

راهبردهای امنیت اخلاقی در فضای مجازی و

ارائه راهکارهای پیشگیرانه^۱

سیدمرتضی موسویان^۲

چکیده

زمینه و هدف: فضای مجازی به لحاظ ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد راه ارتباط الکترونیکی بین ذهن انسان‌ها را بدون محدودیت زمانی و مکانی فراهم می‌آورد و این ارتباط و تعامل دوسویه منتج به تکوین شکل‌گیری فرهنگ (و اخلاق به عنوان اصلی‌ترین عنصر تشکیل‌دهنده فرهنگ) می‌شود. فضای مجازی بستر و ابزار مناسبی برای ارتقاء امنیت اخلاقی و هدایت اخلاقی فراهم آورده است. هدف این پژوهش دستیابی به سند راهبردی امنیت اخلاقی در فضای مجازی و ارائه راهکارهای پیشگیری از آسیب‌ها است.

روش: نوع پژوهش کاربردی - توسعه‌ای و روش آن تبیینی - اکتشافی است که به صورت آمیخته انجام شد. جامعه آماری پژوهش شامل نهادها و سازمان‌هایی از قبیل دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی، دبیرخانه شورای عالی فرهنگ کشور، حوزه علمیه، دانشگاه دفاع عالی ملی، دانشگاه تهران و دانشکده علوم و فنون فارابی مشتمل بر ۱۱۵۰ نفر هستند. ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسشنامه و به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از روش تحلیل سلسله مراتبی و تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد.

یافته‌ها و نتایج: با تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی امنیت اخلاقی در فضای مجازی و تعیین ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام راهبردی، چهار موقعیت راهبردی حاصل شد و برای ارزیابی دقیق راهبردها و مشخص کردن اولویت اقدام هر یک از آنها، بعد از تدوین راهبردهای اولیه، با استفاده از فرآیند تحلیل سلسله مراتبی، ارجحیت هر راهبرد نسبت به دیگری مشخص شد. برای مشخص کردن میزان تأثیر و نقش هر کدام از راهبردها در امنیت اخلاقی در فضای مجازی، راهبردهای به دست آمده در قالب پرسشنامه در جامعه پژوهش توزیع و پس از جمع‌آوری، بارهای عاملی و همچنین معناداری آنها بررسی شد و راهبردهایی که معنادار نبودند و همچنین راهبردهایی که دارای ضریب تعیین پایین بودند از مدل حذف شدند و در نهایت ۴۴ راهبرد تأیید شد.

کلیدواژه‌ها: راهبرد، امنیت اخلاقی، آسیب‌های اخلاقی، فضای مجازی.

□ **استاد:** موسویان، سیدمرتضی. (۱۳۹۸). راهبردهای امنیت اخلاقی در فضای مجازی و ارائه راهکارهای پیشگیرانه. فصلنامه رهیافت

پیشگیری، ۲(۲)، صص ۱۳-۲۸.

۱. این طرح به سفارش مرکز مطالعات اجتماعی و پیشگیری از وقوع جرم قوه قضائیه در سال ۱۳۹۸ انجام شده است.

۲. عضو هیئت علمی دانشگاه صدا و سیما، رایانامه: info@mousavian.ir

مقدمه

با توجه به ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد فضای مجازی و فراگیر شدن استفاده از آن در همه قشرها و لایه‌های اجتماعی به خصوص جوانان، نبود راهبردهایی برای ارتقاء امنیت اخلاقی با رویکرد پیشگیرانه و همچنین چگونگی پیاده‌سازی آن در سطح ملی برای بهره‌گیری مطلوب از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فضای مجازی در نیل به اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، وجود ضعف‌ها، چالش‌ها، آسیب‌ها و تهدیدهای اخلاقی، هویتی و فرهنگی در فضای مجازی باعث رواج برخی از جرائم نوپدید شده است. شکستن مرز باورها و ارزش‌ها، آسیب به نظام اخلاقی را فراهم کرده است. بنابراین تلاش برای ایجاد و ارتقاء امنیت اخلاقی در فضای مجازی برای کشور، امری الزامی محسوب می‌شود. از آنجا که تاکنون راهبردهایی برای این امر خطیر در سطح ملی ارائه نشده است، در جنگ شناختی حاضر که پیوسته در حال اوج‌گیری به نفع دشمن است؛ یکی از دغدغه‌های مهم، راهکارهای پیشگیرانه و ایجابی برای مقابله با نقشه‌های دین‌زدایی، عفت‌زدایی جرائم نوپدید از سوی دشمن است. بنابراین، مسئله اصلی این پژوهش، فقدان راهبردهای پیشگیرانه برای دوری گزیدن از تهدیدها، آسیب‌ها و چالش‌های موجود در فضای مجازی مرتبط با امنیت اخلاقی است. از نگاه حاکمیتی، بی‌توجهی به متفاوت بودن حکمرانی در فضای مجازی، باعث ناکارآمدی قوانین سنتی شده و توفیق اقدام‌های نامتناسب با فضای مجازی به صورت کارکردی، نظام را دچار چالش جدی در امر امنیت اخلاقی کرده است.

این پژوهش از آن جهت مهم است که سند راهبردی امنیت اخلاقی در فضای مجازی را با تأکید بر راهکارهای پیشگیرانه ارائه داده است. راهبردهای با رویکرد پیشگیرانه در جرائم نوپدید تکلیف را برای اقدامات اقتضایی مشخص می‌کنند. از طرف دیگر راهکارهای مبتنی بر گفت‌وگو، اسلام‌ناب، الهام‌بخش امت اسلامی بوده و با تعامل فرهنگی مؤثر و سازنده، نظام فراگیر، کارآمد و هدایت‌گر را محقق می‌کند. همچنین موجب شناسایی ویژگی‌ها، قابلیت‌ها و فرصت‌های فضای مجازی، عوامل بیرونی (تهدیدها) و آسیب‌های درونی (نقاط ضعف) مؤثر بر اجرای سند راهبردی امنیت اخلاقی با رویکرد پیشگیرانه در سطح ملی و مدیریت دفع آسیب و تهدید و تبدیل آن به فرصت و امکانی برای بهره‌گیری از قابلیت‌های این فضا برای هدایت اخلاقی می‌شود. از سوی دیگر کاربست نتایج این پژوهش موجب می‌شود تا سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی‌های کلان در اقدامات پیشگیرانه به صورتی بهینه شکل گیرد و از پرداختن به امور غیر

ضروری و توسعه جزیره‌ای آن خودداری شود و امکان استفاده درست و هدفمند از فضای مجازی و مقابله با جنگ شناختی دشمن علیه کشور فراهم شود و در نتیجه امکان برخورد فعال و پویای مسئولان مرتبط با فضای مجازی نیز فراهم شود.

همچنین موقعیت فرهنگی هر کشور از یک سو و ضرورت بهره‌مندی از شیوه‌ها و روش‌های نوین از سوی دیگر، مجهز شدن بخش‌های مختلف را به بهره‌مندی از فضای مجازی اجتناب‌ناپذیر ساخته است. بنابراین، لازم است ارتباط تنگاتنگ و موضوعی بین بهره‌مندی از فضای مجازی و نیز استفاده از روش‌ها و راهکارهای ترویج و توسعه امور اخلاقی در اولویت قرار گیرد. بنابراین نبود راهبرد مؤثر در قوه قضائیه باعث ایجاد رویکرد سلیقه‌گرایی، بی‌برنامگی و تمایلات جزیره‌ای در خصوص مقابله با آسیب‌های اخلاقی فضای مجازی خواهد شد. همچنین نبود راهبرد مؤثر در فضای مجازی در عین حال موجب می‌شود، مسیر و مقصد حرکت و چگونگی رسیدن به هدف نامشخص باشد و باعث اتلاف منابع و امکانات موجود و همچنین تمرکز نیافتن تلاش‌ها برای دستیابی به اهداف تعیین شده در ارتقاء امنیت اخلاقی در فضای مجازی شود. بر این اساس هدف کلی پژوهش ارائه سند راهبردی امنیت اخلاقی در فضای مجازی با رویکرد پیشگیری از آسیب‌ها است و اهداف فرعی به شرح زیر است:

۱. شناسایی ارکان جهت‌ساز امنیت اخلاقی در فضای مجازی با رویکرد پیشگیری از آسیب‌ها؛
۲. مشخص کردن فرصت‌ها و تهدیدها در محیط خارجی فضای مجازی برای ارتقاء امنیت اخلاقی با رویکرد پیشگیری از آسیب‌ها؛
۳. مشخص کردن قوت‌ها و ضعف‌ها در محیط داخلی فضای مجازی برای ارتقاء امنیت اخلاقی با رویکرد پیشگیری از آسیب‌ها؛
۴. تعیین موقعیت راهبردی کشور در زمینه آسیب‌ها و چالش‌ها در امنیت اخلاقی؛
۵. تدوین راهبردهای کلان امنیت اخلاقی در فضای مجازی با رویکرد پیشگیری از آسیب‌ها؛
۶. ارائه راهکارهای عملیاتی شدن راهبردها؛
۷. مشخص کردن الزامات و پیش شرط‌های محقق شدن راهبردهای منتخب؛
۸. مشخص کردن شاخص‌های عملکردی و الگوی نظارت، ارزیابی و کنترل.

