

abstract

Cyberspace is an area of culture with a wide range of capabilities that provides a variety of activities. Therefore, in all countries of the world, it is recognized as a sensitive and policy-making realm. In fact, and when the emergence and expansion of information and communication tools, rapid change and difficult conditions are inevitable and natural, the existence of strategic and comprehensive decisions to move regularly and coherently and to deal with daily changes and developments, in any organization or institution or even A country seems necessary. In our country, this issue is very important due to special political, social, security and ... conditions. Therefore, the importance and necessity of the subject requires research in this field. Accordingly, the present study aims to provide a suitable model in cyberspace for an analytical study of the policy of the Islamic Republic of Iran. The research approach is qualitative and the method of doing it is integrated. Thus, in the first step, the method of systematic review or signification of meta-analysis was used as a review of the research background, and then the interview method was followed "semi-structured and sometimes in-depth." The findings showed that the Islamic Republic of Iran, in terms of the position, impact and extent of cyberspace, which has been widely welcomed around the world, has also touched the need for appropriate entry and intervention in this area and appropriate policy, ie monitoring and intervention. Directly on the content and operations of cyberspace.

Keywords: Cyberspace, Policy Making, Model, Islamic Republic of Iran.

**بررسی تحلیلی سیاست‌گذاری جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی باهدف ارائه الگوی مناسب**احدحضور گیگو<sup>۱</sup>حسن عیوض زاده<sup>۲</sup>فرشید جعفری پابندی<sup>۳</sup>مالک ذوالقدر<sup>۴</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۷/۱۴

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۲۶

**چکیده**

پژوهش حاضر تلاش می‌کند تا با بررسی تحلیلی سیاست‌گذاری جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی الگوی عملی و بومی طراحی و ارائه دهد. رویکرد روش‌شناسی مورد نظر در این پژوهش، کیفی و از روش مرورسیستماتیک یا دلالتی از فراتحلیل "به مثابه بازنگری در پیشینه پژوهش" استفاده شد و در ادامه روش مصاحبه "به صورت نیمه ساخت یافته و بعضاً عمیق" دنبال شده است. سوال اصلی این پژوهش این است که «مشخصه‌های یک «مدل پیشنهادی» با توجه به دغدغه‌های سیاست‌گذاران و کاربران رسانه‌های اجتماعی مجازی در ایران چیست؟» با توجه به رویکرد نظام‌مند مورد استفاده در این پژوهش محقق ۹ معیار مهم در این بخش شناسایی نموده بود که شامل کاهش فاصله بین وضع موجود و مطلوب نهادهای سیاست‌گذار، تأکید برابر این نهادها بر فرایند و محتوای سیاست‌ها، توسعه راهبردی ترکیبی، رویکرد پیشگیرانه سیاست‌گذاران، بهره‌گیری از ساختارهای اداری پیش‌برنده به جای ساختارهای محدودکننده، نگرش مثبت به آزادسازی گردش اطلاعات، آزادی بیان، دموکراسی و مشارکت در تصمیم‌گیری‌ها و اتخاذ رویکردی لیبرال یا حداقل ترکیبی نسبت به سیاست‌گذاری فضای مجازی است.

کلید واژه‌ها: فضای مجازی، اینترنت، سیاست‌گذاری فضای مجازی.

<sup>۱</sup> دانشجوی دکتری، گروه علوم سیاسی (سیاست‌گذاری عمومی)، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران hozour.a@gmail.com

<sup>۲</sup> استادیار گروه علوم سیاسی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران. (نویسنده مسئول) h.eyvazzadeh@yahoo.com

<sup>۳</sup> استادیار گروه علوم سیاسی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران fjafariz@gmail.com

<sup>۴</sup> استادیار گروه علوم سیاسی، واحد زنجان، دانشگاه آزاد اسلامی، زنجان، ایران malek.zolgadr@yahoo.com

در سال‌های ابتدایی قرن بیست و یکم، تحولات عصر فناوری و ارتباطات، به ویژه رشد و توسعه فناوری‌های دیجیتال، وب ۲،۰ و فضای مجازی، موجب بروز پارادایم تازه‌ای از زیست اجتماعی برای بشر شده است. فضای مجازی موجب شده است هر یک از کاربران، به تولیدکنندگان مستقل محتوا و ناشران خردروایت‌های شخصی خود تبدیل شوند. در کنار این، زیرساخت‌های دیجیتالی، سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای اطلاعاتی نیز با قابلیت‌های ذاتی خود، گفتمان ویژه‌ای را ترویج می‌دهند. این گفتمان فناورانه، توانایی کاربران را در عرصه کنشگری اجتماعی افزایش داده و سبک زندگی، انتظارات، ترجیحات و نیز عادات‌های آنان را دچار تحول جدی کرده است (بیات و فتحیان، ۱۴۰۰). از سوی دیگر، در عصر دیجیتالی شده، تصورات رایج از مفهوم مکان و زمان از بین رفته و مفاهیم خرید، تجارت، آموزش و ارتباطات اجتماعی نیز دگرگون شده‌اند. فضای مجازی، محیطی اجتماعی تازه‌ای برای هر طیف از کاربران ایجاد کرده و آنها را در جهت ساخت دنیای تازه اجتماعی توانمند ساخته‌اند (گیلز، ۲۰۰۵). این پدیده‌ی شگرف به‌عنوان یک قدرت نرم، در جنبه‌های مختلف از جمله فرهنگ، سیاست، اقتصاد، مذهب و اخلاق تأثیرگذار بوده و موجب تنوع و امکان دسترسی به اطلاعات شده است (فرقانی، ۱۳۸۱: ۴۹)؛ توسعه فضای مجازی مانند پیشرفت‌های دیگر با پیامدهای منفی و مثبت همراه بوده و به طبع شیوه تعامل بشر نیز متفاوت شده است. این تعامل می‌تواند برای اهداف مختلف ارتباط اجتماعی به کار رود (محمدی و نصراللهی، ۱۴۰۰). بر همین اساس؛ با بررسی و مطالعه‌ی دقیق پژوهشگر؛ از پژوهش‌های صورت گرفته؛ می‌توان بر این نکته اذعان داشت که با فراگیر شدن دامنه فضای مجازی؛ ضرورت سیاست‌گذاری جدی دولت در همه ابعاد فضای مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی و پیامدهای سیاسی- اجتماعی آن بیش‌ازپیش احساس می‌شود. از سویی دیگر؛ در چند سال اخیر شبکه‌های اجتماعی مجازی با محبوبیت کم‌نظیر جهانی روبه‌رو شده‌اند. به‌طوری‌که میلیون‌ها نفر از سراسر جهان در این شبکه‌ها عضویت دارند و روابط انسانی، نوع همکاری، وابستگی حرفه‌ای و بسیاری از امور اجتماعی، فرهنگی، سیاسی و اقتصادی خود را در بستر این شبکه‌ها ایجاد و دنبال می‌کنند. بنابراین به لحاظ گستره کاربری می‌توان گفت در فضای شبکه‌های اجتماعی چیزی بیش از یک فضای اطلاعاتی جهانی وجود دارد (مایلی و بهمنی، ۱۳۹۵). از دیدگاه برخی از نظریه پردازان، یک بافت اجتماعی جدید در حال ساخته شدن است و مستلزم به رسمیت شناختن فناوری به‌منظور کارکردی کردن خدمات تحت وب است (محمدی و نصراللهی، ۱۴۰۰). در این میان استقبال کاربران ایرانی از سایت‌های مذکور روند چشمگیری داشته است. بر اساس مشاهده پژوهشگر از سایت الکسا<sup>۱</sup> فیس بوک یکی از ده سایت برتر مورد استفاده ایرانیان در فضای وب بوده اما در حال حاضر؛ کاربران ایرانی؛ کوچ همگانی به شبکه‌های اجتماعی تلگرام و اینستاگرام داشته‌اند. بی‌شک، میزان استقبال از تعاملات در شبکه‌های اجتماعی مجازی، تغییراتی را در ارتباطات انسانی و نیز بسیاری از مؤلفه‌های اساسی مرتبط با زندگی فردی و اجتماعی شکل خواهد داد که این امر نیازمند سیاست‌گذاری‌های قوی و راهبردی در حوزه‌ی مجازی است (اسلامی و جعفری مقدم، ۱۳۹۹).

نتایج مطالعات پیشین نشان داده است که افزایش جهانی در بهره‌گیری از فضای مجازی مشکلات فراوانی را در امر مدیریت و قانون‌گذاری ایجاد کرده است (اسلامی و جعفری مقدم، ۱۳۹۹؛ صادقی، ۱۳۹۵؛ کاشانی، ۱۳۹۶).

<sup>۱</sup>Geels

<sup>۲</sup>www.alexa.com

بنابراین دولت‌ها در تلاش هستند جهت جلوگیری از بروز تهدیدها و بهره‌گیری مفید از فرصتهای بدست آمده از فناوری‌های نوین همچون اینترنت به سیاست‌گذاری در این حوزه اقدام نمایند (کاشانی، ۱۳۹۶). سیاست‌گذاری فضای مجازی، مجموعه‌ای از قواعد و بایدها و نبایدها است که به منظور جهت‌دهی رفتار نظام‌ها و فضای مجازی تدوین می‌شود و ساختار و فضای ارتباطی آن را شکل می‌دهد (حسن نژاد کاشانی و نصراللهی کاسمانی، ۱۳۹۶). سیاست‌گذاری نظام‌های اطلاعاتی و ارتباطی به دلیل اهمیت نقش فضای مجازی در فرآیندهای سیاسی، اجتماعی و فرهنگی ملت‌ها متعدد برای دولت‌ها و سازمان‌ها امری ضروری و مهم است. بر همین اساس؛ دولت‌ها در تلاش‌اند تا در زمینه فضای مجازی به مثابه یک کالای عمومی سیاست‌هایی را تدوین نمایند که تا حد ممکن از تهدیدات جلوگیری نماید و امکان بهره‌گیری از فرصت‌های این فناوری نوین ارتباطی را فراهم سازد (خواججه‌نایان، ۱۳۹۰). به طور کلی می‌توان گفت سیاست‌گذاری؛ در شرایط کنونی نقش بسیار حیاتی در حوزه رسانه و فضای مجازی ایفا می‌کند و ساختار و فضای ارتباطی آن را شکل می‌دهد.

در شرایطی که کشورهای پیشرو در این حوزه نظیر آمریکا از اواسط دهه ۱۹۹۰ اتحادیه اروپا و چین از ابتدای دهه ۲۰۰۰ رویکرد سیاست‌گذاری خاصی را جهت حداکثر سازی فرصتهای خود در این محیط و کاهش تهدیدها اتخاذ کرده‌اند در چند سال اخیر با توجه به منویات مکرر مقام رهبری و تشکیل شورای عالی فضای مجازی بخشی از مراحل خطه‌مشی‌گذاری و برنامه‌ریزی محقق شده است، اما تصمیمات و سیاست‌های این شورا از سوی سازمان‌ها و ارگان‌های ذی‌ربط به نحو مؤثر و شایسته اجرا نمی‌شود. شواهدی وجود دارد که سیاست‌گذاری و اجرای آن با چالش‌هایی اساسی مواجه شده است (نرگسیان و همکاران، ۱۴۰۰). بنابراین انفعال جمهوری اسلامی ایران در امر سیاست‌گذاری می‌تواند عواقب ناگوار و تهدیدزای فرهنگی و اجتماعی به بار آورد. با توجه به تأکیدات اسناد بالادستی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری بخصوص سند سیاست‌های کلی شبکه‌های اطلاع‌رسانی رایانه‌ای (۱۳۸۷) سند سیاست‌های کلی برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران (۱۳۷۷) و به خصوص حکم تأسیس شورای عالی فضای مجازی (۱۳۹۰) می‌توان نتیجه گرفت که این حوزه یکی از مهم‌ترین حوزه‌های مورد توجه مقام معظم رهبری بوده است (کاشانی، ۱۳۹۶). بنابراین ضروری است الگویی از سیاست‌گذاری فرهنگی در زمینه گسترش فضای مجازی مبتنی و هم‌سو با فرهنگ اسلامی-ایرانی نه بسط فرهنگ اسلامی-ایرانی در فضای مجازی موجود اتخاذ گردد. بنابراین، سوالی که مطرح می‌شود این است که آیا جمهوری اسلامی ایران تا کنون با استفاده از الگوهای علمی موجود در ادبیات سیاست‌گذاری عمومی و سیاست‌گذاری فناوری، در حوزه فضای مجازی و اینترنت اقدامی اتخاذ کرده است؟ در صورت مثبت بودن پاسخ از چه الگوهایی در این حوزه بهره گرفته شده است و آیا الگوهای سیاست‌گذاری فناوری موجود از کارایی لازم برای به کارگیری در کشور با مقتضیات سیاسی، قانونی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران برخوردار است؟ تحقیق حاضر به کنکاش در فرایند و الگوهای سیاست‌گذاری در این زمینه می‌پردازد تا به مدل یا الگویی مطلوب دست یابد.

## ۲. چارچوب مفهومی

### ۲-۱: فضای مجازی

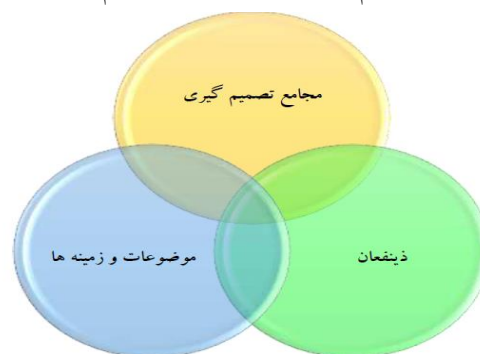
فضای مجازی عرصه‌ای جدیدی از فضای روابط اجتماعی است که با توجه به اینکه خیلی از عمر آن نگذشته است، توانسته به خوبی در زندگی مردم جا باز کند (امانی کلاریجانی، ۱۳۹۶: ۹۱). فضای مجازی قلمرویی است بکر و بدیع که برای کاربران در آن امکانات، آزادی‌ها، فرصت‌ها همچون دلهره‌ها، آسیب‌ها و محدودیت‌های جدیدی را شکل می‌دهد. این فضا به قدری مهم است که سخن از دو جهانی شدن عالم امروزی و رقابت جهان واقعی و جهان مجازی را به میان می‌آورد. جهان واقعی با ویژگی‌هایی چون دارا بودن جغرافیا و نظام سیاسی محدود و واقعیت مادی از جهان مجازی نامحدود، فرا زمان و در دسترس متمایز می‌گردد (حاجی مال میرزایی و حاجی مال میرزایی، ۱۳۸۸: ۸). فضای مجازی دارای ویژگی‌های منحصر به فرد و متمایز کننده چون دیجیتالی بودن؛ حافظه مجازی، تعاملی بودن، فرا متن بودن و واقعیت مجازی است این خصوصیات موجب متمایز شدن فضای مجازی از سایر رسانه‌ها شده است. (عاملی، ۱۳۹۱: ۳۸۴).

## ۲-۲ سیاست‌گذاری فضای مجازی

پیشگیری و کنترل آسیب‌های اجتماعی همواره یکی از دغدغه‌های برنامه ریزان اجتماعی بوده است. این آسیب‌ها تأثیر به‌سزایی بر روی فرهنگ ملت‌ها می‌گذارد و می‌تواند سبب تغییر ساختار فرهنگی جامعه و سردرگمی هویت جوانان که عمدتاً کاربران اینترنت را تشکیل می‌دهند شوند (امانی کلاریجانی، ۱۳۹۶: ۹۷). در سطح کلان این طبقه بندی، می‌توان از دو دسته سیاست‌ها و برنامه‌های ایجابی و سیاست‌ها و برنامه‌های سلبی نام برد. در واقع، اتخاذ سیاست‌ها و برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی دولت‌ها را از یک نگاه کلان می‌توان به سیاست‌های سلبی و سیاست‌های ایجابی تفکیک کرد. سیاست‌های سلبی و ایجابی جوامع و دولت‌ها را می‌توان در موارد زیر مشخص کرد که عبارتند از: (۱): تشویق به استفاده از سامانه‌های نظارتی و کنترلی سطح خرد. (۲): برنامه ریزی باز دارنده در حوزه قانون گذاری. (۳): استفاده از سامانه‌های نظارتی و کنترلی سطح کلان. (۴): جلوگیری از استفاده از اینترنت (جلالی فراهانی و بیک نوری، ۱۳۹۹: ۱۶۴). نکته اساسی در برنامه ریزی برای رویارویی با معایب‌های فضای مجازی، اتخاذ سیاست‌های سلبی و ایجابی است. هرچند چنین برنامه‌ها و سیاست‌هایی نیز باید مورد تأکید باشند و محدودیت‌هایی بر اساس ارزش‌های اسلامی - ایرانی صورت بگیرد، اما عدم توجه به اتخاذ سیاست گذاری‌ها در حوزه آسیب شناسی به ویژه در فضای مجازی و عدم نگاه کافی به ویژگی‌های فضای مجازی، دامنه اثرگذاری سیاست‌های سلبی را محدود و بدون اثر می‌سازد و سبب می‌شود آسیب‌ها بارها در ساختار جدیدتر خود را نمایان سازند و مسیرهای عبور از فیلترها مورد استفاده قرار گیرند (بیگی، ۱۳۹۷: ۱۴۵).

بهترین دیدگاه در زمینه‌ی سیاست‌گذاری فضای مجازی این است که راهبری اینترنت ترکیبی از مدل‌های گوناگون به شرح ذیل صورت پذیرد: (۱): مدل فضای مجازی و تنظیم خودکار که مبتنی بر این ایده است که اینترنت قلمروی خودگردان آزادی فردی و فراتر از دستیابی نظارت دولتی است. (۲): مدل نهادهای فراملی و سازمان‌های بین‌المللی یکه مبتنی بر این نکته می‌باشند که راهبری اینترنت به‌طور ذاتی از مرزهای ملی فراتر رفته و بنابراین مناسب‌ترین نهادها تعاونی‌های نیمه‌خصوصی فراملی یا سازمان‌های بین‌المللی هستند که بر پایه توافقات قرارداد بین دولت‌های ملی قرار می‌گیرد. (۳): مدل کدگذاری و معماری اینترنت که بر این مفهوم استوار است که بسیاری از تصمیمات مربوط به تنظیم مقررات از طریق پروتکل‌های ارتباطی و سایر نرم‌افزارهایی اتخاذ می‌گردد که نحوه عملکرد اینترنت را تعیین می‌کنند. (۴): مدل دولت‌های ملی و قانون که مبتنی بر این ایده است که با رشد اهمیت

اینترنت، تصمیمات اساسی مربوط به تنظیم مقررات به وسیله دولت‌های ملی و از طریق مقررات قانونی اتخاذ می‌گردد. (۵): مدل تنظیم بازار و اقتصاد که فرض می‌کند که عوامل بازار تصمیمات بنیادی پیرامون ماهیت اینترنت را به عهده دارند (بلانگرو کراسلر؛ ۲۰۱۱: ۵۶). سوتر (۲۰۱۲) چارچوب جهانی سیاست‌گذاری و راهبری فضای مجازی بر اساس سه بعد اصلی فرایندها و مجامع تصمیم‌گیری، دی نفعان و موضوعات یا زمینه‌های سیاست‌گذاری قابل توصیف و تحلیل است (شکل ۱). تحلیل و تبیین این سه بعد و روابط موجود بین آن‌ها نقش کلیدی در فهم ماهیت محیط و زیست‌بوم سیاست‌گذاری و راهبری ملی فضای مجازی ایفا می‌کند.



شکل ۱: مدل ارزیابی محیط‌های راهبری فضای مجازی ملی

### ۳. روش شناسی پژوهش

رویکرد روش شناسی مورد نظر در این پژوهش، کیفی و شیوه انجام آن تلفیقی یا ترکیبی<sup>۳</sup> است. به این ترتیب که در گام نخست، به دلیل گستره دربرگیری و دامنه شمول و با هدف از دست ندادن نتایج سایر تحقیقاتی که تاکنون در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران انجام گرفته است، از روش مرور سیستماتیک یا دلالتی از فراتحلیل «به مثابه بازنگری در پیشینه پژوهش»<sup>۴</sup> استفاده می‌شود و در ادامه، روش مصاحبه «به صورت نیمه ساخت یافته و بعضاً عمیق» دنبال شده است. به همین خاطر در فاز نخست پژوهش، برای انتخاب پژوهش‌های برآمده از مصرف رسانه‌های اجتماعی مجازی در ایران و تحلیل آنها با روش مرور سیستماتیک، تمامی کتاب‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و سایر مواد مکتوب (کتابخانه‌ای) و الکترونیک (سایت‌های اینترنتی) مرتبط با موضوع این طرح، تا سال ۱۳۹۸ مورد بررسی، مطالعه و ارزیابی قرار گرفتند، تا مجموعه‌ای از پژوهش‌های نزدیک به هدف این پژوهش در حوزه رسانه‌های اجتماعی مجازی فراهم آید. لذا پژوهش‌های مبتنی بر «شیوه‌های استفاده کاربران از شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران» که در منابع کتاب‌شناختی مختلف وجود دارند، جامعه آماری این تحقیق را برای مرور سیستماتیک تشکیل می‌دهند.

نمونه‌گیری این تحقیق مطابق با روش‌های کیفی، نمونه‌گیری هدفمند بوده و با تمرکز بر کشور ایران، گزیده‌ای از مرتبط‌ترین منابع علمی - پژوهشی داخلی - از پژوهشگرانی که در جامعه ایران تحقیق خود را به انجام

<sup>۳</sup>Bélanger & Crossler  
Sutter  
Mixed method  
Meta-Analysis as a Literature Review

رسانده و انتشار داده‌اند مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته‌اند. بازه زمانی انتخاب این تحقیقات برای مرور سیستماتیک، از زمان فیلتر شدن نخستین شبکه‌های اجتماعی مجازی پر طرفدار در ایران (اورکات و پرشین بلاگ)، تا فیلتر شدن محبوب‌ترین اپلیکیشن رسانه اجتماعی (ویجت)، از سال ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۸، در خصوص شیوه مصرف و نحوه استفاده کاربران ایرانی به انجام رسیده است. معیار انتخاب هر کدام از این منابع به میزان ارتباط آن با موضوع پژوهش و همچنین تازگی و موثر بودن یافته‌های آنها در مسیر پژوهش پیش رو، رابطه مستقیم دارد که در نهایت تعداد ۱۹ منبع مورد واکاوی و مرور سیستماتیک قرار گرفته‌اند. در ادامه جدول شماره ۱، مشخصات منابع برگزیده در این پژوهش را که از میان بیش از یکصد منبع علمی معتبر در ایران (رساله، پایان نامه، طرح پژوهشی، کتاب و مقاله‌های برگرفته از همایش‌های تخصصی) استخراج شده است، نشان می‌دهد:

#### جدول (۱): مشخصات منابع انتخاب شده برای مرور سیستماتیک

ردیف	عنوان	پژوهشگر/ نوع منبع و محل انتشار	سال انتشار
۱	شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران: بررسی استفاده و رضامندی کاربران جوان تهرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی	قدسی بیات	رساله دکتری؛ دانشگاه علامه طباطبایی ۱۳۹۲
۲	طراحی نظام مطلوب سیاست گذاری فضای مجازی در ایران با تأکید بر مراحل سیاست گذاری	بهزاد حسن نژاد کاشانی	رساله دکتری/ دانشگاه امام رضا ۱۳۹۶
۳	چالش‌های مقررات گذاری فضای مجازی در نظام حقوقی جمهوری اسلامی ایران	فائزه طاهری	کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبایی ۱۳۹۷
۴	سیاست و مصرف رسانه‌های اجتماعی مجازی در ایران: چالش‌ها، فرصت‌ها و تبیین یک مدل پیشنهادی	حسین بصیریان جهرمی	رساله دکتری/ دانشگاه علامه طباطبایی ۱۳۹۳
۵	مطالعه نقش شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری هویت قومی: با تأکید بر فیس بوک و گوگل پلاس	محمد خلجی و همکاران	طرح پژوهشی؛ پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات ۱۳۹۲
۶	مطالعه اثرات فضای مجازی بر امنیت ملی کشورها در حوزه جغرافیای سیاسی	مهتاب جعفری	پایان نامه کارشناسی ارشد؛ دانشگاه آزاد واحد گرمسار ۱۳۹۰

- ۷ بررسی ظرفیت ها و چالش های محمدعلی پایان نامه کارشناسی ارشد: ۱۳۹۲  
شبکه های اجتماعی مجازی در زمینه فیصریان دانشگاه باقرالعلوم
- ۸ سیاست گذاری و برنامه ریزی فاطمه مرادخواه مقاله علمی-پژوهشی: ۱۳۹۵  
فرهنگی در حوزه فضای مجازی عباسی و عطبه رضایی
- ۹ سنجش سرمایه اجتماعی کاربران حسین کرمانی پایان نامه ک. ارشد: ۱۳۹۲  
ایرانی: مطالعه موردی شبکه اجتماعی فیس بوک دانشگاه تهران
- ۱۰ شناسایی و طبقه بندی زمینه های بهزاد حسن نژاد مقاله علمی - پژوهشی؛ ۱۳۹۶  
سیاستگذاری عمومی فضای مجازی کاشانی اکبر فصلنامه پژوهش های نصراللهی ارتباطی کاسمانی
- ۱۱ نقش عضویت یا عدم عضویت در حسین امامی رساله دکتری؛ دانشگاه آزاد ۱۳۹۱  
شبکه های اجتماعی بر روابط میان (علوم تحقیقات)
- ۱۲ بررسی و تحلیل اثر های شبکه های زهرا حاجت پور کارشناسی ارشد/دانشگاه ۱۳۹۶  
اجتماعی بر تغییر نظام ارزش در علم و هنر یزد بیرگانی خانواده در ایران (مورد مطالعه خانواده های شهر یزد)
- ۱۳ واکاوی نقش و کاربرد شبکه های مرجان کیان، نیما مقاله علمی - پژوهشی؛ ۱۳۹۴  
اجتماعی مجازی برای یعقوبی مالل ، فصلنامه فناوری آموزش و نصرت ریاحی نیا یادگیری
- ۱۴ رسانه های اجتماعی و مشارکت علیرضا عبداللهی علمی پژوهشی فصلنامه ۱۳۹۵  
سیاسی در انتخابات (رابطه استفاده نژاد ، جواد مطالعات نوین از فیس بوک، تلگرام و اینستاگرام و صادقی ، ابوذر قاسمی نژاد مشارکت سیاسی دانشجویان در انتخابات هفتم اسفند ۱۳۹۴)
- ۱۵ جایگاه شبکه ملی اطلاعات در سپهر محمدمساجد فصلنامه مطالعات راهبردی ۱۳۹۶  
سیاست فرهنگی هاشمی، سیاستگذاری عمومی جمهوری اسلامی ایران



## محمدهادی

## همایون

- |    |   |  |  |      |
|----|---|--|--|------|
| ۱۶ | ارائه الگوی رفتار اشتراک دانش متخصصان ایرانی در فضای مجازی            | علی انتظاری، مقصود امیری، نجمه سادات مرتجی | فصلنامه مطالعات رسانه‌های نوین                     | ۱۳۹۵ |
| ۱۷ | فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی از دیدگاه مقامات سیاسی ج.ا. | سیدرضا موسوی                               | پایان نامه ک. ارشد؛ دانشگاه فردوسی                 | ۱۳۹۶ |
| ۱۸ | رویکرد دوفضای به آسیب‌ها، جرایم، قوانین و سیاست‌های فضای مجازی        | سعیدرضا عاملی                              | کتاب- انتشارات امیرکبیر                            | ۱۳۹۷ |
| ۱۹ | چالش‌های امنیت ملی در فضای مجازی مطالعه موردی، تروریسم مجازی          | صادق سرلک                                  | کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی | ۱۳۹۷ |

مصاحبه در این پژوهش برآمده از مصاحبه‌ای ساختار نیافته یا نیمه ساخت یافته است که استخراج اطلاعات از آن به فهمی کلی نگر از دیدگاه مصاحبه شونده یا موقعیت می‌رسد. در ابتدا از اعضای حقیقی شورای عالی فضای مجازی (که حسب فرمان مقام معظم رهبری در اسفند ماه ۱۳۹۰ تشکیل شده)، مرکز ملی فضای مجازی (بخش عملیاتی آن شورا)، کارگروه (کمیته) تعیین مصادیق محتوای مجرمانه (که بر اساس قانون جرائم رایانه‌ای مصوب خرداد ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی، لازم الاجرا اعلام شده)، و سایر نهادهای متولی این مصاحبه‌های نیمه ساخت یافته (به شکل رو در رو و یا با واسطه) با تعیین وقت قبلی و اطلاع از محورهای مورد بحث، در فاصله شش ماهه (پاییز و زمستان ۱۳۹۸) انجام شده است. معیار انتخاب هر یک از افراد برای قرار گرفتن در نمونه این پژوهش برای مصاحبه رو در رو، مسئولیت و مرتبه شغلی و حرفه‌ای، تاثیرگذاری و شناخت نسبت به حوزه مورد مطالعه، و نیز فقدان مصاحبه‌های رسانه‌ای موجود و تعمیم پذیر از آنها در پاسخگویی به پرسش‌های پژوهش پیش رو بوده است؛ بنابراین انتخاب نمونه‌های نهایی به شکل کیفی و هدفمند بوده است. در پژوهش حاضر پس از ضبط مصاحبه‌ها و بلافاصله به صورت کلمه به کلمه مکتوب شد و به نرم افزار «مکس کیو دا ورژن ۲۰۱۰» منتقل و کدگذاری گردید. به این ترتیب پس از مصاحبه بیستم محقق احساس کرد که به نقطه اشباع رسیده و در حد کفایت در گردآوری داده‌ها رسیده است. نام‌گذاری مقوله‌های به دست آمده با توجه به اصطلاحات موجود در پیشینه نظری، زبان مورد استفاده متخصصان و همچنین تحلیل پژوهشگر انجام شد. برای حصول اطمینان از روایی پژوهش، از روش بررسی توسط اعضاء استفاده شد و بخشی از یافته‌ها در اختیار ۶ نفر از مصاحبه شوندگان قرار

داده شد تا تحلیل انجام شده را بررسی کنند. جهت حصول اطمینان از اعتبار پژوهش، کدهای استخراج شده مورد بازبینی و تأیید ۵ محقق در حوزه‌ی پژوهش‌های کیفی قرار گرفت. در این پژوهش، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات بدست آمده از تحلیل مضمونی یا مبتنی بر تم (در بخش مصاحبه) با استفاده از نرم افزار تحلیل داده‌های کیفی مکس کیودا (MAXQDA) نسخه ۱۰ بکارگرفته شده است.

#### ۴. یافته‌های پژوهش

##### ۴-۱- یافته‌های برآمده از مرور سیستماتیک

با توجه به پایش و انتخاب ۱۹ منبع تحقیقاتی معتبر و مرتبط داخلی و با توجه به معیارهای معرفی شده (همگرایی و نزدیکی سوژه‌های مورد تحلیل با موضوع مورد مطالعه)، مأخذشناسی پژوهش‌های انتخاب شده در جدول (۲) دسته بندی و ارائه شده است:

جدول (۲): مأخذشناسی پژوهش‌های انتخاب شده

نوع مأخذ	فراوانی	درصد
مقاله (علمی - پژوهشی)	۶	۳۶/۸
رساله (دکتری)	۴	۱۰/۵
پایان نامه (کارشناسی ارشد)	۷	۴۲/۱
طرح پژوهشی	۱	۵/۲
کتاب (با رویکرد تألیفی)	۱	۵/۲
مجموع	۱۹	۱۰۰

در ادامه، به منظور بررسی بهتر منابع انتخاب شده، هر کدام از منابع معرفی شده بر اساس ۱۲ شاخص مورد مرور سیستماتیک و ارزیابی قرار گرفته‌اند که در اینجا دو مورد ذکر می‌گردد:

##### جدول (۳): مرور سیستماتیک منبع دو

ردیف	شاخص‌ها و عنوان منبع	شبکه‌های اجتماعی مجازی در ایران: بررسی استفاده و رضامندی کاربران جوان تهرانی از شبکه‌های اجتماعی مجازی
۱	نوع منبع و محل انتشار	رساله دکتری؛ دانشگاه علامه طباطبایی
۲	پژوهشگر/ پژوهشگران	قدسی بیات
۳	زمان انتشار پژوهش	۱۳۹۲
۴	نظریه/ نظریه‌های اصلی	استفاده و رضامندی، جامعه شبکه‌ای، جهانی شدن، حوزه عمومی، مخاطب پژوهشی
۵	روش تحقیق	کمی و کیفی
۶	جامعه آماری	کاربران جوان عضو شبکه‌های اجتماعی مجازی در شهر تهران
۷	روش نمونه‌گیری	هدفمند و گلوله برفی
۸	حجم نمونه	۴۹ نفر (مصاحبه کنونی) و ۴۰۰ نفر (پیمایش)
۹	یافته‌های مهم	- ارائه سنخ شناسی از رفتار شبکه‌ای کاربران مورد پژوهش نشان داد که الگوی رفتار شبکه‌ای کاربران شهر تهران بر اساس دو محور معاشرت‌پذیری و دیده‌بانی حداقل در چهار شکل قابل تمایز است؛ این چهار الگو به ترتیب عبارتند از: خاص‌گرایان، عمل‌گرایان، تحول‌گرایان و عام‌گرایان؛
۱۰	نتایج عملیاتی	- قابل تامل بودن توجه جوانان در بخش رفتار رسانه‌ای، به استفاده از صفحات هنری مشتمل بر صفحات موسیقی، صفحات هنرپیشه‌ها و خوانندگان داخلی و خارجی؛ - تغییر آگاهانه ذائقه، سلیقه و سبک زندگی کاربران جوان که دور از فرهنگ رسمی، کنترل والدین، و هنجارهای اجتماعی، عاملیت، استقلال و به رسمیت شناخته شدن را ولو به شکل مجازی در امور فردی و اجتماعی جستجو می‌کنند؛ - رسانه‌ای شدن و خانگی شدن بیش از پیش عرصه فراغت در تهران؛ - ضرورت توجه به فیس‌بوک به عنوان مهمترین شبکه‌های اجتماعی مجازی؛
۱۱	پیشنهاد‌های اصلی	- صاحب‌نظران حوزه سیاست‌گذاری و تصمیم‌سازی، در جهت‌گیری‌های آتی برای فضای مجازی سیاست‌های هوشمندانه تری اتخاذ کنند؛

- در ممنوعیت فعالیت رسانه‌های رسمی ایرانی در رسانه‌های اجتماعی تاثیرگذار و غیر رسمی همچون فیس بوک و توییتر تجدید نظر شود، تا چند صدایی و تکثر نظرات محقق شود.

۱۲ دستاوردها - در بخش مصرف رسانه‌های اجتماعی مجازی، پژوهشگر به این نتیجه رسیده است که همسویی چندانی با شرایط خانوادگی، اجتماعی، سیاست گذاری فرهنگی دولت دیده نمی‌شود و این موضوع زنگ خطری برای سیاست گذاران رسانه‌ای کشور محسوب می‌شود.

- مدیریت و سیاست گذاری بر شبکه‌های اجتماعی مجازی، باید از جنس خود شبکه، یعنی پویا، راهبردی و مشارکتی باشد که با تغییرات و تحولات این عرصه هم سرعت باشد؛

#### جدول (۴): مرور سیستماتیک منبع یک

چالش های مقررات گذاری فضای مجازی در نظام حقوقی جمهوری	
شاخص‌ها و عنوان	اسلامی ایران
منابع	
۱	نوع منبع و محل انتشار
	کارشناسی ارشد دانشگاه علامه طباطبائی
۲	پژوهشگر/ پژوهشگران
	فائزه طاهری
۳	زمان انتشار پژوهش
	۱۳۹۷
۴	نظریه / نظریه‌های اصلی
	جامعه شبکه‌ای، ارتباط جمعی خود انگیز و همگرایی رسانه‌ای
۵	روش تحقیق
	کیفی و اکتشافی
۶	جامعه آماری
	افراد مشهور (خبرنگار، مجری و گوینده) شاغل در رسانه ملی و عضو شبکه اجتماعی فیس بوک، اینستاگرام
۷	روش نمونه گیری
	هدفمند (مصاحبه آنلاین)
۸	حجم نمونه
	۸ نفر (مصاحبه آنلاین / برخط)

- ۹ یافته‌های مهم
- شش وب سایت رسمی شبکه‌های صدا و سیما (از میان ده وب سایت بررسی شده) با شبکه‌های اجتماعی فیس بوک، توئیتر و یوتیوب که در زمان انجام پژوهش در ایران فیلتر بوده‌اند، همگرایی داشتند؛
- «تماس با دوستان»، مهمترین انگیزه و پس از آن به ترتیب «آگاهی از نظرات صریح کاربران» و «توسعه و ترویج فعالیت‌های حرفه‌ای» برای عضویت پاسخگویان در فیس بوک اعلام شده است؛
- امکاناتی همچون «اضافه کردن دوستان»، گذاشتن یادداشت (متن، عکس و فیلم)، و نوشتن / خواندن نظر دیگران به ترتیب بیشتر از بقیه مورد استفاده پاسخگویان قرار گرفته است؛
- ۱۰ نتایج عملیاتی
- سیاست رسانه‌ای صدا و سیما، به رغم فیلترینگ و ممنوعیت استفاده از فیس بوک و برخی دیگر از رسانه‌های اجتماعی (SNS ها) در کشور، از این سیاست کلی تبعیت نکرده و برخی از شبکه‌های خود را بر بستر رسانه‌های اجتماعی همگرا ساخته است؛
- ۱۱ پیشنهادهای اصلی
- رسانه ملی با توجه به فراگیر شدن شبکه‌های اجتماعی باید از این ظرفیت مکمل استفاده کند؛
- تاثیر روز افزون رسانه‌های اجتماعی و حضور وب سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در هم‌نشینی فراگیر با شبکه‌های پخش (broadcast) باید دولت‌ها را وادار به اتخاذ سیاست‌های جدید کند؛
- صدا و سیما به این ژانر رسانه‌ای توجه دقیق‌تر، صحیح‌تر و سازگارتری با نیازهای کاربران و شاغلان در آن سازمان نشان دهد.
- ۱۲ دستاوردها
- برای پژوهش حاضر
- سیاست‌های گوناگون و نامشخص کشور در قبال وب سایت‌های شبکه‌های اجتماعی (SNS ها)، نیازمند اصلاح و تبیین یک الگوی مناسب است؛
- استفاده کاربران و افراد مشهور رسانه ملی (مجری، خبرنگار و گوینده) از فیس بوک نشان می‌دهد که سیاست‌گذاری حاکم در این سازمان رسانه‌ای که تریبون خود را برای ارتباط با مخاطبان‌شان فراهم کرده، پاسخگوی همه نیازهای رسانه‌ای پاسخگویان این پژوهش در فضای رسانه‌ای سنتی نبوده است؛ به همین خاطر باید الگویی برای دستیابی و تبیین یک مدل پیشنهادی برای استفاده از فرصت‌ها و ظرفیت‌های این شبکه‌ها اتخاذ کرد؛

جدول (۵): تم‌های اصلی استخراج شده از مصاحبه با سیاست‌گذاران

ردیف	کدگذاری نهایی (انتخابی یا گزینشی)
۱	نوع نگاه سیاست‌گذاران به رسانه‌های اجتماعی مجازی
۲	شیوه‌های سیاست‌گذاری برای رسانه‌های اجتماعی مجازی
۳	تجربه‌های شخصی در قبال رسانه‌های اجتماعی مجازی
۴	ملاحظات فردی و سازمانی (شخصیت حقیقی و حقوقی) نسبت به رسانه‌های اجتماعی مجازی
۵	میزان آگاهی از چگونگی مصرف کاربران رسانه‌های اجتماعی مجازی
۶	تحلیل نمونه‌های داخلی و خارجی رسانه‌های اجتماعی مجازی
۷	تعارضات شکلی و ماهوی میان سیاست‌گذاران رسانه‌های اجتماعی مجازی
۸	رویکرد سیاست‌گذاران در فضای مجازی در وضع موجود و مطلوب
۹	آسیب‌ها و تهدیدهای نابهنجار سیاست‌گذاری فضای مجازی در مرحله تدوین
۱۰	راهکارهای مقابله با چالش‌های فرایند سیاست‌گذاری فضای مجازی در وضع مطلوب
۱۱	آینده‌نگری در خصوص رسانه‌های اجتماعی مجازی
۱۲	مدل یا الگوی پیشنهادی برای رسانه‌های اجتماعی مجازی

#### ۱-۲-۴- نوع نگاه سیاست‌گذاران به رسانه‌های اجتماعی مجازی

یکی از اعضای حقیقی شورای عالی فضای مجازی (کد ۴) در بیان نظرات خود نسبت به رسانه‌های اجتماعی مجازی، آن را نیاز واقعی زندگی جوانان امروزی نمی‌بیند، و بر جنبه تفننی و غیر عقلانی آن تأکید می‌ورزد؛ او صراحتاً اعلام می‌کند: رسانه‌های اجتماعی مجازی موضوع مهمی است ولی نمی‌توانیم نیاز به آن را با نیازهای واقعی زندگی مقایسه کنیم. منظورم از نیاز واقعی، نیاز به تشکیل خانواده، درآمد، مسکن و ... دارد. طبیعتاً اگر با این سطح از نیازها مقایسه کنیم این از ارزش و رده‌پژوهش‌های پایین‌تری برخوردار است که بیشتر جنبه تفننی پیدا می‌کند. ولی چون جوان لزوماً نیازها و تصمیماتش با افراد جا افتاده و مسن در جامعه یکی نیست، لزوماً هم عقلانی نیست و ممکن است احساس و عاطفه در آن دخیل باشد. برخی دیگر از سیاست‌گذاران، همچون دبیر شورای عالی فضای مجازی و رییس مرکز ملی فضای مجازی (کد ۵)، رویکردی بینابینی اتخاذ کرده و معتقدند: شبکه‌های اجتماعی مجازی هم می‌توانند ابعاد مثبت داشته باشند و هم ابعاد منفی؛ یعنی این شبکه‌ها دو وجه

دارند. بنابراین باز هم تکرار می‌کنم بهتر است روی این مساله یک نگاه کلان وجود داشته باشد و به این قضیه به این صورت نپردازیم که بعضی از افراد که واقعاً از نظر ما افراد ارزشمندی هستند و برای جامعه با تمام وجود تلاش می‌کنند.

## ۲-۲-۴- شیوه‌های سیاست‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی مجازی

جدول (۶): تم‌های اصلی استخراج شده از مصاحبه با سیاست‌گذاران در زمینه شیوه‌های سیاست‌گذاری در رسانه‌های اجتماعی مجازی

ردیف	نوع سیاست‌ها	گزاره‌های مستخرج از مصاحبه‌های انجام شده
۱	مبتنی بر کاربران	توجه به مدل‌های رفتاری کاربران؛ اعتمادسازی؛ استفاده و رضامندی؛ مناسب بودن؛ ارتباط جمعی خودانگیز؛
۲	مبتنی بر فناوری	همگرایی با ژانرهای دیگر رسانه‌ای؛ قابلیت‌های اپلیکیشن‌های گوشی‌های موبایل؛
۳	معطوف به جامعه ایرانی	تفاوت مدل‌های رسانه‌ای غربی و ایرانی؛ ضرورت توجه به فرهنگ اسلامی و ایرانی؛
۴	مبتنی بر نوع مالکیت	استقبال از مالکیت دولتی؛ تاکید بر نامشخص بودن نوع مالکیت؛ ضرورت غیر دولتی بودن رسانه‌های اجتماعی؛
۵	معطوف به فیلترینگ (مسدودسازی)	ضرورت وجود فیلترینگ فعلی؛ فیلترینگ هوشمند یا محتوایی؛ ضرورت امکان‌پایش و کنترل؛ حذف قابلیت‌های آسیب‌زا؛
۶	معطوف به جایگزینی	ایجاد جذابیت در رسانه‌های اجتماعی داخلی؛ راه‌اندازی بدیل‌های ایرانی؛ بدبینی به تمام بدیل‌های موجود؛
۷	مرتبط با قوانین جاری کشور	قانون جرایم رایانه‌ای (مصوب ۱۳۸۸)؛ تعارض با قوانین کشور؛ ضرورت تبعیت از قانون برای همه؛ ضرورت بازنگری در قوانین؛

عضو حقیقی شورای عالی فضای مجازی (کد ۴)، در انتقاد از برخی سیاست‌های اعمال شده در کشور که از طرف کارگروه مصادیق محتوای مجرمانه در سال ۱۳۹۲ اتخاذ شد، ضمن تاکید بر «ضرورت توجه به مدل‌های رفتاری کاربران» در هنگام سیاست‌گذاری یادآور شد: در یک بازه زمانی فیلم توهین به حضرت رسول (ص) در فضای مجازی پخش شد. کمیته تعیین مصادیق مجرمانه، مصوبه‌ای داشتند در آن زمان که دسترسی به این فیلم مسدود شود و جلوی پخش و انتشار آن در کشور گرفته شود. قطعاً صحیح بود و مخالفی نداشت. حتی حرکت خودجوشی هم شکل گرفت علیه یکی از این شرکت‌های ارائه‌دهنده این سرویس [گوگل]. مردم به طور خودجوش استفاده از این موتور جستجو را تحریم کرده بودند. ما به ناگاه دیدیم که یک سرویس ایمیل خارجی

وابسته به آن نیز در داخل کشور فیلتر شد بدون اینکه مصوبه‌ای در این خصوص وجود داشته باشد. چند روزی هم فیلتر بود تا اینکه اعتراض مردم به وجود آمد زیرا تمام اطلاعاتشان روی این ایمیل بود. وقتی پیگیری کردیم دیدیم چند نفری توجیه کرده بودند که اگر می‌خواهید جلوی این کار گرفته شود ما چاره‌ای نداریم جز اینکه ایمیل این شرکت هم قطع شود که بعد از چند ساعتی بحث فنی و در نهایت تهدید همان افراد که تا دیروز مخالف بودند، سیستم را وصل کردند. فقط نتیجه‌اش این شد که یک حرکت خودجوش مردمی که داشت منجر به تحریم یک سیستم خارجی می‌شد برگشت. به همین خاطر، مردمی که عمدتاً به آن اقدام معترض هم بودند، طرفدار سرویس شدند. در پیوند با همین مساله و انتقاد از شیوه نادرست سیاست‌گذاری مذکور، مشاور فرهنگی و رسانه‌ای رییس جمهور (کد ۱۵)، در مصاحبه با پژوهشگر، به این نکته اشاره کرد: مثلاً چند وقت پیش زحمت کشیده بودند و گفتند ما جی میل و گوگل را می‌بندیم! گفت ما کردیم و شد. در واقع می‌شود بست، می‌شود کل اینترنت را هم بست و تعطیل کرد؛ اما مگر مشکلات ما حل می‌شود؟ اشکال کار اینجاست. اشکال این است که برخی از سیاست‌گذاران فکر می‌کنند گوگل و فیس بوک مشکل ماست!

### ۳-۲-۴- راهکارهای مقابله با چالش‌های فرایند سیاست‌گذاری مجازی در وضع مطلوب

در این مورد صاحب نظران اشاره می‌کند که در حوزه تدوین راهکارهای زیادی وجود دارد که عمده‌ی این راهکارها اشاره به ایجاد شبکه ملی اطلاعات دارد. در این مورد یکی از صاحب نظران می‌گوید:

"شبکه اطلاعات رو اگر گسترش بدیم چون خیلی مهمه که بومیش بکنیم شما دارید در زمین دشمن حرکت می‌کنید اگر بالا برید، پایین بیاید همینه، زیر ساختهای آماده باشه، شبکه‌های خوب درست بشه، اینترنت فراگیرتر بشه شبکه ملی اطلاعات گسترده بشه. اینا درست بشه و بعد سیاست‌ها تعریف بشه و اینا روش پیاده بشود" (میم ۱۸).

یکی دیگر از صاحب نظران در رابطه با راهکارهای سیاست‌گذاری فضای مجازی در حوزه تدوین می‌گوید:

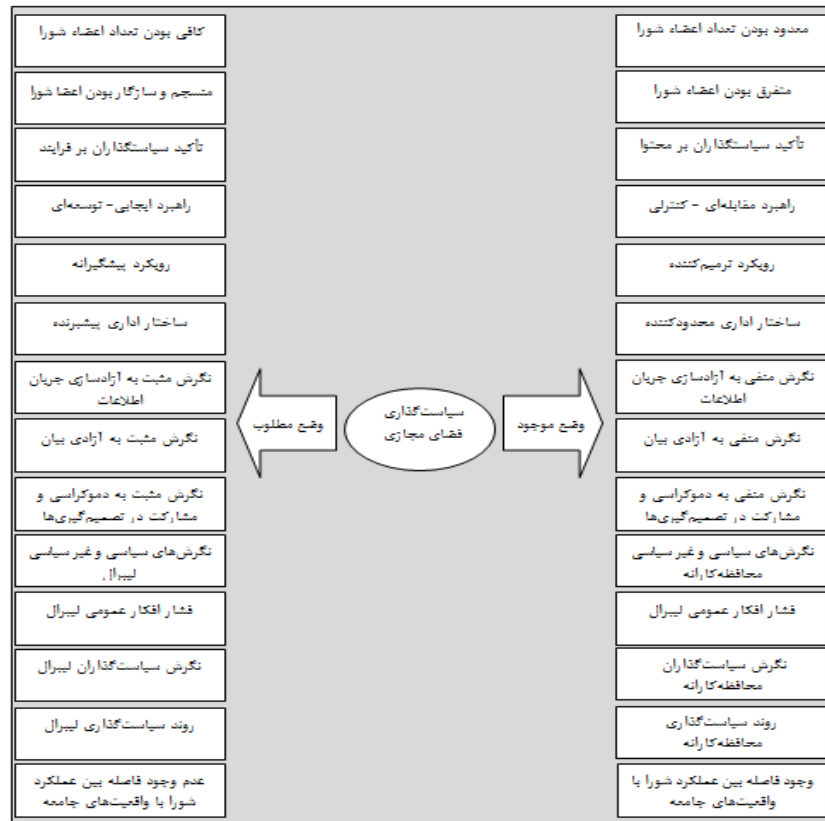
"نیازمندی‌ها و الزامات سیاست‌ها مشخص بشه بحث بودجه و اینا. ساختار مشخص باشه. بحث مباحث برنامه پژوهی و تحقیقاته که باید یک جاهایی عدم شناخت ما از موضوع تعیین کننده است با شناخت خوب داشتن میتونه کمک بکنه اینو هم به عنوان یکی از کارهایی که باید انجام داد. کارای پژوهشی باید علمی باشه" (میم ۱۴).

یکی دیگر از صاحب نظران در رابطه با راهکارهای سیاست‌گذاری فضای مجازی در حوزه تدوین می‌گوید:

"مهم‌ترین اتفاق در بهبود سیاست‌گذاری اینه که درک و فهممون به لحاظ نظری و به لحاظ دانش سیاست‌گذاری بالا ببریم که این هم، از راه ارتقای ادبیات هست و این ادبیات باید ورود پیدا کنه و اینکه بالاخره سره از ناسره معلوم بشه و این سیاست‌گذاری در حالت آیینی و مناسکی در بیاد مثل خیلی دیگر از حوزه‌ها" (میم ۱۹).



بر اساس چالش‌ها و راه‌کارهای شناسایی شده از مصاحبه با خبرگان در این تحقیق، راهبری اینترنت و نظام سیاست‌گذاری عمومی آن در ایران مستلزم یک بینش فنی و روش شناختی نو و ایجاد تغییرات فراوان در سطوح کلان حکومتی می‌باشد. بر اساس مطالعه دقیق و با توجه به مضمون‌های استخراج شده از مصاحبه با متخصصان و صاحب‌نظران درباره مفهوم سیاست‌گذاری فضای مجازی در وضع موجود و وضع مطلوب و روابط بین آن‌ها، نمودار زیر ارائه می‌گردد:

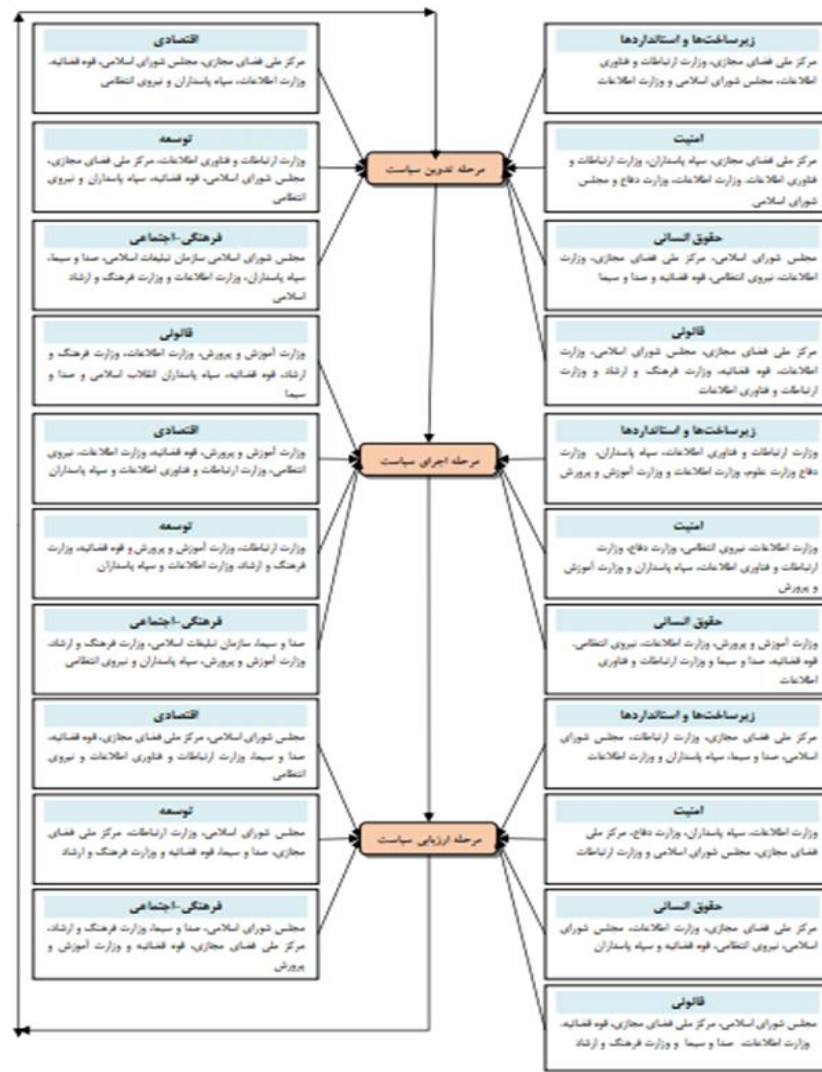


از تحلیل مصاحبه‌های انجام شده در مورد نوع نگاه سیاست‌گذاران به فضای مجازی می‌توان طیفی از نگاه‌های بدبینانه، خنثی و خوشبینانه را متصور شد؛ این وضعیت با توجه به چارچوب نظری پژوهش و با نظریه سیاست‌گذاری، قابلیت تحلیل می‌یابد؛ بر این پایه می‌توان گفت، تقریباً ۴۰ درصد از مصاحبه‌شوندگان) را واجد نگاه بدبینانه، ۳۵ درصد واجد نگاه خنثی، و در حدود ۲۵ درصد واجد نگاه خوشبینانه به رسانه‌های اجتماعی تلقی کرد.

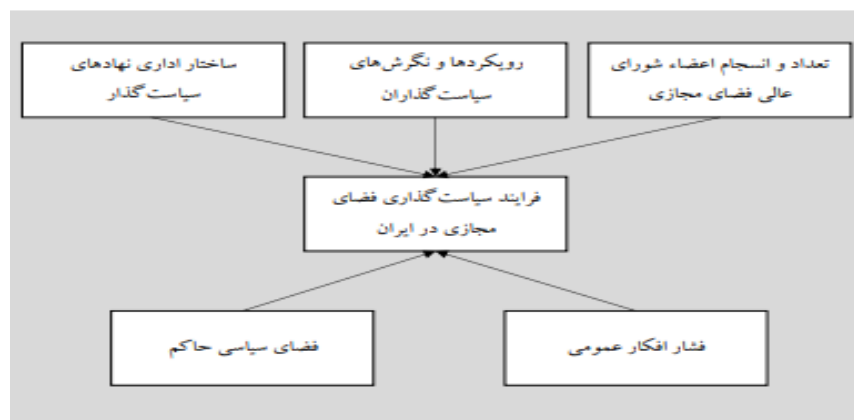
شیوه‌های سیاست‌گذاری با توجه به هفت حوزه متأثر از رسانه‌های اجتماعی مجازی دسته‌بندی شده‌اند؛ نتایج مبین آن است که این شیوه‌ها به ترتیب «مبتنی بر فناوری، معطوف به جامعه ایرانی، مبتنی بر نوع مالکیت»، «معطوف به فیلترینگ»، «معطوف به جایگزینی» و «بر حسب قوانین جاری کشوره دچار تغییراتی شده است. در خصوص ساختار اجتماعی و سیاسی جامعه ایرانی، موضوع حقوق و فرهنگ فضای مجازی، طرف توجه قرار گرفته است که برخی از سیاست‌گذاران به مسئله توانمندسازی افراد جامعه است برای حضور در یک فضای

مجازی مطلوب و دستیابی به اینترنت پاک صحبت می کند و معتقدند که این بحث در همه جای دنیا و به ویژه یونسکو آمده است. بر اساس آن گفته می شود که طرح اینترنت سالم با فضای مطلوب در اینترنت را که معطوف به شبکه های اجتماعی مجازی نیز می شود، طراحی می کنیم. در میان رویکرد سیاست گذاری آنچه مهم ترین، پر تناقض ترین و چالش برانگیز تر از سایر مباحث مطروحه ظاهر شده، موضوع فیلترینگ یا مسدودسازی دسترسی به فضای مجازی است؛ در بین کدهای اولیه، محوری و گزینشی یا انتخابی مستخرج از مصاحبه های انجام شده که از مجموع بیش از ۵۰۰ کد در نرم افزار مکس کیودا ساخته شد - بیشترین سهم به سیاست های معطوف به فیلترینگ اختصاص یافت؛ همچنین در زیر مجموعه (کدهای فرعی) مرتبط با سیاست های معطوف به مسدودسازی فضای مجازی نیز، چند گفتمان اصلی اعم از ضرورت وجود فیلترینگ فعلی، «ضرورت به کارگیری فیلترینگ هوشمند با محتوایی، ضرورت امکان پایش، کنترل و نظارت و ضرورت حذف قابلیت های آسیب زاه استخراج گردید. یافته های اولیه نشان می دهد که سیاست گذاران از میان سیاست های معطوف به حوزه فیلترینگ، بر ضرورت حذف قابلیت های آسیب زاه اجماع و همگرایی داشتند؛ با این حال برخی نیز بر ضرورت وجود فیلترینگ فعلی تأکید دارند و بر حسب تجربیات خود، آن را بسیار مفید و سازنده بر می شمارند.

در این تحقیق با توجه به حکم مقام معظم رهبری مبنی بر تشکیل شورای عالی فضای مجازی، نهادهای سیاستگذار جهت طراحی مدل سیاستگذاری شامل مجلس شورای اسلامی، قوه قضائیه، صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، مرکز ملی فضای مجازی، وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، وزارت اطلاعات، سازمان تبلیغات اسلامی، وزارت آموزش و پرورش، سپاه پاسداران انقلاب اسلامی، نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران و وزارت دفاع می باشند. از آنجا که نقش نهادهای سیاست گذار فضای مجازی در فرایند سیاست گذاری در وضع موجود و مطلوب اهمیت دارد؛ با روش کیفی مشاهده می شود که نتایج بدست آمده از تحقیق کیفی و مصاحبه با صاحب نظران و خبرگان سیاست گذاری فضای مجازی سازگار با این حوزه می باشد.



