



Presenting a model of Islamic people-centered governance on cyberspace

Mohammad Hossein Dehghan Ashkazari¹, Gholamreza Jalali Farahani 2

¹ Master of Passive Defense (National Security Orientation)
Associate Professor, National Defense University, Passive Defense Organization

Corresponding author: Mohammad Hossein Dehghan Ashkazari, Md135714@gmail.com

Abstract. Today, cyberspace, independent of a communication medium, has become an integral part of human life, so that with the coexistence of this technology with other technologies, in the near future, almost all human life will be in this space. Although this space ostensibly gives its users an interactive role to play alongside effectiveness along with freedom, which ultimately leads to the establishment of (Western) democracy, the existence of American hegemony over this space as well as the inherent philosophy of this space that results from culture. Western materialism is one of the main challenges of governing countries on this man-made space, which is characterized by dynamism, ambiguity, complexity, pervasiveness and convergence. This research with the method of exploratory factor analysis and based on the findings of library studies and in-depth interviews with 6 experts in the field of media, defense and cyberspace, seeks to provide a model of Islamic people-centered governance consisting of 7 dimensions, 29 components and 114 indicators. Relying on them to establish an Islamic government in the country's cyberspace based on the two principles of people-centered and Islam.

Keywords: Template, cyberspace, governance, people-centered.

ارائه الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای مجازی

محمد حسین دهقان اشکذری¹، غلامرضا جلالی فراهانی²

1- کارشناس ارشد پدافند غیر عامل (گرایش امنیت ملی)

2- دانشیار دانشگاه عالی دفاع ملی، سازمان پدافند غیر عامل کشور

چکیده. امروزه فضای مجازی فارغ از یک رسانه ارتباطی، به جزئی جدائی‌ناپذیر از زندگی بشر تبدیل شده، به گونه‌ای با همزیستی این فناوری با سایر فناوری‌ها در آینده نزدیک تقریباً همه زندگی بشر در این فضا قرار خواهد گرفت. هرچند این فضا در ظاهر به کاربران خود نقش تعاملی برای اثرگذاری در کنار اثرپذیری در کنار آزادی اعطا نموده است که در نهایت به برقراری دموکراسی (غربی) منجر می‌شود لیکن وجود هژمونی امریکایی بر این فضا و همچنین فلسفه ذاتی این فضا که منتج از فرهنگ مادی گرایی غرب می‌باشد از چالش‌های اساسی حکمرانی کشورها بر این فضای دست ساز بشر است که پویایی، ابهام، پیچیدگی، فراگیری و همگرایی ویژگی‌های ذاتی آن می‌باشد. این پژوهش با روش تحلیل عاملی اکتشافی و بر اساس یافته‌های حاصل از مطالعات کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق با ۶ نفر از خبرگان حوزه رسانه، پدافندی و فضای مجازی کشور، در پی ارائه الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی مشتمل بر ۷ بعد، ۲۹ مؤلفه و ۱۱۴ شاخص بوده تا بتوان با اتکا بر آنها به برقراری حکومت اسلامی در فضای مجازی کشور بر اساس دو اصل مردم محوری و اسلام پرداخت.

واژگان کلیدی: الگو، فضای مجازی، حکمرانی، مردم محوری.

۱- مقدمه

جهان کنونی، نه فضایی صرفاً مجازی است و نه جهانی صرفاً واقعی که تعاملی با جهان آنلاین نداشته باشد بلکه [این] جهان دورگه،

ترکیبی از جهان واقعی و فضای مجازی، فضاهای زنده ای هستند که همه جنبه های زندگی انسان ها را به هم متصل نموده است (کاستلز، ۱۳۹۸: ۱۹۷-۱۹۶). فضای مجازی قلمرو جدیدی از فعالیت‌هایی است که هم انسان و هم اطلاعات را در بر می گیرد و به سنگ بنای امنیت ملی هر کشوری تبدیل شده است. درک صحیح از شرایط کنونی جهانی و محیط رسانه های اجتماعی لازمه اعمال حاکمیت بر آن می باشد. با توسعه فناوری هایی مانند اینترنت، اینترنت اشیا و ارتباطات سیار، فضای مجازی به فضای دوم برای تولید و زندگی بشر تبدیل شده است. از نظر " کاستلز"، فناوری های نوین اطلاعاتی، نقاط دور عالم را در شبکه های جهانی به همدیگر پیوند می دهند و ارتباطات رایانه ای، مجموعه ای گسترده از جوامع مجازی را به وجود می آورند (" کاستلز" - مقدمه دکتر خانیگی، ۱۳۹۶: ۲۱).

این فضا در ظاهر شرایط یکسانی را برای کاربران خود فراهم آورده است لیکن در واقع ابزار جدیدی برای اعمال قدرت شبکه قدرتمندان عالم بر کشورها و اعمال نظرات خود بر مردم جهان و جامعه هدف البته به صورت بسیار آرام و ناملموس می باشد که این امر به یکی از چالش های اساسی کشورها در عصر جدید تبدیل شده است. کشورهای مختلف برای اعمال حاکمیت خود باید به حکمرانی در این فضا بر اساس نوع جهان بینی خود بپردازند تا از گزند تهدیدات آن در امان بوده و از فرصت های آن استفاده نمایند. در این راستا، این پژوهش در پی ارائه الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای مجازی بر اسا دو اصل مردم محوری و اسلام همانند حکومت اسلامی در جهان واقعی است بتوان ضمن اعمال حق حاکمیت خود، به تعامل با سایر کشورها در این فضا پرداخت.

مبانی نظری و پیشینه تجربی

مبانی نظری

۱-۲- حکمرانی:

حکمرانی تاریخچه بسیار طولانی دارد و به لحاظ آسیب پذیری های نظام های سیاسی و تضعیف اجرایی شدن شاخص هایی که مؤید اصل حاکمیت مردمی و حکومت خوب و پاسخگو گردیده، امروزه به عنوان یکی از مباحث مهم و در عین حال جدیدی است که از دهه ۱۹۸۰ به بعد در ادبیات توسعه مطرح شده است. تعاریف متعددی در مورد آن ارائه شده است (عیوضی، ۱۳۹۵). حکمرانی در لغت به معنی، حکومت، فرمانروایی، زمامداری و رهبری تعریف شده و در فرهنگ آکسفورد فعالیت مدیریت کشور یا کنترل یک شرکت یا سازمان آمده است؛ روشی که به وسیله آن یک کشور اداره می شود یا یک شرکت و یا مؤسسه کنترل می گردد (گرچی، ۱۳۹۵).

پارادایم حکمرانی: پارادایم حکمرانی در پی همکاری و توانمندی بین اجزای جامعه است و کنترل و فرآیند سلسله مراتبی کمتر مورد تأکید است (گرچی، ۱۳۹۵).

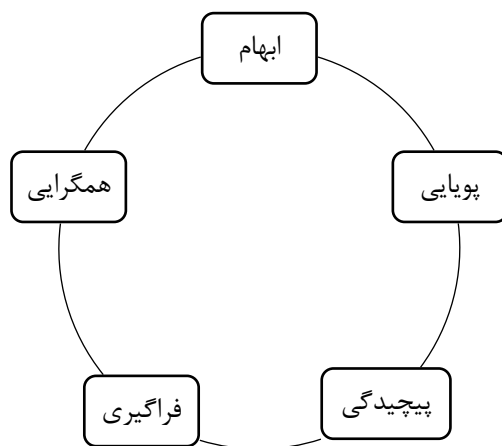
مؤلفه های حکمرانی خوب: حکمرانی خوب الگویی است که در پی ناکارآمدی ساز و کارهای توسعه از سوی مجامع بین المللی ارائه شد و بویژه در کشورهای در حال توسعه به منظور استقرار و نهادینه سازی جامعه مدنی در سیاست های مربوط به اعطای کمک ها از جایگاه ویژه ای برخوردار شده است. این الگو با رویکردی هنجاری و ارزش مدارانه به شیوه صحیح، مفهوم جدیدی از دولت را در نظر می گیرد که به فرآیند نوین اداره امور جامعه اشاره دارد و الگویی است در جهت اصلاح بخش عمومی، تقویت جامعه مدنی و تسریع مشارکت بخش خصوصی (عیوضی، ۱۳۹۵). برنامه توسعه سازمان ملل متحد و بانک جهانی هشت شاخص حکمرانی خوب را: مشارکت جویی، قانون محوری، شفافیت، مسئولیت پذیری، عدالت جویی، کارایی و اثربخشی و پاسخگویی (گرچی، ۱۳۹۵). مهم ترین مؤلفه های حکمرانی خوب از منظر امام خمینی (ره) با الهام از آموزه های قرآن، سیره و سنت حکومت نبوی عبارتند از: توجه به حاکمیت قانون، مشارکت مردم، آزادی های مدنی، عدالت جویی، کارایی و اثربخشی، استقلال قوا و اعتماد سازی و پاسخگویی حکومت به مطالبات مردمی (عیوضی، ۱۳۹۵)

۲-۲- فضای مجازی/ فضای سایبری

تعریف جامعی از این اصطلاح که مورد توافق همه کشورها و جوامع باشد وجود ندارد. وجود تعاریف متعدد، به دلیل منافع افراد، دولت ها و جوامع بوده که هر کشوری با توجه به منافع خود، آن را تعریف می کند. همچنین به دلیل پویا بودن ماهیت فضای مجازی، تعریف و ادبیات آن به صورت مداوم تغییر می کند. بهترین روش برای تعریف صحیح از یک چیز، بیان ویژگی های آن می باشد تا با سایر چیزها تمیز داده شده و به درستی شناخته شود، لذا قبل از معرفی فضای سایبری، ابتدا به بیان ویژگی های آن می پردازیم.

