وابستگی خبرگزاری مهر به منابع سنتی و فشارهای خارجی منجر شود. اگرچه پژوهش هاشمی اردکانی و همکاران (۱۴۰۴) بر صنعت خدمات مالی متمرکز بوده، اما تأکید آنان بر آموزش نیروی انسانی، رشد استارت آپ ها و منافع ادراک شده بلاک چین، با لزوم توسعه زیرساخت های فناورانه و توانمندسازی در مدل پیشنهادی حاضر همخوانی دارد. همچنین، نتیجه گیری آریامند و محمدی (۱۴۰۳) مبنی بر نقش مهم توکن ها در اقتصاد جهانی و لزوم مهارت و تجربه کافی، بر اهمیت جنبه های عملیاتی و آموزشی پیاده سازی اقتصاد توکنی در خبرگزاری مهر صحنه می گذارد. پژوهش عیسی زاده روشن و مسیبی (۱۴۰۳) درباره چالش های اقتصاد دیجیتال، بر لزوم بستر سازی حقوقی، حمایت از بخش خصوصی و توسعه فرهنگ فعالیت دیجیتال تأکید دارد که این موارد نیز در موفقیت پیاده سازی مدل اقتصاد توکنی برای خبرگزاری مهر حیاتی هستند. در نهایت، پژوهش قادری و رحیمی (۱۴۰۳) که نقش رسانه های نوین در بهبود کسب و کارها، اقتصاد رسانه، و اشتغال زایی را برجسته می کند، با یافته های ما مبنی بر پتانسیل اقتصاد توکنی برای ایجاد ارزش اقتصادی پایدار و بهبود عملکرد رسانه، همسو است. به طور کلی، پژوهش حاضر با تأیید یافته های پیشین درباره پتانسیل بلاک چین و اقتصاد توکنی در افزایش استقلال، تاب آوری و مقاومت رسانه ای، مدلی کاربردی و بومی برای خبرگزاری مهر ارائه می دهد که با در نظر گرفتن مؤلفه های فناورانه، اقتصادی و مدیریتی، می تواند به تقویت جایگاه رسانه های دیجیتال در برابر نظام سلطه کمک شایانی نماید.

پیشنهادهای پژوهش

با توجه به یافته های پژوهش و چارچوب مفهومی ارائه شده، به مدیران و مسئولان خبرگزاری مهر پیشنهاد می شود:

عملیاتی سازی اقتصاد توکنی با رویکرد گام به گام:

- **فاز اول (پایلوت):** اجرای آزمایشی مدل پاداش دهی توکنی برای بخش محدودی از محتوا (مثلاً مقالات تحلیلی یا گزارش‌های ویژه) با هدف سنجش بازخورد مخاطبان و شناسایی چالش‌های فنی. این امر شامل طراحی و راه‌اندازی یک توکن داخلی (مثلاً “توکن مهر”) با قابلیت‌های محدود برای پاداش دهی به کاربران فعال و تعامل‌کننده است.
- **فاز دوم (توسعه):** گسترش کاربرد توکن به تأمین مالی پروژه‌های کوچک رسانه‌ای (مانند راه‌اندازی پادکست یا مستند کوتاه) از طریق مکانیسم‌های جمع‌سپاری مبتنی بر توکن. همچنین، ایجاد بازارهای محتوایی کوچک و غیرمتمرکز که در آن کاربران بتوانند محتوای تولیدی خود را با استفاده از توکن مبادله کنند.

