

الگوی شش ضلعی حکمرانی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران

رضا غلامی

استادیار علوم سیاسی دانشگاه شاهد، تهران، ایران.

gholami.sadra@gmail.com

احمد پورحیدر

کارشناسی ارشد مهندسی صنایع دانشگاه صنعتی امیرکبیر، تهران، ایران.

ahmad.pourheidar@gmail.com

چکیده

هدف: هدف مقاله حاضر این است که الگوی مناسبی را با توجه به «ویژگی‌های فضای مجازی» و «اصول و مبانی جمهوری اسلامی» پیشنهاد کند؛ الگویی که بتواند هندسه‌ی مواجهه جمهوری اسلامی با پدیده‌ی فضای مجازی را توصیف کند. **روش:** روش پژوهش مقاله حاضر، «داده‌بنیاد» است و منابع ورودی این روش، تمام گزارش‌ها و اسناد مرتبط با فضای مجازی در کشور و مشارکت در جلسات متعدد مرتبط با این موضوع در لایه‌های مختلف حکمرانی بوده است. **یافته‌ها:** یافته‌های اصلی پژوهش، شامل ۲۳ گزاره شناختی و رویکردی است که در دو بخش «ابعاد پدیده فضای مجازی» (۱۳ گزاره) و «اصول راهبردی مواجهه با فضای مجازی» (۱۰ گزاره) ارائه شده است.

نتیجه‌گیری: نتیجه نهایی پژوهش، عبارت است از شش پیشنهاد کلان که با عنوان «الگوی شش ضلعی» ارائه شده و شامل این موارد است: ضلع اول تکمیل و راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات، ضلع دوم شکل‌دهی به اینترنت دوم یا ایجاد شبکه

• این مقاله با هماهنگی دبیرخانه دائمی کنگره بین‌المللی علوم انسانی اسلامی در دو فصلنامه آینده پژوهی ایران، شماره ۱۰ منتشر شده است.

فراملی اطلاعات، ضلع سوم شکل‌دهی یک ائتلاف جهانی برای کاهش اختیارات امریکایی‌ها در فضای مجازی و ایجاد نظام حقوق بین‌الملل برای فضای مجازی، ضلع چهارم ایجاد غلبهٔ گفتمانی برای مواجههٔ معقول و انقلابی با فضای مجازی، ضلع پنجم راه‌اندازی شرکت‌های عظیم غیردولتی با رویکرد فراملی و بازکردن میدان نوآوری و ضلع ششم ایجاد بسیج سایبری با رویکرد تولید محتوای مؤثر. کلیدواژه‌ها: فضای مجازی، مدرنیته، انقلاب اسلامی، شبکهٔ فراملی اطلاعات، شرکت‌های چندملیتی.

مقدمه

از زمان رواج فضای مجازی و شبکه‌های آنلاین در میان ملل مختلف، همواره مسئلهٔ چگونگی «حکمرانی در فضای مجازی»، ذهن بسیاری از اندیشمندان و سیاست‌گذاران این حوزه را به خود مشغول ساخته است. اندیشمندان و سیاست‌گذاران براساس مبانی فلسفی خود و همچنین، اقتضانات و محدودهٔ حکمرانی موردنظرشان، الگوهای مختلفی را برای حکمرانی بر فضای مجازی ارائه کرده‌اند که سعیدرضا عاملی این الگوها را در قالب چهار رویکرد اساسی در حکمرانی بر فضای مجازی تبیین کرده است. (عاملی، ۱۳۹۷، ج ۱) از بطن هر یک از این رویکردها یک الگوی منحصر به فرد برای حکمرانی بر فضای مجازی متولد می‌شود. رویکرد های چهارگانه عبارت‌اند از:

یک. رویکرد لیبرالیستی در امریکا: در رویکرد امریکایی، سه اصل اساسی «آزادی‌خواهی»، «نفع عمومی» و «الگوی بازار آزاد» در حکمرانی فضای مجازی حاکم است. براساس اصل «آزادی‌خواهی»، فضای مجازی باید توسط کاربران ساخته و پرداخته شود و دولت نباید نقش مداخله‌گرایانه‌ای داشته باشد؛ در واقع، هر گونه تلاشی برای قانون‌گذاری در فضای مجازی باید برای تسریع یا تشدید تغییر فناورانه باشد. همچنین، براساس اصل «نفع عمومی»، اطمینان از ساختار عملکرد بازار و مهیا بودن شرایط مصرف و تولید یک اصل مهم قلمداد می‌شود. طبق این اصل، فضای مجازی به مثابه یک بازار در نظر گرفته می‌شود که کاربران در آن به عنوان مصرف‌کننده شناخته می‌شوند؛ بنابراین، می‌توان گفت نظام لیبرالیستی به بخش فناوری، به ویژه بخش فضای مجازی، رویکرد «خودتنظیمی» دارد و کاربران و مصرف‌کنندگان فضای مجازی را حائز شرایط قانون‌گذاری و جهت‌دهی به این فضا می‌داند. (شورای اروپا، ۲۰۱۴)

دو. رویکرد مشارکتی در اروپا: الگوی ادارهٔ فضای مجازی در اروپا شبیه امریکاست؛ با

این تفاوت که در الگوی اروپایی، ملی‌گرایی و همچنین، مشارکت توأمان شهروندان و دولت در سیاست‌گذاری فضای مجازی اهمیت بالایی دارد؛ در واقع، الگوی اروپایی اولویت‌های قانون‌گذاری متفاوتی را نسبت به الگوی بازار آزاد امریکایی در زمینه توجه به تشویق شبکه‌های تراکنشی در نظر گرفته، و بر روی ارتباطات و توزیع آزاد اطلاعات تأکید دارد؛ علاوه بر این، در الگوی اروپایی، کاربران به مثابه «شهروند» قلمداد می‌شوند و نه «مصرف‌کننده». به همین جهت سیاست‌هایی از قبیل «تضمین خدمات همگانی»، «استانداردهای بالای حمایت از محرمانگی»، «شناخت حقوق مؤلف و حقوق انسانی در مالکیت معنوی»، «تنظیم محتوا برای اطمینان از تولید و توزیع اطلاعات اساسی برای آموزش عقاید عمومی» و دیگر سیاست‌ها در الگوی حکمرانی اروپایی وجود دارد.

سه. رویکرد توسعه‌ای آسیای شرقی: رویکرد توسعه‌ای در قالب مفهوم «نظام دورگه‌ای» ایجاد شده است. نظام دورگه‌ای، نظامی است بین نظام‌های دموکراتیک و غیردموکراتیک که در آن مرزهای میان نظام استبدادی و غیراستبدادی محو می‌شود. در این رویکرد، اصالت با توسعه است و به‌طور وسیعی سیاست‌های جهانی پذیرفته می‌شوند. همچنین، بخش‌های فناوری مخابرات، پخش سراسری و رسانه‌ها تا حد زیادی در دست دولت هستند و درون ساختار کنترل دولت صنعت قرار دارند؛ علاوه بر این، در این رویکرد، بیشتر از آنکه بر «رقابت» تأکید شود، بر «مشارکت هدفمند در جهت صادرات» تأکید می‌شود.

چهار. رویکرد کنترلی کوبایی، چینی و روسی: رویکرد اساسی دیگر، رویکرد کنترلی کشورهای کوبا، چین و روسیه است. این رویکرد مبتنی بر «الگوی دروازه» است. به این معنا که دولت یا کارگزار دولتی به عنوان دروازه‌ای برای اینترنت به‌شمار می‌رود که دسترسی به اینترنت را با هدف تأمین امنیت ملی یا دیگر منافع دولتی محدود می‌کنند. اگرچه این سه رویکرد تا حدی با یکدیگر متفاوت هستند، به‌طور کلی در تأکید بالا بر نظارت و کنترل دولت، مشترک هستند.

روشن است که هر کدام از رویکردهای یادشده حاصل مبانی فکری اندیشمندان و شرایط ملی ویژه آن‌هاست؛ بنابراین، هیچ ملتی نباید بدون ژرف‌اندیشی توأم با واقع‌بینی از رویکردها و الگوهای حکمرانی سایر کشورها تبعیت کند. بلکه برای هر ملتی لازم است تا بر مبنای بنیان نظری منطبق با بوم همان ملت و همچنین، اقتضائات ملی، در ابعاد مختلف سیاسی و اقتصادی و امنیتی و غیره، الگوی اختصاصی حکمرانی خود را در موضوع مهمی همچون فضای مجازی کشف و آن را مبنای عمل قرار دهد. به همین جهت در مقاله حاضر، پرسش اصلی این است که جمهوری

اسلامی براساس طرز تفکر خود، مصالح و منافع عمومی، ویژگی‌های فضای مجازی و همچنین تحولات آینده در فضای مجازی، اولاً چه رویکردی باید به فضای مجازی داشته باشد و ثانیاً براساس این رویکرد به چه الگویی در حکمرانی نیازمند است؟ مقاله حاضر در شرایطی به دنبال پاسخ به این سؤال بوده است که تحقیقات اندکی در ایران در این زمینه صورت گرفته و این تحقیق جزء تحقیقات بی‌پیشینه تلقی می‌شود. به بیان دیگر، هر چند در عرصه تبیین رویکردهای جهانی به فضای مجازی کارهای متعددی در قالب کتاب یا مقاله انجام شده اما در ارتباط با رویکرد مطلوب ایران و به تبع آن، حکمرانی در فضای مجازی تاکنون کار قابل توجهی صورت نگرفته است. روش این مقاله برای پاسخ‌گویی به پرسش مورد اشاره، روش داده بنیاد براساس تلقی لئواستراس و کوربین از این روش بوده است. براساس این تلقی، ابتدا با مراجعه به اسناد گوناگون و تجزیه و تحلیل روش‌مند آن‌ها، گزاره‌های مهم استخراج شده و سپس با نظم‌بخشی و تفسیر و تحلیل گزاره‌های مزبور، نتایج کلی در قالب یک الگوی کلان استنباط شده است.