ویژگی های فضای مجازی

در منابع علمی مختلف، ویژگی های تقریباً مشابهی برای این فضا بیان شده است. در این پژوهش، ویژگی های ارائه شده در همایش ارتش سایبری ۲۰۵۰ که در سال ۲۰۱۶ در نیروی زمینی امریکا برگزار شده و به نوعی از پویایی (اصل اول فضای سایبری) برخوردار می باشد را به عنوان مبنا قرار می دهیم:



شکل ۱: ویژگی های فضای سایبری

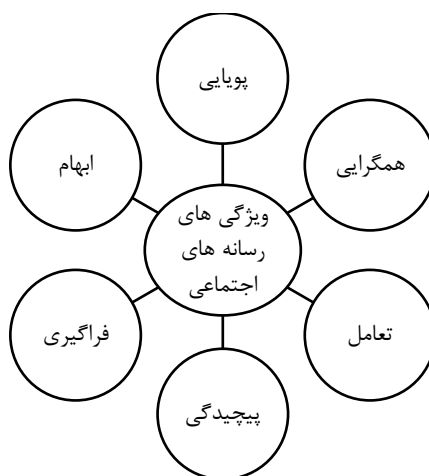
معرفی فضای سایبری

" فضای سایبری، مجموعه وسیعی از افراد، اندیشه ها، رایانه ها و ماشین های موجود در محیط اطلاعاتی را به یکدیگر مرتبط می سازد. این قابلیت مرتبط سازی، در حال تغییر دادن روابط بین دولت ها، بین دولت و مردم و بین مردم می باشد(مرکز فرماندهی، آموزش و دکتترین نیروی زمینی آمریکا، ۱۳۹۸: ۲۳)." به شبکه های وابسته به یکدیگر از زیرساخت های فناوری اطلاعات، شبکه های ارتباطی، سامانه های رایانه- ای، پردازنده های تعبیه شده (جاگذاری شده)، کنترل کننده های صنایع حیاتی، محیط مجازی اطلاعات و اثر متقابل بین این محیط و انسان به منظور تولید، پردازش، ذخیره سازی، مبادله، بازیابی و بهره برداری از اطلاعات گفته می شود که ممکن است در ارتباط مستقیم و مداوم با سامانه های فناوری اطلاعات و شبکه های ارتباطی اعم از شبکه اینترنت باشد و یا تنها قابلیت اتصال به محیط پیرامونی، در آن تعبیه شده باشد(سند راهبردی پدافند سایبری کشور، ۱۳۹۵: ۱۳). این تعریف نیز نسبتاً جامع تر و کامل تر از دو تعریف قبلی بوده ولی به نوعی، سهمی برای رسانه های اجتماعی و اندیشه انسانی در فضای مجازی قائل نمی باشد. لیکن با توجه به نقشی که برای عامل انسانی قائل شده و همچنین در فضای زیست بوم کشور انجام شده، به نوعی مناسب تر از تعاریف دیگر می باشد.

رسانه های اجتماعی/ شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی: گروهی از گره ها و پیوندها است که توسط نهادهای اجتماعی ایجاد می شود. گره ها می توانند نهادهای اجتماعی مانند مردم و سازمان ها بوده و پیوندها، روابط بین آنها مانند روابط دوستانه و تجارت را نشان می دهند (F. Khan, 2015: 111). مورفی و همکاران " شبکه های اجتماعی را بخشی از رسانه های اجتماعی دانسته که افراد فضای حقیقی را به صورت شبکه های کوچک و بزرگ به یکدیگر متصل نموده و افراد در آن به تعامل با یکدیگر می پردازند (Murphy, 2014).

ویژگی های رسانه های اجتماعی:



شکل ۲: ویژگی های رسانه های اجتماعی

رسانه اجتماعی:

عده‌ای از اندیشمندان، رسانه اجتماعی را صرفاً یک ابزار فنی و نوع جدیدی از رسانه می‌دانند و بر همین نوع نگاه، رسانه‌های اجتماعی را حاوی پیام از فرستندگان متعدد به گیرندگانی می‌دانند که امکان اثرگذاری بر شبکه می‌دانند. مرکز ملی فضای مجازی معتقد است رسانه‌های اجتماعی اشاره به مجموعه‌ای از خدمات کاربر محور می‌کند که نوعی از آن شبکه‌های اجتماعی است و انواع ارتباطات کاربر محور که بر اساس انواع محتوا شامل متن، عکس و ویدئو بر بستر این رسانه‌ها شکل می‌گیرد^۱.

رسانه‌های اجتماعی به سیستم‌عامل‌ها و نرم‌افزارهای متصل به اینترنت اشاره می‌کند که برای جمع‌آوری، ذخیره‌سازی، هماهنگی، اشتراک‌گذاری، پردازش، بحث (و گفتگو) و یا تحویل محتوای رسانه‌ای تولیدشده توسط کاربر و یا عمومی استفاده می‌شود و می‌تواند بر دانش و برداشت‌ها تأثیر بگذارد و رفتار مستقیم یا غیرمستقیم، [می‌تواند] بی‌درنگ نتیجه تعامل (اقدامات داخلی) اجتماعی با شبکه‌ها باشد (Nissen, 2015: 56).

در مجموع اینکه تعریف واحدی از فضای مجازی که همه کشورها و منابع علمی به صورت یکسان آن را بپذیرند وجود ندارد و با توجه به اینکه رسانه‌های اجتماعی علاوه بر ویژگی‌های فضای سایبری دارای ویژگی "تعامل" نیز می‌باشند، به نوعی تعریفی پویاتر و با شمول بیشتر از فضای مجازی می‌باشند. بر این اساس تعریف ذیل از رسانه‌های اجتماعی را به عنوان تعریف مبنا و عملیاتی فضای مجازی در این پژوهش قرار می‌دهیم:

تعریف عملیاتی فضای مجازی (رسانه‌های اجتماعی):

"رسانه‌های اجتماعی (فضای مجازی) به عنوان قلمرو جدید زیستی انسان، هرگونه نرم‌افزار و اپلیکیشن بر بستر اینترنت (و نه لزوماً) بوده که در یک طرف آن کاربر (و نه لزوماً انسانی) وجود دارد و امروزه به عنوان قلمرو جدید زندگی انسان می‌باشد.

دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی

"گوهرخان"، در کتاب تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی، دست‌بندی رسانه‌های اجتماعی را تقریباً مشابه دسته‌بندی مرکز ملی فضای مجازی و با تشریح بهتری بیان نموده است:

۱- سایت‌های شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک، کای ورد و گوگل.

۲- جوامع محتوا مانند یوتیوب و فلیکر.

۳- وبلاگ‌ها: محبوب‌ترین سیستم‌عامل‌های وبلاگ نویسی "wordpress" و "bloggers" هستند.

۴- میکروبلایگینگ: محبوب‌ترین سکوی انتشار میکروبلایگینگ، توییتر است.

۵- پروژه‌های مشترک برخط: ویکی‌پدیا نمونه‌ای از پروژه‌های مشترک برخط است.

۶- فولکونیدها و یا تبلیغات (DEL.ICIO.US, E.G.): اصطلاح فولکسونومی، به عنوان برچسب‌گذاری اجتماعی، نمایه‌سازی اجتماعی و برچسب‌گذاری مشارکتی معروف است و به توماس واندلر وال منتسب شده است. به عبارت ساده، روش سازمان‌دهی داده‌ها و محتوا (از طریق برچسب زدن) از دید کاربر است.

۷- دنیای مجازی: دنیاهای مجازی محیط‌های برخط تولید رایانه است که می‌تواند به شکل یک دنیای اجتماعی مجازی سه‌بعدی (۳ بعدی) (به عنوان مثال زندگی دوم) باشد که در آن افراد به صورت دیجیتالی خود را به شکل آواتار ۲ نمایندگی می‌کنند و از طریق پیام کوتاه و متن با دیگران تعامل می‌کنند.

۸- اپلیکیشن‌های موبایل: برنامه‌های موبایل در حال تبدیل شدن به یک بخش لاینفک زندگی ما هستند. برنامه‌های موبایل ابزارهای ویژه‌ای هستند که برای انجام انواع فعالیت‌هایی که هرروز انجام می‌دهیم ایجاد شده‌اند.

۹- ساخت بستر برای اهداف: رسانه‌های اجتماعی نه تنها به انواع یادشده بالا محدود نمی‌شوند، بلکه هر بستر برخط (از جمله بسترهای داخلی که عمده‌اً ساخته شده‌اند) و ما را قادر می‌سازد در یک بستر بسیار زیاد به مشارکت، همکاری، ایجاد و اشتراک‌گذاری مطالب بپردازیم را می‌توان رسانه اجتماعی نامید. (F.Khan: 2015: 62-71)

۱۰- در این پژوهش علاوه بر دسته‌بندی‌های بالا (دسته‌بندی "گوهرخان") شبکه‌های خرید اجتماعی و مبتنی بر پایه اقتصادی نیز ذیل رسانه‌های اجتماعی می‌باشند مانند اسنپ، دیجی کالا و

۲-۴- فضای مجازی کنونی، مبتنی بر فلسفه غرب و بستر هژمونی جدید غرب بر جهان

^۱ قابل دسترسی در سایت majazi.ir

^۲ آواتار: اجسامی که روبات یا ارگانیک بوده و توسط ذهن انسان کنترل می‌شود

انسان ها از طریق تعامل با محیط طبیعی و اجتماعی خود، و از طریق شبکه بندی شبکه های عصبی خود با شبکه های طبیعت و شبکه های اجتماعی، ایجاد معنا می کنند. این شبکه بندی از طریق عمل ارتباط عملیاتی می شود. ارتباط فرآیند به اشتراک گذاری معنا از طریق تبادل اطلاعات است (کاستلز، ۱۳۹۸: ۱۳). در جامعه شبکه ای قدرت چندبعدی است و مطابق با منافع و ارزش های کنشگران قدرتمند، پیرامون شبکه های برنامه ریزی شده در هر حوزه ی فعالیت انسان سازماندهی شده است. شبکه های قدرت، قدرت خود را از طریق تأثیرگذاری بر ذهن انسان، عمدتاً (اما نه انحصاراً) با استفاده از شبکه های چندرسانه ای ارتباط توده ای اعمال می کنند. بنابراین شبکه های ارتباطی، منابع مسلم قدرت سازی هستند (همان: ۱۵). شبکه های اجتماعی، در ذهن کاربران آرمان شهرهایی را پدید می آورند که با عینیت یافتن در ذهن های مردم، الهام بخشی به رؤیاهای آنها، هدایت کنش آنها و برانگیختن واکنش هایشان تبدیل به نیروی مادی می شوند. اینترنت که مانند همه فناوری ها، تجسم بخش فرهنگ مادی است، پلتفرمی ممتاز برای ساخت اجتماعی خودمختاری است (همان: ۱۹۳). و هدف آن کنترل ظرفیت تعریف قواعد و هنجارهای جامعه است که از طریق یک نظام سیاسی که در درجه نخست و عمدتاً به منافع و ارزش های آنها (شبکه قدرت) پاسخگوست و از طریق شبکه های برنامه نویسی و سوئیچینگ و ترکیبی از اجبار و ارعاب همراه با اقناع و ساخت اجماع اعمال می شود. انحصار خشونت شرط لازم برای حفظ قدرت است اما در طولانی مدت شرط کافی نیست. حفظ قدرت نیازمند ایجاد مشروعیت، با پذیرش و رضایتمندی در ذهن های مردم است (همان: ۷۷-۱۱) جنگ قدرت بنیادین عبارتست از نبرد برای ساخت معنا در ذهن مردم (همان: ۱۳).

شبکه های ارتباطی (افقی و عمودی) جزئی از شبکه قدرت جهانی شامل شبکه های قدرت سیاسی، اقتصادی و ارتباطی می باشند که تعاملی پویا میان آنها برقرار است. همچنین صاحبان شبکه های قدرت ارتباطی همان صاحبان بنگاههای بزرگ اقتصاد جهانی (شبکه های قدرت جهانی) و شبکه های قدرت سیاسی بوده و دائماً در حال سوئیچ زنی (مدیریت تعامل) بین شبکه های قدرت سیاسی، اقتصادی و ارتباطی در راستای اهداف خود- سوددهی، قدرت سازی و فرهنگ سازی- می باشند و به مشترکین شبکه های ارتباطی در عوض احاطه بر حریم خصوصی شان و تبدیل آنها به اهداف تبلیغاتی، امکان دسترسی به شبکه های ارتباط (آزاد) جهانی- کالایی شدن آزادی- اعطا می شود و در یک نتیجه گیری کلی، قدرت چند بُعدی است و حول شبکه هایی شکل می گیرد که در هر حوزه از فعالیت انسانی با توجه به منافع و ارزش های کنشگران قدرتمند برنامه ریزی می شوند. اما همه شبکه های قدرت، این قدرت را به واسطه تأثیرگذاری بر ذهن انسان ها اعمال می کنند که عمدتاً (اما نه صرفاً) از طریق شبکه های چند رسانه ای ارتباطات جمعی امکان پذیر می شود؛ لذا شبکه های ارتباطی، شبکه های بنیادین قدرت آفرین در جامعه هستند (کاستلز، ۱۳۹۶: ۶۴۷-۶۳۱).

