

بررسی رابطه حاکمیت شرکتی و حکمرانی فضای مجازی

محمود اعتصامی فر^۱

^۱ دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه، دانشگاه ادیان و مذاهب اسلامی قم
mimalef69@mail.ir

چکیده

فضای مجازی در حال حاضر در تمام ابعاد زندگی فردی و اجتماعی مردم جهان نفوذ کرده و در حال ایجاد یک تمدن جدید بشری است که از تمدن‌های قبل به مراتب فراگیرتر است. حکومت‌ها سعی می‌کنند سیاست‌هایی را برای شکل دادن به فعالیت‌ها در فضای مجازی تدوین و اجرا کنند. امروز مقدرات فضای مجازی در اختیار شرکت‌های بزرگ و فراملیتی است. هدف این مقاله بررسی رابطه حاکمیت شرکتی و حکمرانی فضای مجازی می‌باشد. و چگونه می‌توان با حکمرانی درست در فضای مجازی، حکمرانی شرکت‌های بزرگ را تحت سلطه حاکمیتی خود در آورد. پژوهش حاضر کاربردی و آینده‌نگرانه است و روش تحقیق آن کیفی و از نوع توصیفی-تحلیلی است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که حکمرانی در فضای مجازی و کنترل و تسلط بر شرکت‌های بزرگ تا حد زیادی وابسته به میزان قدرت و نفوذ کشورهای بزرگ در آن منطقه و استراتژی و ساختار سیاسی کشورهای وابسته یا تحت شعاع آنها، بستگی دارد. هر کدام از کشورهای منطقه برای اینکه بتوانند حکمرانی تأثیرگذاری در فضای مجازی داشته باشند باید برای آن راهکارهای کنترلی و قواعد خاصی در نظر بگیرند. کشور ایران نیز برای اینکه از فضای مجازی به نفع خود سود ببرد باید تا حدی زیادی به قوانینی که پایه‌گذاری کرده است، بیش از پیش جامه‌ی عمل بپوشاند و روی شرکت‌های خصوصی بزرگ برای رقابت در عرصه جهانی سرمایه‌گذاری داشته باشد.

کلمات کلیدی: حاکمیت، حکمرانی، حاکمیت شرکتی، حکمرانی فضای مجازی.

۱ مقدمه

تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود یکی از موضوعاتی است که در سال‌های اخیر مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است. حاکمیت شرکتی معمولاً به عنوان مجموعه‌ای از سازوکارها تعریف می‌شود که برای کاهش مشکلات نمایندگی بین سهامداران و مدیران به دلیل جدایی مالکیت و کنترل طراحی شده است (شاقوزایی، سلیمی زاده، ۱۳۹۶).

دیدگاه‌های متعددی برای توضیح ساختار حاکمیت شرکتی وجود دارد. در تعریفی که هیوز از حاکمیت شرکتی ارائه داد آن را فرآیند استفاده از قدرت شرکت و چگونگی کنترل آن در برخورد با مسائل شرکتی و

یا فراشرکتی دانست. چهار مکتب فکری متفاوت در زمینه حاکمیت فکری شامل تئوری کارگزاران اصلی، رویکرد دینفعان، رویکرد نظارت و رویکرد سیاسی را نام برد. شیوه‌های حاکمیت شرکتی به منظور پاسخگویی به نیازهای شرکت‌ها همواره در حال تغییر و پیشرفت است، ولی هیچ‌گونه مدل جهانی برای آن وجود ندارد. علاوه بر آنکه قوانین کشورها نقش تعیین‌کننده‌ای در سیستم حاکمیت شرکتی دارند، در یک کشور نیز ساختار حاکمیت شرکتی از شرکتی به شرکت دیگر متفاوت است. آرمان حاکمیت شرکتی در چالش‌های گوناگون آن، کاستن مشکل نمایندگی است. فیصله دادن مشکل نمایندگی تا حدودی اطمینان خاطر شرکت‌ها را فراهم می‌کند که مدیران در اهتمامند تا ثروت آنان را به بیشترین حد ممکن برسانند. بدینسان می‌توانند اثر در خوری بر عملکرد هر شرکتی داشته باشند. کیفیت ساختار حاکمیت شرکتی رفتارهای فرصت طلبانه‌ی مدیریت را کاهش می‌دهد و به منافع سرمایه‌گذاران کمک می‌کند و عملکرد شرکت‌ها را بهبود می‌بخشد (غلامی، ۱۳۹۹).

