

Governance Strategies for User-Centric Social Networks Based on the Grounded Theory

Majid Jafari

Ph.D. Candidate in Information Technology Management (Business Intelligence), Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran (Corresponding Author).

Email: majid.jafari@gmail.com

 0000-0001-9748-2397

Seyyed Morteza Mousavian

Assistant Professor, Faculty of Communications and Media, IRIB University, Tehran, Iran.

Email: info@mousavian.ir

Abdolreza Sobhani

Assistant Professor, Faculty of Management, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran.

Email: abdsobhani@gmail.com

Abstract

As cyberspace rapidly expands and user-centric social networks become increasingly prevalent, their profound impact on society is driving significant social changes. These changes affect cultural, social, political, and economic landscapes. Consequently, there is an urgent need to develop a model that effectively leverages these networks to manage such transformations. A considerable portion of society remains passive or unaware, while governance often resorts to restrictive measures that limit communication channels and overlook the roles of various stakeholders and actors within this ecosystem. This study aims to clarify the current conditions by employing the grounded theory method, specifically the approach developed by Strauss and Corbin. Through in-depth interviews with experts and relevant policymakers, the research analyzed over 700 codes using MaxQDA software across three coding stages, leading to the identification of model components. A paradigmatic model was then developed to outline strategies for managing user-centric social networks according to the grounded theory method. The findings of this research suggest several key strategies for managing these conditions. These strategies include governance based on law, the development of a cyberspace roadmap, cyber diplomacy, activation of user capacity, enhancement of media literacy, mastery of deep AI technologies, and strengthening of ICT infrastructure. Overall, these strategies aim to provide a comprehensive approach to navigating the challenges and opportunities posed by user-centric social networks in the context of social change.

Keywords: Strategy, User-centric social networks, Governance, Cyberspace, Grounded theory, Social change.



راهبردهای حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی بر مبنای نظریه زمینه‌ای

مجید جعفری

دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات (هوشمندی کسب‌وکار)، دانشگاه آزاد تهران جنوب، تهران، ایران
(نویسنده مسئول).

Email: majid.jafari@gmail.com

 0000-0001-9748-2397

سید مرتضی موسویان

استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.

Email: info@mousavian.ir

عبدالرضا سبجانی

استادیار دانشکده مدیریت، دانشگاه آزاد تهران جنوب، تهران، ایران.

Email: abdsobhani@gmail.com

چکیده

با توجه به توسعه روزافزون فضای مجازی و ضریب نفوذ شبکه‌های کاربرمحور مجازی و تأثیر آن در جامعه و تغییرات اجتماعی ناشی از آن، همچون تأثیر در روند، شتاب و سمت تغییرات فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی و انفعال و غفلت بخشی از جامعه و تمرکز حاکمیت بر رویکردهای سلبی و ایجاد محدودیت در لایه ارتباطات و غفلت از تأثیر سایر عوامل، ذی‌نفعان و بازیگران این عرصه، تدوین مدلی برای بهره‌برداری از این شبکه‌ها در جهت مدیریت این تغییرات ضروری است. در این پژوهش ضمن تبیین و ترسیم شرایط فعلی، با استفاده از مصاحبه عمیق با صاحب‌نظران و دولتمردان مرتبط و با روش نظریه زمینه‌ای و رویکرد اشتراوس و کوربین در سه مرحله کدگذاری در نرم‌افزار MaxQda بیش از ۷۰۰ کد تحلیل، مؤلفه‌های مدل استخراج و با استفاده از مدل پارادایمی به‌دست‌آمده، راهبردهای حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی بر مبنای روش نظریه زمینه‌ای استخراج گردید. بر اساس یافته‌های این پژوهش راهبردهای اساسی برای مدیریت این شرایط شامل حکمرانی قانونمند، رهنگاشت فضای مجازی، دیپلماسی سایبری، فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران، تقویت سواد رسانه‌ای، تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی، تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات پیشنهاد گردیده است.

کلیدواژه‌ها: راهبرد، شبکه‌های کاربرمحور، حکمرانی، فضای مجازی، نظریه زمینه‌ای

مقدمه و بیان مسئله

در جهان امروز، شبکه‌های اجتماعی به پدیده‌ای قدرتمند و همه‌گیر در سراسر جهان تبدیل شده‌اند که بر جنبه‌های مختلف زندگی، از مسائل شخصی و اجتماعی گرفته تا فرهنگ و اقتصاد، تأثیر چشمگیری گذاشته‌اند. در حال حاضر، بیش از پنج میلیارد کاربر فعال رسانه‌های اجتماعی در سطح جهانی وجود دارد (پتروسین، ۲۰۲۵). پلتفرم‌هایی مانند فیس‌بوک، توییتر، اینستاگرام، تیک‌تاک و لینکدین، تغییرات بزرگی در شیوه‌های ارتباطی و تعاملات انسانی ایجاد نموده و به ابزاری مهم در برقراری ارتباط، اشتراک‌گذاری اطلاعات و انجام فعالیت‌های تجاری تبدیل شده‌اند. طراحی و اهداف الگوریتم‌هایی که در پشت‌صحنه این شبکه‌های مجازی عمل می‌کنند و ویژگی‌هایی نظیر پسند^۱، قلب، شکلک^۲، اشتراک‌گذاری، پاسخ‌دهی^۳، اعلان‌ها، ریل‌ها^۴ و استوری‌ها برای افزایش انتشار دوپامین^۵ به مغز ما بهینه‌سازی و کامل شده است، به‌طوری که اثرات یک ماده مخدر را شبیه‌سازی نموده و نتیجه آن ایجاد اعتیاد برای کاربران است (هنن، ۲۰۲۴: ۱۵۵).

تلاش و هدف اصلی این رسانه‌ها نفوذ به اعماق ذهن و وابسته نگه‌داشتن کاربران است. برای این پلتفرم‌ها فرقی نمی‌کند که اطلاعات نادرست، نظریه‌های بی‌اساس، یا مطالب تفرقه‌انگیز و یا تصاویر سرگرم‌کننده و خوشایند را به ما نشان می‌دهند. همچنین که گروه‌های مختلف، از جمله جریان‌های سیاسی و نهادهای حاکمیتی، با استفاده از محتوای هدفمند، نحوه توزیع و عرضه محتوای این سامانه‌ها را به نفع خود دست‌کاری کرده تا بتوانند افکار عمومی را هدایت کنند و نتایج رویدادهای مهم را تحت تأثیر قرار دهند و این چالش اجتماعی، تصویری نگران‌کننده از فضای دیجیتال امروز ارائه می‌دهد. نفوذ گسترده این شبکه‌ها، تأثیرگذاری عمیق ذهنی، رفتارسازی و تغییر سبک زندگی و ایجاد تغییرات عمیق اجتماعی پیرو آن، نیازمند توجه ویژه، سریع و دقیق است.

