

پدافند مردم محور در برابر شبکه‌های اجتماعی مجازی

حمید فروزان^۱، اسماعیل احمدی مقدم^۲

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۹/۱۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۷/۳۰

چکیده:

امروزه اهمیت و تأثیرگذاری پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی بر کسی پوشیده نیست. شبکه‌های مجازی از پدیده‌هایی هستند که در مدت کوتاهی توانسته‌اند در اغلب حوزه‌های سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و ... ورود یافته و به تدریج تبدیل به مولفه‌های تأثیرگذار شوند. این شبکه‌ها از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل فراوانی برای ایفای نقش در حوزه‌ها و مسائل مختلف برخوردار بوده و قادر هستند تا تعاملات و روابط موجود بین عناصر و اجزای معادلات مختلف جوامع بشری را تحت تأثیر جدی قرار دهند. از یک سو، پدافند غیرعامل از ضروریاتی است که در تمام جوامع بشری و در تمام ادوار زمانی مورد توجه قرار گرفته تا دامنه آسیب‌پذیری دارایی‌ها، منافع و منابع خودی در مقابل تهدیدات مختلف را به حداقل ممکن کاهش یابد. از سوی دیگر نقش شبکه‌های اجتماعی در سده معاصر، هر روز بیش‌ازپیش برجسته تر شده است. این رسانه‌ها امروزه به واسطه به‌کارگیری فناوری‌های پیشرفته ارتباطی تا عمق جوامع نفوذ کرده و از تأثیر به سزا و تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به افکار عمومی و نحوه نگرش افراد به جامعه، سیاست، اقتصاد، فرهنگ و... برخوردار گشته‌اند. پژوهش حاضر باهدف شناسایی تهدیدات و آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، تلاش

^۱ استادیار گروه مدیریت راهبردی پدافند غیرعامل دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع ملی H.foruzan@sndu.ac.ir

^۲ استاد گروه مدیریت راهبردی دانشگاه و پژوهشگاه عالی دفاع shahid.kavand@gmail.com

می‌نماید تا اقدامات پدافند غیرعامل درحوزه مردم را موردبررسی قرار دهد. این پژوهش با استفاده از ساختار پژوهش‌های آمیخته و روش توصیفی- تحلیلی انجام‌گرفته است و برای جمع‌آوری یافته‌های نظری از فن بررسی اسناد و مدارک علمی و مصاحبه خبرگی استفاده‌شده است. نتیجه پژوهش حاضر نشان می‌دهد که متناسب باقابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، از مجموعه‌ای از اقدامات پدافند مردم محور برای مقابله با تهدیدات نوین فرهنگی، تضعیف باورها و اعتقادات مردم، جلوگیری از هویت زدایی و کاهش ضریب نفوذ شبکه‌های فضای مجازی در خانواده‌ها می‌توان استفاده نمود.

کلیدواژه‌ها: پدافند مردم محور، تهدیدات و آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های اجتماعی

مجازی

مقدمه:

توسعه فناوری‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری، جهان را دچار تغییر و تحول جدی کرده و آینده مبهمی را پیش روی انسان هزاره سوم قرار داده است. طی سالیان اخیر، همه جوامع به درجات متفاوتی از گسترش رسانه‌های اطلاعاتی رسیده‌اند. پدیدار شدن مفاهیمی همچون جهانی‌شدن، شبکه‌های مجازی، جامعه اطلاعاتی و فضای سایبری بر این واقعیت دلالت دارد که فناوری‌های نوین اطلاعاتی، صورت‌بندی تازه‌ای از حیات اجتماعی را پدید آورده‌اند (نجفی، ۱۳۸۳). اینترنت یکی از نعم بزرگ الهی است، اما درعین‌حال یک نعمت بزرگ هم هست؛ یعنی یک چاقوی دودم و خطرناک... است، اینترنت الآن مثل یک جریان افسارگسیخته است...، این مثل آن است که کسی یک سگ وحشی را بیاورد، بگویند "قلاده‌اش کو؟"، بگویند "سفارش کرده‌ایم آهنگر قلاده را بسازد". (بیانات مورخه ۲۶ آذر ۱۳۸۱) متأسفانه در فضای مجازی کشور ما هم که آن رعایت‌های لازم باوجوداین همه تأکیدی که من کردم صورت نمی‌گیرد. بایستی آن‌کسانی که مسئول هستند حواسشان باشد. همه کشورهای دنیا روی فضای مجازی خودشان دارند اعمال مدیریت می‌کنند درحالی‌که ما افتخار می‌کنیم به اینکه فضای مجازی را ول کرده‌ایم، این افتخار ندارد؛ این به‌هیچ‌وجه افتخار ندارد. فضای مجازی را بایستی مدیریت کرد...، نباید این وسیله را در اختیار دشمن گذاشت که بتواند علیه کشور و علیه ملت توطئه کند (بیانات، ۱۴۰۰)

در دنیای کنونی، اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش قابل‌ملاحظه و تأثیرگذاری را در فرایند تعاملات و روابط جوامع بشری ایفاء نموده و ازاین‌رو، جزئی از تمام تحولات جوامع بشری و از آن جمله جنگ، آفند و پدافند و... نیز به شمار می‌آیند و به‌کارگیری آنها در فرایندهای مختلف ضرورتی انکارناپذیر و اجتناب‌ناپذیر شده است. افزون بر همه اینها باید دانست که تئورسین‌های نظامی، اطلاعاتی و سیاسی غرب به این نتیجه رسیده‌اند که راه‌اندازی

یک جنگ سخت همه‌جانبه، علیه جمهوری اسلامی ایران یا امکان ندارد و یا بی‌فایده است، و براین اعتقاد هستند که تنها راه مبارزه با ایران، مبارزه نرم است و به تصمیم‌گیران و سیاستمداران غربی توصیه می‌کند که دکترین‌های جنگ نرم را علیه ایران به‌کارگیرند. با عنایت به موارد مطروحه، پدافند غیرعامل، در عرصه شبکه‌های اجتماعی مجازی نیز رسالت دارد تا با شناسایی و رفع آسیب‌ها و تهدیدات، تدابیر ایمن‌ساز در برابر حفاظت از مردم را اتخاذ و شرایط لازم برای کاهش آسیب‌پذیری‌ها در این حوزه را فراهم نماید.

بیان مسئله:

شبکه‌های اجتماعی مجازی، دارای نقش بسیار تأثیرگذاری در تعاملات و ارتباطات جوامع بشری می‌باشند. در دنیای شتابان کنونی، ویژگی‌ها و کارکردهای مختلف این شبکه‌ها به‌گونه‌ای دارای جذابیت، کارآمدی و اثربخشی هستند که حضور در آنها از الزامات و ضروریات زندگی هم‌تراز با فناوری‌های نوین به شمار می‌آید. از این‌رو، شبکه‌های اجتماعی مجازی که صحنه حضور و فعالیت میلیاردها نفر از افرادی است که در مقایسه با میانگین جوامع مختلف، اغلب در سطح بالاتری از دانش، توانمندی، تأثیرگذاری، برخورداری از امکانات و تسهیلات، روابط اجتماعی و ... قرار دارند، از اهمیت خاصی برخوردار می‌شوند و این امر، دامنه فرایند اقدامات افندی و پدافندی را به این حوزه می‌کشاند. حفاظت از مردم در برابر تهدیدات این حوزه یکی از رویکردهای نوین پدافند غیرعامل است. در واقع، مسئله‌ای این پژوهش، ارائه اقدامات پدافند مردم محور در مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی است.

اهمیت و ضرورت تحقیق:

شناسایی اقدامات دشمن در حوزه عملیات روانی و جنگ نرم توسط ابزار شبکه‌های اجتماعی مجازی و اتخاذ اقدامات پدافندی مناسب برای خنثی‌سازی اثرات آن بر مردم و حفظ

سرمایه‌های اجتماعی نظام به‌وسیله کشف مؤلفه‌های تهدید و آسیب‌پذیری این شبکه‌ها، هیچ‌گاه محدود به زمان و مکان خاصی نبوده‌اند و فرایند توقف‌ناپذیر و شتابناک تحولات در تمام سطوح و حوزه‌های جوامع بشری به‌گونه‌ای است که متغیرهای تأثیرگذار و تأثیرپذیر از این مؤلفه‌ها و روابط بین آنها را به‌شدت و به‌سرعت دگرگون ساخته و مروری مجدد بر این مفاهیم را الزامی می‌سازد. هرچه شناخت مؤلفه‌هایی که در مباحث مربوط به حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی نقش‌آفرین بوده و دارای رابطه تأثیر و تأثر با سایر مؤلفه‌ها هستند، از جامعیت و همه‌جانبه‌نگری بیشتری برخوردار باشد، اقدام در این حوزه‌ها از روایی و اعتبار بالاتری برخوردار بوده و محاسبات انجام‌شده دقت بیشتری خواهند داشت و در نتیجه از بروز غافلگیری و به‌خطا رفتن کاسته خواهد شد. شبکه‌های اجتماعی مجازی، از دامنه نقش‌آفرینی بسیار بالایی برخوردار بوده و شناخت ظرفیت، قابلیت‌ها و تهدیدات آنها می‌تواند سطح کار آبی و اثربخشی اقدامات پدافند غیرعامل را ارتقاء بخشد.

همچنین غفلت از شناخت تهدیدات، ظرفیت‌ها و قابلیت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و به دنبال آن عدم به‌کارگیری اقدامات پدافند غیرعامل موجب غفلت و ناآگاهی از واقعیات صحنه و بروز غافلگیری و به‌خطا رفتن در فرآیند سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و اجرای اقدامات پدافند مردم محور خواهد شد. درواقع، عدم شناخت و درک کارکردها و تهدیدات این شبکه‌ها، مانع از نقش‌آفرینی و تأثیرگذاری مثبت آنها در جامعه شده و موجب می‌گردد تا کشور، سازمان، گروه و یا فردی که تلاش می‌کنند تا این واقعیت نادیده گرفته شود باعث غافلگیری و مواجهه با مشکلات، معضلات و تهدیدات جدید خودساخته شود.

ادبیات و مبانی نظری

▪ پیشینه تحقیق

تاکنون در ارتباط با «پدافند مردم محور در برابر شبکه‌های اجتماعی مجازی» پژوهش

معتبری منتشر نشده، اما با این حال، پیشینه‌های مرتبط با این حوزه که از آن بهره برده شده است به شرح زیر هست:

عدلی پور (۱۳۹۱) در پژوهش خود به بررسی تأثیرات و پیامدهای شبکه‌های اجتماعی بر هویت اجتماعی جوانان پرداخته، که از نتایج این پژوهش آن است که شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یک پدیده نوظهور هم دارای آثار مثبت و هم آثار منفی می‌باشند. آثار منفی شامل تکه‌پاره گشتن سریع جوامع، دگرگونی مفاهیم مکان، زمان، فضا و منابع فرهنگی و... است و آثار مثبت آن آزادی عمل برای کسب‌وکار، افزایش منابع هویتی و فراهم آمدن واقعیت به‌صورت مجازی هست.

مرتضی نور محمدی (۱۳۹۰) در تحقیقی با عنوان جنگ نرم، فضای سایبر و امنیت جمهوری اسلامی ایران، به بررسی اثرات جنگ نرم در فضای مجازی بر امنیت ج.ا. ایران پرداخته و به این نتیجه دست‌یافته است که با توجه به تمرکز نظام سلطه بر بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های فضای مجازی به‌منظور تنش‌سازی‌های گسترده قومی، فرقه‌ای و اجتماعی و ایجاد بی‌اعتمادی میان جامعه و حاکمیت و تهاجم شبکه‌ای تاکتیکی باهدف مختل سازی امور جاری کشور، جنگ نرم سایبری یکی از مهم‌ترین جلوه‌های تهدید آفرین امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران است.

شهابی و بیات (۱۳۹۱) در تحقیقی با عنوان اهداف و انگیزه‌های عضویت کاربران در شبکه‌های مجازی به این نتیجه دست‌یافته است که اکثر افراد برای تسهیل روابط خود، احیای ارتباطات قدیمی و حفظ ارتباطات دوستانه به شبکه‌های اجتماعی روی می‌آورند.