رسانه های اجتماعی بر اساس تفکر مارکسیستی نوعی سلاح جدید برای افراد جامعه می باشد که هرکس با توجه به توان خود می تواند از این فضا برای مقابله و جنگ با دیگران و در نهایت منافع اقتصادی خود استفاده کند (زیباکلام، ۱۳۹۶: ۶۸-۶۷). اربشلو در کتاب خود با عنوان "جنگ رسانه های اجتماعی، سلاح هایی برابر برای همه"، عصر رسانه های اجتماعی را به عنوان جنگ رسانه های اجتماعی دانسته که نیروهای موجود در جنگ های سنتی، امکان تحصیل سلاح های جدید و ترکیب آن با مهارت های قبلی خود را پیدا نموده تا از این راه، به تسلیحاتی مؤثرتر و مقرون به صرفه تر دست یابند (اربشلو، ۱۳۹۸: ۱۵). نظرات اربشلو در این کتاب برگرفته از تفکر مارکسیستی غرب می باشد. همان گونه که زیباکلام می گوید: مارکس، نه تنها به هیچ نوع همدلی و وفاق ملی در میان اعضای جامعه یا نهادهای آن اعتقاد ندارد، بلکه اساس جامعه را روی تضاد، تقابل، رقابت، جنگ قدرت و نبرد برای بدست آوردن امکانات بیشتر اقتصادی قرار می دهد (زیباکلام، ۱۳۹۶: ۶۸-۶۷). ارزش ها از مهم ترین عوامل تعیین کننده جهت های رفتاری اعضای جامعه و زیربنای نظم اجتماعی هستند. وقتی که فرد ارزش های مناسب نداشته باشد، احساس بیگانگی می کند و احساس هویت، اهمیت و عزت نفس خود را از دست می دهد (پیرانی، ۱۳۹۷: ۱۴۸). این گونه نیست که ارزش ها به صورت یک توافق جمعی حاصل شده باشند، بلکه صاحبان قدرت اقتصادی در جامعه- که معمولاً قدرت سیاسی را نیز در دست دارند- ارزش هایی را که در راستای تثبیت قدرت و تحکیم منافع شان می باشد بسط می دهند و توده مردم هم چاره ای ندارند جز این که از حاکمیت تبعیت کنند (زیباکلام، ۱۳۹۶: ۲۴-۵۹). مارکس، مرحله تکامل اجتماعی بشر را به عنوان کمونیزم دانسته و آن جامعه ای آرمانی که در آن از نابرابری و بی عدالتی خبری نیست و هرکس به اندازه استعداد و توانایی اش کار و فعالیت اجتماعی انجام می دهد و به هر کس نیز به اندازه نیازش داده می شود (زیباکلام، ۱۳۹۶: ۸۹). در مجموع می توان گفت که رسانه های اجتماعی کنونی محصول فلسفه غرب- بنا شدن اساس جامعه روی تضاد، تقابل، رقابت، جنگ قدرت و نبرد برای بدست آوردن امکانات بیشتر اقتصادی- می باشد.

۲-۳- الگو

"هافمن" می گوید: یک نظریه خوب باید دارای سه عنصر باشد. عنصر اول توصیفی است که به لحاظ تاریخی و تجربی پدیده های حال و

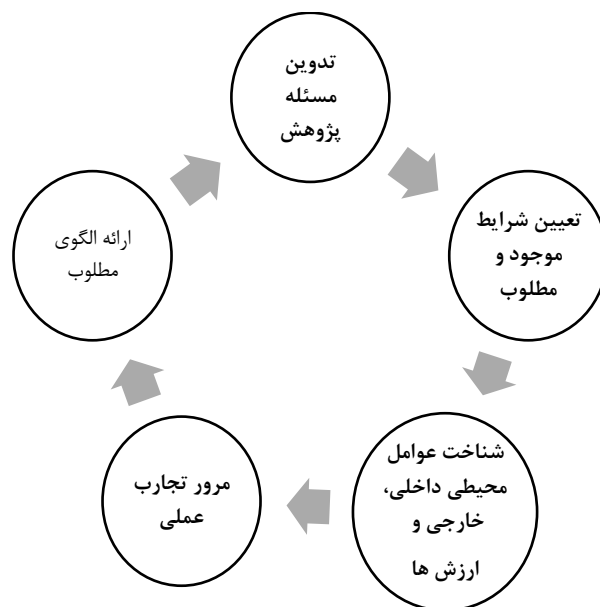
^۱ شبکه های ارتباطی عمودی یا رسانه های جمعی و شبکه های ارتباطی افقی یا رسانه های اجتماعی که کاستلز بدان خود انگیز نیز می گوید.

آینده را تبیین کند. دوم، عنصر پیش بینی کننده که روندها را به نحوی عینی پیش بینی کرده یا توانایی پیش دستی در وقایع آینده را بدهد و نهایتاً بتواند مشاوره‌ای تجویزی برای هدایت سیاست در آینده به دست دهد (جولانی و فولادی، ۱۳۹۶: ۶۱).

الگو یک طرح پیشنهادی است که دریافت ما از دنیای خارج را توضیح می‌دهد؛ چشم‌اندازی را ارائه کرده و راه‌های ساده کردن پیچیدگی‌های آن را نشان می‌دهد؛ به پژوهشگر می‌گوید چه چیزی مهم است و روند علت و معلولی پدیده‌ها چیست. الگو در علوم مختلف دارای معنای خاص خود است؛ اما در این پژوهش، تعریف امام خامنه‌ای را به‌عنوان مبنا قرار می‌دهیم:

"الگو، نقشه‌ی جامع است؛ به ما می‌گوید که به کدام طرف، به کدام سمت، برای کدام هدف داریم حرکت می‌کنیم. طبعاً، وضعیت مطلوب باید تصویر شود و چگونگی رسیدن از وضع موجود به آن وضع مطلوب هم بایستی بیان شود

بر اساس پژوهش حاجیانی در باب معرفی الگوی مطلوب، می‌توان چرخه تدوین الگو را به‌صورت شکل ذیل نمایش داد (برداشت آزاد از حاجیانی، ۱۳۹۵).



شکل ۳: چرخه تدوین الگو (برداشت آزاد از حاجیانی، ۱۳۹۵).

صرف‌نظر از موضوع، مسئله یا حوزه‌ای که الگوی مطلوب برای آن طراحی می‌شود، اصول و قواعد به نسبت ثابتی را می‌توان برای تدوین الگوی مطلوب در نظر گرفت. در طراحی و تدوین الگو، مهم آن است که الگو از حداکثر اعتبار برخوردار بوده و فاقد نظرات و سلیقه فردی (جهت‌دار) باشد، نیازهای سیاست‌گذاران را برطرف نموده و درمجموع به نحوی عالمانه و معتبر طی شود که امکان اجماع همه افراد و نهادهای درگیر را فراهم سازد (حاجیانی، ۱۳۹۵).

۲-۴- مردم محوری

در انقلاب اسلامی ما که بر اساس اسلام و حق حاکمیت مردم در حکومت (دموکراسی) بنا شده است، مردم نقشی اساسی در ایجاد، تداوم و حفظ حکومت ایفا می‌کنند و اساساً حکومت اسلامی با پشتوانه مردمی (در کنار اصل اسلامی بودن) است که به اهداف خود می‌رسد. به بیان بهتر هنر انقلاب اسلامی استفاده از توان و ظرفیت عمومی جامعه (بسیج) در بزنگاه‌ها و چالش‌ها است. یکی از مؤلفه‌های اصلی قدرت در جوامع و به‌ویژه عصر ارتباطات، افکار عمومی بوده که همواره حکومت‌های موفق سعی نموده‌اند به تولید، حفظ و افزایش سرمایه اجتماعی خود در افکار عمومی داخلی (در اولویت اول) و در ادامه افکار عمومی خارجی بپردازند که شاید (و نه قطعاً) نمود آن، حضور مردم در بزنگاه‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی و غیره، ازجمله فرایند انتخابات سیاسی، حملات و تهاجم دشمنان (نبرد و جنگ) و ... در حمایت و پشتیبانی از حکومت بوده است. بدیهی است زمانی که میزان این سرمایه اجتماعی و حمایت افکار عمومی که ثمره آن اعتماد عمومی به حکومت است کاهش یابد و از حد منطقی پایین‌تر بیاید حکومت‌ها باید به درمان آن بپردازند که در غیر آن، نتیجه‌ای جز سقوط و اضمحلال آن حکومت در پی نخواهد داشت. همواره دولت‌ها سعی و تلاش زیادی در اندازه‌گیری و هدایت افکار عمومی می‌نمایند. ظهور رسانه‌ها کمک زیادی به دولت‌ها در هدایت افکار عمومی و البته شاید هم، اندکی اثر منفی بر افکار عمومی و سرمایه اجتماعی داشته است. اختراع آرپانت در سال ۱۹۶۹ و در ادامه ظهور و گسترش فن‌آوری‌های جدید مانند دستگاه‌های تلفن همراه و سیستم‌عامل‌های رسانه‌های اجتماعی در حال تغییر چشم‌انداز

اجتماعی است که محققان افکار عمومی در آن فعالیت می‌کنند. با گسترش این فناوری‌ها دسترسی به افکار، احساسات و اقدامات کاربران به صورت لحظه‌ای، ارگانیک و غالباً به صورت عمومی در سراسر سیستم‌عامل‌های مورد استفاده بیان شده، آسان‌تر شده است. مسیرهایی که افراد هم به اطلاعات، نظرات، نگرش‌ها و رفتارها دسترسی پیدا کرده و [بخشی یا همه] آن‌ها را به اشتراک می‌گذارند، بیش از هر زمان دیگری در تاریخ، تحول بیشتری طی نموده و به نظر می‌رسد این روند همچنان ادامه خواهد داشت (MURPHY et al, 2015). فراگیری و دسترس‌پذیری بالای این فناوری‌ها به قدری برای انسان جذاب بود که با سرعتی باورنکردنی در حال تغییر زندگی و جوامع بشری شده است. تغییر دستگاه‌های ارتباطی از عمودی به افقی^۱ سبب افزوده شدن انسان و اندیشه او به فضای مجازی- نه به عنوان مُبدع این فضا بلکه به عنوان جزئی از آن- و اثرپذیری/ و اثرگذاری از/ به این فضا و پیدایش مفاهیمی چون هویت مجازی، دوستان مجازی، گروه‌ها و شبکه‌های مجازی و جامعه مجازی و قاعدتاً افکار عمومی مجازی می‌شود. دوران کنونی ما، دوره شناخت و انتقال بخشی از اندیشه انسانی و عرصه‌های زندگی او از جهان واقعی به فضای مجازی است. "یانیتسکی" می‌گوید: ما اکنون در یک واقعیت پیچیده و واقعیت تفکیک‌ناپذیر باکیفیت دوگانه شامل محیط و انواع عوامل اجتماعی طبیعی و مجازی زندگی می‌کنیم (Yanitsky, 2019).

