

ارائه الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای مجازی

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 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 مادی‌گرای 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 کارشناس ارشد پدافند غیر عامل (گرایش امنیت ملی)

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

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، فضاهاى 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 می‌گیرد و به سنگ بنای امنیت ملی هر کشوری تبدیل شده است. درک صحیح از شرایط کنونی جهانی و محیط رسانه‌های اجتماعی لازمه اعمال حاکمیت بر آن می‌باشد. با توسعه فناوری‌هایی مانند اینترنت، اینترنت اشیا و ارتباطات سیار، فضای مجازی به فضای دوم برای تولید و زندگی بشر تبدیل شده است. از نظر "کاستلز"، فناوری‌های نوین اطلاعاتی، نقاط دورِ عالم را در شبکه‌های جهانی به همدیگر پیوند می‌دهند و ارتباطات رایانه‌ای، مجموعه‌ای گسترده از جوامع مجازی را به وجود می‌آورند ("کاستلز" - مقدمه دکتر خانگی، 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 می‌باشد که این امر به یکی از چالش‌های 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 فرصت‌های آن استفاده نمایند. در این راستا، این پژوهش در پی ارائه الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای مجازی بر اساس 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 پذیری‌های نظام‌های سیاسی و تضعیف اجرایی شدن شاخص‌هایی 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)

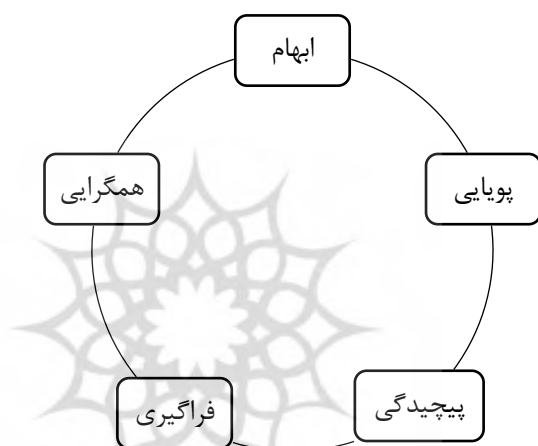
۲-۲- فضای مجازی / فضای سایبری

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 ویژگی‌های آن می‌پردازیم.

ویژگی‌های فضای مجازی

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 می‌باشد را به عنوان مبنا قرار می‌دهیم:



شکل ۱: ویژگی‌های فضای سایبری

معرفی فضای سایبری

" فضای سایبری، 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 (مرکز فرماندهی، آموزش و دکترین نیروی زمینی آمریکا، ۱۳۹۸: ۲۳). "

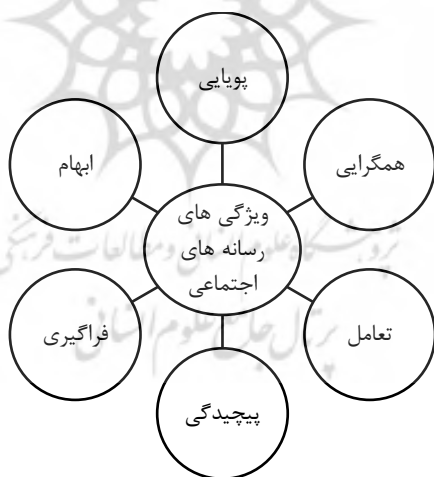
به شبکه‌های وابسته به یکدیگر از زیرساخت‌های فناوری اطلاعات، شبکه‌های ارتباطی، سامانه‌های رایانه‌ای، پردازنده‌های تعبیه شده (جاگذاری شده)، کنترل کننده‌های صنایع حیاتی، محیط مجازی اطلاعات و اثر متقابل بین این محیط و انسان به منظور تولید، پردازش، ذخیره‌سازی، مبادله، بازیابی و بهره‌برداری از اطلاعات گفته می‌شود که ممکن است در ارتباط مستقیم و مداوم با سامانه‌های 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 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, ۲۰۱۵: ۱۱۱). 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, ۲۰۱۴).

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 می دانند و بر همین نوع نگاه، رسانه های اجتماعی را حاوی پیام از فرستندگان متعدد به گیرندگانی می دانند که امکان

اثرگذاری بر شبکه می دانند. 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.

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, ۲۰۱۵: ۵۶).

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 مینا 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 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 می‌باشد.

دسته‌بندی رسانه‌های اجتماعی

"گوهرخان"، در کتاب تجزیه و تحلیل رسانه‌های اجتماعی، دست بندی رسانه‌های 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- 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، به‌عنوان برچسب‌گذاری

اجتماعی، نمایه‌سازی اجتماعی و برچسب‌گذاری مشارکتی معروف است و به توماس واندر 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 سه بعدی (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 بستری 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: ۲۰۱۵: ۶۲-۷۱)

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

انسان‌ها 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

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

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 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) 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

^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.