▪ مفاهیم و تعاریف

پدافند مردم محور

پدافند مردم محور به مجموعه اقداماتی گفته می‌شود که اولاً حفظ انسجام و پیوستگی بین مردم و حکومت را تأمین نماید و در ثانی صیانت، دفاع، حفاظت، اداره و تأمین نیازهای ضروری مردم در شرایط خاص و در برابر تهدیدات سخت و نرمی که متوجه ملت است را پوشش دهد. (جلالی، ۱۳۹۵)

شبکه‌های اجتماعی

شبکه اجتماعی، یک ساختار اجتماعی است که از گروه‌هایی (فردی یا سازمانی) تشکیل شده است که توسط یک یا چند نوع خاص از وابستگی به هم متصل‌اند. به بیان دیگر، یک شبکه اجتماعی سایت با مجموعه سایتی است که کاربران علاقه‌مندی‌ها، افکار و فعالیت‌های خودشان را در آنها با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. شبکه‌ها به صورت‌های بسیاری از سیستم‌های پرکاربرد وجود دارند؛ مانند وب جهانی، شبکه‌های کامپیوتری، شبکه‌های بیوشیمیایی، شبکه‌های پخش و شبکه‌های اجتماعی. هر یک از این شبکه‌ها یک ساختار است که شامل مجموعه‌ای از بازیگران هست. به عنوان مثال، افراد در یک شبکه جهانی اینترنت باهم توسط روابط متصل، به نمایندگی از پیوندهای صفحات وب و یا به صورت دوستی بین افراد، ارتباط دارند. (2006, Freeman)

ظهور شبکه‌های اجتماعی مجازی

مفهوم شبکه اجتماعی اولین بار در سال ۱۹۴۰ در حوزه مطالعات انسان‌شناسی توسط رادکلیف براون معرفی شد و سپس در اواسط دهه ۱۹۵۰ این مفهوم توسط بوت و بارنز مورد استفاده قرار گرفت. (استرکی، ۱۳۹۱: ۵۳)

در سال ۱۹۷۹، تام تراسکات^۱ و جیم آلیس^۲ از دانشجویان دانشگاه یورک سیستم یوزنت^۳ را ابداع کردند که سیستمی برای مباحثه جهانی بوده و به کاربران اجازه پست پیام را می‌داد. البته این سامانه تفاوت‌های بنیادینی با درک امروزی ما از مفهوم رسانه اجتماعی و شبکه اجتماعی داشت. نخستین و ابتدایی‌ترین شبکه اجتماعی را می‌توان سایت «خاطرات سرگشاده روزانه»^۴ دانست که توسط بروس و سوزان آبلسن^۵ راه‌اندازی شد که یک سایت اجتماعی برای به اشتراک گذاشتن خاطرات روزانه افراد بود. (Kaplan & Haenlein, 2010,)

(60)

اولین نسخه از پیام‌های فوری با اینترنت رله چت (IRC)^۶ در سال ۱۹۸۸ عرضه شد که مبتنی بر یونیکس بوده و برای به اشتراک گذاشتن لینک و فایل و حفظ تماس و ارتباط کاربران با یکدیگر مورد استفاده قرار گرفت. (Walker, 2011) سایت «Geocities» که در سال ۱۹۹۴ راه‌اندازی شد از جمله نخستین سایت‌های شبکه‌های اجتماعی در اینترنت بود که به کاربران اجازه می‌داد وبسایت شخصی خود را ایجاد کنند و این وبسایت‌ها را بر اساس محتوا تقسیم‌بندی می‌کرد. در سال ۱۹۹۵ سایت «TheGlobe.com» راه‌اندازی شد که امکان و قابلیت تعامل کاربران با افرادی که منافع مشترک داشتند و موضوعات مورد نظرشان را منتشر می‌کردند، را می‌داد. سایت «classmates.com» نیز به کاربران اجازه می‌داد تا کسانی که در یک مدرسه یا دانشگاه درس خوانده‌اند باهم آشنا شوند. البته این سایت اجازه ایجاد پروفایل را

1 - Tom Truscott

2 - Jim Ellis

3 - Usenet

4 - Open Diary

5 - Bruce & Susan Abelson

6 - Internet Relay Chat

به کاربران نمی‌داد. دو سال بعد در سال ۱۹۹۷ سایت‌های «AOL Instant Messenger» و «SixDegrees.com» ایجاد شدند که کاربران خود اجازه ایجاد پروفایل می‌دادند تا آنها بتوانند فهرستی از دوستان خود ایجاد کنند. سایت «SixDegrees.com» به خاطر داشتن توأم این دو ویژگی عنوان اولین شبکه اجتماعی را به خود اختصاص داد. این سایت دامنه فعالیت خود را به تدریج توسعه داد و سعی کرد ابزارهای ارتباطی خود را بهبود ببخشد. در نتیجه این ارتقای فناوریانه، کاربران سایت فوق می‌توانستند به همدیگر پیام ارسال کنند. در حالی که این سایت موفق به جذب میلیون‌ها کاربر شده بود و در حال تبدیل شدن به یک ابزار تجارت بود در سال ۲۰۰۰ مسدود شد. به نظر مؤسس این سایت مهم‌ترین دلیلی که برای مسدود شدن سایت وجود داشت، طلوع آن چند سال زودتر از موعد بود. از آنجاکه این پدیده بسیار زودتر از زمانه خود حرکت می‌کرد، هنوز بعضی از کاربران فرهنگ استفاده از آن را نداشتند و در نتیجه عدم استفاده درست از آن، این سایت در پی چندین شکایت بسته شد. (اکبری، ۱۳۸۹)

در سال ۲۰۰۲ وبسایت‌های اجتماعی جدیدی وارد فضای اینترنت شدند که رشد انفجارگونه‌ای را در این زمینه به وجود آوردند به گونه‌ای که در طول ۱۵ سال گذشته هزاران وبسایت در فضای مجازی ایجاد شده‌اند و در رقابتی نفس‌گیر و سخت، بسیاری از آنها از صحنه خارج شده و جای خود را به رقاباتی داده‌اند که ذائقه و سلیقه‌های بسیار متنوع، متغیر و گسترده مخاطبان را بیشتر تأمین کرده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی شاخص

با توجه به این‌که هر شبکه اجتماعی کار ویژه‌های خاصی را برای خود تعریف نموده و در حوزه‌های مورد نظر به فعالیت می‌پردازد، مقایسه کلی این شبکه‌ها امکان بررسی عملکرد و دامنه نفوذ و تأثیرگذاری آنها را فراهم نخواهد ساخت. از این رو در پژوهش حاضر، به معرفی چند شبکه اجتماعی شاخص در حوزه‌های مختلف که بیشترین کاربر را به خود اختصاص

داده‌اند پرداخته می‌شود:

فیس‌بوک^۱

ایده راه‌اندازی فیس‌بوک به‌عنوان یک شبکه اجتماعی در چهارم فوریه ۲۰۰۴ (۱۵ بهمن ۱۳۸۲) توسط مارک زوکربرگ^۲ و تعدادی از دانشجویان دانشگاه هاروارد اجرایی شد. این سایت به‌سرعت مورد توجه قرار گرفت و در پایان هفته دوم عمر آن، بیش از نیمی از دانشجویان هاروارد در این سایت عضویت یافته و برای ارتباط با یکدیگر از آن استفاده می‌کردند. در مارس همان سال (اسفندماه ۱۳۸۲) دامنه کاربران این شبکه اجتماعی از دانشگاه هاروارد فزاینده و به دانشگاه‌هایی مانند استنفورد و کلمبیا رسید و در دسامبر ۲۰۰۴ (آذرماه ۱۳۸۳) تعداد کاربران فیس‌بوک به یک میلیون نفر رسید و از ۲۶ سپتامبر ۲۰۰۶ برای تمام افراد بالای ۱۳ سال که دارای نشانی ایمیل معتبر بودند در دسترس قرار گرفت. (عاملی، ۱۳۸۹)

اقدام فیس‌بوک در مراحل اولیه تولد در حمایت از دانشگاه‌ها و نیاز به ارائه ایمیل با نشان دانشگاهی سبب می‌شد تا کاربران، این سایت را به‌عنوان یک مجموعه صمیمی و خصوصی بشناسند. (Boyd & Ellison, 2007:7) در حال حاضر فیس‌بوک به ۴۰ زبان قابل دسترس بوده و کاربران می‌توانند دوستان جدیدی را به مجموعه دوستان خود اضافه کنند، گروه تأسیس کرده و یا در گروه‌های دیگر عضو شوند، برای اشخاص، موضوعات، کالاها و ... مورد نظر خویش صفحه جداگانه‌ای را طراحی کنند تا دیگران با حضور و عضویت در این صفحات، پیشنهادها و انتقادهای خود را ارائه دهند.

زوکربرگ در خصوص آینده فیس‌بوک می‌گوید «شناسه فیس‌بوک شما دروازه ورود شما به جهان دیجیتال خواهد بود. ما بر این باوریم که می‌توانیم یک پایگاه جهانی ایجاد کنیم،

1 - facebook

2 - Mark Zuckerberg

سیستمی که در آن تنها با تایپ کردن نام فردی که دنبالش هستید می‌توانید او را پیدا کرده و با او ارتباط برقرار کنید» (لطفی، ۱۳۸۹: ۳۹) امروزه فیس‌بوک ابزار اصلی مردم برای ارتباط به شمار آمده و در بسیاری از جوامع به کانونی برای مهیا ساختن برگزاری جلسات و مهمانی‌ها، ذخیره تصاویر، پیدا کردن شغل، بازی کردن یا دیدن فیلم تبدیل شده است. استفاده گسترده اواما در انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۰۸، اقدام شرکت‌های متعدد در استفاده از فیس‌بوک در استخدام نیروهای جدید، اقتباس سیستم‌عامل جدید مایکروسافت از فیس‌بوک، حضور ۱۶۹ دقیقه‌ای کاربران در این سایت در طول یک ماه و مقایسه این رقم با میانگین حضور ۱۳ دقیقه‌ای کاربران گوگل جهت جستجوی اخبار و حضور ۱۰ دقیقه‌ای خوانندگان نیویورک‌تایمز در وب‌سایت این نشریه در طول یک ماه، ساخته‌شدن فیلم شبکه اجتماعی بر اساس سرگذشت زوکربرگ و کسب جایزه اسکار به دلیل فیلم‌نامه (که در واقع زندگینامه زوکربرگ بود)، حضور بیش از ۹۰۰ میلیون کاربر در این شبکه، کسب جایگاه نخست از لحاظ تعداد بازدید در میان وب‌سایت‌های اجتماعی در ۱۲۶ کشور از ۱۳۷ کشور مورد مطالعه، معرفی زوکربرگ در سال ۲۰۱۰ از سوی نشریه تایم و به‌عنوان شخصیت سال و ... از جمله موضوعاتی هستند که می‌توان به استناد آنها شبکه اجتماعی فیس‌بوک را دارای اهمیت و توان تأثیرگذاری بالایی بر مسائل مختلف جوامع بشری دانست.

گوگل پلاس^۱

پس از موفقیت شگفت‌انگیز فیس‌بوک در ایجاد شبکه اجتماعی با گستره جهانی، سایت گوگل درصدد برآمد تا با ایجاد شبکه اجتماعی مشابهی به رقابت با فیس‌بوک برخیزد. شبکه گوگل پلاس در ۲۸ ژوئن ۲۰۱۱ راه‌اندازی گردید و تعداد کاربران آن در پایان سال میلادی ۲۰۱۱ به ۹۰ میلیون نفر و در شهریورماه همان سال به ۴۰۰ میلیون نفر رسیده است.

پشتیبانی موتور جستجوی گوگل از شبکه اجتماعی فوق و امکان انتشار مطالب به طور هم‌زمان در دو شبکه گوگل پلاس و اورکات، ارائه امکانات و خدمات مختلف از مزیت‌های گوگل پلاس در رقابت با فیس‌بوک به شمار می‌آیند. ویک گاندورتا^۱ از مدیران ارشد گوگل که در شبکه‌های اجتماعی و وب^۲ تخصص دارد، معتقد است «اشتراک‌گذاری آنلاین نیاز جدی به بازبینی و خلق شیوه‌های تازه دارد. زمان تغییر شیوه‌های فعلی به اشتراک‌گذاری که چندان کارآمد نیست فرارسیده و گوگل پلاس اولین گام عملی جدی ما برای اعمال این تغییرات است.» (Galperin and York, 2011)

از امکانات گوگل پلاس می‌توان به دایره‌ها^۲ برای سازمان‌دهی گروه‌های مختلف دوستان، جرقه‌ها^۳ برای جستجوی تخصصی، پاتوق‌ها^۴ برای چت تصویری و تماشای ویدیویی، اجتماع^۵ برای ایجاد حالت تله‌کنفرانس، موبایل^۶ برای استفاده از قابلیت‌های موبایل‌ها نظیر ارسال پیامک، به اشتراک گذاشتن آنلاین دوربین و ... اشاره نمود.

تویتر^۷

توییت به معنی جیک‌جیک کردن است و برای همین نماد پرنده آبی‌رنگ در حال پرواز برای این شبکه اجتماعی انتخاب شده است. کاربران این شبکه اجتماعی تا چندی پیش می‌توانستند تنها از ۱۴۰ کاراکتر برای به اشتراک‌گذاری نظراتشان استفاده کنند. بعد از چندین

1 -Vic Gundotra

2 -Circles

3 -Sparks

4 -Hangouts

5 -Huddle

6 -Mobile

7 -twitter

سال این تعداد کاراکتر به عدد ۲۸۰ رسیده است. توییت‌ر یک سرویس ارائه‌دهنده میکرو بلاگینگ است که در مارس سال ۲۰۰۶ توسط جک دورسی^۱، اسحاق استون^۲ و اون ویلیامز^۳ و با شعار «چه کار می‌کنید؟»^۴ شروع به فعالیت نمود که این شعار در نوامبر سال ۲۰۰۹ میلادی به «چه اتفاقی در حال رخ دادن است؟»^۵ تغییر یافت. این شبکه ابتدا به صورت داخلی بین اعضای شرکت «Obvious» که ابداع‌کنندگان توییت‌ر کارمندان آن بودند، مورد استفاده قرار می‌گرفت اما از اکتبر ۲۰۰۶ دسترس عموم به آن مقدور گردید.

این سرویس با سه هدف اصلی شروع به کارکرد: ایجاد روش ارزان و آسان برای فرستادن پیامک به تعداد زیادی از افراد به منظور استفاده در تبلیغات، ارتباطات اجتماعی و تشویق به استفاده بیشتر از سرویس پیامک. شبکه توییت‌ر دارای بیش از ۵۰۰ میلیون کاربر در سطح جهان بوده و امکان ارسال پیام به ۱۶ زبان، از جمله فارسی در آن مقدور هست.

گسترده‌گی دامنه تأثیرگذاری توییت‌ر به اندازه‌ای است که بسیاری از سیاستمداران، هنرمندان، ورزشکاران و سایر چهره‌های شاخص اقدام به عضویت در این سایت و به راه انداختن صفحه توئیت خود نموده‌اند. باراک اوباما به عنوان نخستین سیاستمدار مشهور در سال ۲۰۰۷ به عضویت توییت‌ر درآمد و از قابلیت‌های این شبکه اجتماعی برای گفت‌وگو با مخاطبین خود استفاده کرد. اوباما تاکنون بیش از شش هزار بار متن را در صفحه خود توئیت کرده و تعداد افرادی که نوشته‌های اوباما را پیگیری کرده‌اند نزدیک به ۲۰ میلیون نفر بوده‌اند. تعداد پیگیری‌کنندگان صفحه توئیت هوگو چاوز، رئیس‌جمهور ونزوئلا بیش از ۳ میلیون نفر، عبدالله

1 - Jack Dorsey

2 - Isaac Stone

3 - Evan Williams

4 - What are you doing?