نمودار (۱): نظام مطلوب سیاست‌گذاری فضای مجازی در ایران با تأکید بر مراحل سیاست‌گذاری



نمودار (۲): عوامل مؤثر بر فرایند سیاست‌گذاری فضای مجازی

با توجه به نتایج تحقیق حاصل از مبانی نظری و اخذ نظرات خبرگان (از طریق مصاحبه) به ارایه راهکارهای کلی و خاص جهت ارتقاء فرایند سیاست‌گذاری فضای مجازی در ایران می‌توان اقداماتی چون، ابهام‌زدایی از تعریف فضای مجازی و عملیاتی نمودن ابعاد و مفاهیم موجود در ادبیات این حوزه در کشور با توجه به اقتضائات خاص فنی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران؛ ایجاد ساز و کاری منسجم جهت سیاست‌گذاری، هدایت و راهبری فضای مجازی با توجه به فاصله بین وضع موجود و مطلوب نهادهای سیاست‌گذار فضای مجازی؛ اتخاذ رویکرد فرایندی به جای رویکرد ساختاری و سیاست‌گذاری ذهنیتی؛ به نحوی که ابتدا فرایند کلی سیاست‌گذاری در این حوزه ترسیم شود، بین نهادهای سیاست‌گذار تقسیم کار صورت گیرد و جایگاه هر نهاد در فرایند سیاست‌گذاری مشخص گردد تا بدین وسیله بتوان از تکرار، تداخل، موازی‌کاری و بر زمین ماندن مسائل حل نشده جلوگیری نمود.

بررسی مطالعات نشان داده است سیاست‌های اتخاذ شده ی حاکمیت ایران در زمینه‌ی فضای مجازی بیشتر سلبی، تقابلی و بازدارنده بوده است و در راستای آن، برنامه‌هایی معطوف به حذف، کنترل و نظارت را در دستور کار قرار داده است بر این مبنا، دولتهایی که در جمهوری اسلامی ایران روی کار آمده‌اند، یکی پس از دیگری، اقدام به اجرایی نمودن سیاست‌هایی سلبی مانند پالایش فضای مجازی، برنامه ریزی بازدارنده و ... نموده‌اند. اعمال چنین سیاست‌هایی برای جامعه در حال توسعه‌ای چون ایران که بر مبنای اسناد بالادستی چون سند چشم‌انداز ۱۴۰۴، توسعه همه‌جانبه کشور را پیگیری می‌نماید، اصولی و آینده‌نگرانه نبوده و شکست‌هایی را برای سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان در دستیابی به اهداف مورد نظر در اسناد بالادستی در این خصوص پی داشته است که از آن جمله می‌توان به محقق نشدن مطلوب «شبکه ملی اطلاعات»، عدم توفیق در تولید محتوای مناسب داخلی و افزایش سواد رسانه‌ای در کشور که همگی از ساز و کارهای اعمال سیاست‌گذاری‌های ایجابی در کشور می‌باشند اشاره نمود و در عوض، شاهد چندین برابر شدن تولید محتوای داخلی فضای مجازی بدون آموزش‌های عمومی و افزایش سواد رسانه‌ای مخاطبان در جامعه و عدم سیاست‌گذاری هدفمند جهت استفاده مفید از آن در گروه‌های مختلف کاربران باشیم. بنابراین در چنین شرایطی، اصلاح سیاست‌گذاری فضای مجازی در جامعه بر اساس اهداف مورد نظر در اسناد بالادستی، صورت گیرد. همچنین موازنه سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی در کشور دچار تغییر گردیده و در راستای آن، مدل سیاست‌گذاری در کشور، از مدل صرف بالا به پائین به مدل مشارکتی، تغییر پیدا نماید به تعبیری دیگر، در امر سیاست‌گذاری فضای مجازی، در کنار دولتمردان، سیاست‌گذاران و نهادهای دولتی، مردم و نهادهای مردمی نیز حضور پیدا نمایند. قابل پیش‌بینی است که با اصلاح موازنه موجود، ماهیت سیاست‌گذاری‌های فضای مجازی نیز در کشور دگرگون خواهد شد بدین معنا که سیاست‌ها، از جنبه سلبی و کوتاه مدت، به جنبه ایجابی، بلند مدت و فارغ از شتابزدگی تغییر ماهیت خواهد داد. بی‌شک این نوع سیاست‌گذاری، از جامعیت، کارآمدی و اثربخشی بیشتری در جهت تولید محتوای فضای مجازی و کنترل و مدیریت این فضا برخوردار خواهد شد.

- اسلامی، روح الله و حجت جعفری مقدم (۱۳۹۹). ساخت حکومت و سیاستگذاری شبکه های اجتماعی در ایران. فصلنامه سیاستگذاری عمومی. ۶(۴). ۱۷۱-۱۵۱.
- امانی کلاریجانی، امرالله (۱۳۹۶). فضای مجازی و واکاوی سیاست های پیشگیرانه در کنترل آسیب های اجتماعی نوپدید. رهیافت پیشگیری، ۱۰(۱)، ۸۹-۱۰۶.
- بیات، ابوالقاسم و محمد فتحیان (۱۴۰۰). تبیین انگاره اینترنت ملی بر پایه رویکرد تحلیل موقعیت. فصلنامه سیاست علم و فناوری. ۱۴(۳). ۹۱-۱۰۶.
- بیگی، جمال (۱۳۹۷). راهبردهای پیشگیری از نقض حقوق شهروندان در فضای مجازی (۱۳۹۷). علم و وکالت. ۱(۱). ۵۸-۳۹.
- جلالی فراهانی، غلامرضا و محمد صادق بیک پوری (۱۳۹۹). توسعه مفهوم نظریه بازدارندگی در فضای سایبری کشور بر اساس اسناد بالادستی و رویکردهای موجود. نشریه علمی پدافند الکترونیک و سایبری. ۸(۴). ۱۷۳-۱۶۱.
- حسن نژاد کاشانی، بهزاد (۱۳۹۶). طراحی نظام مطلوب سیاستگذاری فضای مجازی در ایران با تأکید بر مراحل سیاستگذاری. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه بین المللی امام رضا علیه السلام، دانشکده ادبیات و علوم انسانی.
- شریفی؛ سید مهدی؛ مرزبان، بیتا و سمیه لبافی (۱۳۹۷). آسیب شناسی سیاستگذاری تولید محتوای فضای مجازی در ایران. فصلنامه مدیریت دولتی. ۱۰(۲). ۲۵۱-۲۶۸.
- خواججه‌ئیان، داتیس (۱۳۹۰). "مفهوم سازی خط مشی گذاری رسانه‌ای: شنا سایی مؤلفه‌ها فرایند و حوزه عمل"، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، ۱۸(۱). ۴۰-۱۱.
- عاملی، سعیدرضا و حسینی، حسین (۱۳۹۱). **دوفضایی شدن آسیب ها و ناهنجاری های فضای مجازی: مطالعه تطبیقی سیاست گذاری ها.** تحقیقات فرهنگی سال پنجم بهار ۱۳۹۱ شماره ۱ (پیاپی ۱۷).
- هاشمی محمدساجد، همایون محمدهادی (۱۳۹۶). جایگاه شبکه ملی اطلاعات در سپهر سیاست فرهنگی جمهوری اسلامی ایران. مطالعات راهبردی سیاست گذاری عمومی (مطالعات راهبردی جهانی شدن). ۲(۲۳). ۱۳۲-۱۱۳.
- نرگسیان، عباس، پیران نژاد، علی، حاجی ملامیرزایی، حامد و عباس قربیان. (۱۴۰۰) "ارائه مدل اجرای خط مشی های فضای مجازی در ایران." **فصلنامه علمی امنیت ملی** ۱۱، ۳۹. ۱۹۸-۱۶۸.

- ). Privacy in the digital age: a review of ۲۰۱۱ Bélanger, F., & Crossler, R. E. (۱۰۱۷-) , ۴ (۳۵) information privacy research in information systems. MIS Quarterly, ۱۰۴۲.
- Geels, F. W. (2005). Technological transitions and system innovations: a co-evolutionary and socio-technical analysis. Edward Elgar Publishing.
- Kwach, K. & Ronstel, T. (1999). The context of the regulation of TV broadcasting in East Asia. *Gazette*, 61(3-4), 255–273.
- Labafi, S. (2017). Advertising in Social Media: A theme analysis of networking capability, image transferability, and personal extensibility European Media Management Association (EMMA) conference, Ghent University, Belgium
- Sutter, Robert G(2012). *Chinese foreign relations: Power and policy since the Cold War*. Rowman & Littlefield.