

الگوی حکمرانی مردمی در فضای مجازی مبتنی بر نظریه مردم‌سالاری دینی

حسین بشری خاوه^۱، محمدصادق نصراللهی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۶/۱۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۱۲/۰۱ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۹/۰۲

فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال بیست و هفتم، شماره ۱۰۴، پاییز ۱۴۰۳

20.1001.1.1735501.1403.27.104.4.3 

چکیده

مسئله اصلی این پژوهش، دستیابی به الگوی مطلوب مشارکت مردم در حکمرانی فضای مجازی و سؤال اصلی آن نیز بدین صورت است: بر اساس مبانی نظری مردم‌سالاری دینی، الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی چیست؟ به منظور یافتن پاسخ این سؤال، داده‌های موردنیاز به شیوه مصاحبه با خبرگان و بررسی منابع کتابخانه‌ای، گردآوری شده و با روش داده‌بنیاد مورد تحلیل قرار گرفت. جامعه آماری خبرگان در این پژوهش، مجموعه سیاست‌گذاران، مدیران اجرایی، اساتید دانشگاه و پژوهشگران مرتبط با حوزه حکمرانی فضای مجازی در ایران بوده که به روش نمونه‌گیری نظری، با ۱۲ نفر از آنان مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته انجام شد. یافته‌های گردآوری شده طی ۳ مرحله کدگذاری باز، محوری و انتخابی، تحلیل شده و روایی و پایایی فرایند پژوهش نیز بر اساس چهار معیار انطباق، قابلیت فهم، تعمیم و کنترل، مورد ارزیابی و تأیید قرار گرفت. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که با در نظر گرفتن تفاوت‌های حکمرانی فضای مجازی با حکمرانی فضای فیزیکی - که ناشی از عوامل زمینه‌ای یعنی اقتضائات خاص فضای مجازی است - تحقق مردم‌سالاری دینی در حکمرانی فضای مجازی، از طریق «فراحکمرانی» امکان‌پذیر است. لذا «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه»، ترکیبی از سه الگوی حکمرانی سلسله‌مراتبی در لایه زیرساخت، حکمرانی بازار در لایه خدمات و حکمرانی شبکه‌ای در لایه محتوای فضای مجازی است که توسط اصول مردم‌سالاری دینی احاطه شده و به دنبال تحقق غایات آن است. بازیگران دخیل در این الگو، حکومت، شرکت‌های خصوصی، اصناف و اتحادیه‌های بخش خصوصی، نهادهای متشکل مردمی، والدین و کاربران هستند که از طریق سه ابزار سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و اجرا در فرایند حکمرانی مشارکت می‌کنند.

کلیدواژگان:

حکمرانی مردمی، فضای مجازی، مردم‌سالاری دینی، الگوی پارادایمی، فراحکمرانی

^۱ دانشجوی دکتری رشته فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، تهران، ایران (نویسنده مسئول) -

bashari.iran@gmail.com

^۲ دانشیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق (علیه‌السلام)، تهران، ایران

m.nasrollahi@isu.ac.ir

۱- مقدمه و بیان مسئله

۱-۱- مقدمه موضوع

«فضای مجازی»^۱، اصطلاحی است که برای توصیف فضای اجتماعی ایجاد شده از طریق اتصال شبکه‌های ارتباطات الکترونیکی مانند اینترنت، استفاده می‌شود؛ به نحوی که «ارتباطات رایانه-واسط»^۲ را بین هر تعداد افرادی که از لحاظ جغرافیایی در سراسر جهان پراکنده شده‌اند، امکان‌پذیر می‌سازد (Bell et.al, 2004, p 41). ارتباطات در این فضا همچون فضای فیزیکی، ابعاد مختلف حیات انسان اعم از فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و غیره را تحت تأثیر قرار می‌دهد و بر همین اساس، فعالیت‌های کنشگران و ذی‌نفعان مختلف و روابط شکل‌گرفته میان آن‌ها در فضای مجازی باید به نحو مطلوب، مدیریت و تنظیم گردد. به عبارت دیگر، این فضا در گام نخست، نیازمند قانون‌گذاری، کنترل و نظارت است تا بتوان کنش‌ها و روابط را به‌طور عادلانه تنظیم کرده و از کج‌کارکردها و وقوع جرائم، جلوگیری نمود و در گام دوم، نیازمند سیاست‌گذاری و هدایت است تا بتوان آن را در جهت اهداف تکاملی جوامع، جهت داد. اگر حکمرانی را شامل «تمام فرایندهای اداره امور که از سوی دولت، بازار و شبکه و یا از طریق خانواده، قبیله، سازمان‌های رسمی و غیررسمی، قوانین، هنجارها، قدرت یا زبان اعمال می‌شود» (بور، ۱۳۹۷، ص ۱۰) بدانیم، بنا بر آنچه بیان شد، حکمرانی فضای مجازی یک واقعیت جاری در کشور ما و جهان امروز است.

همان‌گونه که فضای مجازی، متفاوت از فضای فیزیکی (واقعی) است، شیوه‌های حکمرانی فضای مجازی نیز متفاوت خواهد بود (Gelbstein & Kurbalija, 2005, p16) و نقش و نسبت کنشگران و ذی‌نفعان مختلف در آن اعم از دولت، مردم، بخش خصوصی و غیره نیز به‌گونه‌ای متفاوت باید تعریف شود. عاملی (۱۳۹۷، صص ۲۳ و ۲۴) معتقد است که رویکرد فلسفی مسلط در هر جامعه‌ای، جهت الگوهای سیاست‌گذاری و حکمرانی فضای مجازی در آن جامعه را تعیین می‌کند. بر همین مبنا، اگر الگوی حکمرانی (بر فضای فیزیکی) در جمهوری اسلامی ایران از ابتدای انقلاب اسلامی تاکنون، با تکیه بر مردم و مشارکت آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های خرد و کلان شکل‌گرفته است، الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی در ایران نیز باید مبتنی بر مشارکت مردم در چارچوب اسلام و متناسب با اقتضائات و

^۱ Cyberspace

^۲ Computer Mediated Communications (CMC)



ویژگی‌های متمایز این فضا باشد؛ لذا مردم‌سالاری دینی به‌عنوان یک فلسفه سیاسی، لازم است مبنای نظری حکمرانی فضای مجازی در ایران قرار گیرد. با آن‌که در وهله نخست به نظر می‌رسد قدرت مردم به واسطه فضای مجازی افزایش یافته است، اما در درون این فضا، منافع عمومی و مصالح مردم تحت‌الشعاع منافع بخش خصوصی که اغلب متشکل از شرکت‌های بزرگ فراملیتی در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات هستند، قرار می‌گیرد. به‌نجوی که این شرکت‌ها با تعریف ساختارها و قواعد غیررسمی در سطوح مختلف حکمرانی فضای مجازی (از زیرساخت گرفته تا پلتفرم)، کاربران را به‌طور ناآگاهانه در جهت مقاصد تجاری خود که بعضاً به ضرر مردم و مانع احقاق حقوق عمومی است، سوق می‌دهند. در این شرایط، حکمرانی فضای مجازی مبتنی بر مردم‌سالاری دینی می‌تواند به تأمین منافع مشروع و عادلانه برای ذی‌نفعان مختلف در این فضا کمک کند؛ زیرا اصول برآمده از این فلسفه سیاسی می‌تواند کنش‌ها و روابط میان بازیگران مختلف در فضای مجازی را تنظیم و هدایت نماید.

مسئله این پژوهش از دو منظر قابل طرح است: ۱- منظر خلأگونه‌ی ۲- منظر چالش‌برانگیزی. از حیث خلأگونه‌ی به نظر می‌رسد که مبنای فکری مردم‌سالاری دینی در سپهر فضای مجازی امتداد نیافته و ظرفیت‌های آن فعال نشده است. نقش مردم، در حکمرانی فضای مجازی ایران جدی انگاشته نشده است. به‌عنوان نمونه، مروری بر ترکیب ساختاری نهادهای تنظیم‌گر فضای مجازی در ایران نشان می‌دهد که تقریباً نقش مردم نادیده گرفته شده و در هیچ‌کدام از تنظیم‌گران فضای مجازی، عضویت بخش خصوصی، سازمان‌های مردم‌نهاد، جامعه‌نخبگانی و دانشگاهی رؤیت نمی‌شود و اعضای آن‌ها، صرفاً منتخبی از قوای سه‌گانه و دستگاه‌های عمومی غیردولتی هستند. از حیث چالش‌برانگیزی نیز می‌توان گفت که حکمرانی متمرکز و منحصر به شدت با فضای مجازی غیرمتمرکز و غیرانحصاری ناهمخوان خواهد بود. به‌عنوان نمونه، یکی از غیرمتمرکزترین مصادیق، شبکه‌های اجتماعی هستند. امروزه قاطعانه می‌توان گفت که با نظارت متمرکز نمی‌توان شبکه‌های اجتماعی آنلاین را به فضایی سالم و ایمن تبدیل کرد. به‌بیان دیگر، تدابیر انحصارگرا در محیط مشارکتی آن‌چنان نافذ نیست. مثلاً در بخش نظارت، جز با نظارت مردمی و مشارکت آنان نمی‌توان سطح سلامت یک زیست‌بوم اجتماعی را بهبود بخشید. تقریباً ثابت شده که نظارت مردمی، اصلی‌ترین و کارآمدترین نوع نظارت است. درحالی‌که این موضوع در شبکه‌های اجتماعی آنلاین خارجی به شکل جدی موردتوجه است، این شکل از نظارت در فضای مجازی موجود کشور در حداقلی‌ترین سطح نقش‌آفرینی خویش است.



بنابراین، هدف اصلی این پژوهش، دستیابی به الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران بر اساس نظریه مردم‌سالاری دینی در جهت آزادسازی حداکثری نقش مردم است؛ به نحوی که این الگو با شرایط و اقتضائات فضای مجازی متناسب باشد. با توجه به نقش محوری مردم در این نوع از حکمرانی، آن را «حکمرانی مردمی» در فضای مجازی نامیده‌ایم. لذا به‌طور صریح، سؤال اصلی این پژوهش عبارت است از: **بر اساس مبانی**

نظری مردم‌سالاری دینی، الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی چیست؟

برای توصیف و ترسیم این الگوی مطلوب، در فرایند جمع‌آوری و تحلیل داده‌های تحقیق، به ترتیب گام‌های زیر طی شده است تا بتوان علاوه بر چіستی مقوله «حکمرانی مردمی در فضای مجازی»، راهبردها، الزامات و شرایط تحقق آن را نیز تبیین نمود:

- شناسایی علل و زمینه‌های مطلوبیت و ایجادکننده «حکمرانی مردمی در فضای مجازی»؛
- شناسایی اجزاء، خصوصیات و ویژگی‌های آن؛
- شناخت عوامل تأثیرگذار بر آن؛
- تدوین راهبردهای اصلی و کلان برای پیاده‌سازی آن؛
- و احصاء پیامدها و نتایج پیاده‌سازی آن.

۲- ادبیات موضوع و پیشینه

۲-۱- ادبیات نظری

۲-۱-۱- مفهوم حکمرانی و الگوهای آن

اصطلاح حکمرانی^۱ در معنای خاصی که ما مدنظر داریم، از دهه ۱۹۸۰ فراگیر شده است. به‌طور کلی، تغییر نظریه‌های اجتماعی و در پی آن، تغییر نگرش مردم به جهان و همچنین، تغییرات گسترده‌ای که در جهان معاصر به وجود آمده است، توجه را از نهادهای متمرکز حکومت^۲ یعنی رویکرد قانون‌گذاری از بالا به پایین - به فعالیتهای حکمرانی معطوف کرده است. گذار از حکومت به حکمرانی در برگیرنده دو فرایند اساسی است: اول این که تعداد در حال افزایشی از بازیگران خارج از مرزهای رسمی دولت^۳، در فرایند اداره کردن ورود پیدا کرده و این فرایند، به جای تبعیت از ساختار سلسله‌مراتبی که توسط دولت تعریف می‌شود، بر شبکه‌هایی از بازیگران به هم مرتبط (مشمول بر بخش‌های عمومی، خصوصی و داوطلب) متکی است. دوم اینکه سازمان درونی دولت، پیچیده‌تر و چندسطحی

1 Governance

2 State

3 Government



شده و توسط نهادهای فرومیلی و فرامیلی مورد نفوذ قرار گرفته است. (خواجه نائینی، ۱۳۹۳، صص ۱۳۱ و ۱۳۲)

به‌طور کلی می‌توان گفت نظریه‌ها، رویه‌ها و مسائل مربوط به حکمرانی در مقابل نظریه‌های قدیمی دولت قرار می‌گیرند. بدین معنا که نظریه‌های قدیمی، دولت را به‌عنوان یک سازۀ یکپارچه و رسمی بدون درنظرگرفتن نقش سایر بازیگران نظیر بخش خصوصی و جامعه مدنی، محسوب می‌کردند. اما «سیستم حکمرانی، چارچوبی است متکی بر فرایند؛ بدین معنا که مجموعه‌ای است از توافقات، رویه‌ها، قراردادهای سیاست‌ها که مشخص می‌کنند قدرت در دست چه کسی باشد، تصمیمات چگونه گرفته شوند و وظایف چگونه انجام شود» (یزدانی زازرانی، ۱۳۹۱، ص ۱۱۶) آنسل و تورفینگ^۱ (2022, p 4) حکمرانی را این‌گونه تعریف می‌کنند: «فرایندهای تعاملی که از طریق آن‌ها، جامعه و اقتصاد به سمت اهداف به‌طور جمعی مذاکره‌شده، هدایت می‌شوند»^۲. بر این اساس، حکمرانی فرایندی پیچیده و چندسطحی است که شامل تعاملات بین نهادهای دولتی و غیردولتی برای حل مسائل جمعی و دستیابی به اهداف مشترک است. به بیان دیگر، حکمرانی فراتر از ساختارهای رسمی دولت گسترش می‌یابد و بر ضرورت همکاری و هم‌راستایی میان بخش‌های مختلف جامعه، از جمله جامعه مدنی، بخش خصوصی و دولت تأکید دارد. در تعریف دیگر حکمرانی به «عمل هدایت و راهبری سازمان‌ها برای حل مشکلات اجتماعی» اطلاق شده «که شامل توافق میان ذی‌نفعان بر سر قوانین و پاسخ‌گویی می‌شود.» (Sullivan, 2023, p18) در این تعریف نیز ضمن آن که حکمرانی را کلان و از جنس راهبری می‌داند و نه مدیریت، بر مسئله توافق میان بازیگران تأکید دارد. درنهایت این که جنس حکمرانی را از چهار مقوله ۱- ساختار، ۲- فرایند، ۳- سازوکار و ۴- استراتژی دانسته‌اند (Acharya, 2024, p1753)

اگرچه الگوها و سبک‌های مختلفی از حکمرانی ارائه شده است، اما می‌توان اغلب آن‌ها در سه الگوی آرمانی حکمرانی یعنی «سلسله‌مراتبی»، «بازار» و «شبکه‌ای» که نقش پررنگی در اداره دولت‌های غربی از سال ۱۹۵۰ به بعد داشته‌اند، طبقه‌بندی کرد (Meuleman, 2008, p 12). هر یک از این الگوها، خصوصیات دارند که به ترتیب موردبررسی قرار می‌گیرد: (۱) **حکمرانی سلسله‌مراتبی**^۳: الگو یا سبک حکمرانی سلسله‌مراتبی به‌گونه‌ای است که در آن، تصمیم‌گیری و تعاملات به‌صورت عمودی (بالا به پایین)، رسمی و مبتنی بر قدرت دولت

¹ Ansell & Torfing

² "The interactive processes through which society and the economy are steered towards collectively negotiated objectives"

³ Hierarchy governance



می‌باشد. در این سبک، دولت نقش حداکثری داشته و از طریق قانون‌گذاری و روابط رسمی سعی می‌کند که تعاملات را شکل دهد. (حاجی‌حسینی و دیگران، ۱۳۹۰، ص ۳۶) مفهوم محوری و دال مرکزی حکمرانی سلسله‌مراتبی، «بوروکراسی» است. در سازمان‌های بوروکراتیک، کارمندان درون نظامی از روابط سلسله‌مراتبی مشخص تحت قوانین و قواعد واحد کار می‌کنند. پنج ویژگی اصلی بوروکراسی بدین گونه است: (Meuleman, 2008, pp 21-22)

- تقسیم‌کار کاملاً مشخص و تعریف‌شده؛
 - اقتدار، مربوط به اشخاص نیست بلکه مربوط به قوانینی است که کسب‌وکارهای رسمی را اداره می‌کنند؛
 - کارمندان بر اساس صلاحیت‌ها و شایستگی‌های اثبات‌شده یا حداقل بالقوه استخدام می‌شوند؛
 - امنیت شغلی و درآمد وجود داشته و ارتقای شغلی بر اساس سابقه یا شایستگی صورت می‌گیرد؛
 - وجود سلسله‌مراتب منظم که در آن، مسئولان تحت اقتدار رؤسای مافوق قرار دارند.
- ۲) حکمرانی بازار:** به‌طور ساده، الگوی حکمرانی بازار به‌گونه‌ای است که تعاملات میان بازیگران مختلف مانند دولت، بخش خصوصی، جامعه مدنی و غیره بر اساس عرضه و تقاضای بازار و بدون دخالت‌های دولتی شکل می‌گیرد و لذا دولت کمترین نقش را در این میان ایفا می‌کند. (حاجی‌حسینی و دیگران، ۱۳۹۰، ص ۳۶) اصطلاح بازار، یک استعاره است که بر مکانیسم‌های بازار و تفکر بازاری که می‌تواند در عرصه‌های غیراقتصادی نیز پیاده شود، دلالت دارد. در الگوی حکمرانی بازار، بر بازیگران فعال بخش خصوصی تأکید شده و بخش عمومی، بر اساس مکانیسم‌های بازار اداره می‌شود. (Meuleman, 2008, p 27) برخی از اندیشمندان، هفت ویژگی حکمرانی بازار را این گونه بر می‌شمرند:
- عملی کردن مدیریت حرفه‌ای در سازمان‌های بخش عمومی؛
 - استانداردها و معیارهای ارزیابی صریح و واضح عملکردها؛
 - تأکید زیاد بر کنترل خروجی‌ها؛
 - حرکت به سمت تفکیک و مستقل کردن واحدها در بخش عمومی؛
 - حرکت به سمت رقابت بیشتر در بخش عمومی؛
 - تأکید بر سبک‌های مدیریت عملی الگو گرفته از بخش خصوصی؛

¹ Market Governance



- تأکید بر انضباط و صرفه‌جویی بیشتر بخش عمومی در استفاده از منابع.
- (۳) **حکمرانی شبکه‌ای**^۱: مفروض اساسی تفکر سنتی در مدیریت عمومی جدید، این بود که تنها نظام کارآمد که توانایی برقراری هماهنگی غیر سلسله‌مراتبی و نیل به اهداف مشخص را دارا می‌باشد، بازار است؛ اما علی‌رغم دورنمای الگوی حکمرانی بازار، فرایندهای جدید مربوط به بازار، تماماً جایگزین فرایندهای بوروکراتیک قدیمی نشدند. (بور، ۱۳۹۷، ص ۸۵) به‌مرور زمان، شبکه‌ها در حوزه‌های گوناگون به‌عنوان راه‌حلی برای مواجهه با وضعیت شکست بازار و هماهنگی‌های عریض و طویل سلسله‌مراتبی، پیشنهاد شدند. (خواجه نائینی، ۱۳۹۳، ص ۱۳۷) سورنسون و تورفینگ^۲ (2005, p 237) حکمرانی شبکه‌ای را به‌صورت «ارتباطات افقی نسبتاً پایدارِ بازیگران وابسته به یکدیگر که به واسطه مذاکرات و خودتنظیمی تعامل کرده و در تولید اهداف عمومی سهیم هستند» تعریف می‌کنند. کلاین و کوپنجان^۳ (2000, p 142) نیز پنج خصوصیت حکمرانی شبکه‌ای را بدین‌گونه برشمرده‌اند:
- وابستگی متقابل بازیگران که موجب ایجاد روابط پایدار بین آنان می‌شود؛
- در جریان و خلال تعاملات، قواعدی شکل می‌گیرد که رفتار بازیگران را تنظیم می‌کند؛
- فرایندهای سیاست‌گذاری به‌خاطر تنوع بازیگران، برداشت‌ها و راهبردها، پیچیده و کاملاً غیرقابل پیش‌بینی هستند؛
- سیاست‌ها، نتایج تعاملات پیچیده میان بازیگرانی است که در بازی‌های به‌هم‌پیوسته روی شبکه، مشارکت می‌کنند؛
- همکاری شبکه‌ای عاری از مشکلات نیست و به مدیریت فرایند و کاهش ریسک نیاز دارد.

در بعضی مطالعات تجربی، حکمرانی شبکه‌ای به‌عنوان روش مواجهه با مسائل حوزه‌های سیاستی که سریعاً در حال تغییر هستند (نظیر حوزه حکمرانی فضای مجازی) شناخته می‌شود. در این نوع از حکمرانی، مفاهیم «تسهیم منافع مشترک»، «برقراری و هماهنگی ارتباطات مطلوب»، «تقویت اعتماد»، «تعاملات غیررسمی میان نهادها» و «مذاکرات تعاملی» از اهمیت بالایی برخوردارند. (خواجه نائینی، ۱۳۹۳، صص ۱۳۴ و ۱۳۵)

اما در این میان، «**فراحکمرانی**^۴» مفهومی است که نقش حکومت و ابزارهای سیاستی آن را در حکمرانی جدید توصیف می‌کند. همان‌طور که «مدیریت»، بین بازیگران بخش‌های

¹ Network Governance

² Sorenson & Torfing

³ Klijn & Koppenjan

⁴ Metagovernance



خصوصی، داوطلبانه و عمومی توزیع شده است، نقش حکومت نیز از حکمرانی مستقیم بر جامعه به حکمرانی غیرمستقیم تر و با مداخله‌هایی کمتر، تغییر یافته است. وقتی از قدرت و مسئولیت، بیش از قبل، تمرکز دایی شده است و آن‌ها میان شبکه‌ها تقسیم شده‌اند، حکومت باید بر اساس فراحکمرانی، کمتر به فرمان و کنترل از طریق سلسله‌مراتب متکی باشد و بیشتر بر هدایت غیرمستقیم ذی‌نفعان نسبتاً مستقل تکیه کند. (بور، ۱۳۹۷، ص ۹۵)

۲-۱-۲- حکمرانی فضای مجازی

«فضای مجازی»، اصطلاحی است که برای توصیف فضای اجتماعی ایجاد شده از طریق اتصال شبکه‌های ارتباطات الکترونیکی مانند اینترنت، استفاده می‌شود که «ارتباطات رایانه-واسط^۱» را بین هر تعداد افرادی که از لحاظ جغرافیایی در سراسر جهان پراکنده شده‌اند، امکان‌پذیر می‌سازد (Bell et.al, 2004, p 41). به معنای عام، «فضای مجازی، فضایی است که به وسیله شبکه‌های اطلاعات و ارتباطات شکل می‌گیرد».

با توجه به ماهیت اکوسیستمی فضای مجازی، تأثیر آن بر مقوله‌ای مانند حکمرانی، چیزی فراتر از ایجاد مسائل جدید در حکمرانی است. بلکه با توجه به ماهیت غیرمتمرکز اینترنت، سبب بروز شیوه‌های جدیدی از حکمرانی و تنظیم‌گری شده است (Brouseau et.al, 2012, p i). این ضریب تأثیر تا آنجاست که شاید تعبیر «حکمرانی در عصر فضای مجازی» مناسب‌ترین و جامع‌ترین تعبیری باشد که حکمرانی «با» فضای مجازی و «در» فضای مجازی را شامل شود.

با آنکه مفهوم فضای مجازی با اصطلاح اینترنت از منظر علمی متمایز است، اما تعریف حکمرانی اینترنت می‌تواند ما را در تعریف حکمرانی فضای مجازی یاری کند. حکمرانی اینترنت^۲، مفهومی چندوجهی، پیچیده و غیرشفاف است که در طی مباحثات سیاست‌گذاری «اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی^۳» شکل گرفت. «کارگروه حکمرانی اینترنت^۴» که توسط این اجلاس ایجاد شده، تعریف زیر را درباره حکمرانی اینترنت ارائه داده است: «حکمرانی اینترنت [به معنای] توسعه و کاربرد اصول، هنجارها، قوانین، رویه‌های تصمیم‌گیری و برنامه‌های شکل‌دهنده تکامل استفاده از اینترنت، از سوی دولت‌ها، بخش خصوصی و جامعه مدنی - هر یک در نقش خاص خود - می‌باشد.» (Kurbalija, 2010, p 5) در تعریف دیگری چنین آمده: «دولت، بخش خصوصی و دیگر نهادها با هویت‌های خاص

1 Computer Mediated Communications (CMC)

2 Internet Governance

3 World Summit on the Information Society (WSIS)

4 Working Group on Internet Governance (WGIG)



خود، اصول و استانداردهای مشترک، تکامل و کارکرد اینترنت را شکل می‌دهند و محیط اینترنت را استانداردسازی می‌کنند.» (Han & Guo, 2022, p 611) همان‌طور که مشاهده می‌شود چندذی‌نفعی^۱ حکمرانی در حوزه اینترنت هم مفروض است. بر اساس تعاریف ارائه شده از مفاهیم فضای مجازی و حکمرانی اینترنت، می‌توان مفهوم «حکمرانی فضای مجازی» را این‌گونه تعریف نمود: «حکمرانی فضای مجازی به معنای فرایند اتخاذ و اجرای تصمیمات در سطوح مختلف فضای اجتماعی‌شده از طریق اتصال شبکه‌های رایانه‌ای، توسط مردم، حکومت و بخش خصوصی است».