۲. تقویت امنیت سایبری با تمرکز بر زیرساخت بلاک‌چین:

- **ارزیابی و به‌روزرسانی زیرساخت:** انجام یک ارزیابی جامع از وضعیت فعلی امنیت سایبری و زیرساخت‌های موجود، با تأکید بر نقاط ضعف احتمالی در برابر حملات سایبری و تضمین حریم خصوصی داده‌ها.
- **پیاده‌سازی راهکارهای بلاک‌چین:** سرمایه‌گذاری مشخص بر روی فناوری بلاک‌چین برای ثبت امن و تغییرناپذیر تراکنش‌ها و مالکیت داده‌ها. این امر می‌تواند شامل استفاده از قراردادهای هوشمند برای مدیریت خودکار پاداش‌ها و تراکنش‌ها باشد.
- **ایجاد تیم تخصصی امنیت:** تشکیل یا تقویت تیمی متخصص در حوزه امنیت سایبری و بلاک‌چین برای نظارت مستمر بر سیستم‌ها، واکنش سریع به حوادث امنیتی و به‌روزرسانی پروتکل‌های امنیتی.

۳. برنامه‌های آموزشی کاربردی:

- **کارگاه‌های مقدماتی:** برگزاری کارگاه‌های آموزشی یک روزه برای کلیه کارکنان با هدف آشنایی اولیه با مفاهیم بلاک‌چین، ارزهای دیجیتال و اقتصاد توکنی و اهمیت آن‌ها در آینده رسانه.
- **دوره‌های تخصصی:** ارائه دوره‌های عمیق‌تر و تخصصی‌تر برای کارکنان کلیدی (مانند تیم فنی، بازاریابی و بخش محتوا) با تمرکز بر جنبه‌های عملیاتی، فنی و استراتژیک پیاده‌سازی مدل اقتصاد توکنی و بلاک‌چین در خبرگزاری.
- **مطالعات موردی:** تحلیل و بررسی مطالعات موردی موفق از خبرگزاری‌ها و رسانه‌های دیگر که از این فناوری‌ها بهره‌برده‌اند.

۴. طراحی مدل حکمرانی مشارکتی با سازوکار رأی‌گیری توکنی:

- **تدوین چارچوب حکمرانی:** ایجاد یک چارچوب شفاف برای حکمرانی غیرمتمرکز که در آن مخاطبان بتوانند از طریق داشتن و استفاده از توکن‌های خود، در فرآیندهای تصمیم‌گیری مشارکت کنند.
- **پیاده‌سازی سیستم رأی‌گیری:** توسعه و پیاده‌سازی یک سیستم رأی‌گیری مبتنی بر توکن که در آن، کاربران بتوانند به موضوعات محتوایی پیشنهادی، اولویت‌بندی اخبار، یا حتی بودجه‌بندی پروژه‌های خاص رأی دهند. این امر باعث افزایش حس تعلق و مشارکت مخاطبان خواهد شد.
- **شفافیت در تصمیم‌گیری:** اطمینان از اینکه تمامی فرآیندهای رأی‌گیری و نتایج آن‌ها به صورت شفاف و قابل ردیابی بر بستر بلاک‌چین ثبت می‌شود.

۵. ایجاد چارچوب حقوقی و اعتمادسازی فعال:

- **مشاوره حقوقی تخصصی:** دریافت مشاوره حقوقی از متخصصان حوزه رمزارزها و فناوری بلاک چین برای تدوین مقررات داخلی و اطمینان از انطباق فعالیت های اقتصادی نوین با قوانین جاری کشور.
- **شفافیت در گزارش دهی:** استفاده از قابلیت شفافیت بلاک چین برای ارائه گزارش های مالی و اقتصادی دقیق و قابل راستی آزمایی به مخاطبان و نهادهای نظارتی.
- **کمپین های اعتماد سازی:** راه اندازی کمپین های اطلاع رسانی و آموزشی برای مخاطبان با هدف معرفی مدل اقتصاد توکنی، تشریح مزایای آن و رفع نگرانی های احتمالی در خصوص امنیت و قانونی بودن فعالیت ها.
- **همکاری با نهادهای ذیربط:** برقراری ارتباط فعال و همکاری با نهادهای قانونی و نظارتی مرتبط (مانند بانک مرکزی، مرکز ملی فضای مجازی و ...) برای همراهی در تدوین مقررات لازم و ایجاد یک محیط امن و پایدار برای نوآوری در رسانه.