فضای مجازی در حال حاضر در تمام ابعاد زندگی فردی و اجتماعی مردم جهان نفوذ کرده و در حال ایجاد یک تمدن جدید بشری است که از تمدن‌های قبل به مراتب فراگیرتر است. فضای مجازی فضایی فناوری پایه، مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات است که در آن تولید محتوا، پالایش داده، ذخیره‌سازی داده، پردازش داده و توزیع داده صورت می‌گیرد. یکی از مباحثی که در فضای مجازی، مطرح می‌شود، حکمرانی فضای مجازی است. در تعریف معنای حکمرانی فضای مجازی، می‌توان به تعریف حکمرانی اینترنت از سوی اجلاس جهانی سران درباره جامعه اطلاعاتی اشاره نمود: حکمرانی اینترنت، توسعه و کاربرد اصول، هنجارها، قوانین، رویه‌های تصمیم‌گیری و برنامه‌های شکل دهنده تکامل استفاده از اینترنت از سوی دولت‌ها، بخش خصوصی و جامعه مدنی، هر یک در نقش خاص خود می‌باشد. حکومت‌ها سعی می‌کنند سیاست‌هایی را برای شکل دادن به فعالیت‌ها در فضای مجازی تدوین و اجرا کنند، رویه‌های عمل قانونی و مشروع را در فضای مجازی تعیین کنند و روابط میان بازیگران و گروه‌های اجتماعی مختلف را تنظیم کنند (احمدی، ۱۳۹۷).

در بالا، به صورت جداگانه در مورد حاکمیت شرکتی و همچنین حکمرانی فضای مجازی صحبت کردیم. هدف ما در این پژوهش بررسی ارتباط این دو موضوع باهم است. امروزه سرنوشت فضای مجازی در دست شرکت‌های بزرگ و فراملی است. البته این بدان معنا نیست که دولت‌ها در فضای مجازی هیچ نقشی ندارند یا نقشی ناچیز دارند، اما واقعیت مجازی نشان می‌دهد که شرکت‌های فراملی تا حد زیادی جایگزین دولت‌ها شده‌اند. با این حال، دولت‌هایی که از نظر قلمرو، امنیت یا ایدئولوژی بر این شرکت‌ها تسلط دارند، در حال حاضر برنده جنگ سلطه سایبری یا همان حکمرانی بر فضای مجازی هستند؛ اما باید این را هم در نظر بگیریم که بیشترین حجم بازارهای جهانی در بیست سال اخیر در حوزه‌های مختلف فضای مجازی از تجهیزات و زیرساخت‌های رایانه‌ای گرفته تا خدمات میزبانی و توسعه فناوری ابری و اینترنت اشیا و ... متعلق به همین شرکت‌های بزرگ است. لذا با توجه به موارد بالا موضوعی که در این مقاله بدنبال پاسخ به آن هستیم بررسی رابطه حاکمیت شرکتی و حکمرانی فضای مجازی می‌باشد. و چگونه می‌توان با حکمرانی درست در فضای مجازی، حکمرانی شرکت‌های بزرگ را تحت سلطه حاکمیتی خود در آورد.

مهم‌ترین پژوهش‌های انجام شده در ارتباط با موضوع این تحقیق عبارتند از:

- باستانی و همکارش در تحقیقی با عنوان «نقش شبکه‌های اجتماعی در ارتباط با حاکمیت شرکتی»

به بررسی رابطه فضای مجازی و حاکمیت شرکتی پرداختند. هر یک از اعضای شرکت به عنوان عاملی در شبکه‌های اجتماعی یا مجازی، سرمایه‌های مادی و معنوی، دارایی‌های مشهود و نامشهود خود و سازمان وابسته را با سایر ذینفعان حقیقی و حقوقی شرکت به اشتراک می‌گذارند. نتایج پژوهش‌های آنها نشان می‌دهد قدرت غیررسمی بالاتر با ایجاد اختیار در زمینه نشر یا عدم توزیع منابع موجبات ایجاد کنترل و نظارت بالاتر در حوزه حاکمیت شرکتی را فراهم می‌کند و از طریق فضای مجازی دولت‌ها را تحت سلطه خود در می‌آورند (باستانی، ۱۳۹۴).

- کیان‌خواه در تحقیقی با عنوان «چالش‌های راهبردی حکمرانی در فضای سایبر» به بررسی سیاست‌های حاکم بر فضای مجازی و نحوه کنترل آن پرداختند. این تحقیق ابتدا با روش ترکیبی، چالش‌های حکمرانی را به صورت توصیفی-تحلیلی اکتشاف نموده و سپس با مراجعه به خبرگان این حوزه و پیمایش نظرات و تحلیل با معادلات ساختاری اکتشاف نموده است. نتایج نشان می‌دهد که استقرار نظامات بازار مجازی اسلامی مبتنی بر نظام ارزشی اسلام و اقتصاد مقاومتی از راهکارهای مهار چالش‌های راهبردی حکمرانی با فضای سایبر است. عدم توجه به این چالش‌های راهبردی منجر به وابسته و سلطه کفار بر نظام اسلامی خواهد شد (کیان‌خواه، ۱۳۹۸).