در دهه اخیر، محققان، مطالب بسیاری درباره تأثیر جهانی‌سازی یا جهانی‌شدن بر تضعیف اقتدار دولت-ملت‌ها نوشته و آن را یک روند در حال توسعه معرفی نموده‌اند. در همین راستا، یکی از مؤلفه‌های اساسی که موجب تسریع این روند شده است، گسترش اتصال به شبکه اینترنت می‌باشد که ماهیت ذاتی آن، فراملی بودن و تمرکززدایی است. (Marchant & Robertson, 2015, p 3) در این نوع از مواجهه، با آن که ظواهر امر، نشان از تضعیف اقتدار حکومت‌های ملی توسط اینترنت دارد، اندیشمندان علوم سیاسی تأکید دارند که حکومت، همچنان به‌عنوان نقش‌آفرین اصلی در حکمرانی عمومی، مؤثر شناخته‌شده و یک نهاد فوق‌العاده قدرتمند است؛ اما در حال حاضر، تعارض و تنش فزاینده‌ای میان حاکمیت^۲ که در درون مرزهای جغرافیایی محدود می‌شود، با فضای بدون مرز تعاملات اجتماعی که توسط شبکه‌های رایانه‌ای خلق شده، به وجود آمده است. این تنش‌ها، بر سازمان‌ها و نهادهای ملی (در درون دولت-ملت‌ها) در حوزه حکمرانی فضای مجازی، فشار زیادی می‌آورد. (Mueller, 2010, p 1)

هنگامی که از حکمرانی اینترنت و فضای مجازی صحبت می‌کنیم، این نکته را باید در نظر گرفت که شبکه اینترنت، یک شبکه خصوصی یا ملی متعلق به ایالات متحده آمریکا (به‌عنوان کشور مبدأ و مبدع آن) نیست. اندیشمندان علوم سیاسی و روابط بین‌الملل، فضای مجازی و اینترنت را غالباً به‌عنوان یک دارایی عمومی^۳ (مثل اقیانوس‌ها، جو و فضا) در زمره مشترکات جهانی^۴ تعریف می‌کنند؛ اما در چنین تعریفی، زیرساخت فیزیکی فضای مجازی که منبعی تحت تملک در درون مرزهای حاکمیتی کشورهاست، نادیده گرفته می‌شود. لذا در بهترین حالت، این فضا همچون یک مجتمع مسکونی با مالکیت مشترک، اما فاقد قواعد

¹ Multi-stackholder

² Sovereignty

³ Common Property

⁴ Global Commons



و هنجارهای واحد و منسجم است (نای، ۱۳۹۲، ص ۱۹۵). به همین دلیل، اختلافات و تعارضات در این حوزه، به خصوص در سطح جهانی میان دولت‌ها قابل‌مشاهده است. بالاین‌حال، از زمانی که اینترنت به‌صورت یک شبکه رایانه‌ای مشترک جهانی درآمد، تلاش‌هایی در جهت حکمرانی آن صورت گرفته است. این تلاش‌ها به دو صورت انجام‌شده است: (۱) تلاش دولت‌ها، بخش خصوصی و جامعه مدنی برای مداخله در فرایندهای بین‌المللی حکمرانی اینترنت و (۲) تلاش دولت‌ها در جهت حکمرانی اینترنت در درون مرزهای جغرافیایی خود.

۳-۱-۲- مردم‌سالاری دینی

واژه «مردم‌سالاری دینی» را برای نخستین بار، آیت‌الله خامنه‌ای در سال ۱۳۷۹ مطرح نموده و از آن به بعد، این اصطلاح را می‌توان در ادبیات سیاسی ایران به تکرار مشاهده کرد (سعیدی، ۱۳۹۳، ص ۱۷۶). مفهوم مردم‌سالاری دینی از دو واژه مردم‌سالاری و دین متشکل شده است.

مردم‌سالاری یا دموکراسی، «نوعی نظام سیاسی است که در آن تصمیمات همگانی توسط خود مردم یا نمایندگان آنان اتخاذ می‌شود و همه مردم در اعمال حاکمیت خود، آزاد و برابرند و هیچ گروه یا طبقه خاصی در این مورد، دارای امتیاز یا برتری خاصی نیست. مردم بر طبق قانونی که خود وضع نموده‌اند حق عزل و نصب و نظارت بر حاکمان خود را دارا هستند و هیچ منصبی در دموکراسی، فوق اراده و حاکمیت مردم نیست، بلکه تنها از طریق رأی مردم است که مشروعیت می‌یابد». (معینی پور، ۱۳۹۳، ص ۵۰۲)

از مفهوم دین، قرائت‌های مختلفی وجود دارد و به همین دلیل، ارائه تعریف واحدی که اجماع عمومی بر آن باشد، کار مشکلی است؛ اما در فرهنگ اسلامی و عرف عقلای متدین، دین شامل مجموعه باورها، قوانین و احکامی است که هم به اصول بینشی بشر نظر دارد، هم درباره اصول گرایشی وی سخن می‌گوید و هم اخلاق و شئون اجتماعی زندگی او را تحت پوشش دارد؛ به عبارت دیگر، دین، مجموعه عقاید، اخلاق و احکامی است که برای اداره فرد و جامعه انسانی و پرورش انسان‌ها از طریق وحی و عقل در اختیار آنان قرار داده شده است. (جوادی‌آملی، ۱۳۸۱: ۲۷) منظور از دین در این پژوهش، دین اسلام است که جامع تمام ابعاد فردی و اجتماعی زندگی انسانی بوده و تمهیدات نظری برای ایجاد حکومت مردم‌سالارانه را دربر دارد.

برای مفهوم «مردم‌سالاری دینی» نیز تعاریف متعددی ارائه شده است و معانی مختلفی را می‌توان از مردم‌سالاری دینی برداشت نمود. به‌طور کلی دیدگاه‌ها و نظرات صاحب‌نظران و نخبگان سیاسی و دینی در خصوص مفهوم و ماهیت مردم‌سالاری دینی بر اساس این که چه



مفهوم و مرتبه‌ای از مردم‌سالاری از نظر آنان مطلوب باشد و اینکه چه برداشت و قرائتی را از ماهیت دین و قلمروی آن، مورد قبول و پذیرش قرار داده، متفاوت و متنوع است. (مروندی، ۱۳۹۳، ص ۹) در این پژوهش بنا بر دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای، مفهوم مردم‌سالاری دینی را مفهومی مستقل که متمایز از دموکراسی اسلامی است، می‌دانیم و به‌عنوان جمع‌بندی، مفهوم مردم‌سالاری دینی را با اقتباس از دیدگاه ایشان بدین‌طریق معنا می‌کنیم: «مردم‌سالاری دینی، نظریه زیربنایی ناظر به شکل‌گیری و اداره جمهوری اسلامی بر اساس خواست عموم مردم و در چارچوب قوانین و مقررات اسلام است. حکومت شکل‌گرفته بر اساس نظریه مردم‌سالاری دینی، بر دوپایه مشروعیت الهی و مقبولیت مردم استوار است و در راستای هدایت مردم و خدمت به عموم ایفای نقش می‌کند.» بر اساس این تعریف، مردم‌سالاری دینی را نه فقط به‌عنوان یک شیوه و روش حکومت، بلکه به‌عنوان فلسفه سیاسی و مبانی نظری تبیین‌کننده رابطه مردم و حکومت اسلامی پذیرفته‌ایم.

۲-۲- پیشینه پژوهش

برخی از پژوهش‌های علمی فارسی و غیرفارسی که در قالب پایان‌نامه، مقاله و یا کتاب، به موضوع حکمرانی فضای مجازی و مسائل مربوط به آن پرداخته‌اند و قرابت بیشتری با پژوهش حاضر دارند، در جدول ۱ فهرست شده‌اند:

جدول (۱) پیشینه پژوهش

نویسندگان - روش	اهداف و یا سؤالات اصلی	مهم‌ترین یافته‌ها
دهقان‌اشکذری و جلالی‌فراهانی (۱۴۰۰) گردآوری داده به شیوه کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق - تحلیل داده به روش تحلیل عاملی اکتشافی	- ارائه الگوی حکمرانی مردم‌محور اسلامی بر فضای مجازی - برقراری حکومت اسلامی در فضای مجازی کشور	- پیشنهاد ۱۱۴ شاخص عملیاتی که در قالب ۲۹ مؤلفه دسته‌بندی شده و ذیل ابعاد هفت‌گانه مقابل قرار گرفته است: فیزیکی / دفاعی / امنیتی / حاکمیت سایبری / چندکارکردی رسانه‌های اجتماعی / فرهنگی و محتوایی / جامعه‌شناسی، روانشناسی، شناختی. - از میان این شاخص‌ها، موارد زیر در اولویت قرار گرفته: آموزش ویژه مسئولین، نخبگان و فعالان شبکه‌های اجتماعی؛ ایجاد رشته‌های تحصیلی دانشگاهی فضای مجازی؛ رفع شبهات ایجادشده در شبکه‌های اجتماعی برای نخبگان و مردم؛ حفظ حریم خصوصی



کاربران در شبکه‌های اجتماعی؛ تولید سیستم‌عامل بومی با رعایت عنصر فراگیری؛ پایداری و ماندگاری زیرساخت و خدمات شبکه‌های اجتماعی؛ و غیره.		
- لزوم فهم دیدگاه رهبری در یک چارچوب تمدنی - در دیدگاه رهبری، فضای مجازی، امتداد فضای حقیقی و دارای تأثیر متقابل با آن است. - غلبه نگاه فرصت‌محور به فضای مجازی بر نگاه تهدیدمحور به آن. - لزوم تعامل و ورود هوشمندانه و هدفمند در این فضا.	واکاوی دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای درباره فضای مجازی و کشف دلالت‌های سیاستی آن	باهنر و مهدی‌پور (۱۳۹۸) گردآوری داده به شیوه کتابخانه‌ای-تحلیل داده به روش تحلیل تماتیک
- پیشنهاد ۱۰ اصل راهبردی برای مواجهه فعال جمهوری اسلامی با فضای مجازی؛ شامل: فرصت‌نگری به فضای مجازی، صیانت از مرزهای ملی و دینی، حمایت از حقوق و آزادی‌های مشروع، سلطه‌گریزی و عدالت‌طلبی، تبدیل‌شدن به بازیگری بزرگ، مردم‌گرایی، اخلاق‌گرایی، محوریت پیام و همکاری با کشورهای همسو. - پیشنهاد شش اقدام اساسی برای حکمرانی فضای مجازی؛ شامل: تکمیل و راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات، شکل‌دهی به اینترنت دوم، شکل‌دهی ائتلاف جهانی جدید برای حکمرانی اینترنت، ایجاد غلبه گفتمانی برای مواجهه معقول و انقلابی با فضای مجازی، راه‌اندازی شرکت‌های عظیم غیردولتی ایرانی با رویکرد فراملی و ایجاد بسیج سایبری با رویکرد محتوایی.	پیشنهاد الگوی مواجهه جمهوری اسلامی ایران با حکمرانی فضای مجازی باهدف خروج از انفعال و مواجهه فعال با این فضا	غلامی (۱۳۹۸) روش تحلیلی-توصیفی
این رساله دکتری مشتمل بر دو بخش اصلی است: - آسیب‌شناسی سیاست‌های حاکمیت در مواجهه با رسانه‌های اجتماعی. - پیشنهاد الگوی خط‌مشی‌گذاری بر اساس رویکرد مردم‌سالاری دینی که در آن، منافع	پیشنهاد الگوی خط‌مشی‌گذاری جمهوری اسلامی ایران برای مواجهه مطلوب با رسانه‌های اجتماعی، با بهره‌گیری از مبانی نظری مردم‌سالاری دینی	اصنافی (۱۳۹۷) گردآوری داده به شیوه مشاهده و مصاحبه مردم‌نگارانه و گروه‌کانونی-



