

فرماندهی معظم کل قوا؛ مجموعه زنجیره به هم پیوسته رسانه‌های گوناگون - که حالا اینترنت هم داخلش شده است و ماهواره‌ها و تلویزیون‌ها و رادیوها - در جهت مشخصی حرکت می‌کنند تا سررشته تحولات جوامع را به عهده بگیرند. حالا که دیگر خیلی هم آسان و روراست شده است. (۱۳۸۱/۰۹/۱)

## راهبردهای ج.ا.ایران در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده<sup>۱</sup>

علیرضا مهنیان<sup>۲</sup> و سعید مجردی<sup>۳</sup>

تاریخ دریافت: ۹۳/۴/۲۳

تاریخ پذیرش: ۹۳/۵/۲۹

### چکیده

از مهم‌ترین ابزارهای جنگ نرم، شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند که در جنگ آینده نیز از اهمیت بالایی برخوردارند. هدف این پژوهش، شناخت کارکردها و فرصت‌ها و تهدیدهای این مقوله و همچنین آثار آن بر مؤلفه‌های جنگ‌های آینده و ارائه راهبردهای مناسب به منظور بهره‌برداری از فرصت‌های شبکه‌های اجتماعی مجازی و واپایش تهدیدهای ناشی از آن است. به این منظور با انجام جلسه‌های طوفان ذهنی، پرسشنامه و تحلیل SWOT به تدوین راهبردهای مقتضی پرداخته شد و به واسطه روش‌های QSPM و مصاحبه عمیق، موقعیت راهبردی کشور در این حوزه، تبیین و اولویت‌های راهبردی تعیین گردیدند. جامعه آماری این پژوهش، مدیران بخش دفاع با مسئولیت در حوزه‌های راهبردی و فضای مجازی و همچنین استادان دانشگاه و صاحب‌نظران در حوزه‌های یادشده بوده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که راهبردهای ایجابی مانند تشکیل اتاق جنگ شبکه‌های اجتماعی مجازی، تربیت نخبگان فضای مجازی، فرهنگ‌سازی و آموزش فضای مجازی برای عموم باید در صدر اولویت‌های راهبردی کشور در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده قرار گیرند.

**واژگان کلیدی:** راهبرد، شبکه‌های اجتماعی مجازی، جنگ آینده، اینترنت، رسانه‌های جمعی

۱. این مقاله برگرفته از یافته‌های یکی از طرح‌های تحقیقاتی انجام شده در مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی ارائه شده است.

۲. دانشجوی دکتری مدیریت فناوری اطلاعات دانشگاه تربیت مدرس

۳. دانشجوی دکتری دانشگاه عالی دفاع ملی

## ۱. کلیات

### ۱-۱. بیان مسئله

رسانه، مهم‌ترین ابزار جنگ نرم است. رسانه می‌تواند ارتباط دوسویه را بین افراد یک جامعه و حتی جامعه جهانی برقرار کند. قدرت‌های استکباری از رسانه برای گسترش نفوذ خود در جامعه جهانی استفاده می‌کنند و امروز بیشتر رسانه‌های مطرح و قدرتمند دنیا در اختیار نظام سلطه و در راستای هدف‌های غیرانسانی آنان قرار دارد. رسانه مانند شمشیر دولبه است و کشورهای هدف هم می‌توانند از آن برای مقابله با توطئه‌های نظام سلطه بهره ببرند. جنگ نرم، جنگی بدون خون‌ریزی و جنگ آرام محسوب می‌شود. با توجه به اینکه در جنگ نرم، خشونت‌های اعمال نمی‌شود، وقوع آن برای مردم نامحسوس است، از سویی بسیج عمومی هم در آن کاربرد ندارد و به اصطلاح، جنگ نرم، جنگ بین نخبگان است. شهروندان عادی کشور هدف، متوجه حجم سنگین این جنگ بر فضای روحی و روانی خود و اطرفیان‌شان نمی‌شوند. قدرت نفوذ سردمداران این جنگ و قدرت تأثیرگذاری آن به گونه‌ای است که در سطوح جامعه اعم از شهر و روستا گسترش می‌یابد. در این جنگ، ملت‌ها و مردم با خواست و اراده خود و قبول هزینه در معرض حمله قرار نمی‌گیرند. در این جنگ، طرف متخاصم واپایش (کنترل) افکار عمومی را در اختیار می‌گیرد (ضیایی‌پرور، ۱۳۸۳).

از مهم‌ترین ابزارهای جنگ نرم در دنیای امروز، شبکه‌های اجتماعی مجازی می‌باشند که در جنگ آینده نیز از اهمیت بسیار بالایی برخوردارند، بنابراین باید ابعاد و ویژگی‌های مختلف این مقوله، شناسایی شده و از فرصت‌های آن بیشترین استفاده را کرد و تهدیدهای آن را تا حد ممکن واپایش نمود. به این منظور، این مقاله، بنا دارد تا با احصای فرصت‌ها و تهدیدهایی که شبکه‌های اجتماعی مجازی برای کشور ایجاد کرده‌اند و همچنین مطالعه رویکرد برخی از کشورها نسبت به این مقوله و وضعیت این شبکه‌ها در جهان به ارائه راهبردهای مقتضی در قبال این شبکه‌ها در جنگ آینده پردازد.

## ۱-۲. اهمیت موضوع

وبگاه‌ها و ابزارهای دنیای مجازی که روزگاری موضوعی جدید و حاشیه‌ای محسوب می‌شدند، حال به پدیده‌ای فراگیر تبدیل شده‌اند. این ابزارها که تحولات شبکه‌های ارتباطی در گسترش آنها نقش داشته‌اند، این روزها از طریق «اینترنت همراه» هم به سادگی قابل دسترس هستند. به گروهی از رسانه‌های برخط (آنلاین) که در آنها مردم به تولید، اشتراک و تبادل اطلاعات و ایده‌ها می‌پردازند، شبکه‌های اجتماعی گفته می‌شود (Ahlqvist et al, 2008: 13).

در پنج سال اخیر، مفهوم جدیدی با عنوان شبکه‌های اجتماعی مجازی در محیط اینترنت تولید شده که تأثیرهای گسترده‌ای در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و امنیتی داشته است. شبکه‌های اجتماعی مجازی در دنیای کنونی به یکی از نیرومندترین سلاح‌ها در جنگ‌ها تبدیل شده‌اند، حتی گروه‌های تندرو و تکفیری مانند داعش نیز از این مقوله به بهترین شکل در جهت منافع و هدف‌های خود در جنگ بهره برده‌اند. افزون بر ایجاد رعب و وحشت و همچنین برانگیختن تحسین تندروها، بهره‌برداری داعش از شبکه‌های اجتماعی دارای تأثیرهای راهبردی و راهکنشی (تاکتیکی) در میدان نبرد واقعی نیز بوده است. برای نمونه، دو هفته پیش از آنکه این گروه به موصل حمله کند، در صفحه‌های فیس‌بوک خود، شروع به تهدید تک‌تک روزنامه‌نگاران و خبرنگاران خبرنگارانی کرد که در موصل زندگی می‌کردند. بیشتر این روزنامه‌نگاران و خبرنگاران یا از شهر فرار کردند و یا فعالیت خود را متوقف نمودند و احتمال دارد این دلیل مهمی بوده باشد برای اینکه اشغال موصل توسط داعش با کمترین توجه خارجی انجام شد. همچنین در طول هفته‌های یادشده، داعش شروع به انجام تبلیغات سنگین در توئیتر نمود که نوعی عملیات روانی پیچیده پیش از حمله بود و انواع فیلم‌های مربوط به اعدام سربازان ارتش عراق را در این شبکه‌ها منتشر نمود. بعدها یکی از مقام‌های وزارت ارتباطات عراق اذعان نمود که دولت عراق، شبکه‌های اجتماعی را به علت

تضعیف روحیهٔ سربازان عراق در موصل که منجر به سقوط یک شبهٔ دو لشکر شد، را مسدود کرده است (Aljazeera.com)، بنابراین لازم است شبکه‌های اجتماعی مجازی را بهتر شناخت و نیز راهکارهای مناسبی برای بهره‌برداری از فرصت‌ها و کاهش تهدیدهای آن در جنگ‌های آینده اتخاذ کرد.

### ۱-۳. پیشینهٔ تحقیق

تحقیق‌ها و بررسی‌های فراوانی در مورد آثار تحولی فناوری‌های ارتباطی انجام شده است. مارشال مک لوهان، اینس، دیوید رایزمن، فردیناند تونیس از جمله صاحب‌نظران سنتی (کلاسیکی) هستند که در این زمینه، تحقیق‌های جامعی انجام داده‌اند. این گروه از دانشمندان بر این باورند که رسانه‌ها عامل به وجود آمدن تحولات تاریخی بوده و هر دورهٔ تاریخی به واسطهٔ نوع وسیلهٔ ارتباطی آن دوره، قابل تحلیل و بررسی می‌باشند. آنها رسانه‌ها را تنها انتقال‌دهندهٔ محض پیام‌ها ندانسته و معتقدند که این وسایل در چگونگی احساس، ادراک و برخورد جوامع با محیط، آثار غیر قابل انکاری به وجود می‌آورند. به باور این دانشمندان، درک تغییرهای اجتماعی و فرهنگی جوامع، بدون درک شبکه‌های ارتباطی آنها امکان‌پذیر نیست. رسانه‌ها در طول زمان به جوامع و گروه‌های اجتماعی شکل می‌دهند و با نفوذ در «تجربهٔ مستقیم»، واقعیت‌های اجتماعی را چندلایه نموده و بیش از پیش به ابعاد نمادین آن افزوده‌اند (دیندار و صدیری‌نیا، ۱۳۸۸).

به باور بسیاری از دانشمندان، فناوری‌های نوین اطلاعاتی و شبکه‌های اجتماعی، به عنوان خصیصهٔ متمایز جامعهٔ کنونی مورد توجه بوده و توانسته‌اند فرایندهای تولید و توزیع را با دگرگونی چشمگیری روبه‌رو سازند. این تغییرها تمامی زوایای زندگی انسان معاصر را در بر گرفته و به همراه هر «فن» در نظام معاصر جهانی، شکل خاصی از توزیع منافع و امتیازها را به وجود آورده است. به هر حال، فناوری اطلاعات، بنیاد

مادی انتقال شکل‌ها و پیام‌های نمادین است و به تعبیر واترز<sup>۱</sup> به علت برخورداری از پنج ویژگی مهم، «کوچک‌سازی، شخصی‌کردن، یکپارچگی، پخش و استقلال‌جویی»، توانسته است مرز بین «اینجا» و «آنجا» را از میان بردارد. این «منقبض کردن زمان/فضا» بنا بر گفته آنتونی گیدنز، برای شرکت‌ها، دولت‌ها و حتی افراد، گزینه‌هایی را فراهم می‌کند که تاکنون دست‌نیافتنی بوده‌اند (گیدنز، ۱۳۸۸). فرانک وبستر در کتاب «نظریه‌های جامعه اطلاعاتی»، نظرات هفت نفر از دانشمندان را در این باره گردآوری کرده و مورد بررسی قرار داده است. او برای درک نظام‌های معاصر، راه متمایز و جدیدی را پیشنهاد و «اطلاعات» را به عنوان عامل تعیین‌کننده سیمای جهان نو معرفی نموده است. وبستر، انگیزه نوشتن این کتاب را کنجکاوای درباره چیرگی اطلاعات در جهان جدید اعلام کرده که تلاش دارد زمینه‌های مشترک نظرات گوناگون را روشن سازد. در این کتاب، فرانک وبستر، عقیده دانیل بل نسبت به جامعه اطلاعاتی فراصنعتی، افکار آنتونی گیدنز درباره رشد نظارت و گسترش دولت - ملت، تأکید هربرت شیلر مبنی بر اینکه اطلاعات هم منافع شرکت‌های سرمایه‌داری را توجیه می‌کند و هم به آن استحکام می‌بخشد، عقیده یورگن هابرماس مبنی بر نابودی گستره همگانی، اندیشه‌های ژان بودریار نسبت به فرانوگرایی (پست مدرنیسم) و اطلاعات و نظرات مانوئل کاستلز درباره شهر اطلاعاتی را گرد هم آورده و مورد نقد و بررسی قرار داده است (وبستر، ۱۳۸۰). مارک پوستر یکی دیگر از دانشمندان عرصه رسانه، بر این باور است که گسترش فناوری‌های اطلاعاتی، آثار عمیقی بر شیوه زندگی و تفکر درباره خود و محیط پیرامون بر جای گذاشته است؛ زیرا این گسترش، «شبکه روابط اجتماعی» را متحول کرده است. هاکسلی<sup>۲</sup> به عنوان یکی از پیشگامان آینده‌پژوهی با کتاب دنیای شگفت‌انگیز نو، تصاویر وحشتناکی از دنیای آینده،

---

1. Waters

2. Huxley

پیش‌روی خوانندگان می‌گذارد که عمده آن بر مبنای توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات است (هاکسلی، ۱۳۷۸).

در ادامه به برخی از پژوهش‌های داخلی مرتبط با این موضوع اشاره می‌شود:

(۱) پژوهشی با عنوان «اینترنت و ثبات سیاسی- فرهنگی» که توسط حجه‌الاسلام دکتر حسام‌الدین آشنا در سال ۱۳۸۴ ارائه گردید (آشنا، ۱۳۸۴).

(۲) کتاب «اینترنت و امنیت اجتماعی» که حاصل فعالیت پژوهشی در پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی می‌باشد و توسط آقای دکتر سعید مجردی تألیف گردیده است (مجردی، ۱۳۹۱).

(۳) مقاله «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی» که از سوی حمید ضیایی‌پرور در نشریه رسانه ارائه شده است (ضیایی‌پرور و عقیلی، ۱۳۸۸).

(۴) مقاله «بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی» که از سوی مروارید اسلامی، در نخستین کنگره فضای مجازی ارائه شد (اسلامی، ۱۳۹۱).

(۵) مقاله «شبکه‌های اجتماعی مجازی و بحران هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)» توسط ثریا معمار و دیگران در فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران، چاپ شده است (معمار و دیگران، ۱۳۹۱).

(۶) مقاله «مقایسه کارکرد شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی در دو تمدن اسلامی - ایرانی و غربی» توسط عاطفه ذوالفقاری و دیگران در فصلنامه ره‌آورد نور چاپ گردیده است (ذوالفقاری و دیگران، ۱۳۹۲).

#### ۴-۱. پرسش‌های تحقیق

##### ۴-۱-۱. پرسش اصلی

رسانه‌های مجازی چه نقش‌ها و کارکردهایی در جنگ آینده دارند؟

۲-۴-۱. پرسش‌های فرعی

۲-۴-۱-۱. با اتخاذ چه راهبردهایی می‌توان از فرصت‌های رسانه‌های مجازی در

جنگ آینده بیشترین بهره‌برداری نمود و تهدیدها را واپایش کرد؟

۲-۴-۲-۱. رسانه‌های مجازی چه فرصت‌ها و تهدیدهایی را برای کشور ایجاد می‌کنند؟

۲-۴-۳-۱. سایر کشورهایی که دارای شرایط مشابه فرهنگی، سیاسی یا اجتماعی با

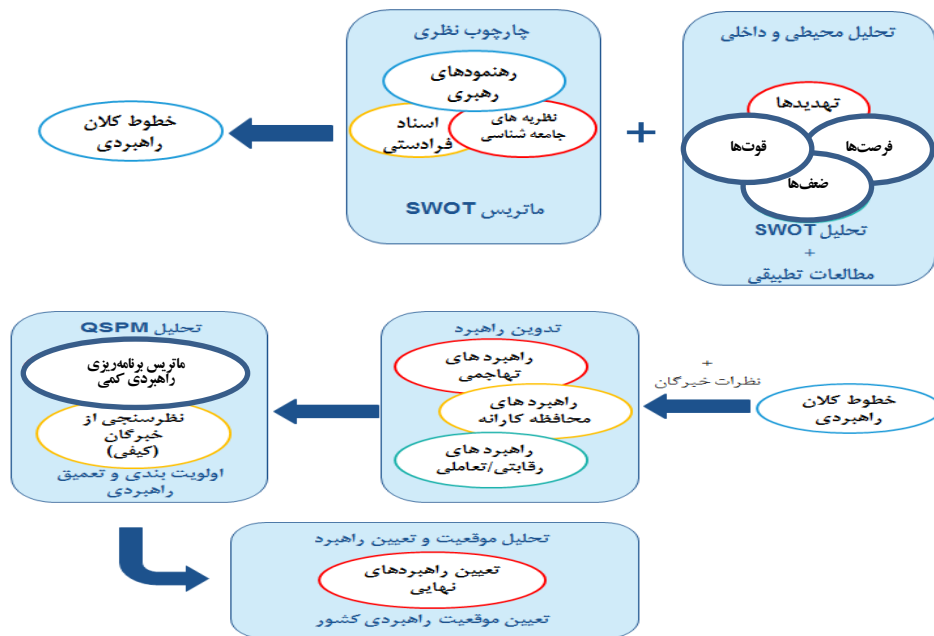
ج.ا.ایران هستند در قبال رسانه‌های مجازی چه رویکردی دارند؟ (کشورهای منتخب:

ترکیه، لبنان، مالزی، هند و چین)

۲-۴-۴-۱. نقاط قوت و ضعف کشور در قبال به‌کارگیری رسانه‌های مجازی چیست؟

۵-۱. فرایند تحقیق

شکل شماره ۱. فرایند تحقیق



## ۶-۱. روش تحقیق، روش گردآوری داده‌ها و جامعه آماری

از آنجا که هدف غایی تحقیق، ارائه راهبرد است، در این تحقیق از روش موردی-زمینه‌ای<sup>۱</sup> بهره‌برداری شده است. روش گردآوری مستندها، کتابخانه‌ای و اسنادی بوده است که در قالب جدول‌ها و شکل‌ها تهیه شده است؛ به این معنی که وضعیت شبکه‌های اجتماعی مجازی در جهان و یا در کشورهای مورد مطالعه از منابع مختلف چاپ شده و یا وبگاه‌های معتبر استخراج و در قالب شکل و جدول ارائه شده است. در بخش میدانی، جامعه آماری این پژوهش شامل گروه‌های زیر می‌باشد:

(۱) مدیران عالی بخش دفاع با مسئولیت در حوزه‌های راهبردی و فضای مجازی،

(۲) استادان دانشگاه و پژوهشگران و صاحب‌نظران برجسته در حوزه‌های یادشده.

نمونه آماری نیز به صورت غیراحتمالی (قضاوتی) تعیین گردید. براساس جامعه آماری بیان شده، در مجموع ۲۵ نفر مورد شناسایی قرار گرفتند که با کمک جدول مورگان و کرجسی، تعداد ۲۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید که به همین تعداد پرسشنامه در میان گروه هدف توزیع و گردآوری شد. برای تعیین راهبردها از جلسه طوفان ذهنی و روش SWOT و برای اعتبارسنجی راهبردها از روش QSPM، مصاحبه عمیق و روش تعیین موقعیت راهبردی بهره‌گیری شد. در نهایت نیز تجزیه و تحلیل اطلاعات با استفاده از روش‌های آمار استنباطی انجام شد.

## ۲. چارچوب نظری

### ۲-۱. جنگ‌های آینده

در حوزه ارتباط بین دولت‌ها، اگر کنش‌های پیوسته به حد کفایت بر کنش‌های گسسته غالب آیند، صلح رخ می‌نماید و اگر خلاف آن واقع شود، وضع دشواری که



جنگ نام گرفته بروز می کند (محمدی و حیدری، ۱۳۹۰: ۳). مطالعه‌ها نشان می‌دهد که جنگ و صلح، پدیده‌هایی اجتماعی هستند و تنها با ابزارهای روش‌شناختی علوم اجتماعی آشکار می‌گردند؛ زیرا ستیزه‌ها و جنگ‌های گروهی انسان اگر غریزی و طبیعی باشد، باید مانند بسیاری از غرایز، نظمی سامان‌مند داشته باشد و بر اثر آن، همه اقوام و ملل به‌طور منظم و سامان‌مند خواهان آن باشند.

اگر عواملی همچون غنیمت و غارت، بیگانه‌ستیزی، خودنمایی و جاه‌طلبی، تلافی و انتقام، رقابت و کسب برتری سیاسی، هدف‌های عمده جنگ و ستیزه‌ها باشند، عوامل نظری و عملی پیچیده متعددی، زمینه‌ساز ستیزه‌ها و جنگ‌ها در جوامع متمدن به حساب می‌آیند (آزادبخت، ۱۳۸۲: ۷).

در بررسی‌هایی که در مورد جنگ‌های آینده انجام می‌شود، برخورداری از قوای مسلح کارآمد و بهره‌مندی از فناوری پیشرفته به‌عنوان عوامل مؤثری در تعیین موقعیت یک دولت در جنگ بیان می‌گردد. ارزیابی از جنگی که در آن، فناوری سطح بالا استفاده می‌شود، اغلب به دو مفهوم تشریک مساعی و جنگ اطلاعاتی<sup>۱</sup> مرتبط است. مفهوم اول حاکی از آن است که موفقیت آتی در جنگ به توانایی در تأمین تشریک مساعی موفق نیروهای زمینی، هوایی و دریایی و نیز آموزش دقیق فرماندهان و واحدها و سامانه‌های مناسب فرماندهی، واپایش، ارتباطات و ارزیابی و تحلیل اطلاعات بستگی دارد. در جنگ اطلاعاتی نیز قابلیت و توانایی دسترسی به اطلاعات و به‌کارگیری آنها اهمیت فراوانی دارد (دیویس، ۱۳۸۵: ۹۲).

در خصوص کیفیت و ماهیت جنگ‌های آینده، بیشتر بحث‌های اخیر بر تأثیرپذیری این جنگ‌ها از فناوری ارتباطات تأکید دارند. هواداران بحث انقلاب در امور نظامی موضوع‌هایی مانند واپایش فضا را مطرح می‌کنند که در آنها جنگ‌های آینده برای کسب سلطه اطلاعاتی (واپایش ماهواره‌ها، شبکه‌های رایانه‌ای و ارتباطات راه دور) انجام

خواهد شد. ارتش آمریکا به شبکه‌های اطلاعاتی که باید در زمان جنگ از آنها محافظت شود، پرداخته و تخریب شبکه‌های اطلاعاتی دشمن را مورد اشاره قرار می‌دهد. فناوری ارتباطاتی برای افزایش قابلیت جنگ اطلاعاتی تهاجمی و دفاعی طراحی شده‌اند (Black, 2001: 85)؛ به‌ویژه اینکه، تأثیر سرعت انقلاب ارتباطاتی در افزایش سرعت اثرگذاری آن بر پدیده‌های دیگر، مثبت بوده است. به‌دنبال این تحول، مسائل نظامی نیز تا حد زیادی از تحول جدید تأثیر پذیرفت. انقلاب در امور نظامی که شامل تحول و پیشرفت فناوری نظامی و نیز تحول راهبردهای نظامی جدید می‌شود، از نتایج آشکار فرایند جهانی‌شدن است (رمضان‌زاده، ۱۳۸۱: ۴).

پیشرفت‌های سریع و تحولات پُرشتاب آینده، فضای نامطمئن و سرشار از فرصت و تهدید را فراروی نیروهای مسلح قرار خواهد داد و آنها روز به روز با طیف وسیع‌تری از اقدام‌های خصمانه دشمن در زمینه‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، رسانه‌ای، تبلیغاتی و غیره روبه‌رو خواهند شد و دشمن در جهت رسیدن به هدف‌های خود، ضمن بهره‌برداری از آخرین فناوری‌ها، هر ساله هزینه‌های هنگفتی را به این امر اختصاص می‌دهد، بنابراین در این فضای به شدت تغییرپذیر و نامطمئن، آمادگی‌های نظری و عملی برای پذیرش وقوع جنگ‌های آینده مبتنی بر تکامل اندیشه‌های نظامی، راهکنش‌ها و فناوری پیشرفته یک ضرورت ملی و حتمی است، پس اولین گام در جهت آمادگی دفاعی و حفظ اقتدار نظامی بر اساس برخورد با حوادث و جنگ‌های احتمالی آینده، درک صحیح از میزان تهدیدها علیه کشور و سپس فهم چگونگی نگرش دشمنان به جنگ‌های احتمالی آینده است، از این‌رو تلاش در راستای تبیین مفهوم جنگ‌های آینده و مشخصات آن با تحلیلی بر دیدگاه برخی صاحب‌نظران نظامی غرب یک نیاز مبرم پژوهشی و تحقیقاتی است که در ادامه به برخی از آنها اشاره می‌گردد.

با بررسی آثار و دیدگاه برخی از نظریه پردازان نظامی غرب (مانند لیدل هارت<sup>۱</sup>، کارل فون کلاوزویتس<sup>۲</sup>، هانس دلبراک<sup>۳</sup>، جی. اف. سی فولر<sup>۴</sup>، ترنچارد<sup>۵</sup>، جان بوید<sup>۶</sup>، فیلیپ اس. سیلینگر<sup>۷</sup>، دوهه، جان واردن<sup>۸</sup>، آلفرد تایر ماهان، جولیان اس کوربت<sup>۹</sup> و بیل میچل<sup>۱۰</sup>) و رهنامه نظامی آمریکا، مشخصه‌های زیادی برای جنگ‌های آینده قابل استخراج بود که در ادامه به تعدادی از آنها اشاره می‌شود:

- |  |  |
|--|--|
| (۱) عملیات سریع و قاطع                       | (۱۲) تکیه بر عملیات روانی                                |
| (۲) راه‌اندازی ائتلاف و انجام عملیات مرکب    | (۱۳) حمله به مراکز نقل                                   |
| (۳) انجام عملیات تأثیرمحور یا مبتنی بر تأثیر | (۱۴) آفند مسطح و راهکنش عملیات موزاییکی                  |
| (۴) هم‌افزایی (سینرژی) قدرت                  | (۱۵) تهاجم هوایی و موشکی دقیق                            |
| (۵) انجام عملیات غیرخطی                      | (۱۶) تلاش در راستای کاهش هزینه‌های جنگ                   |
| (۶) به‌کارگیری نیروهای ویژه                  | (۱۷) تأکید بر عملیات رایانه‌ای (سایبری) و مجازی‌سازی جنگ |
| (۷) ارزیابی همه‌جانبه اطلاعاتی               | (۱۸) مدیریت آستانه تحمل ملت‌ها                           |
| (۸) درگیری هم‌زمان در سطوح سه‌گانه           | (۱۹) تغییر در نوع تحرک (مانور)                           |
| (۹) انجام عملیات پیشدستانه                   | (۲۰) رویکرد شبکه‌محوری به جنگ                            |
| (۱۰) استمرار عملیات، تحت هر شرایطی           | (۲۱) به‌کارگیری راهکنش ناهمگون                           |
| (۱۱) توسعه صحنه نبرد و نفوذ بر عمق هدف       | (۲۲) مورد نظر قرار دادن ابعاد جنگ نرم                    |

1. Basial Liddell Hart
2. Carl von Clausewitz
3. Hans Delbruck
4. J. F. C. Fuller
5. Trenchard
6. John Boyd
7. John Warden
8. Julian Stafford Corbet
9. Billy Mitchell

## ۲-۲. انقلاب اطلاعات و فناوری ارتباطات در امور نظامی

انقلاب در امور نظامی که بر پایه فناوری اطلاعات و ارتباطات شکل گرفته است، دارای چهار ویژگی می‌باشد که عبارتند از:

- (۱) انعطاف‌پذیری،
- (۲) تحرک راهبردی<sup>۱</sup>،
- (۳) توانایی سازگاری واحدها با یکدیگر،
- (۴) ایجاد پیوندها و ارتباطات چندملیتی در جنگ‌ها و عملکردهای چندمنظوره در جنگ از اقدام‌های سخت‌افزاری تا نرم‌افزاری (ناجی‌راد، ۱۳۸۷: ۱۷۴-۱۷۳).

مهم‌ترین ویژگی انقلاب در امور نظامی، تغییرهای گسترده در چگونگی گردآوری، ذخیره، پردازش، مخابره و ارائه اطلاعات می‌باشد (ناجی‌راد، ۱۳۸۷: ۱۷۴-۱۷۳). این ویژگی‌ها به این معناست که با انقلاب در امور نظامی، سازگاری سریع با محیط حمله، عملکرد سریع در یک پهنای گسترده و قابلیت اقدام سریع نظامی و مناسب در تمام محیط‌های عملیاتی<sup>۲</sup> عملیاتی<sup>۲</sup> امکان‌پذیر شده است (عباسی اشلقی، تابستان ۱۳۸۵: ۱۷۹). تجربه دفاعی کشورهای گوناگون نشانگر این مطلب است که امروزه بخش عمده‌ای از توانمندی‌های نظامی و دفاعی در فناوری‌های این کشورها خلاصه می‌شود. اطلاعات و فناوری ارتباطات از جمله مهم‌ترین فناوری‌هایی هستند که در شکل‌گیری و ایجاد توانمندی‌های گوناگون نظامی تأثیرگذار هستند. توسعه گسترده و شتابان این فناوری در چند دهه گذشته باعث شده است تا چارچوب نظامی و قواعد بازی جنگ متحول شود (ولوی و محمدی، ۱۳۸۸: ۱۹۷)، بنابراین عصر اطلاعات و ارتباطات، عصری متفاوت است. فناوری غیرنظامی در این دوران، کاربردی نظامی پیدا کرده است (بیلیس و ویرتز، ۱۳۸۳: ۳۳۹). توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد تحول‌های بسیاری در زمینه‌های مختلف به‌ویژه بخش‌های نظامی

1. Strategic Mobility  
2. Operational Environments

کشورها شده است. امروزه با ورود تجهیزات و روش‌های جدید گردآوری اطلاعات بسیاری از مفاهیم جنگ‌های اولیه، دستخوش تغییرهای بسیار شده و اساس رهنامه جنگ‌های نوین به جای تأکید بر جنگ فرسایشی و نیروهای نظامی پیاده و تانک و توپ، بر جنگ‌های سریع و ضربتی تأکید دارند و بستر عملیات نظامی از زمین به فضا منتقل شده است (عابدینی و رضایی، ۱۳۸۲: ۱-۲).

انقلاب اطلاعات و فناوری ارتباطات حاکی از نوعی تازه و متفاوت از عملیات جنگی است که در آن ارتش‌ها، قابلیت تحرک آنها و سلاح‌های پیشرفته کشتار جمعی، نقش اصلی را بازی نمی‌کنند، بلکه برخورداری از اطلاعات بیشتر، توان رزمی و راهکنشی ارتش‌ها را مشخص و میزان موفقیت آنها در میدان نبرد را تعیین خواهد کرد. یکی دیگر از تأثیرهای انقلاب اطلاعاتی و فناوری ارتباطاتی بر پدیده جنگ، تحول در عوامل و دلایل شکل‌گیری جنگ‌هاست (Glave, 1998). امروزه چگونگی گردآوری، پردازش و انتقال اطلاعات باعث بروز تغییرهای عمده در ساختار جوامع شده و بسیاری از سازوکارهای سنتی و رایج آنها را به چالش طلبیده است.

### ۲-۳. جنگ نرم

جنگ نرم از مؤلفه‌های مهم جنگ‌های آینده است. جان کالینز<sup>۱</sup>، نظریه‌پرداز آمریکایی، جنگ نرم را «استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی می‌داند که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می‌شود» (کالینز، ۱۳۸۸: ۴۸۷)، اما می‌توان به طور کلی، جنگ نرم را این گونه تعریف کرد که هر گونه اقدام نرم‌افزارانه اعم از روانی، تبلیغاتی، رسانه‌ای، رایانه‌ای، اطلاعاتی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و علمی است که جامعه یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی با بهره‌گیری از روش‌های اقناع‌سازی و یا

1. John M. Collins

مدیریت احساسات و جذب، رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد. در نتیجه، هدف این جنگ، تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌ها و ملت‌ها در پشتیبانی از دیگر دولت‌ها، و به‌ویژه واپایش افکار و اذهان عمومی مردم است؛ زیرا این ملت‌ها هستند که در اولین خط مقدم حمله دشمن قرار می‌گیرند؛ به گونه‌ای که این عقیده وجود دارد که اگر افکار و اراده عمومی را نسبت به موضوع یا جریان و پدیده‌ای بتوان اقناع کرد یا به سمت خواسته‌های خود جهت‌دهی نمود، دولت‌ها تحت فشار افکار عمومی ملت‌ها به سوی هدف‌های دشمن سوق یافته و در آن جهت قرار خواهند گرفت (ضیایی‌پور، ۱۳۸۳: ۱۳-۱۲). مخاطب جنگ نرم، مردم کشورهای هدف، مردم خودی و نیروهای عمل‌کننده دشمن هستند. امروزه جنگ‌های زیادی با عناوین مختلف روی می‌دهد که می‌توان به نوعی همگی آنها را از مصادیق جنگ نرم دانست.

#### ۴-۲. اینترنت و جنگ آینده

پیدایی و پیشرفت «اینترنت»، در ایجاد شرایط گذر از «جامعه صنعتی» به «جامعه اطلاعاتی» جایگاه برجسته‌ای پیدا کرده است. شبکه «اینترنت» اکنون به گفته برخی از محققان ارتباطی، ستون فقرات ارتباطات اطلاعاتی سراسری کره زمین و به عبارت دیگر، «شبکه‌های اطلاع‌رسانی» جهان شناخته می‌شود (مجردی، ۱۳۹۱: ۶۶). اینترنت، ساختاری ارتباطاتی است که به‌منظور گسترش ارتباطات و انتشار اطلاعات، طراحی و آماده شده است (بوسا، ۱۳۸۵: ۲۱۲)، بنابراین اینترنت، عبارت است از شبکه ارتباط جهانی مرکب از خدمات‌دهندگان، منافع ارتباطی و کاربران که تجهیزات اصلی آنها را رایانه‌های شخصی و خطوط تلفنی تشکیل می‌دهند (Centner, Spring 1997).

بدون شک اینترنت مرزهای کشورهای را در هم نوردیده و بیشتر ناظران معتقدند جنگ‌های نامنظم آینده در حوزه فضای اطلاعاتی انجام خواهد شد. شبکه جهانی اینترنت و دسترسی آسان به فناوری باعث حمله شبکه‌ای و اقدام‌های تروریستی از

طریق شبکه و نفوذ (هک) کردن به بخش‌های خدماتی دولت و ایجاد آسیب‌پذیری در واپایش اطلاعات می‌گردد (بیلیس و ویرتز، ۱۳۸۳: ۳۱۵). اینترنت این امکان را فراهم آورده است که بازیگری با مهارت متوسط و با حداقل هزینه، بتواند به وسیله انتشار مطالب در شبکه‌های اجتماعی مجازی<sup>۱</sup> مبتنی بر اینترنت، ارسال نامه‌های الکترونیکی، ایجاد صفحه وب<sup>۲</sup>، وبلاگ<sup>۳</sup> و وبگاه، وارد عرصه ارتباطات سیاسی شده و ساختار سلسله‌مراتبی ارتباطات بین‌المللی را بشکنند. در وضعیت بحران‌های بین‌المللی، به‌ویژه آنگاه که قدرت‌های مسلط ارتباطی مانند آمریکا، هدف بسیج عمومی داخلی و خارجی را به نفع سیاست‌های توسعه‌طلبانه خود دنبال می‌کنند، مطرح شدن هر صدایی ناهماهنگ با فرایند بسیج ارتباطی موردنظر آنها می‌تواند موجب اختلال شده و رهبران سیاسی قدرت‌ها را بر آشفته سازد (حسینی، ۱۳۸۲: ۷). اینترنت، بیشتر عرصه‌های حیات بشری را تحت تأثیر قرار داده که از جمله آنها عرصه تبلیغات، ارتباط اقناعی و جنگ است. در این عرصه، دو تأثیر تحول‌ساز اینترنت «تبدیل تبلیغات و جنگ روانی مقیاس انبوه، به جنگ روانی هدایت‌شونده دقیق» و «تبدیل عملیات روانی سلسله‌مراتبی و ساختارمند، به عملیات روانی ساختارشکن» هستند (حسینی، ۱۳۸۲: ۱). اینترنت و شبکه‌های اجتماعی مجازی مبتنی بر آن هم، اکنون به یکی از مهم‌ترین ابزارهای اجرای جنگ نرم تبدیل شده‌اند که در ادامه، در مورد آن به تفصیل بحث خواهد شد.

## ۲-۵. شبکه‌های اجتماعی مجازی

به طور کلی، واژه «شبکه» را می‌توان به هر مجموعه یا نظام درون‌پیوندی<sup>۴</sup> نسبت داد که هدف آن به اشتراک گذاشتن یک قابلیت یا توانایی بین دو یا چند نظام در محدوده

- 
1. Virtual Social Networks
  2. Web Page
  3. Weblog
  4. Interconnected

مکان و زمان است و در حالت مطلوب، محدودیت مکانی و زمانی ندارد. در واقع، می‌توان این گونه گفت: شبکه، مجموعه‌ای از اشیا یا دستگاه‌ها مانند تلفن، نماپر و رایانه است که به هم متصل هستند (Wellman & Berkowitz, 1988: 69).

گونه‌ای از این شبکه‌ها، اجتماعی هستند. در این نوع از شبکه، انسان‌ها با یکدیگر ارتباط دارند؛ به عبارت دیگر، شبکه‌های اجتماعی، ساختاری اجتماعی‌اند که افراد و سازمان‌های انسانی میان خود ایجاد کرده‌اند تا در موضوع‌ها و مقوله‌های از پیش تعیین شده با یکدیگر تعامل کنند. ساده‌ترین شبکه اجتماعی را می‌توان خانواده، بستگان، قبیله، دوستان و همکاران دانست (Freeman, 2006: 119).

نوع دیگری از شبکه‌های اجتماعی نیز وجود دارند که در آن روابط اشخاص، بر پایه رایانه و اینترنت و به گونه برخط انجام می‌پذیرد. در بیانی ساده و مختصر، این گونه از پایگاه‌ها را چنین تعریف کرده‌اند: جامعه‌ای برخط که کاربران آن، مجاز به اشتراک‌گذاری اطلاعات، تصاویر، فیلم‌ها، نرم‌افزارها و... برقراری ارتباط با دیگران و کشف نشانی ارتباط افراد جدید هستند. چنین شبکه‌های اجتماعی را می‌توان چکیده وب ۲ برشمرد که در آن، اعضا با مشارکت و همفکری و با استفاده از برنامه‌ها به ساختن محتوای وب می‌پردازند. همچنین بیشتر شبکه‌های اجتماعی راه‌های گوناگونی مانند رایانامه، خدمات پیام فوری، اشتراک تصاویر، موسیقی، صوت و فیلم برای تعامل کاربران فراهم می‌کنند؛ به عبارت دیگر، در این نوع از پایگاه‌ها عناصر ارتباطی مانند رایانامه (ایمیل)، تابلوی پیام، پیام فوری و گفت‌وگو (گپ) با وسایل رسانه‌ای شنیداری، دیداری و نوشتاری با هم به صورت ترکیبی در یک‌جا وجود دارند (Freeman, 2006: 75).

شبکه‌های اجتماعی، نسل جدیدی از پایگاه‌هایی هستند که این روزها در کانون توجه کاربران شبکه‌های جهانی اینترنت قرار گرفته‌اند. این گونه پایگاه‌ها بر مبنای تشکیلات برخط فعالیت می‌کنند و هر کدام، دسته‌ای از کاربران اینترنتی با ویژگی خاص را گرد هم می‌آورند. شبکه‌های اجتماعی را گونه‌ای از رسانه‌های اجتماعی



می‌دانند که امکان دستیابی به شکل جدیدی از برقراری ارتباط و به اشتراک‌گذاری محتوا در اینترنت را فراهم آورده‌اند.

موج اصلی شکل‌گیری شبکه‌های اجتماعی زمانی آغاز شد که آدریان اسکات<sup>۱</sup> پایگاه رایز<sup>۲</sup> را در سال ۲۰۰۱ راه‌اندازی کرد تا به مردم در کارهای تجاری یاری دهد. این پایگاه شبکه اجتماعی به منظور مرتبط کردن شرکت‌های تجاری، به‌ویژه شرکت‌های تازه تأسیس، طراحی شده و گفته شده است که بیش از پانصد هزار عضو از ۲۰۰ کشور جهان دارد. ۱۰۰۰ سازمان خارج از این پایگاه، به‌منزله شبکه زیر گروه فعالیت می‌کنند. پایگاه شبکه اجتماعی رایز را نخستین پایگاه از نسل جدید پایگاه‌های شبکه اجتماعی خوانده‌اند که در شکل‌گیری پایگاه مشهور فرندستر<sup>۳</sup> نقشی مؤثر داشته است. نکته جالب اینکه نخستین عضو پایگاه رایز، یعنی جانانان آبرامز<sup>۴</sup> مؤسس فرندستر بوده است (digizen.org).

در سال ۲۰۰۲ با راه‌اندازی فرندستر شبکه‌های اجتماعی راه خود را یافتند. این پایگاه، شبکه اجتماعی مفاهیمی مشابه آنچه را نخستین پایگاه‌های شبکه اجتماعی استفاده می‌کردند، اصلاح کرد و آن را از معبری برای ارتباط دو شخص، به ارتباط عمومی مقید و محکم بین اشخاصی که علاقه‌مندی مشترک دارند، تغییر و نشان داد که راه‌های فراوانی برای کشف این علقه‌ها وجود دارد. تنها یک سال پس از راه‌اندازی فرندستر، بیش از سه میلیون کاربر در آن ثبت کردند (mashable.com).

یک سال بعد، پایگاه شبکه اجتماعی لینکدین<sup>۵</sup> راه‌اندازی شد که رویکردی متعادل به پدیده شبکه اجتماعی داشت. لینکدین به جای اینکه تفرجگاهی برای همکلاسی‌ها و

---

1. Adrian Scott
2. Ryze.com
3. Friendster
4. Jonathan Abrams
5. LinkedIn

جوانان باشد، منبعی شبکه‌ای برای تجار حرفه‌ای بود که می‌خواستند با دیگر حرفه‌ای‌ها در ارتباط باشند (linkedin.com).

در سال ۲۰۰۳ که لینکدین راه‌اندازی شد، پایگاه شبکه اجتماعی بزرگ دیگری به راه افتاد که مای اسپیس<sup>۱</sup> نام داشت. این شبکه اجتماعی به منظور توسعه و ترویج موسیقی‌های مستقل و مناظر و اماکن اطراف جهان ایجاد شد. افزون بر آن، مای اسپیس، پایگاهی سرگرمی و هنری بود که کاربران می‌توانستند پروفایلی یگانه ایجاد کنند و فیلم‌های مورد علاقه خود را به اشتراک بگذارند. همچنین اشخاص می‌توانستند از این پایگاه برای مقاصد تجاری استفاده کنند؛ به این گونه که یک صفحه برای سالن زیبایی، ارسال اطلاعات سوابق و فعالیت‌ها و نیز بارگذاری نمونه کارها برای به نمایش درآمدن در پایگاه ایجاد نمایند (digitaltrends.com).

در سال ۲۰۰۴ یکی دیگر از بزرگ‌ترین شبکه‌های اجتماعی برخط، یعنی فیس بوک<sup>۲</sup> ایجاد شد. مؤسس این شبکه اجتماعی، مارک زاکربرگ<sup>۳</sup> است. او فیس بوک را در خوابگاهش در دانشگاه هاروارد طراحی و به‌منزله پایگاه شبکه اجتماعی ویژه دانشجویان راه‌اندازی کرد. دو هفته پس از راه‌اندازی این پایگاه، نیمی از دانشجویان دانشگاه هاروارد عضو آن پایگاه شدند تا از این طریق با یکدیگر ارتباط داشته باشند. اکنون فیس بوک دیگر از محدوده دانشگاه هاروارد بیرون آمده و در سراسر جهان بیش از یک میلیارد کاربر فعال دارد؛ به گونه‌ای که در میان پایگاه‌های شبکه اجتماعی مقام اول و در میان همه پایگاه‌ها، پس از گوگل مقام دوم را به خود اختصاص داده است (theguardian.com).

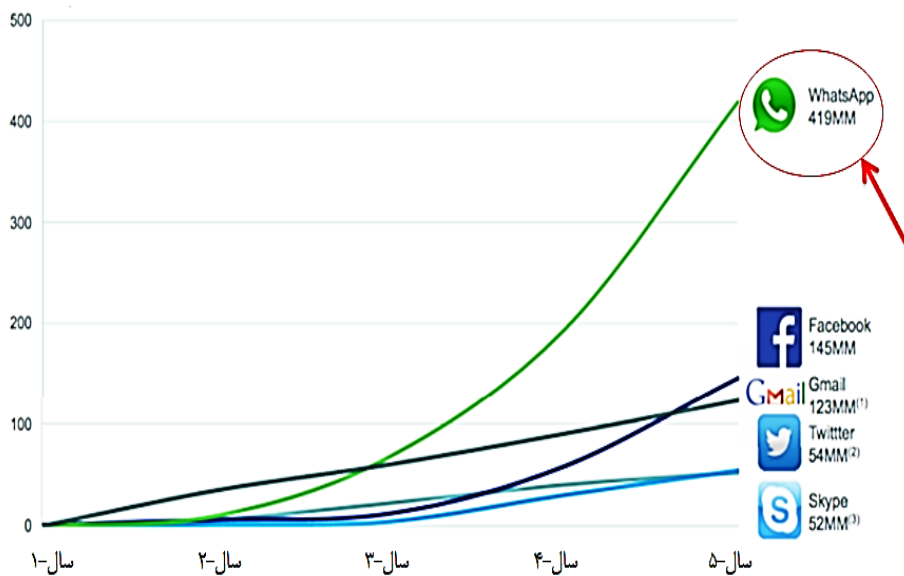
یکی از مهم‌ترین دستاوردها در حوزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، شبکه‌های اجتماعی مجازی بر بستر تلفن همراه (موبایل) است که به سرعت در حال جایگزینی

---

1. MySpace  
2. Facebook  
3. Mark Zuckerberg

با شبکه‌های اجتماعی سنتی است. برای مثال در زیر، نرخ رشد یکی از این شبکه‌های اجتماعی مجازی موسوم به واتس آپ<sup>۱</sup> که در ج.ا. ایران نیز طرفداران زیادی دارد، در مقایسه با سایر بخش‌های معروف تحت وب ارائه شده است (businessinsider.com):

شکل شماره ۲. نرخ رشد در ۴ سال اولیه پس از تأسیس (میلیون نفر)



چنانچه مشخص است، نرخ رشد این شبکه اجتماعی در ۴ سال اول تأسیس، نزدیک به ۴ برابر نرخ رشد فیس‌بوک است. به همین جهت، فیس بوک که در تلاش برای رقابت با شبکه‌های اجتماعی تلفن همراهی، به دنبال افزودن قابلیت‌های این‌گونه شبکه‌ها به نسخه تلفن همراهی خود است، در همین راستا اعلام کرد که قابلیت «همین نزدیکی»<sup>۲</sup> را اضافه کرده تا امکان جست‌وجوی افراد در نزدیکی مکان جغرافیایی کاربر امکان‌پذیر شود. پیش از این، فیس‌بوک برای رقابت در این عرصه، اقدام به خرید پیام‌رسان

1. Whatsapp
2. Nearby

واتس‌آپ و شرکت اکولوس<sup>۱</sup> کرده و در مجموع ۲۰ میلیارد دلار هزینه نمود. قابلیت یافتن افرادی که در نزدیکی کاربر هستند، پیش‌تر در شبکه‌های اجتماعی تلفن همراهی وجود داشت و مختص این گونه از شبکه‌هاست. پیش از این، خبرها حکایت از آن داشت که بسیاری از نوجوانان در آمریکا حساب کاربری خود در فیس‌بوک را غیرفعال کرده و به اینستاگرام روی آورده‌اند (businessweek.com)، بنابراین چنین به نظر می‌رسد که آینده شبکه‌های اجتماعی مجازی را باید بر بستر تلفن‌های همراه جست‌وجو کرده و در برنامه‌ها و سیاست‌های کلی این موضوع را با جدیت پیگیری نمود.

## ۶-۲. بررسی شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح در سطح جهانی

در این بخش از مقاله، به‌منظور آشنایی هر چه بیشتر با شبکه‌های اجتماعی مجازی، آمارهای شبکه‌های اجتماعی مجازی مهم یعنی فیس‌بوک<sup>۲</sup>، توییتر<sup>۳</sup>، گوگل پلاس<sup>۴</sup>، لینکدین<sup>۵</sup> و پینترست<sup>۶</sup> ارائه خواهد شد.

جدول شماره ۱. تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی مهم جهان تا ابتدای آوریل ۲۰۱۴ (expandeddrablings.com)

تعداد کاربر (میلیون نفر)	نام
۱۲۸۰	Facebook
۵۵۵	Twitter
۵۴۰	Google+
۳۰۰	Linkedin
۷۰	Pinterest

1. Oculus
2. Facebook
3. Twitter
4. Google+
5. Linkedin
6. Pinterest

جدول شماره ۲. نسبت تعداد کاربران مرد به زن در شبکه‌های اجتماعی مطرح جهانی (tweetsmarter.com)

نام	مرد	زن
Facebook	٪۴۰	٪۶۰
Twitter	٪۴۳	٪۵۷
Google+	٪۶۳	٪۳۷
Linkedin	٪۵۵	٪۴۵
Pinterest	٪۳۱/۸	٪۶۸/۲

جدول شماره ۳. مدت زمان متوسط سپری شده توسط کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی (tweetsmarter.com)

نام	مدت زمان سپری شده در ماه (دقیقه)
Facebook	۴۰۵
Twitter	۲۱
Google+	۳
LinkedIn	۱۷
Pinterest	۸۹

جدول شماره ۴. جمعیت‌شناسی برخی از شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح در جهان (tweetsmarter.com)

نام	۳-۱۷	۱۸-۲۵	۲۶-۳۴	۳۵-۴۴	۴۵-۵۴	+۵۵
Facebook	٪۱۱	٪۲۹	٪۲۳	٪۱۸	٪۱۲	٪۷
Twitter	٪۴	٪۱۳	٪۳۰	٪۲۷	٪۱۷	٪۹
Google+	٪۹	٪۲۳	٪۳۵	٪۱۵	٪۱۱	٪۷
LinkedIn	٪۰	٪۱۸/۱	٪۳۱/۲	٪۲۴/۸	٪۱۵	٪۱۰/۵
Pinterest	٪۳	٪۶	٪۲۸	٪۲۸	٪۲۵	٪۱۱

جدول شماره ۵. ارزش تخمینی کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی مطرح در جهان (tweetsmarter.com)

نام	ارزش به ازای هر کاربر (دلار)
Facebook	۱۱۸
Twitter	۷۱/۴۳
LinkedIn	۷۱
Pinterest	۲۸/۰۹

## ۲-۷. شبکه‌های اجتماعی مجازی در برخی از کشورهای مورد مطالعه

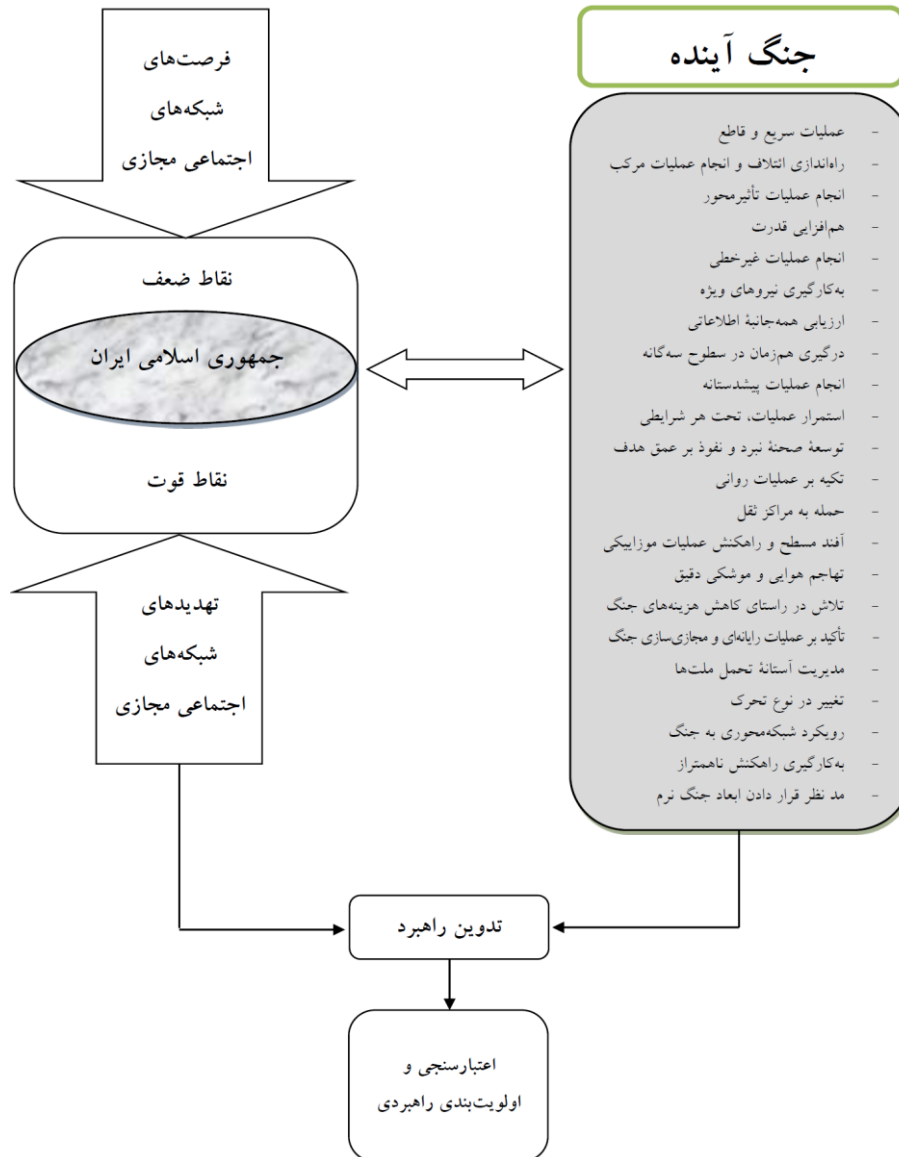
در این بخش از مقاله به خلاصه‌ای از بررسی‌های انجام شده درباره شبکه‌های اجتماعی مجازی در برخی از کشورهای مورد مطالعه، اشاره می‌شود:

جدول شماره ۶. شبکه‌های اجتماعی مجازی در برخی از کشورهای مورد مطالعه

کشور	رویکرد نسبت به شبکه‌های اجتماعی مجازی
ترکیه	<ul style="list-style-type: none"> <li>- استفاده وسیع مردم از شبکه‌های اجتماعی غربی (thomascrampton.com)</li> <li>- اقدام دولت و بخش خصوصی برای راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی (investintech.com)</li> <li>- بهره‌برداری وسیع دولت از این شبکه‌ها به‌منظور پیشبرد راهبردهای خود در کشورهای منطقه (hurriyetdailynews.com)</li> <li>- پالایش اطلاعاتی (فیلترینگ) محدود شبکه‌های اجتماعی غربی (techcrunch.com)</li> <li>- استفاده زیاد مردم ترکیه از ویدئوی برخط (indexmundi.com)</li> </ul>
عربستان	<ul style="list-style-type: none"> <li>- اقبال زیاد جوانان سعودی به این شبکه‌ها به‌ویژه توئیتر (aljazeera.com)</li> <li>- پالایش اطلاعاتی شبکه‌های اجتماعی غربی توسط دولت (investintech.com)</li> <li>- ورود علمای سعودی به بحث حرمت استفاده از این شبکه‌ها (asriran.com)</li> </ul>
مالزی	<ul style="list-style-type: none"> <li>- شبکه‌های اجتماعی مجازی در این کشور با محدودیت خاصی روبه‌رو نیستند (Smu.edu.sg)</li> <li>- مردم این کشور جزو فعال‌ترین مردمان جنوب شرقی آسیا در شبکه‌های اجتماعی مجازی هستند (thejreexpress.com)</li> </ul>
هند	<ul style="list-style-type: none"> <li>- پالایش اطلاعاتی شدید در برخی نواحی کشور (به‌ویژه نواحی مرزی) توسط دولت انجام می‌شود.</li> <li>- جمعیت بسیار جوان هند حضور بسیار پُرنرنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی دارد (techinasia.com)</li> </ul>
چین	<ul style="list-style-type: none"> <li>- دولت در کنار مقابله با شبکه‌های اجتماعی غربی، در زمینه تولید و ترویج شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی بسیار موفق عمل کرده است (techinasia.com)</li> <li>- مردم چین حضور بسیار پُرنرنگی در شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی خود دارند (techinasia.com)</li> </ul>
لبنان	<ul style="list-style-type: none"> <li>- دولت لبنان، محدودیت خاصی بر شبکه‌های اجتماعی مجازی غربی اعمال نکرده است.</li> <li>- دولت، راهبرد راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی / اسلامی را مد نظر دارد (naharnet.com)</li> </ul>

### ۸-۲. الگوی مفهومی تحقیق

شکل شماره ۳. الگوی مفهومی تحقیق



### ۳. تدوین راهبرد در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده

در این بخش از مقاله با بهره‌گیری از تحلیل SWOT<sup>۱</sup> و به‌واسطه جلسه طوفان ذهنی، به احصای نقاط ضعف و قوت کشور در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده پرداخته شده و فرصت‌ها و تهدیدهای ایجاد شده در این حوزه بررسی گردیده است، سپس با رسم ماتریس SWOT، خطوط کلان راهبردی را معین و با استفاده از نظر خبرگان به تدوین راهبردهای مقتضی پرداخته شده است. در نهایت نیز برای اعتبارسنجی و همچنین اولویت‌بندی راهبردهای تدوین‌شده از روش‌های QSPM<sup>۲</sup> و نیز مصاحبه عمیق با برخی از نخبگان و خبرگان حوزه دفاع و فضای مجازی بهره گرفته شده است.

#### ۳-۱. تجزیه و تحلیل SWOT

نقاط قوت	نقاط ضعف
۱. عنایت خاص مقام معظم رهبری به فضای مجازی	۱. ضعف فناوری
۲. جوانی جامعه و علاقه‌مندی عمومی به این حوزه	۲. ضعف تولید محتوا
۳. فرهنگ غنی اسلامی و فرهنگ غنی ایرانی	۳. ضعف فرهنگ استفاده از فضای مجازی
۴. افزایش تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی مجازی	۴. ضعف تعامل‌های بین‌المللی و بین کشورهای اسلامی
۵. ارتقای نرخ باسوادی به‌ویژه سواد رایانه‌ای مردم	۵. ضعف نیروی انسانی و آموزش
	۶. کمبود بودجه و منابع مالی
فرصت‌ها	تهدیدها
۱. افزایش علاقه‌مندی به ارزش‌های اسلامی/ ایرانی	۱. نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی غربی در کشور
در عرصه جهانی	۲. برنامه‌ریزی قدرت‌ها برای دسترسی به اطلاعات شخصی شهروندان
۲. انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات	۳. استفاده گروه‌های تروریستی/جاسوسی، کلاهبردار و اغتشاشگر برای کلاهبرداری و عضوگیری و سازماندهی اعضا از طریق این شبکه‌ها
۳. کارکردهای تبلیغی و محتوایی	۴. شکل‌گیری و ترویج سریع شایعه‌ها و اخبار کذب
۴. ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان	۵. گمنامی کاربران و هویت‌های تقلبی
۵. یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی	۶. دسترسی راحت و بدون هزینه به محتوای نامناسب
۶. افزایش سرعت در فرایند آموزش	۷. حاکمیت آمریکا بر اینترنت
۷. بیداری اسلامی	

1. SWOT Analysis
2. Quantitative Strategic Planning Matrix



شکل شماره ۴. ماتریس تحلیل SWOT

		تهدیدها (T)							فرصت‌ها (O)																			
		جوانی جامعه و علاقه‌مندی عمومی به این حوزه	فرهنگ عشق اسلامی ایران	عنايت خاص رهبري به فضای مجازی	افزایش تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی	ارتقای نرخ سواد رایانه‌ای مردم	ضعف فناوری	ضعف تولید محتوا	ضعف فرهنگ استفاده از فضای مجازی	ضعف تعامل‌های بین‌المللی	ضعف نیروی انسانی و آموزش	کمبود بودجه و منابع مالی	پایداری اسلامی	افزایش سرعت در فرایند آموزش	یکپارچه‌سازی بسیاری از امکانات اینترنتی	ارتقاء مجازی مستر با دوستان و آشنایان	کارگردان‌های تبلیغی و مجازی	انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات	افزایش علاقه‌مندی به ارزش‌های اسلامی ایرانی	حاکمیت آمریکا بر اینترنت	دسترسی به مجازی نامناسب	ظرفی حرم عمومی افراد	شکولگری و ترویج افراط	استفاده ناپایدها	پراگندگی قدرتها برای دسترسی	دسترسی به اطلاعات شخصی شهروندان	نیوز شبکه‌های اجتماعی مجازی غربی	
میزان	(S)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
	(M)	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	
		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○
		○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○	○

● اثر متقابل قابل توجه دارند.  
 ○ اثر متقابل متوسط دارند.  
 ○ اثر متقابل کمی دارند.  
 خطوط کلان راهبرد

### ۲-۳. راهبردهای تدوین شده

نقاط قوت و ضعف کشور در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی و همچنین فرصت‌ها و تهدیدها به واسطه جلسه طوفان ذهنی مشخص گردید و ماتریس SWOT و همچنین خطوط کلان به دست آمد.

بر اساس خطوط کلان به دست آمده از ماتریس SWOT و نظر خبرگان، راهبردهای صفحه بعد تدوین گردید که به سه گروه تقسیم‌بندی شدند و در ادامه به آن اشاره می‌گردد.

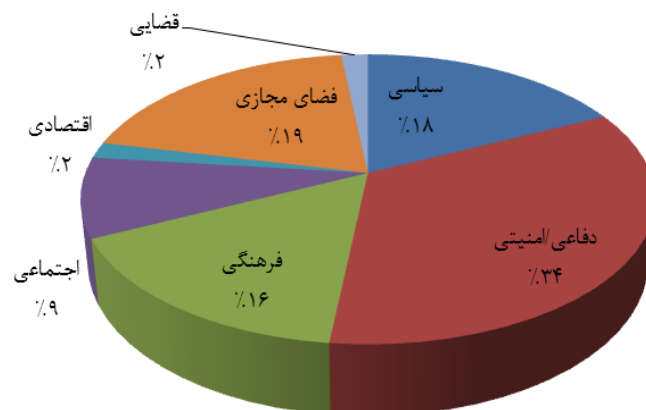
جدول شماره ۷. راهبردهای تدوین شده در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده

<p>۱. تشکیل اتاق جنگ رسانه‌های مجازی (برای پیاده‌سازی اقدام‌های سلبی/ایجابی به شکل یکپارچه و هماهنگ در کمترین زمان)</p> <p>۲. تربیت نخبگان فضای مجازی (با تأکید بر جذب نخبگان و نوابغ و تربیت ایشان در دوران نوجوانی)</p> <p>۳. راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی جدید به منظور کاهش تقاضا برای شبکه‌های خارجی</p> <p>۴. راه‌اندازی یا حمایت از شبکه‌های اجتماعی در کشورهای هدف و راهبری آنها</p> <p>۵. توسعه فرهنگ کاربری صحیح از شبکه‌های اجتماعی مجازی با محوریت خانواده‌ها در داخل کشور</p>	<p>راهبردهای تهاجمی یا پیش فعال</p>
<p>۱. تأسیس شبکه‌های اجتماعی مجازی اسلامی با مشارکت کشورهای مسلمان</p> <p>۲. ایجاد شبکه مستقل ملی اطلاعات</p>	<p>راهبردهای رقابتی یا تعاملی</p>
<p>۱. وضع قوانین، مقررات و اقدام‌های بازدارنده و تشدید مجازات مجرمان در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی</p>	<p>راهبردهای تدافعی یا انفعالی (راهبردهای سلبی)</p>

### ۳-۳. اعتبارسنجی و اولویت‌بندی راهبردها

به منظور اعتبارسنجی و اولویت‌بندی راهبردی از دو روش QSPM و مصاحبه عمیق بهره گرفته شده است. روش QSPM، روشی مشخص برای اولویت‌بندی راهبردی است، که روایی و پایایی آن مورد قبول جامعه علمی است. به این منظور، نمونه آماری به شکل غیراحتمالی (قضای) تعیین گردید. براساس جامعه آماری بیان شده، در مجموع ۲۵ نفر مورد شناسایی قرار گرفتند که با کمک جدول مورگان و کرجسی تعداد ۲۴ نفر به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید که به همین تعداد، پرسشنامه در میان گروه هدف، توزیع و گردآوری شد.

شکل شماره ۵. حوزه تخصصی پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه QSPM



شکل شماره ۶. تحصیلات پاسخ‌دهندگان به پرسشنامه QSPM



بر اساس نتایج حاصل از تحلیل QSPM، اولویت راهبردی به شکل زیر تعیین گردید:

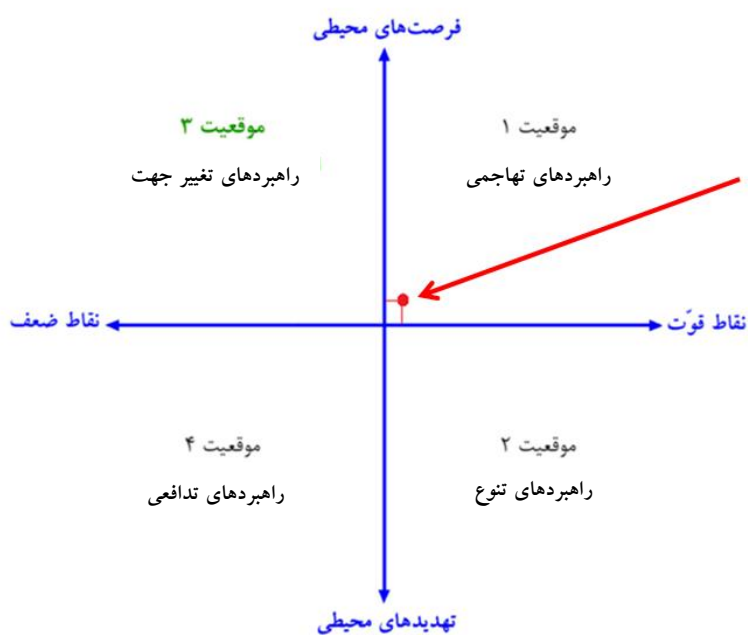
جدول شماره ۸. اولویت‌بندی راهبردی بر اساس تحلیل QSPM

رتبه راهبرد	شماره راهبرد	شرح راهبرد	نمره نهایی جذابیت موزون
۱	R7	تشکیل اتاق جنگ رسانه‌های مجازی	۲۴۸/۹۶
۲	R4	راه‌اندازی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی در کشورهای هدف	۲۳۳/۸۶
۳	R6	تأسیس شبکه‌های مشترک با کشورهای مسلمان	۲۳۳/۵۰
۴	R2	تربیت نخبگان فضای مجازی	۲۱۹/۹۰
۵	R5	توسعه فرهنگ استفاده از فضای مجازی با تأکید بر خانواده‌ها	۲۱۵/۷۵
۶	R3	راه‌اندازی شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی	۲۱۰/۶۶
۷	R8	وضع قوانین بازدارنده	۲۰۵/۷۷
۸	R1	ایجاد شبکه مستقل ملی اطلاعات	۱۹۳/۵۶

به منظور اعتبارسنجی و همچنین افزودن راهبردهای جدید به فهرست فوق، از مصاحبه عمیق با پنج نفر از صاحب‌نظران و پیشکسوتان حوزه دفاع و فضای مجازی بهره گرفته شد که افزون بر اعتبارسنجی راهبردهای مزبور، راهبرد «بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی حقیقی مبتنی بر مکتب غنی تشیع در فضای شبکه‌های اجتماعی مجازی» نیز حاصل این مصاحبه‌ها بود.

۳-۵. تعیین موقعیت راهبردی کشور با استفاده از تحلیل موقعیت و تعیین راهبرد در این بخش از نوشتار با استفاده از نتایج حاصل از ماتریس SWOT و همچنین نتایج QSPM موقعیت راهبردی کشور را در قبال شبکه‌های اجتماعی ترسیم نموده و راهبردهای متناسب با این موقعیت از میان راهبردهایی که پیش‌تر بیان گردید، معرفی خواهد شد. یکی از کاربردهای الگوی SWOT، مقایسه نظام‌یافته فرصت‌ها و تهدیدهای خارجی با ضعف‌ها و قوت‌های داخلی است که به منظور تشخیص یکی از چهار الگو میان موقعیت‌ها و راهبردهای عمده یا کلی کشور انجام می‌شود. با جمع‌بندی نتایج حاصل از ماتریس‌های SWOT و QSPM، موقعیت راهبردی کشور در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده به شکل زیر تعیین می‌گردد:

شکل شماره ۷. تعیین موقعیت راهبردی کشور با استفاده از تحلیل موقعیت راهبردی



همان‌گونه در شکل شماره ۷ نیز مشهود است، هم اکنون موقعیت راهبردی کشور در قبال شبکه‌های اجتماعی مجازی در جنگ آینده در موقعیت راهبردهای تهاجمی قرار دارد. بر این اساس نیز راهبردهایی که در ادامه به آنها اشاره می‌شود، برای موقعیت راهبردی مزبور، پیشنهاد می‌گردند:

- (۱) تشکیل اتاق جنگ رسانه‌های مجازی،
- (۲) تربیت نخبگان فضای مجازی،
- (۳) توسعه فرهنگ استفاده از فضای مجازی با تأکید بر خانواده‌ها،
- (۴) راه‌اندازی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی در کشورهای هدف،
- (۵) تأسیس شبکه‌های مشترک با کشورهای مسلمان،
- (۶) بهره‌برداری از شبکه‌های اجتماعی حقیقی مبتنی بر مکتب غنی تشیع در فضای مجازی،
- (۷) ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی.

## نتیجه‌گیری و پیشنهادها

### (۱) جمع‌بندی

امروزه شبکه‌های اجتماعی مجازی، به یکی از مهم‌ترین ابزارهای جنگ نرم تبدیل شده و در جنگ آینده نیز از اهمیت بسزایی برخوردار خواهند بود، پس لازم است تا به صورت ویژه، راهبردهای لازم در قبال این پدیده اتخاذ شود. بر اساس آنچه بیان گردید، در ادامه به پرسش‌های تحقیق، پاسخ داده خواهد شد:

پرسش ۱. رسانه‌های مجازی چه نقش‌ها و کارکردهایی در جنگ آینده دارند؟  
پاسخ: جنگ آینده دارای مؤلفه‌های مختلفی است. اکنون آثار رسانه‌های مجازی بر بعضی از این مؤلفه‌ها بیان می‌گردد:

مؤلفه راه‌اندازی ائتلاف: رسانه‌های مجازی و در رأس آنها، شبکه‌های اجتماعی مجازی با نفوذ گسترده در جوامع مختلف، ابزار بسیار مناسبی در جهت ترویج هدف‌های ائتلاف‌ها خواهند بود. هم‌اکنون بسیاری از جمعیت برخط جهان، برای دسترسی به اخبار روز دنیا، منطقه و کشور خود، در وهله اول به شبکه‌های اجتماعی مجازی مراجعه می‌نمایند. از این‌رو است که ائتلاف تلاش خواهد نمود تا افکار عمومی کشورهای عضو ائتلاف را از طریق این شبکه‌ها با هدف‌های ائتلاف هماهنگ نماید و افکار جوامع متخاصم را نسبت به ائتلاف در موضع رعب و وحشت قرار دهد.

مؤلفه تکیه بر عملیات روانی: یکی از ابزارهای بسیار مهم در عملیات روانی در جنگ آینده، رسانه‌های مجازی و در رأس آنها شبکه‌های اجتماعی مجازی خواهند بود. در جنگ آینده هر یک از طرفین متخاصم تلاش خواهند نمود تا با انجام عملیات روانی در درون مرزهای دولت‌های متخاصم به واسطه شبکه‌های اجتماعی مجازی، جوامع ایشان را دچار یاس و ناامیدی نموده و در ایشان به ایجاد بدبینی نسبت به دولت‌های خود و ایجاد رعب و وحشت در میان آنها پردازند. شاید با انجام عملیات روانی پیچیده و برنامه‌ریزی‌شده از طریق همین شبکه‌ها بتوان حتی بدون شلیک یک گلوله، دولتی را سرنگون و دولت موردنظر را بر سر کار آورد (انقلاب‌های رنگین، بیداری اسلامی و....). از سوی دیگر، در مرزهای خودی با انجام عملیات روانی و تمهیدهای لازم از طریق این شبکه‌ها می‌توان پشتیبانی افکار عمومی را نسبت به دولت و سیاست‌های جنگی آن ارتقا داده و در برابر جنگ روانی طرف متخاصم، اقدام‌های لازم را پیش‌بینی نمود.

مؤلفه تأکید بر مجازی‌سازی جنگ: همان‌گونه که از عنوان این مؤلفه هم مشهود است، تأکید جنگ‌های آینده بر جنگ‌های مجازی خواهد بود. رسانه‌های مجازی و شبکه‌های اجتماعی مجازی، نقش بسیار پُررنگی در این نوع جنگ ایفا می‌نمایند. طرف‌های متخاصم با بهره‌گیری از این شبکه‌ها، جوامع دشمن را هدف انواع شیوه‌های

جنگ روانی خود قرار خواهند داد و قدرت‌های جهانی با جاسوسی از این شبکه‌ها و دریافت اطلاعات خصوصی آحاد جامعه هدف، در این نوع از جنگ‌ها هدفمندتر بوده و حمله‌های خود را با دقت و شدت بالاتری اعمال می‌نمایند.

مؤلفه مدیریت آستانه تحمل ملت‌ها: در جنگ آینده، رسانه‌های مجازی و به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی مجازی، ابزار بسیار کارآمدی در جهت مدیریت آستانه تحمل ملت‌ها خواهند بود. به دلیل نرخ نفوذ بالای این شبکه‌ها در جوامع و تأثیرگذاری بالای آنها بر افکار آحاد مردم، مدیریت آستانه تحمل ملت‌ها از طریق این شبکه‌ها بسیار کارآمد خواهد بود. نمونه این موضوع را می‌توان در وقایع مرتبط با بیداری اسلامی ملاحظه کرد.

پرسش ۲. با اتخاذ چه راهبردهایی می‌توان از فرصت‌های رسانه‌های مجازی حداکثر بهره‌برداری را نمود و تهدیدها را واپایش کرد؟

پاسخ: بر مبنای تجزیه و تحلیل SWOT، تحلیل QSPM، تحلیل موقعیت راهبردی و در نهایت، مصاحبه عمیق با نخبگان و صاحب‌نظران، و به‌منظور استفاده حداکثری از فرصت‌های رسانه‌های مجازی و واپایش بهینه تهدیدهای رسانه‌های مزبور در جنگ آینده، راهبردهای زیر تدوین و ارائه گردید:

(۱) تشکیل اتاق جنگ رسانه‌های مجازی،

(۲) تربیت نخبگان فضای مجازی،

(۳) توسعه فرهنگ استفاده از فضای مجازی با تأکید بر خانواده‌ها،

(۴) راه‌اندازی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی در کشورهای هدف،

(۵) تأسیس شبکه‌های مشترک با کشورهای مسلمان،

(۶) بهره‌برداری از آموزه‌های مکتب تشیع در فضای مجازی،

(۷) ایجاد شبکه‌های اجتماعی مجازی بومی،

(۸) ایجاد شبکه مستقل ملی اطلاعات.



سایر پرسش‌های فرعی تحقیق که شامل نقاط قوت و ضعف و فرصت‌ها و تهدیدهای شبکه‌های اجتماعی مجازی و همچنین وضعیت این شبکه‌ها در سایر کشورهاست، نیز به ترتیب در شکل شماره ۴ و جدول شماره ۶ پاسخ داده شده است.

## (۲) پیشنهادها

بر مبنای تحقیق انجام‌شده، موارد زیر به‌عنوان پیشنهاد ارائه می‌گردد:

(۱-۲) پیشنهاد می‌گردد تحقیقی با عنوان «اتاق جنگ رسانه‌های مجازی: هدف‌ها، کارکردها و ساختار» در مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی تعریف گردد تا بر اساس نتایج حاصل از آن، راهبرد تشکیل اتاق جنگ رسانه‌های مجازی بر اساس شاخص‌ها و هدف‌های مصوب عملیاتی گردد. نتایج حاصل از این طرح نیز با محوریت ستاد کل نیروهای مسلح در اختیار سپاه پاسداران، ارتش، بسیج و سایر نهادها قرار گیرد تا هر یک بتوانند اتاق جنگ رسانه‌های مجازی را با توجه به امکانات خود تشکیل داده و زیر نظر اتاق جنگ رسانه‌های مجازی مرکزی در ستاد کل به فعالیت بپردازند.

(۲-۲) پیشنهاد می‌گردد به‌منظور عملیاتی‌شدن راهبرد تربیت نخبگان فضای مجازی با همکاری وزارتخانه‌ها و نهادهایی مانند ستاد کل نیروهای مسلح، سپاه پاسداران، ارتش، وزارت اطلاعات، پدافند غیرعامل، وزارت آموزش و پرورش و وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، کارگروهی برای تدوین هدف‌ها، کارکردها و فرایندهای جذب نخبگان از دوران کودکی و نوجوانی به نیروی کار بالقوه جنگ در فضای مجازی، تشکیل گردد. این هدف را می‌توان با تعریف تحقیقی با عنوان «تربیت نخبگان فضای مجازی: هدف‌ها، کارکردها، سازوکارها و ساختار» در مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی و تشکیل کارگروه یادشده ذیل گام‌های انجام این طرح به انجام رسانید.

(۲-۳) پیشنهاد می‌گردد به‌منظور ارتقای فرهنگ استفاده از فضای مجازی میان آحاد جامعه با تأکید بر خانواده‌ها، سازمان متصدی این امر مشخص گردیده و سازمان مزبور

موظف به ارائه راهبردهای کلان و برنامه‌های عملیاتی در این خصوص گردد. پیشنهاد می‌گردد که سازمان متصدی این امر، سازمان پدافند غیرعامل کشور بوده و محوریت این امر را بر عهده گیرد.

(۲-۴) پیشنهاد می‌شود تحقیقی با عنوان «تربیت نخبگان فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران» در مرکز تحقیقات راهبردی دفاعی، تعریف و انجام شود و نتایج حاصل از آن با محوریت ستاد کل نیروهای مسلح در اختیار سپاه پاسداران، ارتش، بسیج و سایر نهادهای دست‌اندرکار قرار گیرد.

(۲-۵) پیشنهاد می‌شود تحقیقی با عنوان «فرهنگ‌سازی استفاده از فضای مجازی برای اقشار مختلف جامعه در ایران» در سازمان پدافند غیرعامل انجام شود و نتایج حاصل از آن با محوریت پدافند غیرعامل در سطح کشور مورد استفاده قرار گیرد.

## منابع و مآخذ

### ۱. منابع فارسی

۱. آزادبخت، مروت (۱۳۸۲)، *جامعه‌شناسی جنگ*، تهران، انتشارات ارتش جمهوری اسلامی ایران.
۲. آشنا، حسام‌الدین (۱۳۸۴)، «اینترنت و امنیت سیاسی و فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران»، ارائه شده در: همایش *رسانه‌ها و ثبات سیاسی*، تهران.
۳. اسلامی، مروارید (۱۳۹۱)، بررسی شبکه‌های اجتماعی و تأثیرات آنها بر ابعاد مختلف زندگی، ارائه شده در: *نخستین کنگره ملی فضای مجازی و آسیب‌های اجتماعی نوپدید*، تهران، وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی.
۴. بیلیس، جان و ویرتز، جیمز و دیگران (۱۳۸۳)، *استراتژی در جهان معاصر: مقدمه‌ای بر مطالعات استراتژیک*، ترجمه کابک خیبری، تهران، انتشارات مؤسسه ابرار معاصر تهران.
۵. حسینی، حسین (۱۳۸۲)، «اینترنت و عملیات روانی: نمونه جنگ عراق»، *فصلنامه سیاست دفاعی*، سال یازدهم، شماره ۴۴.
۶. دیندار، فیروز و صدیقی‌نیا، حسین (۱۳۸۸)، *روابط عمومی و رسانه*، تهران، انتشارات نشر سایه روشن.
۷. دیویس، سی نورمن (۱۳۸۵)، «انقلاب اطلاعات در آیینۀ امور نظامی»، ترجمه علیرضا طیب، *مجله اطلاعات سیاسی-اقتصادی*، شماره ۱۲۶-۱۲۵.
۸. ذوالفقاری، عاطفه، حجازی، سیدرضا و رازی، سمیرا (۱۳۹۲)، «مقایسه کارکرد شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی در دو تمدن اسلامی-ایرانی و غربی»، *فصلنامه ره‌آورد نور*، شماره ۴۴.
۹. رمضان‌زاده، اکبر (۱۳۸۱)، «تئوری جنگ‌های آینده: استراتژی و وضعیت نظامی در قرن ۲۱»، *ماهنامه نگاه*، شماره ۲۷.
۱۰. ضیایی‌پور، حمید و عقیلی، سیدوحید (۱۳۸۸)، «بررسی نفوذ شبکه‌های اجتماعی مجازی در میان کاربران ایرانی»، *نشریه رسانه*، شماره ۸۰.
۱۱. ضیایی‌پور، حمید (۱۳۸۳)، *جنگ نرم ۲ (ویژه جنگ رسانه‌ای)*، تهران، انتشارات مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر.
۱۲. عابدینی، مهدی و رضایی، سعید (۱۳۸۲)، «تلفیق سیستم C4I2 با سیستم اطلاعات جغرافیایی و ایجاد نظام فرماندهی و کنترل همه‌جانبه»، *فصلنامه سیاست دفاعی*، سال یازدهم، شماره ۴۲.
۱۳. عباسی اشلقی، مجید (تابستان ۱۳۸۵)، «امنیت ملی در عصراطلاعات»، *فصلنامه راهبرد دفاعی*، سال چهارم، شماره دوازدهم.

۱۴. کالینز، جان، ام (۱۳۸۸)، *استراتژی بزرگ (اصول و رویه‌ها)*، ترجمه کورش بایندر، چاپ چهارم، تهران، انتشارات وزارت امور خارجه.
۱۵. گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلالی‌پور، تهران، طرح نو.
۱۶. مجردی، سعید (۱۳۹۱)، *ایترنت و امنیت اجتماعی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.
۱۷. محمدی، عبدالرضا و حیدری، مهدی (۱۳۹۰)، *جنگ‌های هزاره سوم از دیدگاه غرب*، تهران، انتشارات دانشگاه افسری امام علی (ع).
۱۸. معمار، ثریا، عدلی‌پور، صمد و خاکسار، فائزه (۱۳۹۱)، «شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت (با تأکید بر بحران هویتی ایران)»، *فصلنامه مطالعات و تحقیقات اجتماعی در ایران*، دوره ۱، شماره ۴.
۱۹. ناجی‌راد، محمدعلی (۱۳۸۴)، *جهانی‌شدن تروریسم*، تهران، دفتر مطالعات سیاسی و بین‌المللی.
۲۰. هاکسلی، آلدوس (۱۳۷۸)، *دنیای قشنگ نو*، ترجمه سعید حمیدیان، چاپ سوم، تهران، انتشارات نیلوفر.
۲۱. وبستر، فرانک (۱۳۸۰)، *نظریه جامعه اطلاعاتی*، ترجمه اسماعیل قدیمی، تهران، قصیده‌سرا.
۲۲. ولوی، محمدرضا و محمدی، محمود (۱۳۸۸)، «ارائه الگوی راهنمای تدوین راهبرد و معماری فناوری ارتباطات و اطلاعات در نیروهای مسلح»، *فصلنامه راهبرد دفاعی*، سال هفتم، شماره ۲۷.

## ۲. منابع انگلیسی

1. Ahlqvist, Toni, Bäck, A., Halonen, M., Heinonen, S (2008), *Social Media Road Maps: Exploring the Futures Triggered by Social Media*, VTT Research Notes 2454, VTT Technical Research Centre of Finland.
2. Black, Jeremy (2001), *War in the New Century*, London & New York, Continuum.
3. Centner, Christopher (Spring 1997), *The Precision Guided Propaganda. Strategic Review*.
4. Freeman, Linton (2006), *The Development of Social Network Analysis*, Vancouver, Empirical Press.
5. Wellman, Barry and S.D. Berkowitz (eds) (1988), *Social Structures: A Network Approach*, Cambridge, Cambridge University Press.

## ۳. وبگاه‌های اینترنتی

1. www.aljazeera.com
2. www.asriran.com
3. www.businessinsider.com
4. www.businessWeek.com
5. www.digitaltrends.com
6. www.digizen.org/socialnetworkin
7. www.expandedramblings.com

8. [www.hurriytdailynews.com](http://www.hurriytdailynews.com)
9. [www.indexmundi.com](http://www.indexmundi.com)
10. [www.investintech.com](http://www.investintech.com)
11. [www.linkedin.com](http://www.linkedin.com)
12. [www.mashable.com](http://www.mashable.com)
13. [www.naharnet.com](http://www.naharnet.com)
14. [www.smu.edu.sg](http://www.smu.edu.sg)
15. [www.techcrunch.com](http://www.techcrunch.com)
16. [www.techinasia.com](http://www.techinasia.com)
17. [www.theguardian.com](http://www.theguardian.com)
18. [www.thejreexpress.com](http://www.thejreexpress.com)
19. [www.thomascrampton.com](http://www.thomascrampton.com)
20. [www.tweetsmarter.com](http://www.tweetsmarter.com)

