



Governance in cyberspace, challenges and solutions

¹ Mohammad Hossein Dehghan Ashkzari

² Gholamreza Jalali Farahani

Corresponding author: Mohammad Hossein Dehghan Ashkzari, md135714@gmail.com

Copyright © 2019 The First National Congress of Governance. All rights reserved.

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. This has led to a change in governance and has become basically one of the current challenges of countries and the fundamental question is: how and in what way can governments govern themselves in this man-made, dynamic, geographical, ambiguous, ambiguous and etc To continue. The understanding of different thinkers and countries of this space and the type of confrontation with its challenges is derived from their worldview. Castells, for example, sees communications as an important part of the global power network and at the disposal of the women in power switch; Yanitsky, cyberspace and social media as a new form of Western capitalism; Puts, knows. Other challenges are the type of confrontation it faces in terms of opportunity / threat, and basically whether it is possible to govern in the current cyberspace based on Islamic philosophy. This research uses heuristic factor analysis method and based on the findings of library studies and in-depth interviews with 6 experts in the field of media and cyberspace, seeks to answer the above challenges and while explaining cyberspace accurately and looking at it intelligently, space Introduces Islamic Virtuality as the Principle of Islamic Governance.

Keywords: Cyberspace, governance, challenge, Islamic cyberspace.

حکمرانی بر فضای مجازی، چالش ها و راهکارها

محمد حسین دهقان اشکذری^۱، غلامرضا جلالی فراهانی^۲

چکیده. امروزه فضای مجازی فارغ از یک رسانه ارتباطی، به جزئی جدائی ناپذیر از زندگی بشر تبدیل شده، به گونه ای با همزیستی این فناوری با سایر فناوری ها، در آینده نزدیک تقریباً همه زندگی بشر در این فضا قرار می گیرد. این امر سبب تحول در حکمرانی و اساساً به یکی از چالش های کنونی کشورها تبدیل شده و سؤال اساسی این است که: دولت ها چگونه و با چه روشی می توانند حکمرانی خود در این فضای دست ساز بشر، پویا، فاقد مرز جغرافیایی، دارای ابهام و ... را تداوم بخشند. درک و شناخت اندیشمندان و کشورهای گوناگون از این فضا و نوع مواجهه با چالش های آن، برگرفته از نوع جهان بینی آن ها است. به عنوان مثال، "کاستلز" ارتباطات را بخش مهمی از شبکه قدرت جهانی و در اختیار سوئیچ زنان قدرت، "یانیتسکی"، فضای مجازی و رسانه های اجتماعی را نوع جدیدی از سرمایه داری غرب، و "اریشلو"، عرصه جنگی که سلاحی برابر در اختیار همه کاربران قرار می دهد، می دانند. چالش های دیگر، نوع مواجهه با آن از منظر فرصت/ تهدید و اساساً اینکه آیا می توان بر مبنای فلسفه اسلامی در فضای مجازی کنونی به حکمرانی پرداخت، می باشد. این پژوهش با روش تحلیل عاملی اکتشافی و بر اساس یافته های حاصل از مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه عمیق با ۶ نفر از خبرگان حوزه رسانه و فضای مجازی کشور، در پی پاسخ به چالش های فوق بوده و ضمن تبیین دقیق فضای مجازی و نگاه هوشمندانه به آن، فضای مجازی اسلامی را به عنوان اصل و اساس حکمرانی اسلامی معرفی می نماید.

واژگان کلیدی: فضای مجازی، حکمرانی، چالش، فضای مجازی اسلامی

^۱ کارشناس ارشد پدافند غیر عامل (گرایش امنیت ملی)، نویسنده مسئول

^۲ دانشیار دانشگاه عالی دفاع ملی، رئیس سازمان پدافند غیر عامل کشور

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 علمی از رسانه های اجتماعی برای تحلیل حوادث فضای مجازی، حاکمیت در فضای مجازی و اطمینان از امنیت سایبری ضروری است. 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 آنجا که پیشرفت های عمیقی در فناوری اطلاعات جهانی اتفاق افتاده است، بهبود توانایی های امنیت سایبری و کنترل آن، به یک نیاز اساسی برای تضمین امنیت ملی 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 خانگی، ۱۳۹۶: ۲۱). درک و شناخت اندیشمندان و کشورهای گوناگون از این فضا و نوع مواجهه با چالش های آن، برگرفته از نوع جهان بینی آن ها است.

این فناوری علی رغم ایجاد فرصت های زیاد، چالش های گوناگونی نیز برای مردم، سازمانها و دولت ها پدید آورده است. این پژوهش در پی شناخت چالش های حکمرانی بر این فضا و ارائه راهکارهای مناسب می باشد.

۲- 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. برای تبیین بهتر این مطلب، به چندین نمونه تعریف ارائه شده توسط وزارت دفاع آمریکا و ارگان های دفاعی این کشور از " فضای سایبری " می پردازیم:

« محیط ملی که در آن اطلاعات دیجیتالی از طریق شبکه های کامپیوتری انتقال داده می شوند » (اندرس و وینترفلد، ۱۳۹۶: ۳۶).

« یک دامنه جهانی در محیط اطلاعات که شامل شبکه های مرتبط از زیرساخت های فناوری اطلاعات یعنی اینترنت، شبکه های مخابراتی، سیستم های کامپیوتری، پردازنده و کنترل کننده های تعبیه شده است » (همان: ۳۷).

« حوزه ای که به وسیله استفاده از طیف الکترونیکی و الکترومغناطیسی به منظور ذخیره سازی، اصلاح و تبادل داده‌ها از طریق سیستم های شبکه ای و زیرساخت های فیزیکی مرتبط عمل می کند » (همان: ۳۶).

« یک حوزه جهانی در محیط اطلاعاتی که از شبکه‌های مستقل زیرساخت‌های حوزه جهانی در محیط اطلاعاتی که از شبکه‌های مستقل زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و داده‌های آن‌ها، از جمله اینترنت، شبکه‌های مخابراتی، سامانه‌های رایانشی، پردازشگرها و کنترل‌کننده‌های موجود در آن‌ها تشکیل گردیده اطلاق می‌شود » (مرکز فرماندهی، آموزش و دکترین نیروی زمینی آمریکا، ۱۳۹۸: ۲۲-۲۱).

