

شناسایی عوامل محیطی حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران

زاهد غفاری هاشجین^۱
عبدالرضا بیگی نیا^۲
سید محسن نصرت آبادی^۳

چکیده

پژوهش حاضر با هدف «شناسایی و ارزیابی عوامل محیطی (داخلی و خارجی) حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران با استفاده از الگوی SWOT» انجام شده است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و به لحاظ روش از نوع توصیفی-تحلیلی بوده و گردآوری داده‌ها با استفاده از پرسشنامه و مبتنی بر تکنیک دلفی صورت گرفته است. پس از مطالعه و شناسایی عوامل و دسته‌بندی آنها در قالب (قوت‌ها، ضعف‌ها، فرصت‌ها، و تهدیدها) پرسشنامه مرحله اول و دوم مبتنی بر طیف چهار گزینه‌ای تهیه و در اختیار کارشناسان و صاحب‌نظران این حوزه قرار گرفت. روایی محتوایی ابزار بر اساس نظرات صاحب‌نظران مورد تأیید قرار گرفت و پایایی آن نیز بر اساس الفای کرونباخ ۰.۷۴۷ به دست آمد. پس از جمع‌آوری داده‌های موردنیاز از طریق پرسشنامه، داده‌های تحقیق با استفاده از نرم افزار SPSS و با بهره‌گیری از روش‌های آمار توصیفی و استنباطی مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. با استفاده از آزمون T تک متغیره، میانگین مؤلفه‌های مربوط به هر یک از متغیرهای چهارگانه تحقیق آزمون شدند. همچنین با بهره‌گیری از آزمون فریدمن کلیه متغیرهای تحقیق رتبه‌بندی شدند. با استفاده از الگوی تحلیل فرد آر.دیوید، ۵ مؤلفه از هر یک از متغیرهای چهارگانه (نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها) ارزیابی شد. در نهایت عدد به دست آمده از جمع جبری متغیرهای نقاط قوت و ضعف، برای محیط داخل مثبت است (۲/۱). همچنین جمع جبری متغیرهای فرصت‌ها و تهدیدها، برای محیط خارجی مثبت (۳) است. با توجه به حصول دو میانگین در حد متوسط، وضعیت فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران در منطقه متوسط (خانه ۵ از ماتریس ۹ خان‌های فرد آر.دیوید) قرار گرفت. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که در مجموع، وضعیت فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران، در منطقه یکم دستگاه مختصات یا ربع اول مختصات مدل SWOT فرد آر.دیوید قرار گرفت. این ناحیه در تحلیل استراتژیک موسوم به ناحیه اتخاذ استراتژی‌های تهاجمی و یا منطقه SO (منطقه وجود قوت‌ها و فرصت‌ها) است.

کلید واژه‌ها: فضای مجازی، SWOT، تحلیل استراتژیک، سیاسی، فرهنگی، عوامل محیطی، جمهوری اسلامی ایران.

Email:ghafari@shahed.ac.ir

۱- دانشیار علوم سیاسی دانشگاه شاهد (نویسنده مسئول)

Email:beyginia@gmail.com

۲- استادیار مدیریت دانشگاه شاهد

Email:s.mohsenosratabadi@gmail.com

۳- کارشناس ارشد جامعه‌شناسی انقلاب اسلامی دانشگاه شاهد

تاریخ پذیرش: ۹۴/۹/۱۴

تاریخ دریافت: ۹۴/۷/۱۳

مقدمه

گسترش روز افزون تکنولوژی‌های ارتباطی جدید در سال‌های اخیر، جنبه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی‌حیات بشری را با چالش روبه‌رو کرده است. از منظر سخت‌افزاری تعداد سایت‌ها و تکنولوژی‌های وابسته به آنها نیز در حال گسترش است. در واقع ترکیب تکنولوژی و محتوا که در بستر اینترنت با هم ترکیب شده است، فضایی را برای تعامل اجتماعی انسان فراهم نموده است. به دلیل این‌که این فضا امکان ارتباط انسان‌ها را بدون حضور فیزیکی آنها فراهم نموده است، لذا با عنوان فضای مجازی توصیف می‌شود. همچنان‌که این فضا ظرفیت فوق‌العاده‌ای در جهت پیشرفت و اعتلای انسان ایجاد نموده است، می‌تواند به تهدیدی برای نوع بشر تبدیل شده و در جهت پیشبرد منافع کشورهای استکباری قرار گیرد. از این روی مطالعه تأثیرات این فضا در ارتباطات اجتماعی انسان‌ها و نیز بررسی نقش آن در حوزه‌های اجتماعی، فرهنگی و سیاسی می‌تواند برای درک اهمیت این فضا و برنامه‌ریزی جهت بهره‌برداری از مزایای آن، حائز اهمیت باشد.

جهانی شدن دارای ویژگی‌هایی است که می‌توان به روند روبه رشد گرایش به بهره‌گیری از فرصت‌های حضور جهانی کشورها در ابعاد مختلف اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، محیطی، علمی و مذهبی اشاره کرد. تغییرات در تجارت و روابط اقتصادی و ظهور شرکت‌های فراملیتی در زمینه اقتصاد، بازتعریف حاکمیت ملی، مرزهای ملی و امنیت ملی در زمینه سیاست، توسعه روز افزون رسانه‌های گروهی و تغییر در ارزش‌ها و روابط اجتماعی انسان‌ها، نمونه‌هایی از ابعاد جهانی شدن هستند (حمیدی، ۱۳۹۰: ۱۵-۱۱). از طرفی عصر حاضر که «عصر ارتباطات» نیز نام‌گذاری شده است، صحنه بروز و ظهور ابزارها و فناوری‌های مدرن اطلاعاتی و ارتباط جمعی از جمله اینترنت، ماهواره، شبکه‌های متنوع و پیشرفته، تلفن همراه و نظایر آنها است و به تبع آن تغییر و دگرگونی در ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی انسان‌ها، مناسبات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی روی داده است. فضای ایجاد شده که متشکل از ابزارهای ارتباطی، مؤلفه‌های فردی و اجتماعی و کنش‌های متقابل میان آنها است، تحت عنوان «فضای مجازی»^۱ مطرح شده است، که می‌تواند به عنوان یکی از ویژگی‌های بارز جهانی شدن و عصر ارتباطات به‌شمار رود.

صحت از فضای مجازی اغلب فکر مردم را به کامپیوتری که به اینترنت متصل است سوق می‌دهد در حالی‌که این مقوله فقط بخش کوچکی از فضای مجازی را تشکیل می‌دهد، فضای مجازی از نظر دیوید بل^۲ (۲۰۰۱) فقط مجموعه‌ای از سخت‌افزار نیست، بلکه مجموعه‌ای از تعاریف نمادین است که شبکه‌ای از عقاید و باورها را در قالب داد و ستد «بیت»^۳ رد و بدل می‌کند. فضای مجازی در واقع نامی است که در برگیرنده تعداد زیادی از کاربردهای امروز فناوری‌های جدید ارتباطی است. این نام نخستین بار توسط ویلیام گیbson^۴ در رمان نورومانسر^۱ ابداع شد و دگرگونی‌های مبتنی بر فناوری نقش زیادی در ظهور این

1. Cyberspace
2. David Bell
3. Bit
4. William Gibson

اصطلاح داشته است. کلمه فضای مجازی^۲ از درون کلمه «سایبرنتیکس^۳» که به وسیله نوربرت وینر^۴ شده و در واقع علم نظریه کنترل است و در مورد سیستم‌های پیچیده به کار می‌رود، ابداع شده است (غفاری هاشجین و نصرت آبادی، ۱۳۹۱: ۲۶۲-۲۶۳).

از فضای مجازی در سطوح گسترده استفاده می‌شود که نشانگر ظرفیت بالای این عرصه جهت فعالیت و لزوم برنامه‌ریزی دقیق و حساب شده برای ورود به این عرصه است. استفاده روز افزون از شبکه‌های اجتماعی، دوست‌یابی، همسریابی، بانک‌داری اینترنتی، آموزش مجازی، فعالیت هکرها، سرقت اطلاعات، مبادلات اقتصادی، فضای تبلیغاتی گسترده و نظایر آنها گوشه‌ای از ظرفیت‌های این حوزه است. پیوستن ایران به شبکه جهانی اینترنت به سال‌های آغازین دهه ۷۰ هجری - شمسی برمی‌گردد. در واقع افزایش تصاعدی ضریب نفوذ اینترنت در ایران و در کنار آن نرخ رشد ارایه محتوی در حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی و غیره در قالب سرویس‌هایی مانند پست الکترونیکی، سایت‌ها و وبلاگ‌ها، تالارهای گفتگو^۵ روی این شبکه جهانی، توجه به ابعاد گوناگون و چالش‌های پیش روی آن را ضروری کرده است و شاید بتوان گفت که هیچ پدیده‌ای در طول سال‌های اخیر به اندازه اینترنت در ایران رشد صعودی نداشته است (شیرودی، ۱۳۸۹: ۱۸۴-۱۸۵).