۲ بازیگران فعال، شرکت‌های بزرگ

با رشد فضای مجازی، شرکت‌های بزرگ در طول این دهه جایگاه بیش از پیش مهمی در اقتصاد جهانی به دست آورده‌اند. همان گونه که اقتصادهای ملی بیش از پیش متمرکز گردیده‌اند. تحت سلطه‌ی تعداد محدودی شرکت‌های بسیار بزرگ در آمده‌اند، اقتصاد جهانی نیز دستخوش همین تحول گردیده است. شرکت‌های بزرگ با منابع و امکانات عظیم اقتصادی و مالی و استخدام رهبران و نخبگان علوم مختلف و تکنوکرات‌های بلندپایه اداری-نظامی و همچنین استفاده از منابع اطلاعاتی و رسانه‌های جمعی آن، آنچنان بر کشورهای جهان از جمله کشورهای توسعه نیافته، در حال توسعه و پیشرفته صنعتی تسلط دارند که در دوران قدرتمندترین امپراتوری‌ها هرگز دیده نشده بود. امروزه انواع فناوری‌های مخابراتی امکان برقراری ارتباط کم و بیش آنی از نقطه‌ای به نقطه دیگر در جهان را فراهم کرده است (عباس‌زاده، ۱۳۹۴). از سال ۱۹۶۵، زمانی که اولین ماهواره توانست ۲۴۰ تماس تلفنی را تنها در یک زمان مخابره کند، ماهواره‌ها برای ارتباطات تجاری از راه دور مورد استفاده قرار گرفتند. ماهواره‌های فعلی می‌توانند ۱۲۰۰۰ تماس همزمان را مخابره کنند. شرکت‌های بزرگ اکنون سیستم‌های ارتباطی ماهواره‌ای خاص خود را دارند. به عنوان مثال، میتسویشی دارای یک شبکه‌ی عظیم است که روزانه پنج میلیون کلمه از طریق آن به دفتر مرکزی آن در توکیو و از آنجا به سایر نقاط جهان مخابره می‌شود.

زمانی که تمرکز فعالیت فضای مجازی عمدتاً اقتصادی باشد، واضح است که بازیگران اصلی فضای مجازی نه تنها به این دلیل که فضای مجازی ماهیت شبکه‌ای و فرامرزی دارد. بلکه چون فرمول‌های کسب و کار در دنیا مبتنی بر بازار آزاد طراحی شده است، شرکت‌های بزرگ غیردولتی هستند؛ یعنی دولت‌ها اگر فرصت عمل داشته باشند، عرصه را به سود شرکت‌های غیردولتی باز می‌کردند. این درحالی است که اصولاً دولت‌ها

در فضای مجازی، مجالی برای عرض اندام ندارند (محمدی، ۱۳۹۹). واضح است که هر چه دامنه خدمات و مشتریان این شرکت‌ها گسترده‌تر باشند، سهم بیشتری به عنوان بازیگران اصلی و فعال در فضای مجازی خواهند داشت، اگر به دهه گذشته نگاه کنیم، روشن می‌شود شرکت گوگل به عنوان یکی از همین شرکت‌های بزرگ، تصمیمات شناسایی و خرید ده‌ها شرکت پرفریت فعال در فضای مجازی را انجام داده است که نشان دهنده این است که این شرکت به دنبال گسترش قلمرو خود در همه عرصه‌ها و حکمرانی حداکثری بر فضای مجازی بوده است (مشبکی، ۱۳۹۸).

۳ تنظیم‌گری در نظام حکمرانی

تنظیم‌گری در معنای عام خود شامل انواع مداخلات دولت برای تحقق اهداف حاکمیت است. به لحاظ تاریخی نمی‌توان تنظیم‌گری را اساساً پدیده‌ای مدرن به شمار آورد و در این راستا می‌توان موارد متعددی از مداخلات حاکمیتی را در قرن نوزدهم در کشوری مانند آمریکا ذکر کرد. هدف از این مداخلات ایجاد کنترل عمومی بر ارائه‌کنندگان خدمات جهت تضمین منفعت عمومی است. منفعت عمومی نفعی است که عاید همه ذینفعان و عموم جامعه می‌شود و تأمین آن از جمله اصلی‌ترین فلسفه‌های تشکیل حکومت‌ها محسوب می‌شود. این مفهوم معمولاً در برابر منفعت خصوصی قرار می‌گیرد به ویژه در جایی که تأمین منافع یک فرد یا گروه به منافع سایرین آسیب می‌رساند. صیانت از منفعت عمومی به معنای جلوگیری از آسیب زدن منافع گروه‌های خاص به منافع سایر ذینفعان است و از جمله اصلی‌ترین فلسفه تشکیل حکومت‌ها محسوب می‌شود. حکمرانی لزوماً توسط دولت یا حکومت اعمال نمی‌شود و ممکن است در یک ساختار قدرت توزیع شده و متکثر، کارکردهای حکمرانی توسط سایر بازیگران مانند اصناف، سازمان‌های مردم‌نهاد و یا حتی آحاد مردم انجام شود. همانطور که مشخص است این تعریف بسیار کلی بوده و مجموعه بسیار گسترده‌ای از کارکردها را شامل می‌شود که تنظیم‌گری یکی از کارکردهای اصلی نظام حکمرانی است. در این نگاه، تنظیم‌گری به عنوان بخشی از نظام کلان حکمرانی مورد توجه قرار گرفته است (یاوری، ۱۳۹۳).