و نیازهای کاربران، صاحبان رسانه‌های اجتماعی و سیاست‌گذاران حاکمیتی به‌طور هم‌زمان تأمین شود؛ مشتمل بر دو مؤلفه: (۱) تلاش برای ایجاد و تولید مبانی فقهی به‌خصوص در حوزه فقه حکومتی متناسب با شرایط جدید و بافت جدید اجتماعی (۲) تلاش برای تغییر ساختارهای حکمرانی به‌منظور به‌سازی عملکرد در جامعه شبکه‌ای شده.		تحلیل‌داده به روش داده‌بنیاد
این کتاب مشتمل بر سه بخش اصلی است: - بررسی الگوهای بین‌المللی حکمرانی فضای مجازی. - ارائه الگوی کلان و عام حکمرانی فضای مجازی مبتنی بر ترجیحات معرفتی و نظری پارادایم دوفضایی‌شدن. - ارائه الگوی دوفضایی یکپارچه هوشمند مبتنی بر نظام معرفتی و ارزشی نظام جمهوری اسلامی ایران.	ارائه و تبیین الگوی کلان حکمرانی (هم مجازی و هم فیزیکی) بر اساس پارادایم دوفضایی‌شدن	عاملی (۱۳۹۷) تحلیلی-توصیفی
- پیشنهاد مدل انسجام سیاستی حوزه فاوا در ایران، مشتمل بر سه مرحله: (۱) تدوین و اولویت‌بندی اهداف در شوراها و عالی و پژوهشکده‌ها، (۲) هماهنگی و پیاده‌سازی سیاست‌ها در سازمان‌ها و مراکز اجرایی، (۳) نظارت، تحلیل و گزارش در سازمان‌ها و مراکز نظارتی. - در خصوص بررسی و تحلیل نهادی نظام حکمرانی فاوا در ایران، به نتایج زیر دست یافته‌اند: فقدان انسجام سیاستی در اسناد سیاستی فاوا؛ عدم وجود وظایف مشخص برای اغلب نهادهای متولی در این حوزه.	- بررسی و تحلیل نهادی نظام حکمرانی حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران بر پایه چرخه انسجام سیاست‌گذاری - بررسی چالش‌های موجود در مسیر انسجام‌بخشی به نهادها و سیاست‌های این حوزه	تقوی فرد و همکاران (۱۳۹۵) گردآوری داده به شیوه کتابخانه‌ای و مصاحبه- تحلیل‌داده به روش مقایسه‌ای
بر اساس یافته‌های این پژوهش، می‌توان مدل خط‌مشی‌گذاری فضای مجازی در ایران را ترکیبی از مدل فرایندی و شبکه‌ای تلقی کرد که در آن، بازیگران مختلف زیر به ایفای نقش در مراحل مختلف خط‌مشی‌گذاری می‌پردازند: مرکز ملی فضای مجازی،	تبیین الگوی موجود خط‌مشی‌گذاری فضای مجازی در ایران	الوانی و همکاران (۱۳۹۳) گردآوری داده به شیوه کتابخانه‌ای و مصاحبه-



تحلیل داده به روش داده بنیاد		دستگاه‌های امنیتی و قضایی، دستگاه‌های اجرایی، سازمان‌های مردم‌نهاد صنفی و علمی، دستگاه‌های نظارتی و آحاد جامعه.
کمیتو ^۱ (2005) مطالعه موردی	مطالعه تجربه کشور ایرلند در ارائه خدمات دولت الکترونیک به صورت مشارکتی (مشارکت مردمی)	پروژه Mobhaile در کشور ایرلند نشان داده که ترکیب خدمات دولت الکترونیک با امکانات مشارکت مدنی در یک پلتفرم محلی می‌تواند حس تعلق به جامعه محلی را افزایش دهد و مشارکت شهروندان را تقویت کند. ارائه خدمات عمومی به صورت دیجیتال می‌تواند به شهروندان نشان دهد که مشارکت آن‌ها مؤثر است و اعتماد به فرآیندهای دولتی را افزایش دهد. تأکید بر ارتباطات غیررسمی، به جای صرفاً تمرکز بر سازمان‌های رسمی، می‌تواند رویکرد مؤثرتری برای ایجاد و حفظ مشارکت مدنی باشد.
پاپسکیو و کنت ^۲ (2017) تحلیل نظری و فراتحلیل	چگونه فناوری‌های دیجیتال می‌توانند موجب همی‌آفرینی و هم‌تولیدی خدمات و سیاست‌های دولتی شوند؟ چه موانع فرهنگی و ساختاری مانع از استفاده کامل از امکانات فناوری‌های دیجیتال در بخش عمومی می‌شود؟ چگونه می‌توان اعتماد شهروندان به تعاملات دیجیتال با دولت را بهبود بخشید؟ آیا فناوری‌های اینترنتی و موبایلی می‌توانند تجربه	- فناوری‌های دیجیتال می‌توانند هم‌آفرینی ^۳ در سطوح مختلف (فردی، جمعی و استراتژیک) را تقویت کنند، اما موانع فرهنگی و فقدان مهارت‌های علمی مرتبط با داده‌ها، از بهره‌برداری کامل جلوگیری می‌کند. - نهادهای دولتی که رویکردهای دیجیتال محور را در اولویت قرار داده‌اند، خدمات بهتر و تجربه کاربر محور ارائه می‌دهند. - فناوری‌های منبع باز ^۴ نقش کلیدی در کاهش هزینه‌ها و بهبود کارایی خدمات دیجیتال دارند. - استفاده از رسانه‌های اجتماعی توسط دولت‌ها می‌تواند فرصت‌هایی برای تعامل مؤثرتر و جلب اعتماد شهروندان فراهم کند.

¹ Komito² Popescu & Kenneth³ co-creation⁴ open source

-موفقیت در حکمرانی دیجیتال مستلزم وجود رهبری دیجیتالی با تخصص لازم و فرهنگ سازمانی مناسب است.	کاربرمحور در ارائه خدمات دولتی را تقویت کنند؟	
این مقاله نشان می‌دهد که برای بهبود حکمرانی اینترنت، باید بر روی ارتقاء مسئولیت اجتماعی کاربران، شفافیت دولت و رسانه‌ها و آموزش کاربران در استفاده صحیح از فضای مجازی تمرکز کرد.	-چگونه مسئولیت اجتماعی کاربران اینترنت بر مشارکت آن‌ها در حکمرانی اینترنت تأثیر می‌گذارد؟ -عوامل کلیدی مؤثر بر رفتار کاربران اینترنت در محیط‌های مختلف حکمرانی چیست؟ -چگونه ویژگی‌های دولت (مانند اعتبار و شفافیت) و رسانه‌های اینترنتی بر نوع مشارکت کاربران تأثیر می‌گذارد؟ -چگونه می‌توان رفتار کاربران اینترنت را به سمت مشارکت فعال و منطقی هدایت کرد؟	فنگ و دیگران^۱ (2023) مدل‌سازی چندعاملی

وجه نوآوری مقاله حاضر نسبت به مطالعات پیشین: پژوهش حاضر به دنبال الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران است و نه بررسی الگوهای وضعیت موجود؛ به همین دلیل از پژوهش‌های تقوی‌فرد و همکاران (۱۳۹۵) و الوانی و همکاران (۱۳۹۳) و همچنین مقالات غیرفارسی متمایز می‌شود. از سوی دیگر، نقطه تمرکز پژوهش حاضر در طراحی الگوی مطلوب حکمرانی فضای مجازی، نقش مردم و ارتقای جایگاه آن در فرایندهای حکمرانی این فضا است و برای رسیدن به این مقصود، نظریه مردم‌سالاری دینی بر اساس دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای، به‌عنوان مبنای نظری قرار گرفته است؛ به همین دلیل از پژوهش عاملی (۱۳۹۷) نیز متمایز می‌گردد. پژوهش اصنافی (۱۳۹۷) با آن که در مبنای نظری یعنی مردم‌سالاری دینی با مبنای نظری پژوهش حاضر، قرابت دارد اما تنها به یک جزء از حکمرانی فضای مجازی یعنی سیاست‌گذاری مواجهه با رسانه‌های اجتماعی پرداخته است و بدین ترتیب، پژوهش حاضر اعم از آن است. پژوهش باهنر و مهدی‌پور (۱۳۹۸) نیز



دلالت‌های سیاستی دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای درباره فضای مجازی که به‌نوعی جهت‌دهنده کلان حکمرانی فضای مجازی است، کشف نموده اما الگوی کاربردی و منسجم ناظر به حکمرانی این فضا و نقش مردم در آن را ارائه نکرده است. در این میان، پژوهش‌های دهقان‌اشکذری و جلالی‌فراهانی (۱۴۰۰) و غلامی (۱۳۹۸) تا حدودی مسأله‌ای مشابه مسأله پژوهش حاضر داشته‌اند اما هر دو به روش‌هایی متفاوت از پژوهش حاضر انجام‌شده و پژوهش حاضر، به نتایجی متفاوت از آن‌ها رسیده است. در پژوهش دهقان‌اشکذری و جلالی‌فراهانی (۱۴۰۰)، روش انجام تحقیق و قلمروی موضوعی آن بدین صورت آمده است: «این پژوهش از نوع کاربردی-اکتشافی و از نظر روش به شیوه تحلیل عاملی اکتشافی و با رویکرد کیفی گردآوری‌شده است. روش گردآوری اطلاعات میدانی و کتابخانه‌ای و ابزار گردآوری اطلاعات از امکانات کتابخانه‌ای و مصاحبه عمیق با تأکید بر رویکردی اکتشافی، به‌عنوان ابزارهای پژوهش استفاده شده است [...] قلمروی موضوعی آن شبکه‌های اجتماعی است.» (دهقان‌اشکذری و جلالی‌فراهانی، ۱۴۰۰، ص ۲۲۵) پژوهش غلامی (۱۳۹۸) نیز به دلیل آن‌که از نوع یادداشت سیاست‌گذاری است فاقد روش‌شناسی می‌باشد.

۳- روش تحقیق

۳-۱- استراتژی کلی تحقیق:

پژوهش حاضر از نوع کاربردی می‌باشد و رویکرد کلی آن در جمع‌آوری و تحلیل داده‌ها، کیفی است. منظور از تحقیق کیفی عبارت است از هر نوع تحقیقی که یافته‌هایی را با شیوه‌هایی غیر از روش‌های آماری یا هر گونه کمی کردن، در اختیار پژوهشگر قرار دهد (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۱۷).

۳-۲- روش‌های گردآوری داده‌ها:

مرحله گردآوری داده‌ها در این پژوهش، از طریق مصاحبه با خبرگان و هم‌چنین از طریق متن‌کاوی سخنان آیت‌الله خامنه‌ای (به‌عنوان داده‌های اسنادی) انجام‌شده است. مصاحبه، گفت‌وگویی هدفمند است که در آن، پژوهشگر تلاش می‌کند از طریق تعامل میان مصاحبه‌گر و مصاحبه‌شونده، اطلاعاتی را درباره پدیده موردنظر به دست آورد (ذوالفقاریان و لطیفی، ۱۳۹۰، ص ۳۰). منظور از خبرگان در این پژوهش، ۱۲ نفر از سیاست‌گذاران، مدیران اجرایی، اساتید دانشگاه و پژوهشگران مرتبط با حوزه حکمرانی فضای مجازی در ایران می‌باشند که بر اساس سؤالات مرتبط با مسئله پژوهش، با آنان مصاحبه نیمه‌ساخت‌یافته انجام‌شده است. مشخصات این خبرگان در جدول ۲ آمده است:



جدول ۲) مشخصات مصاحبه‌شوندگان

ردیف	شناسه مصاحبه‌شونده	سمت/تخصص مصاحبه‌شونده
۱	A	کارشناس حوزه سیاست‌گذاری فضای مجازی. مدیر پیشین رسانه‌های برخط مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲	B	مشاور وقت وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات. شرکت‌کننده در اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی (ژنو و تونس)
۳	C	دانشیار گروه مدیریت دولتی دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع)
۴	D	رئیس وقت پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۵	E	عضو هیئت‌علمی گروه مدیریت دولتی دانشکده معارف اسلامی و مدیریت دانشگاه امام صادق (ع).
۶	F	معاون وقت مرکز توسعه فرهنگ و هنر در فضای مجازی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و عضو هیئت‌مدیره انجمن سواد رسانه‌ای ایران.
۷	G	کارشناس حوزه سیاست‌گذاری فضای مجازی. دانش‌آموخته دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع).
۸	H	رئیس وقت مرکز مطالعات فضای مجازی پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی. عضو سابق هیأت رئیسه مرکز ملی فضای مجازی.
۹	I	کارشناس معاونت محتوای مرکز ملی فضای مجازی. دانش‌آموخته دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی دانشگاه باقرالعلوم (ع).
۱۰	J	مشاور وقت رئیس مرکز مطالعات و برنامه‌ریزی شهر تهران. دانش‌آموخته دکتری مدیریت راهبردی دانشگاه باقرالعلوم (ع).
۱۱	K	عضو هیئت‌علمی پژوهشگاه فرهنگ و علوم اسلامی. دانش‌آموخته دکتری فرهنگ و ارتباطات دانشگاه امام صادق (ع).
۱۲	L	کارشناس حوزه سیاست‌گذاری فضای مجازی. مسئول پیشین هسته خط‌مشی فضای مجازی مرکز رشد دانشگاه امام صادق (ع).