فضای مجازی بستری برای فعالیت در تمامی عرصه‌های فردی و اجتماعی، ملی و بین‌المللی و در واقع فضایی مستعد برای جهانی شدن است. از یک سوی فضای مجازی و سهولت ارتباطات، نقش و جایگاه خاصی در جهانی شدن دارد و از دیگر سوی جهانی شدن باعث افزایش دسترسی به شبکه جهانی اطلاعات و درک اهمیت و جایگاه فضای مجازی شده است و در عرصه اطلاعات جهانی شدن تسهیل‌کننده جریان اطلاعات بر فراز مرزها تلقی می‌شود (محقق منتظری، ۱۳۹۱).

از این روی اشراف کامل و به‌روز، نسبت به عوامل محیطی حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی در سطح داخلی و خارجی، شناخت آثار چشمگیر آن در ابعاد فردی و اجتماعی، به منظور صیانت از آسیب‌های ناشی از آن و برخورد هوشمندانه با این فضا اهمیت دارد. همچنین مواجهه فعال و خردمندانه با فضای مجازی، جهت بهره‌گیری حداکثری از فرصت‌های متصور برای آن در راستای پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی، از بایسته‌های پژوهش در این زمینه است. «حوزه فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد» (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰: حکم تشکیل شورای عالی فضای مجازی).

در تحقیق حاضر با توجه به اهمیت مطالب مطرح شده، بر اساس الگوی SWOT، با بهره‌گیری از نظرات دست‌اندرکاران و کارشناسان حوزه فضای مجازی؛ عوامل محیطی بر اساس الگوی برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک و به‌طور خاص بر اساس الگوی فرد آر. دیوید شناسایی و احصاء شد. پس از جمع‌آوری

1. Neuromancer
2. CyberSpace
3. Cybenetics
4. Norbert Wiener
5. Chat Room

داده‌های مورد نیاز از طریق پرسشنامه، با استفاده از ماتریس ارزیابی و تحلیل عوامل محیطی (داخلی و خارجی) وضعیت کشور در استفاده از قوت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌ها، و نیز وضعیت کشور در استفاده از فرصت‌ها و اجتناب از تهدیدها، نشان داده شد. بر این اساس، پژوهش حاضر در پی پاسخ به این سؤال اصلی است که: «عوامل محیطی (داخلی و خارجی) حوزه‌سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران کدامند و اهمیت و اولویت آنها چگونه است؟»

اهمیت و ضرورت تحقیق

۱. فواید نظری

- ۱.۱. شناخت ویژگی‌ها و شاخص‌های جهانی شدن در حوزه فضای مجازی.
- ۲.۱. شناخت عوامل محیطی (داخلی و خارجی) فضای مجازی و آثار چشمگیر آن در ابعاد سیاسی و فرهنگی.
- ۳.۱. توسعه دانش مواجهه با فضای مجازی جهت بهره‌گیری از فرصت‌های آن در ابعاد سیاسی و فرهنگی.

۲. فواید عملی

- ۱.۲. شناسایی نقاط قوت و ضعف حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی و ارائه راهکارهایی جهت سرمایه‌گذاری و توسعه فعالیت‌های بومی در زمینه فضای مجازی برای ارائه خدمات مفید به اقشار گوناگون در راستای اهداف انقلاب اسلامی.
- ۲.۲. استخراج شاخص‌ها و سنجه‌های قابل اندازه‌گیری جهت بررسی و رتبه‌بندی فعالیت‌ها در فضای مجازی، جهت استفاده در حوزه محدودسازی دسترسی کاربران و مقابله عملی با تهدیدات.
- ۳.۲. آشنا ساختن متولیان و کارگزاران حوزه فضای مجازی با عوامل محیطی خارجی این حوزه برای سیاست‌گذاری و تصمیم‌گیری جهت صیانت از آسیب‌های ناشی از آن.
- ۴.۲. ارائه مصداق‌های عملی در زمینه تهدیدات و فرصت‌های فضای مجازی در ابعاد سیاسی و فرهنگی.

سؤال‌های تحقیق

۱. نقاط قوت حوزه‌سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران کدامند؟
۲. نقاط ضعف حوزه‌سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران کدامند؟
۳. فرصت‌های حوزه‌سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران کدامند؟
۴. تهدیدهای حوزه‌سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران کدامند؟

بررسی‌مبانی نظری و مرور پیشینه تحقیق

اصطلاح جامعه اطلاعاتی بیانگر تکنولوژی‌های نوین اطلاعاتی و تجدید سازمان جامعه، درباره جریان اطلاعات است. واژه جامعه اطلاعاتی و مفاهیم شبیه به آن یعنی عصر اطلاعات، جامعه‌ای را توصیف

می‌کند که برای تولید انواع کالا و خدمات وابستگی زیادی به استفاده از تکنولوژی اطلاعات دارد. کاستلز^۱، شبکه را مجموعه‌ای از نقاط اتصال یا گره‌های به هم پیوسته تعریف می‌کند. کاستلز جامعه شبکه‌ای را ساختار اجتماعی غالب و مسلط در عصر اطلاعات می‌داند. شبکه اینترنت و ارتباط با واسطه رایانه، امکان تغییر شکل فرهنگ‌ها را فراهم آورده و کاستلز در رسانه‌های جدید ارتباطی، امکانات و قابلیت‌هایی نو و دموکراتیک برای ارتباطات و مشارکت می‌بیند و به نظر او افراد با این امکانات قادر خواهند بود که جهان‌های مجازی خود را بسازند که پایه دموکراتیک شدن تصورها و باورها را می‌سازد(رسولی و مرادی، ۱۳۹۱: ۶۱-۶۲).

گسترش قلمرو تحلیلی برای تعیین موقعیت آنچه جهانی است، ممکن است حوزه‌های گوناگونی را شامل شود که می‌توان حوزه‌های دیجیتالی و مجازی را به آن اضافه نمود. جای‌گیری پدیده‌های جهانی در محدوده ملی که شامل زمینه جغرافیایی و محیط سازمانی محصور در قوانین ملی و امکانات اجرایی است، حاکی از ضرورت گذر از این محدودیت و در واقع در حال ملی‌زدایی پدیده‌هاست. وقتی اصطلاح جهانی شدن را به کار می‌بریم منظورمان شکل‌گیری سازمان‌ها و فرآیندهای جهانی آشکار است. اما مجموعه‌ای از فرآیندها وجود دارد که الزاماً در سطح جهانی قرار ندارد، اما بخشی از جهانی شدن است که این فرآیندها در درون حوزه‌ها و قلمروهای نهادی بروز می‌کنند که عمدتاً در شرایط ملی ایجاد شده‌اند. چیزی که این فرآیندها را بخشی از جهانی شدن می‌کند آن است که این فرآیندها شامل شبکه‌ها و تشکیلات فرامرزی پیوند دهنده و متصل‌کننده فرآیندها و بازیگران محلی متعددی می‌باشند که این اتصال و پیوند می‌تواند در حوزه فضای مجازی نیز رخ دهد (هلد و مک‌گرو، ۱۳۸۸: ۱۲۱-۱۲۳).

با ردیابی پیامدهای جهانی شدن به‌عنوان تجدید سازمان فضا برای ساختارهای اجتماعی گسترده‌تر می‌توان به ارزیابی هزینه‌ها و منافع این جغرافیای نوین و همچنین پیامدهای منفی ناشی از فوق قلمروگرایی که ناشی از سیاست‌های جهانی شدن است و به‌ویژه عمدتاً اجتناب‌ناپذیر و سرنوشت‌ساز است، پرداخت. به‌عنوان نمونه پیامدهایی که برای امنیت انسان به‌معنی انواع و سطوح امنیت و اطمینانی که مردم یک جامعه احساس می‌کنند و نیز به تأثیر گسترش روابط فراج جهانی بر دموکراسی به معنی درجات و شیوه‌های توانایی مردم در شکل دادن به سرنوشت جمعی خود اشاره نمود. البته قابل ذکر است که در کنار پیامدهای مثبت جهانی شدن که در ابعاد فرهنگی و سیاسی به بار آورده، تأثیرات منفی چشمگیر ویژگی ذاتی جهانی شدن نبوده و عمده آنها ناشی از سیاست‌های نولیبرالی در جهت این‌گرایش است (شولت، ۱۳۸۲: ۲۵۳-۲۵۶).

جهانی شدن رابطه انسان و پیرامونش را دست‌خوش تغییر قرار می‌دهد و باعث خروج فرد از حالت درون‌گرایانه و متکی به منطقه‌ای خاص به هویتی برون‌گرایانه و فراسرزمینی می‌شود. تاملینسون^۲ یادآور می‌شود که این حرکت تنها در قالب گذار از نظم محلی به نظم کلان نمی‌گنجد و فراتر از تأثیرگذاری‌های

1. Casteels
2. Tomlinson

ارتباطات و فناوری جدید است و به تحکیم هر چه بیشتر پیوندهای «وابستگی متقابل» میان انسان‌ها می‌انجامد و پدیدآورنده انواع اتحادهای سیاسی- فرهنگی و همبستگی‌های جدید است و در سطوح بالاتر به سست شدن رابطه فرهنگ و مکان منجر می‌شود که از آن به «سرزمین‌زدایی» تعبیر می‌شود (مظاهری و کاوسی به نقل از تاملینسون، ۱۳۹۰: ۳۸-۳۹).