وقتی که صحبت از تنظیم‌گری می‌شود دو دسته نظریات متعارض وجود دارد، دسته اول نظریاتی است که تنظیم‌گری را برای ایجاد یک نظام حکمرانی مناسب و کارآ ضروری می‌دانند و بر ضرورت ایجاد نظام حکمرانی مبتنی بر تنظیم-گری تأکید دارند و دسته دوم نظریاتی است که شکل‌گیری تنظیم‌گری را دارای آفات و آسیب‌های قابل توجهی می‌دانند و از همین‌رو با شکل‌گیری نظام تنظیم‌گری مخالفت می‌کنند. نظریات دسته اول بیشتر بر منافع حاصل از وجود نهادهای تنظیم‌گر تأکید دارند و ضمن برشمردن آنها از جنبه‌های مختلف وجود نهادهای تنظیم‌گر را موجب صیانت از منفعت عمومی معرفی می‌کنند. این دسته از نظریات تحت عنوان نظریات منفعت عمومی قرار می‌گیرند و ضرورت تنظیم‌گری از جنبه‌هایی همچون اقتصادی، سیاسی، نظام حکمرانی، فنی تخصصی، اقتصاد سیاسی و نیز مکمل نظام قضایی بحث و بررسی می‌شوند. دسته دوم نظریات بیشتر حول محور موضوع تسخیر تنظیم‌گری قرار می‌گیرند. این دسته از نظریات بیان می‌دارند که صاحبان رانت و قدرت انگیزه بالایی برای استفاده از ظرفیت نهادهای تنظیم‌گر دارند، زیرا این نهادها از اختیارات زیاد و متنوعی برخوردارند و کمک زیادی به تحقق منافع صاحبان رانت و قدرت خواهند

نمود و به همین دلیل آنها تمام تلاش خود را برای تسخیر و اثرگذاری بر عملکرد تنظیم‌گران خواهند کرد. بدین جهت اکثر تنظیم‌گران تحت نفوذ صاحبان رانت و قدرت قرار می‌گیرند و اصطلاحاً توسط آنها تسخیر می‌شوند و در چنین شرایطی عملکردی متناقض با هدفی که برای آن تأسیس شده‌اند خواهند داشت. البته نظریات دسته اول انتقاد وارد شده از سوی نظریات دسته دوم را رد نمی‌کنند، اما معتقدند چاره این مشکل کنار گذاشتن نهادهای تنظیم‌گر نیست، بلکه باید سازوکاری طراحی شود که از تسخیر نهادهای تنظیم‌گر جلوگیری شود و تنظیم‌گران عملکرد مستقل و بی‌طرفانه‌ای داشته باشند (خاندوزی، ۱۳۸۹).

۴ حاکمیت چند ذیربطی

حکمرانی چند ذیربطی رویکردی نسبتاً جدید برای حکمرانی در حوزه عمومی است که طی دو دهه اخیر مورد توجه قرار گرفته است. در سند نهایی اجلاس جهانی جامعه اطلاعاتی در سال ۲۰۰۵ در تونس که به دستورکار تونس شهرت یافت، پیشنهاد شده است که حکمرانی بین‌المللی اینترنت به شکلی چند ذیربطی پی گرفته شود. حکمرانی چند ذیربطی رویکردی در حکمرانی است که بر مشارکت ذیربطان گوناگون در تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست‌ها، قوانین و مقررات در حوزه عمومی تأکید می‌کند. ذیربط عبارت است از هر فرد، گروه یا سازمان که منفعت/علاقه مستقیم یا غیرمستقیمی در زمینه مسئله یا هدف مورد بحث داشته باشد. ذیربطان می‌توانند کسب و کارها، جامعه مدنی، دولت‌ها، نخبگان مؤسسات تحقیقاتی و سازمان‌های غیردولتی باشند. معمولاً برای اشاره به این افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها از واژه ذی‌نفع استفاده می‌شود، اما واژه نفع‌عمدتاً معنایی اقتصادی را به ذهن متبادر می‌کند، در حالی که علائق/منافع ذیربطان همواره اقتصادی نیست. مدل حکمرانی چند ذیربطی نوعی ساختار حکمرانی است که سعی دارد ذیربطان را گرد هم آورد تا در گفتگو، تصمیم‌سازی و اجرای راه‌حل‌ها برای مسائل یا رسیدن به اهداف مشترک مشارکت کنند. فرایند چند ذیربطی مستلزم درگیر شدن کامل تمامی ذیربطان، تصمیم‌گیری مبتنی بر اجماع و عمل کردن به شیوه‌های باز، شفاف و پاسخگوست. فرایندهای چند ذیربطی فرایندهایی را توصیف می‌کند که قصد دارند ذیربطان اصلی را در شکل جدیدی از ارتباطات، تصمیم‌یابی و احتمالاً تصمیم‌سازی در مورد موضوعی خاص گرد هم آورند. این فرایندها بر درک اهمیت دست یافتن به برابری و پاسخگویی در ارتباطات میان ذیربطان مبتنی‌اند. همچنین این فرایندها به اصول دموکراتیک شفافیت و مشارکت متکی‌اند و هدف از آنها این است که مشارکت شکل گیرد و شبکه‌های میان ذیربطان تقویت شود (شیرازی، ۱۳۹۸).