مخاطرات و چالش های توکنایز کردن حوزه خبر و محصولات فرهنگی

هرچند توکنایز کردن حوزه خبر و محصولات فرهنگی می تواند به افزایش مشارکت مخاطبان، تنوع بخشی به منابع مالی و گسترش بازارهای محتوایی کمک کند، اما این رویکرد با مخاطرات و چالش هایی نیز همراه است که باید پیش از اجرای عملی مدل مورد توجه قرار گیرند:

- **کالاسازی بیش از حد محتوا**
توکنایز شدن ممکن است باعث شود ارزش خبری و فرهنگی محتوا تحت الشعاع منطق بازار قرار گیرد و تولید کنندگان، به جای اولویت دادن به کیفیت و رسالت رسانه ای، به سمت تولید محتوای صرفاً پرفروش یا توکن محور سوق پیدا کنند.
- **ایجاد شکاف میان مخاطبان**
در صورتی که برخی خدمات یا محتواها فقط در ازای داشتن توکن در دسترس باشند، ممکن است دسترسی برابر به اطلاعات و محصولات فرهنگی کاهش یابد و شکاف میان مخاطبان برخوردار و کم برخوردار تشدید شود.
- **نوسان ارزش توکن و بی ثباتی اقتصادی**
در صورت وابستگی ارزش پاداش ها یا مبادلات محتوایی به توکن، نوسان قیمت یا کاهش اعتماد به ارزش توکن می تواند کل نظام انگیزشی و اقتصادی مدل را با مشکل مواجه کند.
- **سوءاستفاده و رفتارهای فرصت طلبانه**
امکان دارد برخی کاربران یا تولید کنندگان با ایجاد تعاملات مصنوعی، رأی سازی، یا فعالیت های غیر واقعی، از ساز و کار پاداش دهی سوءاستفاده کنند و عدالت در توزیع منافع را مختل سازند.
- **چالش های حقوقی و مقرراتی**
توکنایز کردن خبر و محتوای فرهنگی ممکن است با ابهام های حقوقی در زمینه مالکیت فکری، حقوق مؤلف، مالیات، پولی سازی محتوا و نظارت بر تراکنش ها همراه باشد و در نبود چارچوب قانونی روشن، ریسک های اجرایی را افزایش دهد.

- **تهدیدهای امنیتی و حریم خصوصی**

ذخیره و تبادل داده‌ها در بسترهای توکن‌محور، در صورت نبود زیرساخت امن، می‌تواند مخاطراتی مانند هک، نشت اطلاعات کاربران و سوءاستفاده از داده‌های رفتاری را به دنبال داشته باشد.

- **کاهش اعتماد عمومی در صورت ضعف شفافیت**

اگر فرآیندهای تخصیص توکن، رأی‌گیری یا پاداش‌دهی شفاف و قابل‌راستی آزمایی نباشد، ممکن است مخاطبان نسبت به عدالت و صداقت سازوکار توکنی بی‌اعتماد شوند.

- **پیچیدگی در پیاده‌سازی و پذیرش کاربر**

مدل‌های توکنی معمولاً برای مخاطبان عمومی پیچیده‌اند و در صورتی که آموزش، ساده‌سازی رابط کاربری و فرهنگ‌سازی کافی انجام نشود، احتمال استقبال پایین یا استفاده نادرست از سیستم وجود دارد.

محدودیت‌های پژوهش

۱. محدودیت در دسترسی به داده‌ها و ابزارها: برخی از داده‌های کلیدی یا ابزارهای تحلیلی پیشرفته ممکن است به دلیل محدودیت‌های مالی یا دسترسی، به طور کامل در دسترس نبوده باشند. این امر می‌تواند بر عمق تحلیل‌ها تأثیر بگذارد.
۲. محدودیت‌های زمانی و دامنه پژوهش: با توجه به ماهیت نوظهور اقتصاد توکنی در رسانه‌ها، در پاره‌ای موارد پژوهش با محدودیت‌های زمانی مواجه شده و پوشش دادن به تمامی ابعاد مسئله با چالش‌هایی مواجه بوده است. همچنین، تمرکز بر یک رسانه خاص (خبرگزاری مهر) ممکن است قابلیت تعمیم نتایج را محدود کند.