۲-۵- قاعده «نفی سبیل»

قرآن کریم در آیات زیادی نسبت به نفی سلطه کفار و بیگانگان بر مسلمانان تأکید می‌کند. مهم‌ترین این آیات، آیه ۱۴۱ سوره مبارکه نساء است که می‌فرماید: «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا»؛ یعنی خداوند هرگز برای کافران، بر اهل ایمان راه تسلط را باز نگذاشته و باز نخواهد گذاشت. این آیه آشکارا و بدون نیاز به هیچ‌گونه تأویلی، تصریح دارد که سلطه کافران بر مؤمنان به هیچ‌وجه پذیرفته نیست و استفاده از «ادات نفی ابد» یعنی «لَنْ» در ابتدای این آیه نشان می‌دهد که این نفی سلطه، موقتی نیست بلکه همیشگی و دائمی است. قاعده نفی سبیل که از قواعد ثانویه اسلامی است گاهی از باب «حکومت» بر قواعد اولیه حاکم می‌شود و آن‌ها را به عبارتی وتو می‌کند. یعنی برخی از احکام ابتدایی نیز تحت اثر این قاعده ممکن است دگرگون شوند. کفار هرگز و در هیچ شرایطی چشم دیدن موفقیت و پیروزی مؤمنان را ندارند و همواره برای اینکه مسلمانان را در شرایط ضعف و نابودی قرار دهند در حال دسیسه‌چینی و تشریک‌مساعی با یکدیگر هستند. آن‌ها اگر حادثه بدی برای مسلمانان بیفتد شادمان می‌شوند و خوشحالی خود را هم اظهار می‌کنند، چنانکه آیه شریفه ۱۲۰ سوره آل عمران می‌فرماید: «أَن تَمْسُسَكُمْ حَسَنَةً تَسُوهُمْ وَإِن تُصِيبَكُمْ سَيِّئَةٌ يَفْرَحُوا بِهَا»؛ یعنی اگر به شما خوشی رسد آنان را بدحال می‌کند و اگر به شما گزند رسد شادمان می‌شوند. روشن است که چنین کسانی هرگاه بر مسلمانان تسلط یابند از هیچ‌گونه تعدی و تجاوزی فروگذار نمی‌کنند زیرا اساساً با اسلام و نگاه الهی زاویه و مشکل دارند و هرگز راضی به سروری و بالادست بودن مسلمانان نمی‌شوند.

افزون بر قرآن کریم در حدیث نیز اشاره صریح به قاعده نفی سلطه یا نفی سبیل داریم. پیامبر اکرم (ص) در حدیث مشهور به حدیث «اعتلا» می‌فرماید: «الاسلام يعلو ولا يعلو عليه والكفار بمنزلة الموتى لا يحجبون ولا يورثون»؛ یعنی اسلام نسبت به سایر مکاتب و ملل، همواره برتری دارد و هیچ‌چیزی بر آن برتری ندارد و کافران به منزله مرده‌ها هستند، مانع از ارث دیگران نمی‌شوند و خودشان نیز ارث نمی‌برند. این حدیث شریف نمی‌خواهد در مقام ثبوت و تکوین خبر بدهد که اسلام بر کفر برتری ذاتی دارد - که البته چنین است - بلکه حدیث در مقام تشریع حکم است و آشکارا بیان می‌کند که کفار در عمل نباید هیچ‌گونه سلطه‌ای بر مسلمانان داشته باشند و این یک دستور الهی است. بند ششم اصل دوم قانون اساسی جمهوری اسلامی می‌گوید: «نفی هرگونه ستمگری و ستم‌کشی و سلطه‌گری و سلطه‌پذیری...» که به ابعاد داخلی و خارجی سیاست‌های جمهوری اسلامی اشاره دارد. همچنین در بند پنجم اصل سوم آمده است: «طرد کامل استعمار و جلوگیری از نفوذ اجانب». در بند هشتم اصل چهارم و سوم نیز برای تأمین استقلال جامعه جمله: «جلوگیری از سلطه اقتصادی بیگانه بر اقتصاد کشور» آورده شده است. این اصل در قالب سیاست نفی سبیل اقتصادی رخ می‌نماید و نقش بازدارندگی و آگاهی بخشی به ملت ایران و مسلمانان دارد [۱].

جمع‌بندی: بر اساس دستورات قرآن کریم و اسلام و همچنین نص صریح قانون اساسی، اولاً، اسلام سلطه دشمنان بر کشور و جامعه اسلامی را در تمامی عرصه‌ها و من جمله فضای سایبری و رسانه‌های اجتماعی نفی نموده است.

۲-۶- ارائه نمونه موردی الگوی حکمرانی چین و روسیه بر فضای مجازی و معرفی اجزای اولیه الگوی حکمرانی

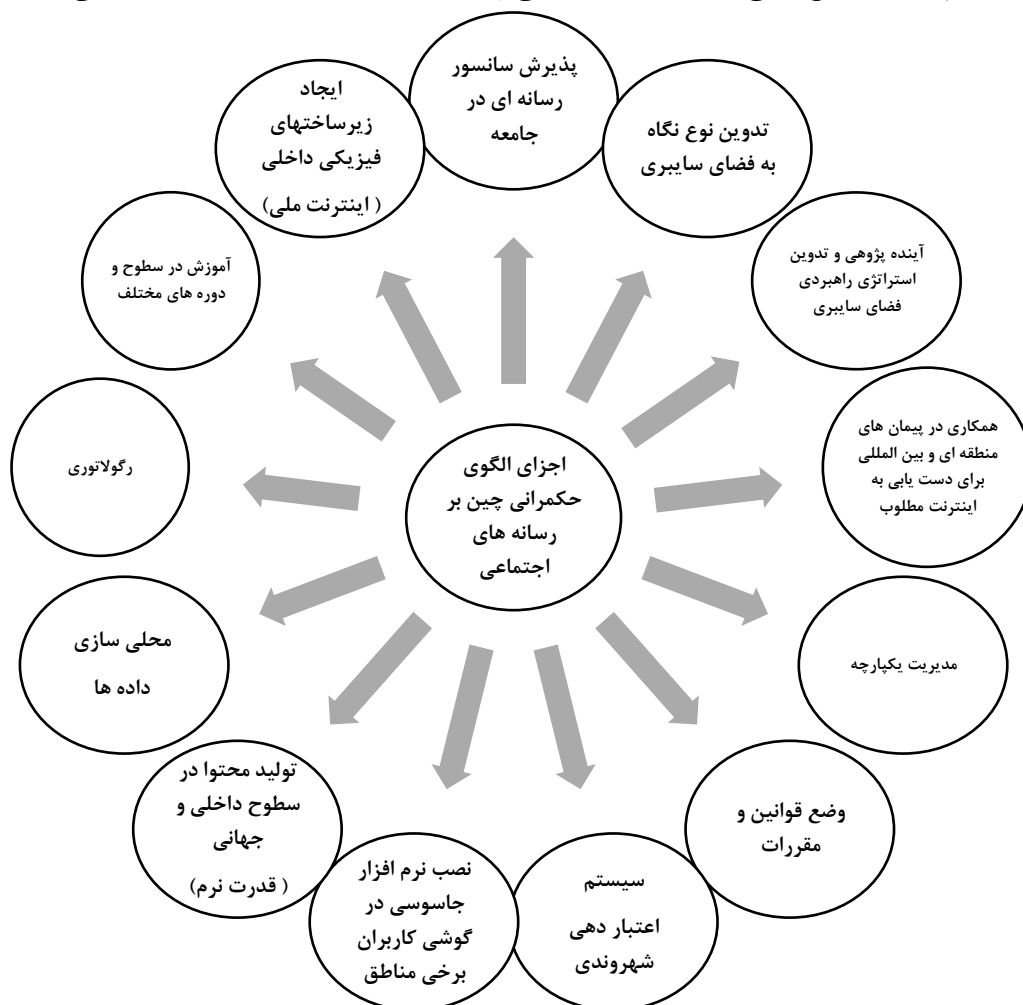
یکی از مراحل مهم در تدوین الگوی مطلوب، مرور تجارب عملی الگو در سایر جوامع، سازمان‌ها و غیره با توجه به موضوع پژوهش است. مشکلات و مسائل راهبردی بی‌سابقه نیست و بیشتر مشکلات جوامع، دولت‌ها و سازمان‌ها مشابه و مشترک است. هرچند در این راستا نباید از

^۱ کاستلز ارتباطات جمعی را بر دو نوع ارتباطات عمودی (رسانه‌های جمعی) و افقی (رسانه‌های خود انگیز) می‌داند.

توجه به شرایط محیطی و بومی (زیست‌بوم) غافل ماند. ولی استدلال اصل زیست‌بوم در هر تحقیق نباید مانع استفاده از دستاوردها و تجارب سایر کشورها یا سازمان‌ها شود. زیرا این تجارب و دستاوردها ماحصل تلاش و زحمات زیاد و اغلب با آزمون‌وخطا و تخصیص منابع فراوان (صرف وقت و هزینه مادی و گاه انسانی زیاد) همراه بوده است. مشکلات جوامع عموماً تکراری هستند، بنابراین انبوهی از سیاست‌گذاری‌ها نیز در پاسخ به آن‌ها، تدوین و اجرا شده که این تجربیات، ذخیره‌ای غنی از دانش بومی و غیربومی را در خود دارند. البته صرفاً تجارب موفق مدنظر نبوده بلکه هر نوع تجربه‌ای، اعم از مؤثر و موفق، یا بی‌تأثیر و شکست‌خورده، باید شناسایی شود و سپس شرایط و اقتضائات بومی آن تجربه نیز مدنظر قرار داده شود و میزان اثربخشی و پیامدهای آن نیز مورد تحلیل قرار گیرد. البته استفاده از تجربه کشورهایی که دارای شرایطی مشابه کشور ما (سیاسی، جغرافیایی، فکری و ...) باشند سبب درک بهتر در موارد و مشکلات در راستای تدوین می‌شود.