از زمان ورود و فراگیری فضای مجازی در ایران، مسئولان همواره با رویکرد بالا به پایین بر الگوهای نهادی تأکید کرده‌اند و حتی در برخی موارد، نسخه‌های ناقصی از الگوهای مشارکتی را اجرا نموده‌اند. این رویکرد باعث شده است که عوامل کلیدی

-
1. Like
 2. Emoji
 3. Comment
 4. Reels
 5. Dopamine

مانند اقناع و مشروعیت‌بخشی در فرایند سیاست‌گذاری نادیده گرفته شوند. در نتیجه، سیاست‌ها اغلب بدون در نظر گرفتن اصول مهم سیاست‌گذاری عمومی، به سمت تدوین و اجرای اقدامات سلبی، تقابلی و بازدارنده سوق داده شده‌اند. در این راستا، سیاست‌گذاران اقداماتی همچون مسدود و محدودسازی را در دستور کار خود قرار داده‌اند (جهان بین و حیدری، ۲۰۲۴: ۱۷).

این رویکرد که عمده‌تأثیر متمرکز بر محدودیت در لایه ارتباطات و مسدودسازی است؛ با توجه به جذابیت، توسعه سریع و پیچیدگی‌های روزافزون فناوری و استفاده از الگوریتم‌های مبتنی بر کلان‌داده و هوش مصنوعی، ناکارآمد بوده و با فراگیری ابزارهای مختلف رفع انسداد و ظهور فناوری‌هایی از جمله منظومه‌های ماهواره‌ای بی‌اثر شده است؛ در این شرایط جهت حفاظت از سرمایه‌های انسانی جامعه و در رأس آن حاکمیت نیازمند راهبردهایی مؤثر، ترکیبی، جامع و فراتر از محدودیت‌های ارتباطی، سلبی و قضایی، برای مدیریت شبکه‌های کاربرمحور مجازی است، تا بر اساس آن جامعه در برابر این فناوری‌ها و نمونه‌های مشابه آن در آینده به‌گونه‌ای هوشمندانه و فعال برخورد نموده و مصون بماند.

در این پژوهش در جستجوی پاسخ به این پرسش هستیم که راهبردهای حکمرانی شبکه‌های کاربرمحور مجازی کدامند؟ به این امید که توجه و به‌کارگیری آن، به تصمیم‌گیران و خط‌مشی‌گذاران کمک کند تا از توان بالقوه شبکه‌های مجازی در جهت توسعه اجتماعی و فرهنگی بهره‌برداری کرده و پیامدهای منفی آن‌ها را کاهش داده و خنثی نمایند.

همچنین در سال‌های اخیر موجی از پژوهش‌های رسانه‌ای مهم درباره ارتباط بین سکوهای رسانه‌های اجتماعی و سلامت شکل گرفته است که برخی از آسیب‌های احتمالی این پلتفرم‌ها را آشکار کرده و هشدارهایی جدی درباره تأثیرات منفی رسانه‌های اجتماعی مطرح نموده‌اند. این نگرانی‌ها هم‌زمان با افزایش قابل توجه استفاده از آن‌ها در سال‌های اخیر، بیشتر شده‌اند (برادشاو و وایلان‌کورت، ۲۰۲۴: ۱).

روابط در فضای مجازی از نوع قدرت و سلطه ناشی از برتری نظری و فنی است و اگر بخواهیم در این فضا نقش‌آفرین باشیم باید برخوردار از فناوری و مشارکت جامعه، با تأکید بر الگوهای نظری و بومی باشیم. در سال‌های اخیر شاهد تلاش‌های متعددی در زمینه ایجاد شبکه‌های اجتماعی بومی بودیم؛ اما ضعف‌های فنی و فناوری، فقدان مبانی نظری و مدل‌های علمی، عدم پذیرش جامعه و درونی‌سازی رقابت به‌جای رقابت جهانی، مانع از اثرگذاری ایجابی و موفقیت این سامانه‌ها شده است و همچنان راهکار

مسدودسازی^۱ در گفتمان مدیریتی این فضا حاکم است که متأسفانه خود عامل اثرگذاری بر تغییرات اجتماعی بوده و تبعات بسیاری از جمله عبور از قانون و گسترش نرم‌افزارهای ممنوعه، سلب نظارت و افزایش ترافیک خارجی و تهدید امنیت کاربران را به همراه داشته است.

از طرفی تسلط نگرش امنیتی، سلبی و غیرتخصصی بر رویکردهای مثبت و فرهنگ محور در حوزه فضای مجازی، یکی از دلایل اصلی چالش‌های پیش روی این فضا در ایران است. این رویکردها و جرم‌انگاری افراطی ناشی از آن، هرچند با توجیه ارتقای امنیت فضای مجازی چه از جنبه سخت‌افزاری و فنی و چه از جنبه نرم‌افزاری و فرهنگی، تبلیغ و در فرایند سیاست‌گذاری به کار گرفته شده‌اند، اما در عمل آسیب‌های غیرقابل جبرانی به فضای مجازی ایران و امنیت و تاب‌آوری آن وارد کرده‌اند (صفری و قاضی‌نوری، ۲۰۲۳: ۱۷).

در حال حاضر انواع شبکه‌های کاربرمحور مجازی به‌عنوان رسانه‌ای قوی در دسترس همگان است و روزانه بر تعداد کاربران آن‌ها افزوده می‌شود، مسدودسازی این پلتفرم‌ها فرایندی موقت، پرهزینه و با توجه به روندهای فناوری در آینده امکان‌پذیر نخواهد بود و علاوه بر آن با اثرات جانبی متعددی همراه است؛ بنابراین در مواجهه با اثرات تحمیلی ناشی از این عرصه باید به الگویی بومی دست‌یافت و با شناخت نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای مرتبط با این حوزه در جهت منافع ملی حرکت نمود. بنابراین، هدف اصلی در این پژوهش تدوین و پیشنهاد راهبردهایی است که با استفاده از ظرفیت تمام نقش‌آفرینان این عرصه مواجهه دقیقی جهت مدیریت شبکه‌های کاربرمحور مجازی داشته باشیم.

۱. پیشینه پژوهش

عالی و همکاران (۱۴۰۳) در پژوهشی با عنوان «تعریف حکمرانی؛ فراترکیب چіستی حکمرانی» با هدف ارائه تعریفی عام از حکمرانی با استفاده از پژوهش‌های پیشین و فن فراترکیب به جمع‌آوری تعاریف و تحلیل مضمون پرداخته و تعریفی جامع از حکمرانی بر مبنای عناصر تشکیل‌دهنده آن ارائه کرده‌اند.

بی‌گای پیترز (۲۰۱۴)، در مقاله خود با عنوان «آیا حکمرانی برای همه است؟»، حکمرانی را به‌عنوان فرایندی تعاملی و چندبخشی مطرح می‌نماید که در آن دولت،

بخش خصوصی و جامعه مدنی برای مدیریت امور عمومی همکاری می‌کنند. پیترز به چالش‌های حکمرانی فراگیر و عدالت در دسترسی به آن اشاره می‌کند و این سؤال را مطرح می‌کند که آیا حکمرانی به‌طور واقعی برای همه افراد جامعه قابل دسترس است یا تنها برای گروه‌های خاصی است. او بر لزوم مشارکت بیشتر و سیستم‌های حکمرانی عادلانه تأکید دارد.