فهرست منابع

آریامند، زینب؛ محمدی، نیلوفر. (۱۴۰۳). اقتصاد مجازی و ارزهای دیجیتال در متاورس. **رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و**

حسابداری ۸ (۹۴)، ۱۴۵۲-۱۴۴۰. <https://majournal.ir/index.php/ma/article/view/2885>

روشن بخش قنبری، امیر؛ صمدی، مهران؛ و فرهنگی، علی اکبر (۱۴۰۰). الگوی سیاست گذاری اقتصاد سیاسی توسعه اقتصاد و رسانه با محوریت خبرگزاری‌ها. فصلنامه پژوهش‌های بین‌الملل ۱۱ (۴)، ۱۱۹-۱۳۹. [10.22034/jrr.2021.303827.2042](https://doi.org/10.22034/jrr.2021.303827.2042)

شریفی، مهدی؛ دانایی؛ ابوالفضل؛ و هوشیار، سعید. (۱۳۹۹). طراحی مدل اقتصاد رسانه‌ای صنایع خلاق در شبکه‌های اجتماعی. **نشریه رسانه**

های دیداری شنیداری ۱۴ (۳۶)، ۸۶-۶۱.

عیسی زاده روشن؛ یوسف، مسیبی، علیرضا. (۱۴۰۳). بررسی و تحلیل چالش‌های توسعه اقتصاد دیجیتال در استان مازندران و ارائه توصیه‌های

سیاستی. **رشد فناوری** ۲۰ (۸۰)، ۱۰۶-۹۹. [10.61186/jstpi.41470.20.80.99](https://doi.org/10.61186/jstpi.41470.20.80.99)

فقیهی نژاد، مهدی؛ و ملکی، محمدحسن (۱۴۰۵). شناسایی و تحلیل پیشران های موثر بر آینده اقتصاد رسانه در ایران. *مطالعات بین رشته ای اقتصاد* ۲ (۱)، ۱۰۷-۹۰. ۱۰.۲۲۰۹۱/ise.۲۰۲۵.۱۳۷۵۶.۱۰۵۵

قادری، محمدعلی؛ غلامرضا، رحیمی. (۱۴۰۳). نقش فناوری های نوین رسانه در اقتصاد کشور. *جامعه شناسی ارتباطات اجتماعی* ۴ (۱۵)، ۵۹-۸۰.

مرادی، محمدعلی؛ هدایتی، محمدرضا. (۱۳۹۷). طراحی مدل تکاملی گذار ایران به اقتصاد دیجیتال. *پژوهشنامه اقتصادی* ۱۸ (۶۸)، ۲۱۹-۲۵۱. <https://doi.org/10.22054/joer.2018.8692>

نوری، مهدی؛ طباطبایی نیا، بهزاد. (۱۳۹۸). عوامل موثر بر رشد اقتصاد دیجیتال، فرصت ها و تهدیدات آن و راهبردهای مناسب جمهوری اسلامی ایران در قبال آن. *اقتصاد دفاع* ۴ (۱۱)، ۱۴۷-۱۱۷.

هاشمی اردکانی، فاطمه؛ لعل یار، علی؛ کهنسال کفشگری، محمود. (۱۴۰۴). ارائه چارچوب به کارگیری فناوری بلاک چین در صنعت خدمات مالی کشور با استفاده از رویکرد آینده پژوهی. *مدیریت، آموزش و توسعه در عصر دیجیتال*. ۲ (۲)، ۱۵-۱. <https://doi.org/10.61838/medda.146>

Benkler, Y., Faris, R., & Roberts, H. (۲۰۱۸). *Network propaganda: Manipulation, disinformation, and radicalization in American politics*. Oxford University Press.