5 - What's happening?

گل، رئیس‌جمهور ترکیه، بیش از ۲ میلیون نفر، دیوید کامرون، نخست‌وزیر بریتانیا بیش از ۲ میلیون نفر و دیمیتری مدودف، نخست‌وزیر روسیه بیش از ۱.۳ میلیون نفر بوده‌اند.

لینکدین^۱

لینکدین یک شبکه اجتماعی است که وجه تمایز آن از شبکه‌هایی مانند فیس‌بوک ارائه خدمات تجاری است. شبکه‌هایی مانند فیس‌بوک از طریق افزایش کاربران خود و جذب تبلیغات، کسب درآمد می‌کنند اما هدف از طراحی و راه‌اندازی سایت لینکدین کسب درآمد و توسعه فعالیت‌های تجاری است.

این شبکه اجتماعی که در سال ۲۰۰۳ توسط یک آمریکایی به نام «رید هافمن»^۲ راه‌اندازی شد، بزرگ‌ترین شبکه اجتماعی کاربران متخصص در سراسر جهان محسوب شده و حدود ۱۶۰ میلیون کاربر دارد.

شبکه اجتماعی لینکدین بیشتر برای آگاهی در خصوص صنعت کسب‌وکار و یا ارتباط با متخصصین استفاده شده و مقالات و مطالب با اعضای گروه به اشتراک گذاشته می‌شوند. حضور در شبکه لینکدین همانند حضور در نمایشگاه تخصصی بوده و نحوه برخورد با مخاطبان حالت رسمی دارد.

در حال حاضر بیش از ۲ میلیون کمپانی در سایت لینکدین دارای عضویت بوده و ۶۴٪ کاربران هدف اصلی خویش از عضویت در این سایت را توسعه و رشد تجارت خود عنوان نموده‌اند. ۴۴٪ از کاربران لینکدین کارمندان شرکت‌هایی هستند که دارای بیش از ده هزار کارمند می‌باشند و مدیران، روسا، مالکین، مسئولین و سرپرستان شرکت‌ها ۳۹٪ از کاربران

1 -LinkedIn

2 -Reid Garrett Hoffman

لینکدین را تشکیل می‌دهند. (Sundberg, 2012) لینکدین بیش از ۱۵۰ حرفه و صنعت را تحت پوشش قرار داده و امکان تماس‌های تجاری، جست‌وجوی مشاغل و یافتن مشتریان بالقوه را به کاربران خود می‌دهد. در این شبکه «اشخاص می‌توانند پروفایل حرفه‌ای خودشان را که می‌تواند به‌وسیله دیگران در شبکه‌شان مرور شود، داشته باشند. همچنین پروفایل افراد مورد تماس با خودشان را مرور کنند. نحوه مشاهده پروفایل کاربران در لینکدین توسط یک مرورگر، بستگی به میزان پرداخت او برای یک اکانت (حساب کاربری) دارد. (Boyd & Ellison, 2007: 2

یوتیوب^۱

یوتیوب در ۱۴ فوریه ۲۰۰۵ (۲۶ بهمن ۱۳۸۳) توسط سه تن از کارکنان سابق شرکت «PayPal» راه‌اندازی شد. هدف اصلی این وب، به اشتراک گذاشتن انواع ویدئوها مانند کلیپ‌های فیلم، کلیپ‌های تلویزیون، کلیپ‌های موسیقی و ... بوده و به کاربران خود این امکان را می‌دهد که ویدئوهای یوتیوب را بر روی صفحات وب، وبلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی منتشر کنند. گوگل در اواخر سال ۲۰۰۶ امتیاز سایت یوتیوب را به قیمت ۱.۶۵ میلیارد دلار آمریکا خریداری نمود. نگاهی به آمار عملکرد سایت یوتیوب می‌تواند دامنه تأثیرگذاری این سایت را بیشتر نشان دهد: هرماه بیش از ۸۰۰ میلیون کاربر غیرتکراری از یوتیوب بازدید می‌کنند. میزان فیلم‌های آپلود شده در سایت یوتیوب در هر ثانیه به ۶۰ دقیقه می‌رسد (در هر ساعت به‌اندازه ۳۶۰۰ ساعت فیلم در این سایت آپلود می‌شود). از نظر آمار هرروز تعدادی بیش از ۴ میلیارد ویدئو مشاهده می‌شود. از نظر حجم فیلم‌های مشاهده‌شده، هرماه بیش از ۳ میلیارد ساعت ویدئو توسط کاربران مشاهده می‌شود. در سال ۲۰۱۱ بیش از ۱ تریلیون (هزار میلیارد) بازدید از یوتیوب انجام گرفته است. یوتیوب روی تلفن همراه هرروز بیش از ۶۰۰

میلیون بازدید دارد. (Couts, 2012)

واتساپ^۱

هم‌زمان با انتهای دوران وایبر و پس‌از آن، پیام‌رسان واتساپ به‌شدت میان ایرانیان محبوب شد. نرم‌افزاری که سرعت بیشتر و ظاهر کاربری بهتری نسبت به همتای ضعیف شده خود داشت. واتساپ یک پیام‌رسان اینترنتی است که قابلیت ارسال پیام کوتاه با سرعت بالا و هزینه کم را برای کاربران خود فراهم می‌کند. این نرم‌افزار در سال ۲۰۰۹ منتشر شد و در سال ۲۰۱۴ در همه جای جهان فراگیر شد فقط در سال اول رایگان بود و در سال‌های بعد از کاربران خود مبلغی را طلب می‌کرد. اما درنهایت دوباره رایگان شد. واتساپ میان مردم جهان به‌خصوص اعراب بسیار محبوب شد و مدتی هم میان ایرانیان رواج پیدا کرد. اما درنهایت ایرانیان ترجیح دادند از واتساپ هم کوچ کنند و پیام‌رسان جدیدتری برای گفتگوهایشان پیدا کنند و به نرم‌افزار دیگری به نام تلگرام روی‌آورند. طبق آخرین آمارها کاربران این شبکه به بیش از ۲ میلیارد رسیده است. مرکز آمار ایران اعلام کرده ۸۸.۵ درصد کاربران ایرانی در واتساپ عضویت دارند و میزان عضویت کاربران ایرانی در واتساپ بیشتر از سایر شبکه‌های اجتماعی است.

^۱ WhatsApp

تلگرام^۱

اواخر سال ۹۳ پیام‌رسانی وارد عرصه پیام‌رسان‌های همراه شد که دنیای ارتباطات را برای کاربران ایرانی دچار تغییر جدی نمود. نرم‌افزاری که حتی دنیای خبر و رسانه را نیز تحت تأثیر خود قرارداد و کانال‌های خبری مستقلی را به وجود آورد. ابتدا دنیای تلگرام محدود به پیام‌رسانی و ایجاد گروه‌های دوستی بود. اما مزیتی که این شبکه را از نمونه‌های مشابه متمایز می‌کرد سرعت و توان ارسال کانال‌های پرحجم بود. پس‌از آن، تلگرام در به‌روزرسانی‌های بعدی خود امکان ایجاد کانال را ایجاد کرد که به‌سان انقلابی بزرگ در پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی همراه بود. تقریباً تمامی مطبوعات با ایجاد کانال خبری خود در تلگرام فعال شدند و مخاطبان نیز ترجیح دادند اخبار را از طریق همین کانال‌ها دنبال کنند چون تلگرام توانسته بود دسترسی را بسیار راحت‌تر کند.

تلگرام با نسخه تحت وب و تحت ویندوز خود ایمیل‌ها را نیز تحت تأثیر قرارداد و حتی از محبوبیت و میزان استفاده آنها کاست. تا کاربران ترجیح دهند فایل‌های کاری خود را به‌جای ایمیل کردن به فرد موردنظر خیلی سریع و آسان از طریق تلگرام ارسال کنند. شرکت تلگرام بارها درباره امنیت خود به مخاطبان اطمینان داده و حتی یک جایزه سیصد هزار دلاری هم برای پیدا کردن یک باگ در آن گذاشت (The Telegram Team, ۲۰۱۴) که در نهایت هیچ برنده‌ای نداشته است. همین امر سبب افزایش اطمینان خاطر مخاطبان این شبکه شد. فیلتر شدن این شبکه اجتماعی مهم بارها در جلسات مسئولان کشور مطرح شد و هر بار تلگرام

^۱ Telegram

توانست از زیر تیغ تیز فیلترینگ جان سالم به دربرد طوری که چندین بار مسئولان مربوطه اطمینان دادند که به این شبکه اجتماعی محبوب کاری نخواهند داشت اما در ۱۰ دی‌ماه ۹۶ با وجود آمدن آشوب‌های خیابانی و تحریک مردم از طریق کانال‌های معاند و ضدانقلاب موجود در این پیام‌رسان، مسئولان ترجیح دادند این شبکه اجتماعی را تحویل فیلترینگ بدهند.

اینستاگرام^۱

اینستاگرام در شبکه اجتماعی دارای قابلیت اشتراک‌گذاری محتوای رسانه‌ای بصری یعنی عکس و ویدئو و در کنار آن محتوای متنی است که این امکان را به کاربران خود می‌دهد که عکس‌ها و ویدئوهای خود را در دیگر شبکه‌های اجتماعی نظیر فیس‌بوک و توییتر نیز به اشتراک بگذارند. اینستاگرام توسط کوین سیسترو و مایک کریگر در سال ۲۰۱۰ برای سیستم عامل iOS ساخته شد. و سپس نسخه اندرویدی آن دو سال بعد در آوریل ۲۰۱۲ عرضه شد.

اینستاگرام رفته‌رفته با استقبال گرم کاربران مواجه شد اما پای آن هنوز به سیستم عامل اندروید باز نشده بود و سیستم عامل اندروید هم سهم فراوانی از بازار تلفن همراه را به خود اختصاص داده بود، در نتیجه این برنامه کاربردی را برای سیستم عامل اندروید منتشر کردند. به محض قرار گرفتن آن در فروشگاه اندروید، در طی هفت روز این برنامه ۱۰ میلیون بار دانلود شد. این روند رو به رشد تا امروز ادامه داشته و در حال حاضر تا آوریل ۲۰۱۸ بیش از ۸۰۰ میلیون نفر در این شبکه اجتماعی فعالیت دارند. (گلستانی، ۱۳۹۸) بین سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰، تعداد بزرگ‌سالانی که از این پلتفرم استفاده می‌کنند تنها دو درصد رشد کرده است. در

^۱ Instagram

حال حاضر تعداد کاربران اینستاگرام ۲ میلیون نفر است. در آمارهای رسمی نامی از ایران دیده نمی‌شود اما طبق آمارهای داخلی و برخی منابع خارجی، حداقل نیمی از ایرانی‌ها در اینستاگرام فعال هستند، به این ترتیب تعداد کاربران ایرانی اینستاگرام بیش از ۴۰ میلیون نفر برآورد می‌شود، بر این اساس، ایران به عنوان هشتمین کشور بایشتترین کاربر در اینستاگرام معرفی خواهد شد.

تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی

اهم تأثیرات مخرب فضای مجازی بر جامعه ایرانی

(۱) فروریختن عرق ملی و اسلامی و وابستگی به فرهنگ بیگانه که مهم‌ترین علت بروز آن نیز در کم‌کاری ما در جهان مجازی قابل رصد کردن است.

(۲) تغییر مخرب در روابط و تعامل درون خانواده‌ها شامل فردگرایی به جای جمع‌گرایی، به گونه‌ای که اعضای خانواده در کنار هم هستند، اما باهم نیستند که این عیبی بزرگ در جامعه ایرانی اسلامی به شمار می‌آید و هم با فرهنگ اسلامی ما سازگار نیست و هم با فرهنگ ملی ما بیگانه است.

(۳) احساس بی‌هویتی اعضای خانواده در درون خانواده؛ چراکه اعضای خانواده عمدتاً هویت خود را در گروه‌های مجازی که عضو آنها هستند جست‌وجو می‌کنند و هویت اعضای گروه بر هر فرد دیگری برایشان مقدم تراست؛ چراکه از قرابت بیشتری به آنها نسبت به اعضای خانواده برخوردارند و بالطبع در درون خانواده، هم خود احساس بی‌هویتی می‌کنند و هم برای دیگر اعضا هویتی متناسب با شأن و منزلت آنها قائل نیستند که نتیجه بدیهی آن حرمت‌شکنی‌ها و ندیدن و فراموش کردن جایگاه اعضای خانواده از جمله پدر و مادر است که در فرهنگ اسلامی و ملی ما بسیار زشت و ناپسند شمرده می‌شود و در عین حال آثار مخربی بر زندگی فرد به دنبال دارد.

۴) کاهش شدید نقش‌پذیری تربیتی اعضای خانواده از یکدیگر و به موازات آن افزایش نقش تربیتی کسانی از گروه‌هایی که عمدتاً از ویژگی‌های شخصیتی لازم برای الگو شدن در تربیت برخوردار نیستند.

۵) تغییر در ذائقه جنسی شامل: تنوع‌طلبی - حریم‌شکنی - بی‌هویتی مفهوم عشق و زوال عشق حقیقی - بی‌قیدی‌های بسیار مخرب - ظهور ارتباطات جنسی گروهی - افزایش بیماری‌های جنسی و مراقبتی - افزایش خود ارضایی‌های ویرانگر بین نوجوانان و جوانان - کاهش هولناک مطلوبیت ازدواج در بین جوانان - افزایش تعداد ازدواج‌های سفید (زندگی‌های مشترک غیررسمی بدون هرگونه قید و یا تعهد). بدیهی است که از جمله مهم‌ترین اثرات نامطلوب تغییر مخرب ذائقه جنسی، تولد نسلی بیمار و ناقص‌الخلقه خواهد بود که اغلب از هویت مشخصی نیز برخوردار نیست.