اجزای الگوی حکمرانی سایبری چین:

براساس بررسی‌های انجام شده در منابع علمی، اجزای الگوی حکمرانی چین بر فضای مجازی به صورت شکل زیر می‌باشد:

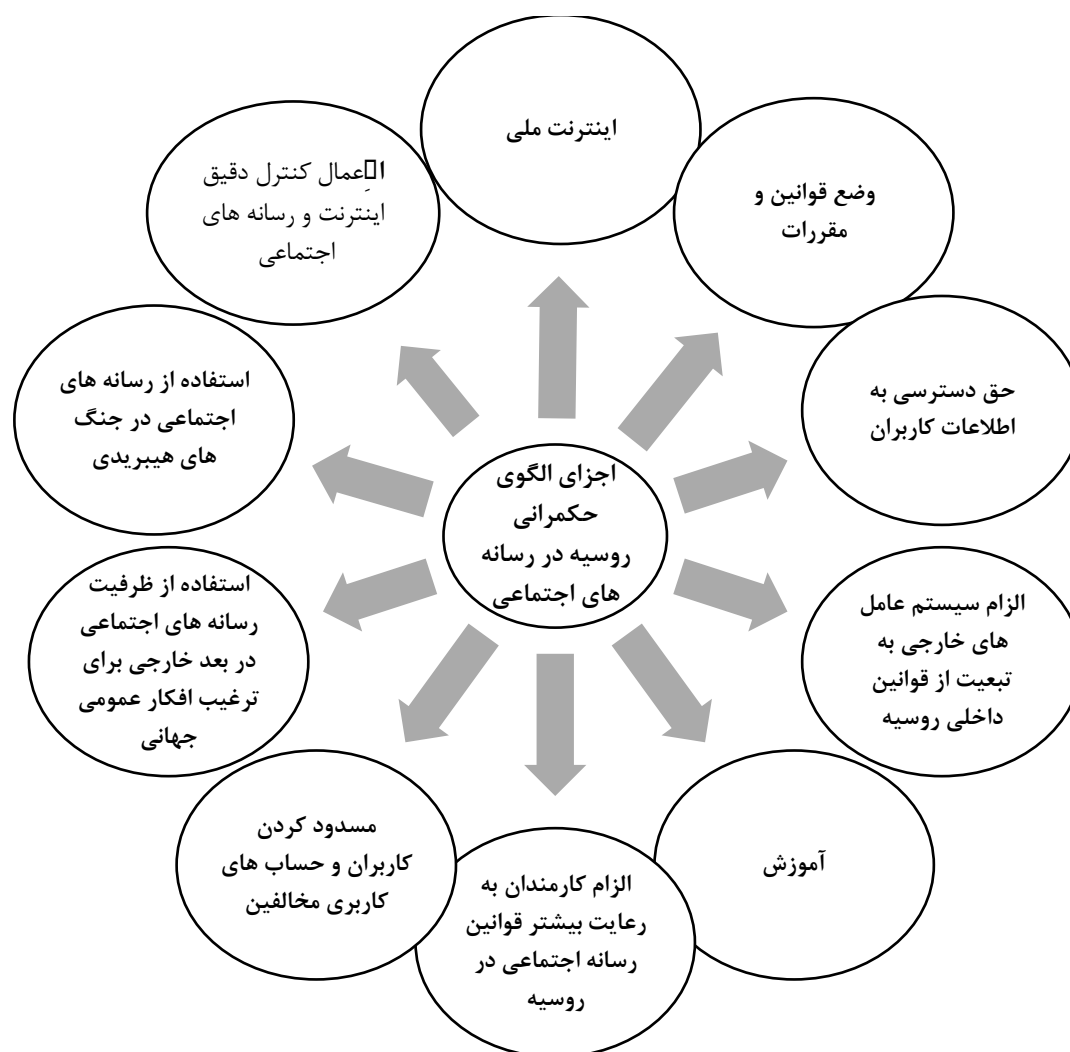


شکل ۴: اجزای الگوی حکمرانی سایبری چین [۱]

۲.۶.۲. اجزای الگوی حکمرانی روسیه در رسانه‌های اجتماعی

روسیه از استراتژی دفاع غیرفعال (اینترنت ملی) و دفاع فعال (ترکیب حملات سایبری و حملات روان‌شناختی) استفاده می‌نماید. در ماده ۲۹ قانون اساسی فدراسیون روسیه آمده است: "هرکسی حق دارد به‌آسانی و به هر طریق قانونی به جستجو، دریافت، انتقال، تولید و توزیع اطلاعات بپردازد". استراتژی جدید روسیه و ماهیت نظامی آن توسط والری گراسیموف، ژنرال عالی‌رتبه این کشور به‌بهترین وجه بیان شده است. او در سخنرانی که در روزنامه ارتش روسیه چاپ‌شده بود اظهار داشت که "نقش ابزارهای غیرنظامی برای دستیابی به اهداف سیاسی و استراتژیک افزایش یافته است. در بسیاری از موارد، آن‌ها از قدرت نیروی اسلحه در اثربخشی خود فراتر رفته‌اند." پتر پومرمانسف، نویسنده

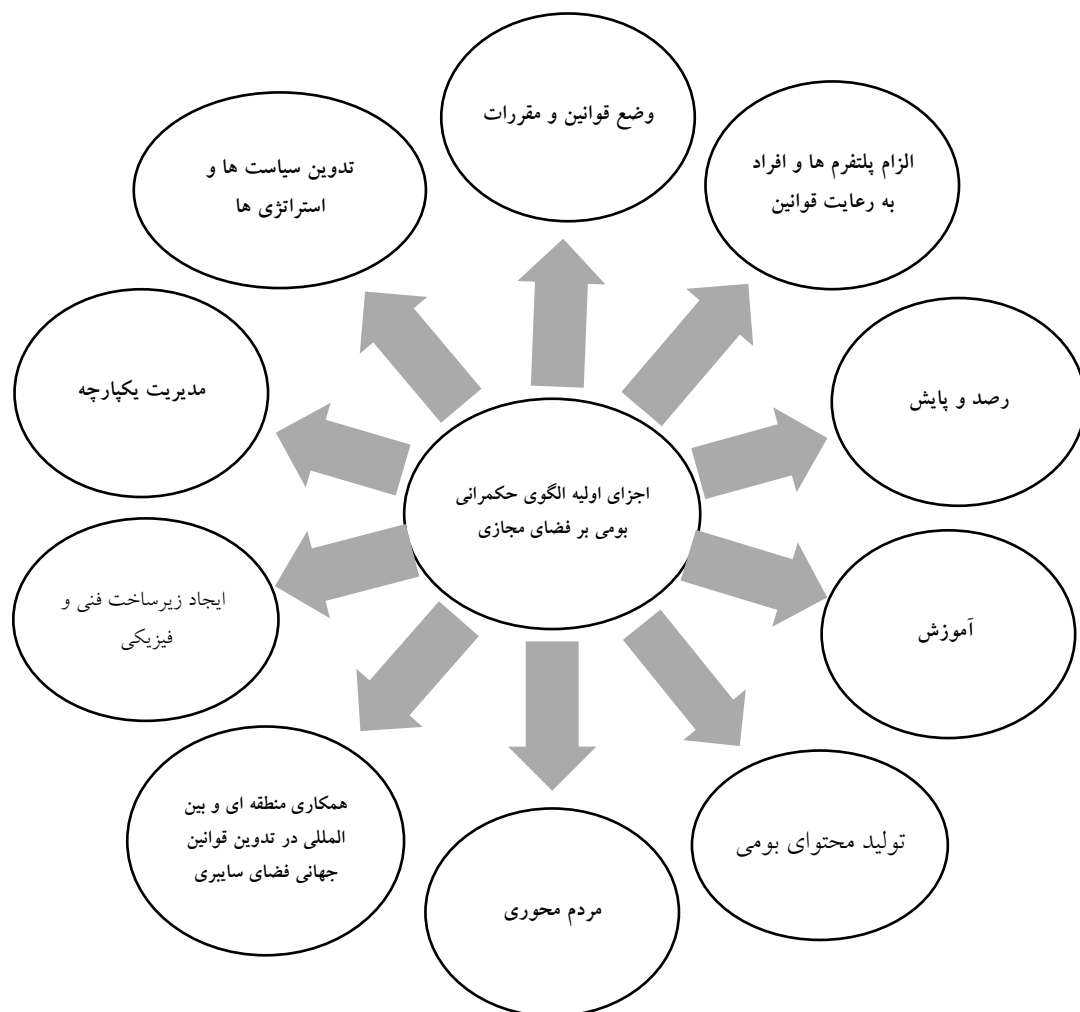
کتاب "هیچ چیز درست نیست و همه چیز ممکن است" می نویسد: "ایده کرملین این است که همه اشکال گفتمان سیاسی را در اختیار داشته باشد، و اجازه ندهد که هیچ جنبش مستقلی در خارج از دیوارهایش ایجاد شود." روسیه شبکه گسترده اطلاعاتی در فضای مجازی متشکل از شبکه های مجازی RT و اسپوتنیک بین المللی^۱ و ارتش ترول ها (ارسال روزانه بیش از صدها پست رسانه اجتماعی باهدف ربودن مکالمات تشکیل داده تا مطابق با استراتژی این کشور در جهان عمل کنند که بدان استراتژی دفاع فعال می گوئیم. این شبکه مدرن اطلاعاتی می تواند به سرعت اطلاعات (شاید نادرست) را در سراسر جهان ارسال نماید. در این استراتژی به مخاطبان گفته می شود که سؤال کنند تا پاسخ داده شود. مت آرمنسترانگ، عضو سابق هیئت مدیره پخش در ایالات متحده توضیح می دهد که "سؤال بیشتر" در مورد یافتن پاسخ نیست، بلکه ایجاد سردرگمی، آشوب و بی اعتمادی است. آن ها مخاطبان خود را می چرخانند تا اسطوره ها را تعقیب کنند، به خیالات واهی اعتقاد داشته باشند و به نظر کارشناسان معیوب گوش دهند تا زمانی که مخاطب به سادگی برابر نظر منبع خبری تنظیم شود" (Nato Startcom, 2016)



شکل ۵: اجزای الگوی حکمرانی سایبری روسیه [۱]

جمع بندی: اجزای اولیه الگوی حکمرانی بر فضای مجازی

¹ Sputnik international



شکل ۶: اجزای اولیه الگوی حکمرانی سایبری [۱]

پیشینه تجربی

۱- نورشاد نورکلو^۱ در مقاله ای با عنوان "استراتژی سایبری جدید چین و تحولات موجود در این زمینه"، فرصت ها و چالش های این استراتژی (۲۰۱۶ چین) را ارائه نموده است. بر اساس این استراتژی، فضای مجازی روز به روز زمینه های بیشتری پیدا می کند، کانال های جدید برای انتشار اطلاعات، فضاهای جدید برای تولید و زندگی، محرک های جدید برای توسعه اقتصادی، حامل های جدید برای شکوفایی فرهنگی، سکوهایی جدید برای حاکمیت اجتماعی، سرزمین های جدید برای حاکمیت ملی و سرانجام گره های جدید برای تعامل و همکاری است. لیکن فضای سایبری می تواند به عنوان یک چالش بزرگ عمل کند. نفوذ سایبری به امنیت سیاسی آسیب می زند، حملات سایبری امنیت اقتصادی را تهدید می کند، اطلاعات آنلاین آسیب رسان امنیت فرهنگی، تروریسم آنلاین، قانون شکنی و جرم را از بین می برد و امنیت اجتماعی را نابود می کند، رقابت های بین المللی در فضای مجازی به سرعت در حال گسترش است و در یک نتیجه گیری کلی فرصت و چالش به عنوان همزیست یکدیگر در این فضا معرفی می شود. همچنین چین با سلطه و هژمونی یک کشور بر فضای مجازی مخالف بوده و معتقد است که حقوق همه کشورها باید در این فضا به صورت عادلانه رعایت شود. همچنین این فضا را بستری برای توسعه معرفی می نماید (Nurkulov, 2017).