مبانی نظری: جامعه‌شناسان جامعه را امری اخلاقی می‌دانند و به دنبال آن هستند که واقعیت امر اخلاقی را در جامعه نشان دهند. جامعه‌شناسان به دنبال پاسخ به این پرسش هستند که اخلاق چه نقشی در زندگی فردی و جمعی انسان‌ها ایفا می‌کند. در بحث توسعه اخلاق نیز این نکته مهم است که چگونه تغییرات اجتماعی در ایران بحران‌های را به همراه داشته است. این امر باعث شده نوعی مسابقه برای عبور منفی در جامعه به وجود آید. در چنین شرایطی ایثار می‌تواند به عنوان یک پایه اخلاقی مورد توجه قرار گیرد. ضمن اینکه سابقه طرح این موضوعات در ادبیات غنی کشور می‌تواند در برنامه‌ریزی‌ها برای تقویت اخلاق در جامعه یاری رساند. امنیت اخلاقی، دغدغه‌ای است که همه جوامع و مکاتب به دنبال آن بوده و هستند. امنیت یعنی آرامش داشتن و احساس خطر نکردن که در ابعاد مختلف قابل بررسی است. امنیت اجتماعی، شامل امنیت احترام و آبرو، امنیت جانی، امنیت مالی، امنیت مسکن، شغل و امنیت اخلاقی است. مکاتب الهی و غیر الهی هر کدام برای تضمین امنیت اخلاقی، برنامه‌هایی را ارائه کرده‌اند که در یک نگاه کلی به سه دسته تقسیم می‌شوند:

الف: نفی هرگونه میل جنسی: آمار بالای فساد و افسار گسیختگی جنسی، عده‌ای از متفکران غربی را بر این داشت تا هرگونه امیال جنسی را نفی کنند. موریس مترلینگ^۱ می‌گوید: ما انسان‌ها هم باید (مانند زنبور عسل که در فصل خاصی آمیزش دارد و در سایر اوقات کار می‌کند) برای رهایی از بحران جنسی که اکنون غرب گرفتار آن شده، ریشه عشق را در خود خشک کنیم و امیال تناسلی را از بین ببریم. کار ما اکنون به جایی رسیده که جز این، راهی پیش روی ما نیست (جمعی از نویسندگان، ۱۳۸۱). این تفکر، به صورت‌های دیگری در برخی ادیان و فرقه‌های مذهبی نیز نمود دارد؛ همانند: رهبانیت در مسیحیت و پست شمردن ازدواج، دوری از همه تمایلات بشری در برخی مکاتب منحرف عرفانی و مانند آنها. این نوع تفکر، در حاشیه بوده و کمتر توانسته است مؤثر باشد.

ب: آزادی اخلاق جنسی: پیوند مکتب فکری اومانیسم، افکار فروید و راسل و همراهی نظام سرمایه‌داری در غرب، «امنیت اخلاقی» را چنان با خطر مواجه ساختند که فساد و تباهی امروز غرب محصول آن است. برخی معتقدند که نظام سودآوری بیشتر، استفاده از نیروی ارزان زنان، گسترش مصرف‌گرایی و ایجاد بازار برای فروش تولیدات، عامل تبلیغ چنین اندیشه‌هایی شد. اینان گویا تنوع‌طلبی و لذت‌خواهی و سیر نشدن هوای نفس از فساد را، فراموش کرده بودند!

۱. فیلسوف بلژیکی که بیست اثر ممتاز از خود به جای گذاشت.

ج: امنیت اخلاقی از نگاه نبوی: دین مترقی اسلام - که خواهان تعالی انسان است - تفریط و افراط در امور جنسی را جایز نمی‌داند و با تکیه بر سه اصل اساسی توحید، نبوت و معاد، برای احتیاجات ثابت بشری، قوانین ثابت وضع کرده و ارزش‌های فطری و مطلق و فرازمانی، فرامکانی و فراملی را در اختیار جوامع انسانی قرار داد (مطهری، ۱۳۵۹). آیات ۱۰۰ سوره مائده، ۱۵۷ سوره اعراف و ۱۰۳ سوره یوسف، نشان روشنی بر مطلق بودن و همیشگی بودن ارزش‌های اخلاقی از نظر اسلام دارد. محدودسازی روابط زنان و مردان، از بین بردن عوامل تشویش خاطر مردم، تأکید بر پوشش و ترویج فرهنگ حیا و شرم، دیدگاه پیامبر مکرم اسلام و عموم پیامبران است که نقش مهمی در سالم‌سازی و امنیت اخلاقی جامعه دارد. هیچ آدم عاقلی نمی‌گوید: مقید بودن رانندگان به رعایت مقرراتی مانند توقف پشت چراغ قرمز، رعایت حرکت از دست راست و... مخالف آزادی رانندگی است و موجب محدودیت رانندگان است. بلکه خردمندان می‌گویند: آزادی باید در چارچوب مقرراتی باشد که انسان را به مقصد برساند نه این که باعث اتلاف جان و مال و اذیت و آزار مردم شود (مکارم شیرازی، ۱۳۸۹، ص ۹۳).

پیامبر اکرم (ص) مردانی که مثل بانوان نازک حرف بزنند و زنان مردنما را، مشمول لعنت خدا می‌داند و همچنین پوشیدن لباس زنان توسط مردان و برعکس را، مخالف روح عفت و حیا شمرده و می‌فرماید: خداوند، مردی که لباس زنان و زنی که لباس مردان را بپوشد، لعنت کند (پابنده، ۱۳۶۲، ص ۳۴۴). آن پیشوای اخلاق، «حیا و ایمان» را لازم و ملزوم یکدیگر معرفی می‌کند و می‌فرماید: شرم و ایمان، با یک رشته به هم پیوسته‌اند؛ بنابراین اگر یکی از دست برود، دومی نیز خواهد رفت (قرشی، ۱۴۲۵ ق). عفت‌ورزی نیز سهم زیادی در حفظ انسان از افتادن به پرتگاه فساد جنسی دارد و تقویت این ویژگی، به سلامت افراد و در نتیجه به سلامت جامعه کمک می‌کند. پیامبر اکرم با ستایش جوانی که به خاطر عفت‌ورزی ازدواج می‌کند، می‌فرماید: جوانی که در اوج جوانی و زیبایی چهره، جوانی و زیبایی خود را صرف اطاعت خدا کرده (گرفتار انحرافات جنسی نشود)، محبوب‌ترین خلائق نزد خداست. او کسی است که خداوند به او مباحثات می‌کند و به ملائکه می‌فرماید: این، عبد حقیقی من است. پیامبر همچنین کسی که به عشق‌های کاذب جنسی توجه نکند و در برابر آن عفت به خرج داده و صبر کند را، مشمول غفران خدا و از بهشتیان معرفی می‌کند (محمدی ری شهری، ۱۳۸۴). پیامبر اعظم (ص) در مبارزه با مفاصل اخلاقی گام‌هایی بلند برداشتند که به فهرست آن اشاره می‌شود:

۱. توجه دادن مردم به آخرت و قیامت و بیان عذاب شهوت‌رانا (عزیزی، ۱۳۸۱):

۲. سفارش به پوشش و عفت؛
۳. اصلاح نگرش جامعه به زن، تبیین شخصیت و احیای حقوق بانوان و پاسداری از کرامت آنان؛
۴. تحکیم پایه‌های خانواده؛
۵. تأکید بر نظارت عمومی و امر به معروف و نهی از منکر؛
۶. از بین بردن عوامل فساد با وضع قوانین مثل: تحریم شراب و قمار و مانند آن (مظفر، ۱۳۴۹)؛
۷. معرفی عوامل گسترش فساد؛
۸. اجرای حدود الهی (تویسرکانی، ۱۳۸۵).