Braun, V., & Clarke, V. (۲۰۰۶). Using thematic analysis in psychology, *Qualitative Research in Psychology*, ۳ (۲), ۷۷-۱۰۱. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp0630a>

Camilleri, M. A. (۲۰۱۸). *The Strategic Analysis of Misinformation and Disinformation*. Springer.

Castells, M. (۲۰۰۹). *Communication power*. Oxford University Press.

Chen, C., Li, P., & Zhang, Y. (۲۰۲۱). Blockchain-based Content Incentive Mechanisms in Digital Media Platforms. *Telematics and Informatics*, ۶۴, ۱۰۱۶۷۳. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101673>

Davidson, S., De Filippi, P., & Potts, J. (۲۰۱۶). Economics of Blockchain. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.2744754

Deuze, M. (۲۰۰۴). What is Multimedia Journalism? *Journalism Studies*, ۵ (۲), ۱۳۹-۱۵۲. doi:10.1080/1461670042000210924

Flew, T. (۲۰۱۴). *The New Media: Introduction*. Oxford University Press.

Gramsci, A. (۱۹۷۱). *Selections from the prison notebooks*. International Publishers.

Hardy, J., & King, D. (۲۰۲۰). Blockchain and the Future of Digital News Ecosystems. *Journalism Practice*, ۱۴ (۵), ۶۳۷-۶۵۴. <https://doi.org/10.1080/17512786.2019.1669416>

Hesmondhalgh, D. (۲۰۱۸). *The Cultural Industries (3rd ed.)*. SAGE Publications.

Iberti, D. (۲۰۲۲). Decentralized Finance (DeFi): A New Financial Paradigm. *Journal of Digital Banking*, ۶ (۳), ۲۱۹-۲۳۰.

Kellner, D. (۲۰۰۲). Technological Expansion and Critical Theory: Communicative Capitalism and Electronic Democracy. *New Media & Society*, ۴ (۳), ۳۰۰-۳۱۹. doi:10.1177/146144440200400302

Lee, H. (۲۰۱۸). The Platform Economy: Opportunities and Challenges for Digital Platforms. *Journal of Digital Economy*, ۱ (۱), ۴-۲۰.

Molesky, C. (۲۰۱۸). *Tokenomics: Designing the Market*. Independently published.

- Qaroll, M., Aguirre, J., & Moreno, V. (۲۰۱۹). Token Economies: A Framework for Blockchain-Based Business Models. *California Management Review*, ۶۲(۱), ۶۴-۸۶. <https://doi.org/10.1177/0008125619873872>
- O'Reilly, T. (۲۰۲۰). *WTF: What's the Future—and Why It's Up to Us*. O'Reilly Media.
- Sandelowski, M. & Barroso, J. (۲۰۰۳). Toward a metasynthesis of qualitative findings on motherhood in HIVpositive women. *Research in Nursing & Health*, ۲۶ (۲), ۱۵۳-۱۷۰.
- Scott, J. C. (۱۹۹۰). *Domination and the arts of resistance: Hidden transcripts*. Yale University Press.
- Tapscott, D. (۲۰۱۶). *Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing money, business, and the world*. Portfolio/Penguin.
- Tirole, J. (۲۰۱۷). *The economics of competition in the French digital economy*.
- Van Dijck, J. (۲۰۱۳). *The culture of connectivity: A critical history of social media*. Oxford University Press.
- Zhang, L., & Zhao, J. (۲۰۲۲). Decentralized Media and Platform Power. *Digital Journalism*, ۱۰(۲), ۲۴۵-۲۶۳. <https://doi.org/10.1080/23052579.2021.1984081>
- Zhu, Y., & Liu, X. (۲۰۲۱). Tokenomics: A new economic model for the blockchain era. *International Journal of Financial Studies*, ۹(۳), ۴۰.