۵ حکمرانی دولت‌ها در فضای مجازی

انجمن‌های تخصصی معدودی در حوزه فضای مجازی فعال هستند و کاربران اینترنت انجمن‌های فعالی ندارند. تقریباً هیچ یک از انجمن‌های فعال بر سیاست‌گذاری و حکمرانی فضای مجازی متمرکز نیستند و دخالتی رسمی در فرایندهای تدوین، اجرا و ارزیابی سیاست ندارند. اما برخی نهادهای صنفی تأثیرگذاری غیرمحسوس دارند. انجمن‌های موجود یا سایر تشکل‌های ذیربطان به شکلی رسمی در فرایندهای سیاست‌گذاری و حکمرانی فضای مجازی مشارکت داده نمی‌شوند. برای مثال، فراهم‌کنندگان خدمات اینترنتی، صاحبان

کسب و کارهای اینترنتی، تولیدکنندگان محتوا و گروه‌های کاربران کرسی دارای حق رأی یا حتی کرسی مشورتی در شورای عالی فضای مجازی ندارند و به صورت رسمی، از آنها برای طرح دیدگاه‌هایشان یا برای بازخورد دادن درباره پیش‌نویس‌ها دعوت نمی‌شود. سیاست‌گذاری‌ها و تدوین مقررات معمولاً پشت درهای بسته و با حضور نمایندگان دولت و اعضای انتصابی انجام می‌گیرد. در عین حال، ذریبطان قدرتمند دیدگاه‌های خود را از طریق اعضا و نهادهایی که با آنها در ارتباط‌اند به صورت غیررسمی و غیرمستقیم طرح می‌کنند.

۶ دسته‌بندی کشورها در برخورد با مواضع حکمرانی در فضای مجازی

هرکشوری مواضع جداگانه‌ای نسبت به فضای مجازی و حکمرانی شرکت‌ها در برابر دولت‌ها دارد. این مواضع به عوامل متعددی از جمله قدرت اقتصادی، نظامی، فرهنگی، جایگاه و میزان نفوذ آن کشور در بین سایر کشورهای منطقه بستگی دارد. محمدی در مقاله‌اش کشورها را به سه دسته کلی تقسیم‌بندی کرده است. کشورهای در دسته اول دارای بزرگترین اقتصاد برتر دنیا هستند و تقریباً روی ابزارها، محتوا و پلتفرم‌ها تسلط دارند. این دسته از جمله کشورهای دانش بنیان در اکثر زمینه‌ها هستند و تجهیزات و نرم‌افزارها و کلان داده‌ها را در فضای مجازی مدیریت می‌کنند. دسته دوم، کشورهای وابسته به دسته اول هستند، که بخش عمده‌ای از قدرت و نفوذ آنها نشأت گرفته از حمایتی است که کشورهای دسته اول از آنها می‌کنند. لذا در دسته دوم خود به صورت مستقیم حکمرانی را برعهده ندارند و سیاست آنها برگرفته از کشورهای دسته اول است. در دسته سوم کشورهایی هستند که علاوه بر این سیاست مشخصی در مواجهه با حکمرانی شرکت‌ها در فضای مجازی ندارند، بلکه تحت حمایت کشورهای دسته اول هم نیستند. در نتیجه این کشورها یا ورود شرکت‌های بزرگ و فراملیتی را در کشور خود منع کرده یا به صورت کلی فضا را در اختیار این شرکت‌ها قرار می‌دهند و خود کنترلی روی این شرکت‌ها ندارند (غلامی، ۱۳۹۹).

۷ مواضع کشورهای صاحب نام در حکمرانی در فضای مجازی

کشورهای صاحب نام اکثراً در دسته اول قرار می‌گیرند در نتیجه هر کدام از آنها مواضع خاصی برای حکمرانی در فضای مجازی و تسلط بر شرکت‌های بزرگ برای پیشبرد اهداف خود دارند. کشور آلمان در سال ۲۰۱۷ قانون فدرال محافظت از داده‌ها را با مفاد قوانین عام محافظت از داده‌ها هماهنگ کرد. البته انطباق قوانین بخشی و ایالتی، مانند قوانین اجتماعی آلمان و اکثریت قوانین محافظت از داده‌های دولتی، هنوز معلق است. دورنمای کلی حکمرانی فضای مجازی در آلمان در چارچوب حکمرانی چندذریبطی معنا دارد. در حوزه ارتباطات راه دور آژانس فدرال شبکه بر برنامه شماره‌گذاری تلفن و دیگر مواردی که به تخصیص اعداد فنی مربوط است در آلمان نظارت دارد و در این حوزه مرجع ذیصلاح محسوب می‌شود. همچنین تنظیم‌گری در زمینه بازر ارتباطات راه دور در صلاحیت این آژانس قرار دارد. یکی از راه‌کارهای آنها در حکمرانی در فضای مجازی، تقویت شرکت‌های اروپایی در مقابله با سلطه انحصاری شرکت‌های امریکایی در اقتصاد مجازی است. در واقع ۲۸ بازار ملی در حوزه یورو در یک بازار تجمیع می‌شوند و هدف این طرح