۶) اتلاف بیش‌ازحد وقت در فضای مجازی و از بین رفتن فرصت‌ها

۷) با توجه به گرایش‌های منفی‌گزینی که در بین ایرانیان نیز به طرز چشمگیری می‌توان نظاره‌گر آن بود، متأسفانه باورپذیری جمعی در مورد موضوعی که از اساس کذب است نیز بسیار آسان‌تر از گذشته از طریق شبکه‌های مجازی در حال وقوع است.

۸) حریم خصوصی انسان‌ها در ایران مانند بسیاری از کشورهای دیگر به طرز وحشتناکی از طریق شبکه‌های مجازی در حال شکستن است و حداقل این حریم‌شکنی را می‌توان در پخش و در اختیار همگان قرار دادن اطلاعات محرمانه و شخصی افراد از طریق شبکه‌های مجازی جست‌وجو نمود. امری که حتی در مبارزات سیاسی گروه‌ها، چه در ایران و چه در دیگر کشورها به‌وضوح شاهد آن هستیم. عدم وجود هرگونه چهارچوب و ضابطه‌ای در جهان مجازی که در ایران اقشار مختلف ملتی عضو آن هستند که شریعت و برخورداری از چهارچوب در همه ابعاد زندگی فردی و اجتماعی از مهم‌ترین شاخصه‌های فرهنگ حاکم بر

این سرزمین به شمار می‌آید، می‌تواند آثار بسیار مخربی را برای حال و آیندهٔ ایران اسلامی به همراه داشته باشد

تهدیدات نوین فرهنگی

تهدیدهای فرهنگی وسیع‌ترین، مؤثرترین، پیچیده‌ترین و شاید بتوان گفت خطرناک‌ترین نوع تهدید محسوب می‌شوند. در این تهدید ذهن مخاطبین مورد هجوم و توجه سیاست‌گذاران در ارکان نظام سلطه بوده و برای تسخیر اذهان و قلوب انسان‌ها در راستای منافع خود اقدامات گسترده و مختلفی را به مرحله اجرا گذاشته و خواهند گذاشت. تلاش نظام سلطه برای تأثیرگذاری بر افکار، ایمان، اندیشه و اعتقادات مخاطبین است. تهدیدات فرهنگی که از آن به تهاجم فرهنگی و یا تهدید نرم یا جنگ نرم نیز یاد می‌شود، به دنبال ایجاد انواع بحران‌های فرهنگی - سیاسی در جامعه برای دستیابی به اهداف و اغراض سیاسی است. هدف اصلی از این نوع تهدید، حذف باورمندی جامعه و بحران هویت، سلب اراده و روحیه مقاومت و در مجموع استحاله فرهنگی - سیاسی است. در این نوع تهدید تلاش می‌شود ملت دارای آرمان به ملت بی آرمان تبدیل شده و به دست خود، الگوهای رفتاری اصیل ملی و دینی را در حوزه‌های اقتصادی، سیاسی و فرهنگی به چالش اندازد. (نادری، ۱۳۹۴: ۳۰).

اینترنت و ابزارهای نوینی چون شبکه‌های اجتماعی مجازی این قابلیت را دارا هستند تا ساختار زندگی اجتماعی را تحت تأثیر قرار دهند و الگوهای جدیدی از قدرت و مشروعیت استفاده از آن را فراهم آورند. اینترنت به پیدایش جوامع مجازی کمک کرده و عرصه‌های متنوعی از ارتباط و تعامل از قبیل گپ، گروه‌های خبری، پست الکترونیکی و شبکه جهانی وب که از پیامدهای اینترنت هستند، را فراهم نموده است. مباحث فوق درباره رسانه‌های اجتماعی مبین این نکته است که اینترنت با ارائه یک زندگی نوین و انتقال الگوهای جدید

فرهنگی، تأثیرگذار خواهد بود. در بحث انتقال فرهنگی، ارتباط آن با امنیت فرهنگی، اقتدار فرهنگی و جهانی شدن موضوع تهدیدات فرهنگی نیز مطرح است. با تلقی فرهنگ به‌عنوان مبنا و زیربنای امنیت، حال این موضوع مطرح می‌شود در جامعه انسانی به‌عنوان جامعه جهانی، ویژگی‌های طبیعی فناوری‌های نوین از جمله سرعت در تبادل، گوناگونی در منابع و تنوع در چگونگی روابط کمی و کیفی جوامع انسانی در ارتباط میان فرهنگ‌ها، زمینه گسترده‌ای را ایجاد می‌کند. این مهم علاوه بر ویژگی جهانی کردن جامعه انسانی، منجر به حضور خواسته یا ناخواسته فرهنگ‌ها و تمدن‌ها در عرصه ارتباطات بین‌المللی شده است. اگر یک وجه تبادل فرهنگی میان جوامع را به‌عنوان عامل جلوبرنده و اجتناب‌ناپذیر بپذیریم، تهاجم فرهنگی خود را به‌مثابه یک تهدید امنیتی جلوه‌گر می‌سازد که دارای سه شکل اصلی است: تحمیل فرهنگی، تخریب فرهنگی و تهدید فرهنگی. (افتخاری، ۱۳۷۱: ۱۹).

تضعیف باورها و اعتقادات مردم

یکی دیگر از مهم‌ترین اقدامات دشمنان ج.ا.ایران که می‌توان آن را از اساسی‌ترین تهدیدات علیه فرهنگ اسلامی و استحالهٔ آن به‌شمار آورد، تهاجم علیه ارزش‌های موردقبول جامعه است. آن‌ها تمام تلاش خود را به کار می‌بندند تا به هر صورت ممکن، ارزش‌های امت اسلامی را به انزوا بکشانند، خصوصاً آن دسته از ارزش‌هایی که در دفاع و حراست از اسلام نقش کلیدی و بارزی را ایفا می‌کنند. ارزش‌هایی از قبیل: جهاد، شهادت، ایثار، فداکاری، شجاعت، غیرت، علاقه به دین و... که از بزرگ‌ترین ارزش‌های اسلامی هستند و موجب حفظ هویت دینی، حیات، استقلال و آزادی ملت‌های مسلمان می‌گردند. فرهنگ استکباری غرب درصدد است که باعرضه یک سلسله ارزش‌های واهی خودخواسته و خودساخته، غیرت و تعصب دینی را از مردم مسلمان گرفته تا در موقع لازم نتوانند از فرهنگ، دین، عقاید، باورها و انقلاب خود دفاع نمایند. (به نقل از اندیشه‌های راهبردی، دبیرخانه شورای عالی انقلاب

فرهنگی)

هویت زدایی

به نظر می‌رسد فرایند جهانی‌شدن چالش‌هایی جدی فراروی هویت پدید آورده است. از مهم‌ترین عوامل بروز بحران هویت در جوامع فعلی، گسترش صنعت ارتباطات به‌ویژه در فضای مجازی اینترنت و شبکه‌های اجتماعی سایبری، به‌عنوان یکی از ابزارهای مهم جهانی‌شدن، است. واقعیت و وجود مادی، کاملاً در متنی از تصاویر مجازی و در جهانی واقع‌نما غرق‌شده است که در آن چیزهایی که بر روی صفحه تجربه است، عبارت از کنش کنشگران انسانی بر روی یکدیگر که به‌واسطه تعامل میان هویت‌های زیستی و فرهنگی از خلال ارتباط با محیط طبیعی و اجتماعی تعیین می‌شود. (رهبر قاضی، ۱۳۹۶)

دشمنان درصدد هستند تا هویت اسلامی و ایرانی جامعه را تضعیف نمایند. فرهنگ و هویت فرهنگی عامل شکل‌دهنده و قوام‌بخش به رفتار فردی و اجتماعی است و چنانچه این رفتارها مبتنی بر ارزش‌های اصیل فرهنگی باشد، موجب تقویت و شفافیت هویت فرهنگی و نهادینه شدن آن در رفتار مردم و پایداری عناصر فرهنگی در تعاملات و مناسبات اجتماعی می‌گردد. هر ملت و جامعه‌ای بر اساس هویت و ساختار فرهنگی‌اش معرفی و شناخته می‌شود و سایر شئون، روابط و فرآیندها در سایر حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و حتی نظامی، بر اساس مؤلفه‌های فرهنگی شکل‌گرفته و نظام پیدا می‌کنند. هر چه این مناسبات و فرآیندها، نفوذ و عمق بیشتری در فرهنگ و الگوی فرهنگی داشته باشند، امکان انسجام در روابط بین بخشی در حوزه‌های مختلف تقویت‌شده و در نتیجه کارکرد فرهنگی، الگوی رفتارهای اجتماعی را به‌صورت منسجم و برخوردار از یکپارچگی اجتماعی و سیاسی به جامعه معرفی خواهد کرد. ملت ایران به لحاظ سابقه تمدنی و قدمت فرهنگی از اصالت و هویت فرهنگی منسجم و یکپارچه‌ای برخوردار است و امتزاج فرهنگ با دین به پایداری و

استحکام عناصر فرهنگی افزوده و کار آیی فرهنگ دینی را در شئون مختلف زندگی ارتقا می‌بخشد. بر همین اساس یکی از محورهای اساسی تهدیدات دشمن هدف قرار دادن هویت فرهنگی کشور در حوزه‌های دینی و ملی است. (اندیشه‌های راهبردی؛ دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی)

نفوذ شبکه‌های مجازی در خانواده‌ها

برخی کارشناسان کاهش ضریب نفوذ و تأثیر صداوسیما را به تعبیر به تغییر آرایش رسانه‌ها و توسعه فضای مجازی نسبت می‌دهند و معتقدند که فضای مجازی موجب تغییر الگوی مصرف رسانه‌ای نسل نو شده است و اکنون رسانه‌هایی مانند رادیو و تلویزیون استفاده کمتری دارند. آینده‌پژوهان در مواجهه با رسانه‌های سنتی مانند صداوسیما پیامدهایی مانند حذف، تعویض یا جایگزینی را پیش‌بینی کردند. به نظر می‌رسد حذف و جایگزینی صداوسیما تا حدود بسیار زیادی رخ داده است و بسیاری از شهروندان که به صداوسیما بی‌اعتماد شده‌اند رسانه‌های دیگری را جایگزین آن کرده‌اند. (حیدری، ۱۳۹۵) ضریب استفاده از ماهواره را در تهران ۷۱ درصد و در کل کشور بیش از ۵۰ درصد ذکر کرده‌اند. به لحاظ فنی در ۱۵۹ مدار تلویزیونی در کل جهان بیش از ۲۰۰ ماهواره تلویزیونی فعال است که از این تعداد در ۸۰ مدار قابل دریافت در ایران، یک‌صد ماهواره تلویزیونی یعنی نیمی از ماهواره‌های جهان قرار دارد. تعداد ماهواره‌ها امکان تماشای حدود ۱۸۰۰۰ شبکه تلویزیونی را در ایران فراهم می‌آورد. با رسیورها و دیش‌های معمولی می‌توان تا نزدیک ۲۰۰۰ کانال ماهواره‌ای را در ایران با کیفیت بالا دریافت کرد. شبکه‌هایی که اکثر قریب به اتفاق برنامه‌های آنها باسنت و فرهنگ ایرانی و اسلامی در تضادند و اثرات مخرب روحی و روانی بر مخاطبین ایرانی می‌گذارند و یکی از مهم‌ترین تاکتیک‌های غرب در جنگ نرم علیه ارزش‌های اسلامی و ایرانی است. در بین شبکه‌های ماهواره‌ای که به سهولت در ایران قابل دریافت است، بیش از ۳۰۸ کانال خاص

موسیقی وجود دارد که شبانه‌روز در حال پخش موسیقی، کلیپ، رقص، آهنگ‌های درخواستی و کنسرت هستند. عموم این برنامه‌ها آکنده از حرکات ضد اخلاقی است. درحالی‌که علاوه بر این شبکه‌های اختصاصی موزیکال، حدود ۱۲۰۰ شبکه هم در خلال برنامه‌های خود کلیپ‌ها و سوهای موزیکال پخش می‌کنند. در حوزه کودک و نوجوان بیش از ۲۵۰ کانال ماهواره‌ای قابل دریافت در ایران است. ضمن آنکه بخش مهمی از برنامه‌های کانال‌های عمومی نیز به پخش برنامه‌های کودک و نوجوان اختصاص دارد. این شبکه‌ها علاوه بر پخش کارتون‌هایی که عموماً در تضاد با مبانی اخلاقی ماست. اقدام به فرهنگ‌سازی ارزش‌های لیبرالی و اومانستی غرب در ذهنیت اطفال ایرانی می‌کند و آنان را شیفته زندگی آمریکایی و غربی می‌نماید. در حوزه مصرف‌زدگی و فرهنگ‌سازی پوشش و مد حدود ۸۰ شبکه وجود دارد که اختصاص به نمایش مد و لباس دارد، لباس‌هایی که تبلیغ فرهنگ عریانی است. در آینده نزدیک ۲ هزار شبکه ماهواره‌ای روی تلفن‌های همراه به‌آسانی توسط فرد قابل دریافت خواهد بود. اما شبکه‌های ماهواره‌ای تنها یکی از رقبای صداوسیما هستند با سر برآوردن و توسعه اینترنت و شبکه‌های اجتماعی صداوسیما با رقیبان به‌مراتب قوی‌تری روبرو شده است و به‌طورکلی قافیه را در میدان رسانه‌ای بافته است. بنا بر آمارهایی که در بین دسامبر ۲۰۱۷ تا دسامبر ۲۰۱۸ از ایران به‌دست آمده تقریباً نیمی از ایرانیان به اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دسترسی دارند و به‌طورکلی حدود ۴۷ میلیون کاربر شبکه‌های اجتماعی در ایران فعال هستند که در این میان شمار کاربران نرم‌افزارهای ایرانی تنها به ۵ میلیون کاربر می‌رسد. این در حالی است که طی این سال‌ها بسیاری از شبکه‌های اجتماعی از قبیل فیس‌بوک، توئیتر، یوتیوب و تلگرام دستخوش فیلتر شدند و طبق خبرهای اخیر ممکن است اینستاگرام هم به این گروه بپیوندد. اما آمارها حکایت از آن دارد که سیستم فیلترینگ توفیقی در کاهش شمار کاربران شبکه‌های اجتماعی در ایران نداشته است. اینترنت و زیرساخت‌های موبایل در ایران از سال ۲۰۱۳ پیشرفت‌های چشمگیری داشته و همین امر دلیل گسترش هرچه بیشتر استفاده شدن از

شبکه‌های اجتماعی در داخل کشور بوده است. (دهقانی فیروزآبادی، سید جلالی، ۱۳۹۵)

شناسایی نخبگان و متخصصین جامعه

شبکه‌های اجتماعی مجازی که دارای حوزه‌های فعالیت تخصصی می‌باشند، صحنه‌های مناسبی برای شناسایی و اقدام بر روی نخبگان و متخصصینی که مورد توجه هستند، به شمار می‌آیند. جذابیت حضور در جمع متخصصین و نخبگان فعال در حوزه‌های علمی مورد علاقه و بحث و گفتگو در مورد مباحث تخصصی از جمله مؤلفه‌هایی به شمار می‌آیند که زمینه‌ساز حضور افراد خاص در شبکه‌های اجتماعی مجازی بوده و حضور فعال در این شبکه‌ها به معنای ایجاد امکان دسترسی به این‌گونه افراد هست. طرح مباحث فنی و تخصصی به صورت هدفمند و در قالب پوشش مناسب می‌تواند در شناخت نقاط ضعف و قوت سازمان‌ها و نهادهایی که متخصصین و نخبگان مورد نظر در آنها فعالیت می‌نمایند و همچنین شناخت نقاط ضعف و قوت خود این افراد (اعم از مسائل شخصیتی، مهارت‌های فنی و تخصصی، علائق و دل‌مشغولی‌ها و) مؤثر بوده و در اقدامات اطلاعاتی مورد استفاده قرار گیرند.

انجام عملیات روانی بر روی مردم

مهم‌ترین ویژگی عملیات روانی، مورد هدف قرارداد روح و خرد جامعه مورد نظر است نه جسم آنها. «ممکن است وسایل سنتی جنگ، جای خود را به جنگ روانی ناب بدهد که در آن از سلاح استفاده نمی‌شود و به جای آن، زایل کردن خرد انسانی، مغشوش کردن هوش انسانی و مضمحل کردن حیات معنوی و اخلاقی یک ملت به وسیله نفوذ در اراده آنها انجام می‌شود». (داق‌رتی ۱، ۳: ۱۳۸۷)

در جهان امروز، شبکه‌های اجتماعی مجازی از موضوعاتی به شمار می‌روند که بخش

قابل ملاحظه‌ای از حیات جوامع بشری تحت تأثیر آنها قرار دارد. وجود نزدیک به ۲.۵ میلیارد کاربر اینترنت، بیش از ۱۵۶ میلیون وبلاگ فعال، تبادل و نقل و انتقال ۸.۸ ترابایت اطلاعات در هر ثانیه، تبادل بیش از ۳۰۰ میلیارد ایمیل در هر روز، فعالیت ده‌ها شبکه اجتماعی و حضور صدها میلیون‌ها کاربر در آنها و ... بستری را فراهم ساخته‌اند که هر روز بر دامنه تأثیرگذاری آن بر افکار و اندیشه‌ها انسان‌ها افزوده می‌شود. با توجه به این‌که مسئولین هر شبکه اجتماعی مجازی به کمک ابزارهای مدیریت شبکه‌های رایانه‌ای، این توانایی را دارند که تعداد افراد مراجعه‌کننده به پایگاه خود را در طول شبانه‌روز مشخص کرده و با بررسی ویژگی‌های رفتاری مخاطبین، مانند شناسایی صفحات و بخش‌های مورد مراجعه و مورد علاقه آنها، برای جذب مخاطب بیشتر و افزایش دامنه تأثیرگذاری خود، برنامه‌ریزی‌های کارآمدتری را انجام دهند و حتی می‌توان این فرض را داشت که برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی باهدف القاء اخبار و اطلاعات موردنظر به مخاطبین طراحی شده باشند. هرچند معانی جنگ روانی، وسیع و متعدد بوده و تعیین حدود مرز مصادیق آن ممکن نیست، اما می‌توان عملیات روانی را شامل کلیه اقدامات و فعالیت‌های هدفمندی دانست که «که به‌منظور تأثیرگذاری بر عقاید، عواطف و احساسات، رفتار و گفتار جامعه و مخاطبان موردنظر در هر سطح و گروه (اعم از جوامع بزرگ یا گروه‌های محدود، نظامیان یا غیرنظامیان و ...)، در جبهه‌های خودی، دشمن و یا بی‌طرف و در نهایت دستیابی به اهداف و مقاصد موردنظر صورت می‌گیرند» (حسن‌پور، ۱۳۸۸: ۴۲)

ضرورت توجه به اقدامات پدافند غیرعامل در شبکه‌های اجتماعی مجازی

اگر هدف دشمن را تلاش برای رسیدن به اهداف موردنظر خود از طریق وادار نمودن طرف مقابل به تغییر رفتار و اقدام بر اساس الگوریتم‌های موردنظر خود تعریف نماییم، در دنیای امروز تمام مؤلفه‌هایی که به‌نوعی بر کل یا بخشی از توان و قدرت ملی کشورها، نهادها،

گروه‌ها و ... تأثیرگذار هستند، در فضای مجازی دارای قابلیت تحقق می‌باشند و این امر بدان معنا است که نبرد در فضای مجازی، همانند نبرد در دنیای عینی و واقعی دارای آثار و پیامدهای مشهود بوده و می‌تواند منجر به کسب پیروزی یا شکست گردد. در نتیجه فضای مجازی میدان نبرد و مبارزه است و اجتناب از ورود به این میدان، از اهمیت و دامنه تأثیرگذاری آن نمی‌کاهد.

در شرایط حاضر شبکه‌های اجتماعی مجازی صحنه انجام بسیاری از فعالیت‌ها و اقداماتی هستند که تا پیش‌ازین در صحنه عینی جوامع به وقوع می‌پیوستند و بسیاری از تعاملات و ارتباطات بین افراد در این بستر صورت می‌گیرد. این موضوع به معنای توان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی، به‌عنوان یکی از کار ویژه‌های اینترنت (فضای مجازی) بر زندگی بشر بوده و پیامدهای تعاملات و ارتباطات برقرار شده در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی همانند اقدامات مشابه در فضای عینی و جهان واقع می‌باشند.

در این شرایط، مقابله با اقدامات و فعالیت‌های که در شبکه‌های اجتماعی مجازی صورت می‌گیرند و در صدد وارد آوردن آسیب به امنیت ملی و انسجام و وحدت ملت در حوزه‌های مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و ... هستند، از الزاماتی است که اهمیت و ضرورت آن غیرقابل انکار است.

اسناد بالادستی

به دلیل حجم بالای اسناد جمع‌آوری شده در حوزه تحقیق، سند حکم حکومتی ایجاد شورای عالی فضای مجازی که دارای نکات ارزشمندی است به‌عنوان سند بالادستی پژوهش موردبررسی قرار گرفته که نتایج آن در ۰۳ آورده شده است:

سند	کلیدواژه	مفاهیم قابل استفاده در پژوهش
حکم شورای عالی فضای مجازی	گسترش فزاینده فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات	باعث آسیب‌پذیر شدن منابع کشور می‌شود.
عالی فضای مجازی	آثار اینترنت در ابعاد زندگی فردی و اجتماعی	ارائه گسترده خدمات به اقشار مردم
مجاز کشور	سرمایه‌گذاری جهت استفاده از فرصت‌ها	باهدف پیشرفت همه‌جانبه کشور
(۱۷) اسفند	هماهنگی به‌منظور صیانت از آسیب‌های ناشی از آن	دفاع همه‌جانبه و فعال
(۱۳۹۰)	نقطه کانونی سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و هماهنگی	سیاست‌گذاری، تصمیم‌گیری و هماهنگی
	ایجاد مرکز ملی فضای مجازی	اشراف کامل به فضای مجازی در سطح داخلی و جهانی
	مواجهه فعال و خردمندانه کشور با فضای مجازی	نرم‌افزاری، سخت‌افزاری و محتوایی
	همکاری همه دستگاه‌ها با مرکز ملی	کانون تصمیم‌گیری در حوزه فضای مجازی
حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی	انحلال شوراهای عالی مصوب و موازی با این شورا	انتقال وظایف آن شوراها به شورای عالی فضای مجازی
	تثبیت و تقویت جایگاه مرکز ملی فضای مجازی	رصد وضعیت جاری، آینده‌نگری و ایجاد هماهنگی و هم‌افزایی و نظارت مستمر بر عملکرد بخش‌های ذی‌ربط
فضای مجازی	ارتقای جمهوری اسلامی ایران به قدرت سایبری در طراز قدرت‌های	برخورداری از ابتکار عمل و قدرت تعامل با قوانین فضای مجازی جهانی با رویکرد

سند	کلیدواژه	مفاهیم قابل استفاده در پژوهش
(۱۴)	تأثیرگذار جهانی	اخلاق‌مداری و عادلانه
شهریور (۱۳۹۴)	ایجاد و توسعه انواع فن‌آوری‌ها و صنایع کاملاً پیشرفته و رقابتی	ایجاد رشته‌های نوین دانشگاهی و تربیت سرمایه‌های انسانی متعهد، متخصص و کارآمد موردنیاز
	تسریع در راه‌اندازی شبکه ملی اطلاعات	نظارت مستمر بر مراحل راه‌اندازی و بهره‌برداری از آن
	سالم‌سازی و حفظ امنیت همه‌جانبه فضای مجازی کشور	حفظ حریم خصوصی آحاد جامعه و مقابله مؤثر بانفوذ و دست‌اندازی بیگانگان در این عرصه
	ترویج هنجارها، ارزش‌ها و سبک زندگی اسلامی ایرانی	ممانعت از آسیب‌های اجتماعی و مقابله مؤثر با تهاجم همه‌جانبه فرهنگی و ارتقای سواد فضای مجازی جامعه
	احراز جایگاه و سهم مناسب برای اقتصاد دانش‌بنیان در فضای مجازی	برنامه‌ریزی همه‌جانبه در بهبود شرایط کسب‌وکار مرتبط با فضای مجازی با بهره‌گیری از فرصت‌های اشتغال‌زایی
	توسعه محتوا و خدمات کارآمد و رقابتی منطبق بر ارزش‌ها و فرهنگ اسلامی - ایرانی	جلب مشارکت‌های مردمی و به‌کارگیری ظرفیت‌های بخش خصوصی در این زمینه
	تدوین و تصویب نظام‌های لازم در فضای مجازی	نظام‌های امنیتی، حقوقی، قضایی و انتظامی

جدول ۱: موارد احصاء شده از احکام شورای عالی فضای مجازی

تجزیه و تحلیل و یافته‌های تحقیق

به‌منظور آزمون عملی یافته‌های نظری پژوهش، پرسش‌نامه‌ای تنظیم و بین حدود ۲۰ نفر از جامعه آماری پژوهش که به شکل هدفمند انتخاب شده بودند، شامل مدیران و کارشناسان شاغل در حوزه‌های مدیریتی، اجرایی، علمی و پژوهشی مرتبط با مباحث شبکه‌های اجتماعی مجازی و پدافند غیرعامل توزیع گردید و پس از جمع‌آوری ۱۸ پرسش‌نامه، نتایج حاصل از درصد و توزیع فراوانی به شرح زیر مشخص گردید.

ردیف	عامل	خیلی زیاد		زیاد		متوسط	
		فراوانی	درصد	فراوانی	درصد	فراوانی	درصد
۱	موضوعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی با پدافند مردم محور	۵	۲۹٪/۸۰	۱۳	۷۰٪/۲۰	-	-
۲	تهاجم به ارزش‌ها، باورها و اعتقادات	۱۳	۷۲٪/۳۰	۵	۲۷٪/۸٪	-	-
۳	روابط و تعامل درون خانواده‌ها	۱۷	۹۴٪/۴۰	۱	۵٪/۶٪	-	-
۴	ترویج مبانی و الگوهای غلط	۱۱	۶۱٪/۱	۷	۳۸٪/۹۰٪	-	-
۵	هویت زدایی و تخریب مبانی اخلاقی	۱۵	۸۳٪/۳	۳	۱۶٪/۷٪	-	-
۶	شبهه سازی ضد نظام و ضد قوانین و ضد دستاوردهای موجود	۱۰	۵۲٪/۶	۶	۳۶٪/۳	۲	۱۱٪/۱
۷	ترویج ناکارآمدی نظام	۱۰	۵۵٪/۶	۷	۳۸٪/۹	۱	۵٪/۶۰

۸	تخریب چهره و عملکرد مسئولان و نخبگان	۳	۱۶٪/۷	۱۵	۸۳٪/۳۰	-	-
۹	درشت‌نمایی مشکلات	۵	۲۷٪/۸	۱۱	۶۱٪/۱	۲	۱۱٪/۱۰
۱۰	شبهه آفرینی‌های ناصحیح	۱۳	۷۲٪/۲	۵	۲۷٪/۸۰	-	-
۱۱	آسیب‌پذیری مردم و کاهش آن با پدافند مردم محور	۶	۳۳٪/۳	۱۱	۶۱٪/۱	۱	۵٪/۶

جدول ۲: درصد و توزیع فراوانی پاسخ جامعه خبرگی به عوامل

به‌منظور توصیف کمی عوامل تهدید در کارکردهای شبکه اجتماعی با استفاده از نرم‌افزار spss توزیع فراوانی عوامل شامل (ارزش کمی فراوانی و درصد فراوانی پاسخ‌های داده‌شده خبرگی به شرح زیر مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است:

- در خصوص نقش پدافند مردم محور و شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۲۹٪/۸۰ از جامعه نمونه معتقدند این امر به میزان خیلی زیاد و ۷۰٪/۲۰ به میزان زیادی دارای موضوعیت بوده است.

- در خصوص میزان اهمیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۷۲٪/۳۰ از جامعه نمونه معتقدند به میزان خیلی زیاد و ۲۷٪/۸ به میزان زیادی در تهاجم به ارزش‌ها، باورها و اعتقادات به‌عنوان عامل تهدید حائز اهمیت هستند.

- در خصوص میزان تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی مجازی بر روابط و تعامل درون خانواده‌ها، ۹۴٪/۴۰ از جامعه نمونه معتقدند گسترش فزاینده شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد و ۵٪/۶ به میزان زیاد بر این مؤلفه تهدید تأثیر گذاشته است.

- در خصوص میزان اهمیت استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۶۱/۱٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد و ۳۸/۹۰٪ به میزان زیاد در ترویج مبانی و الگوهای غلط به‌عنوان عامل تهدید حائز اهمیت هستند.

- در خصوص میزان اهمیت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۸۳/۳٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد و ۱۶/۷٪ به میزان زیادی در هویت زدایی و تخریب مبانی اخلاقی به‌عنوان عامل تهدید حائز اهمیت هستند.

- در خصوص میزان اهمیت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۵۲/۶٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد، ۳۶/۳٪ به میزان زیاد و ۱۱/۱٪ در حد متوسط در شبهه سازی ضد نظام و ضد قوانین و ضد دستاوردهای موجود به‌عنوان عامل تهدید حائز اهمیت هستند.

- در خصوص میزان اهمیت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۵۵/۶٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد، ۳۸/۹٪ به میزان زیاد و ۵/۶۰٪ در حد متوسط در ترویج ناکارآمدی نظام حائز اهمیت هستند.

- در خصوص میزان اهمیت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۱۶/۷٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد و ۸۳/۳۰٪ به میزان زیادی در تخریب چهره و عملکرد مسئولان و نخبگان حائز اهمیت هستند.

- در خصوص میزان اهمیت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۲۷/۸٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد، ۶۱/۱٪ به میزان زیاد و ۱۱/۱۰٪ در حد متوسط در درشت‌نمائی مشکلات حائز اهمیت

هستند.

- در خصوص میزان اهمیت کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی، ۷۲/۲٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد و ۲۷/۸۰٪ به میزان زیادی در شبهه آفرینی‌های ناصحیح حائز اهمیت هستند.
- در خصوص به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی مجازی در راستای پدافند غیرعامل مردم محور، ۳۳/۳٪ از جامعه نمونه معتقدند کارکردهای شبکه‌های اجتماعی مجازی به میزان خیلی زیاد، ۶۱/۱٪ به میزان زیاد و ۵/۶٪ در حد متوسط در کاهش آسیب‌پذیری مردم مؤثر است..

اقدامات پدافند مردم محور در برابر شبکه‌های اجتماعی مجازی

شناخت آسیب‌پذیری‌های شبکه‌های اجتماعی و ارائه اقدامات و راهکارهای بهینه، گام نخست و شاید مهم‌ترین گام در خنثی‌سازی اقدامات خصمانه دشمنان باشد و از جمله راه‌های اصولی مقابله با تهدیدات این حوزه، توجه خاص به پدافند غیرعامل است. نتایج جنگ‌ها، اغتشاشات و منازعات سالیان اخیر نشان داده است که عدم توجه به اصول پدافند غیرعامل، تلفات و ضایعات جبران‌ناپذیری برجای خواهد گذاشت. (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۷).

مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که پدافند مردم محور در دو حوزه قابل‌بررسی هست. حوزه اول صیانت از مردم در برابر تهدیدات و حوزه دوم همراه نمودن مردم جهت همکاری در مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی. در این پژوهش مجموعه اقدامات پدافند غیرعامل مردم محور احصاء شده برای مقابله با تهدیدات تأثیرگذار شبکه‌های اجتماعی مجازی بر مردم، با

استفاده از ادبیات و مبانی نظری، مطالعه اسناد بالادستی، مطالعات میدانی و نظرات خبرگی به شرح ذیل احصاء گردید:

□ اقدام پدافند مردم محور: به کارگیری ظرفیت رسانه ملی و مراکز علمی و پرورشی جهت آشنایی، ارتقاء آگاهی و آموزش آحاد جامعه نسبت به توانایی‌ها و نقاط ضعف و قوت شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: در دنیای امروز رسانه‌ها همه‌گیر شده‌اند و فناوری‌های جدید اطلاعاتی و ارتباطاتی همچون گوشی‌های هوشمند تلفن همراه، تبلت و... همچنین ظهور شبکه‌های اجتماعی، امکانات جدیدی را در جوامع فراهم کرده است. افراد جامعه نیز برای استفاده از قابلیت این فناوری‌های رسانه‌ای، نیازمند دانش و مهارت‌های جدیدی هستند که به این مهارت‌ها سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی گفته می‌شود. سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی این فرصت را در اختیار کاربران قرار می‌دهد تا قضاوت آگاهانه در خصوص رسانه‌ها و پیام‌های آن داشته باشند. وظیفه آموزش سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی در درجه اول بر عهده آموزش و پرورش و در مراتب بعدی به‌عنوان بزرگ‌ترین نهاد ترویج و آموزش ایده‌های جدید و نوآورانه توسط آموزش عالی و به‌موازات آن‌ها، رسانه ملی به‌عنوان رسانه‌ای همه‌گیر و پرمخاطب، است.

□ اقدام پدافند مردم محور: رصد، پایش، مراقبت، تشخیص و هشدار هوشمندانه و دستیابی به اشراف اطلاعاتی در برابر تهدیدات فضای مجازی

• شرح اقدام: دنیای مجازی، دنیای بدون مرزی است که بستر را برای سازمان‌دهی و انسجام‌بخشی به حرکت‌هایی نظیر نافرمانی‌های مدنی و

آشوب‌های خیابانی فراهم کرده است که از طریق شبکه‌های اجتماعی این امر تسهیل می‌یابد. با توجه به تهدیدات متنوعی که در شبکه‌های اجتماعی وجود دارد و با توجه به اینکه اکثر پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی تحت کنترل کشورهای بیگانه و متخاصم هستند، می‌بایست رصد، پایش و مراقبت مستمر از شبکه‌های اجتماعی توسط گروه‌های تخصصی به عمل آید.

□ اقدام پدافند مردم محور: کنترل اینترنت و حذف یا اصلاح قوانین دست‌وپا گیر

در بومی‌سازی شبکه‌های اجتماعی

- شرح اقدام: کشور چین با جمعیت حدود ۱/۵ میلیارد نفر و دارا بودن چالش‌های اساسی با آمریکا هیچ‌گاه درصدد قطع اینترنت نبوده و راهبرد این کشور مبتنی بر ایجاد ساختارهای لازم برای کنترل اینترنت است. (الوند، ۱۳۹۳)

امروزه بسیاری از امورات روزانه مردم جهان شامل کسب‌وکار، آموزش، خدمات و... بر بستر اینترنت انجام می‌شود و قطع آن پیامدهای اجتماعی و نارضایتی مردم را در بردارد. استقرار و توسعه فیلترینگ هوشمند راهکار مناسبی است که جهت جلوگیری از انتشار محتوای نامناسب در فضای مجازی و جلوگیری از اعمال سلیقه‌های فردی در حذف محتوای نامناسب باید اعمال شود. مقام معظم رهبری فرمودند: متأسفانه در فضای مجازی کشور ما هم که آن رعایت‌های لازم باوجوداین همه تأکیدی که من کردم صورت نمی‌گیرد و در یک جهاتی واقعاً ول است، که بایستی آن‌کسانی که مسئول هستند حواسشان باشد. همه کشورهای دنیا روی فضای مجازی خودشان دارند اعمال مدیریت می‌کنند (درحالی‌که) ما افتخار می‌کنیم به اینکه ما فضای مجازی را ول کرده‌ایم، این افتخار ندارد؛ این به‌هیچ‌وجه افتخار ندارد. فضای مجازی را بایستی مدیریت

کرد...، نباید این وسیله را در اختیار دشمن گذاشت که بتواند علیه کشور و علیه ملت توطئه کند. (بیانات نوروزی مورخه اول فروردین ۱۴۰۰)

□ اقدام پدافند مردم محور: ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد آگاه‌سازی، آموزش، اقدامات اطلاعاتی و مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: در مسئله فضای مجازی، آنچه از همه مهم‌تر است، مسئله شبکه ملی اطلاعات است. متأسفانه در این زمینه کوتاهی شده. این‌که ما به‌عنوان اینکه نباید جلوی فضای مجازی را گرفت، در این زمینه‌ها کوتاهی کنیم، این مسئله‌ای را حل نمی‌کند و منطق درستی هم نیست... کشورهایی که شبکه ملی اطلاعات درست کرده‌اند و [فضای مجازی را] کنترل کرده‌اند به نفع ارزش‌های موردنظر خودشان، یکی دو تا نیستند. (بیانات مورخه ۲۲ خرداد ۱۳۹۶) تهیه زیرساخت‌ها و خدمات موردنیاز از جمله تهیه شبکه‌های اجتماعی بومی باهدف فراگیری با توجه به تعداد دانش‌آموزان، معلمان، دانشجویان و خانواده‌های آنها در توسعه فرهنگ مناسب بهره‌برداری از این فضا مفید و مؤثر است.

□ اقدام پدافند مردم محور: افزایش حمایت‌های مادی و معنوی از اساتید، متخصصان، نخبگان و شرکت‌های دانش‌بنیان فعال در موضوعات مرتبط با تأمین، بومی‌سازی و مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: امروزه رسانه‌های جدید به‌عنوان یک اتفاق در زندگی هریک از ما مطرح است تا جهانی تازه را پیش رویمان قرار دهند. فضایی که به گفته مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) فضایی رو به رشد و غیرقابل توقف است که آخر ندارد و هرچه نگاه می‌کنی این موضوع یک اول بلا آخراست. لذا حمایت از تولید

محتوای دانش‌بنیان توسط نخبگان و اساتید در فضای مجازی به‌منظور بهبود و ارتقاء زیست‌بوم فضای مجازی امری مهم و ضروری است. برای جمهوری اسلامی ایران، علیرغم کمبودهای مختلف، در صورتی که یک نظام اطلاع‌رسانی بومی با کادری تحصیل‌کرده در رشته‌های مرتبط به امر اطلاع‌رسانی و عملیات روانی که مقید و معتقد به بازشناسی و بازآفرینی ارزش‌های اصیل دینی و اخلاقی باشند، ایجاد گردد آنگاه می‌توان انتظار داشت که جامعه توان غلبه بر بحران‌آفرینی‌های داخل و خارج را خواهد داشت و می‌تواند این شر اجتناب‌ناپذیر را به‌طرف مقابل انتقال داده و بر سلامت امنیت ملی خود اضافه نماید. (فتوح آبادی، ۱۳۹۹)

□ اقدام پدافند مردم محور: کنترل و مدیریت افکار عمومی در شبکه‌های مجازی

- شرح اقدام: افکار عمومی عبارت از مجموع عقاید، نظرگاه‌ها و گرایش‌های بخش بزرگی از جامعه، پیرامون یک موضوع در یک‌زمان معین است. بعضی مواقع شکل‌گیری افکار عمومی مطلوب به نظر نمی‌رسد. این امر دو علت دارد. اول اینکه افکار عمومی موردنظر با منافع مغایر است و در بعضی زمان‌ها افکار عمومی خواسته‌هایی دارد که از توان و عهده مسئولان مرتبط خارج است و اگر این افکار به حال خود رها شود، احتمالاً باعث تشویش و تشنج در جامعه می‌شود. و دیگر اینکه افکار عمومی در اثر انتشار اطلاعات غلط یا کلیشه‌ای در فضای مجازی شکل‌گرفته باشد که پیامدهای آن جز ضرر و زیان، چیزی به همراه نخواهد داشت. این اطلاعات غلط ممکن است توسط جناح مخالف در اختیار مردم قرار گرفته باشد و یا دشمنان در خارج از کشور آن را طراحی و القا

کرده باشند که باید با تنویر افکار عمومی و یا تمهیدات دیگر، این نوع افکار را مدیریت نمود.