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 (کاستلر، 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

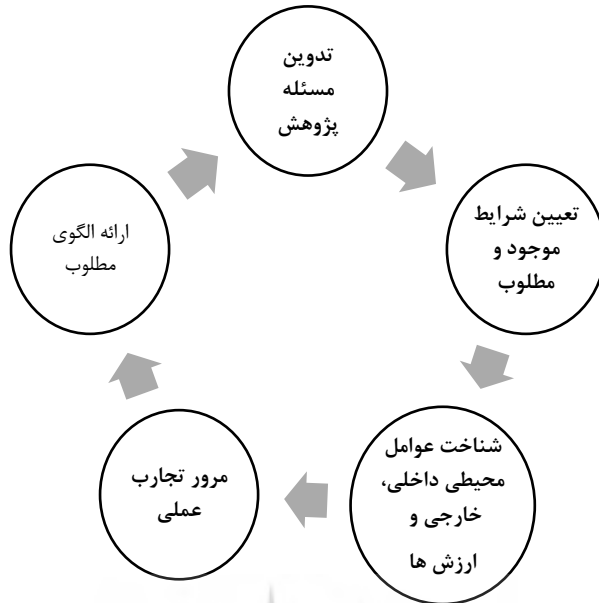
" هافمن" می گوید: یک نظریه خوب باید دارای سه عنصر باشد. عنصر اول توصیفی است که به لحاظ تاریخی و تجربی پدیده های حال و آینده را تبیین کند. دوم، عنصر پیش بینی کننده که روندها را به نحوی عینی پیش بینی کرده یا توانایی پیش دستی در وقایع آینده را بدهد و نهایتاً بتواند مشاوره‌ای تجویزی برای هدایت سیاست در آینده به دست دهد (جولانی و فولادی، ۱۳۹۶: ۶۱).

الگو يك طرح پیشنهادی است که دریافت ما از دنیای خارج را توضیح می دهد؛ چشم اندازی را ارائه کرده و راه های ساده کردن پیچیدگی های آن را نشان می دهد؛ به پژوهشگر می گوید چه چیزی مهم است و روند علت و معلولی پدیده ها چیست. الگو در علوم مختلف دارای معنای خاص خود است؛ اما در این پژوهش، تعریف امام خامنه‌ای را به عنوان مبنا قرار می دهیم:

" الگو، نقشه‌ی جامع است؛ به ما می گوید که به کدام طرف، به کدام سمت، برای کدام هدف داریم حرکت می کنیم. 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، می توان چرخه تدوین الگو را به صورت شکل

ذیل نمایش داد (برداشت آزاد از حاجیانی، ۱۳۹۵).



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

صرف نظر 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 در مجموع 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، از جمله 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 سیستم عامل‌های 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 که به صورت لحظه‌ای، ارگانیک و غالباً به صورت عمومی در سراسر سیستم عامل‌های 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, ۲۰۱۵). 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 / واثرگذاری 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

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

یک واقعیت پیچیده و واقعیت تفکیک‌ناپذیر باکیفیت دوگانه شامل محیط و انواع عوامل اجتماعی طبیعی و مجازی زندگی می‌کنیم (Yanitsky, ۲۰۱۹).

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: «أَنْ تَمَسْسَكُمْ حَسَنَةٌ تَسُوهُمْ وَإِنْ تُصِيبْكُمْ 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: «الاسلامُ يعلو ولا يعلى عليه والكفارُ بمنزلة الموتى لا يحجبون ولا يورثون»؛ یعنی اسلام نسبت به سایر مکاتب و ملل، همواره برتری دارد و هیچ چیزی 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 تشریح 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: «نهی 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 چهل 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

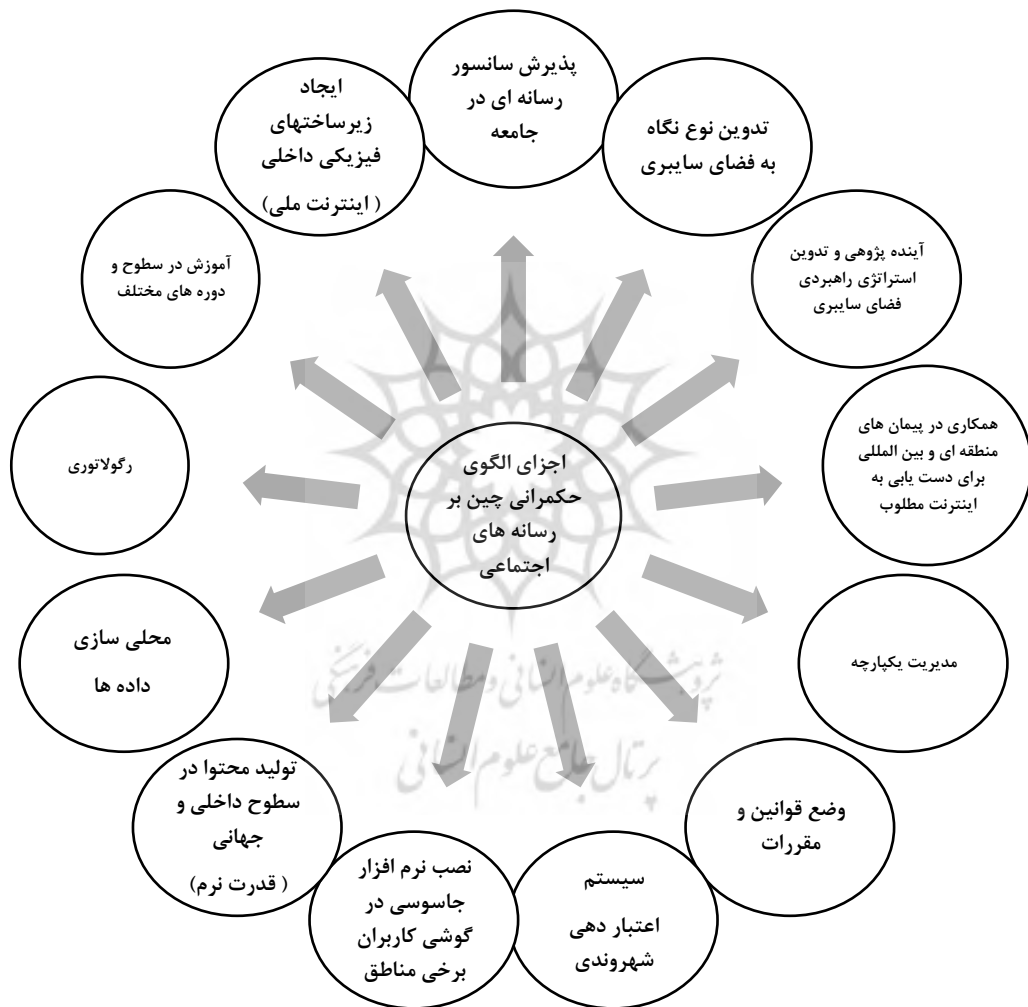
یکی از مراحل مهم در تدوین الگوی مطلوب، مرور تجارب عملی الگو در سایر جوامع، سازمان‌ها و غیره با توجه به موضوع پژوهش است. مشکلات و مسائل راهبردی بی‌سابقه نیست و بیشتر مشکلات جوامع، دولت‌ها و سازمان‌ها مشابه و مشترک است. هرچند در این راستا نباید از توجه به شرایط محیطی و بومی (زیست‌بوم) غافل ماند. ولی استدلال 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 آزمون و خطا 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 می شود.