شریعتی شیر و نقیب زاده، (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «آسیب‌شناسی اجتماعی میکرو سلبریتی‌های ایرانی در اینستاگرام» به پیامدهای متعددی که گسترش شبکه‌های اجتماعی و ظهور میکرو سلبریتی‌ها به‌عنوان یکی از پیامدهای شبکه اجتماعی اینستاگرام داشته است با روش کیفی و از تکنیک ننتوگرافی (شبکه نگاری) پرداخته‌اند. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که میکرو سلبریتی‌ها منجر به آسیب‌های متعددی از جمله تغییر گروه‌های مرجع، ترویج شرط‌بندی آنلاین، گسترش کلیشه‌های جنسی، گسترش مصرف تظاهری، انزوای نخبگان، از بین بردن ارزش‌های والای اجتماعی، گسترش تبلیغات عمل زیبایی، گسترش فراغت انفعالی و خشونت کلامی می‌شوند. این پژوهش پیشنهاداتی نیز در خصوص مواجهه با این مسائل پیشنهاد می‌دهد.

فیروزی و همکاران (۱۴۰۰) در مطالعه‌ای با عنوان «مدل مفهومی تجزیه و تحلیل کلان‌داده‌های رسانه‌های اجتماعی با رویکرد علوم شناختی» به بررسی این موضوع پرداخته‌اند که چگونه می‌توان با استفاده از تحلیل کلان‌داده‌های رسانه‌های اجتماعی و به‌کارگیری رویکرد علوم شناختی، سازوکارهای فعالیت‌های ذهنی کاربران و جوامع مجازی را مدل‌سازی کرد. این رویکرد امکان توصیف، پیش‌بینی و کنترل شرایط فعلی و آینده را با دقت بیشتری فراهم می‌کند. هدف اصلی این پژوهش، ارائه یک مدل مفهومی و شناسایی روابط میان مؤلفه‌های مختلف آن بوده است. مدل پیشنهادی این پژوهش شامل ابعاد مختلفی است؛ از جمله تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان محتوا، پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، مدیریت داده‌ها، رویکردهای شناختی مرتبط با محتوا و ساختار، روش‌های تحلیل داده‌ها، فناوری‌های مورد استفاده، مسائل امنیتی و همچنین قوانین و مقررات حاکم. این مدل به‌عنوان چهارچوبی جامع، درک بهتری از تعاملات و رفتارهای کاربران در فضای مجازی ارائه می‌دهد و به پژوهشگران و تصمیم‌گیرندگان کمک می‌کند تا از داده‌های رسانه‌های اجتماعی به شیوه‌ای مؤثرتر استفاده کنند.

توکلی جبلی و بیگدلو (۱۳۹۷) در مقاله‌ای با عنوان «راهبردهای هدایت تغییرات اجتماعی انحطاطی در راستای ارتقای انسجام ساخت درونی قدرت جمهوری اسلامی ایران» با تأکید بر این حقیقت که تغییرات اجتماعی می‌تواند در دو وجه انحطاطی و اعتلایی بروز و ظهور نماید، راهبردهایی جهت هدایت تغییرات اجتماعی انحطاطی به تغییرات اجتماعی اعتلایی پیشنهاد داده‌اند. برخی از راهبردهایی که می‌تواند این انسجام ساخت درونی قدرت جمهوری اسلامی ایران را در پی داشته باشد عبارتند از: تقویت بنیان‌های فکری و اعتقادی مردم نسبت به ارزش‌های دینی و دستاوردهای انقلاب و دفاع مقدس، تغییر رویکرد رسانه‌ها از وضعیت انفعالی به تهاجمی به همراه سالم‌سازی فضای رسانه‌ای، اعتبارزایی از رسانه‌های غیرخودی با استفاده از رویکرد اقناعی و جذب حداکثری و توانمندسازی مخاطبان در ابعاد سواد رسانه‌ای.

احمدپور ترکمانی و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان «تبیین جامعه‌شناختی نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی (مبتنی بر اینترنت) در جامعه‌پذیری سیاسی جوانان» به بررسی تأثیر شبکه‌های اجتماعی مجازی بر فرآیند جامعه‌پذیری سیاسی جوانان پرداخته‌اند. آن‌ها بیان می‌کنند که دولت‌ها برای حفظ و تداوم حیات خود، نیازمند انتقال و نهادینه‌سازی ارزش‌های سیاسی حاکم به نسل‌های حاضر و آینده هستند تا بتوانند نظم موجود را حفظ کنند. در این میان، عوامل متعددی در شکل‌گیری و تثبیت این ارزش‌ها نقش دارند که در سال‌های اخیر، فضای سایبری و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و تأثیرگذارترین عوامل شناخته شده‌اند.

این پژوهش نتیجه‌گیری می‌کند که شبکه‌های اجتماعی مجازی به‌عنوان ابزاری قدرتمند، در راستای جامعه‌پذیری سیاسی غیررسمی عمل می‌کنند. این نوع جامعه‌پذیری، در بسیاری از موارد، در تضاد با فرایندهای رسمی جامعه‌پذیری سیاسی است که توسط نهادهای دولتی و سنتی انجام می‌شود. به‌عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی مجازی به جوانان این امکان را می‌دهند که خارج از چهارچوب‌های رسمی، با ارزش‌ها، هنجارها و دیدگاه‌های سیاسی متفاوت آشنا شوند و این موضوع می‌تواند چالش‌هایی برای حفظ نظم و ثبات سیاسی موجود ایجاد کند.

داودی و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان «طراحی الگوی نقش شبکه‌های اجتماعی در ایجاد تحول اجتماعی جوانان» با طراحی الگو فوق مشخص نموده‌اند که شبکه‌های اجتماعی باعث تحرک اجتماعی، دانش اجتماعی، پیوند اجتماعی، آگاهی‌بخشی اجتماعی، سازمان‌دهی اعتراضات اجتماعی و پیوستگی اجتماعی می‌شود و در نهایت، از این طریق تحول‌های اجتماعی ایجاد می‌کند.

باکارلا و دیگران در سال ۲۰۱۸ در مقاله‌ای با عنوان «رسانه‌های اجتماعی جدی است؛ درک بخش‌های تاریک رسانه‌های اجتماعی» ضمن نشان دادن فضای چندبعدی حاکم بر شبکه‌های اجتماعی و وجه تاریک آن، به تبیین خطراتی که شبکه‌های اجتماعی برای افراد، جوامع، بنگاه‌ها و حتی کل جامعه به وجود می‌آورند پرداخته‌اند و چالش‌های شبکه‌های اجتماعی را بررسی نموده و اثرات زیان‌بار آن را تحت عنوان «ضلع تاریک» معرفی کرده‌اند. از جمله این تهدیدات به باج‌گیری اینترنتی، استفاده اعتیادآور، فریب، اخبار جعلی و سوءاستفاده از حریم خصوصی اشاره دارد و در انتها چهارچوبی شش‌وجهی جهت معرفی مفاهیم تاریک رسانه‌های اجتماعی شامل گفتگوها، اشتراک، حضور، روابط، شهرت، گروه‌ها و هویت ارائه می‌نمایند.