این مقاله دارای سه فصل عمده است: در فصل نخست، مقاله به ویژگی‌های فضای مجازی، اعم از زیربنایی و روبنایی و همچنین، آثار اجتماعی برخی از این ویژگی‌ها پرداخته شده است. البته در این فصل نگاه آینده‌نگرانه به این ویژگی‌های از اهمیت خاصی برخوردار بوده است؛ در فصل دوم، برای اولین بار، اصول راهبردی جمهوری اسلامی درباره فضای مجازی از بطن گفتمان انقلاب اسلامی استخراج و به صورت فشرده تبیین شده است؛ در فصل سوم، براساس اصول راهبردی، الگویی شش‌ضلعی برای مواجهه کشور با فضای مجازی ترسیم شده است؛ در واقع، این الگو مسیر حکمرانی جمهوری اسلامی در فضای مجازی را پیشنهاد می‌کند. ویژگی خاص الگوی یادشده این است که مبتنی بر گفتمان انقلاب اسلامی است و از موضع کاملاً فعال و مبتکرانه ترسیم شده است.

ابعاد پدیده فضای مجازی

در مواجهه با پدیده فضای مجازی ابتدا درک اهمیت این پدیده ضروری است؛ بنابراین، سعی می‌شود در ادامه ضمن ارائه برخی توضیحات ضروری، درک بهتر و دقیق‌تری از ماهیت پدیده فضای مجازی، الگوهای توسعه فضای مجازی، بازیگران مهم و آینده محتمل فضای مجازی حاصل شود. البته طبیعی است آنچه در این فصل بیان می‌شود، یک قرائت عمدتاً ایرانی از فضای مجازی است که ممکن است با سایر قرائت‌ها کمی تفاوت داشته باشد. ضمناً گزاره‌هایی که در

این بررسی حاصل شده است، در واقع پیش فرض‌های نگارندگان در ارائه مدل مدنظر برای مواجهه فعالانه جمهوری اسلامی با پدیده فضای مجازی را تشکیل داده است.

۱. تمدن آتی، متأثر از فضای مجازی

هرچند در این مقاله فضای مجازی جهان دوم تلقی نمی‌شود (Castronova, Wagner & Bell, 2011) STRICKLAND & ROOS, 2007)، نمی‌توان انکار کرد که فضای مجازی تقریباً در همه سطوح زندگی فردی و اجتماعی مردم جهان نفوذ کرده و در آینده نزدیک، نفوذ خود را در چند گام تازه تکمیل خواهد کرد؛ در واقع، فضای مجازی در حال ایجاد یک تمدن جدید بشری است (Davos, 2018) که به خاطر سرعت و شتاب زیاد نهادینه شده‌اش، همه، از جمله نخبگان و خواص جوامع، را نیز دچار بهت و تا حدی سردرگمی کرده است (Alvin Toffler, 1970).

۲. فضای مجازی، مولود مدرنیته

روشن است که فضای مجازی از بطن مدرنیته متولد شده است (Berthon, 2000; Kubrin, 1997; Goodenow, 2017)؛ یعنی با وجود آنکه در برخی اوقات از آن به‌عنوان تمدن جدید تعبیر شده است، منقطع یا در عرض مدرنیته نیست بلکه در طول مدرنیته است؛ بنابراین، هم جهان‌بینی حاکم بر فضای مجازی، جهان‌بینی سکولار است و هم به تبع آن، ایدئولوژی زاییده از آن یک ایدئولوژی سکولار است. با این وصف، وقتی گفته می‌شود که فضای مجازی یک پدیده مدرن است (Tucker, Haines & Wang, 2014)، یعنی با ابتنا به اصول مدرنیسم شکل گرفته است و با همین اصول توسعه پیدا می‌کند.

البته تسلط اصول مدرنیسم در فضای مجازی مطلق نیست و از همین جهت به نظر می‌رسد که شورش علیه ایدئولوژی فضای مجازی و تغییر در آن ممکن است؛ پس می‌توان گفت «جمهوری اسلامی ایران، همچنان که با تصرف نسبی در فناوری‌های مدرن به نفع اهداف خود از آن‌ها استفاده کرده است، در فضای مجازی نیز قادر به تصرف و بهره‌برداری‌های لازم است»؛ در عین حال، نباید جانب احتیاط را در امکان اثرگذاری گفتمان و ایدئولوژی ممزوج در فضای مجازی بر گفتمان انقلاب اسلامی از دست داد.

۳. فضای مجازی، فضایی در جهان واقعی

تلقی از فضای مجازی به‌عنوان جهان جدیدی مماس یا در بطن جهان واقع، تلقی دقیق و منطبق با واقعیت نیست. اصولاً تعبیر مجازی کمی فریبنده است و این تصور را به‌وجود می‌آورد که فضای مجازی بیرون از جهان واقع خلق شده و زیستی خارج از جهان واقع را شکل می‌دهد. اما در واقع، هر آنچه در فضای مجازی رخ می‌دهد - حتی آنچه از آن به محیط‌های شبیه‌سازی شده، کاملاً خیالی و متفاوت از جهان واقعی تعبیر می‌شود - نه‌تنها مبدأ آن جهان واقعی است، مقصد و انتهای آن نیز جهان واقعی است و اگر جهان واقعی نباشد، کالعدم است.

ممکن است بعضی این مجاز را با «مجاز فلسفی» مقایسه کنند و براساس آن فضای مجازی را امری غیر واقعی توصیف کنند؛ این در حالی است که در مجاز فلسفی، ایجاد کلی در ذهن نیز بالعرض وجود عینی دارد، هر چند مصداق ذاتی وجود تلقی نمی‌شود. پس هر آنچه در ذهن متولد می‌شود، وجود واقعی دارد. با این ملاحظه که نه فقط منشأ آن جهان واقع است، بلکه می‌تواند آثار بزرگی در جهان واقع داشته باشد. البته از آنجا که فضای مجازی یک محیط فیزیکی است، عینیت در آن از جهات زیادی با عینیت در ذهن انسان متفاوت است.

۴. ویژگی‌های ساختاری فضای مجازی

فضای مجازی دارای ویژگی‌ها و مؤلفه‌هایی است که اگر این مؤلفه‌ها عمیقاً درک نشود، مواجهه درست با آن را ناممکن می‌کند.

یکی از این ویژگی‌ها «شبکه‌ای بودن» فضای مجازی است. شبکه یعنی یک سیستم درون‌پیوندی تا حدی شبیه مغز و سلسله اعصاب در بدن انسان که افراد و گروه‌ها را در این فضا به هم متصل می‌کند (پوری، ۱۳۹۲: ص ۲۳). باید توجه داشت که با همه‌گیر شدن فناوری هوش مصنوعی و بهره‌برداری تمام‌قد آن در زیرساخت‌های فضای مجازی، این شبکه شامل تجهیزات هوشمندی نیز خواهد شد که تحلیل و فهم آن را به‌واسطه تنوع و تعدد ربط‌ها و گره‌ها، به‌مراتب از قبل پیچیده‌تر خواهد کرد.

ویژگی دیگر، «تعاملی بودن» فضای مجازی است؛ یعنی تولید محتوا در فضای مجازی مانند رسانه‌های سنتی یک طرفه نیست که فردی محتوایی را تولید و دیگران آن را مصرف کنند بلکه در این فضا همه افراد، حتی کاربران معمولی نیز، در مقام تولیدکننده قرار دارند و ممکن است محتوایی تولید کنند که بیشتر از محصول یک کمپانی بزرگ تولیدی دیده شود و اثرگذاری بیشتری

داشته باشد. فارغ از این، ساختار فضای مجازی چنان است که امکان ثبت کوچک‌ترین تعاملات کاربران، از جمله مشاهده یک محتوا، پسندیدن آن و یا ارسال آن به سایرین را به عنوان یک محتوا ثبت کند و آن را به عنوان جزئی از یک محتوای اثرگذار معنادار کند. تعداد مشاهدات و پسندها و بازارسال‌ها، که معانی متعددی را در فضاهای مجازی بازنمایی می‌کنند، حاصل تجمع محتواهای کوچکی از این دست هستند.

ویژگی بعدی «فراسرزمینی بودن» فضای مجازی است. فراسرزمینی بودن یعنی مرزهای جغرافیایی و محدودیت‌های اعتباری ناشی از نظم سیاسی دولت‌ملت مانع از کارکردهای «شبکه‌ای» و «تعاملی» فضای مجازی نیست؛ بنابراین، هرچند جغرافیا و حاکمیت ملی در فضای مجازی هنوز اثرگذار است، می‌توان در آینده‌ن‌چندان دور، شاهد شرایطی بود که حاکمیت ملی حداقلی شده و در مواردی از بین رفته باشد و جای آن را حاکمیتی متأثر از قواعد همه‌گیر شدن فضای مجازی بگیرد (Loader, 1997; Reidenberg, 1996)؛ حسین پورو قوچانی خراسانی، ۱۳۹۶:ص ۵۵). در این صورت، کسانی که از جهات تکنیکی یا محتوایی بر فضای مجازی تسلط دارند، جهان را در مدیریت خود قرار خواهند داد.

۵. تبعات رفتاری نهاده شدن فضای مجازی

از آنجا که خاستگاه فضای مجازی و قواعد ممزوج در آن برآمده از بطن تمدن غرب است، نهاده شدن آن در جوامع مختلف موجب انتقال عمق فرهنگی تمدن غرب در این جوامع نیز می‌شود. توجه داشتن به این تبعات در مواجهه کارآمد با این فضا مؤثر خواهد بود.