اجزای الگوی حکمرانی سایبری چین:

براساس بررسی های انجام شده در منابع علمی، اجزای الگوی حکمرانی چین بر فضای مجازی به صورت

شکل زیر می باشد:

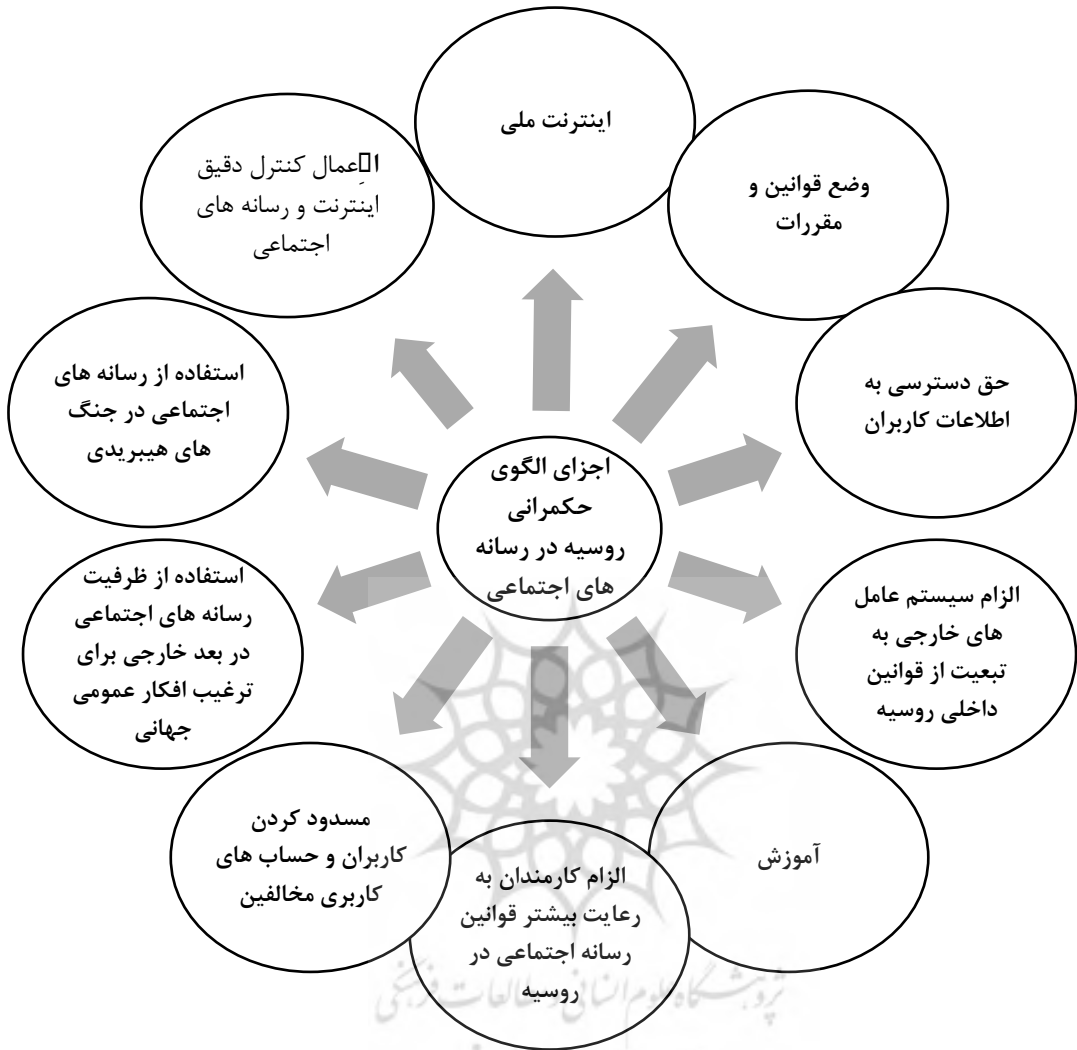


شکل ۴: اجزای الگوی حکمرانی سایبری چین [۱]