« مجموعه وسیعی از افراد، اندیشه‌ها، رایانه‌ها و ماشین‌های موجود در محیط اطلاعاتی را به یکدیگر مرتبط می‌سازد. این قابلیت مرتبط سازی، در حال تغییر دادن روابط بین دولت‌ها، بین دولت و مردم و بین مردم می‌باشد » (همان: ۲۳).

با دقت در تعاریف فوق، به موارد زیر پی می‌بریم:

۱- حوزه مکانی تحت پوشش فضای سایبری در طی زمان از مَلّی به جهانی تغییر یافته است.

۲- قلمرو (اثرگذار در) فضای سایبری ابتدا محیط اطلاعاتی و الکترونیکی بوده، سپس سایبرالکترومغناطیس و انسان و در انتها اندیشه انسانی نیز به آن افزوده شده است.

۳- حوزه‌های اثرگذار فضای سایبری در جهان واقعی، از سخت به نرم و در ادامه ترکیب نرم و سخت - تغییر روابط بین دولت‌ها، بین دولت و مردم و بین مردم - تغییر یافته است.

۴- اندیشه انسانی و انسان بر سایر اجزای فضای سایبری از قبیل رایانه، شبکه‌ها و ... مقدم شده است.

و با تأمل بیشتر به نتایج زیر دست می‌یابیم:

اولاً، فضای سایبری محیطی پویا است، چون ساخت بشر می‌باشد و به صورت مداوم تغییر می‌کند.

ثانیاً، فضای سایبری کنونی ترکیبی از بُعد نرم فضای واقعی - اندیشه انسانی - و بُعد سخت فضای واقعی - رایانه‌ها، پردازشگرها، شبکه‌ها، زیرساخت‌ها، اینترنت اشیاء و ... می‌باشد.

ثالثاً، انسان و اندیشه او که همان بُعد نرم فضای سایبری است بر سایر اجزای آن اولویت دارد.

رابعاً: هر سازمانی از منظر دیدگاه و حوزه کاری خود به تعریف این فضا می‌پردازد.

نکته ۱: تعریف عملیاتی فضای مجازی

" هافمن " می‌گوید: یک نظریه خوب باید دارای سه عنصر باشد. عنصر اول توصیفی است که به لحاظ تاریخی و تجربی پدیده‌های حال و آینده را تبیین کند. دوم، عنصر پیش‌بینی‌کننده که روندها را به نحوی عینی پیش‌بینی کرده یا توانایی پیش‌دستی در وقایع آینده را بدهد و نهایتاً بتواند مشاوره‌ای تجویزی برای هدایت سیاست در آینده به دست دهد (جولانی و فولادی، ۱۳۹۶: ۶۱). هرچند فضای مجازی دارای ماهیت پویایی بوده که در هر مقطع زمانی تعریف و محدوده آن تغییر می‌کند لیکن در این پژوهش فضای مجازی را معادل رسانه‌های اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی در کشور ما) تعریف می‌کنیم که در ادامه بیشتر تشریح می‌نماییم.

۲-۳- چالش‌های حکمرانی در فضای مجازی

برای آنکه بتوان بر این فضای جدید حکمرانی اعمال نمود باید ابتدا چالش‌های آن را به درستی شناخته و پاسخ‌ها و راهکارهایی برای آن پیدا نمود تا در انتها حکمرانی خوب اعمال گردد. بر این اساس و در بررسی کتابخانه‌ای سه چالش اساسی زیر احصاء گردید:

چالش اول: درک مفهوم فضای مجازی

در کشور ما از اصطلاحات شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی و فضای مجازی تقریباً به صورت معادل یکدیگر استفاده می‌شود. ابتدا به تعریف مفاهیم فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی، رسانه‌های اجتماعی، ویژگی‌ها و دسته‌بندی آنها پرداخته، سپس چالش رسانه اجتماعی / شبکه اجتماعی را تشریح نموده و در ادامه به تبیین مفهوم فضای مجازی می‌پردازیم.

معرفی لغوی فضای سایبر:

فضای سایبر در معنا، به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق کامپیوتر و مسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود^۱. واژه فضای مجازی نیز معادل فضای سایبری می‌باشد. عبارت "فضای سایبر" را نخستین بار نویسنده‌ای به نام ویلیام

¹ www.paydarymelli.ir

گیبسون^۱، در سال ۱۹۸۴ به کار برده است. "فضای سایبری" ترکیبی از دو واژه فضا و سایبر می باشد. واژه "فضا" که معادل انگلیسی آن "Space" می باشد در فرهنگ‌نامه عمید، به معنای "جهان سه‌بعدی بی‌کران که اجسام و رویدادها در آن هستند یا اتفاق می‌افتند" و در لغت نامه دهخدا به معنای "میدان و عرصه" می باشد^۲. برای درک بهتر مطلب و تمیز قائل شدن بین فضای سایبری و جهان واقعی به تشریح بیشتر مطلب می پردازیم:

فضا و تفاوت آن با مکان: دو مفهوم فضا و مکان تفاوت‌های بنیادی با یکدیگر دارند. اولین تفاوت چشم‌گیری که می‌توان به آن اشاره نمود انتزاعی بودن فضا در مقابل مکان است، به طوری که حتی تصور کردن فضا برای ما انسان‌ها که در دنیای واقعی زندگی می‌کنیم، دشوار به نظر می‌رسد. فضا در واقع به همه‌جا اطلاق می‌شود، قابل تغییر است، چند بُعدی است و نمی‌توان انتهایی را برای آن متصور شد و این در حالی است که مکان، دارای مرزهای مشخص و به نوعی حاصل تجربیات بشر است^۳.