همزمان با گسترش شگرف سرمایه‌داری و سازمان‌های سیاسی فراملی، ظهور فرهنگ جهانی به عنوان یکی از ویژگی‌های برجسته جهانی شدن در نتیجه توسعه تکنولوژی‌های ارتباطات کامپیوتر در حال ظهور است. فرهنگ جهانی متخصص بسط و گسترش تکنولوژی رسانه‌ها و تحقق رؤیای دهکده جهانی مک لوهان^۱ است، رسانه‌هایی که مردم سراسر دنیا را که وارد شبکه‌های جهانی کامپیوتر می‌شوند از رویدادهای مهم سیاسی و برنامه‌های تبلیغاتی آگاه می‌سازند. شبکه‌هایی که مرزهای زمانی و مکانی را در نوردیده و افکار، اطلاعات و تصاویر را به طور آنی در سرتاسر دنیا به گردش در می‌آورند. زمانی که فرهنگ‌های جهانی در درون فرهنگ‌های محلی رخنه کنند، پیکربندی‌های جدیدی ظهور می‌یابد که هر دو قطب جهانی و محلی را در هم ترکیب کرده و نیروهای متضاد استعمارگری و مقاومت، هویت‌های دورگه و انگاره‌ها و اندیشه‌های جدید را به وجود می‌آورند (اختر محقق، ۱۳۸۶: ۲۸-۳۱).

پاتنام^۲ سرمایه اجتماعی را به عنوان اعتماد، هنجارها و شبکه‌های پیوند تعریف می‌کند که تسهیل‌کننده همکاری کنش‌گران برای نیل به سود متقابل است و نتیجه این همکاری، انواع متفاوتی از کنش‌های جمعی است. از نظر بوردیو^۳ سرمایه اجتماعی، جمع منابع بالقوه و بالفعلی است که نتیجه عضویت در یک گروه برای دستیابی به منابع آن گروه است. سرمایه اجتماعی مستلزم شرایطی به مراتب بیش از وجود صرف شبکه پیوندها است و در واقع پیوندهای شبکه‌ای می‌بایست از نوع مثبت و مبتنی بر اعتماد باشند. به نظر پاتنام هنجارها و شبکه‌های روابط مدنی به شکل قدرتمندی در انجام وظیفه دولت تأثیر می‌گذارد. کیفیت حکومت به میزان بالایی تحت تأثیر روابط مدنی است نمونه‌هایی از موفقیت مدنی که در سایه مشارکت مردمی به دست می‌آید شرکت در رأی‌گیری، خرید روزنامه و تولید مطبوعات است. بر این مینا هرگاه یک جامعه یا نهاد اجتماعی بتواند مشارکت اعضای خود را برای دستیابی به اهداف خاص جلب نماید، گفته می‌شود که آن جامعه دارای سرمایه اجتماعی است (موسوی، ۱۳۸۵: ۶۹-۷۲). فوکویاما^۴ نیز مانند پاتنام هنجارهای همیاری را شالوده سرمایه اجتماعی معرفی می‌نماید و همچنین او مفهوم شبکه را در ارتباط با سرمایه اجتماعی طرح می‌نماید و از دیدگاه سرمایه اجتماعی، شبکه را به صورت یک ارتباط اخلاقی مبتنی بر ارتباط تعریف می‌نماید. از طرف دیگر فوکویاما شبکه را سازمانی هموار می‌نامد که در آن مقررات بروکراتیک و اقتدار رسمی با هنجارهای غیر رسمی مشترک که در میان اعضا درونی شده است، جایگزین می‌شود ساختار شبکه‌های اجتماعی افراد در نظریات سرمایه اجتماعی به اشکال مختلف مطرح

1. McLuhan
2. Putnam
3. Bourdieu
4. Fukuyama

شده است. کلمن^۱ و بورديو در مباحث خود تأکید بر شبکه‌های فشرده و فروبسته گروه را جهت اعمال هنجارهای مؤثر و حفظ هویت می‌دانند (توسلی و موسوی، ۱۳۸۴: ۱۴-۲۳).

فرآیند جهانی شدن به مدد فناوری اطلاعات بیشترین تأثیر را در حوزه فرهنگ می‌گذارد. بر این اساس، فرهنگ‌ها توسط نظام تکنولوژیک جدید ارتباطی دست‌خوش دگرگونی‌های بنیادین می‌شوند. پدیده جهانی شدن واقعیتی گریزناپذیر است که فضای سیاسی، اجتماعی و از همه مهم‌تر فرهنگی ملت‌ها، هویت‌ها و قومیت‌ها را نیز تحت تأثیر قرار می‌دهد. برخی آن را پیش درآمدی برای ایجاد جهانی دموکراتیک و متحد می‌دانند که به تعبیر مک لوهان به استقرار «دهکده جهانی» خواهد انجامید. برخی بر این باورند که جهانی شدن فرهنگی، هویت ملی را تضعیف می‌کند و نهایتاً منجر به انقطاع فرهنگ و از خود بیگانگی فرهنگی می‌شود و فرجام کار چیزی جز بی‌هویتی نیست.

فضای مجازی عرصه جدیدی برای حیات بشری است که قابلیت پذیرش و انجام بخش عمده‌ای از نیازها، فعالیت‌ها و نیز توانایی شبیه‌سازی فعالیت‌ها و ساختارهای فضای واقعی را از طریق اثر بخشی در فضای واقعی دارد. شبکه اینترنت و فضای مجازی انعکاس قدرت برتر کشورهایی است که آن را به وجود آورده و معماری کرده‌اند. طراحی و ساخت اینترنت نیاز به قابلیت‌هایی در زمینه مخابرات، ارتباط اطلاعاتی، سرمایه‌گذاری و نظایر آنها دارد. از سوی دیگر این شبکه و فضا برای کنترل‌کننده خود تولید قدرت می‌کند. تمرکز نهادهای ساختاری شبکه جهانی اینترنت و فضای مجازی در آمریکا، عملاً آن را در موقعیت مرجعیت اطلاعاتی قرار داده و به تمرکز اطلاعات در قلمرو جغرافیایی آمریکا منجر می‌شود. تسلط اطلاعاتی، به دارنده آن قدرت فزاینده‌ای اعطا می‌نماید. صاحب‌نظران عصر جدید قدرت جهانی را مبتنی بر فناوری اطلاعات می‌دانند. از این رو سلطه اطلاعاتی می‌تواند برای آمریکا تولید قدرت بنماید و نوعی امپریالیسم و سلطه جهانی را به ارمغان بیاورد و به تسلط و نفوذ سیاسی و فرهنگی آمریکا بر سایر ملل منجر گردد.

یکی از ابعاد ژئوپولیتیک فضای مجازی کنترل و بهره‌گیری از آن توسط قدرت سیاسی برتر است که از طرق زیر انجام می‌شود: (۱) کنترل بر ابزار تولید اطلاعات مانند نرم‌افزارهای پردازش‌کننده؛ (۲) کنترل دسترسی به فضای مجازی به عنوان شاهراه اطلاعاتی؛ (۳) کسب اطلاع از محتوی پیام‌ها و داده‌های اطلاعاتی؛ (۴) تمرکز و ذخیره‌سازی اطلاعات کاربران از کشورهای مختلف.

ابعاد ژئوپولیتیک فضای مجازی: ژئوپولیتیک اینترنت و فضای مجازی دارای ابعاد مختلفی است: (۱) بعد مدیریتی و کنترل: یکی از موضوعات رقابتی بین بازیگران فضای مجازی است و به یکی از چالش‌های ایالات متحده آمریکا درآمده است. کشورهای دیگر سعی می‌کنند یا مدیریت و کنترل را از دست آمریکا خارج نمایند و یا در مدیریت جهانی آن مشارکت داشته باشند. (۲) بُعد هویتی: برخلاف آنچه انتظار می‌رفت در پرتو شبکه جهانی ارتباطات، باعث بروز و ظهور هویت‌های ریشه‌ای جهان واقعی نظیر سرزمین ملی، دین و مذهب و غیره گردید. (۳) بُعد همگرایی و همکاری: فضای مجازی و اینترنت

بسترهایی را برای همگرایی و همکاری در سطوح مختلف شهروندی و حکومتی فراهم می‌کند و به صلح و امنیت جهانی کمک می‌نماید. ۴) بُعد رقابتی و ستیز: قابلیت‌های فضای مجازی و وجود میلیاردها کاربر باعث شده بازیگران سیاسی فضای مزبور را به عرصه رقابت و عمل سیاسی تبدیل نمایند. مهمترین عرصه‌های عمل سیاسی در فضای مجازی فرآیندهای دموکراتیک نظیر انتخابات و دموکراسی الکترونیک، تبلیغات و تأثیرگذاری به افکار عمومی برای کسب مقبولیت سیاسی است. ۵) شکاف توسعه: نابرابری تکنولوژیک باعث تقسیم جهان به دو بخش برخوردار و نابرودار می‌شود که به استمرار سلطه از سوی کشورهای پیشرفته بر کشورهای درحال توسعه کمک می‌نماید. ۶) بُعد تولید قدرت: توسعه فضای مجازی، افزایش کاربران و سواد دیجیتال جامعه از طرف کشورها و دولت‌ها، در قالب نوعی نگرش ابزاری به فضای مجازی و اینترنت انجام می‌پذیرد که در قالب آن کشورها و شرکت‌ها قدرت خود را افزایش داده و بر منزلت ژئوپولیتیکی خود می‌افزایند (حافظ نیا، ۱۳۹۰: ۱-۱۱).

روش شناسی پژوهش

از جمله ویژگی‌های مطالعه‌ی علمی که هدفش حقیقت‌یابی است استفاده از یک روش تحقیق مناسب می‌باشد و انتخاب روش تحقیق مناسب به هدف‌ها، ماهیت و موضوع مورد تحقیق و امکانات اجرایی بستگی دارد و هدف از تحقیق دسترسی دقیق و آسان به پاسخ پرسش‌های تحقیق است (خاکی، ۱۳۷۹، ۶۳). روش اجرای تحقیق به لحاظ ماهیت از نوع اکتشافی - تحلیلی است. جمع‌آوری داده‌های مورد نیاز تحقیق از طریق پرسشنامه و مبتنی بر روش دلفی، انجام شد. پرسشنامه بر اساس متغیرهای تحقیق شامل متغیرهای محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، طراحی شد. شناسایی و احصاء عوامل محیطی با بهره‌گیری از نظرات دست‌اندرکاران، صاحب‌نظران، مدیران ارشد و کارشناسان حوزه فضای مجازی سازمان‌های مرتبط انجام شده است. شناسایی عوامل محیطی بر اساس الگوی برنامه‌ریزی و مدیریت استراتژیک و به طور خاص بر اساس الگوی فرد آر. دیوید انجام شده است. ارزیابی عوامل محیطی (داخلی و خارجی) و تحلیل آنها، با استفاده از فرآیندها و ماتریس‌هایی به شرح زیر انجام شده است.

۱. ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

این ماتریس، ابزاری برای بررسی عوامل داخلی سازمان است و در واقع نقاط قوت و ضعف را ارزیابی می‌کند. برای تهیه ماتریس به‌طور عمده به قضاوت‌های شهودی و نقطه نظرات دست‌اندرکاران تکیه می‌شود. برای تهیه ماتریس باید گام‌های زیر انجام شود:

گام اول. پس از شناسایی عوامل محیط داخلی (قوت‌ها و ضعف‌ها) باید عوامل را با استفاده از نظرات خبرگان فهرست نمود. این عوامل باید حتی‌الامکان متکی بر واقعیت باشد. سپس آنها را به دو دسته قوت‌ها و ضعف‌ها تفکیک می‌نماییم.

گام دوم. به هر عامل یک عدد بین ۱ (بی اهمیت) تا ۴ (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود. تعبیر هر یک از امتیازات به شرح زیر:

۴ = قوت ارزشمند (واکنش بسیار عالی).

۳ = قوت قابل اعتنا (واکنش خوب).

۲ = ضعف قابل اعتنا (واکنش بد و منفی).

۱ = ضعف جدی (واکنش خیلی بد).

گام سوم. جمع امتیازات هر متغیر (قوت و یا ضعف) را محاسبه می‌نماییم. کسب حداکثر مضربی از تعداد مؤلفه‌های قوت و یا ضعف در عدد (چهار) برای سازمان نشان دهنده آن است که سازمان مورد مطالعه دارای موقعیت برجسته‌ای است و به عبارتی واکنش سازمان در استفاده از قوت‌ها و به حداقل رساندن ضعف‌ها، عالی است. همچنین حداقل مضربی از تعداد مؤلفه‌های قوت و یا ضعف در عدد (یک) نشان دهنده آن است که سازمان مورد مطالعه در استفاده از قوت‌ها و پرهیز از ضعف‌ها توانمند نبوده است.

۲. ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

برای تهیه ماتریس ارزیابی عوامل خارجی گام‌های زیر طی شد.

گام اول. پس از شناسایی عوامل محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) باید عوامل را با استفاده از نظرات خبرگان فهرست نمود. این عوامل باید حتی‌الامکان متکی بر واقعیت باشد. سپس آنها را به دو دسته فرصت‌ها و تهدیدها تفکیک می‌نماییم.

گام دوم. به هر عامل یک عدد بین ۱ (بی‌اهمیت) تا ۴ (بسیار مهم) اختصاص داده می‌شود. تعبیر هر یک از امتیازات به شرح زیر:

۴ = فرصت طلایی (واکنش بسیار عالی).

۳ = فرصت قابل اعتنا (واکنش خوب).

۲ = تهدید قابل اعتنا (واکنش بد و منفی).

۱ = تهدید جدی (واکنش خیلی بد).

گام سوم. جمع امتیازات هر متغیر (فرصت و تهدید) را محاسبه می‌نماییم. کسب حداکثر مضربی از تعداد مؤلفه‌های عامل فرصت و یا تهدید در عدد (چهار) برای سازمان نشان دهنده آن است که سازمان مورد مطالعه دارای موقعیت برجسته‌ای است و به عبارتی واکنش سازمان در استفاده از فرصت‌ها و به حداقل رساندن تهدیدها، عالی است. همچنین حداقل مضربی از تعداد مؤلفه‌های فرصت و یا تهدید در عدد (یک) نشان دهنده آن است که سازمان مورد مطالعه در استفاده از فرصت‌ها و اجتناب از تهدیدها توانمند نبوده است (بیگی نیا، ۱۳۸۹: ۹-۱۳).

جامعه آماری

جامعه آماری این تحقیق شامل دست‌اندرکاران، صاحب‌نظران، مدیران ارشد و کارشناسان حوزه فضای مجازی سازمان‌های مرتبط در پژوهشکده مطالعات راهبردی، موسسه مطالعات و تحقیقات بین‌المللی

معاصر تهران (ابرار معاصر ایران)، مرکز تحقیقات استراتژیک مجلس، شرکت امنیت فضای تبادل اطلاعات، پژوهشکده فضای مجازی دانشگاه شهید بهشتی، مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی و نیز اعضای هیئت علمی دانشگاه مالک اشتر و دانشگاه شاهد بوده است. از آنجا که جامعه آماری در این تحقیق، هدفمند بوده و هدف پیدا کردن افراد مطلع بوده است، بنابراین از جامعه هدفمند و در دسترس استفاده شده است.

پرسشنامه الگوی SWOT (تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید)

در این پژوهش برای سنجش و تحلیل نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران، از الگوی SWOT استفاده شد. با توجه به هدف تحقیق، نوع فرضیات یا سئوالات و نوع پرسشنامه (طیفی) و نیز سهولت در ساختن و تفسیر نتایج مقیاس لیکرت در مقایسه با سایر مقیاس‌ها، از مقیاس لیکرت استفاده شد. هریک از سئوالات تخصصی در پرسشنامه حاضر در این پژوهش با استفاده از طیف چهار گزینه‌ای خیلی زیاد (وزن ۴)، زیاد (وزن ۳)، کم (وزن ۲)، خیلی کم (وزن ۱) ارزشیابی شده است. در پرسشنامه تهیه شده گزینه متوسط حذف شده است که دلیل آن هماهنگی با نرم‌افزار استفاده شده برای تحلیل داده‌ها در الگوی دیوید و همچنین اجتناب از پاسخ‌های متوسط کاربران که در بررسی گزینه‌ها، انتخاب نقاط مدنظر را مشکل می‌کرد. بنابراین از طیف چهار گزینه‌ای استفاده شده است.

جدول (۱) طیف چهارگزینه‌ای

خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم
۴	۳	۲	۱

پتون^۱ (۲۰۰۲) تأکید می‌کند که اعتبار و پایایی دو عاملی هستند که هر محقق کمی حین طراحی یک تحقیق باید آنها را مورد توجه قرار دهد (گل‌افشانی، ۲۰۰۳، ۵۹۷). اعتبار محتوای یک آزمون معمولاً توسط افرادی متخصص در موضوع مورد مطالعه مشخص می‌گردد. در این گام از طریق کسب نظرات خبرگان و همچنین نظرخواهی از افراد متخصص در ارتباط با موضوع؛ شناسایی و ارزیابی عوامل محیطی (داخلی و خارجی) حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران با استفاده از الگوی SWOT، در پرسشنامه اولیه طراحی شد و پس از دو مرتبه رفت و برگشت، نظرات خبرگان در پرسشنامه اعمال شد و اصلاحات لازم به عمل آمده و بدین صورت روایی پرسشنامه تأیید شده است، زیرا گزاره‌های پرسشنامه حاصل احصاء عوامل محیطی مستخرج از منابع معتبر و اعمال نظرات خبرگان مرتبط با موضوع است.

روش آلفای کرونباخ برای محاسبه هماهنگی درونی ابزار اندازه‌گیری و به منظور اندازه‌گیری قابلیت اعتماد که خصیصه‌های مختلف را اندازه‌گیری می‌کند به کار می‌رود. نتایج حاصل از آزمون ضریب آلفای کرونباخ در جدول (۲) نمایش داده شده است.

جدول (۲) ضرایب آلفای کرونباخ به دست آمده برای پرسشنامه‌های تحقیق

ضرایب آلفای کرونباخ بدست آمده	پرسشنامه تحلیل SWOT
۰/۷۴۲	عوامل مختص به نقاط قوت
۰/۷۳۶	عوامل مختص به نقاط ضعف
۰/۷۵۱	عوامل مختص به فرصت
۰/۷۶۰	عوامل مختص به تهدید

از آنجا که ضریب آلفای کرونباخ پرسشنامه‌ها بالاتر از ۰/۷ بوده، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که پرسشنامه مورد استفاده در این پژوهش از پایایی لازم برخوردار بوده است.

آزمون T تک نمونه‌ای برای مؤلفه‌های متغیرهای عوامل داخلی و خارجی

به منظور کسب اطمینان از اینکه کدام یک از مؤلفه‌های مورد نظر برای ابعاد محیط داخلی و خارجی (شامل قوت‌ها و ضعف‌ها، فرصت‌ها و تهدیدها) را می‌توان به شکلی واقعی قوت یا ضعف و فرصت یا تهدید نامید، از آزمون T تک نمونه‌ای استفاده می‌شود.

H0: اگر میانگین امتیازات پاسخ‌دهندگان برای مؤلفه‌ای کوچکتر یا مساوی ۲,۵ باشد، آن مؤلفه به عنوان قوت محسوب نمی‌شود.

H1: اگر میانگین امتیازات پاسخ‌دهندگان برای مؤلفه‌ای بزرگتر از ۲,۵ باشد، آن مؤلفه به عنوان یک قوت محسوب می‌شود.

جدول (۳) نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای برای مؤلفه‌های متغیر نقاط قوت

نتیجه آزمون	کران‌ها		سطح معناداری	آماره تی استیودنت	انحراف معیار	میانگین امتیازات	تعداد پاسخ دهندگان	مؤلفه‌ها
	پایین	بالا						
پذیرش فرض صفر	-۰/۱۹۵	-۰/۵۴۸	-۰/۳۴۱	۰/۹۶۶	۱/۰۶	۲/۶۷۶	۳۴	S ₁
رد فرض صفر	-۰/۳۲۸	-۰/۷۳۰	-۰/۱۰۰۰	۵/۳۵۴	-۰/۵۷	۳/۰۲۹	۳۴	S ₂
رد فرض صفر	-۰/۳۲۸	-۰/۶۷۱	-۰/۱۰۰۰	۵/۹۲۱	-۰/۴۹	۳/۰۰۰	۳۴	S ₃
پذیرش فرض صفر	-۰/۰۱۳	-۰/۶۰۱	-۰/۰۶۰	۱/۹۴۹	-۰/۸۸	۲/۷۹۴	۳۴	S ₄
رد فرض صفر	-۰/۲۵۷	-۰/۷۴۳	-۰/۱۰۰۰	۴/۱۸۷	-۰/۶۹	۳/۰۰۰	۳۴	S ₅
پذیرش فرض صفر	-۰/۰۱۴	-۰/۶۶۱	-۰/۰۶۰	۱/۹۴۸	-۰/۹۶	۲/۸۲۳	۳۴	S ₆
پذیرش فرض صفر	-۰/۱۰۰	-۰/۵۷۱	-۰/۱۶۴	۱/۴۲۴	-۰/۹۶	۲/۷۳۵	۳۴	S ₇
پذیرش فرض صفر	-۰/۳۱۶	-۰/۳۷۵	-۰/۸۶۴	۰/۱۷۳	-۰/۹۹	۲/۵۲۹	۳۴	S ₈
رد فرض صفر	-۰/۰۸۷	-۰/۶۷۷	-۰/۰۱۳	۲/۶۴۰	-۰/۸۴	۲/۸۸۲	۳۴	S ₉
پذیرش فرض صفر	-۰/۰۸۹	-۰/۵۶۰	-۰/۱۵۰	۱/۴۷۳	-۰/۹۳	۲/۷۳۵	۳۴	S ₁₀

نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای به این صورت بوده که مؤلفه‌های S₁; S₄; S₆; S₇; S₈ و S₁₀ به دلیل آنکه سطح معناداری آنها بالاتر از ۰/۰۵ می‌باشند، بنابراین در زمره عوامل قوت برای فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران محسوب نمی‌شوند. از طرفی به دلیل آنکه آماره‌های T برای سایر

مؤلفه‌ها در جهت مثبت بوده و میانگین آنها نیز بالاتر از عدد ۲/۵ می‌باشند، بنابراین در زمره عوامل قوت محسوب می‌شوند.

جدول (۴) آزمون تی تک نمونه‌ای برای مؤلفه‌های متغیر نقاط ضعف

نتیجه آزمون	کران‌ها		سطح معناداری	آماره تی استیودنت	انحراف معیار	میانگین امتیازات	تعداد پاسخ دهندگان	مؤلفه‌ها
	پایین	بالا						
رد فرض صفر	۰/۶۵۴	۱/۱۰۹	۰/۰۰۰	۷/۸۹۱	۰/۶۵۲	۳/۳۸۲	۳۴	W ₁
رد فرض صفر	۰/۳۲۵	۰/۸۵۱	۰/۰۰۰	۴/۵۵۲	۰/۷۵۳	۳/۰۸۸	۳۴	W ₂
رد فرض صفر	۰/۷۲۷	۱/۱۵۴	۰/۰۰۰	۸/۹۵۹	۰/۶۱۲	۳/۴۴۱	۳۴	W ₃
رد فرض صفر	۰/۲۳۸	۰/۸۷۹	۰/۰۰۱	۳/۵۴۵	۰/۹۱۹	۳/۰۵۸	۳۴	W ₄
رد فرض صفر	۰/۳۳۵	۰/۸۹۹	۰/۰۰۰	۴/۴۵۹	۰/۸۰۷	۳/۱۱۷	۳۴	W ₅
رد فرض صفر	۰/۲۷۲	۰/۷۳۷	۰/۰۰۰	۴/۴۷۶	۰/۶۵۱	۳/۰۰۰	۳۴	W ₆
رد فرض صفر	۰/۲۰۶	۰/۷۳۵	۰/۰۰۱	۳/۶۱۹	۰/۷۵۸	۲/۹۷۰	۳۴	W ₇
رد فرض صفر	۰/۲۱۵	۰/۷۸۴	۰/۰۰۰	۳/۵۷۱	۰/۸۱۶	۳/۰۰۰	۳۴	W ₈
رد فرض صفر	۰/۳۹۴	۰/۸۴۱	۰/۰۰۰	۵/۶۲۵	۰/۶۴۰	۳/۱۱۷	۳۴	W ₉
رد فرض صفر	۰/۲۴۲	۰/۷۵۷	۰/۰۰۰	۳/۹۴۸	۰/۷۳۸	۳/۰۰۰	۳۴	W ₁₀
رد فرض صفر	۰/۳۹۴	۰/۸۴۱	۰/۰۰۰	۵/۶۲۵	۰/۶۴۰	۳/۱۱۷	۳۴	W ₁₁
رد فرض صفر	۰/۱۰۰	۰/۶۶۴	۰/۰۰۹	۲/۷۶۰	۰/۸۰۷	۲/۸۸۲	۳۴	W ₁₂
رد فرض صفر	۰/۲۶۲	۰/۸۵۵	۰/۰۰۱	۳/۸۳۰	۰/۸۵۰	۳/۰۵۸	۳۴	W ₁₃
رد فرض صفر	۰/۲۶۴	۰/۷۹۴	۰/۰۰۰	۴/۰۷۱	۰/۷۵۸	۳/۰۲۹	۳۴	W ₁₄

نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای نشان داد که تمامی مؤلفه‌های چهارده‌گانه W₁ تا W₁₄ به دلیل آنکه سطح معناداری آنها کمتر از ۰/۰۵ بوده و همچنین مقدار آماره T آنها در جهت مثبت است و میانگین آنها نیز بالاتر از عدد ۰/۵، نتیجه می‌گیریم که تمامی مؤلفه‌ها در زمره عوامل نقاط ضعف برای فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند.

جدول (۵) نتایج آزمون تی تک نمونه‌ای در مورد مؤلفه‌های متغیر فرصت‌ها

نتیجه آزمون	کران‌ها		سطح معناداری	آماره تی استیودنت	انحراف معیار	میانگین امتیازات	تعداد پاسخ دهندگان	مؤلفه‌ها
	پایین	بالا						
رد فرض صفر	۰/۴۹۹	۰/۹۱۲	۰/۰۰۰	۶/۹۵۵	۰/۵۹۱	۳/۲۰۵	۳۴	O ₁
رد فرض صفر	۰/۴۱۷	۰/۸۷۶	۰/۰۰۰	۵/۷۳۹	۰/۶۵۷	۳/۱۴۷	۳۴	O ₂
رد فرض صفر	۰/۶۱۱	۰/۹۷۶	۰/۰۰۱۳	۸/۸۳۸	۰/۷۸۳	۳/۸۵۲	۳۴	O ₃
رد فرض صفر	۰/۰۷۹	۰/۶۲۶	۰/۰۰۰	۲/۶۲۶	۰/۵۲۳	۳/۲۹۴	۳۴	O ₄
رد فرض صفر	۰/۵۱۷	۱/۰۱۲	۰/۰۰۰	۶/۲۸۴	۰/۷۰۹	۳/۲۶۴	۳۴	O ₅
رد فرض صفر	۰/۳۲۵	۰/۸۵۱	۰/۰۰۰	۴/۵۵۲	۰/۸۱۴	۳/۰۵۸	۳۴	O ₆
رد فرض صفر	۰/۲۷۴	۰/۸۴۲	۰/۰۰۰	۴/۰۰۲	۰/۷۵۳	۳/۰۸۸	۳۴	O ₇



O ₈	۳۴	۳/۱۱۷	۰/۷۶۹	۱/۸۰۵	۰/۰۰۰	۰/۵۶۳	-۰/۰۳۳	رد فرض صفر
O ₉	۳۴	۲/۷۶۴	۰/۸۵۴	۴/۶۸۲	۰/۰۸۰	۰/۸۸۶	۰/۳۴۹	پذیرش فرض صفر
O ₁₀	۳۴	۳/۵۲۹	۰/۶۶۲	۹/۰۶۴	۰/۰۰۰	۱/۲۶۰	۰/۷۹۸	رد فرض صفر
O ₁₁	۳۴	۳/۵۵۸	۰/۷۰۴	۸/۷۶۳	۰/۰۰۰	۱/۳۰۴	۰/۸۱۳	رد فرض صفر
O ₁₂	۳۴	۳/۰۰۰	۰/۷۳۸	۳/۹۴۸	۰/۰۰۰	۰/۷۵۷	۰/۲۴۲	رد فرض صفر
O ₁₃	۳۴	۳/۲۰۵	۰/۸۰۸	۵/۰۹۲	۰/۰۰۰	۰/۹۸۷	۰/۴۲۳	رد فرض صفر
O ₁₄	۳۴	۳/۳۵۲	۰/۶۹۱	۷/۱۹۶	۰/۰۰۰	۱/۰۹۴	۰/۶۱۱	رد فرض صفر

بر اساس نتایج مشاهده شده از آزمون T تک نمونه‌ای، برای مؤلفه‌های نقاط فرصت در فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، این نتیجه به دست آمد که تمامی مؤلفه‌های نقاط فرصت به جز مؤلفه O₉ به دلیل آنکه سطح معناداری‌شان کمتر از ۰/۰۵ بوده و آماره T آنها نیز در جهت مثبت و میانگین‌شان بالاتر از عدد ۰/۵، در زمره عوامل فرصت در محیط خارجی فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند.

جدول (۶) آزمون تی تک نمونه ای برای مؤلفه‌های متغیر تهدیدها

نتیجه آزمون	کران‌ها		سطح معناداری	آماره تی استیودنت	انحراف معیار	میانگین امتیازات	تعداد پاسخ دهندگان	مؤلفه‌ها
	پایین	بالا						
رد فرض صفر	۰/۰۸۷	۰/۵۰۰	۰/۰۰۷	۲/۸۹۸	۰/۵۹۱	۲/۷۹۴	۳۴	T ₁
رد فرض صفر	۰/۳۲۳	۰/۹۱۲	۰/۰۰۰	۴/۲۶۵	۰/۸۴۴	۳/۱۱۷	۳۴	T ₂
رد فرض صفر	۰/۲۷۴	۰/۸۴۲	۰/۰۰۰	۴/۰۰۲	۰/۸۱۴	۳/۰۵۸	۳۴	T ₃
رد فرض صفر	۰/۳۳۵	۰/۸۹۹	۰/۰۰۰	۴/۴۵۹	۰/۸۰۷	۳/۱۱۷	۳۴	T ₄
رد فرض صفر	۰/۲۰۶	۰/۷۳۵	۰/۰۰۱	۳/۶۱۹	۰/۷۵۸	۲/۹۷۰	۳۴	T ₅
رد فرض صفر	۰/۱۹۰	۰/۸۰۹	۰/۰۰۰	۵/۵۰۵	۰/۷۱۶	۳/۱۷۶	۳۴	T ₆
رد فرض صفر	۰/۴۲۶	۰/۹۲۶	۰/۰۰۲	۳/۲۶۵	۰/۸۸۷	۳/۰۰۰	۳۴	T ₇
رد فرض صفر	۰/۳۳۹	۰/۸۳۶	۰/۰۰۲	۳/۴۱۹	۰/۸۵۲	۳/۰۰۰	۳۴	T ₈
رد فرض صفر	۰/۲۰۲	۰/۷۹۷	۰/۰۰۰	۴/۸۱۹	۰/۷۱۲	۳/۰۸۸	۳۴	T ₉
رد فرض صفر	۰/۲۱۵	۰/۷۸۴	۰/۰۰۱	۳/۵۷۱	۰/۸۱۶	۳/۰۰۰	۳۴	T ₁₀
رد فرض صفر	۰/۵۷۴	۱/۰۱۳	۰/۰۰۰	۷/۳۶۱	۰/۶۲۹	۳/۲۹۴	۳۴	T ₁₁
رد فرض صفر	۰/۰۹۳	۰/۶۱۲	۰/۰۰۹	۲/۷۶۶	۰/۷۴۳	۲/۸۵۲	۳۴	T ₁₂
رد فرض صفر	۰/۲۵۷	۰/۷۴۳	۰/۰۰۰	۴/۱۸۷	۰/۷۹۷	۳/۰۲۹	۳۴	T ₁₃
رد فرض صفر	۰/۲۵۱	۰/۸۰۷	۰/۰۰۰	۳/۸۷۲	۰/۶۹۶	۳/۰۰۰	۳۴	T ₁₄

نتایج حاصل از آزمون T تک نمونه‌ای برای فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران نشان داده که تمامی مؤلفه‌های نقاط تهدید، به دلیل آنکه سطح معناداری‌شان پایین‌تر از ۰/۰۵ بوده و میانگین آنها بالاتر از عدد ۲/۵ و آماره T همگی نیز در جهت مثبت بوده است، می‌توان نتیجه گرفت که همه این مؤلفه‌ها در زمره عوامل تهدید برای فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌شوند.

سنجش ابعاد محیط با استفاده از الگوی SWOT

پس از مشخص نمودن مؤلفه‌های مربوط به متغیرهای چهارگانه قوت، ضعف، فرصت و تهدید، پنج مؤلفه از هر متغیر که با استفاده از آزمون فریدمن، بیشترین رتبه را کسب نموده‌اند، انتخاب شده‌اند. در طی جلسه‌ای با حضور نخبگان و متخصصان این پژوهش، ضرایب و نمرات جذابیت به هر یک از مؤلفه‌هایی که بیشترین رتبه را از طریق آزمون فریدمن به دست آورده‌اند، نسبت داده شد.

برای یادآوری در مورد چگونگی سنجش محیط با استفاده از الگوی SWOT، برای هر یک از ابعاد محیط داخلی، و ابعاد محیط خارجی، ابتدا جدولی رسم شده و در پی آن، در ستون اول از سمت راست، ردیف مربوط به تعداد مؤلفه‌های هر یک از ابعاد، ستون دوم علامت اختصاری برگرفته از حرف اول هر یک از متغیرهای نقاط قوت، ضعف، فرصت و تهدید، ستون سوم، عنوان عبارتی هر یک مؤلفه‌ها یا گزاره‌های مربوط به متغیرهای چهارگانه، در ستون چهارم نیز، ضریبی که می‌تواند عدد یک و یا ۱۰۰ باشد، در صورت انتخاب عدد ۱، باید این عدد به صورت اعشار (کسری از عدد ۱۰۰)، به هر یک از مؤلفه‌ها نسبت داده می‌شود. مؤلفه‌ای که از نظر صاحب‌نظران اهمیت بیشتری داشته باشد، درصد بیشتری به آن نسبت داده می‌شود و بر عکس. ستون پنجم تحت عنوان نمره جذابیت از عدد ۱ تا ۴، چنان‌که در درون سازمان وضعیت نقاط قوت به صورت عالی و خوب و یا در بیرون سازمان فرصت‌ها به گونه‌ای عالی و خوب وجود داشته باشد، به ترتیب از نمرات جذابیت ۴ و ۳ استفاده شد. از طرفی، اگر در درون سازمان وضعیت نقاط ضعف، به صورت حاد و یا بد و یا در بیرون سازمان تهدیدها به صورت حاد و نه چندان حاد وجود داشته باشد، به ترتیب از نمرات ۱ و ۲ استفاده می‌شود. ستون ششم حاصل ضرب عدد ضریب در نمره جذابیت است. در ستون هفتم نیز توضیحاتی در صورت لزوم، در مورد وضعیت هر مؤلفه داده خواهد شد.

جدول (۷) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی - نقاط قوت

ردیف	علامت اختصاری	نقاط قوت	ضریب	رتبه	حاصل‌ضرب رتبه در ضریب
۱	S ₂	وجود فارغ التحصیلان فناوری اطلاعات و ارتباطات.	۳۰	۴	۱۲۰
۲	S ₃	رشد سریع وبلاگ‌ها و وب سایت‌های ارائه دهنده خدمات الکترونیکی به کاربران.	۱۰	۳	۳۰
۳	S ₅	توجه و تأکید مقام معظم رهبری نسبت به زیرساخت‌ها و محتواسازی در فضای مجازی.	۳۰	۳	۹۰
۴	S ₉	سهولت حضور زنان در فعالیتهای اجتماعی و جامعه مجازی.	۱۰	۳	۳۰
۵	S ₆	استفاده ارگان‌ها و نهادهای دولتی از امکانات فضای مجازی و سهولت انجام خدمات دولتی.	۲۰	۳	۶۰
		جمع	۱۰۰	-	۳۳۰

جدول (۸) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی - نقاط ضعف

ردیف	علامت اختصاری	نقاط ضعف	ضریب	رتبه	حاصل ضرب رتبه در ضریب
۱	W ₁	نبود بستر داخلی نگهداری اطلاعات کاربران	۲۰	۱	۲۰
۲	W ₃	نبود قوانین جامع حق مالکیت معنوی در فضای مجازی.	۱۰	۱	۱۰
۳	W ₂	سطح پائین سواد الکترونیکی آحاد جامعه جهت استفاده از امکانات فضای مجازی.	۲۰	۱	۲۰
۴	W ₇	نبود زیرساخت‌های کافی برای جلوگیری از حملات سایبریدر سیستم‌های رایانه‌ای کشور	۲۰	۲	۴۰
۵	W ₅	رشد موارد جاسوسی از طریق شبکه‌های اجتماعی.	۳۰	۱	۳۰
		جمع	۱۰۰	-	۱۲۰

جدول (۹) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی - نقاط فرصت

ردیف	علامت اختصاری	نقاط فرصت	ضریب	رتبه	حاصل ضرب رتبه در ضریب
۱	O ₁₁	دست‌یابی آسان به آخرین اطلاعات: چنانچه بخواهید به آخرین مقاله، کتاب و یا خبری که در یک زمینه تخصصی و در سطح جهان منتشر شده دست یابید، ساده‌ترین و سریع‌ترین راه، استفاده از فضای مجازی است.	۲۰	۴	۸۰
۲	O ₁₀	گسترش تعاملات و تبادل نظرها با سرعت بسیار بالا.	۲۰	۴	۸۰
۳	O ₁₄	ارتباطات رایانه‌ای جدید در فضای مجازی محدود به مرزهای ملی نیستند.	۳۰	۴	۱۲۰
۴	O ₅	فضای مجازی و اینترنت بستری را برای همگرایی و همکاری در سطوح مختلف شهروندی و حکومتی فراهم می‌کند.	۱۰	۴	۴۰
۵	O ₁₃	امکان دسترسی به اطلاعات، پیام‌ها، نظرات و اندیشه‌ها موجود در سراسر جهان به عنوان میراث فرهنگی و معرفتی مشترک.	۲۰	۴	۸۰
		جمع	۱۰۰	-	۴۰۰

جدول (۱۰) ماتریس ارزیابی عوامل خارجی - تهدیدها

ردیف	علامت اختصاری	نقاط تهدید	ضریب	رتبه	حاصل ضرب رتبه در ضریب
۱	T ₁₁	جاسوسی و نقش امنیت ملی به منظور به دست آوردن اطلاعات حساس و یا اطلاعات طبقه بندی شده.	۲۰	۱	۲۰
۲	T ₆	شبکه های اجتماعی با ارضای همزمان نیازهای عقلی، منطقی و عاطفی جوانان و نوجوانان گروه های سنی مذکور را به سمت خود جذب کرده.	۲۰	۱	۲۰
۳	T ₂	سلطه اطلاعاتی می تواند برای آمریکا تولید قدرت بنماید و نوعی امپریالیسم و سلطه جهانی را به ارمغان بیاورد و به تسلط و نفوذ سیاسی و فرهنگی آمریکا بر سایر ملل منجر گردد.	۱۰	۱	۱۰
۴	T ₃	در اختیار گرفتن اطلاعات و روابط مجازی یک ملت به بهانه ارائه خدمات اینترنتی.	۳۰	۱	۳۰
۵	T ₉	به خطر افتادن حقوق مادی و معنوی مؤلفین	۲۰	۱	۲۰
		جمع	۱۰۰	-	۱۰۰

جدول (۱۱) مجموع نمرات ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

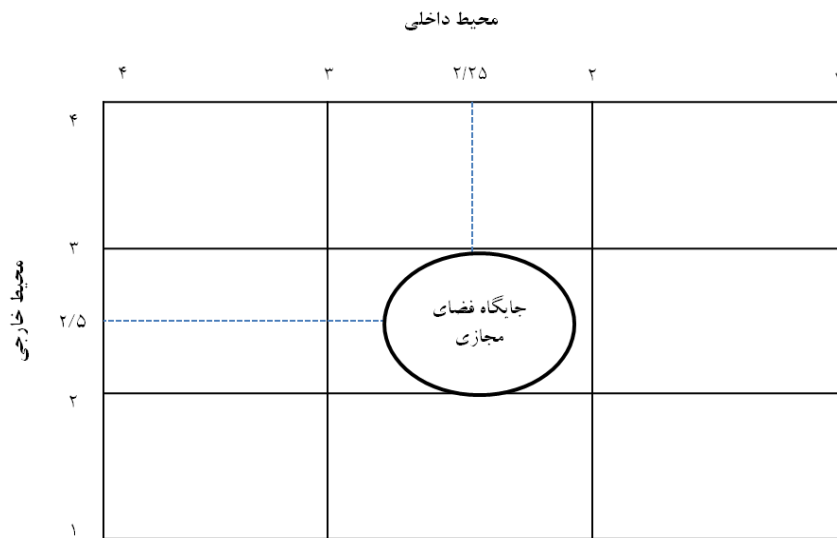
نمرات ابعاد محیط	نقاط قوت/فرصت	نقاط ضعف/تهدید	جمع	نمره نهایی
محیط داخلی	۳۳۰	۱۲۰	$450 \div 200 = 2/25$	۲/۲۵
محیط خارجی	۴۰۰	۱۰۰	$500 \div 200 = 2/5$	۲/۵

جدول (۱۲) ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی

نمره نهایی ماتریس عوامل خارجی	نمره نهایی ماتریس ارزیابی عوامل داخلی		
	۱ تا ۱/۹۹ (ضعیف)	۲ تا ۲/۹۹ (متوسط)	۳ تا ۴ (قوی)
	۳	۲	۱
	۶	۵	۴
۹	۸	۷	

در ارتباط با مفهوم جدول (۱۲)، ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی، چنان که جایگاه هر سازمانی که در هر یک از خانه های ۱، ۲ و ۴ قرار بگیرد، از وضعیت مطلوبی برخوردار است. درحالی که اگر یک

سازمان در هر یک از خانه‌های ۶ و ۸ و ۹ جای داشته باشد، وضعیت آن نامطلوب است. چنانچه موقعیت هر سازمانی در خانه‌های ۳ و ۵ و ۷ قرار بگیرد، وضعیتش به‌گونه‌ای است که می‌توان امیدوار بود که جایگاهش را به سمت خانه‌های ۱ و ۲ و ۴ هدایت کند. اگر این اتفاق رخ ندهد، ممکن است چنین سازمانی به سمت خانه‌های ۶ و ۸ و ۹ حرکت کند، در این صورت وضعیت سازمان مورد نظر به شدت در خطر خواهد افتاد.

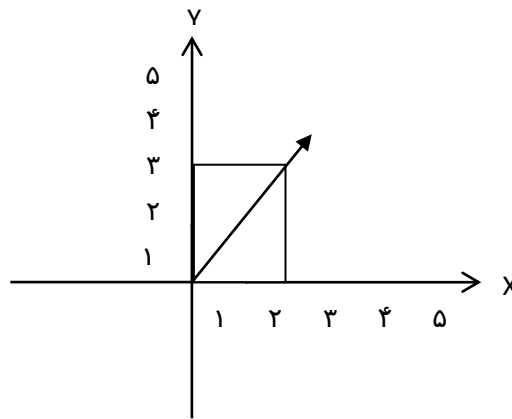


نمودار (۱) وضعیت فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران

در مورد چگونگی تعیین جایگاه فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، با توجه به تحلیل SWOT، می‌توان به شرح ذیل استدلال کرد:

۱. ابتدا نمره هر یک از متغیرهای محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و متغیرهای محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها)، را به تفکیک محاسبه می‌کنیم.
 ۲. نمره هر یک از ابعاد را به تفکیک حساب می‌کنیم.
 ۳. با استفاده از محورهای مختصات X و Y، به ترتیب متغیرهای محیط داخلی را روی محور Xها و متغیرهای محیط خارجی را روی محور Yها قرار می‌دهیم.
 ۴. روی محورهای مختصات تفاضل بین متغیرهای محیط داخلی و متغیرهای محیط خارجی انجام می‌گیرد. نقاط ضعف و تهدید بایستی با عدد منفی نشان داده شوند.
- محور Xها:** $۲/۱ = ۳/۳۰ - ۱/۲۰$ (با توجه به این که اعداد به‌دست آمده برای متغیر نقاط ضعف منفی محسوب می‌شوند، برای استفاده از جمع جبری تفاضل دو مقدار قوت و ضعف محاسبه می‌شود).

محور y ها: $3 = 1/00 - 4/00$ از آن جا که اعداد به دست آمده برای متغیر تهدیدها منفی به حساب می آیند، با استفاده از جمع جبری تفاضل دو مقدار فرصت ها و تهدیدها محاسبه می شوند).
از طریق قرار دادن مقادیر به دست آمده بر روی محورها و یافتن محل تقاطع آنها، موقعیت فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، بر اساس تحلیل محیطی، با در نظر گرفتن این که تفاضل ها در هر دو محور مثبت است، علی رغم کمتر از متوسط بودن اعداد به دست آمده برای ابعاد محیط داخلی $2/1$ و محیط خارجی 3 ، بر روی محور مورد نظر قرار می گیرد. در نتیجه می توان ادعا کرد که اگر چه جمهوری اسلامی ایران از نظر تحلیل محیطی SWOT در وضعیت بسیار مناسبی قرار ندارد، می توان امید داشت که فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران را به وضعیت مناسب تری هدایت کرد.



نمودار (۲) وضعیت فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران بر اساس الگوی SWOT

با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل محیط فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، بر اساس الگوی فرد آر. دیوید، در مجموع، وضعیت فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، در منطقه یکم دستگاه مختصات یا ربع اول، قرار گرفته است. این ناحیه در تحلیل استراتژیک معروف به ناحیه و یا منطقه SO است. به صورت کلی، عدد به دست آمده از جمع جبری نقاط قوت و ضعف، مثبت است ($2/1$). همچنین جمع جبری فرصت ها و تهدیدها (3) بوده که اندکی از متوسط یا میانگین مدل بیشتر است.

نتیجه گیری

بررسی تحقیقات انجام شده در زمینه تحلیل محیطی حوزه فضای مجازی نشان می دهد که عمده تمرکز پژوهش ها در زمینه تحلیل های ابزاری متمرکز است و کمتر به محتوی موجود در این فضا و بررسی نقاط قوت، ضعف، فرصت یا تهدیدهای آن پرداخته شده است. با توجه به نتایج به دست آمده از تحلیل محیط فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، بر اساس الگوی فرد آر. دیوید، در مجموع وضعیت فضای مجازی

برای جمهوری اسلامی ایران، در منطقه یکم دستگاه مختصات یا ربع اول مختصات مدل SWOT قرار گرفته است. این ناحیه در تحلیل استراتژیک موسوم به ناحیه و یا منطقه SO است. به صورت کلی، عدد به دست آمده از جمع جبری متغیرهای نقاط قوت و ضعف، مثبت (۲/۱) است. همچنین جمع جبری متغیرهای فرصت‌ها و تهدیدها، مثبت (۳) است. به عبارت دیگر با وجود «نقاط ضعف و تهدیدها»، به دلیل تفاضل مثبت متغیرهای محیط داخلی و خارجی فضای مجازی جمهوری اسلامی ایران، می‌تواند به دلیل برخورداری از همین موازنه مثبت زمینه را برای تدوین و اجرای استراتژی‌های SO فراهم نماید.

پیشنهاد‌های پژوهشی

پژوهش حاضر به منظور شناسایی و ارزیابی عوامل محیطی (داخلی و خارجی) حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران با استفاده از نظرات خبرگان، صاحب‌نظران و کارشناسان این حوزه انجام شد. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های دیگری مرتبط با موضوع حاضر و در زمینه‌های زیر انجام شود:

- ۱) ضرورت دارد پروژه‌ای تحت عنوان «تدوین بیانیه‌های چشم‌انداز، مأموریت/رسالت، اهداف بلندمدت جمهوری اسلامی ایران برای مواجهه با فضای مجازی» تدوین شود. زیرا دستاوردهای این پروژه می‌تواند به انجام منسجم پروژه‌های سنجش محیط کمک نماید.
- ۲) انجام تحقیقی با عنوان «تدوین استراتژی‌های حوزه سیاسی و فرهنگی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران» که در واقع با استفاده از اطلاعات به دست آمده از این پایان‌نامه قابل انجام است.
- ۳) انجام تحقیق مشابهی به منظور سنجش عوامل محیطی (داخلی و خارجی) حوزه اجتماعی و اقتصادی فضای مجازی برای جمهوری اسلامی ایران با استفاده از الگوی SWOT.
- ۴) انجام تحقیقات مشابهی به منظور سنجش عوامل محیطی سازمان‌ها و نهادهای مرتبط با فضای مجازی از جمله شورای عالی فضای مجازی.

منابع

- اختر محقق، مهدی (۱۳۸۶)، *جهانی شدن، تهران: انتشار الکترونیک توسط مؤلف.*
- بیگی نیا، عبدالرضا (۱۳۸۹)، *شناسایی و سنجش عوامل محیط سازمانی دانشکده علوم انسانی دانشگاه شاهد با استفاده از الگوی SWOT، طرح پژوهشی دانشگاه شاهد.*
- توسلی، غلامعباس و موسوی، مرضیه (۱۳۸۴)، *مفهوم سرمایه در نظریات کلاسیک و جدید با تأکید بر نظریه‌های سرمایه اجتماعی، پژوهش نامه علوم اجتماعی، شماره ۲۶، صص. ۲۱-۲۲.*
- حافظ نیا، محمدرضا (۱۳۹۰)، «ژئوپولیتیک اینترنت و فضای مجازی»، فصلنامه ژئوپولیتیک، سال هفتم، شماره اول، ۱۱-۱.

- حمیدی، همایون (۱۳۹۰)، *جهانی شدن و مدیریت منابع انسانی*، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، شماره ۲، بهار، ص. ۱۱-۱۵.
- رسولی، محمدرضا و مرادی، مریم (۱۳۹۱)، *عوامل مؤثر بر تولید محتوی در شبکه‌های اجتماعی*، ماهنامه تخصصی اطلاع رسانی، نقد و بررسی کتاب، شماره ۵۶، ص. ۵۷-۶۶.
- دیوید، فرد، آر. (۱۳۸۱)، *مدیریت استراتژیک*، چاپ سوم، ترجمه علی پارسائیان و سید محمد اعرابی. تهران: انتشارات دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
- شولت، یان آرت (۱۳۸۲)، *نگاهی موثکافانه بر پدیده جهانی شدن*، ترجمه مسعود کرباسیان. تهران: شرکت انتشارات علمی فرهنگی.
- شیرودی، مرتضی (۱۳۸۸)، *آسیب شناسی اینترنت در ایران و جهان اسلام*، مریبان. سال هشتم، شماره ۲۸، صص. ۱۸۴-۱۸۵.
- غفاری هاشجین، زاهد و نصرت آبادی، سید محسن (۱۳۹۱)، *جایگاه و نقش شبکه‌های اجتماعی فضای مجازی در دفاع ملی*، مجموعه مقالات همایش دفاع ملی، جلد چهارم. صص. ۲۵۹-۲۶۷.
- موسوی، میرطاهر (۱۳۸۵)، *مشارکت اجتماعی یکی از مؤلفه‌های سرمایه اجتماعی*، فصلنامه علمی پژوهشی رفاه اجتماعی، سال ششم، شماره ۲۳، صص. ۶۷-۹۲.
- مظاهری، محمد مهدی و کاوسی، اسماعیل (۱۳۹۰)، *حفظ هویت ایرانی-اسلامی در فرایند جهانی شدن*، فصلنامه مطالعات راهبردی جهانی شدن، سال ۲، پیش شماره ۳، صص. ۳۸-۴۰.
- هلد، دیوید و مک گرو، آنتونی (۱۳۸۸)، *نظریه‌های جهانی شدن*، ترجمه مسعود کرباسیان. تهران: نشر چشمه.
- Golafshani, N. (2003), *Understanding Reliability and Validity in Qualitative Research*. The Qualitative Report 8(4), 597-607. Available at: March 6, 2012 from <http://www.nova.edu/ssss/QR/QR8-4/golafshani.pd>.
- محقق منتظری، مانده (۱۳۹۱). *جهانی شدن و فضای مجازی*، *مجله الکترونیکی ویستا*. انتشار ۵ آبان. <http://vista.ir/article/325598>
- حکم تشکیل شورای عالی فضای مجازی (۱۳۹۰)، *مقام معظم رهبری*. <http://www.khamenei.ir>