۳-۳- روش‌های تحلیل داده‌ها:

مرحله تحلیل، تعبیر و تفسیر داده‌ها در این پژوهش، بر اساس روش «نظریه داده‌بنیاد»^۱ (یا نظریه مبنایی) انجام شده است. «نظریه داده بنیاد، هم به روش یا فرایند تولید نظریه اطلاق می‌شود و هم به محصول یا نظریه‌ای که از این روش به دست می‌آید» (ذوالفقاریان و لطیفی، ۱۳۹۰، ص ۴۳). در معنای اول، نظریه داده‌بنیاد، «یک روش تحقیق کیفی است که یک سلسله رویه‌های سیستماتیک را به کار می‌گیرد تا نظریه‌ای مبتنی بر استقراء درباره پدیده‌ای ایجاد کند». یافته‌های این روش، مشتمل است بر تنظیم نظری واقعیت تحت بررسی نه یک سلسله ارقام یا مجموعه‌ای از مطالب که به یکدیگر وصل شده باشند. (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، صص ۲۳ و ۲۴) در معنای دوم، نظریه داده‌بنیاد عبارت است از «آنچه که به طور استقرایی از مطالعه پدیده‌ای به دست می‌آید و نمایان‌گر آن پدیده است». در این روش، تحقیق را هرگز از یک نظریه شروع نمی‌کنند که بعد آن را به اثبات برسانند؛ بلکه تحقیق از یک حوزه مطالعاتی شروع شده و فرصت داده می‌شود تا آنچه متناسب و مربوط به آن است، خود را نشان دهد. (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۲۲۲)

ماهیت مرحله تعبیر و تفسیر داده‌ها در روش داده‌بنیاد، با عمل «کدگذاری» آمیخته است. کدگذاری، «نشان‌گر عملیاتی است که طی آن، داده‌ها خرد شده و مفهوم‌پردازی می‌شوند و آنگاه به شیوه‌های جدید، دوباره به یکدیگر متصل می‌گردند. کدگذاری، روند اصلی ساختن و پرداختن نظریه از داده‌هاست. (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۵۷) کدگذاری در روش داده بنیاد از نگاه استراوس و کوربین، بر سه نوع است:

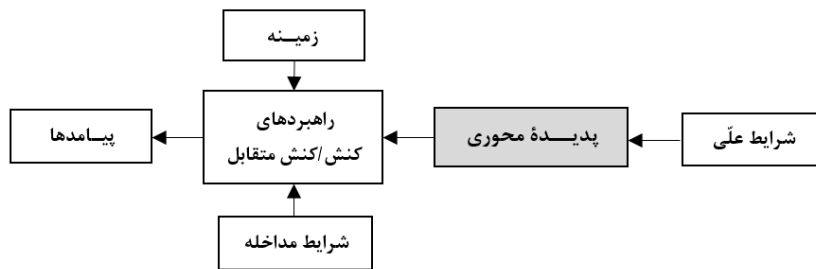
۱- **کدگذاری باز:** فرایند خردکردن، مقایسه‌کردن، مفهوم‌پردازی و طبقه‌بندی داده‌ها را کدگذاری باز می‌نامند (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۶۲). محصول کدگذاری باز، مفاهیم هستند که در ادامه کار، در قالب مقولات، طبقه‌بندی می‌شوند. مفاهیم، برچسب‌های ذهنی جداگانه‌ای هستند که به وقایع، حوادث و دیگر موارد پدیده‌ها اختصاص داده می‌شوند. مقوله نیز مفهومی است که از سایر مفاهیم، انتزاعی‌تر است و زمانی که مفاهیم با یکدیگر مقایسه و طبقه‌بندی شوند، کشف می‌گردد. (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۶۱)

۲- **کدگذاری محوری:** عبارت است از سلسله رویه‌هایی که به وسیله آن‌ها پس از کدگذاری باز، با برقراری پیوند بین مقولات به شیوه‌های جدیدی، اطلاعات با یکدیگر ربط می‌یابند. این کار با استفاده از یک «مدل پارادایمی» که متضمن موارد زیر است، صورت می‌گیرد:

¹ Grounded Theory



شکل (۱) مدل پارادایمی (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵)



- پدیده یا مقوله اصلی: ایده محوری یا رخداد اصلی است که سلسله کنش‌ها/کنش‌های متقابل برای کنترل و اداره کردن آن معطوف می‌گردد و به آن مربوط می‌شوند.
- شرایط علی: بر حوادث، وقایع یا مسائلی دلالت می‌کند که به وقوع و بروز پدیده، منتهی می‌شود.
- زمینه: نشان‌گر سلسله خصوصیات ویژه‌ای است که بر پدیده یا مقوله اصلی دلالت می‌کند. درواقع زمینه، نشان‌دهنده یک سلسله شرایط خاصی است که در آن راهبردهای کنش/کنش متقابل برای اداره، کنترل و پاسخ به پدیده صورت می‌گیرد.
- شرایط مداخله‌گر: شرایط کلی و وسیع‌تری هستند که در راستای تسهیل یا محدودسازی راهبردهای کنش/کنش متقابل در زمینه خاصی عمل می‌کنند.
- راهبردهای کنش/کنش متقابل: راهبردهای ایجادشده برای کنترل، اداره و مواجهه با پدیده تحت شرایط خاص.
- پیامدها: نتایج حاصل از اجرای راهبردهای کنش/کنش متقابل.

۳- **کدگذاری انتخابی:** روند انتخاب مقوله اصلی به‌طور سیستماتیک و ارتباط دادن آن با سایر مقولات، اعتباربخشیدن به روابط و پرکردن جاهای خالی با مقولاتی که نیاز به اصلاح و گسترش دارند را کدگذاری انتخابی می‌نامند (استراوس و کوربین، ۱۳۸۵، ص ۱۱۸). خروجی این مرحله از کدگذاری، گزارش تبیینی و تشریحی الگوی به‌دست‌آمده که نمایانگر مقولات اصلی و خرده‌مقولات و روابط میان آن‌هاست، می‌باشد.

جامعه و نمونه: جامعه مورد مطالعه در این پژوهش، از یک‌سو شامل همه خبرگان صاحب‌نظر در موضوع حکمرانی فضای مجازی (برای گردآوری داده از طریق مصاحبه) و از سوی دیگر،



شامل همه بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در موضوع مردم‌سالاری دینی و موضوعات مرتبط با آن (برای گردآوری داده از طریق اسنادی) است. از نظر نمونه‌برداری داده‌ها نیز روش داده‌بنیاد، از نگرش منحصربه‌فردی بهره می‌گیرد که «نمونه‌برداری نظری» نامیده می‌شود. نمونه‌برداری نظری، فرایندی مستمر می‌باشد که بعد از تحلیل هر داده تا رسیدن به «اشباع نظری» صورت می‌گیرد. اشباع نظری، زمانی اتفاق می‌افتد که هیچ داده بیشتری یافت نشود که پژوهشگر به وسیله آن بتواند ویژگی‌ها و ابعاد مقوله را رشد دهد. با این اوصاف می‌توان گفت در نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، نمونه‌گیری توسط ظهور مفهومی و نه طرح پژوهشی به پیش می‌رود. (ذوالفقاریان و لطیفی، ۱۳۹۰، صص ۴۴ و ۴۵ به نقل از فرناندز، ۲۰۰۴، ص ۸۸) بر همین مبنا، نمونه‌گیری در این پژوهش به گونه‌ای صورت گرفته است که پس از مصاحبه با ۱۲ نفر از خبرگان، اشباع نظری حاصل گردید.

روایی و پایایی ابزار جمع‌آوری اطلاعات: مقوله ارزیابی نتایج در پژوهش‌های کیفی تا حدودی متفاوت از ارزیابی دو مقوله روایی و پایایی در پژوهش‌های کمی است. بدین معنا که در پژوهش‌های کیفی، بیش از آن که خود نتایج ارزیابی شوند، چگونگی طی نمودن فرایند پژوهش مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. مطابق با نظر استراوس و کوربین (۱۳۸۵، ص ۲۳) یک نظریه داده‌بنیاد که به نحو احسن ساخته و پرداخته شده باشد، چهار معیار را باید برآورده کند: (۱) انطباق، (۲) قابلیت فهم، (۳) تعمیم و (۴) کنترل. برای ارزیابی فرایند نظریه‌پردازی داده‌بنیاد، ذیل چهار معیار مذکور، پارکر و رافی^۱ (1997, p 234) سؤالات زیر را پیشنهاد کرده‌اند:

جدول ۲) معیارهای ارزیابی فرایند نظریه‌پردازی داده‌بنیاد (Parker & Roffey, 1997, p 234)

معیار	سؤالات
انطباق	- آیا مفاهیم از داده‌های واقعی و بررسی‌شده، به دست آمده‌اند؟
قابلیت فهم	- آیا مفاهیم، شناسایی شده‌اند و به شکلی نظام‌مند به هم مرتبط گردیده‌اند؟ - آیا پیوندهای مفهومی وجود دارد و مقوله‌ها به خوبی توسعه یافته‌اند؟ - آیا اشباع نظری به وجود آمده است؟

¹ Parker & Roffey



تعمیم	- آیا برای تغییر شرایط مختلف، نوسان کافی در تولید نظریه در نظر گرفته شده است؟ - آیا شرایط گسترده‌تری که ممکن است بر پدیده مورد مطالعه اثر بگذارد، تشریح شده است؟
کنترل	- آیا برای پرسش تغییر فرآیندی، فکری شده است؟ - آیا یافته‌های نظری، مهم به نظر می‌رسند؟

بر همین اساس، پس از گردآوری و تحلیل داده‌ها و صورت‌بندی نظریه داده‌بنیاد (الگوی به‌دست آمده)، سؤالات و متن مصاحبه‌ها، جداول و اطلاعات مربوط به فرایندهای کدگذاری باز، محوری و انتخابی و نتایج حاصله در اختیار ۳ نفر از پژوهشگران به‌عنوان داور، قرار داده شد تا معیارهای فوق و سؤالات مربوط به هر یک، مورد ارزیابی قرار گرفته و در نهایت مورد تأیید آنان قرار گرفت.

مراحل انجام و به‌کارگیری روش: طبق روش داده‌بنیاد بر اساس شیوه استراوس و کوربین، ابتدا مرحله کدگذاری باز انجام شده است. کدگذاری باز، شامل دو زیرمرحله است: مفهوم‌پردازی و مقوله‌بندی. در مفهوم‌پردازی، به هر واحد معنادار از داده‌ها (شامل گزاره‌های کوتاه در حد یک جمله و یا بلند در حد یک یا چند پاراگراف) یک یا چند مفهوم (به‌مثابه برجسب) اختصاص یافته است. به‌طور کلی، تعداد ۲۹۰ مفهوم از داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها به‌دست آمده است. علاوه بر این، داده‌های اسنادی نیز که شامل بیانات آیت‌الله خامنه‌ای در موضوع مردم‌سالاری دینی بوده، مفهوم‌پردازی شده است. در مجموع ۱۸ مفهوم مرتبط نیز در این بخش به‌دست آمده است. زیرمرحله دوم در کدگذاری باز، مقوله‌بندی است. درواقع، روند طبقه‌بندی مفاهیم را مقوله‌بندی می‌نامند. در این پژوهش، مفاهیم به‌دست آمده در قالب ۹۴ مقوله طبقه‌بندی گردیده است. در مرحله دوم، کدگذاری محوری صورت گرفته است؛ یعنی انجام سلسله رویه‌هایی که طی آن با برقراری پیوند بین مقولات به شیوه‌های جدیدی، اطلاعات با یکدیگر ربط می‌یابند. بر همین اساس، مقولات به‌دست آمده از طبقه‌بندی مفاهیم، تحت عناصر الگوی پارادایمی (شامل شرایط علی، شرایط زمینه‌ای، مقوله محوری، راهبردها، شرایط مداخله‌گر و پیامدها) دسته‌بندی شده است. نهایتاً در مرحله سوم یعنی کدگذاری انتخابی نیز گزارش تبیینی و تشریحی الگوی به‌دست آمده، ارائه می‌شود که نمایانگر مقوله اصلی و خرده‌مقولات و روابط میان آن‌هاست.