سایبر: واژه سایبر از لغت یونانی «Kybernetes» به معنی سکاندار یا راهنما مشتق شده است. نخستین بار این اصطلاح "سایبرنتیک" توسط ریاضیدانی به نام نوربرت وینر^۴ در کتابی با عنوان "سایبرنتیک و کنترل در ارتباط بین حیوان و ماشین" در سال ۱۹۴۸ بکار برده شده است. سایبرنتیک، علم مطالعه و کنترل مکانیزم‌ها در سیستم‌های انسانی، ماشینی و کامپیوترها است. از لحاظ لغوی در فرهنگ‌های مختلف، واژه "سایبر" به معنای مجازی، غیر ملموس و مترادف با لغت انگلیسی "virtual" است^۵. به عبارتی می‌توان گفت هر چیزی که در مقابل حقیقی قرار گیرد به نوعی مجازی محسوب می‌گردد و همین امر موجب تمایز آن با دنیای واقعی و طبیعی است^۶. برای سایبر، هیچ تعریفی که در تمام دنیا مورد قبول باشد وجود ندارد (مرکز توسعه، مفاهیم و دکترین بریتانیا، ۱۳۹۸: ۷) تعریف رسمی برای کلمه "سایبر" وجود ندارد و هنوز مورد تردید و بحث هست (اندرس و وینترفلد: ۱۳۹۶: ۳۶). سازمان ملل کلمه سایبر را به عنوان «یک سیستم جهانی متشکل از مجموعه ای از سیستم‌های کامپیوتری که به یکدیگر متصل هستند، به همراه زیرساخت‌های ارتباطی، واحدهای کنفرانس برخط، پایگاه داده و واحدهای اطلاعات که به طور کلی به عنوان نت مشهور است» تعریف می‌کند (اندرس و وینترفلد: ۱۳۹۶: ۳۸). سند دکترین سایبری بریتانیا، "سایبر" را انجام عملیات و نمایش قدرت در و از طریق فضای سایبری جهت تأثیرگذاری بر رفتار افراد یا فعالیت‌ها می‌داند (مرکز توسعه، مفاهیم و دکترین بریتانیا، ۱۳۹۸: ۷).

ویژگی‌های فضای مجازی

بهترین روش برای تعریف صحیح از یک چیز، بیان ویژگی‌های آن می باشد تا با سایر چیزها تمیز داده شده و به درستی شناخته شود، لذا قبل از معرفی فضای سایبری، ابتدا به بیان ویژگی‌های آن می‌پردازیم.

در منابع علمی مختلف، ویژگی‌های تقریباً مشابهی برای این فضا بیان شده است. در این پژوهش، ویژگی‌های 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 می‌دهیم که عبارتند از:

فراگیری: سایبر «همه‌جا» وجود خواهد داشت و به میزانی فراگیر خواهد بود که در آینده «سایبر دیگر سایبر نخواهد بود»

پویایی: فراگیری و نفوذ بالای ساختار فضای سایبری بر ثبات جهانی - و منطقه ای [و ملی] - تأثیر منفی خواهد داشت.

ابهام: ساز و کار روشن به هم پیوستگی و «علت و معلولی» در زیرساخت فضای سایبری در زیر توده انبوه کابرن، گره‌ها، ارتباطات و داده‌های موجود در آن مدفون خواهد شد.

پیچیدگی: روابط «علت و معلولی» در حوزه سایبری روشن و واضح نخواهند بود و میزان بالای این روابط، سامانه‌ها را به شدت پیچیده‌تر خواهد کرد.

همگرایی: داده و دیجیتال‌سازی از انتقال فناوری و اطلاعات فراتر خواهند رفت و تمام ابعاد تجربه‌های فیزیکی، شناختی و اجتماعی ما را در بر خواهند گرفت. یکی از ویژگی‌های اصلی (آینده حوزه سایبری) همگرایی خواهد بود.

علاوه بر ویژگی‌های فوق، از بین رفتن بُعد مکان و کوتاه شدن بُعد زمان نیز دو ویژگی دیگر فضای سایبری بوده که شاید به نوعی در ذیل ویژگی فراگیری قرار گیرد. شکل زیر نمایشی از ویژگی‌های این فضا می باشد

¹ William Gibson

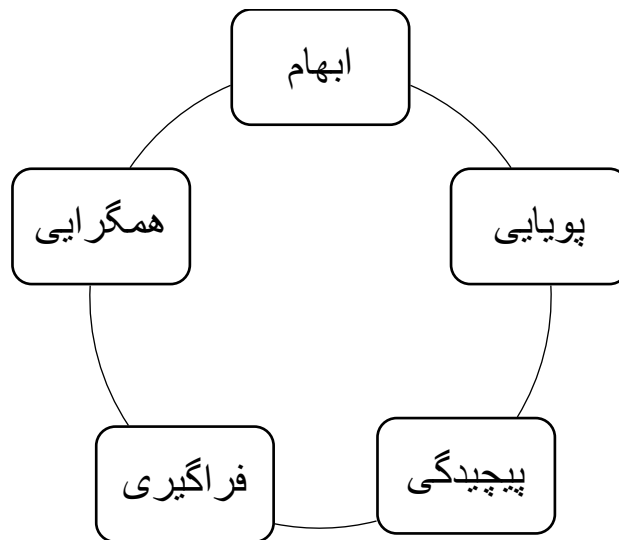
² www.jadvalyab.ir/moein

³ www.parsdata.com

⁴ Norbert Wiener

⁵ www.ba-engelab.blogspot.com

⁶ www.parsdata.com



شکل ۱: ویژگی های فضای سایبری

معرفی فضای سایبری

در ادبیات فضای سایبری و زیرمجموعه های این فضا، تعاریف گوناگونی در منابع مختلف آمده که به دلیل نوع نگاه آن اندیشمند و محقق، سازمان، دولت و یا حوزه کاری سازمان از منظر اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، نظامی و غیره می باشد که البته هریک در جای خود صحیح می باشد. در این پژوهش و با توجه به ترکیب حوزه های جامعه شناسی و مردم، و حکمرانی (سیاسی) از ادبیات، تعاریف و تحلیل های ترکیبی با نگاه به هر دو حوزه جامعه شناسی- سیاسی استفاده شده است. همچنین چون فضای مجازی کنونی همه ابعاد سیاسی، اقتصادی، نظامی، فرهنگی اجتماعی را نیز شامل می شود بر این اساس گاهی از مفاهیم سایر حوزه های دیگر سیاسی، اقتصادی و... نیز استفاده شده است.