۲،۶،۲. اجزای الگوی حکمرانی روسیه در رسانه های اجتماعی

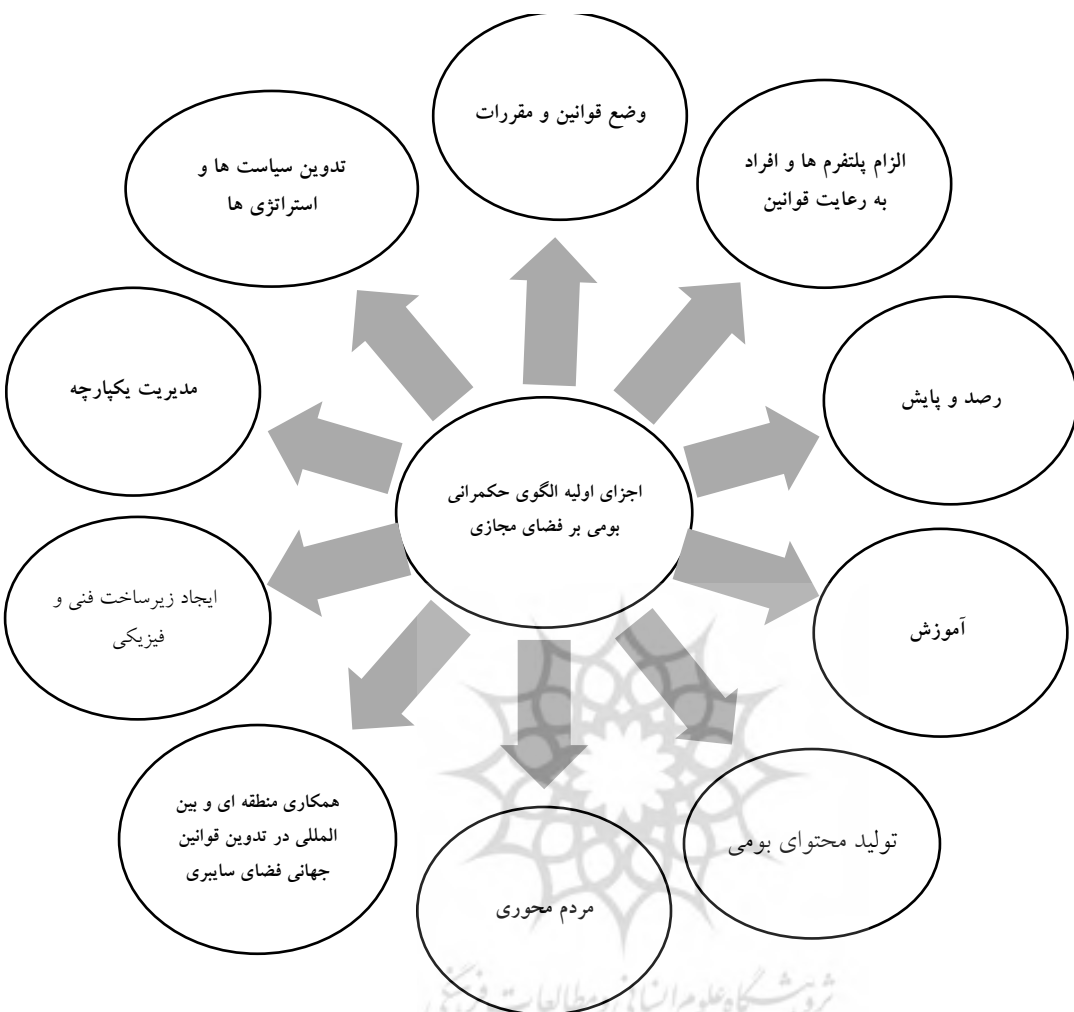
روسیه از استراتژی دفاع غیرفعال (اینترنت ملی) و دفاع فعال (ترکیب حملات سایبری و حملات روان شناختی) استفاده می نماید. در ماده ۲۹ قانون اساسی فدراسیون روسیه آمده است: "هرکسی حق دارد به آسانی و به هر طریق قانونی به جستجو، دریافت، انتقال، تولید و توزیع اطلاعات بپردازد". استراتژی جدید روسیه و ماهیت نظامی آن توسط والرئ گراسیموف، ژنرال عالی رتبه این کشور به بهترین وجه بیان شده است. او در سخنرانی که در روزنامه ارتش روسیه چاپ شده 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 رفته اند." پیتر 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 آمسترانگ، 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. آن‌ها 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, ۲۰۱۶)

^۱ Sputnik international



شکل ۵: اجزای الگوی حکمرانی سایبری روسیه [۸]

جمع بندی: اجزای اولیه الگوی حکمرانی بر فضای مجازی



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. براساس این اس تراتی، فضای مجازی روز به روز زمینه های بیشتری پیدا می کند، کانال های جدید برای انتشا

اطلاعات، فضاهاى جديد براى توليد و زندگى، محرک هاى جديد براى توسعه اقتصادى، حامل هاى جديد براى شکوفايى فرهنگى، سکوهاى جديد براى حاکميت اجتماعى، سرزمين هاى جديد براى حاکميت ملى و سرانجام گره هاى جديد براى تعامل و همکارى است. ليکن فضاى سايبيرى مى تواند به عنوان يک چالش بزرگ عمل کند. نفوذ سايبيرى به امنيت سياسى آسيب مى زند، حملات سايبيرى امنيت اقتصادى را تهديد مى کند، اطلاعات آنلاين آسيب رسان امنى ت فرهنگى، تروريسم آنلاين، قانون شکنى و جرم را از بين مى برد و امنيت اجتماعى را نابود مى کند، رقابت هاى بين المللى در فضاى مجازى به سرعت در حال گسترش است و در يک نتيجه گيرى کلى فرصت و چالش به عنوان همزيست يکديگر در اين فضا معرفى مى شود. همچنين چ بين با سلطه و هژمونى يک کشور بر فضاى مجازى مخالف بوده و معتقد است که حقوق همه ک شورها بايد در اين فضا به صورت عادلانه رعايت شود. همچنين اين فضا را بسترى براى توسعه معرفى مى نمايد (Nurkulov, ۲۰۱۷).