فضای مجازی (فضای سایبری)

واژه فضا^۱، بی کران بودن و چند بعدی بودن موقعیت‌ها و جهت‌های نسبی موجودیت‌ها و وقایع به وقوع پیوسته را نشان می‌دهد. سایبرنتیکس^۲، از ریشه یونانی، به معنای هدایت‌کننده یا حاکم گرفته شده و در رمان علمی - تخیلی به نام نورومانسر^۳ (ریاضی‌دان، مهندس و فیلسوف اجتماعی) نوشته «ویلیام گیبسون^۴» در سال ۱۹۸۴، برای اشاره به دنیایی مجازی که در آن، انسان‌ها به جای ارتباط رودررو، به صورت الکترونیکی و از طریق شبکه‌های رایانه‌ای با یکدیگر در ارتباط بودند، ابداع شد (تابانسکی^۵، ۲۰۱۱، ص ۷۶). در دنیای واقعی، انسان‌ها در طول زمان و در چارچوب مکان محصورند، اما در دنیای مجازی با استفاده از فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و رایانه‌ها، نقاط ضعف انسان که همان سرعت، دقت، حافظه و خستگی پوشش داده شده و با سرعتی نزدیک به سرعت نور خواسته‌ها و پاسخ‌ها به مقصد و مبدأ منتقل می‌شود (تابانسکی، ۲۰۱۱، ص ۲۶۳). ویژگی‌های حقوقی و سیاسی فضای مجازی را می‌توان فقدان مرزهای فیزیکی، انطباق نداشتن با استانداردهای جهانی حقوق کیفری، یکنواختی قوانین در حوزه‌های اصلی قانون‌گذاری و غیرمادی بودن رفتارهای ارتکاب یافته برشمرد (قاجار قیونلو، ۱۳۹۱: ص ۲۱۳)، این موضوع موجب بروز شرایط خاص زیر می‌شود (شورای عالی امنیت فضای تبادل اطلاعات کشور، ۱۳۸۴، ص ۳):

1. Space
2. Cyber (netics)
3. Neuromancer
4. William Gibson
5. Tabansky

- کاهش کنترل دولت بر اطلاعات در جامعه اطلاعاتی
- مختصات پارادوکسیکال (دوگانه) جامعه اطلاعاتی
- تغییر مفهوم امنیت و راهکارهای تأمین آن
- تزامم اصول حاکم بر امنیت فضای مجازی با مقوله امنیت در مفهوم کلاسیک
- ناکارآمدی روش‌های تأمین امنیت فیزیکی جهت تأمین امنیت فضای مجازی
- اختلاط میان تهدیدهای امنیتی برون مرزی و درون مرزی در فضای مجازی

در کلیه مستندات بین‌المللی، از کلمه سایبر اسپیس^۱ برای تشریح این فضا استفاده می‌شود ولی در زبان فارسی، این کلمه به دو صورت فضای مجازی و فضای سایبری ترجمه شده است. بر اساس تعریف مشترک ارائه شده در واژه‌نامه دو جانبه اصطلاحات حیاتی امنیت فضای سایبر، «فضای سایبر محیط الکترونیکی است که اطلاعات در آن تولید، ارسال، دریافت، ذخیره‌سازی، پردازش و حذف می‌شود» و فضای سایبر حیاتی^۲ نیز: «زیرساخت سایبری و سرویس‌های سایبری که حفظ و تداوم ایمنی عمومی، پایداری اقتصادی، امنیت ملی و ثبات جهانی به آنها بستگی داشته باشد»، تعریف شده است (راشر و یاشچنکو^۳، ۲۰۱۱، ص ۲۰).

در سند جنگ و راهبرد دانشگاه جنگ ارتش آمریکا که در کلیه استاد راهبردی امنیت و دفاع سایبری آمریکا تکرار شده، فضای سایبر عبارت است از: «شبکه‌های وابسته به یکدیگر، از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، اعم از اینترنت، شبکه‌های ارتباطی، سامانه‌های رایانه‌ای، پردازنده‌های جاگذاری شده^۴ و کنترل‌کننده‌های صنایع حیاتی» (بارتولومیز^۵، ۲۰۱۰، ص ۳۵۳). در سند یاد شده، به نقل از سند مرور سیاست فضای سایبر عنوان شده است که واژه فضای سایبر، همچنین به محیط مجازی اطلاعات^۶ و تعاملات انسان با این محیط، اشاره دارد (کاخ سفید^۷، ۲۰۰۹، ص ۱).

1. Cyberspace
2. Critical Cyberspace
3. Rauscher & Yaschenko
4. Embedded
5. Bartholomees
6. Virtual Environment of Information
7. White House

پیشرفت شتابان فناوری اطلاعات و گسترش ابزارهای ارتباطی و امکان برقراری ارتباط با کمترین هزینه و وقت، همان گونه که از یک سو به عنوان فرصتی برای افراد است و از سویی دیگر به عنوان تهدید جدی برای امنیت اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی محسوب می شود. برخی از آسیب ها و تهدیدات این حوزه، شامل عرصه های مختلف فرهنگی، دینی، اجتماعی، سیاسی، نظامی، امنیتی و اقتصادی می شود (پلیس فتا، ۱۳۹۴).

جهان در دهه آتی با تغییرات فوق العاده ای در رشد عناصر مشترک روبه رو است. یکی از این عناصر مشترک، فضای سایبری بوده و معنای این رشد، کاربران بیشتر، تجهیزات بیشتر، اتصال بیشتر و اطلاعات بیشتر است. شرکت مایکروسافت در سال ۲۰۱۴، آینده پژوهی خود را با عنوان «فضای سایبری ۲۰۲۵، تصمیم گیری های امروز، زمینه ساز آینده» منتشر کرد و در آن، تغییرات جهان آنلاین، فرصت های ناشی از همکاری و نوآوری را بیان و مجموعه ای از سناریوها و چارچوب ها برای ارزیابی تصمیم سیاست گذاران، رهبران کسب و کار و سایر تصمیم سازان ارائه کرد (بارت، کلینر، نیکولاس و سالیوان، ۲۰۱۴). مرکز ملی فضای مجازی کشور نیز، ضمن مبنا قرار دادن آینده پژوهی یاد شده، گزارشی با عنوان «فضای مجازی ۲۰۲۵» در سال ۱۳۹۶ منتشر کرد (مرکز ملی فضای مجازی، ۱۳۹۶). طبق مستندات یاد شده، تا سال ۲۰۲۵، بیش از ۹۱ درصد مردم کشورهای توسعه یافته و نزدیک به ۷۵ درصد اقتصادهای نوظهور از اینترنت استفاده خواهند کرد و وابستگی به اینترنت نه فقط یک مفهوم بلکه، واقعیتی جدید است و سه سناریو برای آینده فضای سایبری محتمل است که کلید موفقیت، آماده سازی مناسب و حفظ تعادل آنها است:

فلات (پلاتو): با عدم تقارن در سیاست گذاری توصیف می شود. برخی دولت ها سیاست گذاری ها و استانداردهای متناقضی را نسبت به سطوح مختلف مشارکت ذی نفعان و همکاری بین المللی بکار می گیرند. این رویکرد ناهموار بوده و با از هم گسستن حکمرانی و اقتصاد، منجر به کاهش مطلوبیت چشم انداز امنیت سایبری جهانی می شود.

قله: با سیاست گذاری های روشن دولت و استانداردسازی کلان اقتصاد و همکاری قدرتمند بین دولت ها به منظور پشتیبانی از تجارت آزاد و تشویق سرمایه گذاری مستقیم خارجی، توصیف می شود. این سناریو همراه با نوآوری است و حمایت سیاسی، اقتصادی، و اجتماعی دولت ها، باعث رشد اقتصادی، فناوری و بهبود امنیت سایبری جهانی می شود.

دره: سیاست‌گذاری‌ها و استانداردهای مانع‌تراشانه دولت، به طور قابل توجهی تجارت و سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را محدود کرده و روابط کلیه بخش‌های صنعتی بین کشورها را تضعیف می‌کند. در این سناریو، با محدودیت کاربرد فناوری اطلاعات و ارتباطات، شکست عمیق امنیت سایبری و کندی شدید رشد فناوری مواجه خواهیم بود.

جرایم سایبری: به طور کلی، هر فعل یا ترک فعلی که از طریق یا به کمک سیستم‌های رایانه‌ای رخ می‌دهد، جرم سایبری قلمداد می‌شود. جرایم سایبری می‌تواند نقض حق مالکیت معنوی، نقض حق اختراع، ربودن اسرار تجاری، حمله عمدی به رایانه‌ها به منظور مختل کردن آنها و یا کپی از اطلاعات طبقه‌بندی شده و بسیاری از موارد مشابه باشد و بدیهی است این فعالیت پر سود و اغلب بدون مجازات، در واقع تهدیدی برای امنیت ملی کشورهاست (پریتز، سکریست^۱، ۲۰۱۰، ص ۵-۷). جرایم سایبری، با مشخصه‌هایی مانند تأکید بر فقدان زمان (فیزیکی)، فقدان مکان و مرز، برخاسته از اینترنت و دیگر سیستم‌های رایانه‌ای بزرگ، بین‌المللی بودن و الزام‌های فنی قابل تعریف است و بر این اساس، سازمان همکاری و توسعه اقتصادی، جرایم سایبری را «سوءاستفاده از رایانه شامل هر رفتار غیر قانونی، غیر اخلاقی یا غیر مجاز مربوط به پردازش خودکار و انتقال داده» و نشریه بین‌المللی سیاست جنایی (کمیته اروپایی مسائل جنایی در شورای اروپا) آن را، «هر فعل مثبت غیر قانونی که رایانه، ابزار یا موضوع جرم باشد، می‌داند. به عبارت دیگر هر جرمی که ابزار یا هدف آن تأثیرگذاری بر عملکرد رایانه باشد» تعریف کرده‌اند و دانشمندان معتقدند سایر دستگاه‌های فناوری اطلاعات از جمله موبایل و برخی دستگاه‌های الکترونیکی نیز در جرایم سایبری دخیل هستند (پیکان پورفرد و امینی خرمی، ۱۳۹۵، ص ۲). مرتکبان بیشتر، در حوزه قضایی یک کشور قرار دارند اما اقدامات آنها می‌تواند به رایانه‌های بسیاری از کشورهای دیگر توسعه یافته و شواهد نیز در عرض چند دقیقه ناپدید شوند زیرا، عواملی مانند تعدد بازیگران، هزینه کم ارتکاب، سرعت و تأثیرگذاری بالا، ناشناس ماندن، دشواری ردیابی و کمرنگ شدن نقش جغرافیا (کاهن^۲، ۲۰۱۱، ص ۲۰)، موجب شده است که بازیگران قوی و ضعیف اعم از دولت‌ها، گروه‌های سازمان یافته و تروریستی و افراد عادی، به این فضا وارد شده و به منظور دست‌درازی به دارایی‌های مادی و معنوی

1. Peritz & Sechrist

2. Kahn

کشور، تهدیدهایی مانند جنگ سایبری، جرائم سایبری، تروریسم سایبری، جاسوسی سایبری و مانند آن را به وجود آورد (خلیلی پوررکن آبادی و نورعلی وند، ۱۳۹۱، ص ۱۶۹).