پروفسور "اولک یانیتسکی" استاد دانشگاه روسیه معتقد است: از نظر تئوری، فضای مجازی یکی از اشکال تکاملی به هم پیوسته افقی و عمودی از جمله گردش موضوع ۱ و اطلاعات در سیستم زندگی ماست. فضایی سازمان یافته است که توسط مجموعه قدرتمندترین ذی نفعان جهان ساخته شده است و نمایانگر شبکه های جامع و همگانی اطلاعاتی است که توسط فرآیند دائم تبادل جهانی انرژی، اطلاعات، دانش، منابع طبیعی و مالی، مردم، اختراعات فنی و غیره تولید می شود. فضای مجازی نوعی واقعیت ثانویه است که دستورالعمل های مربوط به تمام موارد زندگی ما و مکانی را که هر فردی می تواند در آن فرار کند ارائه می دهد. جهان ما به صورت مداوم، پیچیده تر و غیرقابل پیش بینی تر می شود، به ویژه که زندگی اجتماعی و سیاسی به سمت فضای مجازی در حال تغییر است و بر اساس آن اداره می شود (Yanitsky, 2019).

در همایش ارتش سایبری ۲۰۵۰ که در سال ۲۰۱۶ در نیروی زمینی برگزار گردید اندیشمندی به تعریف فضای سایبری پرداخته است: " 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 دکترین نیروی زمینی آمریکا، ۱۳۹۸: ۲۳). هرچند این بیان از فضای مجازی فقط به اجزا و آثار فضای مجازی پرداخته و تعریف دقیقی از این فضا نکرده ولی یکی از مزیت های آن، ورود انسان، اندیشه انسانی و رسانه های اجتماعی به فضای سایبری می باشد. البته به صورت آشکار به رسانه های اجتماعی اشاره نکرده ولی به اثرگذاری فضای سایبری در روابط بین مردم، بین مردم و دولت و بین دولت ها اشاره نموده که در عصر حاضر ما به ازای بهتری از رسانه های اجتماعی برای آن نمی توان در نظر گرفت. این نوع تبیین جدید از فضای سایبری، برای این پژوهش بسیار مفید بوده، چون نگاهی به مباحث جامعه شناسی نیز دارد. لیکن تعریف جامعی از این فضا نمی باشد.

" 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: شبکه مجموعه ای از گره های به هم پیوسته است. در زندگی اجتماعی، شبکه ها ساختارهای ارتباطاتی هستند که به پردازش جریان ها می پردازند. جریان ها، مسیرهای اطلاعاتی هستند که میان گره ها انتشار می یابند. (کاستلز، ۱۳۹۶: ۲۲-۲۱). شبکه ها شامل گره هایی هستند که به وسیله مسیرهای انتقال به هم متصل می شوند. پیوند، ارتباط گره ها است. گره به طور گسترده به عنوان عنصر سیستم تعریف می شود که یک شخص، مکان یا اشیای فیزیکی را نمایندگی می کند. گره ها به همراه مسیرهای انتقال که آنها را به هم پیوند می دهد، حاوی داده های در دسترس برای استفاده افراد، گروه ها و سازمان ها است (FM 3-12, 2017).

شبکه های اجتماعی: گروهی از گره ها و پیوندهاست 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).

رسانه های اجتماعی: "رسانه" اصطلاح فارسی شده واژه لاتین Medium با جمع Media است و منظور از آن، دسته ای از وسایل هستند که مورد توجه تعداد کثیری (از افراد) بوده و از فناوری های جدید به وجود آمده اند (عملیات روانی، ۱۳۹۴: ۵۵).

رسانه های اجتماعی، گونه ای از وب سایت هایی هستند که افراد، گروه ها و سازمان ها در آن عضو شده، اطلاعات و مطالب خود را در آنها به اشتراک گذاشته و به صورت عمومی یا فقط دوستان، در اختیار دیگر اعضا قرار می دهند (گروه مؤلفان شرکت صافتا، ۱۳۹۵: ۷). مرکز ملی فضای مجازی معتقد است رسانه های اجتماعی اشاره به مجموعه ای از خدمات کاربرمحور می کند که نوعی از آن شبکه های اجتماعی است و انواع ارتباطات کاربرمحور که بر اساس انواع محتوا شامل متن، عکس و ویدئو بر بستر این رسانه ها شکل می گیرد. ۱. رسانه های اجتماعی به سیستم عامل ها و نرم افزارهای متصل به اینترنت اشاره می کند که برای جمع آوری، ذخیره سازی، هماهنگی، اشتراک گذاری، پردازش، بحث (و گفتگو) و یا تحویل محتوای رسانه ای تولید شده توسط کاربر و یا عمومی استفاده می شود و می تواند بر دانش و برداشت ها تأثیر بگذارد و رفتار مستقیم یا غیرمستقیم، [می تواند] بی درنگ نتیجه تعامل (اقدامات داخلی) اجتماعی با شبکه ها باشد" (Nissen, 2015: 56).

ویژگی های رسانه های اجتماعی:

بهترین راه برای درک یک پدیده، شناسایی ویژگی های آن می باشد. بر اساس نظر اندیشمندان گوناگون در منابع علمی مختلف، مهمترین ویژگی های رسانه های اجتماعی در قالب جدول ذیل بیان شده است

ردیف	ویژگی	ناتو	کاستلز	نیسان	گوهرخان	زلکوینس	کولینگز و	سورمان و	هالست
------	-------	------	--------	-------	---------	---------	-----------	----------	-------

۱.	انعطاف پذیری	*				*			ویلیام
۲.	مقیاس پذیری	*							روزینسکی
۳.	قابلیت ماندگاری (پایداری)	*		*					
۴.	دسترس پذیری بالا	*	*	*	*	*	*	*	
۵.	جریان سریع اطلاعات	*	*	*	*	*	*	*	
۶.	پویایی	*	*	*	*	*	*	*	
۷.	ناشناس ماندن (ابهام)	*	*	*	*	*	*	*	
۸.	فراگیری	*	*	*	*	*	*	*	
۹.	تعامل (مشارکتی)	*	*	*	*	*	*	*	

جدول ۱: بررسی نظرات اندیشمندان در مورد ویژگی های رسانه های اجتماعی

با دقت در جدول بالا مشخص می شود که:

الف) فراگیری، ابهام، پویایی، تعامل، جریان سریع اطلاعات و دسترس پذیری بالا را اندیشمندان رسانه های اجتماعی، تقریباً متفق القول جزء ویژگی های اصلی آن می دانند.

ب) سه ویژگی های بند "الف" - پویایی، ابهام و فراگیری عیناً همان ویژگی های فضای سایبری است که در مقدمه این فصل آمده است

ج) تعامل یا امکان اثرگذاری کاربران بر رسانه، فقط مختص (عمده) رسانه های اجتماعی است.

د) در مورد دو ویژگی دیگر فضای سایبری یعنی پیچیدگی و همگرایی که در جدول بالا نیامده است، به بررسی بیشتری از نظر اندیشمندان در مورد رسانه های اجتماعی می پردازیم:

د-۱) همگرایی: "فوج و تروتیر" همگرایی سه حالت شناخت اجتماعی، ارتباط و همکاری را یک ویژگی سازنده رسانه های اجتماعی دانسته و از آن به عنوان یکپارچگی اجتماعی یاد می کنند. مفهوم جامعه پذیری یکپارچه در نظر دارد که چگونه رسانه های اجتماعی (به عنوان ICT و همچنین رسانه ها) چنین همگرایی را امکان پذیر می کنند:

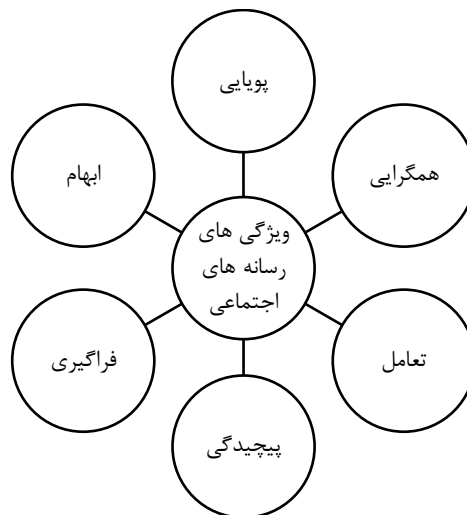
* افراد محتوا را در سطح شناختی ایجاد می کنند (به عنوان مثال، تصویر یا فیلم، متن، هشتگ یا لینک پیوندی).

* آن را منتشر می کنند تا دیگران بتوانند آن را دوست داشته، نظر دهند و آن را به اشتراک بگذارند (ارتباطات). و

* به دیگران اجازه می دهد تا محتوا را دستکاری کنند تا بتوانند محتوای جدید با چند باره نویسی پدیدار شوند (Spier: 2017:114).

به بیان دیگر رسانه های اجتماعی تمام ابعاد تجربه های فیزیکی، شناختی و اجتماعی ما را در بر گرفته و همگرایی ایجاد می نمایند.

د-۲) پیچیدگی: روابط «علت و معلولی» در حوزه رسانه های اجتماعی نیز همانند فضای سایبری، روشن و واضح نمی باشد و میزان بالای این روابط، این رسانه ها را به شدت پیچیده تر خواهد کرد



شکل ۲: ویژگی های رسانه های اجتماعی

دسته بندی رسانه های اجتماعی

دسته بندی های متفاوتی در منابع گوناگون با توجه به خدمات، کاربرد، حوزه تحت پوشش و یا دیدگاه نویسندگان ارائه شده است. نکته مهم این است که این دسته بندی ها، همه انواع رسانه های اجتماعی را شامل شود. مرکز ملی فضای مجازی معتقد است قلمروی موضوعی رسانه های اجتماعی به شرح ذیل است.

۱. شبکه محور: متمرکز بر توسعه روابط و ارتباطات بین کاربران
 ۲. اشتراک محور: متمرکز بر اشتراک گذاری محتوا از جمله محتوای چندرسانه ای
 ۳. انتشار محور: متمرکز بر نشر و به اشتراک گذاری اطلاعات
 ۴. گفتگو محور: متمرکز بر گفتگو در عین ارسال موارد محتوایی دیگر
 ۵. پیام رسان محور: متمرکز بر ارسال پیام ها با انواع قالب ها
 ۶. همکاری محور: متمرکز بر همکاری های اجتماعی
- فیس بوک، توئیتر، وایبر، واتساپ و برخی نمونه های دیگر همانطور که از شکل ها مشخص است شامل کارکردهای هر ۶ دسته می شوند. این دسته بندی، شامل رسانه های اجتماعی تحت وب یا همراه می شود. (www.majazi.ir).

Social Media Landscape 2016



شکل ۳: انواع رسانه های اجتماعی (مرکز ملی فضای مجازی)

“گوهرخان”، در کتاب تجزیه و تحلیل رسانه های اجتماعی، دست بندی رسانه های اجتماعی را تقریباً مشابه دسته بندی 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- میکرو بلاگینگ: محبوب‌ترین سکوی انتشار میکرو بلاگینگ، 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، به‌عنوان برچسب‌گذاری اجتماعی، نمایه‌سازی اجتماعی و برچسب‌گذاری مشارکتی معروف است و به توماس واندرا 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) (به‌عنوان مثال زندگی دوم) باشد که در آن افراد به‌صورت دیجیتالی خود را به شکل آواتار ۱ 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)

تعریف 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.^۲

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).

نکته ۱) در روند پژوهش مشخص گردید که تعریف "شبکه‌های اجتماعی" در منابع علمی جهانی با تعریف آن در فضای عمومی جامعه کشور ما متفاوت است. در ادبیات جهانی، اصطلاحاتی مانند "سایت‌های شبکه‌های اجتماعی" ۳، "رسانه‌های شبکه‌های اجتماعی" ۱ و

^۱ آواتار: اجسامی که روبات یا ارگانیک بوده و توسط ذهن انسان کنترل می‌شود

^۲ majazi.ir

^۳ Social Networks sites

"سایت‌های شبکه‌های اجتماعی ویژوال" استفاده شده که البته اگر این اصطلاحات را هم به عنوان تعریف شبکه‌های اجتماعی بپذیریم فیس-بوک، توئیتر و ... در ذیل این تعریف قرار نمی‌گیرند. به عبارت دیگر همه اصطلاحات بالا، زیرمجموعه "رسانه‌های اجتماعی" است. مرکز ملی فضای مجازی نیز شبکه‌های اجتماعی را ذیل رسانه‌های اجتماعی می‌داند.

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 سایبری می‌باشند.