یکپارچه‌سازی قوانین و ایجاد تسهیلات برای این بازار واحد است. به طور کلی می‌توان گفت سناریوهای حکمرانی فضای مجازی آلمان شامل توجه به امنیت سایبری، توسعه زیرساخت‌های فضای مجازی، استفاده از ظرفیت اقتصادی فضای مجازی، تدوین استراتژی امنیت سایبری، تربیت نیروهای پلیس زبده برای کنترل محتوای فضای مجازی، استفاده از ظرفیت علمی آکادمیک برای کنترل محتوای فضای مجازی، دیپلماسی اروپایی بین‌المللی سایبری، جلوگیری از کنترل یک جانبه آمریکا بر فضای مجازی و تلاش برای ایجاد حاکمیت چند ذربطی می‌باشد (پورشیرازی، ۱۳۹۸).

یکی دیگر از کشورهای صاحب نام، روسیه است. می‌توان اقدامات انجام گرفته توسط حکومت روسیه برای مواجهه با فضای مجازی را در چندین بخش دسته‌بندی نمود. در حوزه‌ی حاکمیت سایبری، تدوین اسناد استراتژیک، منابع متعددی را برای ایجاد توازن فنی و مشارکت استراتژیک منصفانه با دولت‌ها فراهم کرده است؛ همچنین تاکید بر چندجانبه‌گرایی در مدل حکمرانی اینترنت جهانی در چارچوب سازمان ملل و مقابله با هژمونی آمریکا بر بستر اینترنت موجود، توجه به الگوی مستقل توسعه فضای مجازی بر اساس ساختار و اقتضات بومی و الگوی بومی تنظیم مقررات، تدوین و تصویب قوانین امنیت سایبری و استانداردهای امنیتی لازم در حوزه شبکه و زیرساخت‌های حیاتی و اعمال محدودیت و فیلترینگ در برابر پلتفرم‌های خارجی که حاضر به همکاری و رعایت الزامات قانونی داخلی نیستند، از جمله دیگر اقدامات روسیه در حوزه‌ی حاکمیت سایبری بوده است. به منظور تقویت هرچه بیشتر حاکمیت سایبری، اینترنت ملی که تحت قانونی موسوم به حاکمیت اینترنت روسیه راه اندازی شده، امکان استقلال کامل فضای مجازی روسیه را تحت یک شبکه اینترنت محلی با عنوان رونت فراهم نموده است. توسعه و بهره‌برداری از دامنه ملی و سیستم‌های مربوط به آن، تاسیس مرکز نظارت و مدیریت اینترنت و از سوی دیگر رمزگذاری برای محافظت از سازمان‌ها و شرکت‌های دولتی در اینترنت، از جمله دیگر فعالیت‌های روسیه در زمینه اینترنت این کشور بوده است (قنبری، ۱۳۹۹).

یکی از کشورهای بزرگ و صاحب نام چین است. توجه به اصل حاکمیت سایبری یکی از رویکردهای اصلی در مدیریت فضای مجازی در کشور چین به حساب می‌آید. بر همین اساس، اقدامات فعالانه‌ای چون سرمایه‌گذاری وسیع در علوم، تحقیقات و فناوری‌های راهبردی و بنیادین فضای مجازی، توسعه اینترنت ملی، راه اندازی سرویس‌های اجتماعی تحت وب به جای خیل عظیم سرویس‌های آمریکایی، توسعه و تقویت شدید توان سایبری و همکاری حقوقی در مبارزه با جرائم سایبری از جمله اقدامات انجام گرفته جهت حفاظت از فرهنگ بومی و دغدغه‌های اجتماعی در چین بوده است. در کنار این موارد، شکل دادن به فضای مجازی از طریق بسترسازی مناسب برای استارت‌آپ‌های ایجاد شده در حوزه‌های مرتبط با فضای مجازی از کارهای انجام شده برای توسعه سیاسی و اقتصادی در چین بوده است. همچنین در حوزه‌ی دیپلماسی، مدیریت ارتباطات دوجانبه با آمریکا و سایر همکاران مهم، تحکیم نفوذ منطقه‌ای و دیپلماسی سایبری، مخالفت با اقدامات سایبری آمریکا در سازمان ملل و انتقاد به عملکرد آیکن و در کنار آن همکاری فنی و چندجانبه از جمله اقدامات چین جهت ارتقای هرچه بیشتر جایگاه و نفوذ این کشور در حوزه فضای مجازی بوده است (رضایپور، ۱۳۹۸).