گرین فیلد (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان «تغییر اجتماعی، تکامل فرهنگی و توسعه انسانی»، با توجه به شتاب تغییرات اجتماعی در سطح جهانی با ارائه نظریه بین‌رشته‌ای و چندسطحی، چهارچوبی یکپارچه برای بررسی پیامدهای این تغییرات بر اساس ارزش‌های فرهنگی، محیط یادگیری، فرایندهای اجتماعی و توسعه انسانی و رفتار یک فرد فراهم می‌کند و در غالب داده‌های جوامعی که در آن تغییر اجتماعی رخ داده (ایالات متحده، چین و مکزیک) و جامعه‌ای که تحت تأثیر مهاجرت بین‌المللی است (مهاجران مکزیک در ایالات متحده)، این مفاهیم را توضیح می‌دهد.

تغییرات اجتماعی در سراسر جهان فراگیر است و معمولاً به سمت گرایش‌های شهرنشینی، آموزش رسمی، ثروت‌اندوزی، تجارت، همبستگی و تکنولوژی در حال پیشرفت است. این گرایش‌های جهانی ارزش‌های فرهنگی، اجتماعی و رفتاری تغییر می‌دهد و داده‌های جهانی گردآوری شده بر روند نزولی فرهنگ دلالت دارد.

از آنجایی که موضوعات حکمرانی، ارتباطات جمعی، شبکه‌های کاربرمحور مجازی و تغییرات اجتماعی از جمله مسائل کلیدی و راهبردی برای جوامع محسوب می‌شوند، در سال‌های اخیر شاهد انجام پژوهش‌های متعددی در این حوزه‌ها بوده‌ایم. این موضوعات هر یک به‌تنهایی یا در تعامل با یکدیگر، نقش تأثیرگذار و تعیین‌کننده‌ای در جهت‌دهی به ساختارهای اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی ایفا کرده‌اند. آثار پژوهشی پیشین که برخی از آن‌ها در بخش پیشینه تحقیق ذکر شده‌اند، عمدتاً بر محورهای نظیر تأثیرات شبکه‌های اجتماعی بر جوامع خاص و محدود و چالش‌های ارتباطات جمعی در عصر فناوری متمرکز بوده‌اند. این پژوهش‌ها با روش‌ها و اهداف مختلف، به اهمیت شناخت تعاملات شبکه‌های مجازی و تأثیر آن‌ها بر جامعه پرداخته‌اند.

اما وجه افتراق اصلی این تحقیق با سایر پژوهش‌ها، در رویکرد جامع و مدیریتی آن نهفته است. این پژوهش با اتخاذ یک دیدگاهی نوین، نه تنها به بررسی اثرات شبکه‌های کاربرمحور بر تغییرات اجتماعی می‌پردازد، بلکه راهبردهای عملیاتی برای مواجهه و مدیریت این شبکه‌ها را نیز ارائه می‌دهد. برخلاف بسیاری از مطالعات که صرفاً توصیفی بوده و به تحلیل وضعیت موجود بسنده کرده‌اند، این تحقیق تلاش دارد تا با رویکردی کاربردی و آینده‌نگر، راهکارهایی در راستای حکمرانی فضای مجازی ارائه دهد. همچنین، تمرکز خاص بر مدیریت تغییرات اجتماعی در بستر تحول دیجیتال و حکمرانی هوشمند، جنبه‌ای متمایز و منحصر به فرد به این تحقیق بخشیده است.

علاوه بر این، این مطالعه به جای تمرکز صرف بر پیامدهای اجتماعی، ابعاد کلان‌تر حکمرانی و خط‌مشی‌گذاری راهبردی را نیز مد نظر قرار داده و به بررسی نقش بازیگران مختلف (دولت، جامعه مدنی و بخش خصوصی) در مدیریت تغییرات ناشی از شبکه‌های مجازی پرداخته است. این نگاه جامع و ترکیبی، نقطه قوت و تمایز اصلی تحقیق حاضر نسبت به پیشینه پژوهشی مرتبط است.

۲. چهارچوب مفهومی

۲-۱. حکمرانی

«حکمرانی»^۱ چهارچوبی است مفهومی که تغییرات در شیوه‌های مدیریت عمومی، نهادهای سیاسی و روابط اجتماعی را توضیح می‌دهد. بیور در تعریف حکمرانی بر این باور است که حکمرانی، فراتر از مدیریت سنتی و بوروکراتیک دولتی، شامل شبکه‌ای از بازیگران مختلف از جمله دولت، بخش خصوصی و نهادهای جامعه مدنی است که به‌طور تعاملی در خط‌مشی‌گذاری و تصمیم‌گیری مشارکت دارند که به‌واسطه آن، کنترل و هدایت امور عمومی بدون نیاز به ساختارهای رسمی متمرکز صورت می‌پذیرد، بدون اینکه الزاماً به ساختارهای رسمی و سلسله‌مراتبی وابسته باشد (بیور، ۲۰۱۳: ۱۲۹-۱۳۰).

پیترز حکمرانی را به‌عنوان فرایند تعاملی و چندبخشی مطرح می‌کند که در آن دولت، بخش خصوصی و جامعه مدنی برای مدیریت امور عمومی همکاری می‌کنند و معنای اساسی آن توانایی هدایت اقتصاد و جامعه است و شامل شناسایی برخی از

ابزارهای مؤثر برای تصمیم‌گیری در مورد اهداف جمعی و سپس یافتن ابزارهای رسیدن به آن اهداف است (پیترز، ۲۰۱۴: ۳۰۳-۳۰۴).

بنابراین، حکمرانی را می‌توان به‌عنوان فرایندی جامع در نظر گرفت که شامل خط‌مشی‌گذاری و ایجاد قواعد، اجرای آن‌ها، نظارت بر عملکرد و استفاده از بازخوردها برای بهبود مستمر است. این فرایند با بهره‌گیری از قدرت قانونی و مشروع، در جهت تحقق اهداف مشترک میان تمامی بازیگران و ذی‌نفعان در چهارچوب ارزش‌ها و هنجارهای پذیرفته‌شده، عمل می‌کند. بر این اساس، یکی از وظایف اصلی حکمرانی، طراحی و تنظیم قوانین و سازوکارهایی است که بر شیوه‌های خط‌مشی‌گذاری و نحوه مشارکت فعالانه کنشگران و ذی‌نفعان در فرایندهای تصمیم‌گیری و اعمال قدرت تأثیر می‌گذارد.

فرازمند، حکمرانی را به‌عنوان چهارچوبی برای مدیریت امور عمومی تعریف می‌کند که بر نوآوری، شفافیت، پاسخ‌گویی و تعامل میان بخش‌های دولتی، خصوصی و جامعه مدنی تأکید دارد (فرازمند، ۲۰۰۴: ۱۱-۱۲)؛ در همین راستا کمیجانی و عیوضی حکمرانی را نیازمند بازتعریف و روزآمدسازی قواعد حاکم بر عرصه خط‌مشی‌های عمومی دانسته که این بازآرایی باید بر پایه اصولی همچون پاسخ‌گویی، شفافیت، مشارکت فعالانه، پایبندی به قانون و کارآمدی صورت گیرد (کمیجانی و عیوضی، ۱۴۰۲: ۴۰۴).