چالش دوم: نوع رویکرد به فضای مجازی از منظر فرصت/تهدید:

در استراتژی سایبری ۲۰۱۶ چین، فضای سایبری به عنوان فناوری تعاملی و ابزاری مؤثر است که می‌تواند تا حد امکان کار نهادهای اجتماعی و دولتی را تسهیل کند و نوعی دموکراسی مجازی ایجاد کند که قبلاً در کشوری با جمعیت عظیم و متنوع مشاهده نشده است و بستر توسعه چین معرفی شده تا از این بستر برای رشد و توسعه داخلی و مقابله با تهدیدات خارجی استفاده شود. همچنین با تسلط یک کشور (امریکا) بر فضای سایبری جهانی و تبدیل شدن به هژمونی مخالف بوده و معتقد است که همه کشورها باید با احترام به حقوق یکدیگر و بر اساس عدالت در این فضا سهیم شوند (Nurkulov, 2017). نوع رویکرد، مشخص کننده نوع مواجهه و برخورد با این قلمرو زیستی جدید می‌باشد. بر این اساس رویکرد اندیشمندان و کشورها را بررسی نموده و نتیجه گیری می‌نماییم:

رویکرد فرصت محور: برخی از اندیشمندان، رسانه‌های اجتماعی را فرصتی برای حضور مردم در حاکمیت دانسته و معتقدند باید آزادی کامل در این عرصه برقرار بوده و هر نوع کنترل و نظارت بر آن مانع آزادی انسان می‌باشد. این نوع نگاه بیشتر ناشی از تفکر غرب می‌باشد هرچند که به قول اندیشمندی، غرب ظاهر آزادی را به کشورهای دیگر نشان داده و واقعیت آن را مخفی می‌کند. این نوع نگاه مانند این است که در جهان واقعی مرزهای کشور را باز گذاشته و هیچ حصار و حفاظ و نگهبانی قرار ندهیم که قطعاً خارج از عقل است.

رویکرد تهدید محور: برخی دیگر از اندیشمندان، رسانه‌های اجتماعی را بیشتر تهدیدی برای حاکمیت دانسته و معتقدند باید مانع از توسعه فضای مجازی شده یا نظارت کامل باید از سمت حاکمیت بر کاربران و اعمال آنها صورت پذیرد. این نوع نگاه به فضای مجازی تا حدودی به رویکرد شرق نزدیک می‌باشد. هرچند که آنها به استفاده از فرصت‌های مجازی برای توسعه کشور نیز معتقدند ولی به نظارت کامل و جامع بر رسانه اجتماعی و سانسور کامل محتوای درونی آن پرداخته که ناشی از تفکر کمونیستی می‌باشد. این نوع نگاه نیز صحیح نبوده و بیشتر شامل حکومت‌های استبدادی بوده که با فناوری چندان موافق نمی‌باشند مگر اینکه در مسیر اهداف گروه حاکم بر جامعه باشد. در این نوع رویکرد، فضای مجازی به صورت آزادانه در اختیار عموم نمی‌باشد و محدودیت‌هایی فراوانی در دسترسی به این فضا وجود دارد.

رویکرد هوشمندانه (فرصت/تهدید محور): در این نوع نگاه، فضای مجازی همچون هر فناوری دیگری دارای فرصت‌ها و تهدیداتی می‌باشد. که بایستی از فرصت آن استفاده نموده و به مقابله فعال با تهدیدات آن پرداخت. مقام معظم رهبری می‌فرمایند فضای مجازی دارای دو فرصت و یک تهدید است. نوع نگاه ایشان به فضای مجازی، نگاهی هوشمندانه می‌باشد.

چالش سوم: فضای مجازی مبتنی بر فرهنگ و فلسفه غرب (مادی گرایی)

انسان‌ها از طریق تعامل با محیط طبیعی و اجتماعی خود، و از طریق شبکه بندی شبکه‌های عصبی خود با شبکه‌های طبیعت و شبکه‌های اجتماعی، ایجاد معنا می‌کنند. این شبکه بندی از طریق عمل ارتباط عملیاتی می‌شود. ارتباط فرآیند به اشتراک گذاری معنا از طریق تبادل اطلاعات است (کاستلز، ۱۳۹۸: ۱۳). فضای مجازی [رسانه‌های اجتماعی] قلمرو زیستی جدید انسان بوده که متغیرها و عرصه‌های

گوناگون موجود در جهان واقعی یا مجازی بر این عرصه اثرگذار و اثر پذیر از آن می باشند (عاملی نرانی، ۱۳۹۷). 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 ارباب همراه با اقتناع 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)

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: ۱). 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.

نکته دیگر آنکه رسانه های اجتماعی، هرچند به ظاهر سبب برقراری ارتباط و تبادل اطلاعات در بعد جهانی شده که یکی از نتایج آن، رشد سریع علم و فن آوری در طی دهه های اخیر است لیکن در واقعیت، به ابزاری در دست قدرتمندان و صاحبان فن آوری برای دخالت در امور دیگر کشورها در عرصه های سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، امنیتی و ... در جهت منافعشان (بر مبنای تئوری انتخاب عقلانی) تبدیل شده است. در ظاهر صدها سیستم عامل رسانه های اجتماعی متفاوت از قبیل فیس بوک، توئیتر، پینترست، تلگرام، واتساپ و غیره در سطح جهانی، منطقه ای و محلی در اختیار کاربران است ولی واقعیت امر آن است که این شرکت ها در اختیار چندین قدرت رسانه ای بزرگ بوده که کنترل وب جهانی را در اختیار دارند. به عنوان نمونه رابرت مرداک - صاحب کمپانی های بزرگ تلویزیونی - مالک شبکه اجتماعی مای اسپیس نیز است (کاستلز، ۱۳۹۶: ۱۳۵). این قدرت های جدید - در سایه - می توانند در مواقع نیاز در امور سیاسی کشورها مداخله نموده و ساختار اجتماعی و سیاسی دنیای واقعی را تغییر دهند.

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^۱ 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- 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.^۲

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

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 حیطة 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 سخت افزاری و فیزیکی آقایان سید صالحی و کریمی نیسانی انتخاب شده و مراحل کار انجام گرفت.

^۱ رئیس مرکز پژوهشهای علوم انسانی اسلامی صدرا

^۲ در ضریب هولستی، بیش از ۰.۷ مقدار معتبری است.