علل بسیاری همچون عوامل اقتصادی (کلاهبرداری، اخاذی)، عوامل فرهنگی (انتشار آثار مبتذل و مستهجن، ترویج بی بندوباری های جنسی و روابط ناسالم دختران و پسران)، عوامل سیاسی و همچنین مشکلات روحی و روانی نظیر افسردگی، عصبانیت، حسادت، انتقام جویی، حس تنفر، تفریح و سرگرمی، خود کم بینی و حقارت، در شکل گیری جرائم سایبری مؤثرند (بی نام، ۱۳۹۲). جرائم سنتی، از چهار اصل کلی قرابت مکانی^۱ (مجرم باید به قربانی و محل جرم نزدیک شود مانند سرقت، قتل)، محدودیت اندازه^۲ (تمرکز مجرم بر جرم در حال ارتکاب مانند اختلاس)، محدودیت های فیزیکی^۳ (جرائم نیازمند آمادگی های اولیه و برنامه ریزی است) (برنر^۴، ۲۰۰۴، ص ۱۰). وجود الگوهای کلی ارتکاب جرم^۵ (جرم بیشتر در مناطق خاص و توسط افرادی از گروه خاص اتفاق می افتد)، پیروی می کنند ولی جرم سایبری، مستلزم مجاورت فیزیکی میان قربانی و مرتکب نیست. مجرم فقط نیازمند یک دستگاه رایانه است که با امکانات مختصر، بتواند به رایانه قربانی حمله کرده و اقدامات مجرمانه گسترده خود را انجام دهد.



شکل ۱. مدل ارتکاب جرم در جرائم سایبری (برنر، ۲۰۰۴، ص ۱۰)

1. Proximity
2. Limitation of Scale
3. Physical Constraints
4. Brenner
5. General Patterns

پیشگیری از وقوع جرائم سایبری: پیشگیری، هم به معنای پیش دستی کردن، پیشی گرفتن و به جلوی چیزی رفتن، و هم به معنی آگاه کردن، خبر چیزی را رساندن و هشدار دادن است و در جرم شناسی، کاربرد فنون مختلف به منظور جلوگیری از وقوع بزهکاری است. قدیمی ترین نوع پیشگیری، پیشگیری از بزهکاری کودکان و پیشگیری از بزهکاری عمومی است. طبق این تفکیک، در مورد کودکان و نوجوانان بزهکار که شخصیت آنها در حال شکل گیری است باید از تدابیر پرورشی و بازپروری استفاده کرد، در حالی که درباره بزهکاران بزرگسال باید از ارعاب‌انگیزی و تهدید به مجازات استفاده شود، زیرا شخصیت آنها شکل گرفته است (کاوه، ۱۳۹۱).

روش

نوع این پژوهش کاربردی - توسعه‌ای است. پژوهش حاضر به لحاظ هدف، به دلیل مؤثر بودن برای لایه‌های سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی از نوع کاربردی و از جهت تدوین راهبرد توسعه‌ای است. روش این پژوهش، تبیینی - اکتشافی است که به صورت آمیخته انجام شد. در این پژوهش علت انتخاب روش آمیخته این است که برای تحقق هدف‌های پژوهش، استفاده از یک روش کمی یا کیفی به تنهایی کفایت نمی‌کند. بنابراین ضرورت استفاده از ترکیب روش‌های پژوهش برای گردآوری داده‌های کمی و کیفی اجتناب پذیر است. در واقع هدف استفاده از روش‌های پژوهش آمیخته بکار بردن یکی به جای دیگری نیست بلکه تقویت نقاط قوت و کاهش دادن یا به حداقل رساندن ضعف‌های هر دو روش در یک مطالعه است (کراسول^۱، ۲۰۱۳، ص ۴۵۵). جامعه آماری پژوهش که به صورت جامعه خبرگی هدفمند هدایت شده انتخاب شد، شامل نهادها و سازمان‌هایی از قبیل دبیرخانه شورای عالی فضای مجازی، دبیرخانه شورای عالی فرهنگی کشور، حوزه علمیه، دانشگاه دفاع عالی ملی، دانشگاه تهران و دانشکده علوم و فنون فارابی مشتمل بر ۱۱۵۰ نفر هستند. جامعه آماری پژوهش از خبرگان و نخبگان دانشگاهی، حوزوی، مسئولان سیاست‌گذار، کارشناسان و افراد مجربی که دارای حداقل ۸ سال سابقه فعالیت و تجربه کاری در حوزه اخلاق، فرهنگ و فضای مجازی و تدوین راهبرد هستند و جایگاه‌های راهبردی در دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی و شورای عالی فضای مجازی دارند و از عناصر کلیدی و مسئولان و رؤسای بخش‌های عمده در جایگاه‌های

1. cresswell

مزبور و سایر جایگاه‌های فرهنگی کشور هستند، انتخاب شدند. همچنین در بررسی اسناد و مدارک، فرامین، سخنرانی‌ها و سیاست‌های رهبر معظم انقلاب اسلامی ایران در حوزه فرهنگ و فضای مجازی و اسناد بالادستی نظام جمهوری اسلامی ایران در زمینه فرهنگ و فضای مجازی جمع‌آوری و تحلیل شد. در تعیین حجم نمونه، از رابطه کوکران استفاده شد. بدین ترتیب ۲۱۰ پرسشنامه در بین جامعه آماری به صورت تصادفی طبقه‌ای توزیع و از آن میان، ۲۰۷ پرسشنامه برای تحلیل استفاده شد. ابزار جمع‌آوری داده‌ها در این پژوهش، ابزارهای پژوهش اسنادی، مصاحبه^۱ و پرسش‌نامه^۲ بود. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش از روش تحلیل سلسله مراتبی و تحلیل عامل تأییدی استفاده شد. رویکرد پژوهش برای تدوین راهبرد، رویکرد مکتب فرهنگی بود و با توجه به مدل SOIR به تدوین راهبردهای هدایت اخلاقی پرداخته شد.

در مرحله تهیه پرسشنامه بعد از تدوین اولیه مؤلفه‌ها و گزاره‌های پرسشنامه ۳۰ نفر از خبرگان حوزه اخلاق و فضای مجازی انتخاب شدند که این افراد در حوزه‌های مدیریتی، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و اجراء و پیاده‌سازی راهبردها نقش فعال داشتند، برای مشخص شدن میزان اهمیت و میزان اولویت اقدام و همچنین تأیید و یا رد هر کدام از گزاره‌ها به خبرگان یاد شده مراجعه شد و بعد از تأیید مؤلفه‌ها و گزاره‌های پرسشنامه، در مرحله بعد برای مشخص شدن میزان وزن و شدت هر گزاره و میزان برنامه‌ریزی و توجه به اقدام هر کدام از مؤلفه‌ها و گزاره‌های تعیین شده به ۲۰ نفر از اعضای جامعه خبره مراجعه شد و بعد از وزن‌دهی و تعیین ضریب اهمیت و نمره نهایی و مشخص کردن موقعیت و اقدام راهبردی^۳ و معلوم شدن موقعیت فعلی هدایت اخلاقی در فضای مجازی در مرحله تولید گزاره‌های راهبردی چشم‌انداز پایه با توجه به دانش چشم‌انداز سازی و راهبردنویسی از ۱۲ نفر از اعضای جامعه خبره و فعال در حوزه‌های مدیریتی، سیاست‌گذاری، تصمیم‌سازی و اجراء راهبرد نظرخواهی شد و در گام نهایی در مرحله گزینش راهبرد اصلح با تشکیل میزگرد خبرگی، از اساتید صاحب نظر استفاده شد.