۲- حجت الاسلام دکتر رضا غلامى^۱ در پژوهشى با عنوان الگوى شش ضلعى حکمرانى ج.ا.ا در فضاى مجازى، ضمن تبیین اصول ده گانه و راهبردى جمهورى اسلامى ايران در مواجهه با فضاى مجازى، شش ضلع الگوى مدنظر را به صورت زير بيان نموده است:

- تکميل و راه اندازى شبکه ملى اطلاعات

- شکل دهى به اينترنت دوم يا ايجاد شبکه فراملى اطلاعات

- شکل دهى يک ائتلاف جهانى براى کاهش اختيارات امريكايى ها در فضاى مجازى و ايجاد نظام

حقوق بين الملل براى فضاى مجازى

- ايجاد غلبه گفتمانى براى مواجهه معقول و انقلابى با فضاى مجازى

- راه اندازى شرکت هاى عظيم غيردولتى با رويکرد فراملى و باز کردن ميدان نوآورى

- ايجاد بسيج سايبيرى با رويکرد محتوايى (غلامى، ۱۳۹۸)

^۱رئيس مرکز پژوهشهاى علوم انسانى اسلامى صدر

۳- احسان جعفری در پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان "تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی و تأثیر آن بر امنیت اجتماعی جمهوری اسلامی ایران" در سال ۱۳۹۷ معتقد است تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی از ابعاد مختلفی قابل بررسی و ارزیابی است. لذا سیاست‌گذاران شبکه‌های اجتماعی با استفاده از فرصت ایجادشده توسط این مؤلفه‌ها و تأثیر بر آنها (تبدیل فرصت به تهدید) زمینه برهم زدن امنیت اجتماعی در دولت‌های مختلف را دنبال می‌نمایند. این موضوع برای کشور ما نیز صادق بوده و تأثیر بر این مؤلفه‌ها به منظور برهم زدن امنیت اجتماعی توسط بیگانگان دنبال می‌شود. برهم زدن امنیت اجتماعی به عنوان یکی از مؤلفه‌های اصلی امنیت ملی، زمینه برهم خوردن امنیت ملی یک کشور را فراهم می‌نماید. وجود فرهنگ، آداب و رسوم، جغرافیای بزرگ، نوع حکومت، افکار عمومی جامعه و هزاران ویژگی دیگر در یک جامعه می‌تواند به عنوان یک فرصت اساسی برای مسئولین هر کشوری برای نیل به اهداف عالی به بهره‌برداری قرار گیرد.

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 کتابخانه‌ای و ابزار گردآوری اطلاعات از امکانات کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق با تأکید بر رویکردی اکتشافی، به عنوان ابزارهای پژوهش استفاده شده است.

قلمرو زمانی تحقیق، دوره پنج‌ساله از ۱۳۹۴ الی ۱۳۹۹، قلمرو مکانی آن جمهوری اسلامی ایران و قلمرو موضوعی آن شبکه‌های اجتماعی هست. جامعه آماری این پژوهش، متشکل از خبرگان، نخبگان، اساتید و مسئولین متولی امور شبکه‌های اجتماعی بوده که با شبکه‌های اجتماعی به صورت مستقیم سر و کار داشته و حداقل دارای ۱۰ سال مسئولیت در امور مربوط به شبکه‌های اجتماعی کشور بوده‌اند. 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

$$PAO=2M/(N1+N2) \text{ پیامدها } PAO=2 \times 4 / (5+4) = 0,89 \quad PAO=2 \times 8 / (10+8) = 0,88 \text{ تهدیدات}$$

جامعه آماری تحقیق

در دنیای پر تحول و پرشتاب امروزی، آمار ازان رو که ابزار مهمی برای توصیف و تحلیل داده، به ویژه در زمینه‌های پژوهشی است و یکی از مهم‌ترین ابزارهای تصمیم‌گیری هست، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. با توجه به لزوم آشنایی اعضای جامعه آماری با موضوع تحقیق و از طرفی مدنظر قرار دادن راهبردها و سیاست‌های کشور در تدوین این پژوهش، اعضای جامعه آماری در بخش مصاحبه‌نخبگان و مسئولین رده ۱ یا ۲ سازمان‌های 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. به‌گونه‌ای در حوزه امنیتی- دفاعی، سردار احمدی مقدم، در حوزه رسانه‌ای و فرهنگی آقایان نوری، یاسر جلالی و کریمی قهرودی و در حوزه سخت‌افزاری و فیزیکی آقایان سید صالحی و کریمی نیسانی انتخاب شده و مراحل کار انجام گرفت.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

^۱ در ضریب هولستی، بیش از ۰,۷ مقدار معتبری است.

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

جدول ۱: جامعه نخبگان 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.