عالی با مرور نظام‌مند داده‌های کیفی و استفاده از روش فراترکیب حکمرانی را فرایند راهبری تعامل نظام‌مند کنشگران (حکومتی/ غیر حکومتی) در یک قلمرو (فراملی، ملی و فرو ملی) از طریق خط‌مشی‌گذاری و تنظیم‌گری (و بازتوزیع) برای تسهیلگری و ارائه خدمات (عمومی) به‌منظور تحقق اهداف جمعی (مشترک بین کنشگران حکومتی و غیر حکومتی) با اعمال اقتدار مشروع در چهارچوب آرمان‌ها و ارزش‌های آن قلمرو توصیف می‌نماید (عالی و دیگران، ۱۴۰۳: ۸۰).

۲-۲. شبکه‌های کاربرمحور مجازی

عمده صاحب‌نظران جوامع مجازی بر این عقیده‌اند که تحقق جامعه منوط به وجود ارتباطات است و تحقق ارتباطات نیز منوط به انتقال اطلاعات از شخصی به شخص دیگر است (قاضی و دیگران، ۱۳۹۵: ۱۰۲). شبکه‌های کاربرمحور مجازی، شبکه‌هایی مبتنی بر اینترنت هستند که به کاربران این امکان را می‌دهند تا به‌صورت گسترده

تعامل داشته و به صورت گزینشی^۱ در برابر مخاطبان گسترده یا محدود خود را ارائه دهند؛ این شبکه‌ها از محتوای تولیدشده توسط کاربران و تعامل آن‌ها ارزش کسب می‌کنند (کار و هیس، ۲۰۱۵: ۸). این رسانه‌ها، علاوه بر ارتباطات برخط، امکان ارتباط غیر هم‌زمان را نیز فراهم نموده و بر محدودیت‌های زمان و مکان غلبه نموده است. شبکه‌های اجتماعی را به جهت داشتن ویژگی‌های یک پارادایم می‌توان در الگوی پیشرفت وسایل ارتباطی، پارادایم به شمار آورد و دگرگونی پارادایم رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون، رادیو، کتاب و روزنامه به پارادایم رسانه‌های اجتماعی جدید را پیشرفت علم در حوزه ارتباطات و وسایل ارتباطات به شمار آورد (شمسی و سلیمانی، ۱۳۹۴: ۶۷).

کاربران در شبکه‌های کاربرمحور مجازی نقش اصلی را در تولید، انتشار و به اشتراک‌گذاری محتوا ایفا می‌کنند. این شبکه‌ها به کاربران امکان می‌دهد تا به صورت مستقیم در ارتباطات اجتماعی مشارکت داشته باشند و محتوای خود را به شکلی آزادانه تولید کنند. برخلاف رسانه‌های سنتی که جریان اطلاعات از بالا به پایین و به صورت متمرکز است؛ در شبکه‌های کاربرمحور مجازی، توزیع اطلاعات به صورت افقی و غیرمتمرکز انجام می‌شود و کاربران می‌توانند هم‌زمان به عنوان تولیدکننده و مصرف‌کننده محتوا عمل کنند. ویژگی‌های این شبکه‌ها شامل تعامل دوسویه، امکان انتشار سریع اطلاعات و قابلیت مشارکت همگانی است که موجب افزایش قدرت نفوذ اجتماعی آن‌ها شده است (کاپلان و هائیلین، ۲۰۱۰: ۶۱-۶۳).

ظهور این فناوری‌ها در جامعه به‌ویژه نفوذ رسانه‌های اجتماعی کاربرمحور مبتنی بر تلفن همراه در تمامی جوامع و زیست‌بوم بشری، به تغییرات فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و حتی سبک زندگی شتاب بیشتری داده و سمت‌وسوی آن را تغییر داده است.

۲-۳. راهبرد

در خصوص راهبرد و مفهوم آن، «دیوید فرد» استراتژی را به عنوان «ابزارهای مدیریتی برای دستیابی به اهداف بلندمدت» تعریف می‌کند. وی تأکید دارد که استراتژی شامل تدوین، اجرا و ارزیابی فعالیت‌هایی است که منجر به دستیابی به اهداف اصلی می‌شود (دیوید، ۲۰۱۱: ۵-۷). همچنین هنری مینتزرگ راهبرد را به عنوان الگویی از تصمیم‌ها تعریف می‌کند که به‌طور مداوم در طول زمان اجرا می‌شوند؛ او مفهوم راهبرد را به

چند بُعد تقسیم می‌کند که شامل «طرح»^۱، «الگو»^۲، «جایگاه»^۳، «چشم‌انداز»^۴ و «نقشه»^۵ است (مینتزبرگ، ۱۹۸۷: ۱۱).

۳. روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش نظریه زمینه‌ای به‌عنوان یک روش پژوهشی استقرایی و اکتشافی، استفاده شده است. این نظریه به شکل نظام‌مند و بر اساس داده‌های واقعی که به‌صورت نظام‌مند گردآوری و تحلیل شده‌اند توسعه‌یافته و ریشه در داده‌های مفهومی داشته و به دنبال تدوین نظریه است. روش‌شناسی این نظریه به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا مبنای نظری را از ویژگی‌های عمومی یا کلی یک موضوع که هم‌زمان ریشه در مشاهدات یا داده‌های تجربی دارد.

در این راستا با استفاده از مصاحبه‌های عمیق با صاحب‌نظران و فرایند کدگذاری هم‌زمان تا زمانی که داده‌های جدید طبقه‌بندی به‌دست‌آمده را تغییر نداده؛ یعنی تا اشباع نظری داده‌ها در فرایند کدگذاری باز، کدگذاری محوری و کدگذاری انتخابی با استفاده از نرم‌افزار MaxQDA و بر اساس روش اشتراوس و کوربین، طبق مراحل توصیف شده در شکل ۱، تحلیل و مدل‌پارادایمی پژوهش استخراج گردید. مشارکت‌کنندگان این پژوهش جمعی از خبرگان، صاحب‌نظران و اندیشمندان حوزه‌های فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، نظامی و فضای مجازی با تحصیلات دکتری و حداقل ۲۰ سال سابقه حضور و فعالیت در سطوح راهبردی کشور هستند.



شکل ۱: فرایند انجام و تکمیل تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش

1. Plan
2. Pattern
3. Position
4. Perspective
5. Ploy

۴. تجزیه و تحلیل یافته‌ها

با استفاده از روش نظریه زمینه‌ای و کدگذاری سه مرحله‌ای داده‌های استخراج شده و ترکیب، ادغام و تبدیل کدهای مشابه به مفاهیم جامع، ارتباط و چسبندگی میان معانی و مفاهیم کشف و از دل آن نظریه و راهبرد استخراج شده است. راهبرد، یکی از کلیدی‌ترین مؤلفه‌های مدل پارادایمی در روش پژوهش نظریه زمینه‌ای است؛ این مؤلفه به مجموعه‌ای از اقدامات هدفمند و برنامه‌ریزی شده اشاره دارد که افراد یا گروه‌ها برای مدیریت یا تغییر شرایط و دستیابی به اهداف خود در یک موقعیت خاص به کار می‌گیرند. به عبارت دیگر، راهبردها پاسخ‌های فعالانه‌ای هستند که افراد برای مقابله با چالش‌ها و تحقق منویات و خواسته‌های خود اتخاذ می‌کنند.