-
1. Interview
 2. Questionnaire
 3. SPACE

یافته‌ها

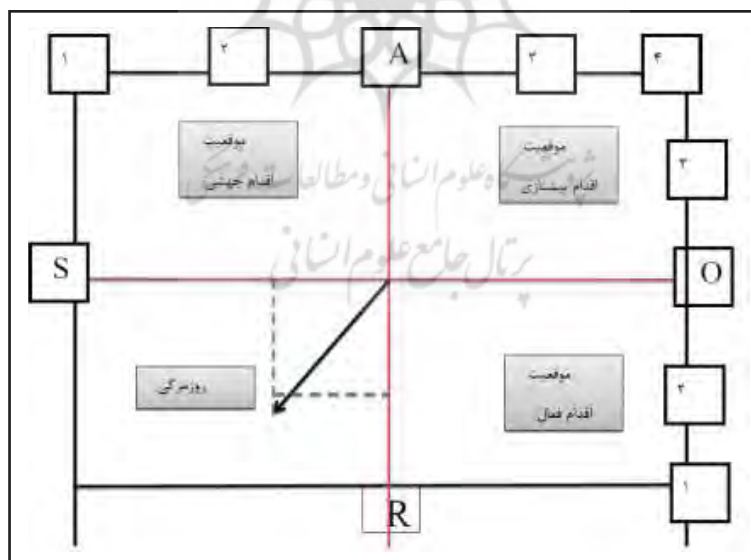
راهبردهای هدایت اخلاقی: برای اینکه راهبردهای هدایت اخلاقی به صورت کاربردی و عملیاتی طراحی و تدوین شود از گروه خبره اخلاقی و عرصه فضای مجازی بهره‌گیری شد و با توجه به مدل طراحی راهبرد، چهار بعد فرصت‌ها، قوت‌ها، آرمان‌ها و نتایج مدنظر قرار گرفته و هر بعد به چندین مؤلفه و هر مؤلفه به چندین گزاره سازماندهی شد و متعاقب آن توسط گروه خبره شدت و وزن هر کدام از گزاره‌ها و ارجحیت میزان برنامه‌ریزی و توجه به اقدام گزاره‌ها مشخص شد. به این منظور جدول IEF تهیه شد و وزن دهی به نقاط قوت و فرصت انجام شد، سپس نقاط قوت و فرصت‌ها شناسایی شدند و عوامل مورد ارزیابی قرار گرفت. با استفاده از این ماتریس هر یک از عوامل راهبردی داخلی که در ماتریس اولویت عوامل داخلی شناسایی شد، مورد ارزیابی قرار گرفت و عوامل قوت‌ها و فرصت‌ها فهرست شدند. همچنین جدول EFE تشکیل و وزن دهی به آرمان‌ها و نتایج مورد انتظار انجام شد؛ با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل خارجی هر یک از عوامل راهبردی محیط خارجی شناسایی و اولویت‌بندی شد و مورد ارزیابی قرار گرفت.

جدول ۱. تجزیه و تحلیل SOAR

عوامل داخلی		عوامل خارجی	
فهرست قوت‌ها (S)	فهرست فرصت‌ها (O)	فهرست آرمان‌ها و ارزش‌های اساسی (A)	فهرست نتایج مورد انتظار (R)
<p>ناحیه ۱ (اقدام جهشی)</p> <p>این دسته از راهبردها معرف بکارگیری توانمندی‌های پیشتازی و خلاق در به پیش انداختن آرمان‌های مؤثر و شکاف‌دهنده فرهنگی در فضای مجازی هستند.</p> <p>SA</p>	<p>ناحیه ۲ (اقدام پیشتازی)</p> <p>اتکاء به ارزش‌های مورد تعقیب به فرصت‌های حاصل در فضای مجازی و پیش انداختن ارزش‌ها برای توسعه جذابیت‌ها و باورهای مصرف عمومی.</p> <p>AO</p>		
<p>ناحیه ۳ (اقدام فعال)</p> <p>این دسته از راهبردها به دنبال توسعه نتایج مورد تعقیب و زمینه‌سازی تحقق و کسب موفقیت بر اساس به خدمت گرفتن فرصت‌ها و ارزش‌های کلیدی است. در واقع در اینجا با استفاده از فرصت‌ها دستیابی به پیاده‌سازی نتایج مدنظر در محیط فضای مجازی دنبال می‌شود.</p> <p>OR</p>	<p>ناحیه ۴ (روزمرگی)</p> <p>استفاده از قوت‌ها برای خنثی‌سازی تهدیدات و آسیب‌های فضای مجازی و پیاده‌سازی نتایج مدنظر و برون رفت از روزمرگی و دستیابی به اقدام فعال. به عبارتی این دسته از راهبردها به دنبال افزایش تحرک در بخش‌های سیاسی، مدیریتی، اجرایی و عمومی هستند.</p> <p>SR</p>		

مدل تحلیل SOAR و پیشنهاد راهبردهای خرد و کلان: روش تجزیه و تحلیل SOAR، مدل تحلیلی

مفیدی است که هر یک از عوامل قوت‌ها و فرصت‌ها، آرمان‌ها و ارزش‌های اساسی و نتایج و پیامدهایی که از اقدامات حاصله به دنبال آن هستیم را شناسایی و راهبرد مناسب را منعکس می‌سازد. به تعبیر دیگری ویژگی SOAR قابلیت پیش‌بینی و آینده‌نگری آن است که باعث می‌شود توانمندی ارزشی و آرمانی را به عنوان یک محرک قوی و فعال به خدمت بگیرد و یک چشم‌انداز و هدف بسیار آرمانی و غیر قابل دسترسی را مبنای برنامه راهبردی خود قرار ندهد. خلاصه این موضوعات در جدول ۱ درج شده است. ماتریس تعیین موقعیت و اقدام راهبردی: با توجه به اطلاعاتی که از تکمیل ماتریس به دست می‌آید به تجزیه و تحلیل و تفسیر کلی وضع موجود و وضع مطلوب فرهنگ در فضای مجازی پرداخته شد و با استفاده از اعداد حاصل از تکمیل ماتریس عوامل کلیدی محیطی (درونی و بیرونی) و با ترسیم ماتریس SPACE، موقعیت راهبردی هدایت اخلاقی فضای مجازی را تعیین شد و سپس با تفسیر آن، موقعیت کلی هدایت فرهنگ در فضای مجازی، شرایط موجود و وضعیت مطلوب و نتایجی که دنبال می‌شد به دست آمد و متعاقب آن پس از انجام محاسبه‌های مربوط به ماتریس SPACE و مشخص شدن این که در کدام یک از بخش‌های چهارگانه ماتریس قرار دارد، مسائل اساسی و راهبردی هدایت اخلاقی در فضای مجازی شناسایی و احصاء شد.



نمودار ۱. تعیین موقعیت فعلی هدایت اخلاقی در فضای مجازی

ویژگی‌های نمونه آماری: همانطور که در جدول ۲ درج شده است، بیشتر نمونه آماری مرد بودند، بیشترین فراوانی (۴۹ درصد) متعلق به کارکنانی است که دارای مدرک تحصیلی کارشناسی ارشد هستند. بیشتر پاسخ‌دهندگان (۵۰ درصد) در گروه سنی ۳۰ تا ۴۰ سال قرار دارند و بیشتر آنها (۴۱ درصد) دارای سابقه کاری بین ۲۰ تا ۲۵ سال هستند.

جدول ۲. خلاصه ویژگی‌های توصیفی پاسخگویان یا افراد نمونه (n=۲۰۷)

متغیر	طبقه‌بندی متغیر	فراوانی (نفر)	درصد
سن	زیر ۳۰ سال	۱۳	۶
	۳۰ تا ۴۰ سال	۱۰۴	۵۰
	۴۰ تا ۵۰ سال	۶۵	۳۲
	بالای ۵۰ سال	۲۵	۱۲
جنسیت	مرد	۱۲۲	۵۹
	زن	۸۵	۴۱
سابقه کار	زیر ۱۵ سال	۳۲	۱۵
	۱۵ تا ۲۰ سال	۴۹	۲۴
	۲۰ تا ۲۵ سال	۸۵	۴۱
	۲۵ سال و بالاتر	۴۱	۲۰
تحصیلات	کارشناسی	۵۶	۲۷
	کارشناسی ارشد	۱۰۲	۴۹
	دکتری	۴۹	۲۴

یافته‌های استنباطی

آزمون چولگی و کشیدگی: به منظور تعیین نرمال بودن توزیع داده‌ها، از آزمون چولگی^۱ و کشیدگی^۲ استفاده شد. تمام داده‌ها به دلیل قرار گرفتن در دامنه تعیین شده از توزیع نرمال برخوردارند. بنابراین به دلیل نرمال بودن داده‌ها، به منظور تحلیل آن و همچنین مشخص کردن تأثیر هر کدام بر متغیر اصلی پژوهش، از مدل معادلات ساختاری استفاده شد.

1. Skewness

2. Kurtosis

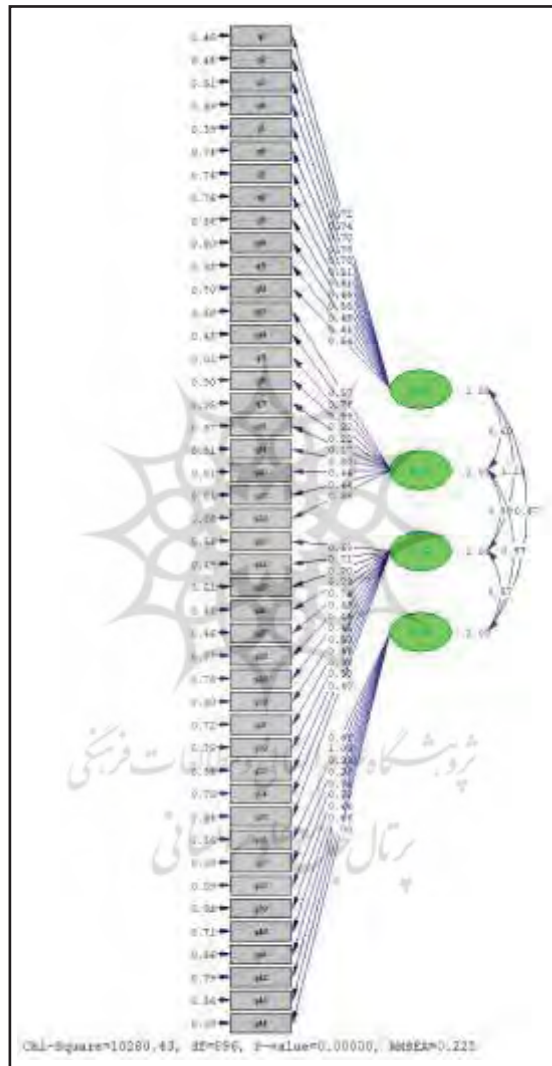
مدل اندازه‌گیری (تحلیل عاملی تأییدی): برای بررسی ارتباط بین شاخص‌ها و مفاهیم مدنظر از تحلیل عاملی تأییدی استفاده شد. به عبارت دیگر در تحلیل عاملی تأییدی بررسی می‌شود که هر یک از شاخص‌های به کار رفته در پرسشنامه تا چه حد می‌توانند بعد مورد نظر را تبیین کنند. برای هر مدل تحلیل عاملی، یک نمودار با بارهای عاملی برازش یافته استاندارد شده (ضرایب رگرسیون استاندارد شده) و یک نمودار با مقادیر آماره تی استیودنت رسم شده است. همچنین برای تعیین مناسب بودن یا مناسب نبودن برازش هر مدل از شاخص‌های p -value، RMSEA، و χ^2/df استفاده شد؛ بارهای عاملی مدل در حالت تخمین استاندارد میزان تأثیر هر کدام از متغیرها و یا گویه‌ها را در توضیح و تبیین واریانس نمرات متغیر یا عامل اصلی نشان می‌دهند. به عبارت دیگر بار عاملی نشان دهنده میزان همبستگی هر متغیر مشاهده‌گر (سؤال پرسشنامه) با متغیر مکنون (عامل‌ها) است. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد، رابطه ضعیف در نظر گرفته شده و از آن صرف نظر می‌شود. بار عاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگتر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است (کلین^۱، ۱۹۹۴، ص ۶۸).

برای بررسی معنادار بودن تأثیر مفاهیم مدنظر از مدل معناداری استفاده شد. درباره معنادار بودن اعداد به دست آمده مدل می‌توان گفت اعدادی معنادار خواهند بود که بین $1/96$ و $1/96$ - نباشند. به این معنی که اگر عددی بین $1/96$ و $1/96$ - قرار بگیرد، بی‌معنا خواهد بود. نتایج به دست آمده از مدل‌های اندازه‌گیری نشان داد: تمام راهبردها به غیر از راهبردهای ۴۹ و ۶۷ به دلیل این که بارهای عاملی آنها بزرگتر از $0/05$ هستند به احتمال 95% معنادار هستند، راهبردهای ۴۹ و ۶۷ به دلیل این که مقدار تی آنها $1/80$ و $1/82$ به دست آمده و در بین بازه $1/96$ و $1/96$ - قرار دارند، معنادار نیستند و از آنجایی که بار عاملی آنها کمتر از $0/05$ است از مدل حذف می‌شوند. همچنین در بین راهبردهای مربوط به متغیر راهبردهای اقدام پیشتازی با توجه به مقدار ضریب تعیین ۲ به دست آمده، راهبرد ۸ بیشترین میزان اندازه‌گیری و راهبردهای ۱، ۲، ۳ و ۴، کمترین میزان اندازه‌گیری را دارند و به دلیل داشتن ضریب پایین تر از $(0/19)$ بهتر است از مدل حذف شوند. در بین راهبردهای مربوط به متغیر راهبردهای جهش راهبردهای ۱۸ و ۱۹ بیشترین و راهبردهای ۲۲ و ۲۸ کمترین میزان اندازه‌گیری را دارند و به دلیل داشتن ضریب پایین تر از

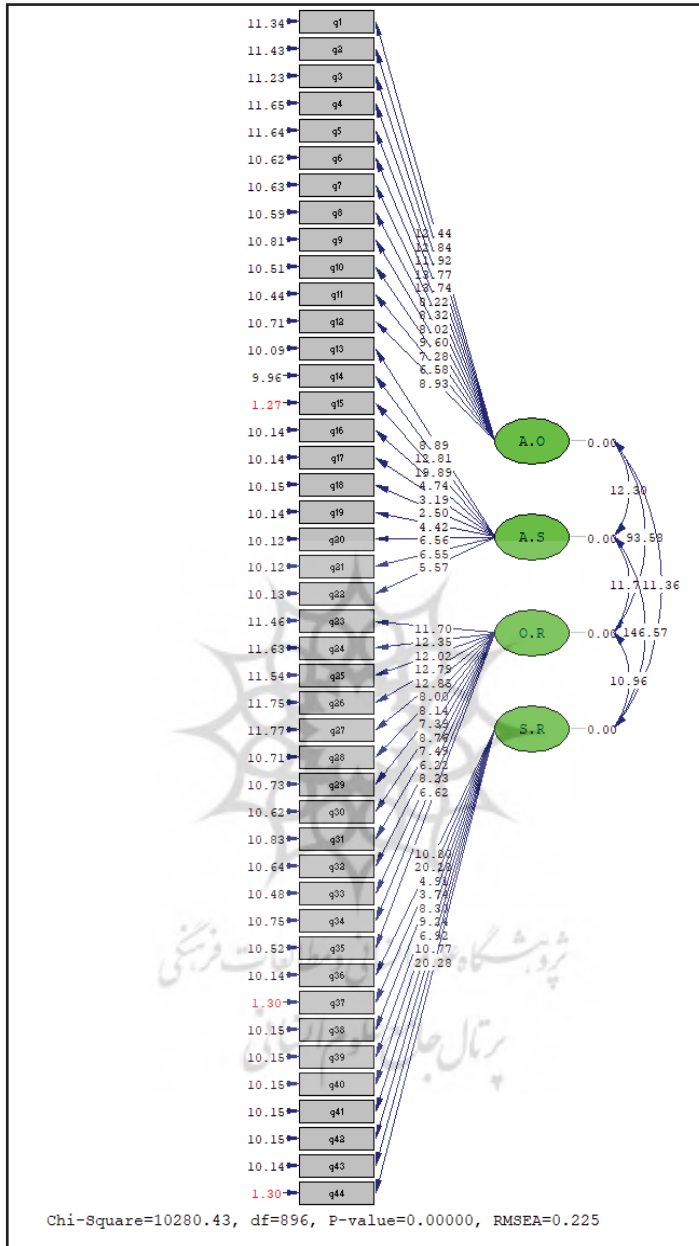
1. Klin

2. R2

(۱۹/۰) بهتر است از مدل حذف شوند. بعد از حذف راهبردهای غیرمعنادار و همچنین راهبردهایی که ضریب تعیین آنها کمتر از ۱۹/۰ بود، دوباره بر اساس داده‌های به دست آمده، مدل اندازه‌گیری ترسیم شد که اصلاحیه مدل اندازه‌گیری به شرح نمودارهای ۲ و ۳ به دست آمد.



نمودار ۲. مدل اندازه‌گیری اصلاح شده در حالت تخمین استاندارد برای Ao, AS, OR, SR



نمودار ۳. مدل اندازه‌گیری اصلاح شده در حالت معناداری برای شاخص‌های A.O, AS, OR, SR

در مدل‌های اندازه‌گیری، پژوهشگر به دنبال این است که آیا متغیرهای قابل مشاهده، متغیر پنهان را اندازه‌گیری می‌کنند یا خیر؟ چنانچه داده‌های گردآوری شده، مدل مفهومی پژوهش را حمایت کنند، در آن

صورت معیارهای برازش مدل، وضعیت مطلوبی را نشان خواهند داد. بنابراین بر اساس مدل اندازه‌گیری اصلاح شده، جدول ۴ شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری اصلاح شده را نشان می‌دهد.

جدول ۴. شاخص‌های برازش مدل اندازه‌گیری

شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	شاخص	df/X ²
RMSEA	PNFI	GFI	AGFI	NFI	NNFI	RFI	IFI	CFI	
۰/۲۲۵	۰/۷۵	۰/۸۰	۰/۸۲	۰/۸۴	۰/۸۶	۰/۸۲	۰/۹۱	۰/۹۲	۲/۹۶

همان گونه که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، مقدار شاخص‌های GFI و RMSEA، PNFI، AGFI بزرگتر از ۰/۰۸ و شاخص‌های IFI و GFI نیز بزرگتر از ۰/۰۹ هستند که نشان‌دهنده برازش مناسب مدل اندازه‌گیری است.

تحلیل نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش: پس از پردازش داده‌ها توسط ابزارها و نرم‌افزارهای آماری، نتایج زیر حاصل شد: بر اساس ادبیات پژوهش، ۲۹۶ شاخص براساس مدل SORA (فرصت‌ها، قوت‌ها، آرمان‌ها و نتایج مدنظر) شناسایی شد که بر اساس تحلیل سلسله مراتبی، راهبردهایی که میانگین امتیاز آنان کمتر از ۳۰ بود، حذف شدند. بنابراین از بین آنها، ۶۹ راهبرد بر حسب درجه اهمیت تأیید شد. سپس برای مشخص کردن میزان تأثیر و نقش هر کدام از راهبردها در هدایت اخلاقی در فضای مجازی، راهبردهای به دست آمده در قالب پرسشنامه با تفکیک راهبردهای AO، AS، OR، SR در جامعه پژوهش توزیع شد و پس از جمع‌آوری داده‌ها، بارهای عاملی و همچنین معناداری آنها بررسی شد. ابتدا راهبردهایی که معنادار نبودند از مدل حذف شدند سپس راهبردهایی که دارای ضریب تعیین پایین‌تر از ۰/۱۹ بودند نیز از مدل حذف شدند و در نهایت ۴۴ راهبرد به شرح زیر نهایی شد:

راهبردهای اقدام پیشتازی: رتبه اول؛

راهبردهای اقدام فعال: رتبه دوم؛

راهبردهای جهش: رتبه سوم؛

راهبردهای خروج از روزمرگی: رتبه چهارم.

الف. اولویت‌بندی راهبردهای اقدام پیشتازی

۱. همکاری و تعامل مؤثر با مراکز برخوردار از دانش فناوری اطلاعات، برای تولید محتوای محصولات

فرهنگی چند رسانه‌ای؛

۲. ترویج محصولات هنری، فرهنگی و ادبی اسلامی و چند رسانه‌ای در محیط فضای مجازی؛
 ۳. تولید محصولات رسانه‌ای مبتنی بر نیازها و شرایط فکری جوانان؛
 ۴. ارایه تصویر روشن، شفاف و مطلوب از زندگی بشری مبتنی بر سبک زندگی اسلامی - ایرانی؛
 ۵. ترویج گفتمان هدایت پذیر آرمان انقلاب اسلامی؛
 ۶. ارتقاء نظام آموزش عمومی کشور با رویکرد و پارادایم اصلاح نگرش و الگوهای رفتاری؛
 ۷. هدایت نظام فکری جریان‌های فرهنگی، دینی و انقلابی در فضای مجازی؛
 ۸. اجرای برنامه‌های آموزشی، تبلیغی و رسانه‌ای فضای مجازی؛
 ۹. ترویج فراگیر مبانی نظری انقلاب اسلامی و فرهنگ مهدویت و موعودگرایی؛
 ۱۰. حمایت همه جانبه از جریان‌های فکری، فرهنگی، دینی و انقلابی همسو؛
 ۱۱. تولید پیام‌های کاربر محور برای ارتقاء تعالی و کیفیت فرهنگی پیام‌های اینترنتی؛
 ۱۲. حمایت همه جانبه برای استفاده حداکثری از ظرفیت رفتارهای اجتماعی تعالی.
- با استفاده از بارهای عاملی به دست آمده، ضریب تعیین (مقدار تأثیر) هر یک از راهبردها نسبت به موضوع پژوهش (میزان تأثیر راهبردها در هدایت اخلاقی) به این شرح محاسبه شد: راهبرد «همکاری و تعامل مؤثر با مراکز برخوردار از دانش فناوری اطلاعات، برای تولید محتوای محصولات فرهنگی چند رسانه‌ای» و همچنین «ترویج محصولات هنری، فرهنگی و ادبی اسلامی چند رسانه‌ای در محیط فضای مجازی» از عوامل راهبردهای اقدام پیشتازی با داشتن ضریب همبستگی (۰/۷۸) و ضریب تعیین ۰/۶۰، بیشترین تأثیر را دارد. بنابراین شاخص‌های یادشده ۶۰ درصد از تغییرهای متغیر پژوهش را تبیین می‌کنند.
- ب. اولویت‌بندی راهبردهای اقدام فعال**
۱. ساماندهی و تقویت هم‌افزایی هوشمند جبهه فرهنگی کشور با ترغیب و مشارکت جویی مردمی در تولید محتوای بومی - اسلامی؛
 ۲. ساماندهی زیرساخت‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری و تولید برنامه‌ها و محتواهای تقویت کننده؛
 ۳. ایجاد بانک اطلاعاتی مجازی فراگیر، ایمن و پایدار و در دسترس برای توسعه ابعاد چند رسانه‌ای و تثبیت باورهای فرهنگ دینی؛

۴. ترویج ارزش‌های اساسی شیعه و سیره پیامبر عظیم‌الشأن اسلام و ائمه معصومین علیهم السلام؛
 ۵. معرفی الگوی زندگی و سیره شهداء و ایثارگران انقلاب اسلامی و دفاع مقدس با بهره‌گیری از ظرفیت چهره‌های ملی؛
 ۶. برنامه‌ریزی برای ارتقاء و نشر گسترده اندیشه‌های امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) در محیط فضای مجازی؛
 ۷. عرضه خدمات الکترونیکی همه‌جانبه برای استفاده حداکثری از ظرفیت فعالیت جهادی در فضای مجازی؛
 ۸. گسترش گفتمان انقلاب اسلامی و ارزش‌آفرینی فرهنگی با معرفی دستاوردها و پیشرفت‌های ملی؛
 ۹. انسجام‌بخشی جبهه فرهنگی کشور برای پیش‌بینی و پیشگیری از پیامدهای ضلالت‌آمیز فرهنگی دشمن؛
 ۱۰. تهیه طرح جامع با مشارکت‌جویی حوزه علمیه و ظرفیت وجودی نخبگان جامعه برای ترویج و نهادینه‌سازی فرهنگ؛
 ۱۱. اجرای ارتقای امنیت خانواده‌ها از طریق برجسته‌سازی سنت‌های دینی و ملی مذهبی و معرفی و ترویج سبک زندگی اسلامی - ایرانی؛
 ۱۲. ساماندهی و توسعه رسانه‌های پاک با محتوای جذابیت حداکثری متناسب با آموزه‌های دینی، انقلابی؛
 ۱۳. برنامه‌ریزی برای اقلان‌سازی و ارتقاء اعتماد عمومی با استفاده حداکثری از ظرفیت‌های فضای مجازی. راهبرد «ساماندهی و تقویت هم‌افزایی هوشمند جبهه فرهنگی کشور با ترغیب و مشارکت‌جویی مردمی در تولید محتوای بومی - اسلامی» از عوامل راهبردهای اقدام فعال با داشتن ضریب همبستگی (۰/۷۴) و ضریب تعیین ۰/۵۴، بیشترین تأثیر را دارد. بنابراین شاخص یادشده ۵۴ درصد از تغییرهای متغیر پژوهش را تبیین می‌کند.
- پ. اولویت‌بندی راهبردهای جهش**
۱. ارائه تسهیلات و معافیت‌های ویژه به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی؛
 ۲. حمایت و ایجاد مشوق‌های لازم برای محققان، مبتکران و نخبگان جامعه در تولید پیام محبت؛
 ۳. حمایت از پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و شبکه‌های اجتماعی رسانه‌ای و هنری مجازی اسلامی؛

۴. اجرای طرح‌های آموزشی برای توسعه بنیان‌های معرفتی و هویتی اسلام برای دستیابی به مزیت رقابتی؛
۵. اجرای برنامه‌های تربیت و توانمندسازی نیروی انسانی جوان، پرشور انقلابی و عالم در حوزه فضای مجازی؛
۶. اجرای برنامه‌های حمایتی و پشتیبانی همه جانبه از مالکیت فکری و معنوی تولیدات فرهنگی؛
۷. بهره‌گیری حداکثری از بسترهای فعال و جهانی شبکه‌های مجازی؛
۸. بکارگیری سرمایه‌های داخلی در قالب سرمایه‌گذاری مشترک با بخش خصوصی؛
۹. سهم‌بندی حوزه تأثیر مسئولیت نهادهای فرهنگی در ارتقای بصیرت‌افزایی آحاد جامعه؛
۱۰. اجرای نظام کارآمد رسانه‌ای برای ساخت فضایی مملو از شفافیت و فراگیرسازی سبک زندگی اسلامی.

راهبرد «ارایه تسهیلات و معافیت‌های ویژه به تولیدکنندگان محصولات فرهنگی» از عوامل راهبردهای جهش با داشتن ضریب همبستگی (۰/۹۹) و ضریب تعیین ۰/۹۸ بیشترین تأثیر را دارد. بنابراین شاخص یادشده ۹۸ درصد از تغییرهای متغیر پژوهش را تبیین می‌کند.