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 خبرنگار 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 خبرنگار در ۲۹ مؤلفه دسته‌بندی شدند و ذیل ۷ بعد حکمرانی سایبری قرار گرفتند. برای

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

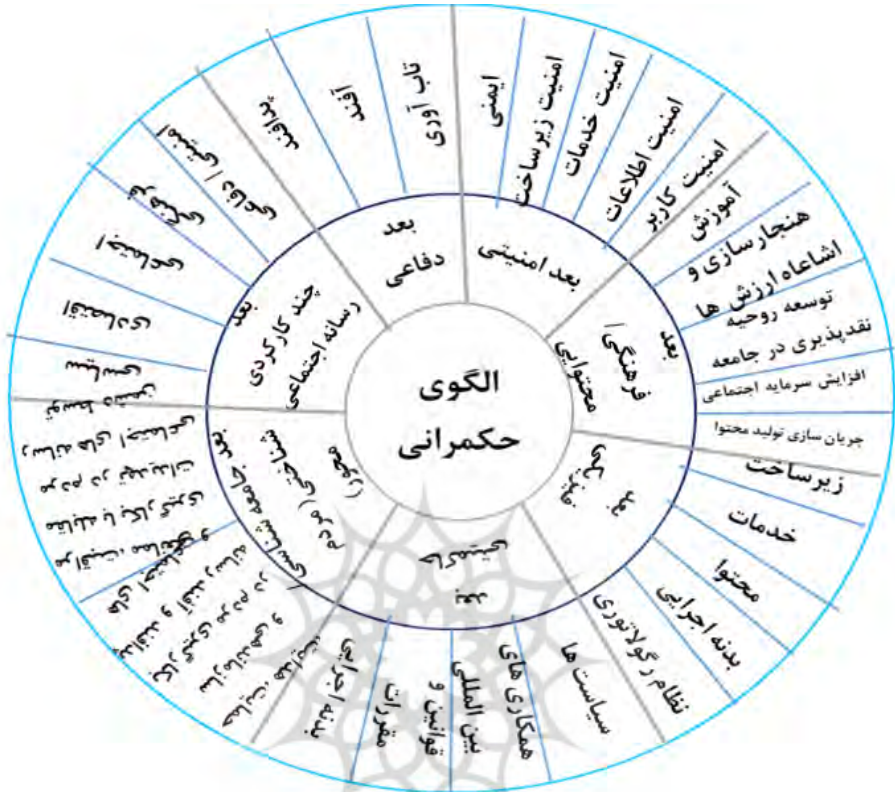
دقت بیشتر، مجدداً روند کار تکرار گردید تا از وقوع خطا جلوگیری شود. همچنین از نظرت صاحب نظران حوزه شبکه‌های اجتماعی و حکمرانی سایبری در تأیید دسته‌بندی شاخص‌های ۱۴گانه استفاده شد و اندک نظرات اصلاحی مدنظر قرار گرفت.

تجزیه و تحلیل پاسخ خبرگان در مصاحبه عمیق و اولویت بندی:

با بررسی جدول ۴-۴، شاخص‌های حکمرانی زیر با بیش از ۸۴ درصد بر اساس نظر خبرگان در اولویت قرار گرفتند:

۱. آموزش ویژه مسئولین، نخبگان و فعالان شبکه‌های اجتماعی
 ۲. ایجاد رشته‌های تحصیلی دانشگاهی فضای مجازی
 ۳. رفع شبهات ایجاد شده در شبکه‌های اجتماعی برای نخبگان و مردم
 ۴. حفظ حریم خصوصی کاربران در شبکه‌های اجتماعی
 ۵. تولید سیستم عامل بومی با رعایت عنصر فراگیری (پوشش گسترده)
 ۶. پایدارسازی و ماندگاری زیرساخت و خدمات شبکه‌های اجتماعی
 ۷. باز معماری اجزای حاکمیت و وجود دولت الکترونیک (هوشمند)
 ۸. فعال تر شدن شورای عالی فضای مجازی
 ۹. قرار دادن درس آموزش شبکه‌های اجتماعی در مقاطع تحصیلی و دانشگاهی
- در مجموع اینکه بر اساس نظر نخبگان، آموزش، ایجاد شبکه ملی اطلاعات، تولید شبکه اجتماعی بومی فراگیر، در دسترس و متنوع (دولتی یا خصوصی با رعایت اولویت اصل امنیت بر رقابت) و حفظ حریم خصوص کاربران در اولویت شاخص‌های حکمرانی قرار دارند. همچنین مصاحبه‌شوندگان در شاخص‌های فعال تر شدن شورای عالی فضای مجازی و ایجاد ساختار دفاعی مستقل پدافندی در شبکه‌های اجتماعی ذیل نیروهای مسلح اجماع نظر داشتند.

شکل ۷: ابعاد و مؤلفه‌های الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای سایبری



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

شخص	مؤلفه	بعد
بومی سازی ابزار و فن آوری	زیرساخت	فیزیکی (شبکه ملی اطلاعات)
استفاده از فن آوری روز دنیا با اتکا به توان داخلی (درون زایی و برون نگری)		
پایداری و ماندگاری زیرساخت و خدمات فضای مجازی		
ظرفیت سازی فرامرزی زیرساخت 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	
سهولت در دسترسی عادلانه به خدمات شبکه های اجتماعی		
تطابق خدمات شبکه های اجتماعی با نیازمندی های جامعه		
محتوای اسلامی	محتوا	
محتوای متقن و جذاب		
تقویت زبان و ادبیات فارسی		

فیلترگذاری و کنترل مناسب	نظام رگلاتوری (رگلاتوری زیرساخت، خدمات و محتوا)
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	