۴- یافته‌های تحقیق

همان گونه که پیش تر بیان شد، در مرحله نخست از انجام تحقیق، کدگذاری باز در دو زیرمرحله مفهوم‌پردازی و مقوله‌پردازی صورت گرفته است که به دلیل حجم بالای داده‌ها (متن مصاحبه‌ها و بیانات) و طولانی‌بودن این بخش، صرفاً نمونه‌ای از آن در جدول ۳، جدول ۴ و جدول ۵ آمده است:

جدول ۳) گزیده مفهوم‌پردازی داده‌های مصاحبه با خبرگان (منبع: نتایج تحقیق)

کد مفهوم	گزاره	مفهوم
مصاحبه‌شونده ۱		
A01	مهم‌ترین مسئله در حکمرانی فضای مجازی نسبت به فضای حقیقی، این است که مردم در فرایند حکمرانی فضای مجازی، نقش خیلی پررنگ‌تری دارند؛ یعنی قدرت مردم، بیشتر است.	قدرت بیشتر مردم در حکمرانی فضای مجازی نسبت به فضای فیزیکی
A08	در حوزه فضای مجازی، قدرت مردم در مواجهه با حکومت افزایش می‌یابد؛ زیرا هزینه جابه‌جایی و تغییر مکان اندک است؛ یعنی مردم به راحتی می‌توانند از اکوسیستم یک حکومت به اکوسیستم کشور دیگری کوچ کنند. ما با مهاجرت لحظه‌ای	افزایش قدرت مردم برای نافرمانی از حکومت در فضای مجازی
A09	مواجه هستیم یعنی اگر مردم قوانین و مقررات یک اکوسیستم را قبول نداشته باشند، در عرض چندثانیه به اکوسیستم کشور دیگر مهاجرت می‌کنند و تحت رگولاتوری و حکمرانی آن کشور قرار می‌گیرند.	مهاجرت مجازی مردم به نظام‌های حکمرانی دیگر به صورت لحظه‌ای
مصاحبه‌شونده ۲		
C01	مردم در فضای مجازی امروز ایران، خیلی نقش دارند. مردم قدرت زیادی در این فضا دارند؛ اما به دلیل مشکلاتی که به	بازیگری قدرتمند مردم در فضای مجازی
C02	خطر عدم درک صحیح مردم از حضور در نظام جهانی ایجاد شده است، مردم ما واسطه شده‌اند برای اعمال حکمرانی جهانی در عرصه فضای مجازی که یعنی سلطه حکمرانی جهانی بر فضای مجازی ایران.	بازیگری مردم در راستای سلطه حکمرانی جهانی بر فضای مجازی

جدول ۴) گزیده مفهوم‌پردازی داده‌های اسنادی (منبع: نتایج تحقیق)

کد مفهوم	گزاره	مفهوم	منبع
Z03	حقیقت مردم‌سالاری دینی این است که یک نظام باید با هدایت الهی و اراده مردمی اداره شود و پیش برود.	اداره حکومت بر اساس هدایت الهی	خامنه‌ای، ۱۳۸۰/۰۸/۲۰
Z05	ما می‌خواهیم مردم متدین بشوند. این حرف گاهی تکرار شده که «ما مردم را نمی‌خواهیم به زور به بهشت ببریم»؛	لزوم نشان دادن مسیر	خامنه‌ای، ۱۳۹۶/۰۶/۳۰



	هدایت به مردم	خب این به نظر ما یک تعبیر صحیحی نیست، ... اما بایستی ما راه بهشت را به روی مردم باز کنیم، مردم را تشویق کنیم.	
Z15	ایجاد زمینه مشارکت مردم	هرجایی که مسئولین کشور توانایی‌های مردم را شناختند و به کار گرفتند، ما موفق شدیم... اینجاست که مسئولین باید زمینه‌ها را، مدل‌ها را، فرمول‌های عملی و قابل فهم عموم را، فرمول‌های اعتمادبخش را برای مشارکت مردم فراهم کنند.	خامنه‌ای، ۱۳۹۰/۰۷/۲۰

جدول ۵) گزیده مقوله‌پردازی کل مفاهیم (منبع: نتایج تحقیق)

مقوله	کد مفاهیم	فراوانی مفاهیم
تضعیف قدرت حکومت	A35, E03, L02, L03, L04, L05, L10, L11	۸
تمرکززدایی از قدرت	B01, B02, G04, G06, G07, L08	۶
قدرت‌گریز مردم از حکومت	A01, A03, A08, A11, I08, I09, I13, I14	۸
اقتضای مشارکت مستقیم	A13, A49, D22, I10	۴
حکمرانی سلسله‌مراتبی زیرساخت	G10, I18, L16	۳
حکمرانی بازاری خدمات	A45, B03, C05, G11, L17	۵
حکمرانی شبکه‌ای محتوا	A48, L18	۲
مداخله حداقلی در محتوا	A40, A47, E11, G16, K16	۵
ایجاد زیرساخت مشارکت مردم	A41, F12, H14, H15, H16, H17	۶
واگذاری تنظیم‌گری به نهادهای مردمی	A38, E06, G09, G24, G26, K14, L14	۷
الگوسازی برای کنشگری	E07, K06, K07, K08, K17, K18	۶
صیانت از منافع بخش خصوصی	A19, A20, A21, A25, F09, H05, H07, I07, K13	۹

در مرحله دوم از انجام تحقیق که با عنوان کدگذاری محوری مرسوم است، ۹۴ مقوله به‌دست آمده به شیوه جدیدی با مرتبط شده و بدین طریق، الگوی پارادایمی حکمرانی مردمی در فضای مجازی مبتنی بر نظریه مردم‌سالاری دینی، ظهور یافته است:



شکل ۲) الگوی پارادایمی حکمرانی مردمی در فضای مجازی مبتنی بر نظریه مردم‌سالاری دینی (منبع: نتایج تحقیق)



مرحله سوم و پایانی در انجام این تحقیق نیز که با عنوان کدگذاری انتخابی شناخته می‌شود، مشتمل بر توضیح و تبیین الگوی به‌دست‌آمده به‌صورت تشریحی است تا هر یک از عناصر و مقولات و روابط میان آن‌ها به خواننده شناسانده شود. بر همین اساس، عناصر اصلی در این الگو، در ادامه به ترتیب مورد تبیین قرار می‌گیرد.

۴-۱- شرایط علی و زمینه‌ای

شرایط علی، مجموعه‌ای از عوامل است که «فرا حکمرانی مردمی دین‌مدارانه» در فضای مجازی را ایجاب می‌کند و موجب ضرورت اجرای آن می‌شود. در اینجا، این عوامل به صورت یک زنجیره به‌هم‌متصل عمل کرده و هر کدام از آن‌ها، وجود عامل بعد از خود را ایجاب می‌کند. *عامل اول*، تضعیف قدرت حکومت‌ها در حکمرانی فضای مجازی است. بر اثر تعدد بازیگران حکمرانی فضای مجازی و اقتضائات فناورانه این فضا، حکومت‌های ملی، دیگر قدرت سابق که در حکمرانی فضای فیزیکی (ماقبل فضای مجازی) را داشتند، ندارند. اما قدرت کاسته‌شده از حکومت‌ها، میان بازیگران دیگر همچون شرکت‌های خصوصی، نهادهای مردمی، اصناف و اتحادیه‌های بخش خصوصی و سازمان‌های بین‌المللی به طور برابر توزیع نشده است. بلکه این شرایط منجر به انتقال قدرت حکمرانی به شرکت‌های بزرگ فراملیتی فعال در حوزه زیرساخت و خدمات فضای مجازی شده که *عامل دوم*، یعنی تسلط شرکت‌های خارجی را موجب شده است. با توجه به این که ماهیت شرکت‌های خصوصی با سرمایه و بازار گره خورده، تسلط شرکت‌های بزرگ فراملیتی با قدرت حکمرانی بالا، منجر به *عامل سوم* یعنی ظهور سرمایه‌داری سایبری شده است. منظور از سرمایه‌داری سایبری این است که فعالیت کاربران در بستر پلتفرم‌ها برای خود کاربران، دریافت خدمات فردی را به دنبال دارد اما در اصل، موجب انباشت بیشتر سرمایه و توسعه بیشتر قدرت ناشی از سرمایه در این شرکت‌ها می‌شود.

با در نظر گرفتن این شرایط، *عامل چهارم* یعنی قاعده نفی‌سپیل در اسلام، ایجاب می‌کند که مانع اعمال حکمرانی شرکت‌های مسلط خارجی در فضای مجازی کشور شویم؛ اما در شرایطی که حکومت ملی، از قدرت سابق برخوردار نیست و نمی‌تواند به تنهایی بر این شرکت‌ها اعمال قدرت کند، مشارکت واقعی مردم به عنوان *عامل پنجم* و اصلی، لازم و ضروری می‌نماید. لذا این پنج عامل به‌عنوان شرایط علی، لزوم مشارکت واقعی مردم بر اساس الگوی حکمرانی‌ای را ایجاب می‌کند که منطبق بر اصول مردم‌سالاری دینی و به دنبال برآورده ساختن غایات مردم‌سالاری دینی باشد.

حکمرانی فضای مجازی با حکمرانی فضای فیزیکی تفاوت‌هایی دارد که ناشی از عوامل زمینه‌ای یعنی اقتضائات خاص این فضا است. اقتضائات خاص فضای مجازی که در این



پژوهش احصاء شده، در قالب ۱۴ مقوله، صورت‌بندی شده است که در شکل ۲ قابل مشاهده می‌باشد. به‌عنوان مثال، یکی از این ویژگی‌ها با برچسب «تسهیل مهاجرت مجازی» مشخص شده است. بدین منظور که در فضای فیزیکی، فاصله تمایل مردم به مهاجرت به خارج از کشور تا اقدام نهایی خروج از کشور، چه از نظر امکان و چه از نظر زمانی، زیاد است؛ اما در فضای مجازی، کاربران در صورتی که نخواهند تحت نظام حکمرانی ملی قرار گیرند، با استفاده از برخی روش‌ها (مانند تغییر آی‌پی^۱ توسط پروکسی^۲) می‌توانند به قلمروی مجازی کشور دیگری از جهان در ظرف چندثانیه مهاجرت نمایند.

۴-۲- مقوله محوری

شرایط علی و عوامل زمینه‌ای فوق، منجر به این می‌شود که تحقق مردم‌سالاری دینی در حکمرانی فضای مجازی، از طریق فراحکمرانی امکان‌پذیر باشد. «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» به‌عنوان مقوله محوری، ترکیبی از سه الگوی آرمانی حکمرانی سلسله‌مراتبی، بازار و شبکه‌ای است که توسط اصول مردم‌سالاری دینی احاطه شده و به دنبال تحقق غایات آن است.

می‌دانیم که فضای مجازی را به‌طور کلی می‌توان شامل سه لایه دانست: (۱) لایه زیرساخت (شامل مجموعه سخت‌افزارهای مخابراتی و رایانه‌ای، نرم‌افزارها و پروتکل‌ها)، (۲) لایه خدمات (شامل پلتفرم‌ها و بسترهای نرم‌افزاری ارائه خدمات دسترسی به شبکه و نرم‌افزارها و برنامه‌های خدمات محتوایی) (۳) لایه محتوا (شامل محتوای چندرسانه‌ای و خدمات نهایی) (سند طرح کلان و معماری شبکه ملی اطلاعات، ۱۳۹۹، صص ۶-۷). یافته‌های تحقیق نشان می‌دهد که در «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه»، حکمرانی لایه زیرساخت بر اساس الگوی حکمرانی سلسله‌مراتبی، حکمرانی لایه خدمات بر اساس الگوی حکمرانی بازار و حکمرانی لایه محتوا بر اساس الگوی حکمرانی شبکه‌ای باید صورت پذیرد. بدین نحو که:

■ در لایه زیرساخت فضای مجازی، بازیگر اصلی که هر سه ابزار سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و اجرا یا همان تصدی‌گری (ایجاد و توسعه زیرساخت) را باید در اختیار داشته باشد، حکومت است. در کنار حکومت، اصناف و اتحادیه‌های بخش خصوصی در تنظیم‌گری و شرکت‌های خصوصی در اجرا (توسعه و بهره‌برداری از زیرساخت) تحت نظارت حکومت، به مشارکت می‌پردازند.

^۱ IP

^۲ proxy



■ در لایه خدمات فضای مجازی، بازیگر اصلی باید شرکت‌های خصوصی باشند. نقش حکومت در لایه خدمات، باید کمتر از لایه زیرساخت باشد و صرفاً به سیاست‌گذاری و مشارکت در تنظیم‌گری محدود شود. اصناف و اتحادیه‌های بخش خصوصی در این لایه، نقش تنظیم‌گری را بر عهده‌دارند و شرکت‌های خصوصی، به اجرا و تصدی‌گری خدمات، تحت تنظیم‌گری حکومت و اصناف می‌پردازند.

■ در لایه محتوای فضای مجازی، باید مردم یا کاربران را بازیگر اصلی دانست و سایر بازیگران شامل حکومت، نهادهای متشکل مردمی، شرکت‌های خصوصی و والدین در امر حکمرانی، مشارکت می‌کنند. هر چند حکومت، بایستی در لایه محتوا نیز ابزار سیاست‌گذاری را در اختیار داشته باشد، اما به دلیل اقتضائات خاص این لایه، سیاست‌های مدنظر را باید از طریق مذاکره و چانه‌زنی و ابزار حمایت مالی پیاده کند. حکومت در لایه محتوا فقط در موارد محدود ناهنجاری‌های محتوایی نظیر هرزه‌نگاری، توهین به مقدسات دینی و از این قبیل، ابزار اجرای مستقیم و تصدی‌گری را داراست. حکومت علاوه بر واگذاری تنظیم‌گری محتوا به نهادهای متشکل مردمی، باید از آن‌ها در تدوین سیاست‌ها مشورت بگیرد. نهادهای متشکل مردمی در این لایه، ابزارهای تنظیم‌گری و اجرا (تولید محتوا) را در اختیار دارند. علاوه بر این، والدین نیز باید ابزار تنظیم‌گری را در خانواده برای فرزندان در اختیار داشته باشند. شرکت‌های خصوصی نیز، ابزار اجرا (تولید محتوا) را در اختیار دارند. درنهایت، عموم کاربران نیز می‌توانند در تنظیم‌گری و اجرا (تولید و مصرف محتوا) مشارکت نمایند.

اصول ده‌گانه مردم‌سالاری دینی بر اساس دیدگاه آیت‌الله خامنه‌ای، شامل این موارد است: (۱) دین‌مداری (۲) هدایت‌محوری (۳) حق‌مداری (۴) انتخاب مردمی (۵) خدمت‌محوری (۶) مشارکت مردمی (۷) نظارت مردمی (۸) عدالت‌محوری (۹) شایسته‌سالاری (۱۰) قانون‌محوری. اساساً این اصول را به‌عنوان غایات برای مقوله «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» باید در نظر گرفت. بدین معنا که تمامی اصول ده‌گانه باید توسط این الگو در حکمرانی تحقق یابند تا بتوان گفت «حکمرانی مردمی در فضای مجازی مبتنی بر نظریه مردم‌سالاری دینی» تحقق یافته‌است؛ اما با توجه شرح ویژگی‌ها و خصوصیات الگوهای سه‌گانه حکمرانی، زمینه و شرایط تحقق اصول مردم‌سالاری دینی در هر یک از این الگوها متفاوت است.

۴-۳- راهبردها

برای اجرا و پیاده‌سازی «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه»، مجموعه‌ای از ۳۷ راهبرد (منتج از داده‌های مصاحبه با خبرگان) در پنج دسته احصاء گشته و پیشنهاد شده‌است. «اصول راهبردی»، مجموعه‌ای از ملاحظات و الزامات است که باید در اجرای کلی الگو، در



نظر گرفته شود. «خطاهای راهبردی» شامل مجموعه اقدامات و وضعیت‌هایی است که باید از آن‌ها اجتناب نمود تا الگوی مطلوب محقق شود. هم‌چنین «راهبردهای حکومت»، «راهبردهای مردم» و «راهبردهای بخش خصوصی» نیز مجموعه فعالیت‌هایی است که باید به ترتیب از سوی حکومت، مردم و بخش خصوصی در راستای «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» انجام پذیرد. مجموعه این راهبردها در شکل ۲ قابل مشاهده است.

۴-۴- شرایط مداخله‌گر

مجموعه‌ای از شرایط و عوامل نیز وجود دارند که مانع اجرای راهبردهای فوق و پیاده‌سازی الگوی مطلوب حکمرانی مردمی در فضای مجازی می‌شوند. این عوامل، شرایط مداخله‌گر نامیده می‌شوند و شامل هشت عامل است که در شکل ۲ قابل مشاهده می‌باشد.

۴-۵- پیامدها

درنهایت باید گفت که اجرای جامع «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» در فضای مجازی، پیامدهای زیر را به دنبال خواهد داشت:

- تقویت اقتدار ملی: به‌طور کلی، اجرای راهبردهای «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» به احیای قدرت مشروع حکومت به‌عنوان نماینده مردم بر اساس نظریه مردم‌سالاری دینی، می‌انجامد.
- مشارکت واقعی مردم: مشارکت واقعی مردم از طریق «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» که مبتنی بر تحقق اصول مردم‌سالاری دینی است، به‌دست‌آمده خواهد آمد. مسئله‌ای که در این رابطه وجود دارد، این است که هرگونه مشارکت مردم که موجب تسلط بیگانگان بر فضای مجازی شود، مشارکت مطلوب قلمداد نمی‌شود. بلکه مشارکت مردم بر اساس مردم‌سالاری دینی است که می‌تواند تضمین‌شده و موجب تقویت اقتدار ملی گردد.
- تقویت زیرساخت، خدمات و تولید محتوا: با توجه به هم‌افزایی حکومت، بخش خصوصی و مردم و هم‌چنین افزایش ظرفیت اجرایی و نیروی انسانی و کاهش هزینه‌ها، مشارکت واقعی مردم در چارچوب فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه، موجب تقویت زیرساخت، خدمات و تولید محتوا در فضای مجازی خواهد شد.
- آسیب‌های فرهنگی کوتاه‌مدت: مداخله حداقلی حکومت در لایه محتوا، در کوتاه‌مدت می‌تواند منجر شود به ایجاد فرصتی برای بروز محتوای حاشیه‌ای که با معیارهای اسلامی فاصله دارد. این امر در کوتاه‌مدت سبب بروز آسیب‌های فرهنگی خواهد شد؛ اما در بلندمدت و در شرایطی که گفتمان‌های متکثر محتوا اجازه ظهور یابند، الگوسازی توسط حکومت و درونی‌سازی ارزش‌ها از طریق توانمندسازی کاربران و توسعه و تکامل



تنظیم‌گری نهادهای متشکل مردمی و والدین می‌تواند به نحو مؤثری، عموم مردم را در راستای اهداف اسلامی هدایت کند.

۵- نتیجه‌گیری

۵-۱- بحث

طبق تجزیه و تحلیل داده‌ها در این تحقیق، حکمرانی فضای مجازی باید بر اساس الگوی پارادایمی خاصی صورت گیرد تا بتوان نقش مردم در حکمرانی فضای مجازی کشور را در چارچوب دین اسلام، ارتقا بخشید. بر اساس آنچه در بخش یافته‌های تحقیق آمده است، به‌طور خلاصه می‌توان حکمرانی لایه‌های زیرساخت، خدمات و محتوا در فضای مجازی بر اساس «فراحکمرانی مردمی دین مدارانه» را در جدول زیر، مقایسه کرد:

جدول ۶) مقایسه حکمرانی لایه‌های سه‌گانه فضای مجازی (منبع: نتایج تحقیق)

شاخص‌های مقایسه	لایه محتوا	لایه خدمات	لایه زیرساخت
۱. الگوی حکمرانی	شبکه‌ای	بازاری	سلسله‌مراتبی
۲. فرهنگ غالب	مشارکت خواهی برابر	فردگرایی	پوروکراسی
۳. ارزش‌های مرکزی	مشارکت، اختیار بالا، انعطاف	سرمایه، سود مادی	وظیفه‌محوری
۴. هدف غایی	مشارکت عادلانه، اجماع و توافق	حداکثرسازی سود، افزایش سرمایه	ثبات، نظم، پیشرفت
۵. انگیزه کنش افراد	احساس مشارکت	مزایای مادی	بهره‌مندی از تشویق، اجتناب از تنبیه
۶. جهت‌گیری	افقی	عمودی، پایین به بالا	عمودی، بالا به پایین
۷. چگونگی بازگرداندن	آزادانه بر اساس اعتماد و کنش متقابل	آزادانه بر اساس رقابت و مجوز رسمی	محدود بر اساس قوانین رسمی
۸. ساختار سازمانی	ساختارهای منعطف با حداقل تنظیم‌گری	غیرمتمرکز و رقابتی	ساختارهای ایستا و سلسله‌مراتبی
۹. مبنای روابط	اعتماد و همکاری متقابل	رقابت، قرارداد، بهره‌وری	قانون و مقررات
۱۰. طریقه هدایت و کنترل	مذاکره و حمایت	عرضه و تقاضا، قرارداد، مجوز	اجبار یک‌جانبه



۱۱. زمینه تحقق اصول مردم سالاری دینی	مشارکت مردمی، دین‌مداری، حق‌مداری، هدایت‌محوری، نظارت‌مردمی و عدالت‌محوری	عدالت‌محوری، خدمت‌محوری، قانون‌محوری و دین‌مداری	انتخاب مردمی، خدمت‌محوری، شایسته‌سالاری، قانون‌محوری، نظارت مردمی و دین‌مداری
۱۲. بازیگر اصلی	کاربران	شرکت‌های خصوصی	حکومت
۱۳. بازیگران جانبی	حکومت، نهادهای مردمی، والدین، شرکت‌های خصوصی	حکومت، اصناف	شرکت‌های خصوصی، اصناف
۱۴. نقش حکومت	سیاست‌گذاری، اجرا (پالایش دولتی حداقلی)	سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری	سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری، اجرا (ایجاد و توسعه زیرساخت)
۱۵. نقش نهادهای مردمی	سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری، اجرا	-	-
۱۶. نقش شرکت‌های خصوصی	اجرا (تولید محتوا)	اجرا (ایجاد پلتفرم و ارائه خدمات)	اجرا (توسعه و بهره‌برداری از زیرساخت)
۱۷. نقش اصناف	-	تنظیم‌گری	تنظیم‌گری
۱۸. نقش کاربران	تنظیم‌گری، اجرا (تولید و مصرف محتوا)	-	-
۱۹. نقش والدین	تنظیم‌گری	-	-

۵-۲- نتیجه‌گیری

با توجه به یافته‌های پژوهش، به‌طور خلاصه و یکپارچه می‌توان گفت که حکمرانی مردمی در فضای مجازی مبتنی بر نظریهٔ مردم‌سالاری دینی، به‌وسیلهٔ اجرا و پیاده‌سازی الگوی پارادایمی خاصی محقق می‌شود که شامل عناصر و اجزای زیر است:

- مقوله محوری «فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه» که ترکیبی از الگوی حکمرانی سلسله‌مراتبی در لایه زیرساخت، الگوی حکمرانی بازار در لایه خدمات و الگوی حکمرانی شبکه‌ای در لایه محتوای فضای مجازی است که توسط اصول مردم‌سالاری دینی احاطه شده و به دنبال تحقق غایات آن است. در این‌گونه از فراحکمرانی، بازیگران مختلف اعم از حکومت، شرکت‌های خصوصی، اصناف و اتحادیه‌ها، نهادهای متشکل



مردمی، والدین و کاربران با در اختیار داشتن سه ابزار سیاست‌گذاری، تنظیم‌گری و اجرا، هر یک به فراخور جایگاه معین‌شده خود در فرآیند حکمرانی مشارکت می‌کنند. شرایط علی که به‌عنوان یک سلسله علل، مقوله محوری فوق را ایجاب می‌کنند و اجرای آن را ضروری می‌سازند. این علل مشتمل است بر تضعیف قدرت حکومت، تسلط شرکت‌های خارجی، ظهور سرمایه‌داری سایبری، لزوم قاعده نفی سبیل و لزوم مشارکت واقعی مردم.

شرایط زمینه‌ای که منجر به تمایز فضای مجازی از فضای فیزیکی شده و به معنای اقتضائات و خصوصیات خاص فضای مجازی است. این شرایط منجر به این شده است که حکمرانی فضای مجازی نیازمند الگوی متفاوتی باشد. لذا ۱۴ ویژگی احصاء‌شده برای فضای مجازی بدین‌صورت است: ماهیت اکوسیستمی، فضای مبتنی بر کنش اجتماعی، پیچیدگی و چندوجهی بودن، متغیر و نامتعیین بودن، گستردگی قلمرو، گمنامی، فردگرایی، غلبه ساختار بر افراد، گریز از تنظیم‌گری، عدم تبعیت شبکه از اکثریت، تسهیل مهاجرت مجازی، تمرکززدایی از قدرت، قدرت گریز مردم از حکومت و در نهایت، اقتضای مشارکت مستقیم.

راهبردها شامل مجموعه اصول، سیاست‌ها و اقداماتی است که فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه در فضای مجازی را پیاده‌سازی می‌کند و شامل پنج دسته اصول راهبردی، خطاهای راهبردی، راهبردهای حکومت، راهبردهای بخش خصوصی و راهبردهای مردم است.

شرایط مداخله‌گر، شرایطی است که مانع اجرای راهبردهای فوق می‌شوند و شامل هشت عامل داخلی و خارجی است: خطای جرم‌انگاری تولید محتوای حاشیه‌ای، تعارض جناح‌های سیاسی، انحصارطلبی قدرت، غلبه نگاه فناورانه به حکمرانی فضای مجازی، تهدیدپنداری مشارکت مردم، عدم استقلال و خودکفایی در لایه زیرساخت، تسلط گفتمان‌های غالب در محتوا و نهایتاً سلطه آمریکا بر حکمرانی اینترنت.

پیامدها که در واقع، نتایج حاصل از اجرای فراحکمرانی مردمی دین‌مدارانه در فضای مجازی است و شامل تقویت اقتدار ملی، تضمین مشارکت واقعی مردم، تقویت



زیرساخت، خدمات و تولید محتوا در فضای مجازی و البته بروز آسیب‌های فرهنگی کوتاه‌مدت است.

۵-۳- پیشنهادها

بر اساس یافته‌های این پژوهش، می‌توان برخی پیشنهاد‌های پژوهشی و عملیاتی را بدین ترتیب ارائه نمود:

- پژوهش پیرامون راهبردها و شیوه‌های شکل‌سازی مردمی در فضای مجازی به منظور مشارکت در حکمرانی ملی و فراملی این فضا.
- تحقیق درباره الگوی ارتقای جایگاه حکومت و قدرت آن در حکمرانی فضای مجازی و همچنین راهبردهای نقش‌آفرینی حکومت در مواجهه با فناوری‌های نوظهور در فضای مجازی.
- پژوهش در مورد چهارچوب‌های مواجهه با محتوای نامطلوب فرهنگی و سیاسی به منظور طراحی نظام کلان و بازنگری در سیاست‌های تعیین مصادیق محتوای مجرمانه در فضای مجازی.
- جریان‌شناسی سیاست‌ها و برنامه‌های اجرایی وزرای ارتباطات و فناوری اطلاعات در تاریخ نظام جمهوری اسلامی ایران با تمرکز بر مقایسه ابعاد فناورانه و ابعاد اجتماعی.

۵-۴- محدودیت‌های پژوهش

در پایان شاید بتوان محدودیت جدی این پژوهش را کمبود منابع نظری و کم‌شمار بودن خبرگان متخصص در موضوع پژوهش دانست که منشأ آن نیز ماهیت میان‌رشته‌ای این مقاله (میان حوزه‌های فلسفه سیاسی حکومت اسلامی و حکمرانی فضای مجازی) است. لذا می‌توان این اثر را از نقاط شروع و مرتبط‌کننده میان این دو حوزه دانشی دانست که مایه‌ای برای نقد و بررسی صاحب‌نظران و موجب شکل‌گیری مسائل پژوهش‌های آتی باشد.

۶- منابع

۶-۱- منابع فارسی

مقاله‌ها

- ۱ باهنر، ناصر و مهدی‌پور، حسین. (۱۳۹۸). تحلیل دلالت‌های سیاستی اندیشه رهبر معظم انقلاب اسلامی درباره فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی. فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، سال ۲۲ (شماره ۸۳)، صص ۳۷-۵.



۷. حاجی حسینی، حجت‌اله؛ محمدی، مهدی؛ عباسی، فرهاد و الیاسی، مهدی. (۱۳۹۰). **تحلیل حکمرانی نظام نوآوری ایران بر پایه چرخه سیاست‌گذاری نوآوری**، سیاست علم و فناوری، سال چهارم (شماره ۱)، صص ۳۳-۴۶.
۸. خواجه سروی، غلامرضا. (۱۳۹۵). **بررسی مقایسه‌ای مردم‌سالاری دینی در نگاه آیت‌الله خامنه‌ای و آیت‌الله شمس‌الدین**، پژوهش‌های راهبردی سیاست، سال پنجم (شماره ۴۷)، صص ۳۷-۹.
۹. خواجه نائینی، علی. (۱۳۹۳). **درآمدی بر مفهوم حکمرانی شبکه‌ای؛ مطلوبیت‌ها و چالش‌ها**، رهیافت‌های سیاسی و بین‌المللی، سال ششم (شماره ۳۹)، صص ۱۵۵-۱۲۹.
۱۰. دهقان‌اشکذری، محمدحسین و جلالی‌فراهانی، غلامرضا. (۱۴۰۰). **ارائه الگوی حکمرانی مردم محور اسلامی بر فضای مجازی**، فصلنامه حکمرانی متعالی، سال دوم (شماره ۴)، صص ۲۴۵-۲۰۶.
۱۱. سعیدی، مهدی. (۱۳۹۳). **آرای مختلف در باب مردم‌سالاری دینی با تأکید بر دیدگاه حضرت آیت‌الله خامنه‌ای**، در محمدرضا مرندي، مجموعه مقالات سومین همایش ملی مردم‌سالاری دینی: مقالات علمی-پژوهشی، جلد ۱، تهران: دفتر نشر معارف، صص ۱۸۵-۱۵۹.
۱۲. معینی پور، مسعود. (۱۳۹۳). **عدم امکان تحقق دموکراسی دینی به‌جای مردم‌سالاری دینی با تأکید بر نظریه مردم‌سالاری دینی**، در محمدرضا مرندي، مجموعه مقالات سومین همایش ملی مردم‌سالاری دینی: مقالات علمی-پژوهشی، جلد ۱، تهران: دفتر نشر معارف، صص ۵۱۴-۴۹۳.
۱۳. یزدانی زازرانی، محمدرضا. (۱۳۹۱). **بررسی رابطه مفهومی و تأثیر حکمرانی بر سیاست‌گذاری عمومی**، پژوهش‌های روابط بین‌الملل، سال اول (شماره ۴)، صص ۱۴۲-۱۰۹. کتاب‌ها
۱۴. استراوس، آنسلم و کوربین، جولیت. (۱۳۸۵). **اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی رویه‌ها و شیوه‌ها**، ترجمه بیوک محمدی، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۵. امینی، پرویز. (۱۳۸۸). **مهار قدرت در مردم‌سالاری دینی (بر اساس دیدگاه‌های امام خمینی و قانون اساسی)**، تهران: آفتاب توسعه.
۱۶. بور، مارک. (۱۳۹۷). **حکمرانی: مقدمه‌ای بسیار کوتاه**، ترجمه عرفان مصلح و زهره کریم‌میان. تهران: نشر کرگدن.
۱۷. جواد‌آملی، عبدالله. (۱۳۸۱). **دین‌شناسی**، قم: اسراء.
۱۸. ذوالفقاریان، محمدرضا و لطیفی، میثم. (۱۳۹۰). **نظریه‌پردازی داده بنیاد با نرم‌افزار NVivo8**، تهران: دانشگاه امام صادق (ع).
۱۹. عاملی، سعیدرضا. (۱۳۹۷). **الگوی حکمرانی دو فضایی**، تهران: امیرکبیر.



۵۵. غلامی، رضا. (۱۳۹۸). الگوی شش ضلعی حکمرانی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی، تهران: مرکز ملی فضای مجازی.
۶۶. کاستلز، مانوئل. (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ، ترجمه احد علیقلیان، افشین خاکباز و حسن چاوشیان، تهران: طرح نو.
۷۷. مرندي، محمدرضا. (۱۳۹۳). مجموعه مقالات سومین همایش ملی نظریه مردم‌سالاری دینی: مقالات علمی - پژوهشی، جلد ۱، تهران: دفتر نشر معارف.
- پایان‌نامه‌ها
۸۸. اصنافی، محمدرضا. (۱۳۹۷). ارائه خط‌مشی مطلوب جمهوری اسلامی ایران برای رسانه‌های اجتماعی با رویکرد مردم‌سالاری دینی، رساله دکتری. دانشکده مدیریت / دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات تهران.

۶-۲- منابع فارسی به لاتین

Articles

1. Bahonar, N., & Mehdi Pour, H. (2019). An analysis of the policy implications of the Islamic revolution supreme Leader's thought about cyberspace and social networks. **Strategic Studies Quarterly of Basij**, 22(83), 5-37.
2. Haji-Hosseini, H., Mohammadi, M., Abbasi, F., & Elyasi, M. (2011). Analysis of Iranian Innovation System's Governance Based on Innovation Policy Making Cycle. **Science and Technology Policy Quarterly**, 4(1), 33-46.
3. Khajeh Sarvi, G. (2016). A comparative study of religious democracy in the views of Ayatollah Khamenei and Ayatollah Shamseddin. **Strategic Research on Politics**, 5(47), 9-37.
4. Khajeh Naeini, A. (2014). An introduction to the concept of network governance; Desires and Challenges. **Political and International Approaches**, 6(39), 129-155.
5. Dehghan Ashkezari, M. H., & Jalali Farahani, G. (2021). Presenting a model of Islamic people-centered governance on cyberspace. **Excellence Governance Quarterly**, 2(4), 206-245.
6. Saeedi, M. (2014). Different perspectives on religious democracy with emphasis on the views of Ayatollah Khamenei. In M. R. Marandi (Ed.), **Collected papers of the third national conference on religious democracy: Scientific-research articles** (Vol. 1, pp. 159-185). Tehran: Maaref Publishing Office.



7. Moeini Pour, M. (2014). The impossibility of establishing religious democracy instead of people-centered democracy, with emphasis on Ayatollah Khamenei's theory of religious democracy. In M. R. Marandi (Ed.), **Collected papers of the third national conference on religious democracy: Scientific-research articles** (Vol. 1, pp. 493–514). Tehran: Maaref Publishing Office.
8. Yazdani Zazrani, M. R. (2012). Conceptual Relationship and the Impact of Governance on Public Policy. **International Relations Research Journal**, 1(4), 109–142.

Books

1. Strauss, A., & Corbin, J. (2006). **Principles of qualitative research methods: Grounded theory procedures and techniques** (B. Mohammadi, Trans.). Tehran: Institute for Humanities and Cultural Studies.
2. Amini, P. (2009). **Controlling power in religious democracy (Based on the views of Imam Khomeini and the Constitution)**. Tehran: Aftab Tose'eh.
3. Boor, M. (2018). **Governance: A very short introduction** (E. Mosleh & Z. Karimian, Trans.). Tehran: Kargadan Publishing.
4. Javadi-Amoli, A. (2002). **Religious knowledge**. Qom: Asra Publications.
5. Zolfagharyan, M. R., & Latifi, M. (2011). **Grounded theory using NVivo 8 software**. Tehran: Imam Sadegh University.
6. Ameli, S. R. (2018). **The dual-space governance model**. Tehran: Amirkabir Publications.
7. Gholami, R. (2019). **The hexagonal governance model of the Islamic Republic of Iran in cyberspace**. Tehran: National Cyberspace Center.
8. Castells, M. (2001). **The information age: Economy, society, and culture** (E. Aligholian, A. Khakbaz, & H. Chavoshian, Trans.). Tehran: Tarh-e-No Publications.
9. Marandi, M. R. (Ed.). (2014). **Collected papers of the third national conference on religious democracy: Scientific-research articles** (Vol. 1). Tehran: Maaref Publishing Office.

Thesis

1. Asnafi, M. R. (2018). **Providing an optimal policy for the Islamic Republic of Iran for social media with a religious democracy approach** (Doctoral dissertation, Islamic Azad University, Science and Research Branch, Tehran).



۶-۳- منابع لاتین

Articles

1. Acharya, S. (2024). Governance: An analytical and conceptual synthesis. **PAAN Journal**, 30(1), 1753-1759.
2. Feng, X., Chang, S., Kaili, G., Youjie, H., & Yong, Q. (2023, October). Research on Internet governance behavior based on internet social responsibility. In **2023 6th International Conference on Computing and Big Data (ICCBD)** (pp. 60-66). IEEE.
3. Han, Y., & Guo, Y. (2022, January). Literature review of the concept of "Internet governance" based on the background of e-society. In **Proceedings of the 2022 13th International Conference on E-Education, E-Business, E-Management, and E-Learning** (pp. 611-618). ACM.
4. Klijn, E. H., & Koppenjan, J. M. F. (2000). Public management and policy networks: Foundations of a network approach to governance. **Public Management**, 2(2), 135-158.
5. Komito, L. (2005). E-participation and governance: Widening the net. **Electronic Journal of E-Government**, 3(1), 39-48.
6. Parker, L., & Roffey, B. (1997). Methodological themes. **Accounting, Auditing & Accountability**, 10(2), 212-247.
7. Popescu, G. H., & Creager, K. (2017). Participatory forms of digital governance and people-powered services. **Ekonomicko-manazerske Spektrum**, 11(2), 45-52.
8. Sørensen, E., & Torfing, J. (2005). The democratic anchorage of governance networks. **Scandinavian Political Studies**, 28(3), 195-218.
9. Sullivan, J. L. (2023). Governance. In O. Hughes, **The crisis of governance** (pp. 120-138). Cheltenham, UK: Edward Elgar Publishing.

Books

1. Ansell, C., & Torfing, J. (Eds.). (2022). **Handbook on theories of governance**. Northampton, MA: Edward Elgar Publishing.
2. Bell, D., Loader, B., Pleace, N., & Schuler, D. (2004). **Cyberculture: The key concepts**. London and New York: Routledge.
3. Brousseau, E., Marzouki, M., & Méadel, C. (Eds.). (2012). **Governance, regulation and powers on the Internet**. Cambridge, UK: Cambridge University Press.



4. Bygrave, L., & Bing, J. (2009). **Internet governance: Infrastructure and institutions**. New York, NY: Oxford University Press.
5. Gelbstein, E., & Kurbalija, J. (2005). **Internet governance: Issues, actors and divides**. Geneva, Switzerland: Diplo Foundation.
6. Kurbalija, J. (2010). **An introduction to Internet governance** (7th ed.). Geneva, Switzerland: Diplo Foundation.
7. Marchant, J., & Robertson, B. (2015). **Chaos and control: The competing tensions of Internet governance in Iran**. Philadelphia, PA: Internet Policy Observatory.
8. Meuleman, L. (2008). **Public management and the metagovernance of hierarchies, networks and markets: The feasibility of designing and managing governance style combinations**. Heidelberg, Germany: Springer.
9. Mueller, M. L. (2010). **Networks and states: The global politics of Internet governance**. Cambridge, MA: MIT Press.

Internet Documents

1. Barlow, J. P. (1996). **A declaration of the independence of cyberspace**. In Electronic Frontier Foundation. Retrieved June 20, 2019, from <https://www.eff.org/cyberspace-independence>.

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

