

مقاله پژوهشی: جمهوری اسلامی ایران و فضای مجازی؛ راهکارهایی برای حل چالش‌ها

افشین آزادی^۱، محمد ترابی^۲، ماشاءالله حیدرپور^۳

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۶/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۸/۰۹

چکیده: جهانی‌شدن، فرصت‌ها و تهدیدات متعددی را برای کنشگران به‌ویژه کشورهای درحال توسعه ایجاد کرده است. شبکه‌های اجتماعی یا فضای مجازی به‌عنوان جدیدترین فناوری‌ها، نقش مهمی در آگاهی‌های سیاسی و شکل‌دهی تحولات داخلی کشورها داشته و همچنین تهدیدات غیرقابل‌انکاری در ابعاد قدرت نرم برای کشورها به‌وجود آورده است. در دهه‌های اخیر، جمهوری اسلامی ایران به تجربیات متنوعی در زمینه فضای مجازی (شبکه‌های اجتماعی) دست یافته ولی همچنان با چالش‌های متعددی در این زمینه روبه‌رو است. در این مقاله نگارندگان به دنبال بررسی راهکارهای راهبردی در جهت مقابله با چالش‌های فضای مجازی بوده و این فرضیه را مورد ارزیابی قرار داده که راهکارها و سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران در قبال فضای مجازی را می‌توان در سطوح بین‌المللی، نقش و کارکرد سیاست‌های دولت و نقش رسانه‌ها و مدیریت آنان مورد بررسی قرار داد. اهداف پژوهش در سطح کاربردی عمدتاً در جهت مقابله با تهدیدات فضای مجازی و مقابله با راهبردهای کنشگران متخاصم است. یافته‌های پژوهش بیانگر آن است که مهم‌ترین راهکارهای مطرح با درکی آسیب‌شناسانه در قبال فضای مجازی در سطحی نظام‌مند را می‌توان در مسائل خارجی (فقدان همکاری‌های بین‌المللی)، نقش و کارکرد دولت و رسانه‌ها پیگیری کرد. روش این پژوهش توصیفی-تحلیلی و شیوه گردآوری مطالب کتابخانه‌ای است.

واژگان اصلی: جمهوری اسلامی ایران، فضای مجازی، سیاست‌گذاری، دولت، دیپلماسی رسانه‌ای.

مقدمه

مک لوهان^۱ با به‌کارگیری واژه «دهکده جهانی»^۲ و آلوین تافلر^۳ با نام‌گذاری «موج سوم»^۴ به‌عنوان عصر اطلاعات و انقلاب ارتباطات پرده از این واقعیت برمی‌دارند که اکنون یک فرهنگ خواهان تسلط و حاکمیت بر جهان است و فرهنگ و تمدنی بر جهان حاکم می‌شود که فناوری ارتباطی و اطلاعاتی را در دست داشته و توانایی ایجاد یک فرهنگ جهانی را داشته باشد (بختیاری، ۱۳۹۱). اینترنت پدیده شگرف قرن، انقلاب مهمی در ارتباطات ایجاد کرده است. مشخصه اصلی آن در داشتن توانایی تعامل است که منجر به شخصی شدن ارتباطات می‌شود (Selnow, 2000). اینترنت می‌تواند پیوندهای ضعیف بین فعالان و اعضای جنبش در محیط مجازی اینترنت را تقویت کند. انتقال باورها، آرمان‌ها، نهادها، اهداف و دغدغه‌های جنبش به اعضا از طریق اینترنت در انسجام درون‌سازمانی و هماهنگ‌سازی فعالیت‌های اعتراضی بسیار حائز اهمیت است (Sardarnia & Safizadeh, 2017).

با توجه به اهمیت فضای مجازی و چالش‌های نوپدید آن برای جمهوری اسلامی ایران، این پژوهش به دنبال ارائه مهم‌ترین راهکارهای راهبردی در جهت مقابله با چالش‌های فضای مجازی بوده و تلاش داشته تا با رویکردی چندوجهی و ترکیبی مهم‌ترین راهبردها در این زمینه را تبیین نماید. در راستای رسیدن به این هدف، فرضیه این‌گونه طرح شده که راهکارها و سیاست‌های جمهوری اسلامی ایران در قبال فضای مجازی را می‌توان در سطوح بین‌المللی، نقش و کارکرد سیاست‌های دولت و نقش رسانه‌ها تفکیک کرد. اهداف پژوهش در دو بعد نظری و کاربردی قرار دارد.

بر همین اساس با در نظر گرفتن وجوه نظری و کاربردی، این پژوهش مهم‌ترین راهکارهای مطرح در زمینه فضای مجازی را مورد بررسی قرار داده تا سیاست‌گذاران ایران بر مبنای نگاهی آسیب‌شناسانه به شکل مطلوب‌تری در قبال چالش‌های جهانی شدن به‌ویژه فضای مجازی به ایفای نقش بپردازند. ضرورت پژوهشی موضوع اخیر در دو سطح داخلی و خارجی قابل ارزیابی است. در سطح داخلی، به علت اهمیت فضای مجازی و وجود مشکلات متعدد در

1- McLuhan
2- Global Village
3- Alvin Toffler
4- Third wave

سطح داخلی، بایستی درک و تفکری تازه برای ارزیابی موضوع پدید آورد. در سطح خارجی نیز پس از سال ۲۰۰۱ میلادی و شتاب گرفتن جهانی شدن، فضای مجازی به‌عنوان اهرم و ابزاری برای فشار بر کنشگران جدیدی نظیر ایران به ایفای نقش پرداخته است. بر همین اساس، قدرت‌های مداخله‌گر تلاش داشته تا با شکل دادن تهدیدات و ترغیب مردم به شکلی نرم‌افزاری، خواسته‌ها و مطالبات خود را به‌پیش برند و توان کشور را تضعیف نمایند. از این رو، فضای مجازی ابزاری برای پیشبرد اهداف سیاسی موردتوجه قرار گرفته است.

پیشینه پژوهش

پژوهش‌های مختلفی از منظرهای متفاوت به بررسی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی و ابعاد مختلف امنیتی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی آن پرداخته‌اند که می‌توان آن‌ها را در چند زمینه از هم تفکیک کرد؛ نخست، آثاری که جنبه‌های امنیتی (مانند تروریسم و راهبردهای جریانات تکفیری از فضای مجازی) آن را از زوایای گوناگون موردبررسی قرار داده‌اند که عبارت‌اند از عراقچی و جوزانی کهن (۱۳۹۶)، آرنابولدی و ویندینو^۱ (۲۰۱۵)، هاتف (۱۳۸۸)، ترک‌لادانی (بی‌تا)، لومباردی^۲ (۲۰۱۵)، مگیونی^۳ (۲۰۱۵)، سردارنیا و صفی‌زاده (۲۰۱۷) و شوری^۴ (۲۰۱۵). آثار مذکور با برجسته کردن ابعاد امنیتی شبکه‌های اجتماعی به بررسی تأثیرات امنیتی و کارکردهای آن‌ها برای جریانات تروریستی و نتایج آن بر امنیت ملی کشورها و سایر ابعاد مرتبط پرداخته‌اند. دوم، ادبیاتی که فضای مجازی را در ارتباط با تحولات ارتباطی و فرهنگی، مفهومی و نظری مورد کاوش قرار داده‌اند؛ مانند نصراللهی و همکاران (۱۳۹۳)، خانیکی و بابایی (۱۳۹۰)، جاروندی و فرقانی (۱۳۸۸)، اکبری نیاز و اسکندری پور (۱۳۹۲)، هاوبن^۵ (۱۹۹۹)، بیگدلو (۱۳۹۷)، موسوی (۱۳۸۹) و حسینی (۱۳۹۱). جستارهای مذکور نیز عمدتاً به بررسی فضای مجازی در سطوح ارتباطی و فرهنگی در دنیای امروز پرداخته‌اند. سوم، ادبیاتی که به بررسی فضای مجازی و ارتباط آن با دیپلماسی کشورها به‌ویژه ایران پرداخته‌اند؛ مانند

1- Arnaboldi & Vindino

2- Lombardi

3- Maggioni

4- Schori

5- Hauben

فرهنگی و همکاران (۱۳۹۳)، طباطبایی و همکاران (۱۳۹۵)، ساداتی (۱۳۹۳)، بشیر و رضایی (۱۳۹۴) و امینی و امیری (۱۳۹۳). ادبیات مذکور با اذعان به برخی نتایج منفی فضای مجازی، تلاش دارند تا به اجتناب‌ناپذیر بودن استفاده از رسانه‌های نوین و نقش آن‌ها در دیپلماسی کشورها به‌عنوان جزئی از قدرت کنشگران بپردازند. چهارم، ادبیاتی که به بررسی چالش‌ها و آسیب‌ها در زمینه فضای مجازی در وجوه مختلف پرداخته‌اند؛ مانند شادمانی (۱۳۹۴)، زهروی و احمدزاده (۱۳۹۴)، بختیاری (۱۳۹۱)، ضیایی پرور و ساعدی (۱۳۹۵).

هر یک از این پژوهش‌ها با آنکه منابع پژوهشی منسجمی را سامان داده، ولی موضوع پژوهش این مقاله را تحت پوشش قرار نداده‌اند. این پژوهش از چند منظر با ادبیات علمی مطرح‌شده در تمایز است. نخست، پرداختن به راهکارهای عملی و راهبردی جهت غلبه بر چالش‌های ناشی از فضای مجازی. دوم، توجه به دو سطح داخلی و خارجی برای بهره‌گیری از ظرفیت‌های فضای مجازی. سوم، نگاهی نظام‌مند و جامع به شمول مختلف شبکه‌های اجتماعی در جهت استفاده بهتر و مطلوب‌تر از رسانه‌های فضای مجازی.

چارچوب نظری پژوهش

فضای مجازی

شاید هیچ تحولی را در دوران کنونی نتوان در نظر گرفت که از حیث ایجاد تغییر در حیات سیاسی و اجتماعی بتواند با تحول در پهنه فناوری‌های مدرن ارتباطی و اطلاعاتی برابری کند (سردارنیا، ۱۳۸۶). فضای سایبری به فضایی اطلاق می‌شود که بدون در نظر گرفتن بعد زمان و مکان تعامل‌های اجتماعی میان فرهنگ‌های گوناگون را از طریق فناوری‌های نوین امکان‌پذیر می‌سازد (خانیک‌کی و بابایی، ۱۳۹۰). فضای مجازی به‌عنوان زمینه کنش، امکانات جدیدی را در اختیار کنشگران این عرصه قرار می‌دهد؛ اگرچه در همان حال محدودیت‌هایی را نیز مانند عدم امکان ارتباط رودررو، ممکن نبودن استفاده فراوان از ارتباطات کلامی و بنا شدن ارتباطات مجازی و ارتباطات بصری به‌جای ارتباطات سمعی برای آن‌ها ایجاد می‌کند. مهم‌ترین امکان جدیدی که این عرصه در اختیار کاربران قرار می‌دهد، آزادی از قید هنجارها و ارزش‌ها و محدودیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی رایج در زندگی روزمره است. شناخت فضای مجازی در دنیای امروز امری بسیار حیاتی و حتی امنیتی محسوب می‌شود و تمام کنشگران عرصه بین‌الملل به‌نوعی با آن درگیرند. نگاهی به تحولات جهانی بالأخص پس از ۱۱ سپتامبر

سال ۲۰۰۱ میلادی نشان می‌دهد که فضای مجازی هم در خدمت دولت‌ها و ملت‌ها و هم در خدمت تروریست‌ها قرار دارد. دومینوی تحولات غرب آسیا از تونس تا بحران سوریه و به‌ویژه حوادث مصر نشان داد که فضای مجازی حتی می‌تواند نقش نیروهای مدنی را بازی کند و منجر به جابه‌جایی و تغییر نخبگان شود. در این میان، کنشگران بزرگ بین‌المللی نظیر ایالات متحده با بهره‌گیری از توان فضای مجازی - همان‌طور که در گرجستان شاهد آن بودیم - نخبگان ناهمسوی خود را از صحنه سیاسی حذف کردند و بنابراین فضای مجازی در این معنا بود که جزئی از قدرت نرم کشورها محسوب می‌شود و «جنگ نرم» به شکل خاصی به آن اشاره دارد (جاروندی و فرقانی، ۱۳۸۸).

کارکردهای فضای مجازی

شبکه‌های اجتماعی به‌مثابه چاقوی دوله و یک فناوری دومانظوره علاوه بر مزایا و فرصت‌هایی که برای کاربران ایجاد می‌کنند تهدیدها و آسیب‌هایی نیز برای فرد و اجتماع مانند نقض حریم خصوصی افراد، تهدید بنیان خانواده، جاسوسی و جمع‌آوری و انتقال اطلاعات به‌ویژه در حیطه‌های اجتماعی و ایجاد گسست‌های اجتماعی به همراه دارند. به اعتقاد بسیاری از کارشناسان سایبر، امروزه اینترنت به بزرگ‌ترین «ماشین جاسوسی و پایش اطلاعات» جهان تبدیل شده است (ضیایی پرور و ساعدی، ۱۳۹۵). فضای مجازی در دنیای امروز به معنای القای واقعیت مجازی نیست، بلکه به معنای ایجاد مجاز واقعی است. فضای مجازی به‌عنوان زیست‌بوم زندگی دوم (زیست‌واره ارتباطی)^۱ یک محیط ترکیبی، سیال، پیچیده و درهم‌تنیده از فناوری‌های نوین و ارتباطات انسانی و دولتی و غیردولتی است که فرصت‌ها و تهدیدات فراوانی را فراروی جوامع بشری قرار می‌دهد. سیاست بهره‌گیری از این فرصت‌ها، ضمن مقابله اصولی با تهدیدات متصور آن می‌تواند کشور را در موج چهارم ارتباطات و اطلاعات در تراز قدرت‌های نرم و سایبری جهان قرار دهد. فضای مجازی دارای مشخصه‌های متعددی است. مهم‌ترین مشخصه‌های مثبت فضای مجازی در جدول شماره ۱ فهرست شده است.

1- Communication Biometrics

جدول شماره ۱: مهم‌ترین مشخصه‌های مثبت فضای مجازی

مشخصه‌های مثبت فضای مجازی	تشریح مشخصه‌ها و ویژگی‌ها
بالا بردن میزان پاسخگویی و افزایش شفافیت	رسانه‌ها و فضای مجازی با آگاهی از زوایای پنهان سیاست و قدرت منجر به فشار به سیستم و نخبگان و طرح مطالبات بیشتر و افزایش پاسخگویی و شفافیت می‌شوند.
شکل‌گیری عرصه عمومی	فناوری‌های نوین دارای کارکردهای همچون هویت‌بخشی، اطلاع‌رسانی، آگاهی‌دهنده، انسجام‌بخشی و گسترش روابط اجتماعی و نظارتی می‌باشند.
گذار از احزاب و تشکل‌های دیگر	رسانه‌ها و فضای مجازی نقش سنتی احزاب به‌عنوان واسطه مردم و حکومت پایان داده و خود جای آن را بدون واسطه گرفته‌اند.
عرصه رشد جنبش‌های اجتماعی و جامعه مدنی قوی	اینترنت، محدودیت‌های ارتباطی را برطرف کرده و توافقات اساسی را امکان‌پذیر نموده و موجب پیدایش نظرات جدیدی می‌شود که موضوعات موردگفتگو را حل می‌کند. اینترنت به فرد کمک می‌کند تا با مشارکت دادن آن‌ها به تجزیه و تحلیل مسائل بپردازد و در این راه با شمار بسیاری از افراد در ارتباط باشد.
عدم دخالت دولت	اینترنت فرصتی را در اختیار تولیدکنندگان فرآورده‌های فرهنگی قرار می‌دهد تا آثار خود را فارغ از دخالت دولت و بدون نیاز به سرمایه منتشر سازند. از این لحاظ اینترنت وسیله‌ای پایدار جهت تقویت گفت‌وگوی عمومی درباره طیف وسیعی از موضوعات مربوط به خیر عمومی است.
انسجام درون‌سازمانی	یکی از کارکردهای بسیار مهم اینترنت، شبکه‌سازی و سازمان‌دهی فعالان و هواداران در درون جنبش‌های اجتماعی است. در دیدگاه دیانی و دلپورتا افراد در صورتی به یک جنبش اجتماعی اعتراضی می‌پیوندند که شبکه جنبش بتواند بین آن فرد و سایر افراد پیرامون مسائل خاصی پیوند، همدلی و حساسیت مشترک ایجاد کند یا افراد را مستعد و علاقه‌مند به شرکت در کنش جمعی سازد. این شبکه به افراد یک سری نگرش‌ها، باورها، جهان‌بینی و فرهنگ سیاسی مشترک می‌دهد. نتیجه کلی آن، ایجاد انسجام درون‌سازمانی است.

(منبع: مهدی زاده، ۱۳۸۶ و haubin, 1999)

برخی دیگر از مهم‌ترین کارکردهای مثبت اینترنت عبارت‌اند از: اطلاع‌رسانی به سریع‌ترین، گسترده‌ترین و کاراترین شکل، افزایش کیفیت و کمیت پژوهش‌ها در نشریات بین‌المللی، نزدیک کردن مردم به هم برقراری ارتباط صوتی و تصویری با اقتصادی‌ترین روش، صرفه‌جویی در وقت و هزینه، تجارت اینترنتی و امکان دسترسی به عمیق‌ترین و جدیدترین مباحث علمی روز و دانشگاه‌های جهان (کبیری فر و صرافی، ۱۳۸۹). بر همین سیاق، مشخصه‌های منفی فضای مجازی در جدول شماره ۲ آمده است.

جدول شماره ۲: مشخصه‌های منفی فضای مجازی

عناوین	مشخصه‌ها و ویژگی‌ها
فردگرایی خودآگاهانه	افراد در فضای مجازی درعین‌حال که در جماعات می‌توانند حضور داشته باشند؛ اما چون می‌توانند هویت واقعی خود را پنهان کنند، در همان حال خود را جدا از دیگران و تنها حس کنند. این ویژگی باعث تقویت توانایی و قابلیت‌های فردی مشخص شده است و او را قادر می‌کند تا پنهانی‌ترین روح و شخصیت خود را به فعلیت برساند. به تعبیر گیدنز شخص در جماعت مجازی، روش زندگی با احترام به استقلال فردی را می‌آموزد و عمل می‌کند.
موقتی بودن ارتباط‌ها و پیوندها	همه‌چیز در فضای مجازی موقتی است و تضمینی برای ادامه فعالیت و کنش یک عضو در یک جماعت مجازی وجود ندارد و به همین جهت هیچ احساس مسئولیتی درباره یکدیگر ندارند و تنها به شکلی عاطفی، لحظه‌ای و هیجانی شکل می‌گیرد و تصمیم‌گیری می‌شود.
هنجارشکنی در اینترنت	فضای مجازی به علت مبهم بودن هویت‌ها، نبود ارتباط چهره به چهره و نبود هرم قدرت، محیط بسیار مساعدی برای تخطی از هنجارها و ارزش‌ها و کج‌روی‌های اخلاقی و عقیدتی است. این انحرافات می‌تواند نظیر گپ‌های جنسی، وارد شدن به سایت‌های مستهجن و پورنوگرافی و قسرار دادن منوی غیراخلاقی باشد.
کاهش روابط اجتماعی واقعی	نزدیکی فیزیکی از عوامل اساسی ایجاد روابط اجتماعی به‌ویژه از نوع صمیمانه و عاطفی است، اما هرگز روابط اجتماعی نمی‌تواند در فضای مجازی بازتولید شود.
هرج و مرج و بی‌نظمی	فضای مجازی مضمحل شدن فضای خصوصی انسان‌هاست که حس امنیت را در افراد پایین خواهد آورد و افراد و گروه‌های نفوذگر توانایی خود را در حضور در خصوصی‌ترین جنبه‌های زندگی انسان‌ها به نمایش خواهند گذاشت.

عناوین	مشخصه‌ها و ویژگی‌ها
خشونت، تحقیر منزلت و آزار جنسی	ترویج خشونت در ابعاد مختلف، تحقیر منزلت و آزار جنسی نیز از پدیده‌هایی هستند که با گسترش فرایند جهانی شدن در فضای مجازی نهادینه شده‌اند. در کشور ما نیز با ورود اینترنت و گسترش آن در سطح ابزارهای ارتباطی مختلف، فضای مجازی به مکانی پررونق برای شکل‌گیری روابط متفاوت تبدیل شده است که این امر گاهی موجب توسعه‌ی غیرمستقیم فحشا می‌شود.
از بین بردن هویت	جهانی شدن موجب بی‌ثباتی و چالش‌های هویتی می‌شود. در عصر داده‌ورزی و ارتباطات، یا به عبارتی عصر گسترش انقلاب رسانه‌ای، اینترنت در تمام ابعاد زندگی بشر، اندوخته‌ها و آموخته‌های فرهنگی نیز تن به روایت‌ها و قرائت‌های مختلف داده و هیچ ایده، فرهنگ، گفتمان و کنشی از تکثرگرایی به دور نمانده است و هویت‌ها از ابعاد فرو ملی، ملی و فراملی دچار نوعی بی‌ثباتی و شناوری شده‌اند.
انزوا گرایی	فضای مجازی می‌تواند بستری برای پرتاب سوژه به خلوتگاه یا حالتی از انزوا گرایی باشد که طرد شدن از زندگی جمعی و گروهی از پیامدهای آن است. در وضعیت انزوا بی‌به‌رگی از خرد جمعی فرد را با مشکل مواجه می‌کند؛ زیرا فرد در شرایط انزوا می‌کوشد به مسأله یا مشکلی که در پیش رو دارد پاسخی زودگذر و خودساخته دهد. گمنامی، لامکانی، فشرده‌گی و تراکم اینترنت اثر مخرب بر همبستگی دارد و فقدان مسئولیت و تعهد یکپارچه و منسجم، قابلیت اینترنت به‌عنوان یک حوزه عمومی را خنثی می‌سازد.

(منبع: شادمانی، ۱۳۹۴؛ گل‌محمدی، ۱۳۸۰؛ توانا و هاشمی اصل، ۱۳۹۴؛ زهروی و احمدزاده، ۱۳۹۴؛ مهدی زاده،

۱۳۸۳، اکبری و اکبری، ۱۳۹۰؛ دهشیری، ۱۳۷۹ و شمسینی غیاثوند و نجفی، ۱۳۹۱).

فضای مجازی و لزوم سیاست‌های ویژه

برای مقابله با چالش‌های ناشی از جهانی شدن به‌ویژه فضای مجازی باید از سیاست‌های متعدد و ترکیبی برای رسیدن به اهداف بهره گرفت. بر همین اساس بهره‌گیری از سیاست‌گذاری‌های انتخاب عقلایی و انتخاب عمومی، رویکرد نهادی و رویکرد افزایشی مطرح می‌شود.

الگوی انتخاب عقلایی: طبق فرضیات انتخاب عقلایی، فرآیند سیاست‌گذاری مستلزم

دخالت شمار معدودی تصمیم‌گیرنده، درجه بالای اجماع در خصوص مؤلفه‌های مسأله سیاست‌گذاری یا هدف مطلوب، توانایی محاسبه و مقایسه عواقب احتمالی هر گزینه، اجرای بدون اشکال گزینه انتخابی و فقدان مشکل در تحقق اهداف سیاست‌گذاری است (رهبر و امیری، ۱۳۹۳). انتخاب نظریه انتخاب عقلایی بر این مبناست که در طرح کشش از جانب

کنشگران، عقلانیتی نهفته بوده و بدون توجه به عقلانیت پنهان، درک آن با مشکل روبه‌رو خواهد بود.

رویکرد انتخاب عمومی: مدل انتخاب عمومی خط‌مشی و سیاست‌های دولتی را نتیجه تصمیم‌گیری جمعی توسط اشخاص ذی‌نفع می‌داند که در آن کسب سود و منافع فردی اولویت هرگونه فعالیت سیاسی محسوب می‌شود (حق‌شناس، ۱۳۸۸). رویکرد انتخاب عمومی، این تصور را که نهادهای مبتنی بر معیارهای منافع عمومی به انتخاب سیاست برتر اقدام می‌کنند، به چالش کشیده است. در واقع تا پیش از مطرح‌شدن مدل انتخاب عمومی، نهادهای عمومی (دولت‌ها) به‌عنوان عوامل برون‌زایی بودند که به‌خوبی وظیفه‌های تعریف‌شده را انجام می‌دادند (رهبر و امیری، ۱۳۹۳).

رویکرد نهادی: در نهادگرایی تأکید بر تأثیر نهادهایی است که رفتار افراد و گروه‌ها را تعیین می‌کند. سیاست‌گذاری عمومی در این مدل حاصل ارتباط بین نهادهای مختلف و پیامد حاصل از این ارتباط است (حق‌شناس، ۱۳۸۸). از آنجاکه این رویکرد بیش از هر چیز بر ابعاد صوری و حقوقی تأکید می‌کند و لایه‌های پنهان سیاست را که بیانگر تعاملات نانوشته بوده در برنمی‌گیرد، نمی‌تواند در سیاست‌گذاری ما را به اهدافمان برساند.

رویکرد افزایشی: نظام‌های اجتماعی اقتصادی، مجموعه‌های پیچیده‌ای را شامل می‌شوند. در این راه سیاست‌گذار کوشش خود را بر ساده‌سازی پدیده معطوف می‌کند (رهبر و امیری، ۱۳۹۳). در این مدل فرض می‌شود که سیاست‌گذاران، مشروعیت برنامه‌های تعیین‌شده را می‌پذیرند. آن‌ها معتقدند که نخست، سیاست‌گذاران، اطلاعات یا پول را برای تحقیق پیرامون همه بدیل‌های خط‌مشی موجود در اختیار ندارند. دوم، سیاست‌گذاران به دلیل نامشخص بودن پیامد خط‌مشی‌های کاملاً جدید، مشروعیت خط‌مشی‌های قبلی را می‌پذیرند. سوم، ممکن است سرمایه‌گذاری زیادی در برنامه‌های موجود شده باشد که جلوی تغییرات اساسی را بگیرد. چهارم، تغییرات تدریجی از نظر سیاسی الگوی به‌مصلحت و مناسبی است (حق‌شناس، ۱۳۸۸).

سیاست‌های راهبردی فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران

اگر درباره معضلات فضای مجازی سخن گفته می‌شود، ناشی از این راهبرد بوده که جمهوری اسلامی ایران سیاست ایجابی را در پیش گرفته و به‌طورجدی به موضوع تولید محتوا،

آگاهی‌رسانی به مردم، توسعه کاربری‌های اینترنت در مشاغل مختلف و کسب‌وکارها، دولت و آموزش الکترونیک روی می‌آورد.

تقویت دیپلماسی رسانه‌ای

فروپاشی مرزهای زمانی و مکانی که از آن تحت عنوان جهانی‌شدن یاد می‌شود، امکان ارتباط فرا قلمرویی را مهیا نموده که خود منجر به شکل‌گیری فضای مجازی به موازات دگرگونی در عرصه واقعی شده است. در گستره فضای مجازی فرا قلمرویی (جهانی‌شده)، رسانه‌های متعامل از طریق وسایل دیجیتال و شبکه‌های رایانه‌ای از راه دور، بزرگراه اطلاعاتی را ایجاد کرده‌اند که گردش اطلاعات و تغییر بستر کنش‌ورزی، مشخصه برجسته آن است (توانا و هاشمی اصل، ۱۳۹۴). جهانی‌شدن فرایندی است که در آن هر شخصی در یک‌سوی جهان بتواند برای منافع متقابل با شخص دیگری در جهان، در کنش باشد (Larsson, 2001).

یکی از جدیدترین این عرصه‌ها، ورود به فضای روابط بین‌الملل و دیپلماسی میان کشورهاست. هرچند ورود رسانه‌ها به ارتباط میان دولت‌ها از دیرباز مطرح بوده، در عصر جدید، با ظهور فناوری‌های نوین و رونق شبکه‌های بین‌المللی و به‌ویژه آنچه از آن به‌عنوان تلویزیون جهانی یاد می‌شود، این موضوع از اهمیت ویژه‌ای برخوردار شده است. امروزه سیاست خارجی کشورها به‌عنوان یک عامل تعیین‌کننده در نظام بین‌المللی، تحت تأثیر و تعامل تحولات شگرف در عرصه ارتباطات قرار گرفته چنان‌که دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان یکی از شاخه‌های اصلی فعالیت‌های دستگاه دیپلماسی و سیاست خارجی پدیدار شده است (خرازی آذر، ۱۳۸۷). دیپلماسی رسانه‌ای به‌صورت عام به معنای به‌کارگیری رسانه‌ها برای تکمیل و ارتقای سیاست خارجی است. به‌عبارت‌دیگر، دیپلماسی رسانه‌ای، کاربرد رسانه‌ها به‌طور ویژه در ترقی و روان‌سازی سیاست خارجی است. تیلور معتقد است دیپلماسی رسانه‌ای را باید هنر ایجاد ارتباط میان کشورها، حل و فصل اختلافات محیط بین‌الملل و اقناع جوامع دیگر از طریق رسانه‌های جهانی دانست که در این میان، تلویزیون جهانی نقش مهمی در تعاملات سیاسی و روابط بین‌بازیگران سیاسی و حل و فصل مناسبات بین‌المللی بر عهده دارد (ساداتی، ۱۳۹۳).

امروزه ارتباطات در حوزه‌ها و سیاست بین‌المللی، جایگاه حیاتی و راهبردی دارد و نظام‌های رسانه‌ای مختلف در دنیا، در کنار سیاست‌های داخلی و خارجی‌شان، به‌نوعی دیپلماسی مؤثر دست می‌زنند که قدرت و تأثیرگذاری آن هرروزه خود را نمایان‌تر می‌کند.

اینترنت و شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، در کنار رسانه‌های مکتوب آزاد، فضاهای متکثری را در روابط بین‌المللی کشورها ایجاد کرده که دست دولت‌ها و حاکمیت‌ها از کنترل آنان کوتاه است و افکار عمومی، احزاب سیاسی و سازمان‌های غیردولتی از طریق همین فضای آزاد، بیشترین فشار را بر سیاست خارجی کشور خود وارد می‌کنند و این ممکن نشده مگر با وجود فضای اطلاعاتی جدیدی که فرصت‌های زیادی را برای همگرایی دولت‌ها و ملت‌ها ایجاد کرده است (بشیر و رضایی، ۱۳۹۴).

مجریان و تصمیم‌گیران حوزه رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی ضمن اتخاذ رویکرد علمی حاصل مطالعه تحقیقات و تجارب دانشگاهی و اطلاعات موجود در این حوزه، باید به بحث‌ها و مطالب طرح شده در نتیجه تجارب عملیاتی و فعالیت‌های صورت گرفته در کشورهای دیگر نیز توجه داشته باشند. نمونه‌های خوبی جهت الگوبرداری در زمینه نظر و عمل در این حوزه وجود دارد؛ از جمله این روش‌ها می‌توان به رویکرد ترکیبی حاصل استفاده مکمل از روش تحلیل شبکه اجتماعی که امکان کسب شناختی کل‌نگر و تصویر کاملی از الگوی ارتباطات موجود در شبکه را مهیا نموده و روش شبکه‌نگاری که امکان مطالعه عمیق تصویر کلی استخراج‌شده توسط تحلیل شبکه اجتماعی را فراهم می‌آورد، اشاره کرد (اکبری نیاز و اسکندری پور، ۱۳۹۲).

بدون ابزار رسانه‌ای و ارتباطی مؤثر برای اقناع افکار عمومی در سطوح جهانی، هیچ کشوری نمی‌تواند در صحنه بین‌المللی، منافع و اهداف ملی‌اش را دنبال کند و جایگاهش را در نظام بین‌الملل ارتقا بخشد؛ بنابراین، هر کشوری چنان‌که بخواهد اهداف ملی خود را در خارج از مرزها به شکل منطقی پیگیری کند، به‌ناچار باید از قبل، زمینه‌های مقدماتی، روانی و فکری این سیاست‌ها را به‌واسطه رسانه‌هایش فراهم کرده باشد (ساداتی، ۱۳۹۳). دولت‌ها به‌عنوان یکی از صاحبان رسانه‌های داخلی و خارجی، به‌طور طبیعی باید از حداکثر ظرفیت‌های آن برای پیشبرد اهداف سیاست خارجی و کسب منافع ملی بهره بگیرد و این رویکرد در اغلب کشورهای توسعه‌یافته و برخی کشورهای در حال توسعه در حال پیگیری است و کنشگران غرب آسیا نیز در این زمینه رشد بسیاری کرده و شبکه‌های الشرق الاوسط، العالم و الجزیره و غیره نمونه‌ای در رسانه‌های تأثیرگذار در زمینه دیپلماسی رسانه‌ای محسوب می‌شوند. توجه به افکار عمومی یکی از بسترها و زمینه‌های مهم برای برنامه‌ریزی در دیپلماسی رسانه‌ای است و

دولت‌ها برای کسب منافع در عرصه دیپلماسی رسانه‌ای می‌کوشند بتوانند تصویری درست، مطابق با آنچه می‌خواهند، از کشورشان در میان افکار عمومی به وجود آورند. ارائه تصویر مناسب و مسالمت‌آمیز و درعین‌حال جذاب و فراگیر از یک کشور در افکار عمومی مردم جهان را می‌توان از کارکردهای مهم دیپلماسی رسانه‌ای محسوب نمود (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۳).

رسانه‌های بین‌المللی با کارکرد خاص فناوری‌های دیجیتال به حکومت، ابزاری قدرتمند جهت ارتباط با مردم در شکلی محلی‌تر و ارگانیک می‌دهد. دیپلماسی عموماً در تعاملات رسمی میان دولت-ملت‌ها شکل می‌گیرد. در قرن بیستم حکومت‌ها سعی کردند دیپلماسی را با افکار عمومی خارجی و با انتشار پیام‌های خود در سایر کشورها تنظیم کنند. نوآوری قرن بیست و یکم در عرصه دیپلماسی، استفاده از فناوری ارتباطات و رسانه‌های اجتماعی است که با آن، همه ملت‌ها می‌توانند به تعامل با یکدیگر درباره موضوعات مهم بپردازند (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۳). به‌طورکلی می‌توان مواردی را که در زمینه همکاری‌های بین‌المللی با تمرکز بر نقش دیپلماسی موردتوجه قرار داد عبارت‌اند از:

- تأکید بر چندجانبه‌گرایی فرهنگی با شرکت‌ها، انجمن‌ها و گروه‌های سطوح خرد، میانه و ساختاری دولتی و غیردولتی و تعمیق بخشی به مراودات در زمینه ارتباطاتی و اطلاعاتی
- دیپلماسی رسانه‌ای با گسترش اطلاع‌رسانی به گروه‌های مختلفی از مخاطبین در سطوح دانشگاهی، غیردانشگاهی، انجمن‌ها، گروه‌ها و شرکت‌های خدماتی.
- تعامل و برقراری روابط پایدار و درازمدت بر اساس درک مشترک در زمینه ارتباطی: اعطا و پذیرش بورس‌های تحصیلی در زمینه رسانه‌ها و فناوری، تبادل اطلاعات در سطوح سیستمی، برگزاری دوره‌های آموزشی و پژوهشی در سطوح محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی، تشکیل هم‌اندیشی‌ها و اجلاس‌ها و ایجاد شبکه‌های ارتباطی مجازی از طریق وسایل ارتباطی-اطلاعاتی و گسترش فرهنگ آن به شکل متداوم.
- اهتمام نخبگان مجلسی برای گسترش تعاملات در زمینه فضای مجازی و اختصاص بودجه‌های مشخص برای آن
- برجسته کردن ابعاد تجاری-اقتصادی دیپلماسی رسانه‌ای به‌عنوان اهرمی برای ترغیب همکاری‌های فرهنگی و دانشگاهی و سایر روابط رسمی.

- تأکید بر زمینه‌های همکاری ساز و تعامل گرا به جای تقابل‌های فرهنگی در عرصه دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای.

- تأکید دیپلماسی عمومی بر واکنش‌های مناسب نسبت به اخبار و اطلاعات پخش شده از سوی دیگران (با نگاه ویژه به نقش سفارتخانه‌ها و دیپلمات‌ها) (Bruce, 2005).

- اهمیت دادن به نقش بالقوه بخش‌های خصوصی و غیردولتی: ایجاد مرکز غیردولتی هماهنگ‌کننده فعالیت‌های دیپلماسی عمومی، یافتن خلاقیت‌ها و تحرک بخشیدن به فعالیت‌های بخش‌های خصوصی در زمینه دیپلماسی عمومی و نه در معنای موازی‌کاری با فعالیت‌های بخش‌های دولتی، بلکه با هدف جذب بخش خصوصی و هدایت آن در مسیری است که بتواند اهداف دیپلماسی عمومی کشور را محقق سازد (رحمانی، ۱۳۹۴).

تفکیک وظایف دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای و تعامل بخشی بین آن‌ها

دیپلماسی عمومی را می‌توان شکل متحول‌یافته دیپلماسی سنتی تلقی کرد. با این تفاوت، در دیپلماسی کلاسیک منافع ملی از طریق کانال‌های دولتی و روابط رسمی با دولت‌های دیگر تأمین می‌شود؛ اما، در دیپلماسی عمومی تأکید بر آن است که با تبادل با نهادهای غیردولتی همانند اجتماع و نخبگان جوامع دیگر به پیشبرد دیپلماسی کلاسیک کمک نماید؛ بنابراین، دیپلماسی عمومی در شکلی موازی با فعالیت‌های دیپلماسی کلاسیک عمل می‌کند (Ross, 2002). از این رو، دیپلماسی عمومی نقش تعیین‌کننده‌ای دارد که فراتر از دیپلماسی رسانه‌ای بوده و گروه‌ها و کنشگران دولتی و غیردولتی را شامل می‌شود.

دیپلماسی عمومی، برخلاف شیوه‌های کلاسیک سیاست خارجی که مستقیماً از طرف دولت‌ها اعمال می‌شود و به عبارتی یک دیپلماسی آشکار است. شیوه‌ای از به‌کارگیری ابزارهای مختلف از جمله رسانه‌های نوین یعنی مهم‌ترین ابزار در این زمینه برای تحقق سیاست خارجی است که بیشتر به صورت پنهان یا غیرمستقیم اعمال می‌شود. سیگنیتزر و کومبس^۱ این معنا را به صورتی روشن بیان کرده‌اند. آنان معتقدند دیپلماسی عمومی شیوه‌ای است که از طریق آن، دولت‌ها، افراد و گروه‌ها، به‌طور مستقیم یا غیرمستقیم، آن نظرات و نگرش‌های عمومی را تحت

1- Signitzer and Coombs

تأثیر قرار می‌دهند که مستقیماً به تصمیم‌گیری در سیاست خارجی دولت دیگر مربوط می‌شود. (بشیر و رضایی، ۱۳۹۴).

برخی به دیپلماسی عمومی به‌عنوان مطلوب‌ترین وسیله‌ی تفاهم بین مردم در صحنه بین‌المللی نگاه می‌کنند و برخی دیگر آن را بخشی از سیاست خارجی و ابزاری جهت دستیابی به اهداف ملی دانسته و کسان دیگری آن را در چارچوب یک راهبرد وسیع به‌منظور نفوذ و شکل‌دهی افکار، نگاه می‌کنند. با این حال ممکن است شباهت تعاریف ارائه‌شده از دیپلماسی عمومی، ابهام‌هایی را به برخی مفاهیم مشابه ایجاد کند. دیپلماسی رسمی یا سنتی، تبلیغات و سیاست‌های داخلی، از جمله این مفاهیم مشابه‌اند که دارای ارتباط و نقاط مشترک با دیپلماسی عمومی هستند.

هرچند دیپلماسی عمومی می‌تواند بخشی از اعمال سیاست‌ها و دیپلماسی دولت یا بخشی از سیاست‌های تبلیغاتی یک دولت باشد، ولی از نظر ماهیت و نحوه به‌کارگیری در عمل، متفاوت است. تفاوت بین دیپلماسی عمومی و دیپلماسی سنتی یا کلاسیک را می‌توان در دو نکته خلاصه کرد؛ یکی اینکه دیپلماسی سنتی ارتباطات و روابط بین دولت‌ها و حکومت‌ها را در برمی‌گیرد، در حالی که دیپلماسی عمومی، شهروندان و مردم سایر کشورها را مخاطب خود قرار می‌دهد. ارتباط بین دولت و شهروندان سایر کشورها از طریق بخش‌های دولتی و خصوصی، یعنی از طریق نهادهای دولتی و غیردولتی انجام می‌پذیرد (رحمانی، ۱۳۹۴). مهم‌ترین تفاوت‌های دیپلماسی سنتی (کلاسیک)، عمومی و سایبری را در جدول شماره ۳، می‌توان مشاهده کرد.

راهکارهای جمهوری اسلامی ایران در مقابله با چالش‌های فضای مجازی

بدون شک شبکه‌های ارتباطی یا به تعبیری فضای مجازی با وجود فرصت‌هایی که برای جامعه بشری و دولت‌ها فراهم نموده، تهدیدهایی را نیز به همراه داشته است. دولت‌ها همواره در عصر جهانی شدن و در سایه گسترش فضای مجازی با آسیب‌ها و چالش‌هایی روبه‌رو بوده‌اند و جمهوری اسلامی هم از چالش‌های آن بی‌بهره نبوده و از این‌رو، برای مواجهه با این چالش‌ها همواره در صدد وضع قوانین جدید و اتخاذ راهکارهای جدید برآمده است. در همین رابطه می‌توان این راهکارها را در سه محور مورد بررسی قرار داد.

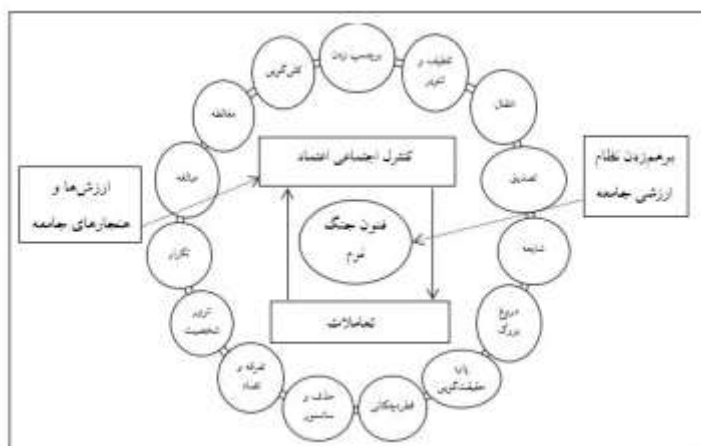
راهکارهای مسائل فضای مجازی و دولت

۱- توجه به دولت دیجیتال الکترونیک و سایبری

دیپلماسی دیجیتال به معنای حل مشکلات، استفاده از فرصت‌ها و حل چالش‌های سیاست خارجی از طریق بهره‌گیری از فضای مجازی است و با توجه به ابعاد فنی و کاربردی پیشرفت‌های ارتباطی، نقش رسانه را در خدمت دیپلماسی قرار می‌دهد. اهمیت دیپلماسی دیجیتال تنها از افزایش کاربران رسانه‌های جمعی ناشی نمی‌شود، بلکه در حقیقت این موضوع اساساً راه‌های تعامل دولت‌ها با شهروندان خود را دستخوش تغییر کرده و چگونگی روابط مربوط به کشورداری سنتی توسط حکومت‌ها را نیز تغییر داده است. دیپلماسی دیجیتال در یک تعریف کلی به معنی حل مشکلات سیاست خارجی از طریق استفاده از اینترنت و فضای مجازی است (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۳).

حجم دادوستد، اشتراک‌گذاری اطلاعات و تعامل در شبکه‌های اجتماعی سایبر نشان از وقوع تغییرات شگرف در کیفیت و کمیت جریان اطلاعات در جوامع دارد. این جریان‌های اطلاعاتی در شبکه‌های اجتماعی، با توجه به زمینه‌های اجتماعی و شرایط گوناگون دیگر، می‌توانند منشأ تغییرات احتمالی باشند. تغییراتی که در یک طیف بسیار گسترده می‌توان آن‌ها را تعریف کرد (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰). دیپلماسی سایبری را شاید بتوان نوعی از دیپلماسی عمومی تفسیر کرد که شاکله و موجودیت آن از طریق اینترنت و فضای مجازی به وجود آمده است. هدف این دیپلماسی می‌تواند تغییر در فرهنگ جوامع دیگر، همسو کردن آن‌ها با سیاست‌ها و فعالیت‌های یک دولت خاص، برپا کردن جنبش اعتراضی از طریق شبکه‌های اجتماعی، بسیج گروه‌های برانداز از طریق فضای سایبر، جمع‌آوری اطلاعات در مورد صف‌آرایی نیروهای اجتماعی - سیاسی طرف مقابل باشد (امینی و امیری، ۱۳۹۳).

منطق دیپلماسی سایبر دربردارنده سه وجه اساسی شامل اعتمادسازی و سوارشدن بر افکار عمومی جهانی برای تأمین منافع ملی، رجوع به مردم و آسان کردن ارتباط با افکار عمومی و نخبگان و نیز شکل دادن سازوکارهای دستیابی به منافع ملی است (Morganthan, 1973). امروزه جنگ سایبری در فضای مجازی عملیاتی در راستای استراتژی دفاع ملی برای دستیابی به برتری اطلاعاتی از طریق تأثیرگذاری روی اطلاعات و نظام‌های اطلاعاتی دشمن در عین راهبری و حفاظت از اطلاعات و نظام‌های اطلاعاتی خودی است. فنون جنگ نرم و تهدیدات در فضای مجازی (جنگ نرم) را می‌توان در شکل شماره ۱، مشاهده کرد.



شکل شماره ۱: فنون جنگ نرم و تهدیدات در فضای مجازی (منبع: ترک لادانی، بی تا)

باید گفت که تلاش و صرف هزینه در جهت تحقق و پیشبرد دولت الکترونیک، با توجه به مزایا و بازدهی فراوان آن در کوتاه مدت، خود پیش شرط لازم برای احساس نیاز به ایجاد امنیت در آن است. علاوه بر این، تجربه کشورهای پیشرو در این حوزه، استفاده از گواهی نامه‌های امنیتی موجود و نیز دسترسی آسان (البته برای کشورهای خارج از محدوده تحریم‌های جهانی) به فناوری‌های حفاظتی قدرتمند، تضمینی برای قدرت، قوت و استحکام لایه‌های امنیتی در تعاملات درون و برون‌سازمانی دولت‌های الکترونیک، محسوب می‌شوند. از دیدگاه برخی از کارشناسان، تحقق دولت الکترونیک، مقدم بر بحث امنیت در آن است و کشورها باید تمام سعی خود را برای پرهیز از عواقب وخیم عقب ماندگی از جهان الکترونیک با تعاملات سریع به‌کارگیرند (هاتف، ۱۳۸۸). دولت الکترونیک در قرن بیست و یکم به‌مرور نقش‌های سنتی دولت‌ها را بر عهده گرفته و با هزینه کم و کیفیت بیشتر تلاش داشته تا با بهره‌گیری از رسانه‌ها و فضای مجازی به حاکمیت خود تحکیم ببخشد.

برخی از مهم‌ترین مشخصه‌های آن شامل سریع‌تر شدن انجام امور اجرایی و کیفیت بیشتر، رشد سریع شبکه‌های پیچیده، دسترسی‌های راه‌دور (داخلی و خارجی)، تجارت الکترونیک، گرایش به سوی کنترل الکترونیک هر چیز مهم و باارزش بالأخص در بخش اطلاعات و امنیت نهایتاً کنترل و انجام امور دفاعی و تهاجمی می‌شود. دولت الکترونیک امروزه با بحران‌ها و ناامنی‌های مختلفی در فضای سایبر روبه‌رو است. برخی از مهم‌ترین انگیزه‌های ناامنی در فضای

سایر شامل انگیزه‌های سیاسی، نظامی (برتری استراتژیک)، انگیزه‌های مالی و اقتصادی (سود و تجارت بیشتر)، انگیزه‌های علمی و پژوهشی (پیشرفت علم)، انگیزه‌های روانی و قدرت‌طلبی (شهرت‌طلبی)، انگیزه‌های حقوقی (بسط ارزش‌های حقوقی) و انگیزه‌های فرهنگی (تخریب فرهنگ ضد هژمونی) می‌شود (رحمانی، ۱۳۹۴).

۲- دولت‌ها و سیاست‌های سلبی یا ایجابی در فضای مجازی

دولت‌ها از دیپلماسی رسانه‌ای نیز به‌عنوان ابزاری مؤثر در شکل‌دهی افکار و نظرات مردم سایر کشورها نسبت به وقایع و تحولات استفاده می‌کنند؛ علاوه بر این، رسانه‌ها چنین امکانی را به وجود می‌آورند تا دولت‌ها نظرات و دیدگاه‌های خود را در صحنه بین‌الملل بیان کنند. فعالیت‌های رسانه‌ای در قالب دیپلماسی رسانه‌ای به دنبال جهت‌دهی افکار عمومی و توجیه تصمیم‌گیری‌ها در حوزه‌ی سیاست خارجی است. درواقع هدف دیپلماسی رسانه‌ای ایجاد تصویر مثبت و مطلوب از اهداف و سیاست‌های دولت‌ها در افکار عمومی است (رحمانی، ۱۳۹۴).

در مواجهه با فضای مجازی می‌توان از دو شیوه سیاست سلبی و ایجابی استفاده کرد. سیاست سلبی که بیشتر کشورها مانند روسیه و چین به‌سادگی از آن استفاده می‌کنند، ایجاد محدودیت در استفاده از اینترنت مانند پالایه کردن یا همان استفاده مستقیم از سامانه‌های نظارتی و کنترلی است. سیاست‌های سلبی عموماً با مخالفت جامعه مدنی روبه‌رو می‌شوند. بهره‌گیری از سیاست سلبی با بهره‌گیری هم‌زمان از سیاست ایجابی مثمر ثمر است. این مورد باید از خانواده و آموزش و پرورش شروع شود و به سطح اجتماع کشیده شود. سیاست‌های تشویقی نباید جنبه پوپولیستی و تبلیغاتی داشته باشد، بلکه باید بر اساس مؤلفه‌های خاص خود ارائه شود (گرانمایه‌پور، ۱۳۹۶).

۳- سیاست‌گذاری رسانه‌ای، ترکیبی کارآمد

اساساً ظهور هر پدیده‌ای در جامعه، ابعاد مختلفی را در برمی‌گیرد و کارکردهای مثبت و منفی درهم‌تنیده‌ای را به همراه دارد که غفلت از هرکدام می‌تواند آسیب جدی محسوب شود. شبکه‌های ارتباطی مجازی نیز از این مسأله مستثنا نیستند. در برخورد با شبکه‌های ارتباطی مجازی، نه آن‌قدر می‌توان خوش‌بین بود که از آسیب‌های آن‌ها غفلت کرد و رویکردی منفعلانه در پیش گرفت و نه آن‌چنان می‌توان در مقابل آن‌ها سرسختانه برخورد کرد که فرصت‌های

فراهم آمده در عرصه‌های مختلف را از دست داد. آنچه مهم بوده این است که باید پذیرفت این رسانه‌ها هم ظرفیت و هم محدودیت محسوب می‌شوند.

سیاست‌گذاری رسانه‌ای از ایدئولوژی سیاسی، وضعیت اجتماعی و اقتصادی کشور و ارزش‌هایی که زیربنای آن را تشکیل داده پایه‌گذاری می‌شود و تلاش دارد این ارزش‌ها را در دستور کار رسانه قرار دهد. سیاست‌گذاری رسانه‌ای به توسعه اهداف و هنجارهایی اشاره دارد که رفتار ساختار نظام‌های رسانه‌ای را شکل می‌دهند (روشندل اربطانی، ۱۳۹۴). نمی‌توان حضور بخش دولتی در حوزه سیاست‌گذاری رسانه‌ها را نادیده گرفت. دلیل دخالت دولت در سیاست‌گذاری برای صنعت رسانه در اهداف و مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها پنهان و هدف از آن انتخاب روشی برای تسلط مقررات بخش عمومی به منزله سازوکاری برای توزیع فراگیر محصولات رسانه‌ای در تنوع و کیفیت مورد نیاز جامعه است (Gamham, 2006). بدون شناخت از ابعاد مختلف سیاست‌هایی که در حیطه دولت صورت می‌گیرد، نمی‌توان درباره سیاست‌گذاری رسانه‌ای صحبت کرد. سیاست‌گذاری رسانه‌ای با این رویکرد به تدوین در نهادهای دولتی یا نیمه‌دولتی بازمی‌گردد که ابزار تحریمی از جمله سوبسیدها را برای تغییر دادن یا بهتر کردن ساختار و رفتار بازارهای رسانه‌ای در اختیار دارند (روشندل اربطانی، ۱۳۹۴).

۴- تلفیق سیاست‌های عرصه فضای مجازی با برنامه‌ریزی

سیاست‌ها و برنامه‌ریزی در کنار هم معنا پیدا می‌کنند. به‌عنوان مثال اوپاما سال ۲۰۱۲ میلادی قانون مقابله‌به‌مثل فضای مجازی را امضا کرد. زیرا چند کشور حمله سایبری به آمریکا داشتند و این قانون هم بلافاصله در سنا تصویب شد. در سوئد، نروژ و حتی آمریکا فیلترینگ هوشمند از سامانه‌های ارائه‌دهنده شروع نمی‌شود. شما اگر از اینترنت کتابخانه ملی آمریکا استفاده کنید با اینترنتی که در مدارس وجود دارد، متفاوت است. در کافی‌نت‌های کشورهای اروپایی قابلیت اینترنت خیلی متفاوت با اینترنتی است که در دانشگاه استفاده می‌شود. در ایران هنوز در حوزه سیاست‌گذاری اتفاق نظری وجود ندارد که در حوزه آسیب‌های اجتماعی، اینترنت مدرسه و دانشگاه و غیره متفاوت باشد (گرامایه‌پور، ۱۳۹۶).

۵- بهره‌گیری از فضای مجازی به‌عنوان قدرت نرم

تهدیدات فضای مجازی امروزه برای دولت‌ها صرفاً مربوط به شهروندان داخلی یا حتی خارجی نیست. امروزه گروه‌ها و سازمان‌های سیاسی و عقیدتی و مافیایی به‌شدت بر فضاهای مجازی

مسلط هستند و کنترل آن‌ها از دست دولت‌ها خارج است. این مشکل وقتی بیشتر نمود پیدا می‌کند که گروه‌های تروریستی نیز از آن استفاده می‌کنند. در این حالت کشورها با کنشگری که دارای توانایی چندوجهی است روبه‌رو می‌شوند.

به‌عنوان نمونه «جاست پیست‌ایت» شبکه‌ای اجتماعی است که در لهستان شکل گرفت و داعش در آن اقدام به قراردادن تصاویر اعدام‌ها و قتل‌عام‌ها، سخنرانی‌ها و تولیدات رسانه‌ای خود می‌کند. فعالیت داعش در این تارنما تمرکز بر تشویق به عملیات انتحاری حتی در خارج از سرزمین‌های تحت اشغال داعش و به‌ویژه در قاره اروپاست. همچنین، داعش بیانیه‌های رسمی فرماندهان خود را در این شبکه اجتماعی منتشر می‌کند. شبکه اجتماعی «کی‌ک» دارای حجم کاربر متوسط است و داعش از آن برای پیام‌رسانی به مخاطبان غربی بر روی گوشی‌های هوشمند استفاده می‌کند (Woolsey, 2014).

داعش همچنین شبکه «أم» را در توئیتر به وجود آورد و در آن بانوان را تشویق می‌کند که همسران مبارزان داعشی شوند و فرزندان جهادی را تربیت کنند و برای جلب توجه بیشتر بانوان از تصاویری با مضمون بازی زنان داعشی با بچه‌گربه‌ها، عکس‌های کودکان داعشی درحالی‌که لباس رزم بر تن دارند و انتشار فیلم‌ها و متون نوشتاری مربوط به آموزش پرستاری، استفاده از سلاح و مباحث عقیدتی، استفاده می‌کنند (Schori Liang, 2015). قدرت ملی شامل جنبه‌های گوناگونی بوده و درحال حاضر برجسته‌ترین مظهر و نمود آن، قدرت نرم به معنای عام و قدرت تبلیغی - رسانه‌ای به معنای خاص آن است.

ویژگی اصلی این وجه از قدرت آن است که با مفهوم اقتناع، نفوذ اجتماعی و مجاب سازی همراه است. افزایش ارتباطات الکترونیک و اطلاعات به‌ویژه از طریق رسانه‌های مدرن، هرچند پیشرفت‌های فراوانی را برای بشر موجب شده، ولی مجاری مناسبی در اختیار حکومت‌ها، شرکت‌های فراملیتی و رسانه‌ها قرار داده تا حوزه قدرت و امکانات خویش را توسعه دهند (نصراللهی و همکاران، ۱۳۹۳).

تهدیدات امنیتی و لزوم ایجاد وزارت فضای مجازی

چامسکی^۱ معتقد است که دموکراسی به سبک آمریکایی، کاندیداهایی را برنده می‌کرد که نماینده منافع استعماری استعمارگران است و نظام سیاسی متعاقب از نظام‌هایی بودند که در آن چند خانواده خاص، به‌طور مؤثر و بی‌رحمانه حکومت می‌کردند (چامسکی، ۱۳۷۵: ۳۴۰). در استراتژی امنیت ملی آمریکا در سال ۲۰۱۵ میلادی آمده است که در درون کشورها، تلفیق حکومت ضعیف و نارضایتی گسترده، فرصت شکل گرفتن افراط‌گرایی را فراهم می‌کند و زمینه رشد نقش‌آفرینان غیردولتی خشونت‌طلب را آماده می‌سازد (NSS, 2015). او باما بیان می‌دارد که «ما در حال حمایت از توسعه نهادهایی هستیم که در درون دموکراسی‌های شکننده وجود دارند و از یکپارچگی حقوق بشر به‌عنوان بخشی از گفت‌وگوی ما با دولت‌های سرکوبگر حمایت می‌کنیم» (NSS, 2010).

فضای مجازی و ابزارهای نوین آن به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی^۲ در تکامل و تحول تروریسم و بدل گشتن آن به تروریسم پسامدرن نقش حائز اهمیتی را ایفا نموده‌اند. تروریسم پسامدرن گونه‌ای از تروریسم است که با بهره‌گیری از بسترهای نوین ارتباطی و فضای مجازی از آن برای تبادل اطلاعات و غلبه بر محدودیت‌های زمانی و مکانی بهره برده و ساختار سازمانی خود را از ساختار سلسله‌مراتبی به ساختاری شبکه‌ای مبدل ساخته و تبدیل به سازمانی هوشمند و یادگیرنده^۳ گشته است (ابراهیم نژاد شلمانی و اسکندری، ۱۳۹۱). اعضای داعش از شبکه‌های اجتماعی برای هماهنگی امور خود نظیر تنظیم جلسات مجازی، اشتراک اطلاعات و تسهیل ارتباطات فارغ از سلسله‌مراتب رسمی استفاده می‌کنند (Arnaboldi & Vindino, 2015).

داعش در راستای جذب نیرو از طریق فضای مجازی سعی در تغییر نگرش افراد و تغییر دیدگاه آن‌ها به نگرش افراطی می‌نماید و در این زمینه به استفاده گسترده از خشونت و انتشار آن در فضای مجازی مبادرت می‌ورزد (Lombardi, 2015). به‌طور کلی، پیام‌های تبلیغاتی داعش که در بستر فضای مجازی منتشر می‌شود، دارای ساختار برنامه‌ریزی بلندمدت بوده و تلاش می‌کند تا قلمرو تبلیغاتی خود را در سطح جهانی رساند و هدف آن ایجاد فرآیند افراطی کردن

1- Chomsky

2- Social Networks

3- Learning and Smart Organizations

جوانان به‌خصوص جوانان غربی و جوانان مسلمان در کشورهای مختلف است. پیام‌های داعش حاوی روایات حماسی، مبارزه علیه بی‌عدالتی و معرفی خود به‌عنوان خلافت اسلامی است (Maggioli, 2015).

کشور ایران در شرایط حساس منطقه‌ای و بین‌المللی قرار گرفته است. تخاصم با قدرت‌های بزرگ و متحدان منطقه‌ای باعث شده است که استفاده از فضای مجازی برای براندازی و تغییر حکومت در ایران مورد استفاده آنان قرار گیرد. سیاست تغییر که از سال ۲۰۰۱ میلادی به بعد با انقلاب‌های رنگین پیگیری و در سال ۲۰۰۹ میلادی به شکست کشیده شد (Lull, 2000)، به دنبال آن است تا از طریق بر ساخت کردن برخی اطلاعات متناقض و دوجبهی مردم را در برابر نخبگان حکومتی قرار دهد. یکی از راهکارهای کشورهای در حال توسعه که تهدیدات امنیتی و سیاسی را از جانب فضای مجازی تجربه می‌کنند، ایجاد وزارت فضای مجازی یا دست‌کم ایجاد زیرمجموعه منسجمی در وزارت ارتباطات برای پیگیری آن است. سیاست‌گذاری وزارت فضای مجازی باید به‌دوراز دست‌کاری‌ها و فشارهای حکومتی و نهادهای مذهبی و نظامی باشد تا مردم در برابر تصمیمات کارشناسی قرار بگیرند و نسبت به سیاست‌های آن واکنش منفی انجام ندهند. داشتن استقلال عمل منجر به طراحی و برنامه‌ریزی منسجم می‌شود و می‌تواند کارایی بسیاری داشته باشد. امروزه بسیاری از کشورها در این راستا گام برداشته‌اند و می‌توان با بهره‌گیری از یافته‌های آن‌ها در این مورد اقدام کرد.

جانشینی سیاست فرصت‌محوری به‌جای تهدیدمحوری صرف

نگاهی به نقش رسانه‌های مجازی در کشورهای مختلف جهان بیانگر آن است که رسانه‌های مجازی دارای نقش‌های متنوع سیاسی (آگاهی‌دهندگی)، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی (جامعه‌پذیری و نهادسازی) هستند. امروزه، بسیاری از کشورها با وجود کمبودها در بخش منابع توانسته‌اند از طریق سرمایه‌گذاری در این بخش توان نظامی، سیاسی و اقتصادی خود را افزایش دهند. از این رو، توجه به فرصت‌های آن اصلی غیرقابل انکار است. ابعاد این فرصت را می‌توان در بُعد فکری، شناختی علمی، دینی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و سبک زندگی پیگیری کرد. تسهیل ارتباط با مراکز علمی، پژوهشی، دانشی و دانشگاهی و امکان دسترسی به اطلاعات علمی بین‌المللی، فرصتی برای ترویج افکار و بستری برای ایجاد فرصت‌های جدید تجارت الکترونیک، کسب‌وکار و اشتغال‌آفرینی و از همه مهم‌تر فرصتی برای

جهت‌دهی و تأثیرگذاری بر افکار عمومی در سطوح محلی، ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی است (Ross, 2002).

راهکارهای مدیریت فضای مجازی با محوریت فناوری

۱- دیپلماسی هوشمند رسانه‌ای

رسانه‌ها به‌عنوان ابزار جامعه مدنی نقش مهمی در تعهد اجتماعی و آگاهی بخشیدن به مردم دارند. مدیریت و بهره‌برداری از فناوری‌های مدرن نقش اساسی در مدیریت فضای مجازی دارد که در دیپلماسی هوشمند مورد توجه است. دیپلماسی هوشمند به معنای هنر مدیریت و کنترل‌مندی است. دیپلماسی هوشمند به معنای حاکمیت ارزش‌های نخبگان و شهریاران جوان بر اموری است که مدام متحول و جدید می‌شوند. توسعه فناوری‌های جدید و همگرایی فناوری‌های موجود منجر به ادغام بازارهای دولتی و غیردولتی شده است. این روند با موج سوم جهانی‌شدن، ساختار و تفکرات سنتی رگولاتوری را تحت شعاع قرار داده و به‌نوعی همبستگی متقابل را بر دیپلماسی کشورها حکمفرما کرده است. دیپلماسی نوین به معنای درک تغییر، گسست‌های پارادایمی در فناوری و رسانه‌های نوین است. درک موج سوم و چهارم جهانی‌شدن که عمده‌تأ حاصل جنبش‌های جدید اجتماعی و رسانه‌های بزرگ بوده نیازمند دیپلماسی هوشمند است. برخی از مهم‌ترین سیاست‌های دیپلماسی هوشمند در زمینه فضای مجازی شامل موارد ذیل می‌شود.

- مشارکت فزاینده با شرکت‌های بزرگ ارتباطی در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی؛
- بهره‌گیری از راهبردهای نوین ایجابی و سلبی فضای مجازی رسانه‌ها در بخش‌های مختلف جامعه؛
- تربیت نسلی نخبگان برای کسب آگاهی در زمینه تولیدات جدید رسانه‌های جمعی و ارتباطی؛
- تطبیق و محلی‌سازی برخی مشخصه‌های فضای مجازی بر اساس فرهنگ سیاسی کشور؛
- چندوجهی کردن دایره ارتباطی - رسانه‌ای کشور با کنشگران دولتی و غیردولتی؛
- دادن اطمینان و اطمینان‌سازی شرکت‌های بزرگ ارتباطی و دعوت از آن‌ها برای سرمایه‌گذاری در کشور؛

- ایجاد قرارداد و توافقات چند سطحی با شرکت‌های خدماتی مختلف مانند گوگل و ترغیب آن‌ها به تولیدات جدید بر اساس محتوای بومی و محلی متناسب با فرهنگ سیاسی کشور؛
- به‌کارگیری سیاست‌های منسجم برای اطمینان دادن به شرکت‌های بزرگ برای انتقال سرورهای مرتبط با ایران به داخل کشور؛
- غیرامیتی کردن فضای رسانه‌ای کشور و آزادسازی بر اساس اولویت شرکت‌های خصوصی؛
- تعامل چندوجهی با شرکت‌های چندملیتی، کشورها و سازمان‌های بین‌المللی برای درک بیشتر و رسیدن به زمینه‌های مشترک حداکثری؛
- ترغیب شرکت‌های خدماتی بزرگ به استفاده از فضای مجازی کشور و دادن امتیازات بیشتر در این زمینه در مراحل اولیه شکل‌گیری اعتماد و اطمینان‌سازی.

۲- آگاه‌سازی هوشمند

آگاه‌سازی هوشمندانه به‌عنوان یکی از لوازمات اصلی دیپلماسی هوشمند در قرن بیست و یکم مطرح است. آگاه‌سازی هوشمند بدان معناست که آگاهی به شکل ترتیبی و منسجم بر اساس دوره‌های مختلف به کار بسته شود و در هر سطح گام‌به‌گام جلو رود. به‌عنوان مثال، در مقاطع مختلف تحصیلی آگاه‌سازی شود و در هر دوره زمانی آموزش‌های خاص در ارتباط با فضای مجازی داده شود. در سطوح بسیار بالا مباحث ستاره‌داری چون رابطه‌های جنسی در فضای مجازی، دوستی‌های مجازی، نقش شرکت‌های بزرگ در گسترش تولیدات جنسی و غیره آموزش داده شود تا هم موضوعات نوین مطرح شود و هم نهادسازی آموزشی در داخل صورت بگیرد. چراکه در صورت برخورد محافظه‌کارانه خواه یا ناخواه فرد آن را به شکل دیگری خواهد آموخت. برخی از مهم‌ترین مشخصه‌های آگاه‌سازی هوشمند عبارت‌اند از:

- ارتقا دادن محبوبیت صداوسیما کشور بین جوانان و بازگشت مردم به سیمای داخلی؛
- تولیدات رسانه‌ای جدید بر اساس مقتضیات جدید و حاکمیت نخبگان متخصص بر رسانه ملی؛

- اولویت آموزش فضای مجازی در برنامه تلویزیونی برای سنین مختلف؛

- افزایش توأمان مردم بر اساس سطح تولیدات جهانی نه داخلی، چراکه نسل جوان همواره یک گام از مسائل جلوترند؛
- توجه به مسأله آموزش در مدارس ابتدایی به بالا و آموزش‌های عملی دیجیتال به آن‌ها؛
- تخصیص بودجه کافی برای نهادهای سازی آموزش‌های پیچیده برای خانواده‌هایی که بضاعت مالی اندکی دارند (Roos, 2002).

مدیریت رسانه و نقش صداوسیما در فضای مجازی

یکی از مهم‌ترین ابعاد تحول در عرصه دیپلماسی، سوق تمرکز فعالیت‌های دیپلماسی از اهداف کلان به خرد و برجسته‌شدن نقش دیپلماسی عمومی است. اگر در گذشته عمده فعالیت‌های دستگاه دیپلماسی، تحقق اهداف و پیگیری سیاست‌های کلان کشور در چارچوب امنیت ملی بود، امروزه، بخشی از آن فعالیت‌ها بر عهده سایر نهادهای ملی و کشوری، دولتی و غیردولتی قرار گرفته که برخی از آن‌ها شامل نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای، هنری، دانشگاهی، اقتصادی، ورزشی، گردشگری و سایر نهادهایی بوده که حوزه فعالیت آن‌ها و رای مرزهای ملی در عرصه بین‌الملل است (رحمانی، ۱۳۹۴).

آنچه بیش از پیش مدیریت رسانه را در سال‌های اخیر پراهمیت و پرچالش‌تر کرده، افزودن مسائل اقتصادی- سیاسی رسانه‌ها، ویژگی‌های اقتصادی محصولات اطلاعاتی، کاربرد فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی، رقابت شدید اصل نوآوری و مخاطب‌شناسی در حوزه رسانه‌ها چه در سطح ملی و چه در سطح منطقه‌ای و بین‌المللی به این حوزه است (رودساز و میرمحرابی، ۱۳۹۴). سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی کشورها را می‌توان به سیاست‌های سلبی و ایجابی تقسیم کرد. سیاست‌های سلبی شامل سیاست‌ها و برنامه‌های حذف، کنترل و نظارت و سیاست‌های ایجابی فرهنگی و اجتماعی جوامع، برنامه‌ها و سیاست‌هایی معطوف به تولید محتوا، مدیریت محتوا، برنامه‌های دیجیتال‌سازی اطلاعات، آنالوگ و دسترس‌پذیر ساختن اطلاعات و محتوا در شبکه اینترنت است.

رسانه‌های هر کشور، به‌نوعی نه‌تنها پشتیبان دیپلماسی، بلکه در مواقعی خود به بازیگران عرصه بین‌المللی و عامل تأثیرگذار بر افکار عمومی داخلی و خارجی تبدیل می‌شوند (بشیر و رضایی، ۱۳۹۴). کارآمدی صداوسیما در زمینه دیپلماسی، با آگاهی حوزه‌های مربوط و آشنایی آن‌ها با این موضوع رابطه نزدیک دارد. کارشناسان بخش‌های مرتبط با این حوزه باید با مبانی

تحلیل سیاست بین‌الملل و دیپلماسی رسانه، آشنایی کامل داشته باشند. به این منظور رسانه ملی باید راهکارها و تدابیری مناسب را پی‌ریزی کند و برای مقابله با هجوم دیپلماسی رسانه‌های غرب، پنج فعالیت را سرلوحه فعالیت‌های خود قرار دهد. (۱) تقویت بنیه تبلیغاتی خود؛ به این مفهوم که تمامی امکانات و توانایی‌های خود را در یک مسیر خاص، آن‌هم با راهبردی واقع‌بینانه به کار گیرد و از پراکنده‌کاری، تعدد و تنوع بی‌مورد بکاهد؛ (۲) استفاده از ظرفیت‌های رسانه‌های ملی و فراملی کشورهای دیگر جهت احقاق حقوق خود و تصحیح نگرش‌های منفی و کاذب؛ (۳) تقویت بنیه اطلاعاتی و خبری؛ به این مفهوم که هیچ‌گونه خلأ خبری برای سوءاستفاده بیگانگان فراهم نکند؛ (۴) استفاده از شیوه‌های ضدتبلیغ؛ در این زمینه می‌تواند تمامی تبلیغات دشمنان را رصد کند و در برابر هر یک از آن‌ها واکنشی مناسب نشان دهد؛ (۵) جذب همکاری صاحب‌نظران مسائل رسانه‌ای در داخل و خارج کشور به منظور استفاده از دیدگاه‌های آنان برای پیش‌بینی تحولات آتی و تبیین تحولات آینده (ساداتی، ۱۳۹۳).

در حقیقت، قوانین صداوسیما از سال ۱۳۵۹ شمسی تاکنون تغییر چشمگیر و اساسی نکرده است و برخی از قوانین در خصوص سیاست‌گذاری اکنون برای سازمان‌ها و خود رسانه‌ها کارایی و وجهی قابل ارزش ندارد. از این رو، قوانین روشنی در خصوص اختیارات شورای سیاست‌گذاران وجود نداشته و در این رابطه ابهامات جدی وجود دارد و نوعی سردرگمی را به وجود آورده است.

نتیجه‌گیری

جهانی‌شدن در ابعاد مختلف، فرصت‌ها و تهدیدات متعددی برای کشورها پدید آورده است. سیاست‌گذاری در زمینه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی با توجه به تهدیدات و جذابیت‌های آن، فرایندی پیچیده، نظام‌مند و چندوجهی است. نحوه برخورد با شبکه‌های اجتماعی برحسب نوع کشورها (توسعه‌یافته یا درحال توسعه) نیازمند سیاست‌ها و راهبردهای خاص و ویژه است. جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان یکی از کنشگران مهم منطقه‌ای نیازمند بهره‌گیری از دستاوردهای فضای مجازی و استفاده از آن برای افزایش قدرت نرم خود در محیط منطقه‌ای غرب آسیاست.

یافته‌های پژوهش را می‌توان در چند سطح تفکیک نمود و برشمرد و مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: نخست، در سطح خارجی و بین‌المللی یکی از مهم‌ترین چالش‌های پیش روی، فقدان همکاری‌های بین‌المللی و ضعف دیپلماسی جمهوری اسلامی ایران بوده که منجر به فرسودگی سیاست‌ها و عقب ماندن در این عرصه برای برخورد مناسب در زمینه شبکه‌های اجتماعی شده است. وجود همکاری‌های مستمر منطقه‌ای و بین‌المللی این امکان را به دست می‌دهد که از تجربیات کشورهای دیگر بهره برد و پیشاپیش با بازشناخت آسیب‌های ممکن، به مصاف تهدیدات نوین شبکه‌های اجتماعی رفت؛ دوم، در سطح دولت و نخبگان اجرایی و دست‌اندرکار جمهوری اسلامی ایران نیز چالش‌های متعددی وجود دارد. واقعیت آن است که گفتمان‌های مختلف راهبرد دولت دیجیتال و سایبری چنان‌که باید در عمل پیاده نشده‌اند و در زمینه سیاست‌های سلبی و ایجابی دارای ضعف‌های بسیاری هستند.

برای حل این چالش‌ها باید با لحاظ کردن دولت الکترونیک، دیپلماسی هوشمند رسانه‌ای را برای مدیریت فضای مجازی به کار گرفت و در زمینه سیاست‌گذاری رسانه‌ای از رهیافت‌های ترکیبی و کارآمد بهره گرفت. قسمتی از ضعف‌های این عرصه متوجه عدم تلفیق سیاست‌های عرصه فضای مجازی با برنامه‌ریزی‌های راهبردی بوده که باعث تقلیل قدرت نرم کشور شده است. لزوم تهدیدات نوین ایجاب می‌کند که دولت‌ها مانند بسیاری از کشورها در زمینه فضای مجازی به شکل ساختاری به ایفای نقش پردازند و فضای بیشتری برای نهادها و سازمان‌های مدیریت فضای مجازی در نظر بگیرند و حتی آن را در حد یک وزارتخانه گسترش دهند. با به‌کارگیری سیاست‌های پویا و عدم اتخاذ سیاست‌های بسته مانند فیلترینگ می‌توان سیاست فرصت‌محوری را به‌جای تهدیدمحوری صرف نشانند.

درنهایت، دولت‌ها باید به تفکیک وظایف دیپلماسی عمومی و رسانه‌ای پردازند و تعامل‌بخشی بین آن‌ها را ارتقا دهند؛ سوم، برخی دیگر از آسیب‌ها و چالش‌های فضای مجازی به رسانه‌های داخلی به‌ویژه صداوسیما و سایر نهادهای مشابه برمی‌گردد. ضعف‌های داخلی در این زمینه یکی از عوامل اصلی روی آوردن به شبکه‌های خارجی شده است. بیشتر سیاست‌های صداوسیما در این زمینه عموماً درگیر ملاحظات سیاسی شده و حتی در این باره به نسبت مسائل جاری در زمینه فضای مجازی اطلاعات چندانی در دست ندارند و عموماً در سطح پایین‌تری نسبت به مخاطبان خود به ایفای نقش می‌پردازند. بر همین اساس، مشخص است که مدیریت

رسانه و فضای مجازی توسط صداوسیما با مشکل مواجه می‌شود و نمی‌توان نسبت به تأثیر مثبت خروجی‌های آن امیدوار بود. برای ایفای نقش بهتر باید قوانین و دستورکارهای در این زمینه را به‌روزرسانی کرد و با درکی همه‌جانبه و به‌دوراز ملاحظات سیاسی و بر اساس نیاز مخاطبان در زمینه فضای مجازی به قضاوت پرداخت.

کتابنامه

- ابراهیم نژاد شلمانی، محمد و اسکندری، حمید (۱۳۹۱). آشنایی با جنگ نرم- جنگ سایبر، چاپ دوم، تهران، بوستان حمید.
- اکبری نیاز، علی اکبر و اسکندری پور، ابراهیم (۱۳۹۲). رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی مجازی، تهران، مرکز توسعه فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال.
- اکبری، ابوالقاسم و اکبری، مینا (۱۳۹۰). آسیب‌شناسی اجتماعی، تهران، رشد و توسعه.
- ترک لادانی، بهروز (بی‌تا). دفاع از عمارت شیشه‌ای، نشست مروری بر تهدیدات امنیتی در فضای سایبری و راهکارهای مقابله، دانشگاه اصفهان، شرکت مهندسی پیام پرداز.
- دهشیری، اصغر (۱۳۷۹). مدیریت جامع، مؤسسه مطالعات و برنامه‌ریزی سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران.
- چامسکی، نوآم (۱۳۷۵). دموکراسی بازدارنده، ترجمه‌ی مهوش غلامی، تهران، اطلاعات.
- ضیایی پرور، حمید و ساعدی، طاهره (۱۳۹۵). شبکه‌های اجتماعی مجازی؛ فرصت‌ها و تهدیدها، سیمای شرق.
- امینی، آرمین و امیری، مرضیه (۱۳۹۳). تأثیر سایبر دیپلماسی در سیاست‌گذاری‌های امنیتی - راهبردی ایالات متحده آمریکا (۲۰۰۲ - ۲۰۱۳). فصلنامه جغرافیایی سرزمین، سال یازدهم، شماره اول. صفحات ۹۱ - ۱۰۰
- بختیاری، آمنه (۱۳۹۱). بررسی هنجارهای اخلاقی در فضای مجازی (اینترنت)، مطالعات رسانه‌ای، سال هفتم، شماره ۱۹، صفحات ۴۵ - ۵۳
- بشیر، حسن و رضایی، عبدالله (۱۳۹۴). دیپلماسی رسانه‌ای ایران (شبکه یک سیما، ساعت ۲۱) در قبال جهان اسلام، اروپا و آمریکا در دهه سوم بعد از انقلاب اسلامی ایران (۱۳۷۶ - ۱۳۸۶)، فصلنامه مطالعات رسانه و امنیت، سال دوم، شماره ۳. صفحات ۳۷ - ۵۶.
- بیگدلو، مهدی (۱۳۹۷). بررسی رابطه فعالیت در تلگرام با فرهنگ سیاسی استادان دانشگاه‌های کلان‌شهرهای ایران، فصلنامه جستارهای سیاسی معاصر، سال نهم، شماره ۲، صفحات ۱ - ۳۱.

- توانا، محمدعلی و هاشمی اصل، سید عبدالله (۱۳۹۴). درآمدی بر فضای مجازی فراقلمرویی و سیالیت هویت سوژه در پرتو تحلیل انتقادی بینامتنی، رسانه و فرهنگ، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی سال پنجم، شماره ۱، صفحات ۱۵ - ۳۶.
- جاروندی، رضا و فرقانی، نازفر (۱۳۸۸). تحلیل کنش در فضای مجازی: مطالعه موردی چگونگی انتخاب اسامی مستعار در اتاق‌های گفت‌وگوی یاهو، دانشنامه علوم اجتماعی، دوره اول، شماره ۲، صفحات ۳۳ - ۵۷.
- حسینی، سید مجید (۱۳۹۱). فیلم، معنا و تحول در فرهنگ سیاسی، فصلنامه سیاست، دوره چهل و دوم، شماره ۱، صفحات ۱۵۱ - ۱۶۵.
- حق‌شناس، محمدجواد (۱۳۸۸). سیاست‌گذاری عمومی مدل‌های سیاست‌گذاری عمومی، ایسنا، کد خبر 8804-09151.100100
- خانیک، هادی و بابائی، محمود (۱۳۹۰). فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی، مفهوم و کارکردها، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره اول، شماره اول.
- خرازی آذر، رها (۱۳۸۷). رویکرد پسامدرنیسم به دیپلماسی رسانه‌ای، تهران، پژوهشکده تحقیقات استراتژیک گروه پژوهش‌های فرهنگی و اجتماعی.
- رحمانی، منصور (۱۳۹۴). دیپلماسی عمومی و سیاست خارجی، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی‌شدن، سال ششم، شماره ۱۵، صفحات ۶۳ - ۸۹.
- رهر، فرهاد و امیری، میثم (۱۳۹۳). اقتصاد رفتاری و سیاست‌گذاری عمومی، فصلنامه برنامه‌ریزی و بودجه، سال نوزدهم، شماره ۴، صفحات ۱۴۷ - ۱۸۲.
- رود ساز، حبیب و میرمحرابی، رضا (۱۳۹۴). بررسی نقش میانجی فضای اخلاقی مثبت در تبیین ارتباط رهبری تحول‌آفرین با اثربخشی سازمانی، فصلنامه مطالعات رفتار سازمانی، سال چهارم، شماره ۵، صفحات ۱۲۳ - ۱۴۷.
- روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۴). پژوهشی بنیادین در حوزه مفاهیم نظری سیاست‌گذاری رسانه‌ای، فصلنامه مدیریت دولتی، دوره هفتم، شماره ۳، صفحات ۴۸۱ - ۵۰۴.
- زهری، رضا و احمدزاده، رسول (۱۳۹۴). تن‌نمایی زنان در فضای مجازی با نگاهی به آموزه‌های فقه امامیه و حقوق ایران، مطالعات راهبردی زنان، فصلنامه شورای فرهنگی اجتماعی زنان و خانواده، سال هیجدهم، شماره ۷، صفحات ۱۹۹ - ۲۳۷.

- ساداتی، سید نصرالله (۱۳۹۳)، نقش شبکه‌های برون‌مرزی رسانه ملی در دیپلماسی رسانه‌ای با تأکید بر شبکه‌های العالم و پرس تی وی، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، سال بیست و یکم، شماره ۳، صفحات ۹۹ - ۱۲۰.
- سردارنیا، خلیل‌الله (۱۳۸۶). آثار سیاسی فناوری‌های تازه ارتباطی - اطلاعاتی، اطلاعات سیاسی - اقتصادی، بهمن و اسفند، شماره ۲۴۵ و ۲۴۶، صفحات ۱۰۴-۱۱۹.
- شادمانی، مهدیه (۱۳۹۴). واکاوی چالش‌های زنان در فضای سایبری، فصلنامه مطالعاتی صیانت از حقوق زنان، سال اول، شماره دوم، صفحات ۳۸ - ۵۱.
- شمسینی غیاثوند، حسن و نجفی، خورشید (۱۳۹۱). واکاوی نوین‌دگرایی اسلامی و جهانی شدن هویت. فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، شماره ۳، پاییز.
- صالحی، حمید و نوروزی امیری، حسین (۱۳۹۶). تأثیر تحولات منطقه‌ای و دولت رانتیر بر فرهنگ سیاسی مردم عربستان سعودی، فصلنامه راهبرد سیاسی، سال اول، شماره ۱، تابستان، صفحات ۱۳۹-۱۱۹.
- طباطبائی، سید محمد؛ سلیمی، حسین و موحدیان، احسان (۱۳۹۵). تأثیر سایبر دیپلماسی آمریکا بر دیدگاه کاربران ایرانی فضای مجازی (مورد مطالعه: سایت صدای آمریکا)، فصلنامه مطالعات رسانه‌ای نوین، سال دوم، شماره ۶، صفحات ۱۲۱ - ۱۶۱.
- عراقچی، سید عباس و جوزانی کهن، شاهین (۱۳۹۶). بهره‌برداری داعش از فضای مجازی، فصلنامه روابط خارجی، سال نهم، شماره ۱، صفحات ۱۴۱ - ۱۷۵.
- فرهنگی، علی‌اکبر؛ قرائتی، علیرضا و کربلایی حاجی‌اوغلی، حسن (۱۳۹۳). دیپلماسی دیجیتال و روابط میان دولت‌ها در جوامع معاصر، مطالعات رسانه‌ای، سال نهم، شماره ۲۴. صفحات ۸۹ - ۹۹.
- کبیری فر، فاطمه و صراف‌زاده، اصغر (۱۳۸۹). بررسی نقش اینترنت در توسعه فرهنگی، مجله مدیریت فرهنگی، سال چهارم شماره نهم.
- گرنمایه‌پور، علی (۱۳۹۶). مرکز آموزش مجازی، خبرگزاری فارس، قابل‌بازرسی به نشانی <http://el.farsnews.ir/view/blogdetail.aspx?id=9>
- گل‌محمدی، احمد (۱۳۸۰). جهانی‌شدن و بحران هویت، فصلنامه مطالعات ملی، سال سوم، شماره ۱۰، صفحات ۱۳-۴۸.

مهدی زاده، محمد (۱۳۸۳). اینترنت و حوزه عمومی، فصلنامه رسانه، شماره ۵۹، صفحات ۱۱۱-۱۳۹.

نصراللهی، اکبر؛ شریفی، فرزانه و حقیقی، محمدرضا (۱۳۹۳). تأثیر فضای مجازی بر تحولات ارتباطات سیاسی، مطالعات رسانه‌ای، سال نهم، شماره ۲۶. صفحات ۱۱۱-۱۱۸.

هاتف، مهدی (۱۳۸۸). چالش‌ها و چشم‌اندازهای امنیت در فضای مجازی، دوماهنامه توسعه انسانی پلیس، سال ششم، شماره ۲۲. صفحات ۹۳-۱۱۷.

موسوی، سید سعید (۱۳۸۹). تأثیر جهانی‌شدن بر فرهنگ سیاسی جمهوری اسلامی ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه اصفهان.

Arnaboldi, M. & Vindino, L. (2015). The Caliphate, Social Media and Swarms in Europe: The Appeal of the IS Propaganda to 'Would Be' European Jihadists", Twitter and Jihad: The Communication Strategy of ISIS, The Italian Institute for International Political Studies (ISPI), First Edition, Milan.

Bruce, G. (2005). Not Your Grandparent's Public Diplomacy, November 30. Available at: https://www.gwu.edu/~smpa/faculty/documents/PDRetreat_000.pdf

Garnham, N. (2006). The media; An Introduction. London: longman press.

Hauben, R. (1999). 'The Internet: A New Communication Paradigm', in Representation in Cyberspace Study, Berkman Center for Internet and Society at Harvard Law School. Online. Available <http://cyber.harvard.edu/rcs/hauben.html>

Larsson, T. (2001). The Race to the Top: the Real Story of Globalization, Washington, D. C., Cato Institute

Lombardi, M. (2015). The caliphate's Communication Project", Twitter and Jihad: The Communication Strategy of ISIS, The Italian Institute for International Political Studies (ISPI), First Edition, Milan.

Maggioni, M. (2015). "The Islamic State: Not That Surprising, If You Know Where to Look", Twitter and Jihad: The Communication Strategy of ISIS, The Italian Institute for International Political Studies (ISPI), First Edition, Milan.

Morgenthau, H. (1973). Politics Among Nations. The Struggle for Power and Peace, 5th ed., Alfred A. Knopf, NY.

NSS (2010). National Security Strategy of the United States of America, at: <http://nssarchive.us/NSSR/2010.pdf>

- NSS (2015). National Security Strategy of the United States of America, at: <http://nssarchive.us/wp-content/uploads/2015/02/2015.pdf>
- Ross, C. (2002). Public Diplomacy Comes of Age, The Washington Quarterly, Spring.
- Sardarnia, K. & Safizadeh, R. (2017). The Internet and Its Potentials for Networking and Identity Seeking: A Study on ISIS, Terrorism and Political Violence, <http://dx.doi.org/10.1080/09546553.2017.1341877>.
- Schori, L C. (2015). Cyber Jihad: Understanding and Countering Islamic State Propaganda”, Geneva Center for Security Policy (Where Knowledge Meets Experience) (GCSP).
- Selnow Gary (2000). The Internet: The Soil of Democracy; Vital speeches of the Day; New York; nov: 1.
- Woolsey, R. J. (2014). “From Al- Qaeda to The Islamic State (ISIS), Jihadi Groups Engage in Cyber Jihad: Beginning with 1980 Promotion of Use of ‘Electronic Technologies’ Up to Today’s Embrace of Social Media to Attract a New Jihadi Generation”, The Middle East Media Research Institute (MEMRI) Inquiry & Analysis- Jihad and Terrorism Studies.