جدول ۲: بعد فیزیکی الگوی حکمرانی سایبری



شاخص	مؤلفه	بعد
بازمعماری اجزای حاکمیت	سیاست‌گذاری	حاکمیت سایبری (اعمال حق حاکمیت دولت بر فضای مجازی)
مشارکت حداکثری مردم در حکمرانی		
آینده‌پژوهی در فضای سایبری		
تدوین راهبردهای کلان فضای مجازی و اولویت‌بندی آن‌ها		
بومی‌سازی ادبیات 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	همکاری‌های بین‌المللی	
تعریف دقیق و صریح اهداف مشترک		
تعامل فعال و مدبرانه		
دارا بودن قدرت ابتکار عمل		
رعایت اصول اخلاقی و عدالت	بدنه اجرایی	
هماهنگی، انسجام و هم‌افزایی نهادهای متولی در شبکه‌های اجتماعی		
تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری فعالانه با پشتوانه قدرت اجرایی		
مدیریت یکپارچه فضای مجازی		
دوری از افراط و تفریط (داشتن سعه صدر)		

بعد حاکمیت سایبری:

جدول ۳: بعد حاکمیت سایبری الگوی حکمرانی سایبری

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

بعد چند کارکردی (عملکردی) رسانه‌های اجتماعی

جدول ۴: بعد چند کارکردی الگوی حکمرانی سایبری

مؤلفه	شخص	بعد
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	
هنجار سازی و اشاعه ارزش‌های اسلامی در جامعه	تعریف دقیق اهداف و مأموریت‌ها و شفاف سازی برای مردم	بعد فرهنگی / محتوایی
	تشکیل هیئت‌های اندیشه‌ورز در همه سطوح کشور	
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	

بعد فرهنگی - محتوایی

جدول ۵: بعد فرهنگی / محتوایی الگوی حکمرانی سایبری

بعد جامعه‌شناسی / روانشناسی / شناختی

شخص	مؤلفه	بعد
افزایش آگاهی و بصیرت مردم در فضای مجازی	سازمان دهی و هدایت مردم در شبکه‌های اجتماعی	جامعه‌شناسی / روانشناسی / شناختی
تسهیل سازی و حمایت از تولید محتوا		
روحیه جهادی		
مشارکت حداکثری نیروها و تشکل‌های مردمی متعهد		
جریان سازی عظیم و مبتکرانه محتوایی		
تولید محتوای اثربخش		
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	مقابله با به‌کارگیری مردم در شبکه‌های اجتماعی توسط دشمن	
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		
گفتمان‌سازی انقلاب اسلامی فارغ از مرزهای ملی		

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



بعد دفاعی

شاخص	مؤلفه	بعد
ایجاد ساختار متمرکز نیروی دفاعی فضای مجازی	آفند	دفاعی
کشف اهداف و توانمندی‌های دشمن در شبکه‌های اجتماعی		
وجود نیروی شبه نظامی شبکه‌های اجتماعی	پدافند	
بسیج فضای مجازی فرامرزی		
رصد و پایش تهدیدات		
ایجاد ساختار دفاعی لایه به لایه	تاب‌آوری	
وجود طرح‌های مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی		

جدول ۷: بعد دفاعی الگوی حکمرانی سایبری

بعد امنیتی

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

جدول ۸: بعد امنیتی الگوی حکمرانی سایبری

جمع بندی و نتیجه گیری

امروزه شبکه‌های اجتماعی فارغ از یک ابزار و رسانه بوده و به محیط زیست انسان تبدیل شده که با پیشرفت سایر فناوری‌ها از جمله رایانه‌های کوانتومی و فن‌آوری شزان^۱، انتقال زیست انسان به این فضا با سرعت بیشتری ادامه یافته است. لیکن این فن‌آوری نیز همانند هر فن‌آوری دیگری دارای فرصت‌ها و تهدیداتی است که بایستی با شناخت نقاط قوت و ضعف داخلی از فرصت‌ها استفاده و در برابر تهدیدات، ایمنی زایی نموده و مقابله نمود. شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی کنونی، فی‌ذاته دارای تهدید علیه حاکمیت کشور می‌باشد. چون این بستر بر اساس فلسفه غرب بوده و همچنین هژمونی و سلطه غرب بر فضای مجازی کنونی علی‌رغم ادعای آزادی اطلاعات به وضوح قابل مشاهده است. همچنین این سلطه بر خلاف حق اعمال حاکمیت کشورها می‌باشد.

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 می‌شود.

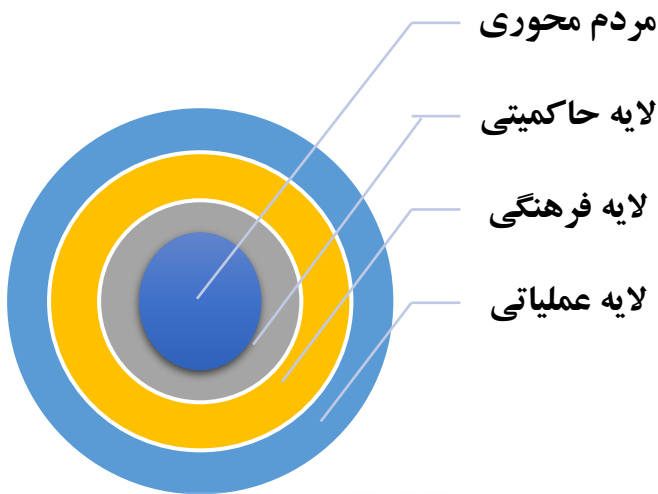
لازم به ذکر است که در مدل طراحی دشمن در جنگ شبکه‌های اجتماعی، مردم در محور و مرکزیت تهدیدات قرار دارند. بر این اساس و همچنین بر اساس نوع حکومت مردم‌سالار در کشورمان، الگوی حکمرانی نیز با محوریت و مرکزیت مردم طراحی شده است. نمای تصویری این الگو سه لایه‌ای است که لایه‌های آن عبارت‌اند از: حاکمیتی، فرهنگی 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 به روز 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

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

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 به صورت 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 به صورت 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 به صورت صحیح و جامع پرداخته نشود به صورت 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

درنهایت 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.