□ اقدام پدافند مردم محور: بصیرت آحاد جامعه به‌ویژه نخبگان و جلوگیری از

جریان سازی و انتشار اخبار غیرواقعی در شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: یکی از مهم‌ترین اقدامات ارائه‌شده و مورد تأکید مقام معظم رهبری به‌ویژه پیرامون حوادث بعد از انتخابات و فتنه ۱۳۸۸ برای مقابله با جنگ نرم، بصیرت آحاد جامعه به‌ویژه خواص و نخبگان است. ایشان در ارتباط با ضرورت وجود بصیرت می‌فرمایند: "بصیرت قطب نمای حرکت صحیح در اوضاع اجتماعی پیچیده امروز است، به‌گونه‌ای که اگر کسی این قطب‌نما را نداشت و نقشه‌خوانی بلد نبود، ممکن است ناگهان خود را در محاصره دشمن ببیند. اگر بصیرت نباشد، حتی انسان با نیت خوب ممکن است گمراه شود و در راه بدقدم بگذارد. (بیانات در مراسم نوشهر، ۱۳۸۸/۷/۱۵)

□ اقدام پدافند مردم محور: حفظ و ارتقاء هویت ملی با استفاده از ظرفیت‌های

فرهنگی و دینی کشور

• شرح اقدام: هویت ملی مجموعه‌ای از ویژگی‌های مشترک در نحوه تفکر، احساسات و ارزش‌ها همراه با نوعی احساس تعهد و تکلیف نسبت به ملت است که افراد به‌واسطه آن به یکدیگر احساس تعلق می‌کنند. در این میان یکی از شرایط لازم برای دستیابی به هویت ملی مشترک و حفظ یکپارچگی، برخورداری از یک نظام ارزشی منسجم به نام دین است. از طرفی امروزه، جهان

با پدیده نوینی به نام جهانی شدن روبروست که ذهن بسیاری از دانشمندان علوم اجتماعی و سایر علوم را به خود مشغول داشته است. از جمله دستاوردهای این فرآیند پیدایش و گسترش فضای مجازی است که تأثیرات بسیار عمیقی بر فرهنگ و هویت جوامع در ابعاد مختلف ملی و مذهبی دارد. در راستای عصر جهانی شدن گسترش هرچه بیشتر فضای مجازی و تبدیل دنیا به کلبه‌ای کوچک، کوشش برای هویت‌سازی، حفظ هویت ملی از تهاجم بیگانگان و تقویت آن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. از جمله عوامل تأثیرگذار در حفظ و تقویت هویت ملی کشورها، اتکا به منابع و سرمایه‌های اصیل اجتماعی است که در این میان فرهنگ ایثار و شهادت به‌عنوان مؤلفه‌ای از فرهنگ سیاسی تشیع جایگاه ویژه‌ای دارد. (حیدری، ۱۳۹۴). همچنین عمل به آموزه‌های دینی و قرآنی و سیره پیامبر (ص) و ائمه علیهم‌السلام، قوی‌تر از هر عاملی کارساز است. به شرطی که در سیره مسئولین صف اول تجلی یابد. زیرا مردم به رهبرانشان اقتدا می‌کنند.

□ اقدام پدافند مردم محور: تدوین برنامه برای تغییر سبک زندگی، رواج فرهنگ غرب‌گرایی، تضعیف ارزش‌های فرهنگ ملی و مذهبی و تغییر علائق و ذائقه‌های نسل جدید توسط دشمن در شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: در فضای مجازی، بیشترین استفاده از عواطف و احساسات برای نفوذ در افکار و اندیشه‌ها جهت تغییر باورها صورت می‌گیرد و ارکان اساسی و مسلم اعتقادهای دینی جامعه، به‌آرامی از سوی دشمنان مورد هجوم واقع می‌گردد تا به‌تدریج به تغییر اساسی در باورها و اعتقادات بینجامد؛ از این‌رو نقش خانواده به‌عنوان یکی از مراکز قدرت نرم بسیار مهم و اساسی است. وقتی مؤثرترین کانون مهر و محبت و سلامت جسمی و روحی جامعه؛ یعنی خانواده بتواند با بهره‌گیری از دستورهای قرآن کریم، فرزندان مؤمن و سالم تحویل

جامعه دهد، بی تردید آن جامعه در برابر هر تهاجمی اعم از جنگ سرد و جنگ نرم بیمه خواهد شد. قرآن کریم تأکید می‌کند که همگان باید مراقب خود و اعضای خانواده خود باشند و آنان را از هر آنچه موجب هلاکشان می‌گردد حفظ و حراست نمایند؛ آنجا که می‌فرماید:

• يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا قُوا أَنْفُسَكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ مَا يُؤْمَرُونَ. (تحریم / ۶)

• ای کسانی که ایمان آورده‌اید، خود و خویشانان را از آتشی که هیمه آن مردم و سنگ‌هاست نگه‌دارید، آتشی که فرشتگانی بر آن گمارده شد که خشن و سختگیرند و هرگز فرمان خدا را مخالفت نمی‌کنند و آنچه را فرمان داده‌شده‌اند (به‌طور کامل) اجرا می‌نمایند.

• از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی نیروهای فرهنگی نقش بسیار حساس و مهمی را در باور سازی وجود تهاجم فرهنگی و مقابله با آن دارند. ایشان بایان اینکه حرکت عظیم انقلاب اسلامی هنوز در اوایل راه خود است با تأکید بر تأثیر هنر می‌فرمایند "من به شما عرض می‌کنم که این حرکت عظیم انقلاب اسلامی یک حرکت تمام‌شده نیست. حالا یک‌گوشه‌ای از لشکر آن‌من و شما ماییم، که حالا یک‌ذره مثلاً اهل ادب و فرهنگ و این‌ها محسوب می‌شویم. (ولله جنود السماوات و الارض) این حرکت عظیمی که با انقلاب اسلامی شروع شد، یک حرکت تمام‌شده نیست، مطلقاً تمام‌شده نیست. این حرکت ادامه دارد، همین‌که حالا معمول شده که در بیان‌ها و در تلویزیون و توی تبلیغات و توی دادگاه و توی زبان همه می‌گویند، جنگ نرم راست است، این‌یک واقعیت است.

(۱۳۸۸/۶/۱۴)

□ اقدام پدافند مردم محور: استفاده از ظرفیت شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان

متولی و تدوین سند بالادستی و ساماندهی شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: بازتعریف و تبیین نقش شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان زیرساختی مناسب برای مدیریت کلان فضای مجازی کشور برای تحقق الگوی راهبردی رسانه‌های فضای مجازی محسوب می‌شود. اعضای این شورا که از تمامی ارگان‌ها و نهادهای مؤثر و قوای سه‌گانه تشکیل شده است، ظرفیت بالقوه‌ای است که می‌تواند در پایه‌گذاری، ایجاد، اعلام و پیاده‌سازی این رسانه مؤثر باشد. به‌تبع این شورا، مرکز ملی فضای مجازی نیز به‌عنوان بازوی اجرای سیاست‌ها و اعمال آن در نهادها و ارگان‌ها تلقی می‌شود. مسئله اصلی این است که مرکز ملی و شورای عالی در جایگاه واقعی خود قرار نگرفته‌اند و مرکزیت و بالادستی بودن این دو نهاد در کشور مغفول واقع شده است. لذا تشکیل کمیته‌های تخصصی و مناسب در هر موضوع و مسئله‌های مطرح، از جمله رسانه‌های فضای مجازی و بخش‌های مرتبط با آن می‌تواند، سیاست‌گذاری‌ها و اجرای آنها را به‌صورت مؤثر در کل کشور مدیریت نماید و این مرکز نیز با حفظ استقلال و ملاحظه جایگاه بالادستی خود نسبت به سیاست‌گذاری و اعمال آنها در تمامی نهادها اقدام نماید. لذا استفاده از تمام ظرفیت‌های ملی برای طراحی یک سازمان صفی مقتدر با مأموریت ماهیت‌شناسی، تهدیدشناسی، ارزیابی خطر در برابر تهدیدات شبکه‌های اجتماعی مجازی، که با رصد و شناسایی مستمر مصادیق تهدیدات نرم و روانی و مقابله نرم حرفه‌ای با آنها، بتواند حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها، صداوسیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، وزارت فناوری ارتباطات و اطلاعات، وزارت اقتصاد، سازمان‌های متولی تبلیغات، رسانه‌ها، شبکه‌های اجتماعی، سازمان‌های مردم‌نهاد و دیگر متولیان و ذینفعان را در قبال

اهداف و مأموریت‌های فوق، توجیه، هماهنگی، هدایت و به‌کارگیری کند امری بسیار ضروری است.

□ اقدام پدافند مردم محور: ایجاد بسترهای بومی، پر ظرفیت و تاب آور مناسب و

حضور مقتدرانه در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: در دنیای اطلاعات امروز، کشوری در انتقال اطلاعات به مخاطبین و کنترل جریان فکری آن‌ها برنده است که تعداد بیشتری وب‌سایت داشته باشد. وب‌سایت مجموعه‌ای از صفحات وب حاوی محتوای چندرسانه‌ای است که دارای یک دامنه اینترنتی یا زیر دامنه اینترنتی مشترک‌اند و توسط حداقل یک سرور وب انتشار داده می‌شود. وبگاه‌ها روی شبکه پروتکل اینترنت مثل شبکه اینترنت یا شبکه محلی قرار می‌گیرد. آمارهای ثبت‌شده در پژوهشگاه دانش‌های بنیادی بیانگر آن است که ایران از نظر رشد دامنه اینترنتی با ۱/۲ میلیون وب‌سایت در میان ۴ کشور نخست دنیا قرار دارد و از کشورهایی نظیر سنگاپور، مالزی، هنگ‌کنگ، ترکیه، اسلواکی، یونان و فنلاند نیز پیشی گرفته است. تا سال ۲۰۲۱ ایالات متحده دارای بیش از ۱۳۳ میلیون وب‌سایت در اینترنت بوده است. ضروری است تا با حضور گسترده و ایجاد وب‌گاه‌های سیاسی و عقیدتی در اینترنت حضور مقتدرانه داشته باشیم. متأسفانه دشمنان اسلام و انقلاب به بهترین شیوه از ضعف نبود شبکه‌های بومی مناسب بر ضد فرهنگ و اعتقاد مردم که مهم‌ترین سرمایه جامعه است، استفاده می‌کنند و ما هرروز شاهد فاصله گرفتن بیشتر بین نسل جدید با نسل‌های پیشین چه از نظر فرهنگ و چه از نظر اعتقاد و حتی از منظر طرز نگرش به جهان و خلقت، هستیم. نظام سلطه برای نابود نمودن هویت اسلامی- ایرانی خود را بی‌نیاز از جهان و جنگ مستقیم می‌بیند و ساده‌ترین راه را برای از بین بردن روحیه انقلابی در بین نسل جدید کشور

انتخاب کرده‌اند که همانا انتشار و ایجاد محتوا و انگیزه‌های متضاد با الگوها و قوانین فرهنگی ما است. (صفایی، ۱۳۹۹)، با توجه به نتایج به‌دست‌آمده از پژوهش در ایجاد شبکه‌های بومی می‌توان گفت که زمینه برای ایجاد شبکه اجتماعی بومی کاربرپسند و به‌روز که توانایی جذب اکثر کاربران داخلی را داشته باشد، وجود دارد.

□ اقدام پدافند مردم محور: بهره‌گیری از مراجع فرهنگی و حمایت از آنها برای

تولید و نظارت بر محتوای فرهنگی مناسب شبکه‌های اجتماعی

- شرح اقدام: تحلیل عناصر فرهنگی - یا همان عناصر مؤثر در شکل‌گیری یک فرهنگ - در روند دگرگونی و نوآوری فرهنگی اهمیت بسزایی دارد؛ زیرا کارگزاران فرهنگی در تبیین برنامه‌های فرهنگی و تسریع در نوآوری در بعضی از عناصر فرهنگی با نگرشی بسیار روشن مواجه خواهند شد. عنصر فرهنگی، عبارت است از کوچک‌ترین جزء شناخته‌شده و قابل‌تعریف و تشخیص در یک فرهنگ که مجموع آنها «وحدت» یا «ترکیب فرهنگی» را به وجود می‌آورد. عناصر فرهنگی در عرصه‌هایی شکل می‌گیرد که برخی جغرافیایی، برخی تاریخی و برخی مربوط به باورها و اعتقادات است و پاره‌ای نیز مربوط به زبان و ادبیات و هنر است. (الهی، ۱۳۹۸)

□ اقدام پدافند مردم محور: بهره‌گیری از قابلیت‌های بسیج مردمی، سازمان‌های

مردم‌نهاد و ظرفیت‌های بخش خصوصی برای مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: تولید محتوا موتور محرکه رسانه‌های فضای مجازی در کشور است. جهت دستیابی به فراگیری در تولید محتوای رسانه‌های فضای مجازی، بهتر است واگذاری اختیارات به مردم هم‌زمان با فرهنگ سازی و تشویق انجام شود. استفاده از نیروهای مردمی و بانگیزه در ایجاد نهضت تولید محتوا تحول اساسی رخ می‌دهد که باعث شکوفایی استعدادها خواهد شد. در جهت کنترل فضای تولید اقدامات پیشینی پیشنهاد می‌شود. انجام آموزش‌های مقدماتی توسط نهادها و ارگان‌های مسئول، تشویق و فرهنگ‌سازی در ایجاد نهضت تولید محتوا اقدام مؤثری در گسترش فضای سالم مجازی خواهد بود. تشکلهای مردم‌نهاد درکلی‌ترین معنای خود، به سازمانی اشاره می‌کند که به‌طور مستقیم بخشی از ساختار دولت به شمار نمی‌آید، اما نقش بسیار مهمی به‌عنوان واسطه بین فرد مردم و قوای حاکم و حتی خود جامعه ایفا می‌کند. گزارش تهیه‌شده توسط سازمان ملل متحد در سال ۱۹۹۵ در خصوص حکومت جهانی، نشان می‌داد که در آن زمان قریب به ۲۹۰۰۰ سازمان مردم‌نهاد بین‌المللی وجود داشته است. تعداد سازمان مردم‌نهاد داخلی کشورها حتی از این رقم نیز بالاتر بوده است. در هندوستان ۲ میلیون و در روسیه نیز ۴۰۰۰ سازمان مردم‌نهاد وجود دارد. (خادمی، ۱۳۹۱)

□ اقدام پدافند مردم محور: ایجاد بسترهای بومی، پر ظرفیت و تاب آور مناسب برای

ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی

• شرح اقدام: اقتصاد دیجیتال، بخش مهمی از اقتصاد دانش‌بنیان در جهان کنونی است، که با سیاست بهره‌برداری حداکثری از فضای مجازی می‌توان از آن

بهره جست. اقتصاد دیجیتالی با سیاست فرصت محوری موقعیت مناسبی را برای جوانان در جهت استفاده از خلاقیت‌های فردی مهیا می‌کند تا از این طریق بتوانند با تولیدات خلاقانه نسبت به خلق ثروت و شکوفایی استعداد‌های ناب و تسخیر فضای فناوری و اقتصادی اقدام نمایند. امروزه در تمامی دنیا مبادلات اقتصادی بر پایه فضای مجازی از روند بسیار سریعی برخوردار است و امکان بهره‌گیری از فضای مجازی و شبکه اینترنت در توسعه مبادلات و تجارت بین‌الملل و گسترش فعالیت مالی و اقتصادی و نیز تولید درآمد را در پی دارد. در کشور ما نیز فضای مجازی با شبکه‌های اجتماعی یکی از بهترین نوآوری‌های فناوری هستند؛ نه به خاطر اینکه توانایی‌مان را در برقراری ارتباط افزایش داده‌اند، بلکه به این خاطر که می‌توانیم از طریق آنها مستقیماً با افراد مورد نظرمان معامله کنیم.