ت. اولویت راهبردهای خروج از روزمرگی

۱. انسجام‌بخشی به نظام فکری سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی برای بهبود و افزایش مزیت رقابتی؛
۲. ایجاد ساختار منسجم نظام‌بخش و هماهنگ‌کننده و برنامه‌ریز برای کلیه امور فرهنگی در فضای مجازی؛
۳. برنامه‌ریزی برای اجرای مدیریت هوشمند و یکپارچه چالش‌ها و آسیب‌های فرهنگی؛
۴. ترویج سنن ملی و قومی مناطق مختلف کشور با رویکرد فرهنگ اسلامی - ایرانی؛
۵. برنامه‌ریزی جامع و کامل برای بهره‌گیری از فرصت‌های فضای مجازی به منظور افزایش مشروعیت و شخصیت فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛
۶. اجرای برنامه‌های حمایتی از تنوع و افزایش کمی و کیفی روزآمد محتواهای جذاب فرهنگی؛
۷. ایجاد و حاکم کردن ضوابط الزام‌آور حمایتی از محصولات و نرم‌افزارهای فرهنگی و پیام‌رسان‌های بومی؛
۸. ساماندهی؛ توسعه و تقویت زیرساخت‌های مراکز تولید محصولات کیفی، متنوع و جذاب فرهنگی

متناسب با هنجارها و ارزش‌های اسلامی - ایرانی؛

۹. تقویت ارتباط مراکز آموزشی و پژوهشی با حوزه فرهنگ عمومی برای تربیت کمی و کیفی مستمر منابع انسانی.

راهبرد «انسجام‌بخشی به نظام فکری سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی فرهنگی برای بهبود و افزایش مزیت رقابتی» و همچنین «ایجاد ساختار منسجم نظام بخش و هماهنگ کننده و برنامه‌ریز برای کلیه امور فرهنگی در فضای مجازی» از عوامل راهبردهای خروج از روزمرگی با داشتن ضریب همبستگی (۱/۰۰) و ضریب تعیین ۱/۰۰، بیشترین تأثیر را دارند. بنابراین راهبردهای یادشده ۱۰۰ درصد از تغییرات متغیر پژوهش را تبیین می‌کنند.

بحث و نتیجه‌گیری

چالش‌ها از تعامل نقاط قوت و فرصت و آرمان‌ها و نتایج که از شناخت حوزه فرهنگی محیط فضای مجازی است به دست می‌آید. چالش دارای جنبه‌های مثبت و منفی است که بسته به نوع مدیریت و نحوه برخورد با آن امکان غلبه جنبه فرصت بر تهدید و آسیب‌ها و یا برعکس وجود دارد. از این رو چالش به طور ذاتی منفی نیست، بلکه با هدایت و مدیریت صحیح می‌توان از نیروهای مستتر در آن بهره‌برده و با تقویت نقاط قوت و استفاده از فرصت‌های فرهنگی موجود در محیط مجازی، جنبه‌های آسیب و تهدیدات فرهنگی در فضای مجازی را حذف کرد و یا کاهش داد؛ اما در صورت مدیریت ناکارآمد فرهنگی و برخورد منفعلانه با چالش‌های فضای مجازی، نتیجه آن چیزی جز غلبه تهدیدات و آسیب‌های فرهنگی بر قوت‌ها و فرصت‌های موجود نخواهد بود.

بر اساس یافته‌های پژوهش با تجزیه و تحلیل عوامل راهبردی هدایت اخلاقی در فضای مجازی و تعیین ماتریس ارزیابی موقعیت و اقدام راهبردی با استفاده از مدل SOAR، چهار موقعیت راهبردی به شرح شکل ۲ به دست آمد.



شکل ۲. عوامل مؤثر بر هدایت اخلاقی در فضای مجازی کشور

پیشنهادها: بر اساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادها زیر ارائه شد:

۱. ایجاد، توسعه و تقویت شبکه‌های اجتماعی بومی مستقل، مقاوم، امن و مطمئن در حوزه هدایت اخلاقی در فضای مجازی و زیرساخت‌های حیاتی کشور؛

۲. ایجاد یک نهاد قدرتمند فرهنگی برای سیاست‌گذاری، کنترل و نظارت و هماهنگ‌کننده امور فرهنگی فضای مجازی در سطح کشور به عنوان مرجع ملی؛
۳. پایش هدف محور امور فرهنگی در فضای مجازی و تجزیه و تحلیل آن به منظور آگاهی از روندها و پیشران‌های امور فرهنگی برای اصلاح و تقویت فرهنگ مقوم ایرانی - اسلامی؛
۴. بهره‌گیری از مراکز علمی و دانشگاهی و ظرفیت‌های دانش بنیان به منظور توسعه بسترهای فرهنگی در حوزه فضای مجازی؛
۵. آموزش و توسعه منابع انسانی نخبه و متعهد لازم در حوزه اخلاق، فرهنگ و فضای مجازی؛
۶. حمایت مادی و معنوی از تولیدکنندگان محتوای اخلاقی با هدف تقویت انگیزه و فراگیرسازی تولید محتوا همسو با ارزش‌های فرهنگی.

فهرست منابع

قرآن کریم.

بی‌نام. (۱۳۹۲). جرائم سایبری چیست؟ پایگاه اطلاع‌رسانی وکیل ۳۶۰. قابل بازیابی از:

<http://www.vakil360.com/post/10183/>

پاینده، ابوالقاسم. (۱۳۶۲). نهج الفصاحه. جلد دوم. تهران: سازمان انتشارات جاویدان.

پلیس فتا. (۱۳۹۴). بررسی و تحلیل آسیب‌ها و ملاحظات فضای مجازی. پایگاه اطلاع‌رسانی پلیس فتا. قابل بازیابی از:

<https://www.cyberpolice.ir/news/51481>.

تویسرکانی، محمدرضا. (۱۳۸۵). الگوی برتر، شیوه مبارزه پیامبر اکرم با مفاسد اجتماعی. تهران: نشر آرام دل.

جمعی از نویسندگان. (۱۳۸۱). جامعه ایده‌آل اسلامی و میانی تمدن غرب. جلد دوم. دبیرخانه اجلاس دو سالانه بررسی ابعاد وجودی حضرت مهدی (عج).

حسین، نجاتی. (۱۳۹۵). پژوهش‌کننده تحقیقات راهبردی مجمع تشخیص مصلحت نظام. معاونت پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی، گروه پژوهش‌های اجتماعی.

خلیلی پور رکن‌آبادی، علی و نورعلی‌وند، یاسر. (۱۳۹۱). تهدیدات سایبری و تأثیر آن بر امنیت ملی. فصلنامه مطالعات راهبردی، ۱۵(۲)، صص ۱۶۷-۱۹۶.

شورای عالی امنیت فضای تبادل اطلاعات کشور. (۱۳۸۴). ضمیمه حقوقی سند افتا. شورای عالی امنیت فضای تبادل اطلاعات کشور.

عزیزی، عباس. (۱۳۸۱). فضایل و سیره حضرت محمد (ص) در آثار علامه حسن‌زاده آملی. قم: انتشارات صلاه.

قاجار قیونلو، سیامک. (۱۳۹۱). مقدمه حقوق سایبر. تهران: انتشارات میزان.

قرشی، باقر شریف. (۱۴۲۵ ق). اخلاق النبوی و اهل بیته. قم: مهر امیرالمومنین (علیه السلام).

کاوه، محمد. (۱۳۹۱). آسیب‌شناسی بیماری‌های اجتماعی. جلد اول. تهران: جامعه‌شناسان.

محمدی ری‌شهری، محمد. (۱۳۸۴). میزان الحکمه. قم: نشر دارالحدیث.

مرکز ملی فضای مجازی. (۱۳۹۶). فضای مجازی در ۲۰۲۵. پایگاه اطلاع‌رسانی شورای عالی فضای مجازی. قابل بازیابی از: http://majazi.ir/general_content/81611/swd_id/13825/unitWdId/53812/

مطهری، مرتضی. (۱۳۵۹). نظام حقوق زن در اسلام. تهران: انتشارات صدرا.
 مظفر، محمدحسین. (۱۳۴۹). کارنامه سیاسی اجتماعی و اخلاقی محمد (ص). زمانی، مصطفی، مترجم. قم: نشر محمدی.
 مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۹). اخلاق در قرآن، اصول مسائل اخلاقی. جلد اول. قم: انتشارات امام علی بن ابیطالب.

- Bartholomees, J. Boone. & Army War College. (2010). The U.S. Army War College guide to national security. Carlisle, PA: Strategic Studies Institute, U.S. Army War College.
- Brenner, Susan W. (2004). Toward a criminal law for cyberspace: Product liability and other issues. University of Pittsburgh School of Law. Journal of Technology Law and Policy.
- Burt, David; Kleiner, Aaron; Nicholas, J. Paul; & Sullivan, Kevin. (2014). Cyberspace 2025 Today's decisions, Tomorrow's Terrain, navigating the future of cybersecurity policy. Microsoft Corporation.
- Creswell, John W. (2013). Educational research: planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research.
- Peritz, Aki J.; & Sechrist, Michael. (2010). Protecting Cyberspace and the US National Interest. Belfer Center for Science and International Affairs. Cambridge, MA: Harvard Kennedy School.
- Rauscher, Karl Frederick; & Yaschenko, Valery. (2011). Russia US Bilateral on Cyber Security: Critical Terminology Foundations. New York, USA: East West Institute.
- Tabansky, Lior. (2011). Basic concepts in cyber warfare. Military and Strategic Affairs, 3(1), 75-92.
- White House. (2009). Cyberspace policy review: Assuring a trusted and resilient information and communications infrastructure. White House: United States of America.