یکی از کشورهای بزرگ و صاحب نام فرانسه است. در کشور فرانسه، اداره تنظیم مقررات ارتباطات الکترونیک و پستی مسئولیت تنظیم‌گری و مشارکت در تدوین سیاست‌ها و قوانین در حوزه فضای مجازی را

به عهده دارد. همچنین، شورای ملی دیجیتال به عنوان یک نهاد مشورتی با دولت همکاری می‌کند. به طور کلی سناریوی حکمرانی فضای مجازی در فرانسه شامل حضور نمایندگان دانشگاه و فعالان بخش خصوصی در شورای ملی دیجیتال، تأکید بر استقلال، بی‌طرفی و تنظیم‌گری داده محور، تلاش برای همکاری با کشورهای عضو اتحادیه اروپا، ایجاد پلتفرم شکایت مصرف‌کنندگان برای شنیده شدن صدای کاربران، توجه نهاد تنظیم‌گر به توسعه زیرساخت‌ها خصوصاً در مناطق دورافتاده، توجه به بی‌طرفی شبکه، حاکمیت به نیابت از مردم، تأکید بر تنظیم‌گری مشارکتی، حوزه‌های فیلترینگ و تعقیب قضایی: سایت‌های ناقض حق تألیف، محدودیت پورنوگرافی برای کودکان، سایت‌های منتسب به جهادگرایان حضور فعال در IGF می‌باشد (پورشیرازی، ۱۳۹۸). در ادامه این پژوهش حکمرانی برخی دیگر از کشورها در فضای مجازی بیان می‌شود. در کشور عزیز ما ایران، سیاست‌های خاصی برای کنترل فضای مجازی و حکمرانی بر آن در نظر گرفته شده است. این راه‌کارها شامل حضور فعالانه در فضای مجازی خصوصاً از طریق زیرساخت‌های فناورانه، کنشگری هوشمند با به خدمت گرفتن ظرفیت نهادهای فعال، تکمیل و راه‌اندازی و بهره‌برداری از شبکه ملی اطلاعات، ملی‌سازی داده و استفاده از داده‌ها به منظور حاکمیت سایبری، ایجاد نظام حقوق بین‌الملل برای کاهش اختیارات آمریکایی‌ها، تاسیس شرکت‌های بزرگ غیردولتی با رویکرد فراملی و بازکردن میدان نوآوری و توسعه و به کارگیری حکمرانی سایبری کشور در حل معضلات اساسی جامعه و اولویت‌های کلان کشور می‌باشد (غلامی، ۱۳۹۹).

در کشور استرالیا با اجرای پروژه‌ی پهن‌بند به منظور توسعه‌ی اینترنت ملی، کمک به کسب و کارهای نوپا با سیاست‌های حمایتی نظیر داده‌های باز و آشنا ساختن مردم استرالیا برای استفاده از فناوری‌های نوین به منظور مشارکت در اقتصاد مدرن، تأکید بر تربیت نیروهای خبره در بخش‌های مختلف کوشیدند تا حکمرانی درستی بر داده‌ها و فضای مجازی داشته باشند (رضاپور، ۱۳۹۹). در کشور کره جنوبی، فضای مجازی و صنعت ICT به عنوان یک عامل رشد اقتصادی مطرح است. دولت کره، در برابر تغییرات در ساختارهای صنعتی، توزیع درآمد و شیوه زندگی به طور فعال عمل می‌کند و همواره از این تغییرات استقبال می‌کند تا با فرصت‌هایی که انقلاب صنعتی چهارم فراهم می‌آورد، با رویکردی مثبت روبرو شود. دولت کشور کره معتقد است این تغییرات را باید به عنوان فرصت‌هایی برای رسیدن به رفاه ملی تلقی کرد و با مشارکت فعال، آسایش و آرامش را برای عموم مردم کره جنوبی به ارمغان آورد. سناریوی حکمرانی فضای مجازی در کره جنوبی شامل حرکت به سمت انقلاب صنعتی چهارم با رویکرد اقتصادی و ملی، ایجاد یک اکوسیستم برای استفاده از تکنولوژی، نیروی انسانی و صنعت برای مواجهه با انقلاب چهارم صنعتی، حرکت به سوی تبدیل شدن کره به کشور پیشرو در بخش نرم‌افزاری حوزه فناوری‌های فضای مجازی در جهان، توجه به صنعت و تجاری‌سازی صنایع به مثابه پیشران فضای مجازی، اتخاذ رویکرد ارتقای کیفیت زندگی برای جامعه از طریق امکانات فضای مجازی: پاسخ هوشمند به مشکلات با جامعه اطلاعاتی، پیشگیری از حوادث و تقویت ایمنی زندگی و تلاش برای ایجاد الگوی حکمرانی چند ذریبطی می‌باشد (پورشیرازی، ۱۳۹۸).