آزمون t تک نمونه‌ای

این آزمون جهت تعیین این‌که آیا میانگین مشاهده‌شده در جامعه نمونه، مقداری برابر با میانگین مفروض جامعه دارد یا خیر انجام گرفته است. مهم‌ترین نکته در استفاده از آزمون t تک نمونه‌ای، مقدار آزمون است. مقدار آزمون یک نقطه وسط را بیان می‌کند. در اینجا کلیه مقادیر میانگین نمونه با میانگین فرضی جامعه تفاوت معناداری ندارد و مورد تأیید می‌باشند.

One-Sample Test					
Test Value = 3					اقدام پدافند مردم محور
N	Mean	Mean Difference	Sig. (2-tailed)	Test	
18	4.8	1.8889	.000	24.782	۱ به‌کارگیری ظرفیت رسانه ملی و مراکز علمی و پرورشی جهت آشنایی، ارتقاء آگاهی و آموزش آحاد جامعه نسبت به توانایی‌ها و نقاط ضعف و قوت شبکه‌های اجتماعی
18	4.7	1.7778	.000	17.631	۲ رصد، پایش، مراقبت، تشخیص و هشدار هوشمندانه و دست‌یابی به اشراف اطلاعاتی در برابر تهدیدات فضای مجازی
18	4.26	1.2778	.000	8.102	۳ کنترل اینترنت و حذف یا اصلاح قوانین دست‌وپا گیر در بومی‌سازی شبکه‌های اجتماعی
18	4.44	1.44444	.000	11.985	۴ ایجاد و راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی با رویکرد آگاه‌سازی، آموزش، اقدامات اطلاعاتی و مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی

۱۸	۴.۵۵	۱.۵۵۵۵۶	.۰۰۰	۱۲.۹۰۷	افزایش حمایت‌های مادی و معنوی از اساتید، متخصصان، نخبگان و شرکت‌های دانش‌بنیان	۵
۱۸	۴.۸۸	۱.۸۸۸۸۹	.۰۰۰	۲۴.۷۹۰	کنترل و مدیریت افکار عمومی در شبکه‌های مجازی	۶
۱۸	۴.۵۰	۱.۵۰۰۰۰	.۰۰۰	۱۲.۳۶۹	بصیرت آحاد جامعه به‌ویژه نخبگان در جلوگیری از جریان سازی و انتشار اخبار غیرواقعی در شبکه‌های اجتماعی	۷
۱۸	۴.۲۷	۱.۲۷۷۷۸	.۰۰۰	۸.۱۲	حفظ و ارتقاء هویت ملی با استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی و دینی کشور	۸
۱۸	۴.۳۳	۱.۳۳۳۳۳	.۰۰۰	۸.۲۴۶	تدوین برنامه برای تغییر سبک زندگی، جلوگیری از رواج غرب‌گرایی و ارزش‌های فرهنگ ملی و مذهبی توسط دشمن در شبکه‌های اجتماعی	۹
۱۸	۴.۳۸	۱.۳۸۸۸۹	.۰۰۰	۱۱.۷۴۷	استفاده از ظرفیت شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان متولی و تدوین سند بالادستی و ساماندهی شبکه‌های اجتماعی	۱۰
۱۸	۴.۳۰	۱.۳۸۸۸۹	.۰۰۰	۹.۶۹۷	ایجاد بسترهای بومی، پرظرفیت و تاب آور مناسب و حضور مقتدرانه در اینترنت و شبکه‌های اجتماعی	۱۱

18	4.33	1.33333	.000	9.522	بهره‌گیری از مراجع فرهنگی و حمایت از آنها برای تولید و نظارت بر محتوای فرهنگی مناسب شبکه‌های اجتماعی	۱۲
18	3.94	.94444	.000	9.628	بهره‌گیری از قابلیت‌های بسیج مردمی، سازمان‌های مردم‌نهاد و ظرفیت‌های بخش خصوصی برای مقابله با تهدیدات شبکه‌های اجتماعی	۱۳
18	4.05	1.05556	.000	8.304	ایجاد بسترهای بومی، پرظرفیت و تاب آور مناسب برای ایجاد و توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی	۱۴

جدول ۱: آزمون تی تک نمونه اقدامات پدافند مردم محور

۳- نتیجه‌گیری:

شبکه‌های اجتماعی مجازی عرصه‌ای بسیار وسیع داشته و دارای تهدیداتی نیز هستند که شناخت آنها می‌تواند در ارتقای سطح تأثیرگذاری اقدامات انجام‌گرفته در راستای پدافند غیرعامل مؤثر واقع شود. اقدامات پدافند غیرعاملی در این شبکه‌ها و قرار گرفتن در جایگاهی که کانون انجام فعالیت‌های مختلف اجتماعی، مذهبی، فرهنگی، سیاسی، هنری و ... بوده و حتی بخش‌های قابل توجهی از کارکردهای رسانه‌های ارتباط جمعی را ایفاء خواهند نمود باعث خنثی نمودن اقدامات دشمن می‌گردد. نبرد دشمن در حوزه محتوایی که در فضای مجازی ریل‌گذاری شده الگوهای زیر دنبال می‌کند:

▪ در حوزه فرهنگی، با تهاجم به ارزش‌ها، باورها و اعتقادات، ترویج مبانی و

الگوهای غلط، تخریب مبانی اخلاقی و غیره.

- در حوزه سیاسی - اجتماعی، شبهه سازی ضد قوانین و ضد دستاوردهای موجود، کمرنگ یا منفی نشان دادن موفقیت‌ها، ترویج ناکارآمدی نظام، تخریب چهره و عملکرد مسئولان، درشت‌نمایی مشکلات، شبهه آفرینی‌های ناصحیح و غیره.
- در حوزه اقتصادی، با ایجاد بی‌نظمی، سرقت و اختلال در فعالیت‌های مالی و پولی، مشروعیت بخشی به پول‌های بی‌پشتوانه دیجیتال و ترویج آن‌ها، پررنگ نشان دادن چهره فقر در جامعه، ترویج شبهه فلاکت اقتصادی، فضا سازی روانی برای افزایش تورم و گرانی، ترویج مصرف‌گرایی هر چه بیشتر و غیره.
- در حوزه رسانه‌ای، با ایجاد و توسعه رسانه‌های فارسی‌زبان معاند، فضا سازی منفی ضد رسانه ملی و تریبون‌های نظام، ترویج شبکه‌های اجتماعی و تفکرات دگراندیش و غیره.

با توجه به اینکه امروزه اینترنت به اندازه هوا، آب، غذا و سرپناه، مهم و حیاتی دانسته شده است که مردم نمی‌توانند بدون آن زندگی کنند و نیز با از بین رفتن و یا تضعیف مفاهیمی مانند مرزهای جغرافیایی، فاصله مکانی، اختلاف زمان، ملیت، قوانین شهروندی، تفاوت‌های عرفی بین جوامع مختلف و ... که در شبکه‌های اجتماعی سنتی نقش بازدارنده‌ای را ایفاء می‌کردند، اما در شبکه‌های اجتماعی مجازی از جایگاه چندانی برخوردار نیستند.

به عبارت دیگر، در دنیای امروز دامنه فعالیت‌ها و زمان و انرژی صرف شده از سوی کاربران در شبکه‌های اجتماعی مجازی به اندازه‌ای است که در بسیاری از اوقات می‌توان آن را با عالم واقعی و عینی مقایسه نمود. با توجه به اینکه در عصر جدید نمی‌توان با شبکه‌های اجتماعی

برخورد حذفی کرد، حداقل یافته‌ها نشان می‌دهد که احتمالاً با اقدامات پدافند مردم محور بتوان عمق فعالیت در شبکه‌های اجتماعی از قبیل آموزش آنان به این امر که منابع خبری خود را از سایت‌ها و کانال‌های سیاسی، فرهنگی و اجتماعی معتبرتر کسب نمایند، شاید بتوان با آثار منفی چنین شبکه‌هایی بر روی جامعه برخورد کرد؛ چراکه افرادی که صرفاً به شکل سطحی و با میزان بالایی از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، بیش از دیگران تحت تأثیر پیامدهای منفی چنین شبکه‌هایی قرار دارند.

۴- پیشنهادها

- ۱) برابر منویات و تدابیر فرماندهی معظم کل قوا حضرت امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) شرایط و اقدام لازم در راستای اجرایی شدن اقدامات پدافند مردم محور شبکه‌های اجتماعی مجازی توسط متولیان امر فراهم گردد.
- ۲) با توجه به ظرفیت‌های علمی موجود در حوزه‌های پدافند غیرعامل در کشور و محیط بین‌الملل، تحقیقاتی موضوعی پیرامون اصول و ملاحظات نوین و نوظهور پدافند مردم محور متناسب با سطح تهدیدات شبکه‌های فضای مجازی در دست اجرا قرار گیرد.
- ۳) فعال‌سازی و تقویت هسته‌های پژوهشی در دانشگاه‌های کشور و شرکت‌های دانش‌بنیان متناسب با هر اقدام در قالب برنامه‌های کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت برای تحقق اقدامات این حوزه توسط شورای عالی فضای مجازی

منابع فارسی:

- ۱) استرکی، اکبر (۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی، مفاهیم، اصول و مبانی»، فصلنامه جامعه اطلاعاتی، سال چهارم، شماره ۱۳.
- ۲) اکبری، الهام (۱۳۸۹)، «تاریخچه شبکه‌های اجتماعی»، وبلاگ نویسنده تحت عنوان «یادگیری الکترونیکی»، قابل دسترسی در <http://learning-ict.blogfa.com/8910.aspx>
- ۳) حسن پور، جعفر (۱۳۸۸)، «نقش شبکه جهانی اینترنت در طراحی و اجرای عملیات روانی»، تهران، دانشگاه علوم و فنون فارابی.
- ۴) داقرتی، ویلیام (۱۳۸۷): جنگ روانی، مترجم حسین حسینی، تهران، پژوهشکده علوم دفاعی دانشگاه امام حسین (ع).
- ۵) دهقانی فیروزآبادی، سید جلالی، (۱۳۹۵) فناوری‌های قدرت در جنگ نرم، فصلنامه مطالعات راهبردی - رحیمی، محمود، استقلال و الحاق کریمه به روسیه قانونی است یا غیرقانونی، روزنامه جام جم، ش ۹۵۸۷
- ۶) صفایی، سید رضا، فتوح آبادی، وحید (۱۳۹۹)، لزوم ایجاد شبکه‌های اجتماعی بومی متناسب با فرهنگ ایرانی - اسلامی، فصل نامه علمی آآمد و فناوری‌های دفاعی، سال سوم، شماره ۷
- ۷) عاملی، سیدسعیدرضا (۱۳۸۹)، «مطالعه انتقادی استعمار مجازی آمریکا قدرت نرم و امپراتوری‌های مجازی»، تهران، نشر امیرکبیر.
- ۸) فتوح آبادی، وحید، صادقیان، مجتبی (۱۳۹۹)، بررسی تأثیرات اعتیادهای دیجیتال در فضای مجازی بر امنیت ملی در حوزه فرهنگی، ارائه راهکارهایی جهت خنثی‌سازی، فصل‌نامه علمی آآمد و فناوری‌های دفاعی، سال سوم شماره ۶
- ۹) رهبر قاضی، محمود رضا، ایمانیان مفرد، زینب (۱۳۹۶)، بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر هویت ملی، فصل‌نامه علمی و پژوهشی مطالعات قدرت نرم، سال هفتم، شماره ۱۷
- ۱۰) مطالعات گروهی دانشجویان دانشگاه عالی دفاع ملی، شناخت تهدیدات نوین امنیتی جمهوری اسلامی ایران در افق ۱۴۰۴ و راهکارهای مقابله با آن، رساله گروهی، دانشگاه عالی دفاع ملی، دانشکده امنیت ملی، تهران

۱۱) الوند، مرضیه سادات (۱۳۹۳)، کار ویژه قدرت نرم در سیاست خارجی چین، پژوهشنامه ایرانی سیاست بین‌الملل، سال سوم شماره ۱

منابع لاتین:

1. Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007) "Social Networks Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*", 13(1), Article 11. 6351 available at: <http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html>
2. Coutts, Andrew (2012), "YouTube: Now serving 4 billion+ video views daily", available at: <http://www.digitaltrends.com/web/youtube-now-serving-4-billion-video-views-daily>
3. Perez, Sarah (2009), "Who Uses Social Networks and What Are They Like?", available at: http://www.readwriteweb.com/archives/who_uses_social_networks_and_what_are_they_like_part_2.php
4. Kaplan, A.M., & Haenlein, M. (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media". *Business Horizons*, Volume 53, Issue 1, January–February 2010, Pages 59–68.
5. Sundberg, Jorgen (2012), "Global LinkedIn Demographics and Statistics January 2012", available at: <http://theundercoverrecruiter.com/linkedin-demographics-and-statistics-2012-slides/>
6. Galperin, Eva. and York, Jillian (2011), "Victory! Google Surrenders in the Nymwars", available at: <https://www.eff.org/deeplinks/2011/10/victory-google-surrenders-nymwars>
7. Walker, Miles (2011), "The History of Social Networking", available at: <http://www.webmasterview.com/2011/08/social-networking-history/>