۲- حجت الاسلام دکتر رضا غلامی^۲ در پژوهشی با عنوان الگوی شش ضلعی حکمرانی ج.ا.ا. در فضای مجازی، ضمن تبیین اصول ده گانه و راهبردی جمهوری اسلامی ایران در مواجهه با فضای مجازی، شش ضلع الگوی مدنظر را به صورت زیر بیان نموده است:

- تکمیل و راه اندازی شبکه ملی اطلاعات
- شکل دهی به اینترنت دوم یا ایجاد شبکه فراملی اطلاعات

- شکل دهی یک ائتلاف جهانی برای کاهش اختیارات امریکایی ها در فضای مجازی و ایجاد نظام حقوق بین الملل برای فضای مجازی

- ایجاد غلبه گفتمانی برای مواجهه معقول و انقلابی با فضای مجازی
- راه اندازی شرکت های عظیم غیردولتی با رویکرد فراملی و باز کردن میدان نوآوری
- ایجاد بسیج سایبری با رویکرد محتوایی (غلامی، ۱۳۹۸)

۳- احسان جعفری در پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان "تهدیدات شبکه های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر امنیت اجتماعی جمهوری اسلامی ایران" در سال ۱۳۹۷ معتقد است تهدیدات شبکه های اجتماعی مجازی از ابعاد مختلفی قابل بررسی و ارزیابی است. لذا سیاست گذاران شبکه های اجتماعی با استفاده از فرصت ایجاد شده توسط این مؤلفه ها و تأثیر بر آن ها (تبدیل فرصت به تهدید) زمینه برهم زدن امنیت اجتماعی در دولت های مختلف را دنبال می نمایند. این موضوع برای کشور ما نیز صادق بوده و تأثیر بر این مؤلفه ها به منظور برهم زدن امنیت اجتماعی توسط بیگانگان دنبال می شود. برهم زدن امنیت اجتماعی به عنوان یکی از مؤلفه های اصلی امنیت ملی، زمینه برهم خوردن امنیت ملی یک کشور را فراهم می نماید. وجود فرهنگ، آداب و رسوم، جغرافیای بزرگ، نوع حکومت، افکار عمومی جامعه و هزاران ویژگی دیگر در یک جامعه می تواند به عنوان یک فرصت اساسی برای مسئولین هر کشوری برای نیل به اهداف عالیه مورد بهره برداری قرار گیرد.

۲- روش پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی- اکتشافی و از نظر روش به شیوه تحلیل عاملی اکتشافی و با رویکرد کیفی گردآوری شده است. روش گردآوری اطلاعات میدانی و کتابخانه ای و ابزار گردآوری اطلاعات از امکانات کتابخانه ای و مصاحبه عمیق با تأکید بر رویکردی اکتشافی، به عنوان ابزارهای پژوهش استفاده شده است.

قلمرو زمانی تحقیق، دوره پنج ساله از ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۹، قلمرو مکانی آن جمهوری اسلامی ایران و قلمرو موضوعی آن شبکه های اجتماعی هست. جامعه آماری این پژوهش، متشکل از خبرگان، نخبگان، اساتید و مسئولین متولی امور شبکه های اجتماعی بوده که با شبکه های اجتماعی به صورت مستقیم سر و کار داشته و حداقل دارای ۱۰ سال مسئولیت در امور مربوط به شبکه های اجتماعی کشور بوده اند. حجم جامعه نمونه ۶ نفر و به صورت تمام شمار هست. برای بررسی روایی و اعتبار پژوهش از ضریب پایایی هولستی استفاده شده که نتیجه کدگذاری بین دو محقق در مورد تهدیدات ۰.۸۸ و در مورد پیامد تهدیدات ۰.۸۹ بوده که هر دو معتبر است.^۱

$$PAO = 2M / (N1 + N2) \quad PAO = 2 \times 4 / (5 + 4) = 0.89 \quad \text{تهدیدات} \quad PAO = 2 \times 8 / (10 + 8) = 0.88$$

جامعه آماری تحقیق

در دنیای پر تحول و پرشتاب امروزی، آمار از آن رو که ابزار مهمی برای توصیف و تحلیل داده، به ویژه در زمینه های پژوهشی است و یکی از مهم ترین ابزارهای تصمیم گیری هست، از جایگاه ویژه ای برخوردار است. با توجه به لزوم آشنایی اعضای جامعه آماری با موضوع تحقیق و از طرفی مدنظر قرار دادن راهبردها و سیاست های کشور در تدوین این پژوهش، اعضای جامعه آماری در بخش مصاحبه نخبگان و مسئولین رده ۱ یا ۲ سازمان های متولی و درگیر با موضوع پژوهش به شرح ۶ نفر مدنظر قرار گرفتند. هر یک از این افراد به صورت عمومی به موضوع پژوهش اشراف داشته لیکن در یکی از محورهای آن و به صورت ویژه دارای تخصص و احاطه بیشتر بر موضوع به دلیل حیطه کاری و تجربه خود بودند. به گونه ای در حوزه امنیتی- دفاعی، سردار احمدی مقدم، در حوزه رسانه ای و فرهنگی آقایان نوری، یاسر جلالی و کریمی قهرودی و در حوزه ساخت افزاری و فیزیکی آقایان سید صالحی و کریمی نیسانی انتخاب شده و مراحل کار انجام گرفت.

^۱ در ضریب هولستی، بیش از ۰.۷ مقدار معتبری است.

رد	عنوان سازمان یا دستگاه متولی	سمت	حداقل سابقه خدمت	مدرك تحصیلی	شخص مصاحبه‌شونده
۱	فضای مجازی سازمان صداوسیما جمهوری اسلامی ایران	رئیس	۵ سال	دکتر	غلامرضا نوری
۲	سازمان تبلیغات اسلامی	مشاور عالی	۵ سال	دکتر	یاسر جلالی
۳	سازمان سروش رسانه	ریاست	۵ سال	کارشناس ارشد	سید صالحی
۴	وزارت ارتباطات	مدیر زیرساخت	۵ سال	دکتر	مهدی کریمی نیسانی
۵	مؤسسه تحقیقات صنایع دفاعی	مدیر نشریات	۱۰ سال	دکتر	کریمی قهرودی
۶	نیروی انتظامی	فرمانده سابق	۱۰ سال	دکتر	سردار احمدی مقدم

جدول ۱: جامعه‌نخبگان و خبرگان پژوهش

روش نمونه‌گیری و حجم آن

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری تمام شمار و با حجم ۶ نفر جامعه خبرگان مصاحبه‌شونده استفاده شده است.

روش‌های گردآوری اطلاعات

روش‌های گردآوری اطلاعات در این پژوهش به دودسته کتابخانه‌ای و میدانی تقسیم می‌شود. با توجه به اینکه موضوع پژوهش در کشور ما، موضوعی نوپا است و اندکی نیز در این حوزه دچار فقر دانشی هستیم، بر این اساس در خصوص گردآوری اطلاعات مربوط به پیشینه پژوهش از روش‌های کتابخانه‌ای، در بخش ادبیات موضوع از روش کتابخانه‌ای و تحقیقات میدانی (مصاحبه‌ها) استفاده گردیده و برای پاسخ سؤالات پژوهش از روش میدانی (مصاحبه عمیق) و تحقیق کتابخانه‌ای استفاده شده است.

ابزار گردآوری اطلاعات

در تحقیق حاضر از امکانات کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق (در جلساتی حدوداً ۲.۵ ساعته) با تأکید بر رویکردی اکتشافی، به عنوان ابزارهای پژوهش استفاده شده است.

۳- یافته‌های پژوهش

نتایج حاصل از یافته‌های کتابخانه‌ای مشتمل بر ۱۴ شاخص بودند که در انتهای بخش ادبیات نظری پژوهش ارائه شد. لیکن نتایج حاصل از مطالعات میدانی، بسیار جامع‌تر و کامل‌تر بوده و تعدادی از این عناصر با یکدیگر ترکیب شده و تشکیل یک بعد را داده‌اند. در مطالعات میدانی و برای پاسخ به این سؤال با شنیدن چندین باره پاسخ خبرگان در مصاحبه‌های عمیق و استخراج کلید واژگان اساسی و مقایسه و تطبیق این کلید واژگان با یکدیگر، ۱۱۴ کلیدواژه به عنوان شاخص‌های حکمرانی استخراج گردید. لازم به ذکر است که در انتخاب کلیدواژگان یا همان عامل‌ها، از سخنان، احکام و دست‌نوشته‌های مقام معظم رهبری در مورد فضای مجازی در طی سالیان متمادی و همچنین مصوبات مرکز ملی فضای مجازی کشور اقتباس صورت پذیرفته است ۱ که نقشه راه کشور در فضای مجازی است. در مرحله بعد، ۱۱۴ شاخص و عامل، بر اساس مدل مفهومی اولیه حکمرانی سایبری و دقت نظر در نظرات کارشناسی خبرگان در ۲۹ مؤلفه دسته‌بندی شدند و ذیل ۷ بعد حکمرانی سایبری قرار گرفتند. برای دقت بیشتر، مجدداً روند کار تکرار گردید تا از وقوع خطا جلوگیری

^۱ مطالب از سایت مقام معظم رهبری در آدرس Khamenei.ir

بعد فیزیکی: منظور از بعد فیزیکی همان شبکه ملی اطلاعات است.

جدول ۲: بعد فیزیکی الگوی حکمرانی سایبری

مؤلفه	مؤلفه	مؤلفه	بعد بعد
شاخص	شاخص	شاخص	بعد بعد
بومی سازی ابزار و فن آوری	زیر ساخت	فیزیکی (شبکه ملی اطلاعات)	
استفاده از فن آوری روز دنیا با اتکا به توان داخلی (درون زایی و برون نگر)			
پایداری و ماندگاری زیر ساخت و خدمات فضای مجازی			
ظرفیت سازی فرامرزی زیر ساخت و خدمات فضای مجازی			
تولید سیستم عامل بومی			
حمایت از شبکه های اجتماعی بومی			
خصوصی سازی شبکه های اجتماعی (با رعایت اصل امنیت / رقابت)			
پیشرفته بودن شبکه های اجتماعی			
درون رگلاتوری شبکه های اجتماعی			
فراگیری (پوشش گسترده) شبکه اجتماعی			
وجود تنوع در خدمات	خدمات	فیزیکی (شبکه ملی اطلاعات)	
سهولت در دسترسی عادلانه به خدمات شبکه های اجتماعی			
تطابق خدمات شبکه های اجتماعی با نیازمندی های جامعه			
محتوای اسلامی	محتوا	فیزیکی (شبکه ملی اطلاعات)	
محتوای متقن و جذاب			
تقویت زبان و ادبیات فارسی			
فیلتر گذاری و کنترل مناسب	نظام رگلاتوری (رگلاتوری زیر ساخت، خدمات و محتوا)	فیزیکی (شبکه ملی اطلاعات)	
توسعه عدالت اجتماعی			
قابلیت تحقق و واقع گرایی			
تقویت رقابت مؤثر بین ذی نفعان			
انسجام و جامعیت نظام رگلاتوری			
مشخص بودن نقش و مسئولیت همه ذی نفعان در نظام رگلاتوری			
قابلیت پیاده سازی			
شفافیت نظام رگلاتوری			

بعد حاکمیت سایبری:

بازمعماری اجزای حاکمیت			
مشارکت حداکثری مردم در حکمرانی			
آینده‌پژوهی در فضای سایبری			
تدوین راهبردهای کلان فضای مجازی و اولویت‌بندی آنها	سیاست‌گذار مشخص	مؤلفه	بعد
بومی‌سازی ادبیات فضای مجازی			حاکمیت سایبری (اعمال حق حاکمیت دولت بر فضای مجازی)
وحدت نظر و هماهنگی میان مسئولان در مواجهه با دشمن			
توجه به نیازهای جامعه در تهیه قوانین	قانون‌گذاری		
نظارت مستمر بر اجرای قوانین			
تعریف دقیق و صریح اهداف مشترک	همکاری‌های بین‌المللی		
تعامل فعال و مدبرانه			
دارا بودن قدرت ابتکار عمل			
رعایت اصول اخلاقی و عدالت			
هماهنگی، انسجام و هم‌افزایی نهادهای متولی در شبکه‌های اجتماعی	بدنه اجرایی		
تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری فعالانه با پشتوانه قدرت اجرایی			
مدیریت یکپارچه فضای مجازی			
دوری از افراط و تفریط (داشتن سعه‌صدر)			

جدول ۳: بعد حاکمیت سایبری الگوی حکمرانی سایبری

بعد چند کارکردی (عملکردی) رسانه‌های اجتماعی

سیاسی	دیپلماسی فعال سایبری	
	توسعه سیاسی پایدار	
مؤلفه	بعد	کشف، شناخت و رفع دغدغه‌های عمومی شاخصی جامعه در شبکه‌های اجتماعی
اجتماعی	چند کارکردی رسانه‌های اجتماعی	شناخت مناطق کمتر توسعه یافته
		افزایش سرمایه اجتماعی بین مردم و حاکمیت
اقتصادی	چند کارکردی رسانه‌های اجتماعی	بستر سازی و حمایت از مشاغل دیجیتال
		شناخت و استفاده از فرصت‌های تجاری و اقتصادی
		ایجاد نظام بانکی، پولی و ارزی دیجیتال
		توسعه اقتصادی ملی در سطوح منطقه‌ای و بین‌المللی
		هماهنگی با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی
فرهنگی	چند کارکردی رسانه‌های اجتماعی	توسعه آموزش الکترونیک
		توسعه رسانه‌ای
		اشاعه فرهنگ اسلامی- ایرانی در سطح جهانی
		آموزش سواد رسانه اجتماعی
دفاعی / امنیتی	چند کارکردی رسانه‌های اجتماعی	پیش‌بینی و پیشگیری از جرائم
		اشراف اطلاعاتی بر دشمن
		توسعه امنیت- دفاعی
		برجسته‌سازی اخبار کذب و دروغ

جدول ۴: بعد چند کارکردی الگوی حکمرانی سایبری

بعد فرهنگی - محتوایی

	آموزش	آموزش عمومی با دسترس پذیری بالا	
		آموزش مسئولین، نخبگان و فعالان کلیدی (فضای مجازی)	
		آموزش مقاطع تحصیلی با اولویت کودکان و نوجوانان	
		ایجاد رشته‌های تحصیلی فضای مجازی	
جامعه‌شناسی / بعد فرهنگی / محتوایی	جامعه‌شناسی / شاعره ارزش‌های اسلامی و هدایت اسلامی در جامعه	هنجار سازی مؤلفه	تعریف دقیق اهداف و مأموریت‌ها شفاف سازی برای مردم
		افزایش آگاهی و بصیرت مردم در فضای مجازی تشکیل هیئت‌های آلدیشه‌وزز در همه سطوح کشور	
بعد فرهنگی / محتوایی	توسعه روحیه نقدپذیری در جامعه	حساس سازی مردم به کشف منابع خبری	
		تشکیل جلسات نقد و بحث در فضای جامعه	
		تشکیل جلسات بحث در جهان واقعی و فضای مجازی	
	افزایش سرمایه اجتماعی	کشف، شناخت و رفع دغدغه‌های عمومی جامعه	
		حفظ و حمایت از سرمایه‌های ملی (فنی، انسانی و غیره)	
		تبیین نتایج و توانمندی‌ها برای مردم	
		افزایش سرمایه اجتماعی حکومت (اعتماد مردم) با استفاده از ظرفیت شبکه‌های اجتماعی	
	جریان سازی تولید محتوا	حمایت از تولید محتوا مبتنی بر ارزش‌های اسلامی - ایرانی	
		گفتمان سازی انقلاب اسلامی فارغ از مرزهای ملی	
		ایجاد بسیج تولید محتوای اسلامی	

جدول ۵: بعد فرهنگی / محتوایی الگوی حکمرانی سایبری

بعد جامعه‌شناسی / روانشناسی / شناختی:

روانشناسی /	مردم در	تسهیل سازی و حمایت از تولید محتوا
شناختی	شبکه‌های اجتماعی	روحیه جهادی
بعد	مؤلفه	شاخصی
		مشارکت حداکثری، نهاده‌ها، تشکلهای، مردم متعدد
دفاعی	آفند	ایجاد ساختار متمرکز نیروی دفاعی فضایی مجازی جریان سازی عظیم و مینگراک محتوایی
		کشف اهداف و توانمندی‌های دشمن در شبکه‌های اجتماعی
		نظارت مردم بر رفتار مسئولین
		نظارت مردم بر شبکه اجتماعی (در چارچوب)
		نظارت مردم بر خود (خود پالایی)
		همراهی و همگامی مردم با حاکمیت
		ایجاد بسیج مردمی رسانه اجتماعی
		دفاع محتوایی از مرزهای ملی و دینی
		هماهنگی و هم‌افزایی حاکمیت و مردم
		کشف و برجسته‌سازی تهدیدات
		رفع شبهات فضای مجازی برای نخبگان و جامعه
		پاسخ‌گویی عادلانه و با صداقت مسئولین با مردم (رعایت ملاحظات امنیتی)
		اقناع افکار عمومی جامعه
		تهیه طرح‌های تبیینی و اقناعی در برابر تهدیدات دشمن
		آموزش و بصیرت‌افزایی نخبگان و نیروی بسیج مردمی
		گفتمان سازی انقلاب اسلامی فارغ از مرزهای ملی
	مقابله با به‌کارگیری مردم در شبکه‌های اجتماعی توسط دشمن	

جدول ۶: بعد چند جامعه‌شناسی / روانشناسی / شناختی الگوی حکمرانی سایبری

بعد دفاعی

وجود نیروی شبه نظامی شبکه های اجتماعی	پدافند	
بسیج فضای مجازی فرامرزی		
رصد و پایش تهدیدات		
ایجاد ساختار دفاعی لایه به لایه	تاب آوری	
وجود طرح های مقابله با تهدیدات شبکه های اجتماعی		

جدول ۷: بعد دفاعی الگوی حکمرانی سایبری

بعد امنیتی

جدول ۸: بعد امنیتی الگوی حکمرانی سایبری

۴- جمع بندی و نتیجه گیری

امروزه شبکه های اجتماعی فارغ از یک ابزار و رسانه بوده و به محیط زیست انسان تبدیل شده که با پیشرفت سایر فناوری ها از جمله رایانه های کوانتومی و فن آوری شزان^۱، انتقال زیست انسان به این فضا با سرعت بیشتری ادامه یافته است. لیکن این فن آوری نیز همانند هر فن آوری

بعد	مؤلفه	شاخص
امنیتی	ایمنی (سالم سازی بستر رسانه اجتماعی)	سالم سازی شبکه های اجتماعی در چارچوب قوانین
		تدوین نظام دسترسی در شبکه های اجتماعی (محدودیت های سنی)
		کنترل و فیلتر گذاری مناسب
		مسئولیت پذیری کاربران و ذی نفعان
	امنیت زیر ساخت	رعایت اصول و ضوابط پدافند غیر عامل
		استقلال فضای مجازی کشور
		وجود شبکه های امن اختصاصی برای زیر ساخت های حیاتی، حساس و مهم
	امنیت اطلاعات	حاکمیتی بودن بخش امنیت اطلاعات
		مقابله مؤثر بانفوذ و سلطه بیگانگان
	امنیت خدمات (سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و...)	امنیت خدمات شبکه ملی اطلاعات
		قابلیت برگشت پذیری خدمات در صورت وقوع تهدیدات
	امنیت کاربر	حفاظت و صیانت از حقوق عمومی
		حفاظت و صیانت آزادی مسئولانه
		حفظ حریم خصوصی کاربران

دیگری دارای فرصت ها و تهدیداتی است که بایستی با شناخت نقاط قوت و ضعف داخلی از فرصت ها استفاده و در برابر تهدیدات، ایمنی زایی

^۱ شناختی، بيو تکنولوژی، اطلاعات و نانو (NIBC)

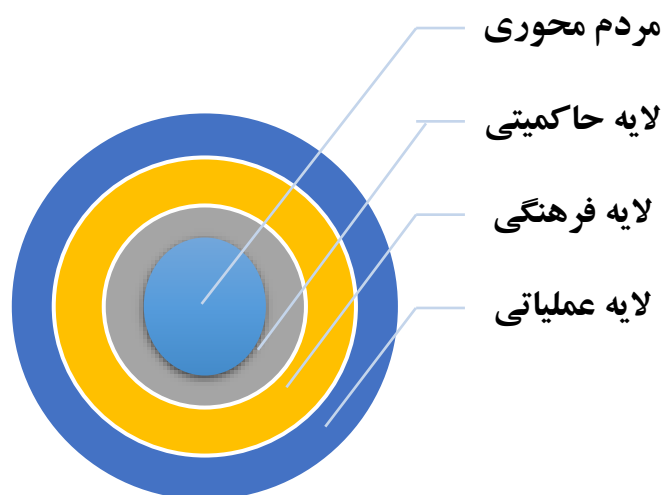
نموده و مقابله نمود. شبکه های اجتماعی و فضای مجازی کنونی، فی ذاته دارای تهدید علیه حاکمیت کشور می باشد. چون این بستر بر اساس فلسفه غرب بوده و همچنین هژمونی و سلطه غرب بر فضای مجازی کنونی علی رغم ادعای آزادی اطلاعات به وضوح قابل مشاهده است. همچنین این سلطه بر خلاف حق اعمال حاکمیت کشورها می باشد.

با تدوین و طراحی الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی بر مبنای زیست بوم ملی و مبتنی بر ۷ بعد فیزیکی، حاکمیتی، فرهنگی/محتوایی، روانشناسی/جامعه‌شناسی/شناختی، دفاعی، امنیتی و چند کارکردی رسانه‌های اجتماعی، مشتمل بر ۲۹ مؤلفه و ۱۱۴ شاخص، همانند حکومت اسلامی در جهان واقعی مردم نقش محوری داشته و قوانین کشور بر اساس اسلام لحاظ می شود.