۸ نتیجه گیری

حکمرانی در فضای مجازی و کنترل و تسلط بر شرکت‌های بزرگ تا حد زیادی وابسته به میزان قدرت و نفوذ کشورهای بزرگ در آن منطقه و استراتژی و ساختار سیاسی کشورهای وابسته یا تحت شعاع آنها، بستگی دارد. هر کدام از کشورهای منطقه برای اینکه بتوانند حکمرانی تأثیرگذاری در فضای مجازی داشته باشند باید برای آن راهکارهای کنترلی و قواعد خاصی در نظر بگیرند. همان‌طور که گفته شد، کشورهای دسته اول و صاحب نام برای پیشبرد اهداف سیاسی و منافع خود با کنترل کشورهای تحت سلطه خود از طریق شرکت‌های وابسته خود و اعمال فشار بر آنها به اهداف خود در آن منطقه و دیگر سرزمین‌ها دست می‌یابند. کشور ایران نیز برای اینکه از فضای مجازی به نفع خود سود ببرد باید تا حدی زیادی به قوانینی که پایه‌گذاری کرده است، بیش از پیش جامع عمل ببوشاند و روی شرکت‌های خصوصی بزرگ برای رقابت در عرصه جهانی سرمایه‌گذاری داشته باشد.

مراجع

- [۱] احمدی، فیروزه؛ مشهدی، علی؛ عطریان، فرامرز، ۱۳۹۹. سهم فضای مجازی در تحولات حکمرانی الکترونیک با تاکید بر تضمین شهروندی، دوره ۱۲، شماره ۸، ۱۳۵-۱۵۰.
- [۲] باستانی، سوسن؛ بهشتی زواره، مژگان، ۱۳۹۴. نقش شبکه‌های اجتماعی در حاکمیت شرکتی، سال پنجم، شماره ۱۷، ۱۳-۳۷.
- [۳] باقرپور شیرازی، امیر رضا، ۱۳۹۸. حکمرانی چند ذی ربطی فضای مجازی، پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۴] باقرپور شیرازی، امیر رضا، ۱۳۹۸. حکمرانی فضای مجازی در کشور آلمان، پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۵] باقر پور شیرازی، امیر رضا، ۱۳۹۸. حکمرانی فضای مجازی در کشور کره جنوبی، پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۶] خاندوزی، سید احسان، ۱۳۸۹. الزامات دولت تنظیم‌گر در اقتصاد ایران، مجلس و راهبرد دوره ۱۷، شماره ۶۴، ۴۱-۸۰.
- [۷] شافوزایی، حمید؛ سلیمی زاده، لاله؛ ۱۳۹۶. بررسی تأثیرات ساختار سرمایه شرکت، اندازه هیات مدیره بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران، نشریه پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، دوره جدید - شماره ۳، ۵۹ - ۷۵.
- [۸] عباس‌زاده، محمدرضا؛ حصارزاده، رضا؛ جباری نوقایی، مهدی، ۱۳۹۴. عارفی اصل، سولماز؛ فراتحلیل حاکمیت شرکتی و تحلیل سود، دوره ۲۲، شماره ۱، ۵۹ - ۸۴.
- [۹] غلامی، رضا؛ پور حیدر، احمد، ۱۳۹۹. الگوی شش ضلعی حکمرانی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران برای بازه زمانی پنج ساله، دوره ۲۰، شماره ۶، ۱-۲۶.
- [۱۰] قنبری، سمیه، ۱۳۹۹. دیپلماسی سایبری روسیه برای تحول در رژیم حکمرانی فضای مجازی، دوره ۱۰، شماره ۱۲، ۱۳۹-۱۷۴.
- [۱۱] کیان‌خواه، احسان، ۱۳۹۸. چالش‌های راهبردی حکمرانی در فضای سایبر، سال ۹، شماره ۳۴، ۱۵۳-۱۷۴.

- [۱۲] مهدی رضاپور، محمد، ۱۳۹۸. حکمرانی فضای مجازی در کشور چین، پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۱۳] مهدی رضاپور، محمد، ۱۳۹۸. حکمرانی فضای مجازی در کشور استرالیا، پژوهشگاه مرکز ملی فضای مجازی - گروه مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
- [۱۴] محمدی، حافظ، ۱۳۹۹. چالش‌های حکمرانی فضای مجازی و ارائه راهکارها برای جمهوری اسلامی ایران، دوره ۱۹، شماره ۵.
- [۱۵] مشبکی، اصغر؛ موسوی خانی، مرتضی، ۱۳۷۳. نقش شرکت‌های فراملیتی در مدیریت تحولات جهان معاصر و آینده، دوره ۸، شماره ۲، ۴۵-۷۶.
- [۱۶] یآوری، اسدالله، ۱۳۹۳. درآمدی بر مفهوم تنظیم‌گری حقوقی، دوره ۵، شماره ۲، ۶۲۹-۶۴۷.