یکی از تبعات نهاده شدن فضای مجازی در جوامع، «فردگرایی مضاعف» است. فردگرایی مضاعف با فردگرایی و تبعات جامعه‌شناختی و روان‌شناختی آن نسبت تنگاتنگی دارد، اما معنای آن به نحو فراتر، ناظر به گسترش قلمرو فرد در فضای مجازی است. ممکن است به نظر برسد که بین «ماهیت شبکه‌ای بودن فضای مجازی» و «افزایش قلمروی خصوصی و فردی» تناقضی وجود دارد، اما در واقع این گونه نیست؛ چراکه فرد در عین حال که در یک شبکه و محیط همگرازیست می‌کند، می‌تواند منویات خود را مستقل از جمع و به نحو واگرا پیش ببرد؛ بنابراین، در فضای مجازی با افرادی روبه‌رو هستیم که هرچند به ظاهر در جمع هستند و از بعضی خواص جمع سود می‌برند، خطی مستقل و حتی در مواردی معارض با گرایشات جمع را دنبال می‌کنند تا به اهداف خصوصی خود برسند.

یکی دیگر از تبعات فضای مجازی، «صدق‌گریزی» است. یک وجه صدق‌گریزی به هویت‌های جعلی و غیرواقعی در فضای مجازی برمی‌گردد، اما صدق‌گریزی ابعاد وسیع‌تری دارد. اصولاً قابلیت‌های موجود در فضای مجازی بستر مساعد را برای رشد ویروس دروغ و فریب مهیا می‌کند و این استعداد را تقویت می‌کند که افکار عمومی جهان از حقایق دور بماند (Brecht, 2017; Cybercrime & Digital Threats, 2015). البته این از تبعات حتمی فضای مجازی نیست، اما گرایشی با قدرت زیاد است که توجه به آن ضروری است.

۶. پویایی زیاد و گذارهای سریع در فضای مجازی

در حال حاضر، فضای مجازی به سرعت در حال گذار است. یعنی عموماً به شکل خطی از یک فناوری به فناوری دیگر، که نسبت به قبلی برتری دارد، منتقل می‌شود. حتی بعضی‌ها از انتقال فضای مجازی به فناوری‌های جدیدی مانند «وب معنایی» یا «وب هوشمند»، به انقلاب در فضای مجازی تعبیر کرده‌اند (Kello, 2013; Macleod, 2016)، اما مسلم است که منظور از انقلاب، شورش علیه بنیادهای فضای مجازی و شکل‌گیری فضای مجازی جدید نیست بلکه منظور، قدرت‌فزاینده برای رشد و توسعه جهانی است؛ تاحدی که نه فقط ظاهر جدیدی در فضای مجازی حاکم می‌شود، بلکه بخش مهمی از مناسبات در این فضا نیز دستخوش تغییر می‌شود و به تبع آن، زندگی فردی و جمعی انسان‌ها را متحول می‌کند.

فضای مجازی با وب ۱ (وب یک‌سویه) شروع شد، اما به وب تعاملی یا وب ۲ منتقل شد و سپس بسیار سریع وب ۳، یعنی وب معنایی، ظهور کرد (Getting, 2007). امروز هم شاهد پیدایش وب ۴ یا وب هوشمند هستیم که نه فقط ابزارها و اشیا را هوشمند می‌کند، بلکه داده‌ها و محیط را هم هوشمندسازی می‌کند و حتماً آینده جدید و شگفت‌آوری را برای فضای مجازی رقم خواهد زد (Almeida, 2017; Jonathan; Fowler, 2013)؛ بنابراین، فضای مجازی چه از جهت تکنیکی و چه از جهت محتوایی یک فضای پویاست و تسلط بر آن نیز به افکار پویا نیازمند است.

۷. تسلط تفکر صهیونیستی بر شرکت‌های فراملیتی

امروز مقدرات فضای مجازی در اختیار شرکت‌های بزرگ و فراملیتی است نه دولت‌های بزرگ (Evolving Role of Government in Cyber security, 2018; Goldsmith, Jack, 2006). البته این سخن به آن مفهوم نیست که دولت‌ها در فضای مجازی هیچ نقشی ندارند یا نقش ناچیزی

دارند، اما واقعیت فضای مجازی گویای این مطلب است که شرکت‌های فراملیتی تا حد زیادی جای دولت‌ها را گرفته‌اند. هرچند دولت‌هایی که بر روی این شرکت‌ها از جهات سرزمینی، امنیتی یا فکری تسلط دارند، فعلاً برنده جنگ حکمرانی بر فضای مجازی به حساب می‌آیند؛ البته با این ملاحظه که مشخص نیست این دولت‌ها همیشه بتوانند از اهرم‌های سرزمینی، امنیتی و حتی فکری به نفع سلطه خود بر شرکت‌ها سود ببرند. با این حال، امروز قلب فضای مجازی از جهت زیرساختی و فنی در ایالات متحده است (National Cyber Strategy of the United States of America, 2018 ; International Strategy For Cyberspace, Prosperity, Security, and Openness in a Networked World, 2011 ; Strickland and Roos, 2007) و پایگاه مرکزی عمده شرکت‌های غول در این کشور است (Ponciano, 2019) و بنابراین ایالات متحده به طور طبیعی بر روی شرکت‌های بزرگ تسلط دارد.

اما از موضع اندیشه و فکر باید سنجید که امروز کدام تفکر، فضای مجازی را حتی در کشورهای اروپایی و آسیایی در قبضه دارد و شرکت‌های بزرگ و فراملیتی از جهت فکری به کدام طرز تفکر وابسته‌اند؟ با یک نگاه گذرا به آرایش این شرکت‌ها، روشن می‌شود که نوعی تفکر امریکایی-صهیونیستی بر اکثر شرکت‌های فراملیتی در فضای مجازی سایه انداخته است (bibliotecapleyades, Jewish & Zionist, 2009). برای مثال، در سال ۲۰۱۶ میلادی، هر پنج شرکت بزرگ این حوزه (اپل، آلفابت، مایکروسافت، آمازون و فیسبوک) که نزدیک به ۵۵ درصد از اقتصاد فضای مجازی را در اختیار دارند، زیر چتر تفکر امریکایی-صهیونیستی قرار داشتند (ronabbass, 2011).

از طرف دیگر، بزرگ‌ترین اندازه بازارهای جهانی طی بیست سال گذشته در عرصه‌های مختلف فضای مجازی، از تجهیزات کامپیوتری و زیرساختی گرفته تا خدمات میزبانی و توسعه تکنولوژی ابری و اینترنت اشیا و غیره، متعلق به امریکایی‌ها و پیروان فکری آن‌ها در جهان است (ncta, Michael Powell, 2018; Associated Press, 2018).

۸. زمینه‌های تزلزل قاعده‌گذاری بلامنازع امریکا

با وجود قدرت فزاینده‌ای که امریکایی‌ها در فضای مجازی دارند، نباید قدرت آن‌ها را بلامنازع دانست. علاوه بر نقاط قوت فراوان دولت ایالات متحده امریکا در فضای مجازی، نقاط ضعفی را هم می‌توان در این زمینه برای آن‌ها برشمرد که فرصت‌هایی را برای عرض اندام رقبا یا مخالفان

آن‌ها فراهم کرده است. کافی است پدیده «تک‌اینترنتی» با حکمرانی امریکایی‌ها مثلاً به پدیده «دو اینترنتی» با محوریت چینی‌ها، روس‌ها و ایرانی‌ها تبدیل شود (Staedter, 2018) و موفق شوند تا فقط ۲۰ درصد از جمعیت کاربران دنیا را به سمت خود جذب کنند؛ در این صورت، شرایط همچنان به نفع دولت امریکا رقم نخواهد خورد.

ازسوی دیگر، اصولاً ماهیت شبکه‌ای و تعاملی فضای مجازی، درعین حال که موقعیت سودآوری را برای شرکت‌های امریکایی به وجود آورده است، بستر مساعدی را نیز برای رخنه و رشد مخالفان تفکر امریکایی-صهیونیستی در فضای مجازی، حتی محیط‌های صددرصد امریکایی، مهیا کرده است؛ به طوری که اگر امریکایی‌ها سیاست سانسور و حذف مخالفان خود را فراتر از حدی اجرا کنند، عملاً محیط کسب‌وکار خود را متزلزل و ناامن کرده‌اند؛ بنابراین، امریکایی‌ها چاره‌ای ندارند جز اینکه مخالفان خود را در فضای مجازی تحمل کنند. ضمن آنکه سیاست سانسور و حذف در فضای مجازی، که در آن هویت‌ها متکثر و در موارد بسیاری مخفی است، کار ساده‌ای نیست.

موضوع دیگری نیز که نباید از نظرها دور بماند، وجود زمینه انتقال بعضی از امور سرنوشت‌ساز مربوط به فضای مجازی به مجامع بین‌المللی است. امروز امریکایی‌ها حاکم اول و آخر فضای مجازی شده‌اند، خودشان برای دیگران سهم تعیین می‌کنند و به هیچ‌کس هم پاسخ‌گو نیستند (Baral, 2016; MCMILLAN, 2019)، این در حالی است که اکثر کشورها خواهان سهم عادلانه در این فضا هستند و ترجیح می‌دهند مجامع بین‌المللی - با همه ایرادهایی که دارند - به‌نحوی در این عرصه نقش‌آفرینی کنند؛ بنابراین، یکی از اقدامات مؤثری که برای تضعیف سلطه امریکایی‌ها در فضای مجازی باید دنبال شود، واردکردن پای مجامع بین‌المللی به این میدان است.

۹. توسعه فضای مجازی در قالب کسب‌وکار

محور و چتری که بر فراز فضای مجازی وجود دارد، عمدتاً اقتصادی و ناظر به منطق کسب‌وکار است. البته هنوز حجم تجارت و گردش مالی در فضای مجازی کمتر از یک‌سوم حجم تجارت و گردش مالی در بازارهای سنتی جهان است (World Trade Organization, 2018)، اما سرعت رشد اقتصاد فضای مجازی بسیار بالاست و چه بسا طی ده سال آینده، گردش مالی در فضای مجازی به اندازه حجم گردش مالی در بازارهای سنتی افزایش یابد یا حتی از آن نیز عبور کند (دهنوی ۱۳۹۰؛ World Trade Organization, 2018; Krapels; Botterman; Cave; Oranje)

(Nassau, 2009 ; Huttner, 2008).