لازم به ذکر است که در مدل طراحی دشمن در جنگ شبکه‌های اجتماعی، مردم در محور و مرکزیت تهدیدات قرار دارند. بر این اساس و همچنین بر اساس نوع حکومت مردم‌سالار در کشورمان، الگوی حکمرانی نیز با محوریت و مرکزیت مردم طراحی شده است. نمای تصویری این الگو سه لایه‌ای است که لایه‌های آن عبارت‌اند از: حاکمیتی، فرهنگی و تاکتیکی که همانند جامعه اسلامی، مردم نقشی محوری در هر سه لایه بازی می‌کنند. جامعه مجازی کشور نیز باید بر دو اصل مردم‌سالاری و دینی بودن بنا شود. در این راستا و بر اساس مدل طراحی شده، بایستی علاوه بر تشکیل یک سازمان مستقل دفاعی در حوزه فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی با تجهیزات و نیروی انسانی به‌روز که مادام‌العمر در حال آموزش و تمرین می‌باشند تمامی سطوح حاکمیت از دانش فضای مجازی برخوردار باشند. در سطح عامه جامعه نیز چون انقلاب اسلامی ما برخاسته از مردم-مردمی متعهد و متدین به قوانین اسلامی- است باید از این ظرفیت عظیم مردمی در جهت دفاع از مرزهای فضای مجازی کشور که به قول رهبر فرزانه انقلاب، مرزهای اعتقادی است استفاده نماییم. بر این اساس بایستی نیروهای بسیج مردمی به‌صورت خودجوش در این عرصه جنگ با دشمن تشکیل شود. نیروهای بسیجی که هرچند به زندگی عادی خود می‌پردازد لیکن در عرصه فضای مجازی نیز با تولید محتواهای اسلامی، متقن و جذاب به دفاع از مرزهای اعتقادی خود و گسترش و توسعه اسلام می‌پردازد.

همچنین باید نظام پدافندی فضای مجازی در ذهن تک‌تک افراد جامعه شکل بگیرد که در غیر این صورت و صرف استفاده از ابزار و فن‌آوری، و نیروی دفاعی، پدافند موفقی شکل نخواهد گرفت. اگر به رسانه‌های اجتماعی همانند یک جامعه انسانی با تقریباً همه قابلیت‌های جهان واقعی و شاید بیش از آن بنگریم آنگاه می‌توان در این جامعه برخط، به تشکیل حکومت اسلامی بر اساس ارکان مردم‌سالاری و دین اسلام پرداخت. لذا می‌توان گفت اگر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی به‌صورت صحیح و درست و بر مبنای الگوی اسلامی ایرانی طراحی شود هیچ‌گونه منافاتی با اساس دین اسلام ندارد بلکه در راستای توسعه دین اسلام و رفاه بشریت گام برمی‌دارد و به قول یکی از عزیزان در مصاحبه مظهر حکومت الله است.

در بخش حاکمیت نیز بایستی بدنه حاکمیت اشرافیت کامل به مباحث فضای مجازی و جنگ رسانه‌های اجتماعی داشته و به نحو صحیح در این فضا به افزایش توانایی‌ها و قدرت ملی و مقابله با جنگ رسانه‌های اجتماعی با استفاده از کارکردهای گوناگون رسانه‌های اجتماعی و البته در چارچوب قوانین کشور بپردازند. ادبیات سازی در حوزه فضای مجازی بر اساس زیست‌بوم کشور یکی از مقولات بسیار اساسی است که نباید از آن غافل شد. چون اگر به این مقوله به‌صورت صحیح و جامع پرداخته نشود به‌صورت آرام و شاید غیرملموس فرهنگ غربی بر کشور غلبه می‌کند و مظاهر آن توسط آحاد جامعه مورد استفاده قرار می‌گیرد. بسیاری از اندیشمندان رسانه‌های اجتماعی را مظهر جنگ فرهنگ‌ها و استیلای فرهنگ غربی می‌دانند. در بخش ابزار و فن‌آوری بایستی با سرعت روند تشکیل شبکه ملی اطلاعات تکمیل شده و نرم‌افزارهایی داخلی با زیست‌بوم ملی و مشتری محور با رعایت اصل امنیت/رقابت شکل بگیرد.



شکل ۶: نمای تصویری از لایه‌های الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای مجازی در نهایت اینکه، رسانه‌های اجتماعی دارای ماهیتی پویا بوده و اگر به سرعت، آگاهانه و با تمام توان به حکمرانی در آن نپردازیم شاید دیری نپایید که ارزش‌ها و هنجارهای جامعه، معنا و مفهوم خود را از دست داده و به جامعه‌ای با انبوه روبات‌هایی انسان‌نما مواجه شویم که اختیاری از خود نداشته و در اختیار گردانندگان شبکه‌های اجتماعی و مالکان و صاحب قدرت رسانه‌ای جهانی باشند.

پیشنهادهای اجرایی

- ❖ تدوین الگوی جریان سازی محتوایی بومی در برابر جنگ رسانه‌های اجتماعی
- ❖ تدوین الگوی تشکیل بسیج مردمی در برابر تهدیدات شبکه‌های اجتماعی.
- ❖ تدوین چالش‌های کشور در فضای مجازی و ارائه راهکارها.

۵- تقدیر و تشکر و پیوست‌ها

بر خود واجب می دانم از راهنمایی‌ها و محبت‌های عزیزان و اساتید محترم مصاحبه شونده و همچنین سردار دکتر جلالی (استاد محترم راهنما) در مراحل پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان "ارائه الگوی پدافند سایبری در برابر تهدیدات سایبری مردم محور مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی" تشکر نمایم.

۶- منابع و مراجع

- [۱]. دهقان اشکذری، محمد حسین (۱۳۹۹)، پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان "ارائه الگوی پدافند سایبری در برابر تهدیدات سایبری مردم محور مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی"، دانشگاه علوم و فنون فارابی.
- [۲]. اندرس، جیسن (۱۳۹۶)، جنگ سایبری: تکنیک‌ها، تاکتیک‌ها و ابزارها برای فعالان حوزه امنیت، مترجم: طرح فرا سازمانی و همکاران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی. تهران
- [۳]. پیرانی، شهره (۱۳۹۷)، روان‌شناسی سیاسی خشونت، تحلیل کنش معطوف به خشونت داعش.
- [۴]. تی میلر، دیوید (۱۳۹۷)، دفاع ۲۰۴۵، مترجمین: محمد جولانی- عباس جلالی وند، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۵]. جولانی، محمد، فولادی، قاسم (۱۳۹۶)، **جنگ‌های ترکیبی، مروری بر ادبیات**، تهران انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۶]. زیباکلام، صادق (۱۳۹۴)، **سنت و مدرنیته**، چاپ نهم، تهران، انتشارات روزنه.
- [۷]. زیباکلام، صادق (۱۳۹۶)، **جامعه‌شناسی به زبان ساده**، چاپ سوم، تهران، انتشارات روزنه.
- [۸]. **سند راهبردی پدافند سایبری کشور (۱۴۰۰-۱۳۹۵)**، بهار ۱۳۹۵، چاپ اول.
- [۹]. عاملی نرانی، سید سعید رضا، ۱۳۹۷، الگوی حکمرانی دو فضایی،

- [۱۰]. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶)، قدرت ارتباطات، مترجم: حسین بصیریان جهرمی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ اول.
- [۱۱]. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۸)، شبکه های خشم و امید، مترجم: مجتبی قلی پور، تهران، نشر مرکز، چاپ ششم.
- [۱۲]. کریمی قهرودی، محمدرضا و زارعی، وحید (۱۳۹۸)، ارتش سایبری ۲۰۵۰، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۱۳]. کریمی قهرودی، محمدرضا و زارعی، وحید (۱۳۹۸)، الفبای سایبر، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۱۴]. حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۵)، *روش‌شناسی و تدوین الگوی مطلوب در پژوهش‌های راهبردی*، مجله راهبرد، شماره ۷۸ (بهار ۱۳۹۵).
- [۱۵]. خان محمدی، هادی - اصلی پور، حسین - خان محمدی، مجید - شمس، لیلا: ۱۳۹۷، *طراحی الگوی نهاده‌سازی ارزش‌ها مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری*، فصلنامه علمی، بصیرت و تربیت اسلامی، دوره ۱۵، شماره ۴۶.
- [۱۶]. دهقان اشکذری، محمدحسین، ۱۳۹۷، *نقش مهندسی اجتماعی در جمع‌آوری اطلاعات زیرساخت‌های حیاتی و تأثیر آن در جنگ‌های نوین*، تهران، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، نخستین همایش واکاوی تهدیدات نوپدید دفاعی - نظامی.
- [۱۷]. صدر، امام موسی (۱۹۷۱)، *اسلام، ارزش‌ها و مفاهیم انسانی*، کنفرانس ششم مجمع پژوهش‌های اسلامی (مجمع البحوث الإسلامية - ۱۹۷۱)، قاهره، قابل دسترسی در آدرس www.imam-sadr.com
- [۱۸]. عیوضی، محمد رحیم (۱۳۹۵)، بررسی مؤلفه های حکمرانی خوب از منظر امام خمینی (ره)، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال پنجم، شماره ۱۹.
- [۱۹]. غلامی، رضا (۱۳۹۸)، الگوی شش ضلعی حکمرانی ج.ا.ا. در فضای مجازی، قابل دسترسی در سایت majazi.ir
- [۲۰]. گرچی، محمدرضا (۱۳۹۶)، حکومت داری و حکمرانی خوب، فصلنامه چالش های جهان، سال سوم ریال شماره اول (پیاپی ۹).
- [21]. 2019 U.S.A DEPARTMENT OF DEFENSE CYBER STRATEGY
- [22]. Arbeshlo, maykell(2018), *Social Media Warfare, Equal Weapons for All*.
- [23]. Giovanni Navarra, *The Networked Citizen Power, Politics, and Resistance in the Internet Age*, University of Exeter Exeter, United Kingdom, 2019
- [24]. Iasiello, Emilio(2017), China's Three Warfares Strategy Mitigates Fallout From Cyber Espionage Activities.
- [25]. Marie, Jones & Flaxman, Larry(2015), *Mind Wars*.
- [26]. Murphy, Joe& Jennifer Childs & Casey Tesfaye & Elizabeth Dean (2014), *Social Media in Public Opinion Research: ExecutiveSummary of the Aapor Task Force on EmergingTechnologies in Public OPinion Research*, Available in <https://www.researchgate.net>.
- [27]. NATO STARCOM, DAESH INFORMATION CAMPAIGN AND ITS INFLUENCE, JANUARY 2016
- [28]. Nurkulov Nurshod(2017), *New Cyber Strategy of China and the Alterations in the Field*.
- [29]. Singer & Brooking(2018), *LIKE WAR, The Weaponization Of Social Media*
- [30]. The Weaponization Of Social Media(2015), By Thomas Elkjer Nissen
- [31]. W. Kuang(2018), *Social Media in China, Sociology, Media and Journalism in China*, available in <https://doi.org>