جدول ۱-۳: جامعه نخبگان و خبرگان پژوهش

رد	عنوان سازمان یا دستگاه متولی	سمت	حداقل سابقه خدمت	مدرک 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	سال	دکتر	کریمی قهرودی
۶	نیروی انتظامی	فرمانده سابق	۵ سال	دکتر	سردار احمدی مقدم

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، به‌عنوان ابزارهای پژوهش استفاده شده است.

۴- یافته‌های پژوهش

مصاحبه‌شوندگان در پاسخ به سؤالات پژوهش موارد زیر را مطرح نمودند:

چالش اول: درک و شناخت فضای مجازی

فضای مجازی، فضایی است که واقعیت دارد و چیزی نیست که فقط در عالم مجاز و ذهن باشد بلکه در عرصه زندگی دخالت دارد. ما در یک دوره گذار تغییر مدل حکمرانی هستیم و فضای مجازی شتاب دهنده آن در دنیا می باشد. حضور مردم در یک چیز جدید که بروزش واژه رسانه های اجتماعی، شبکه های اجتماعی یا پیام رسان ها است که امروزه می شناسیم و هرچند همواره فکر می کنیم پایان کار است ولی در دوره گذار هستیم.

دوره تعریف اطلاق عمومی برای پدیده ها تمام شده است. به دلیل پویایی که در ذات فضای سایبری است با پدیده هایی مواجه هستیم که ویژگی ها و تفاوت هایی با یکدیگر دارند و قرار دادن آنها در یک دسته بندی چندان صحیح نمی باشد. هر تعریفی که کنیم لزوماً همه را ذیل خود قرار نمی دهد. لیکن چون مجبوریم تعاریفی داشته باشیم به تعریف می پردازیم. رسانه از تعریف مستقل رسانه تا حدی خارج شده و مستقل از ابزار شده و تقریباً نزدیک به زبان می رود و همه افراد یک رسانه شده اند.

رسانه های اجتماعی پویایی، جامعیت و قابلیت حمل رسانه های ماقبل خود و امکان ظهور و بروز آنها، اجتماعی بودن در عین اختصاصی بودن و شبکه ای بودن را در مفهوم خود دارند لذا کوچکترین اپلیکیشنی که در بستر اینترنت نوشته و استفاده شود اجتماعی است هرچند جنس خدمت آن خدماتی باشد ولی چون مبتنی بر فیدبک اجتماع و جمع ذیل خود واکنش داشته و خود را تنظیم می کنند رسانه اجتماعی است. رسانه های اجتماعی که [در آینده نزدیک] همه ابعاد جامعه بشری را شامل می شود

در مجموع مصاحبه شوندگان، فضای مجازی و رسانه های اجتماعی را فارغ از یک رسانه و محیط زیست جدید انسان دانسته که پویایی ذات آن است و در طی زمان دچار تغییر در تعریف و دامنه پوششی می شود.

چالش دوم: نوع رویکرد به فضای مجازی

مصاحبه شوندگان، فضای مجازی را فرصتی مناسب برای توسعه کشور و برقراری تمدن اسلامی دانسته و چالش حکمرانی را از عمده تهدیدات آن دانسته و در مجموع رسانه های اجتماعی را دارای فرصت و تهدید توأمان با یکدیگر دانسته که با توجه به توانمندی و نقاط قوت داخلی می توان از فرصت های آن استفاده نمود و به مقابله با تهدیدات آن پرداخت. همچنین رویکرد هوشمندانه فعال را رویکردی مناسب در مواجهه با این فضای زیستی جدید می دانند.

چالش سوم: فضای مجازی مبتنی بر فلسفه غرب

بر اساس نظر مصاحبه شوندگان، پلتفرم موجود متضاد با حکومت الله است و نوعی خصوصی سازی غیر حقیقی است. در مکتب غرب با دو اصطلاح واقعیت عینی و واقعیت ذهنی مواجه می باشیم. یعنی چیزی که واقعیت دارد که قابل رؤیت باشد در صورتی که در فلسفه اسلامی ممکن است واقعیت عینی هم درست نباشد و آن چیزی درست است که حقیقت دارد. شبکه ملی اطلاعات، مالکیت زیرساخت سایبری و پلتفرم رسانه اجتماعی منطقه ای سبب داشتن قلمرو و اعمال حاکمیت در این فضا می شود که لازمه اعمال حاکمیت است. همچنین ابزار فضای مجازی و رسانه های اجتماعی (به ویژه سخت افزار) بایستی بر اساس فلسفه اسلامی باشد و علوم انسانی غرب بایستی بر اساس فرهنگ ایرانی اسلامی بومی سازی شود. حکمرانی سنتی در فضای جدید کم رنگ می شود و حس افراد این است که در یک جریان اجتماعی حرکت می کنند ولی در واقعیت، این جریان اجتماعی دارای پیچ های تنظیمی است که می تواند مداخله گرانه تنظیم شود. همچنین چون پدیده رسانه های اجتماعی با اندیشه انسانی سر و کار دارد پس یک پدیده فرهنگی (البته سایر عناصر سیاسی، اقتصادی و ... نیز دخیل می باشند) پس برای اقدام و دفاع در این عرصه هم باید بیشترین اقدامات در عرصه فرهنگی باشد.

۵- جمع بندی و نتیجه گیری

در این بخش نتیجه گیری آورده می شود و همچنین پیشنهادات پژوهشی و کاربردی نیز داده می شود. بر اساس یافته های حاصل از مطالعات کتابخانه ای و مصاحبه های عمیق با خبرگان حوزه فضای مجازی کشور، مهمترین چالش های فضای مجازی، درک و شناخت صحیح از فضای مجازی می باشد که متأسفانه برخی از مسئولین و تصمیم گیرندگان کشور بر این امر واقف نبوده و رسانه های اجتماعی و فضای مجازی را صرفاً یک ابزار فنی و ابزار ارتباطی می دانند. در صورتی که این رسانه ها قزو امروزه به فضای تنفسی جامعه تبدیل شده است. همچنین در مجموع رسانه های اجتماعی که تبلور فضای مجازی می باشند به صورت زیر تعریف می شوند:

” رسانه های اجتماعی (فضای مجازی) به عنوان قلمرو جدید زیستی انسان، هرگونه نرم افزار 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 می باشد.

نوع رویکرد با این فضا نیز باید مواجهه فعال و هوشمندانه باشد تا با استفاده از ظرفیت و نقاط قوت داخلی از فرصت های این بستر جهت توسعه کشور و برقراری تمدن اسلامی استفاده نموده و به مواجهه با تهدیدات پردازیم. (فرصت) از این منظر رسانه های اجتماعی هیچ گونه منافاتی با حکومت اسلامی ندارد به شرط آنکه در محیط جامعه اسلامی تولید شده و مطابق ارزش ها، اصول، چارچوب ها و قواعد جامعه به فعالیت پردازد و البته بایستی در برابر تهدیدات آن به دفاع فعالانه پرداخت.

فضای مجازی کنونی منتج از فرهنگ مادی غرب بوده که نهایت آن را برقراری دموکراسیدر ارتباطات و منافع کاربران دانسته که البته این نوع دموکراسی (نظام مردم سالار غربی) نیز بر اساس قدرت و توان گره ها در جامعه و در تضاد با برقراری عدالت است که به نوعی همان فرهنگ توحشی و مادی گرایی غرب می باشد که با فلسفه اسلامی منافات دارد. قطعاً بر اساس اندیشه الهی، تنها نظام مردم سالار و دموکراسی پاسخگوی نیاز بشر نبوده بلکه باید با دستورات و هدایت های خالق بشر (اسلام) نیز همراه شود که همان نظام مردم سالار اسلامی است. راهکار نهایی و راهبردی پیدایش فضای مجازی اسلامی بر اساس دو مؤلفه در هم تنیده نظام مردم سالار و اسلام می باشد.

۶- تقدیر و تشکر و پیوست ها

بر خود واجب می دانم از محبت ها و زحمات عزیزان و سروران مصاحبه شونده در طی مصاحبه های طولانی مدت و همچنین راهنمایی های استاد گرامی سردار دکتر غلامرضا جلالی فراهانی تشکر نمایم.

۷- منابع و مراجع

- [۱]. دهقان اشکذری، محمد حسین (۱۳۹۹)، ارائه الگوی پدافند سایبری در برابر تهدیدات سایبری مردم محور مبتنی بر شبکه های اجتماعی، پایان نامه کارشناسی ارشد: دانشگاه علوم و فنون فارابی.
- [۲]. اندرس، جیسن (۱۳۹۶)، جنگ سایبری: تکنیک ها، تاکتیک ها و ابزارها برای فعالان حوزه امنیت، مترجم: طرح فرا سازمانی و همکاران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی. تهران
- [۳]. پیرانی، شهره (۱۳۹۷)، روان شناسی سیاسی خشونت، تحلیل کش معطوف به خشونت داعش.
- [۴]. جاجودیا و همکاران (۱۳۹۶): جنگ سایبری: ایجاد پایه و اساس علمی، مترجم: حوزه نوآوری آرایه های دفاعی و همکاران، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۵]. جولانی، محمد، فولادی، قاسم (۱۳۹۶)، **جنگ های ترکیبی، مروری بر ادبیات**، تهران انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی. تی میلر، دیوید (۱۳۹۷)، دفاع ۲۰۴۵، مترجمین: محمد جولانی- عباس جلالی وند، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۶]. زیباکلام، صادق (۱۳۹۶)، **جامعه شناسی به زبان ساده**، چاپ سوم، تهران، انتشارات روزنه.
- [۷]. عاملی نرانی، سید سعید رضا، ۱۳۹۷، الگوی حکمرانی دو فضایی،
- [۸]. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶)، قدرت ارتباطات، مترجم: حسین بصیریان جهرمی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ اول.
- [۹]. کاستلز، مانوئل (۱۳۹۸)، شبکه های خشم و امید، مترجم: مجتبی قلی پور، تهران، نشر مرکز، چاپ ششم.
- [۱۰]. گروه مؤلفان شرکت صافتا (۱۳۹۵)، **تهدیدها و امنیت شبکه های اجتماعی**، تهران: موسسه انتشاراتی جهان جام جم.
- [۱۱]. مرکز توسعه، مفاهیم و دکرترین بریتانیا (۱۳۹۸)، الفبای سایبر، مترجمین: محمدرضا کریمی قهرودی، وحید زارعی، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۱۲]. مرکز فرماندهی، آموزش و دکرترین نیروی زمینی امریکا (۱۳۹۸)، ارتش سایبری ۲۰۵۰، مترجمین: محمدرضا کریمی قهرودی، وحید زارعی، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- [۱۳]. میر سمیعی، سید محمد- پوریانی، جابر- چشمه نور، مرتضی (۱۳۹۴)، عملیات روانی از نظریه تا عمل، تهران، انتشارات پشتیبان.

- [۱۴]. دهقان اشکذری، محمد حسین (۱۴۰۰)، ارزیابی تهدیدات سایبری مردم محور مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی و پیامدهای آن، فصلنامه پدافند غیرعامل و امنیت، شماره ۳۴.
- [۱۵]. عیوضی، محمد رحیم (۱۳۹۵)، بررسی مؤلفه های حکمرانی خوب از منظر امام خمینی (ره)، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال پنجم، شماره ۱۹.
- [۱۶]. غلامی، رضا (۱۳۹۸)، الگوی شش ضلعی حکمرانی ج.ا.ا در فضای مجازی، قابل دسترسی در سایت majazi.ir
- [۱۷]. گرجی، محمدرضا (۱۳۹۶)، حکومت داری و حکمرانی خوب، فصلنامه چالش های جهان، سال سوم ریال شماره اول (پیاپی ۹).
- [18]. Arbeshlo, maykell(2018), Social Media Warfare, Equal Weapons for All.
- [19]. SEVEN LAYERS OF SOCIAL MEDIA ANALYTICS(2015),By Gohar F.Khan.
- [20]. Nurkulov Nurshod(2017), New Cyber Strategy of China and the Alterations in the Field.
- [21]. Singer & Brooking(2018), LIKE WAR, The Weaponization Of Social Media.
- [22]. Iasiello, Emilio(2017), China's Three Warfares Strategy Mitigates Fallout From Cyber Espionage Activities.
- [23]. The Weaponization Of Social Media(2015), By Thomas Elkjer Nissen