ازسوی دیگر، بخش مهمی از محصول عملیات تحلیل اطلاعات کاربران در فضای مجازی که ماحصل عملیات جهانی شدن گرایش‌ها و میل‌ها از طریق فضای مجازی است (Manyika, 2011)، در خدمت اقتصاد قرار دارد و شرایط بی‌نظیری را برای رشد گول‌های اقتصادی دنیا ایجاد کرده است.

نکته‌ای که نباید از نظر دور بماند این است که در فضای مجازی، موضوعات فرهنگی و سیاسی نیز به صورت مستقیم یا غیرمستقیم در خدمت اقتصاد است (Baron, 1994, p 1111-46; Miller, 1997, p 1173, 1997)، و فرمول‌های کسب‌وکار بر عمده‌سرویس‌های بزرگ در فضای مجازی احاطه دارد؛ بنابراین، می‌توان گفت که نه تنها انگیزه اصلی حکمرانان فضای مجازی اقتصادی است، حتی براینده‌کارهایی که به ظاهر غیراقتصادی است نیز اقتصادی است. به نحوی که فعالیت در فضای مجازی خارج از ریل اقتصادی به سختی با موفقیت همراه خواهد شد.

۱۰. بازیگری فعال، لازمه قانون‌گذاری

هنگامی که محور فعالیت در فضای مجازی عمدتاً اقتصادی باشد، روشن است که بازیگران اصلی فضای مجازی نه فقط از آن جهت که فضای مجازی ماهیت شبکه‌ای و فرامرزی دارد، بلکه از آن جهت که فرمول‌های کسب‌وکار در دنیا براساس بازار آزاد طراحی شده است، شرکت‌های بزرگ غیردولتی هستند. یعنی دولت‌ها اگر مجال بازیگری هم داشتند، میدان را به نفع شرکت‌های غیردولتی باز می‌کردند. این درحالی است که اصولاً دولت‌ها در فضای مجازی، مجال برای عرض اندام ندارند. با این ملاحظه، اقتصاد شرکت‌های دانش‌بنیان اقتصادی است که با انعطاف‌پذیری بالا در فضای مجازی بازیگری می‌کند و از آنجا که «بازیگری» در فضای مجازی زمینه قانون‌گذاری و قاعده‌گذاری را فراهم می‌کند، روشن است که هر قدر این شرکت‌ها دامنه خدمات و خدمت‌گیرندگان وسیع‌تری داشته باشند، سهم بیشتری از قانون‌گذاری و قاعده‌گذاری در فضای مجازی را به خود اختصاص خواهند داد. اگر به تصمیمات «شرکت گوگل» طی دهه اخیر توجه کنیم، روشن می‌شود که این شرکت همواره با شناسایی و خرید ده‌ها شرکت پرفریت فعال در فضای مجازی، به دنبال گسترش قلمرو خود در همه عرصه‌ها و حکمرانی حداکثری بر فضای مجازی بوده است (N.D. Internet Marketing . Investopedia, 2015; Internet World, 2019; Stats, 2019; Desjardins, 2018; Routley, 2019).

۱۱. فضای مجازی، فرصت صدور انقلاب

روشن است که شکل‌گیری فضای مجازی برای انقلاب اسلامی، که انگیزه تمدن‌سازی و جهانی‌شدن دارد، فرصتی طلایی است؛ به بیان دیگر، شکسته‌شدن مرزهای فیزیکی و کم‌رنگ‌شدن نظم دولت‌ملت بیش از آنکه برای انقلاب اسلامی تهدید باشد، فرصت است و روح تازه‌ای را به حرکت جهانی انقلاب اسلامی می‌بخشد. با این حال، همان‌طور که اشاره شد، سلطه فزاینده امریکایی‌ها در این عرصه غیر قابل انکار است و اگر فکری برای مهار قدرت امریکایی‌ها و تقویت بنیه جمهوری اسلامی در فضای مجازی نشود، نه تنها از فرصت‌های طلایی فضای مجازی نمی‌توان استفاده کرد، موجودیت انقلاب اسلامی نیز به خطر خواهد افتاد.

در این شرایط، اول از همه باید طرز تفکر واداده، که قائل به لزوم هضم در فضای مجازی فعلی با هدف بقاست، به انزوا کشیده شود؛ آن طرز تفکری باید در متن جمهوری اسلامی باشد که نه فقط هضم‌شدن در فضای مجازی را قبول نداشته باشد، بلکه با ادراک مزیت‌های جمهوری اسلامی و در نقطه مقابل، نقاط ضعف امریکایی‌ها در فضای مجازی، امکان رقابت با امریکایی‌ها در این میدان را با کمک جهان اسلام و همچنین، کشورهای مشترک‌المنافع امکان‌پذیر بداند. ممکن است کسی بگوید، اندازه سرمایه‌گذاری ما در مقایسه با امریکایی‌ها در فضای مجازی در خوش‌بینانه‌ترین وجه، یک به هزار هم نیست، در این شرایط چگونه می‌توان انتظار داشت که جمهوری اسلامی ایران خود را در موقعیت رقابت با امریکایی‌ها در نظر بگیرد؟ در پاسخ می‌توان گفت که نوع رقابت جمهوری اسلامی ایران با امریکایی‌ها نباید رقابت کلاسیک باشد. بلکه آن رقابتی با امریکایی‌ها موفقیت‌آمیز خواهد بود که نامتقارن و ناظر به نقاط ضعف امریکایی‌ها در فضای مجازی طراحی شود. ضمن آنکه جمهوری اسلامی ایران در این میدان تنها نیست و می‌تواند شرکای قدرتمندی را برای خود پیدا کند که هرچند ممکن است در محتوا با انقلاب اسلامی همسو نباشند، در انهدام سلطه فناوری و اقتصادی امریکایی‌ها در فضای مجازی با ایران به صورت مقطعی یا دائم در یک خط قرار دارند.

۱۲. فضای مجازی، مهم‌ترین ابزار جنگ نظام سلطه

نباید از نظر دور داشت که امروز فضای مجازی به مهم‌ترین ابزار جنگ فرهنگی و حتی سیاسی، اقتصادی و امنیتی امریکایی‌ها علیه جمهوری اسلامی ایران تبدیل شده است (Alimardani, 2019; Newlee and Jones, 2019)؛ در واقع، وقتی از فضای مجازی صحبت می‌کنیم، با شرایط معمولی روبه‌رو نیستیم؛ به طوری که جمهوری اسلامی ایران از این جهت با کمتر کشوری قابل مقایسه است.

حتی مسئله چین و روسیه با امریکایی‌ها و عمق درگیری آن‌ها در فضای مجازی با مسئله و عمق درگیری جمهوری اسلامی با امریکایی‌ها در فضای مجازی یک جنس و یک اندازه نیست. در این شرایط، طبیعی است که جمهوری اسلامی ایران نه تنها باید قدرت دفاعی خود را، در درجه اول در محیط سرزمینی‌اش، برای مقابله با هجمه امریکایی‌ها افزایش دهد، باید توان خود را برای بازدارندگی به صورت دائمی ارتقا بخشد. البته موقعیت جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی صرفاً به جغرافیای سیاسی ایران محدود نیست و پیروان جمهوری اسلامی ایران در مناطق دیگر را نیز شامل می‌شود، اما هم‌اکنون نقطه کانونی هجمه‌ها ایران است. استراتژی اصلی امریکا در هجمه به فضای مجازی ایران، حداقل طی پنج سال گذشته، جذب ایرانیان در شبکه‌های اجتماعی تحت سیطره دولت امریکا و انجام عملیات روانی بر روی آن‌ها برای جداسدندان از نظام اسلامی بوده است (Rao, 2017; Beauchamp, 2019). این استراتژی به مراتب از استراتژی مختل کردن تأسیسات کشور از طریق حملات سایبری برای امریکایی‌ها مهم‌تر است. هرچند در این زمینه هم کارهای مفصلی علیه جمهوری اسلامی ایران انجام شده که بخش مهمی از آن‌ها خنثی شده است. حتی ممکن است فکر تحریم اینترنت برای ایرانی‌ها از ذهن امریکایی‌ها عبور کرده باشد، اما تا هنگامی که فضای مجازی مسیر ضربه‌زدن به جمهوری اسلامی را برای آن‌ها هموار می‌کند، آن‌ها تحریم ایران در این زمینه را از حد یک تحریم تبلیغاتی جلوتر نمی‌برند. همچنان که سال‌هاست تنها بعضی از سرویس‌های کم‌اهمیت گوگل برای ایرانیان غیرفعال شده است (ZamaniNezhad, 2015).

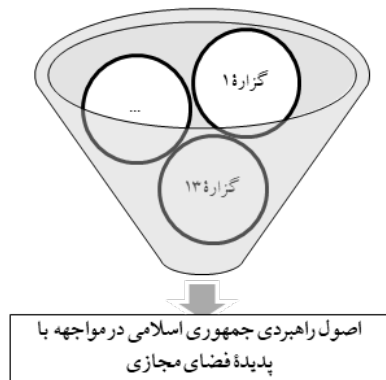
۱۳. محتوای ایدئولوژیک، مزیت جمهوری اسلامی

جمهوری اسلامی ایران چاره‌ای جز سرمایه‌گذاری‌های بزرگ و تقلا برای رشد زیرساختی و همچنین، رشد فناوریانه در عرصه فضای مجازی ندارد، اما روشن است که به دلیل فاصله‌ای که در این زمینه با امریکایی‌ها وجود دارد و سرعت برق‌آسایی که رشد فناوری‌ها در فضای مجازی دارند، لااقل از مسیرهای عادی نخواهیم توانست به سرعت به مرز فناوری‌های حاضر در فضای مجازی برسیم. به همین دلیل، جمهوری اسلامی باید در کنار «پیدا کردن میان‌برهایی برای رشد جهشی فناوری»، به دنبال «مزیت ویژه‌ای برای خود باشد» که دیگران، به‌ویژه امریکایی‌ها، از آن برخوردار نباشند و جمهوری اسلامی ایران از طریق آن بتواند خیلی زود شرایط را چه در داخل کشور و چه در سطح جهانی به نفع خود تغییر دهد.