جدول ۱: کدگذاری انتخابی راهبرد

مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
نظریه‌پردازی و تدوین نظریه جامع فضای مجازی	تدوین سند حکمرانی	حکمرانی قانونمند
تدوین سند حکمرانی فضای مجازی		
ارائه الگوی بومی حکمرانی فضای مجازی		
خط‌مشی‌گذاری عالمانه و هدفمند برای هم‌افزایی بین کنشگران فضای مجازی	قانون‌گذاری نظام‌مند	
مشارکت ذی‌نفعان در تدوین قانون و خط‌مشی‌گذاری	ارتقای ساختار و نظام قانون‌گذاری	
ارتقای ساختار و نظام قانون‌گذاری، تنقیح مجدد قوانین با پشتوانه اجرایی ضعیف و التزام آحاد جامعه به قانون		
تقویت رسانه‌های رسمی کشور		
اتخاذ تمهیدات و خط‌مشی‌های آفندی	مواجهه فعال و مسئولانه	
ایجاد نظام جامع و فراگیر رصد و مدیریت فضای مجازی در سطح ملی	ایجاد نظام دیده‌بانی و رصد	ره‌نگاشت ^۱ فضای مجازی
ارائه الگوی بومی و توجه و توسعه گردشگری مجازی	تدوین الگوهای مواجهه	
ارائه الگوی مواجهه با اینفلوئنسرها		

مقوله اصلی	مقوله فرعی	مفهوم
	تقسیم کار ملی	پیگیری مأموریت و ایفای نقش فعال شورای عالی انقلاب فرهنگی در مدیریت محتوای فضای مجازی
		ضرورت ساخت و رصد فضای مجازی
		ضرورت اصلاح و تعریف دقیق نقش حاکمیت و ارکان آن و میزان و شیوه مداخله
دیپلماسی سایبری	مواجهه فعال و مسئولانه	دیپلماسی سایبری ابزاری تنظیمگری با رویکرد مدیریت از مبدأ در فضای مجازی
فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران	شناسایی و استفاده ظرفیت‌های مردمی	سازمان‌دهی نهادهای مردمی
		شناخت و تبیین نقش مردم و ارائه الگوی مشارکت و تقسیم وظایف در مواجهه با شبکه‌های اجتماعی
	حضور مؤثر و مقتدر کاربران در فضای اجتماعی	شناسایی و استفاده حداکثری از ظرفیت‌های فرهنگی و دینی و ملی در مواجهه با مخاطرات فضای مجازی
		استفاده از ظرفیت‌های متنوع مشارکت در فضای مجازی از سوی کاربران
		حضور مؤثر و هدفمند در فضای مجازی و استفاده از فرصت ایجاد شده
	هدفمندی در تولید محتوای فاخر و جذاب	لزوم هم‌افزایی و استفاده از ظرفیت مردمی
		بسترسازی تولید محتوای فاخر و ایجاد جذابیت محتوایی
		نقش کاربران به‌عنوان بازیگران اصلی شبکه‌های اجتماعی
نقش ویژه تعلیم و تربیت تقویت سواد رسانه‌ای	بصیرت افزایی	تقویت نقش مؤثر آموزش و پرورش و به‌کارگیری یکپارچه ظرفیت‌های آموزشی، تربیتی و رسانه‌ای کشور در جهت تحکیم بنیان خانواده
		اتخاذ رویکرد بصیرت افزایی، افزایش سواد اطلاعاتی و رسانه‌ای
تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی	مدیریت نامحسوس و استفاده خردورزانه از داده و اطلاعات	استفاده مؤثر از داده و اطلاعات در مدیریت تغییرات اجتماعی
		کنترل فضای مجازی با اعمال محدودیت هوشمند
		اتخاذ رویکرد ایجابی، غیرمستقیم و مداخله نامحسوس در مدیریت فضای مجازی

مفهوم	مقوله فرعی	مقوله اصلی
حفظ جریان کلان‌داده در مرزهای شبکه ملی اطلاعات	مدیریت کلان‌داده	
مدیریت هوشمند جریان کلان‌داده		
توسعه دسترسی یکپارچه و استفاده از هوش مصنوعی در مدیریت فضای مجازی	مدیریت مبتنی بر هوش مصنوعی	تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
توسعه زیرساخت و پلتفرم جایگزین	ایجاد پلتفرم‌های قابل رقابت و تعاملی	
ایجاد سازوکارهای ارتباطی سریع، صحیح، دوسویه در جهت شناخت انتظارات مردم		
شبکه ملی اطلاعات راهکار حکمرانی فضای مجازی است	تکمیل شبکه ملی اطلاعات	

مدل پارادایمی کلی پژوهش بر اساس تجزیه و تحلیل‌های صورت گرفته شامل مؤلفه‌های علی، زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها به صورت ذیل تصویر شده است.



شکل ۱: مدل راهبردهای حکمرانی شبکه‌های کاربر محور مجازی بر اساس نظریه زمینه‌ای

نتیجه‌گیری و پیشنهاد

مطالعات و یافته‌های حاصله نشان می‌دهد راهبردهای اساسی حاصل از پژوهش براساس بررسی‌های انجام شده و برگرفته از مفاهیم، مصاحبه‌ها و ... شامل «حکمرانی قانونمند»، «ره‌نگاشت فضای مجازی»، «دیپلماسی سایبری»، «فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران»، «تقویت سواد رسانه‌ای»، «تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی» و «تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات» استخراج شده است. به نظر می‌رسد با پیگیری این راهبردها و نگاشت نهادی پیامدها، نتایجی از قبیل: «بهبود شرایط زندگی کاربران، جامعه شبکه‌ای قانون‌مدار، افزایش قدرت نرم، افزایش و ارتقای سرمایه اجتماعی و مرجعیت رسانه‌ای» حاصل شود.

♦ حکمرانی قانونمند

یکی از مشکلات حال حاضر در مدیریت شبکه‌های اجتماعی کاربرمحور، فقدان و ضعف قوانین و خط‌مشی‌گذاری جامع است، اسناد بالادستی و قوانین موجود با توجه به تغییرات سریع و وسیع این حوزه، نگاه‌های بخشی و رویکردهایی با اولویت تنظیمگری نیازمند تقویت و روزآمدسازی است. از طرفی قوانین موجود فاقد ضمانت‌های اجرایی لازم بوده و در هر سه لایه زیرساختی، پلتفرم و کاربران فاقد وحدت رویه در اجرا است و بر اساس رویکرد دولت‌ها دست‌خوش تغییر و اعمال سلیقه است.

بر اساس نتایج این پژوهش جهت مدیریت این فضا نیازمند خط‌مشی‌گذاری عالمانه، هدفمند با حضور و نقش‌آفرینی همه ذی‌نفعان جهت هم‌افزایی تمامی کنشگران شبکه‌های اجتماعی کاربرمحور هستیم، ایجاد نظریه پایه جمهوری اسلامی ایران در این حوزه، تدوین سند جامع حکمرانی و الگوهای اقدام و بهره‌برداری ذیل آن، تنقیح مجدد قوانین موجود و قانون‌گذاری نظام‌مند، پرهیز از جرم‌انگاری‌های نابه‌جا و التزام آحاد جامعه از جمله مدیران به قانون یکی از راهبردهای برون‌رفت از وضع موجود است.