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.

منابع و مراجع

منابع فارسی:

پایان نامه:

[۱] دهقان اشکذری، محمد حسین (۱۳۹۹)، پایان نامه کارشناسی ارشد با عنوان "ارائه الگوی پدافند سایبری در برابر تهدیدات سایبری مردم محور مبتنی بر شبکه های اجتماعی"، دانشگاه علوم و فنون فارابی.

کتاب:

- 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
- پیرانی، شهره (۱۳۹۷)، روان شناسی سیاسی خشونت، تحلیل کنش معطوف به خشونت داعش.
- تی میلر، دیوید (۱۳۹۷)، دفاع ۲۰۴۵، مترجمین: محمد جولانی - عباس جلالی وند، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- جولانی، محمد، فولادی، قاسم (۱۳۹۶)، جنگ های ترکیبی، مروری بر ادبیات، تهران انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- زیباکلام، صادق (۱۳۹۴)، سنت و مدرنیته، چاپ نهم، تهران، انتشارات روزنه.
- زیباکلام، صادق (۱۳۹۶)، جامعه شناسی به زبان ساده، چاپ سوم، تهران، انتشارات روزنه.
- سند راهبردی پدافند سایبری کشور (۱۴۰۰-۱۳۹۵)، بهار ۱۳۹۵، چاپ اول.
- عاملی نرانی، سید سعید رضا، ۱۳۹۷، الگوی حکمرانی دو فضایی،
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۶)، قدرت ارتباطات، مترجم: حسین بصیریان جهرمی، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی، چاپ اول.
- کاستلز، مانوئل (۱۳۹۸)، شبکه های خشم و امید، مترجم: مجتبی قلی پور، تهران، نشر م

رکز، چاپ ششم.

- کریمی قهرودی، محمدرضا و زارعی، وحید (۱۳۹۸)، ارتش سایبری ۲۰۵۰، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
- کریمی قهرودی، محمدرضا و زارعی، وحید (۱۳۹۸)، الفبای سایبر، تهران، انتشارات مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.

مقاله ها:

- حاجیانی، ابراهیم (۱۳۹۵)، روش شناسی و تدوین الگوی مطلوب در پژوهش های راهبردی، مجله راهبرد، شماره ۷۸ (بهار ۱۳۹۵)
- خان محمدی، هادی- اصلی پور، حسین- خان محمدی، مجید- شمس، لیلا: ۱۳۹۷، طراحی الگوی نهادهینه سازی ارزش ها مبتنی بر بیانات مقام معظم رهبری، فصلنامه علمی، بصیرت و تربیت اسلامی، دوره ۱۵، شماره ۴۶.
- دهقان اشکدری، محمدحسین، ۱۳۹۷، نقش مهندسی اجتماعی در جمع آوری اطلاعات زیرساخت های حیاتی و تأثیر آن در جنگ های نوین، تهران، دانشگاه فرماندهی و ستاد آجا، نخستین همایش واکاوی تهدیدات نوپدید دفاعی- نظامی.
- صدر، امام موسی (۱۹۷۱)، اسلام، ارزش ها و مفاهیم انسانی، کنفرانس ششم مجمع پژوهش های اسلامی (مجمع البحوث الإسلامية- ۱۹۷۱)، قاهره، قابل دسترسی در آدرس www.imam-sadr.com
- عیوضی، محمد رحیم (۱۳۹۵)، بررسی مؤلفه های حکمرانی خوب از منظر امام خمینی (ره)، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، سال پنجم، شماره ۱۹.
- غلامی، رضا (۱۳۹۸)، الگوی شش ضلعی حکمرانی ج.ا.ا در فضای مجازی، قابل دسترسی در سایت majazi.ir
- گرجی، محمدرضا (۱۳۹۶)، حکومت داری و حکمرانی خوب، فصلنامه چالش های جهان، سال سومریال شماره اول (پیاپی ۹).

منابع لاتین

- ۲۰۱۹ U.S.A DEPARTMENT OF DEFENSE CYBER STRATEGY
- Arbeshlo, maykell(۲۰۱۸), *Social Media Warfare, Equal Weapons for All.*
- Giovanni Navarria, *The Networked Citizen Power, Politics, and Resistance in the Internet Age*, University of Exeter Exeter, United Kingdom, ۲۰۱۹
- Iasiello, Emilio(۲۰۱۷), China's Three Warfares Strategy Mitigates Fallout From Cyber Espionage Activities.
- Marie, Jones & Flaxman, Larry(۲۰۱۵), *Mind Wars.*
- Murphy, Joe& Jennifer Childs & Casey Tesfaye & Elizabeth Dean (۲۰۱۴), *Social Media in Public Opinion Research: Executive Summary of the Aapor Task Force on Emerging Technologies in Public OPinion Research*, Available in <https://www.researchgate.net>.
- NATO STARCOM, DAESH INFORMATION CAMPAIGN AND ITS INFLUENCE, JANUARY ۲۰۱۶
- Nurkulov Nurshod(۲۰۱۷), *New Cyber Strategy of China and the Alterations in the Field.*
- Singer & Brooking(۲۰۱۸), *LIKE WAR, The Weaponization Of Social Media*
- The Weaponization Of Social Media(۲۰۱۵), By Thomas Elkjer Nissen
- W. Kuang(۲۰۱۸), *Social Media in China, Sociology, Media and Journalism in China*, available in <https://doi.org>