به نظر می‌رسد «محتوای ایدئولوژیک جمهوری اسلامی»، همان مزیتی است که باید به صورت قوی و هنرمندانه از آن در جهت تغییر شرایط استفاده کرد. محتوای ایدئولوژیک جمهوری اسلامی ایران همان نیرویی است که امریکایی‌ها در برابر آن از خود نبردباری نشان می‌دهند و حاضرند هزینه‌های هنگفت سانسور و حذف آن در فضای مجازی را پرداخت کنند؛ در واقع، جمهوری اسلامی باید علاوه بر حضور فعال و اثرگذار در فضای مجازی تحت سیطره امریکایی‌ها و تولید محتوای ایدئولوژیک خود در این فضا، وارد فاز ایجاد مناطق جدید و جذب‌کننده‌ای در فضای مجازی شود تا خارج از آن نیز بتواند به تولید و انتشار محتوای ایدئولوژیک خود برای مخاطب جهانی بپردازد. باید توجه داشت که منظور از این مناطق صرفاً مناطقی با کارکرد فرهنگی یا سیاسی نیست؛ بلکه می‌توان این مناطق را کاملاً اقتصادی تعریف کرد و تولید و انتشار محتوای ایدئولوژیک را به شکل غیرمستقیم پی گرفت.

اصول راهبردی مواجهه با فضای مجازی

بر پایه گزاره‌های ناظر به «پدیده فضای مجازی»، لازم است اصول راهبردی جمهوری اسلامی در مواجهه با این پدیده مشخص شود. این اصول راهبردی در واقع به نوعی حاصل عصاره‌گیری از گزاره‌های مطرح شده در فصل قبل است که در چهارچوب استنباطات حاصل شده از تفکر کلان جمهوری اسلامی در این عرصه، شکل نهایی خود را پیدا کرده است. ضمناً این اصول با سیاست‌های کلی نظام در ارتباط با فضای مجازی مغایرتی ندارد اما می‌تواند زمینه تکمیل و تقویت سیاست‌های کلی ج.ا.ا. در این عرصه را فراهم کند.



تصویر ۱. مدل مفهومی استخراج اصول راهبردی از ویژگی‌های فضای مجازی

بنابراین، با وجود آنکه معانی آن‌ها را یادآور می‌شود، نکات جدیدی را نیز به آن‌ها اضافه می‌کند که ناظر به تفکر کلان جمهوری اسلامی در مواجهه با پدیده‌های نوظهور، از جمله فضای مجازی، است.

۱. تمرکز بر فرصت‌های فضای مجازی

فضای مجازی هم فرصت و هم تهدید است و میزان فرصت و تهدید و غلبه هر یک بر دیگری به بنیة جمهوری اسلامی از جهات تکنیکی و محتوایی وابسته است. اگر جمهوری اسلامی ایران بنیة قوی و محکمی داشته باشد، فرصت‌ها بر تهدیدها غلبه می‌کند؛ در غیر این صورت، تهدیدها بر فرصت‌ها غلبه پیدا می‌کند.

۲. صیانت از مرزهای ملی و دینی

با آنکه در نگاه تمدنی، کم‌رنگ شدن نظم سیاسی دولت-ملت در درازمدت فرصتی برای جمهوری اسلامی تلقی می‌شود، در حال حاضر برای جمهوری اسلامی حفظ مرزهای سرزمینی و به طریق اولی، پاسداری از مرزهای عقیدتی خود اهمیت بسیاری دارد؛ بنابراین، طبیعی است که در این مقطع نباید از هیچ کوششی برای تقویت حاکمیت خود در چهارچوب نظم سیاسی دولت-ملت و تأمین منافع ملی در این عرصه دریغ شود. «ایجاد شبکه ملی اطلاعات و خوداتکایی در این مسیر»، به‌علاوه «ایجاد پدافند غیرعامل» و حتی «خلق قدرت بازدارندگی در جهت خنثی‌سازی هجمه‌های خصومت‌ورزانه جریان امریکایی-صهیونیستی» ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

۳. حمایت از حقوق و آزادی‌های مشروع مردم

برای جمهوری اسلامی نباید هیچ چیزی مهم‌تر از دفاع و پشتیبانی از حقوق و آزادی‌های مشروع مردم در استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی تلقی شود؛ بنابراین، لازم است که از دو جهت بر روی ظرفیت‌های فضای مجازی در این زمینه طراحی و کار انجام شود: اولاً، بهره‌گیری از ظرفیت فضای مجازی برای تحقق مردم‌سالاری و عدالت همه‌جانبه در کشور؛ ثانیاً، ایجاد زمینه‌ها و سازوکارهای موردنیاز برای ایجاد فرصت برابر در بهره‌گیری از فرصت‌های سودآور فضای مجازی برای تمام مردم. بدیهی است که تلاش برای سالم‌سازی فضای مجازی از آلودگی‌های اخلاقی، عقیدتی و سیاسی نیز یک اصل مهم ضمیمه‌شده به این اصل، برای جمهوری اسلامی محسوب می‌شود.

۴. مواجهه فراملی با فضای مجازی

جمهوری اسلامی نباید به سمت جزیره‌گرایی و خودمنزوی‌سازی در فضای مجازی حرکت کند و کشور و انقلاب اسلامی را از فرصت‌های بی‌شمار فضای مجازی محروم کند؛ بنابراین، لازم است در کنار صیانت از مرزهای ملی و دینی، حضور جمهوری اسلامی در فضای مجازی جهانی با هدف «ارتباط و تعامل سازنده با ملت‌ها»، «پالایش فضای مجازی از آلودگی‌ها»، «شکستن هیمنه جریان امریکایی-صهیونیستی» و همچنین، «ایجاد کسب‌وکارهای بین‌المللی» به رویکرد غالب کشور در فضای مجازی مبدل شود.

۵. سلطه‌گریزی و عدالت‌طلبی در فضای مجازی

سلطه‌گریز امریکایی-صهیونیستی در فضای مجازی، فراتر از به‌خطرانداختن منافع ملی، مانع ادامه حیات و پیشروی خط متعالی انقلاب اسلامی در سطح داخلی و جهانی می‌شود. البته امروز برخی کشورهای اروپایی همچون فرانسه و آلمان نیز نسبت به لزوم مقابله با سلطه امریکایی‌ها در فضای مجازی باور پیدا کرده‌اند و با اهداف متفاوتی آن را دنبال می‌کنند. اما مسلم است که از بین رفتن این سلطه برای جمهوری اسلامی، چه از جهت سیاسی و اقتصادی و چه از جهت فکری و فرهنگی، امری حیاتی است. با این ملاحظه، از یک طرف، «تلاش همه‌جانبه برای کاهش دایره اختیارات نامشروع امریکایی‌ها در فضای مجازی» و از طرف دیگر، «پیگیری برای تحقق سیاست دواینترنتی در جهان» اهمیت بسیاری برای جمهوری اسلامی دارد.

۶. تبدیل شدن به بازیگری بزرگ در فضای مجازی

چنانچه در بخش پیش فرض‌های ناظر به فضای مجازی اشاره شد، امروز قانون‌گذاران اصلی در فضای مجازی شرکت‌های عظیمی هستند که نه تنها از نظر اقتصادی و فناوریانه پرچمدار هستند و بسیاری از امورات روزمره زندگی نخبگان و عموم مردم جهان را به خود وابسته کرده‌اند، عملاً قلمروهایی را برای حکمرانی خود ایجاد کرده‌اند و براساس آنچه صلاح کاربران این قلمروها می‌دانند، قوانینی را برای کنترل این جوامع مجازی تنظیم می‌کنند؛ بنابراین، برای بسط دایره حکمرانی جمهوری اسلامی لازم است که ابزارهای جدید حکمرانی - که همین شرکت‌های عظیم ارائه‌کننده سرویس‌های مختلف مرتبط با فضای مجازی هستند - دریافته شود و سرمایه‌گذاری‌های لازم برای ایجاد شرکت‌های ایرانی با مأموریت و نقش‌آفرینی فراملیتی فراهم شود تا جمهوری

اسلامی به واسطه آن‌ها به قانون‌گذاری اصلی در فضای جهانی تبدیل شود.

۷. مردم‌گرایی در فضای مجازی

در نظام مردم‌سالاری دینی، نه تنها «تأمین منافع و مصالح حقیقی مردم» یک حق محسوب می‌شود، بلکه مردم نقش تماشاگر یا نقش‌تصنعی در امور کشور ندارند و باید زمینه برای مشارکت واقعی و مؤثر آن‌ها فراهم شود؛ بنابراین، ارتقای دانش و بینش مردم در قبال فضای مجازی و سپس حضور و نقش‌آفرینی پررنگ آنان در این فضا ضروری است، با این تفاوت که مردم در فضای مجازی نقش ذاتی دارند؛ یعنی فضای مجازی بدون مردم بی‌معنا است. در عین حال، به نظر می‌رسد در ارتباط با فضای مجازی، خط جمهوری اسلامی برخلاف خط جریان امریکایی-صهیونیستی، خط غافل‌سازی مردم و تبدیل آنان به بازار پرسود مصرف نیست؛ بلکه در واقع، ایجاد زمینه برای مشارکت فعالانه آن‌ها در بهره‌برداری مفید و نقش‌آفرینی مؤثر در این فضا است. به نظر می‌رسد که استفاده آگاهانه مردم در فضای مجازی می‌تواند قدرت کشور را در معادلات مربوط به فضای مجازی به نحو فزاینده‌ای ارتقا دهد.

۸. اخلاق‌گرایی در فضای مجازی

فضای مجازی مسموم و فاسد نه تنها برای مردم ایران، بلکه برای تمام مردم دنیا مخرب است و در درازمدت تهدیدهای این فضا را بر فرصت‌های آن مسلط خواهد کرد. از طرف دیگر، انسان در فضای مجازی باید از هرگونه «تحقیر» و از همه بدتر، «مسخ» در امان بماند و از کرامت او کاملاً صیانت شود؛ بنابراین، ترویج اخلاق و کرامت انسانی و از آن بالاتر، گنجاندن اخلاق و کرامت انسانی در معادلات ریز و درشت فضای مجازی، درست مانند خونی که در رگ‌های انسان در حرکت است، اصلی راهبردی مهم محسوب می‌شود.

۹. توجه به محوریت پیام در فضای مجازی

هرچند تأمین زیرساخت‌های فنی لازم و همچنین نوآوری‌های فناوری در فضای مجازی و به‌طور کلی، تقویت بنیه کشور در این زمینه اصلی مهم و راهبردی محسوب می‌شود، نباید فراموش کرد که همه این‌ها برای جاری شدن آشکار و پنهان پیام‌های مدنظر انسان‌ها در فضای مجازی است. با این ملاحظه، جمهوری اسلامی باید نوع نگاه خود را به «محتوا» و «پیام» در فضای مجازی

ارتقا دهد و به هنری دست پیدا کند که حتی بتواند در بطن و زیر پوست داده‌های اقتصادی نیز پیام‌های ایدئولوژیک را - که مهم‌ترین آن سبک زندگی اسلامی است - به سایر جوامع انتقال دهد.

۱۰. تعامل و همکاری با کشورها و ملت‌های همسو

جمهوری اسلامی به‌تنهایی نمی‌تواند بسیاری از اهداف خود را در فضای مجازی محقق کند؛ ضمن آنکه نباید خود را در جهان تنها فرض کند و یا دایره ارتباط و تعامل خود را به همفکران عقیدتی مان محدود کند. امروزه کشورها و ملت‌های معترض به جریان امریکایی-صهیونیستی در فضای مجازی در حال افزایش‌اند (Simon, 2007; Bass, 2019) و این موضوع چه برای ایجاد سرمایه‌راه‌اندازی شرکت‌های عظیم فراملی و چه برای شکل‌گیری ائتلافی در جهت تأمین عدالت در فضای مجازی می‌تواند بسیار کارساز تلقی شود.

ایده جامع حکمرانی و پیش‌نیاز تحقق آن

براساس آنچه به‌عنوان اصول راهبردی جمهوری اسلامی بیان شد، در این بخش الگوی شش ضلعی حکمرانی جمهوری اسلامی ایران در فضای مجازی - که یک الگوی پیشنهادی است - معرفی می‌شود. ضمناً با توجه به تحولات سریع در فضای مجازی، و همچنین ظرفیت‌های جمهوری اسلامی در این عرصه، این الگو برای یک بازه زمانی حداکثر پنج ساله طراحی شده است.

در سال‌های اخیر و با وجود تأسیس شورای عالی فضای مجازی و زحمات زیادی که فعالان این میدان برای تغییر موقعیت جمهوری اسلامی در مواجهه با فضای مجازی کشیده‌اند، جمهوری اسلامی هیچ‌گاه «ایده جامع» برای حکمرانی در این فضا نداشته است. البته ایده جامع از یک طرف از بطن ادراکی عمیق و همه‌جانبه از فضای مجازی و تحولات جهانی در این عرصه زاییده می‌شود و از طرف دیگر، زمانی متولد می‌شود که رویکرد انفعالی به فضای مجازی به رویکرد فعال و مبتکرانه تبدیل شده باشد؛ بنابراین، شاید این انتظار که جمهوری اسلامی در سال‌های قبل به ایده‌ای جامع درباره حکمرانی رسیده باشد، انتظار به‌جایی به‌شمار نیاید.

علاوه‌براین، روشن است که تحقق ایده‌ای جامع نه‌تنها نیازمند عزم و اراده محکم، بلکه محتاج یک هدایت، هماهنگی، مانع‌برداری و هم‌افزایی جدی در این عرصه است که وظیفه شورای عالی فضای مجازی محسوب می‌شود؛ بنابراین، یکی از پیش‌نیازهای اصلی برای دستیابی به حکمرانی قوی و پیش‌تازانه در فضای مجازی «اصلاح و تقویت شورای عالی فضای مجازی» و نجات آن از

دو آفت مهم «سطحی‌نگری» و «جناح‌زدگی» است؛ به بیان دیگر، تحقق ایده جامع جمهوری اسلامی برای حکمرانی در فضای مجازی به فهم عمیق احتیاج دارد و این فهم نباید قربانی تمایلات جناحی دولت‌ها شود و هر دولتی نیز که امور اجرایی را در دست بگیرد، باید در مسیر تحقق این ایده جامع گام بردارد تا بتوان نتایج آن را دید و چشید.

بنابراین، با فرض دورماندن شورای اجتماعی از این دو آفت، در ادامه به ارائه شش اقدام راهبردی، که در واقع اضلاع الگوی مواجهه جمهوری اسلامی با فضای مجازی را تبیین می‌کنند، پرداخته می‌شود.

۱. تکمیل و راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات

براساس طراحی کلان شورای عالی فضای مجازی، شبکه ملی اطلاعات از سه لایه «زیرساخت»، «خدمات» و «محتوا» تشکیل شده است. تاکنون با سرمایه‌گذاری وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات، بخش مهمی از لایه اول، یعنی لایه زیرساخت، شکل گرفته است. با وجود این، باید کاری کرد تا براساس نقشه مهندسی دقیق‌تری، این لایه با همه لوازم آن قابل بهره‌برداری شود. لایه زیرساخت به‌تنهایی می‌تواند علاوه بر تأمین سطح خوبی از امنیت، اعم از امنیت ملی و امنیت تک‌تک کاربران چه در حوزه فنی، چه در حوزه اقتصادی و چه در حوزه فرهنگی-سیاسی، فرصت برخورداری از سرعت بالا و قیمت مناسب را نیز برای کاربران فراهم کند. ضمن آنکه شبکه ملی اطلاعات می‌تواند از طریق دروازه‌های هوشمند خود با فضای مجازی جهانی ارتباط برقرار کند و اتفاقاً فرصت‌های بیشتر و مقرون به صرفه‌تری را برای ارتباطات جهانی فراهم کند.

با این حال، سرمایه‌گذاری همه‌جانبه و شروع عملیات شکل‌گیری لایه دوم و سوم باید در دستور کار شورای عالی فضای مجازی قرار گیرد تا هم‌زمان با تکمیل لایه اول، بخش مهمی از شکل‌گیری این دو لایه نیز انجام شود. به نظر می‌رسد که شبکه ملی اطلاعات از مرزهای ملی و دینی در فضای مجازی صیانت می‌کند. ضمن اینکه به سالم‌سازی فضای مجازی و آسوده‌خاطر سازی خانواده‌ها و همچنین، رونق کسب‌وکار در این عرصه نیز کمک شایانی خواهد کرد.

۲. ایجاد اینترنت دوم یا شبکه فراملی اطلاعات

همان‌طور که قبلاً اشاره شد، برای مهار قدرت جریان امریکایی-صهیونیستی، جهان باید به سمت شکل‌گیری اینترنت دوم سوق پیدا کند. امروزه «چینی‌ها»، «روس‌ها» و بسیاری از کشورهای

دیگر انگیزه لازم برای ورود به این میدان را دارند و جمهوری اسلامی می‌تواند با حفظ شبکه ملی اطلاعات، پروژه مشترکی را با هدف «ایجاد اینترنت دوم» یا «شبکه فراملی اطلاعات» در تعامل با این کشورها، بر مبنای منافع مشترک، تعریف کند. به نظر می‌رسد شروع چنین حرکتی، فارغ از منافع امنیتی که برای جمهوری اسلامی در پی خواهد داشت، موجب ایجاد شکاف بین امریکا و این کشورها شود و هژمونی امریکا در فضای مجازی خدشه‌دار شود.

۳. ایجاد ائتلاف جهانی برای ایجاد نظام حقوق بین‌الملل برای فضای مجازی

فضای مجازی در شرایط فعلی به شیوه کدگذاری اداره می‌شود و کدخدا خود را به هیچ‌کس پاسخگو نمی‌داند. نباید از نظر دور داشت که تاکنون تلاش‌های زیادی برای کشاندن مسائل فضای مجازی به سازمان ملل و مجامع وابسته به آن از سوی کشورهای مختلف صورت گرفته است، اما با مخالفت و کارشکنی امریکایی‌ها روبه‌رو شده است (Purkayastha, 2014)؛ بنابراین، جمهوری اسلامی می‌تواند با تأسیس معاونت فضای مجازی در وزارت امور خارجه و تربیت دیپلمات‌های زبده و شجاع، به سمت ایجاد یا تقویت ائتلاف‌هایی که خواهان کاهش اختیارات بی‌حدومرز امریکایی‌ها در فضای مجازی هستند، حرکت کند و البته در این زمینه نباید از تأثیر دیپلماسی عمومی نیز غافل شد.

۴. ایجاد غلبه گفتمانی برای مواجهه معقول و انقلابی با فضای مجازی

هرگونه موفقیت در تحقق الگوی حکمرانی مستلزم ایجاد فضای ذهنی مناسب به مفهوم بازشدن یک چتر گفتمانی بسیار قوی بر روی این الگو است. این چتر گفتمانی است که بازیگران داخلی و حتی بین‌المللی همسو با جمهوری اسلامی و فراتر از آن، مردم را به صورت خودجوش با سیاست‌های جمهوری اسلامی همراه خواهد کرد و به راحتی موانع را از سر راه برخواهد داشت. جمهوری اسلامی امروز فاقد این چتر گفتمانی است و حتی اجازه داده است گفتمان‌هایی که با سیاست‌های همسو نیستند در جامعه رشد کنند. البته نباید از نظر دور داشت که گفتمان‌ها عمدتاً در یک فرایند طبیعی متولد می‌شوند اما تقویت یک گفتمان و تبدیل آن به چتر گفتمانی می‌تواند مولود هم‌افزایی توأمان فرایندها و پروژه‌ها باشد. بر این اساس، یکی از مهم‌ترین عوامل در ایجاد چتر گفتمانی، وفاق نظری میان مسئولان ارشد کشور است.

۵. راه‌اندازی شرکت‌های عظیم غیردولتی با رویکرد فراملی و بازکردن میدان نوآوری

این ضلع، مهم‌ترین ضلع الگوی حکمرانی فضای مجازی است. چنانچه قبلاً نیز اشاره شد، لازمه‌ی بازیگری در عرصه‌ی فضای مجازی و قرارگرفتن در مقام قانون‌گذاری، ایجاد بستریهای مساعد برای شکل‌گیری شرکت‌های بزرگ دانش‌بنیان در این حوزه است؛ یعنی جمهوری اسلامی باید با ایجاد صندوق‌های مالی قدرتمند و ارائه‌ی تسهیلات مناسب، زمینه‌ی شکل‌گیری شرکت‌های دانش‌بنیان حول طرح‌های خلاقانه‌ی مرتبط با فضای مجازی را فراهم کند. هرچند در ابتدا این شرکت‌ها در محیط‌های کوچک و محلی شکوفا می‌شوند، باید از قابلیت کار فرامحلی برخوردار باشند. البته از آنجا که کشور ایران در معرض یک نفوذ سازمان‌دهی شده از بیرون است، جا دارد بسترسازی برای شکل‌گیری این شرکت‌ها کاملاً محتاطانه باشد. در حال حاضر الگوی «GoNGO» که به مجموعه‌های مردم‌نهاد مرتبط با دولت اشاره دارد، در بعضی کشورها تجربه می‌شود (Naím, 2009; Baer, 2016) و این تجربه یا تجاری از این دست، در ایران نیز قابل استفاده است. حتی می‌توان به الگویی دست یافت که امکان جذب سرمایه‌گذار خارجی به شیوه‌ی امن را نیز فراهم کند. هنگامی که شرکت‌های کوچک تدریجاً به فعلیت رسیدند، ادغام این شرکت‌ها با یکدیگر با هدف ایجاد شرکت‌های بزرگ‌تر و توان‌تر، گام بعدی است که باید برداشته شود.

۶. ایجاد بسیج سایبری با رویکرد محتوایی

بسیج سایبری با ارتش سایبری متفاوت است. بسیج سایبری، به معنای آموزش و به میدان‌آوری میلیونی مردم در جهت دفاع محتوایی از مرزهای ملی و دینی است؛ در واقع، جمهوری اسلامی نباید نسبت به حمایت از ارزش‌های اسلامی و انقلابی در فضای مجازی و خنثی‌سازی هجمه‌هایی که به این ارزش‌ها می‌شود، سستی به خرج دهد. این در حالی است که در سال‌های اخیر، یکی از نقاط تمرکز دشمنان ایران، عملیات روانی علیه افکار عمومی بوده است؛ در عین حال، وقتی صحبت از بسیج سایبری می‌شود، باید در نظر داشت که این بسیج، اختصاصی به مردم ایران ندارد و می‌تواند همفکران جمهوری اسلامی را نیز در اقصی نقاط جهان، که مهم‌ترین دغدغه‌ی آن‌ها ارزش‌های الهی است، در درون خود جای دهد.

• لزوم شکستن هژمونی امریکا (ضلع اول)	لایهٔ گفتمان
• ایجاد نظار حقوق بین‌الملل (ضلع دوم)	لایهٔ حکمرانی
• ایجاد شبکهٔ ملی اطلاعات (ضلع سوم) • ایجاد اینترنت فراملی (ضلع چهارم)	لایهٔ زیرساخت
• ایجاد شرکت‌های عظیم فراملیتی (ضلع پنجم)	لایهٔ سرویس
• ایجاد بسیج سایبری (ضلع ششم)	لایهٔ محتوا

تصویر ۲: الگوی شش ضلعی مواجهه جمهوری اسلامی با فضای مجازی

نتیجه‌گیری

نمی‌توان تردید کرد که در حال حاضر فضای مجازی در تار و پود زندگی انسان‌ها نفوذ کرده و ضمن تحولی عمیق در مختصات زندگی آن‌ها، زیربنای تمدنی جدید را خلق کرده است، در چنین شرایطی، کشورها تلاش می‌کنند پس از فهم عمیق تر مختصات فضای مجازی، با اتخاذ یک رویکرد مناسب، الگوی حکمرانی خود را در قبال فضای مجازی ترسیم کنند. شکل‌گیری الگوی حکمرانی، ضمن فراهم ساختن زمینه بهره‌برداری به موقع و مؤثر از فرصت‌های ذی‌قیمت فضای مجازی، تهدیدات بزرگ آن را نیز دفع خواهد کرد. در این شرایط پاسخ به این پرسش که «چه الگویی می‌تواند از سوی جمهوری اسلامی در مواجهه با فضای مجازی ترسیم شود؟» بسیار مهم و تعیین‌کننده تلقی می‌شود. یکی از وجوه اصلی اهمیت این سؤال به موقعیت متفاوت جمهوری اسلامی در جهان و رویکرد انتقادی آن به غرب برمی‌گردد. گام نخست این مقاله برای پاسخ به پرسش مزبور، فهم عمیق تر فضای مجازی و ابعاد و مختصات آن براساس یک قرائت ایرانی بود که تاکنون کمتر مورد عنایت پژوهشگران این عرصه قرار داشته است. گام دیگری که این مقاله برای رسیدن به الگوی مورد اشاره برداشته است، شفاف‌سازی مواضع اصولی و راهبردی جمهوری اسلامی در برابر فضای مجازی است که به دلیل فقدان این شفافیت در تحقیقات مشابه، یکی از مزیت‌های اصلی این مقاله محسوب می‌شود. در این

مواضع اصولی، درعین حال که جمهوری اسلامی تلاش می‌کند با صیانت از ارزش‌های اسلامی و انقلابی از هضم شدن در فرهنگ غربی جلوگیری کند، درصدد استفاده حداکثری از فضای مجازی برای بسط و گسترش فرهنگ و تمدن انقلاب اسلامی است. با اتخاذ چنین رویکردی به فضای مجازی، الگویی از حکمرانی برای جمهوری اسلامی قابل ترسیم است که تنها به مواجهه منفعلانه و تدافعی نسبت به فضای مجازی بسنده نکند بلکه جمهوری اسلامی را در شرایط فعال و ابتکاری قرار دهد. گام آخر این مقاله، ترسیم یک الگوی شش ضلعی برای حکمرانی جمهوری اسلامی در فضای مجازی است. در این الگو، شش حرکت کلان پیشنهاد شده است که یک مورد آن ناظر به ایجاد فضای گفتمانی تازه نسبت به فضای مجازی (لزوم شکستن هژمونی امریکا در فضای مجازی)، یک مورد ناظر به الگوی حکمرانی فضای مجازی بین‌المللی و ایجاد نظام حقوق بین‌الملل برای اداره فضای مجازی، دو مورد ناظر به لایه زیرساخت (ایجاد شبکه ملی اطلاعات و اینترنت فراملی)، یک مورد ناظر به لایه سرویس (ایجاد شرکت‌های معظم فراملی) و یک مورد هم ناظر به لایه محتوا (ایجاد بسیج سایبری) است. با اینکه برخی از این حرکت‌ها قبلاً به صورت جدا جدا مورد توجه برخی مسئولان در جمهوری اسلامی قرار گرفته است، پیوند این حرکت‌ها با هم آن هم با رعایت ظرفیت طرح شده در این مقاله، می‌تواند الگوی کارآمدی را برای مواجهه جمهوری اسلامی با فضای مجازی پدید آورد.

کتابنامه

۱. پوری، احسان. ۱۳۹۲. «ارتباطات شبکه‌ای و رهبری مخاطب در شبکه‌های اجتماعی مجازی». رسانه. شماره ۹۲. صص ۲۳-۳۲.
۲. حسین پور، داود؛ قوچانی خراسانی، محمد مهدی. ۱۳۹۶. «حاکمیت شبکه‌ای در نهادهای پژوهشی امنیت سایبری». فصلنامه علمی پژوهشی فرایند مدیریت و توسعه. دوره ۳۰. شماره ۱. بهار. صص ۵۱-۸۰.
۳. دهنوی، محمد حسین. ۱۳۹۰. «بازارهای آینده؛ تکامل اینترنت و تأثیر آن بر اقتصاد جهانی در سال ۲۰۲۵». دو ماهنامه توسعه مهندسی بازار سال پنجم مهر و آبان ۱۳۹۰ شماره ۲۱.
۴. طباطبایی، سید علیرضا. ۱۳۹۷. «حکمرانی فضای مجازی و قاعده فقهی "نفی سبیل" با تأکید بر بایسته‌های نظام جمهوری اسلامی ایران». معرفت سیاسی سال دهم پاییز و زمستان ۱۳۹۷ شماره ۲. پیاپی ۲۰.
۵. عاملی، سعیدرضا. ۱۳۹۷. الگوی حکمرانی دوفضایی. تهران: انتشارات امیرکبیر.

6. Alimardani, Mahsa. 2019. 4 July. https://www.vice.com/en_us/article/vb9859/stuxnet-american-sanctions-and-cyberwar-are-legitimizing-iranian-internet-controls.
7. Almeida, Fernando. 2017. "Concept and Dimensions of Web 4.0." *International Journal of Computers and Technology*. pp 7040-7046. Vol. 16 No. 7, P. 05.
8. Apple, Amazon, Facebook, Alphabet, and Microsoft Are Collectively Worth More Than the Entire Economy of the United Kingdom – Associated Press. 2018. 27 April. <https://www.inc.com/associated-press/mindblowing-facts-tech-industry-money-amazon-apple-microsoft-facebook-alphabet.html>
9. Baer, Daniel B. 2016. "News & Events". 30 September. <https://osce.usmission.gov/mind-gongos-government-organized-ngos-troll-europes-largest-human-rights-conference/>
10. Baral, Susmita. 2016. "World". 03 October. <https://www.ibtimes.com/who-controls-internet-us-government-hands-over-control-icann-2425491>
11. Baron, James N & Hannan, Michael T, 1994. "The Impact of Economics on Contemporary Sociology," *Journal of Economic Literature*, American Economic, 32(3), page 1111 – 1146, P. 10.
12. U s State Department. "The Rise of Global Anti-Semitism." Cosimo, Incorporated, 2018, ISBN, 194593414X, 9781945934148
13. Social media is rotting democracy from within- Beauchamp, Zack. 2019. 22 January. <https://www.vox.com/policy-and-politics/2019/1/22/18177076/social-media-facebook-far-right-authoritarian-populism>.
14. Richard T. Watson, Pierre Berthon, Leyland F. Pitt, George M. Zinkhan. **Electronic Commerce: The Strategic Perspective** - page 86
15. Brecht, Daniel. 2015. 29 June. Cyberspace: A Fast-growing Area of Crime <https://resources.infosecinstitute.com/cyberspace-a-fast-growing-area-of-crime/#gref>.
16. Castronova, Edward; Wagner, Gert G.; Bell, Mark W. 2011. "An Expansion of Survey Data Collection Methods to Virtual Worlds by Means of VDCI". *Virtual Worlds Research*, P. 05.

17. Commentary Ingrid Burrington. Tracing the byzantine maze of the companies that have come to control America's internet. 2016. 5 October. <https://qz.com/790210/tracing-the-byzantine-maze-of-the-companies-that-have-come-to-control-americas-internet/>
18. Davos, Switzerland. 2018. "**Technology**". 28. [https://suethomasnet.wordpress.com/2018/02/08/rip-john-perry-barlow-the-rancher-who-made-cyberspace-his-territory./](https://suethomasnet.wordpress.com/2018/02/08/rip-john-perry-barlow-the-rancher-who-made-cyberspace-his-territory/)
19. Desjardins, Jeff. 2018. 4 March. The biggest tech companies in the world have bought up a lot of smaller startups <https://www.businessinsider.com/big-tech-companies-buying-smaller-startups-2018-3?international=true&r=US&IR=T>.
20. Getting, Brian. 2007. "**DESIGN & DEVELOPMENT**". 18 APRIL. <https://www.practicalecommerce.com/Basic-Definitions-Web-1-0-Web-2-0-Web-3-0>.
21. Goodenow, Ronald. 1997. "**The Cyberspace Challenge: Modernity, Post-Modernity and Reflections on International Networking Policy.**" Comparative Education. PP 197-216, P. 197-198
22. Huttner, Susanne. 2008. "**Technology and Industry Directorate**". June. http://oecdobserver.org/news/archivestory.php/aid/2330/The_Internet_economy:_Towards_a_better_future_.html
23. Kello, Lucas. 2013. "**The Meaning of the Cyber Revolution Perils to Theory and Statecraft.**" International Security. P. 17.
24. Krapels, Joachim; Botterman, Maarten; Cave, Jonathan; Constantijn van Oranje-Nassau. 2009. **The Future of the Internet Economy A Discussion Paper on Critical Issues**. RAND, P. 29
25. Kubrin, Charis E. 2017. "**Delinquency and modernity in cyberspace: Comments on America's Safest City**". Crime, Law and Social Change. PP 505-512, P. 509-510, P. 509 - 510
26. Loader, Brian D. 1997. **The Governance of Cyberspace/Politics, Technology and Global Restructuring**. Routledge; 1st Edition (March 21, 1997), P. 25.

27. Macleod, Chandler. 2016. **"Featured"**. 22 November. <https://www.chandlermacleod.com/blog/everything-you-need-to-know-about-the-cyber-revolution/>
28. Manyika, James; Roxburgh, Charles. 2011. **"McKinsey Global Institute"**. https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/High%20Tech/Our%20Insights/The%20great%20transformer/MGI_Impact_of_Internet_on_economic_growth.ashx.
29. Manyika, Ames; Roxburgh, Charles. 2011. **"McKinsey Global Institute"**. https://www.mckinsey.com/~media/McKinsey/Industries/High%20Tech/Our%20Insights/The%20great%20transformer/MGI_Impact_of_Internet_on_economic_growth.ashx.
30. MCMILLAN, GRAEME. 2019. 27 January. <https://www.wired.com/story/internet-week-205/>
31. Gary J. Miller, 1997. **"The Impact of Economics on Contemporary Political Science,"** Journal of Economic Literature, American Economic Association, vol. 35(3), pages 1173-1204, September
32. Nam, Moisés. 2009. 13 OCTOBER. **How government-sponsored groups masquerade as civil society.** <https://foreignpolicy.com/2009/10/13/what-is-a-gongo/>
33. N.D. Internet Marketing. How internet marketing can help grow your business online <https://www.webfx.com/internet-marketing-grow-business.html>, 2015.
34. Newlee, Danika; Jones, Seth G. 2019. 11 June. **The United States' Soft War with Iran.** <https://www.csis.org/analysis/united-states-soft-war-iran>
35. Pelton, Joseph. Pelton, Joseph N. 2018. **Preparing for the Next Cyber Revolution: How Our World Will Be Radically Transformed Again!** Germany: Springer International Publishing, P. 93 - 94
36. Ponciano, Jonathan. 2019. **"Investing"**. 15 May. <https://www.forbes.com/sites/jonathanponciano/2019/05/15/worlds-largest-tech-companies-2019/#5b6be242734f>.
37. Purkayastha, Prabir, and Rishab Bailey. **"US Control of the Internet."**

- Monthly Review: An Independent Socialist Magazine 66, no. 3 (2014): 103-127.
38. Rao, Tony. 2017. 12 June. **Social media is as harmful as alcohol and drugs for millennials** - <http://theconversation.com/social-media-is-as-harmful-as-alcohol-and-drugs-for-millennials-78418>.
39. Reidenberg Joel R. 1996. "GOVERNING NETWORKS AND RULE-MAKING IN". FLASH: The Fordham Law Archive of Scholarship and History. PP 912-930, P. 914
40. Rodd, Elizabeth; Fowler, Jonathan. 2013. 27 March. Web 4.0: **The Ultra-Intelligent Electronic Agent is coming**. <https://bigthink.com/bigthink-tv/web-40-the-ultra-intelligent-electronic-agent-is-coming>.
41. Routley, Nick. 2019. "TECHNOLOGY". 5 January. <https://www.visual-capitalist.com/20-internet-giants-rule-web/>.
42. Simon, Rita J. 30 October 2007 "Anti-Semitism the World Over in the Twenty-first Century." springer. <https://www.worldjewishcongress.org/en/issues/combating-anti-semitism>
43. STRICKLAND, JONATHAN; ROOS, DAVE. 8 November 2007. "Social Networks". <https://computer.howstuffworks.com/internet/social-networking/networks/second-life>
44. STRICKLAND, JONATHAN. 3 March 2008 "Who owns the Internet?" <https://computer.howstuffworks.com/internet/basics/who-owns-internet1>
45. Staedter, Tracy. 2018. "Why Russia Is Building Its Own Internet". Jan 17. <https://spectrum.ieee.org/tech-talk/telecom/internet/could-russia-really-build-its-own-alternate-internet>.
46. Tucker, John V.; Haines, Kevin; Wang, Victoria. "Viewing Cybercommunities through the Lens of Modernity: The Case of Second Life." The International Journal of Virtual Communities and Social Networking, 2013, 5(1): 75-90. P. 03
47. The Council of Europe, Guide to Human Rights for Internet Users, 2014. <https://www.coe.int/en/web/freedom-expression/guide-to-human-rights-for-internet-users>.

48. Wang, Victoria. “**Community On-Line: Cybercommunity and Modernity, Why do people participate in cybercommunities?**” March 2007 *Policing and Society* 17(1):59–82, P. 02
49. World Trade Organization. 2018. “**The future of world trade: How digital technologies are transforming global commerce**”. World Trade Organization, P. 28
50. Wu, Tim; Goldsmith, Jack. 2006. “**Who Controls the Internet? Illusions of a borderless world.**” Oxford University Press, P. 128–129
51. Zaidi, Zia. 2019. 12 May. **Alphabet, Amazon, Apple, Facebook, Microsoft: How Big Tech Companies Earn Revenue** <https://www.digitalinformationworld.com/2019/05/how-tech-giants-make-billions-infographic>.
52. ZamaniNezhad, Pooria. 2015. 6 January. **Google play help community** <https://support.google.com/googleplay/forum/AAAA8CVOtD8wUllZ-SUXY4s/?hl=en&gpf=d/topic/play/wUllZSUXY4s>.
53. Author of www.trendmicro.com. **Fake News and Cyber Propaganda: The Use and Abuse of Social Media**. 13 June. 2017. <https://www.trendmicro.com/vinfo/pl/security/news/cybercrime-and-digital-threats/fake-news-cyber-propaganda-the-abuse-of-social-media>.
54. Kahho October 25, 2013 “**Evolving Role of Government in Cyber security**”. <https://gblogs.cisco.com/ca/2013/10/25/evolving-role-of-government-in-cyber-security/>
55. Washington: The White House .June 19, 2013. **International Strategy for Cyberspace, Prosperity, Security, and Openness in a Networked World**. Createspace Independent Pub, 2013, P. 02.
56. Washington, D.C: The White House. **September 2018 “National Cyber Strategy of the United States of America”**, P. 11
57. Girvan, C. “**What is a virtual world? Definition and classification**”. *Education Tech Research Dev* 66, 1087-1100 (2018). <https://doi.org/10.1007/s11423-018-9577-y>. P. 1088
58. Ron abbass .2011. 26 March. **Jewish Control Of The Internet: Facebook, Google, YouTube et al.** <https://ronabbass.wordpress.com/2011/03/26/jew->

ish-control-of-the-internet-facebook-google-youtube-et-al/

59. Michael Powell, 2018. 15 February. **Data Shows Americans See the Internet As Key to the Economy**. <https://www.ncta.com/whats-new/data-shows-americans-see-the-internet-as-key-the-economy>.