این مفهوم به‌طور خاص بر مدیریت، تنظیم و کنترل قانونمند استفاده از فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی متمرکز است و به حفاظت از حقوق و آزادی‌های شهروندان و همچنین حفظ امنیت و ثبات در فضای مجازی کمک می‌کند

❖ ره‌نگاشت فضای مجازی

این راهبرد به معنای ضرورت تدوین یک نقشه راه دقیق برای مدیریت فضای مجازی و شبکه‌های کاربرمحور است که مسیر نیل به اهداف و خط‌مشی‌گذاری بلندمدت را مشخص کند. این نقشه راه باید شامل ایجاد نظام دیده‌بانی و رصد (راه‌بینی)، تدوین الگوهای مواجهه علی‌الخصوص نحوه تعامل، هدایت و مواجهه با کاربران و اینفلوئنسرها و تقسیم کار ملی برای گروه‌های مردمی، سازمان‌های دولتی و بخش خصوصی جهت ارتقای ظرفیت‌های انسانی و تقویت مشارکت کاربران (راهبری) و در نهایت ارزیابی میزان اثربخشی و موفقیت خط‌مشی‌ها و اقدامات است (راه‌سنجی). به‌علاوه، ره‌نگاشت باید نگاهی جامع به توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی فضای مجازی داشته باشد و از همکاری بین‌المللی در این حوزه بهره‌برد راهبردی که تحت عنوان دیپلماسی سایبری پیشنهاد شده است.

❖ دیپلماسی سایبری

به استفاده از ابزارهای دیپلماتیک برای تنظیم روابط بین‌المللی در حوزه فضای مجازی اشاره دارد. این راهبرد می‌تواند شامل مذاکره برای توافق‌نامه‌های بین‌المللی در زمینه امنیت سایبری، مدیریت داده‌ها و حریم خصوصی کاربران باشد. به‌علاوه، دیپلماسی سایبری می‌تواند به کشورها کمک کند تا در عرصه جهانی قوانین و مقررات فضای مجازی را به نفع خود شکل دهند.

مذاکره با صاحبان پلتفرم‌ها جهت مدیریت و کنترل کاربران در پلتفرم‌ها و ایجاد توافق‌نامه‌ها، کنسرسیوم‌های بین‌المللی و قوانین جهان‌شمول جهت مدیریت بر پلتفرم‌ها و الزام آن‌ها به احترام و حفظ حاکمیت مرزهای سایبری و قوانین کشورها از اهداف این راهبرد است.

❖ فعال‌سازی ظرفیت‌های کاربران

این راهبرد بر توانمندسازی کاربران فضای مجازی و حضور تمامی اقشار و سلاقی جامعه در پلتفرم‌ها علی‌الخصوص اینستاگرام متمرکز است. یکی از مهم‌ترین ابعاد مدیریت در پلتفرمی که زیرساخت آن در مدیریت ما نیست، مانند اینستاگرام ایجاد تعادل در پست‌ها و محتوای در گردش است که این مهم با حضور مؤثر کاربران با تمامی سلاقی امکان‌پذیر است، کاربران برای نیل به این هدف باید امکان، دانش و فن تولید محتوای جذاب و فاخر هماهنگ با فرهنگ ایرانی و اسلامی را داشته باشند و بتوانند از ابزارهای دیجیتال به نحو مؤثری استفاده کنند.

تقویت مهارت‌های دیجیتال، ارتقای دانش سایبری و فراهم کردن دسترسی آسان به منابع آموزشی از جمله اقدامات مهم در این زمینه است.

♦ تقویت سواد رسانه‌ای

سواد رسانه‌ای به توانایی افراد در تجزیه و تحلیل، ارزیابی و استفاده مؤثر از اطلاعات رسانه‌ها و فضای مجازی اشاره دارد. تقویت سواد رسانه‌ای کاربران به آن‌ها کمک می‌کند تا در برابر اطلاعات نادرست یا تحریف‌شده مقاومت کنند و از منابع قابل اعتماد بهره ببرند. این امر می‌تواند از گسترش شایعات، اخبار جعلی و سوگیری‌های شناختی جلوگیری کند و امنیت شناختی کاربران را افزایش دهد.

♦ تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی

این راهبرد به شناخت و بهره‌برداری از هوش مصنوعی در سطوح پیشرفته و پیچیده اشاره دارد. تسلط بر لایه‌های عمیق هوش مصنوعی به کشورها و سازمان‌ها کمک می‌کند تا در رقابت‌های فناوری پیشرو باشند و از مزایای آن در تحلیل داده‌ها، پیش‌بینی روندها و ارائه خدمات هوشمند بهره‌مند شوند. همچنین، این تسلط می‌تواند به بهبود امنیت سایبری و کاهش خطرات در فضای مجازی کمک کند. یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های لازم برای تسلط هوشمند و استفاده از ابزار هوش مصنوعی دسترسی به کلان‌داده‌ای است که در اختیار پلتفرم است، این مهم با دیپلماسی موفق و مهم‌تر از آن رهگیری جریان کلان‌داده با اجتناب از مسدود نمودن بی‌جهت پلتفرم‌ها امکان‌پذیر است.

♦ تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT)

زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات پایه‌ای برای بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی کاربرمحور است. تقویت این زیرساخت‌ها شامل تکمیل شبکه ملی اطلاعات به معنی واقعی آن، بهبود شبکه‌های ارتباطی، افزایش سرعت اینترنت، توسعه سروورها و مراکز داده و ارتقای امنیت شبکه‌ها است.

با تقویت زیرساخت‌ها، کاربران می‌توانند به‌طور مؤثرتر و ایمن‌تری از خدمات دیجیتال بهره ببرند و فضای مجازی به بستری پایدار برای نوآوری و توسعه تبدیل می‌شود.



شکل ۳: راهبردهای حکمرانی شبکه های کاربر محور مجازی

پیشنهادهای

در دنیای امروز که با تحولات سریع فناوری و تغییرات اجتماعی همراه است، شبکه های کاربرمحور مجازی نقش بسیار مهمی در شکل دهی به ارتباطات، رفتارها و باورهای افراد ایفا می کنند. این شبکه ها که به واسطه فناوری های نوین و با سرعت بسیار در حال گسترش هستند، بستری را فراهم آورده اند که در آن افراد به تبادل نظر، اشتراک گذاری محتوا و تأثیرگذاری بر دیگران می پردازند. با توجه به ویژگی های منحصر به فرد شبکه های کاربرمحور و نقش آن ها در تغییرات اجتماعی موارد ذیل پیشنهاد می گردد:

❖ پیشنهاد های سیاستی و راهبردی

- ✓ تدوین سند حکمرانی حوزه رسانه های اجتماعی و حذف تمامی قوانین موازی موجود با همکاری شورای عالی فضای مجازی و مجلس شورای اسلامی؛
- ✓ خط مشی گذاری حکمت بنیان و تدوین قوانین متقن و اجتناب از رویکردهای شتاب زده و اتخاذ تصمیمات فاقد منطق و عقلانیت و بدون پشتوانه لازم قانونی؛
- ✓ بازنگری خط مشی ها، رفع و اصلاح قوانین مزاحم و ناکارآمد؛
- ✓ تقویت دیپلماسی سایبری و تعامل با کشورهای هم سو در ایجاد نهادهای بین المللی در جهت مدیریت شبکه های کاربرمحور غیربومی؛

- ✓ تغییر خط‌مشی‌گذاری فعلی در خصوص مسدودسازی و اعمال مدل‌های مالی و مدیریت ترافیک جهت دسترسی به پلتفرم‌های غیربومی؛
- ✓ توجه ویژه به آموزش و پرورش جهت تربیت نسلی مقاوم، باورمند و باسواد در حوزه رسانه‌های اجتماعی؛
- ✓ توجه و تقویت بنیان‌های دینی و اعتقادی مردم، ایجاد شفافیت در فرایندهای تصمیم‌گیری و ارائه اطلاعات لازم به مردم؛
- ✓ پاسخگویی سازمان‌ها و نهادها در حوزه مسئولیتی خود، گسترش و تقویت نهادهای مردمی، توزیع عادلانه منابع و خدمات اجتماعی، کاهش اقدامات و تصمیمات آزاردهنده و هر آنچه در ارتقای و افزایش سرمایه اجتماعی مؤثر است.

❖ پیشنهادهای زیرساختی و فنی

- ✓ ایجاد پلتفرم‌های جایگزین و یکپارچه با تجمیع یا حذف برخی از شبکه‌های داخلی موجود با ایجاد مزیت‌های رقابتی با نمونه‌های خارجی در جهت تقویت حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی کاربران؛
- ✓ استفاده از هوش مصنوعی در تمامی لایه‌های فضای مجازی و شناخت مسائل، برنامه‌ریزی، توسعه زیرساخت، مدیریت و مواجه مناسب در شبکه‌های اجتماعی؛
- ✓ توسعه کامل شبکه ملی اطلاعات در تمامی لایه‌های تعیین شده و تقویت زیرساخت‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات با رویکرد بومی‌سازی؛
- ✓ هم‌افزایی، توسعه اجتماعی و فرهنگ‌سازی؛
- ✓ توسعه سازوکارهای رصدی، تجمیع و هم‌افزایی ظرفیت‌های موجود، روزآمدسازی شاخص‌ها و سنجش وضعیت و روندهای جامعه؛
- ✓ ایجاد زمینه همکاری و مشارکت آحاد جامعه در مدیریت فضای مجازی و استفاده از ظرفیت‌های مردمی در مدیریت شبکه‌های اجتماعی مخصوصاً در تولید محتوا و مشارکت‌جویی؛
- ✓ تقویت سواد رسانه‌ای، سواد اطلاعاتی و دانش شناختی مردم جهت مواجه هوشمندانه در فضای مجازی.

References

- Ahmadpour Turkmani, B., Azkia, M., & Saroukhani, B. (2018). Sociological explanation of the role of virtual social networks (Internet-based) in the political socialization of youth with an emphasis on media trust (Case study: Youth aged 18-25 in Tehran). *Media Studies*, 41(13), 21-39. Doi: 10.22059/gmj.2018.68235
- Baccarella, C. V., Wagner, T. F., Kietzmann, J. H., & McCarthy, I. P. (2018). Social media? It's serious! Understanding the dark side of social media. *European Management Journal*, 36(4), 431-438. Doi: 10.1016/j.emj.2018.07.002
- Bevir, M. (2013). *A theory of governance*. University of California Press.
- Bradshaw, S., & Vaillancourt, T. (2024). Freedom of Thought, Social Media and the Teen Brain. Centre for International Governance Innovation. <http://www.jstor.org/stable/resrep57753>
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65. Doi: 10.1080/15456870.2015.972282
- David, F. R. (2011). *Strategic management: Concepts and cases*. Pearson Education.
- Davoudi, R., Soltanifar, M., & Farhangi, A. A. (2017). Designing a model for the role of social networks in creating social transformation among youth. *Information and Communication Technology in Educational Sciences*, 28(7), 81-110.
- Farazmand, A. (Ed.). (2004). *Sound governance: Policy and administrative innovations*. Praeger Publishers.
- Firouzi, M. H., Movahhedi Sefat, M. R., Haji Molla Mirzaei, H., & Mousavian, S. M. (2021). Conceptual model for analyzing big data of social media with a cognitive science approach. *National Security*, 41(11), 187-218. Dor: 20.1001.1.33292538.1400.11.41.7.5
- Ghazavi, S. F., Zibakalam, S., & Aghili, S. V. (2016). The role of cyberspace in advancing modern public diplomacy. *Media and Culture*, 12(6), 101-118.
- Greenfield, P. M. (2018). Studying social change, culture, and human development: A theoretical framework and methodological guidelines. *Developmental Review*, 50, 16-30. Doi: 10.1016/j.dr.2018.05.003
- Hannan, Jason. (2024). *Trolling ourselves to death: democracy in the age of social media*. Oxford University Press.
- Jahanbin, Farzad, and Heydari, Yaqub. (2023). Analysis of the Politics of the Islamic Republic of Iran in the Realm of Virtual Space from the Perspective of Ayatollah Khamenei. *Strategy*, 32(4), 535-556. doi: 10.22034/rahbord.2024.432314.1636
- Kamijani, A., & Eyvazi, M. R. (2023). The sphere of good governance: From Alavi teachings to global indicators (Scientific

- article of the Ministry of Science). Strategy, 32(108). Doi: 10.22034/rahbord.2024.423698.1620
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. Business Horizons, 53(1), 59-68. Doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003
 - Mintzberg, H. (1987). The strategy concept I: Five Ps for strategy. California Management Review, 30(1), 11-24. Doi:10.2307/41165263
 - Peters, B. G. (2014). Is governance for everybody? Policy and Society, 33(4), 301-306. Doi: 10.1016/j.polsoc.2014.10.005
 - Safari, Hadi, and Ghazi Nouri, Sepehr. (2023). The Position of Security and Resilience in Cyberspace Policymaking Based on the Islamic-Iranian Model of Progress. Strategy, 32(3), 463-484. doi: 10.22034/rahbord.2024.414917.1589
 - Shamsi, M., & Soleimani, M. (2015). Investigating the relationship between scientific communication and media with an emphasis on social media. Ketab-e Mehr, 17-18(0), 62-79.
 - Shariati Shirazi, M. T., & Naghibzadeh, A. (2023). Sociopathological analysis of Iranian micro-celebrities on Instagram. Majlis and Strategy, 116(30), 177-204. Doi: 10.22034/mr.2022.5223.4995
 - Tavakoli Jebeli, M., & Bigdalu, M. (2018). Strategies for guiding degenerative social changes towards enhancing internal structural cohesion; The power of the Islamic Republic of Iran. National Security, 29(8), 109-140.
 - Petrosyn, Ani. 2025. "Number of internet and social media users worldwide as of February 2025." Statista, Feb 13. www.statista.com/statistics/617136/digital-population-worldwide/



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی