

## جنگ سایبری اقتصادی چیست؟

روح الله نوری، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

### شبکه ایران

با توسعه روز افزون کاربردهای فناوری اطلاعات و تجارت الکترونیک، تهدیدات امنیتی در فضای مجازی نیز روز به روز گسترش می‌یابد که دولت‌ها، بازار و عموم مردم را به توجه هرچه بیشتر به مقوله امنیت سایبری وا می‌دارد و راهکارهای متنوعی را برای مدیریت و تامین امنیت فضای مجازی پیش‌روی آنها قرار می‌دهد. در این راستا، در سال‌های اخیر، اصطلاحاتی چون جنگ سایبری، حملات رایانه‌ای، تهدیدات فضای مجازی و مانند اینها بر سر زبان‌ها افتاده است. دو نمونه بارز از این حملات، ویروس‌های استاکس‌نت و شعله بودند، که با هدف تخریب تاسیسات و زیرساخت‌های هسته‌ای و نفتی ایران صورت گرفتند.

مارتین لیبیک، از محققان برجسته موسسه مطالعات استراتژیک در دانشگاه دفاع ملی، در کتاب «جنگ اطلاعاتی چیست؟» می‌نویسد: «تلاش برای درک مفهوم جنگ اطلاعاتی مانند این است که چند نفر نابینا بخواهند با لمس کردن بخش‌های مختلف یک فیل بگویند که این موجود چیست. جنگ اطلاعاتی نیز شامل بخش‌های مختلف و متعددی می‌شود.» تلاش برای دانش‌نگرش جامع در تعریف جنگ اطلاعاتی نکته‌ای است که باید حتماً به آن توجه شود.

مگان برنز در سال ۱۹۹۹ با نگرشی کلی این تعریف را ارائه می‌دهد: «جنگ اطلاعاتی طبقه یا مجموعه‌ای از تکنیک‌ها شامل جمع‌آوری، انتقال، حفاظت، ممانعت از دسترسی، ایجاد اغتشاش و افت کیفیت در اطلاعات است که از طریق آن یکی از طرفین درگیر بر دشمنان خود به مزیتی چشم‌گیر دست یافته و آن را حفظ می‌کند.»

اما مفهومی که این گفتار کوتاه به دنبال بیان آن است، جنگ سایبری یا اطلاعاتی در معانی فوق نیست. بلکه مطرح ساختن اصطلاحی جدید در این حوزه، تحت عنوان "جنگ سایبری اقتصادی یا تجاری" است که نه تنها می‌تواند در سطح بین‌المللی مطرح باشد، بلکه، در سطح داخل یک کشور حتی شدیدتر است و می‌تواند موجبات اختلال در نظام اقتصادی و تجاری یک کشور را فراهم آورد.

در توضیح اصطلاح فوق، بیان یک مثال می‌تواند بسیار کمک کننده باشد. در اواخر سال ۱۳۹۰، دولت اعلام کرد تعدادی از وبسایت‌های خرید، فروش و خبری طلا و سکه را توقیف کرده است. دلیل این

امر، تعیین و انتشار قیمت‌های کاذب سکه و طلا از سوی این وبسایت‌ها و اختلال در بازار اعلام شد. صرف‌نظر از اینکه این استدلال درست باشد یا نباشد، منبع اصلی این وبسایت‌ها داخلی باشد یا بین‌المللی، نکته مهم این است که گردش اطلاعات درست یکی از قواعد اصلی ایجاد تعادل در بازار به شمار می‌رود.

زمانی که در کشور مشکل اقتصادی یا تجاری نظیر اختلال در بازار سکه و طلا در اواخر سال ۱۳۹۰، بوجود می‌آید، شفافیت و صحت گردش اطلاعات می‌تواند مانع از تبدیل شدن مشکل به بحران گردد، اما محیط مجازی که مدیریت و کنترل آن به سادگی محیط سنتی نیست، دست به اقدامات سودجویانه و احیاناً خرابکارانه می‌زند. عمده‌ترین اقدام خرابکارانه، به جریان انداختن اطلاعات نادرست در بازار است که از طریق شبکه گسترده اطلاعات سایبری صورت می‌گیرد که می‌تواند ریشه داخلی یا بین‌المللی داشته باشد.

از جنبه‌های دیگر، جنگ اقتصادی سایبری می‌توان به اختلالاتی اشاره کرد که در فضای مبادلات تجاری در فضای مجازی صورت می‌گیرند. در سال‌های اخیر، فروشگاه‌های بسیاری در محیط سایبری ظهور کرده‌اند که بر خلاف شرکت‌ها و فروشگاه‌های سنتی که فرآیندهای منظم و قانونمندی برای آغاز و ادامه فعالیت دارند، مدیریت و نظارت بسیار کمی بر شروع و ادامه فعالیت‌های آنها صورت می‌گیرد. این فروشگاه‌ها در حوزه‌های مختلف اقتصادی، فناوری و بویژه فرهنگی که قابلیت الکترونیکی شدن بالایی دارد، فعالیت می‌کنند. این امر گویای آن است که جنگ دیگری تحت عنوان "جنگ مجازی فرهنگی" نیز شکل گرفته است.

مبادلات تجاری مدیریت نشده و فاقد قانونمندی در محیط مجازی از جنبه‌های مختلف بر محیط اقتصادی تاثیر می‌گذارد. مهمترین تاثیر بر جریان اطلاعات در بازار است که تا حدودی به آن اشاره شد. تاثیر دیگر بر کیفیت کالاها و خدمات است که تضمینی نیست، کالاها و خدماتی که در محیط مجازی فروخته می‌شود، دارای همان کیفیتی باشد که فروشنده ادعا کرده است. تاثیر سوم، اصالت کالا یا خدماتی است که فروشنده ادعا می‌کند. و یکی دیگر از مهمترین تاثیرات، اثرات فرهنگی است که فروشگاه‌های مجازی از طریق فروش کالاها و خدمات غیر قانونی و ضد فرهنگی به جا می‌گذارند. با توجه به توضیحات فوق می‌تون گفت، جنگ اقتصادی سایبری بر خلاف جنگ سایبری مصطلح، تهدیدات امنیتی مستقیم علیه تاسیسات و زیرساخت‌های اقتصادی یا اطلاعاتی نیست، بلکه

اقدامات واختلالاتی است که فعالان محیط مجازی در آن دخیل هستند و موجب ورود اطلاعات مبهم، ناصحیح و غیر مجاز در محیط مجازی شده و تعادل در بازار را از بین می‌برند.

در کشورهای توسعه یافته برای مقابله با چنین اختلالاتی، دو اقدام اساسی صورت گرفته است. اولین اقدام طراحی و اعطای نشان اعتماد الکترونیکی به وبسایت‌های مجازی است که بدین وسیله جامعه می‌تواند اطمینان حاصل کند، این فروشگاه، همان وبسایتی است که ادعا می‌کند. لوگوی اعتماد الکترونیکی دارای معیارهای فراوانی است که نشان اعتماد، از طریق ممیزی این معیارها، به متقاضی اعطا می‌شود. اقدام دوم، قانونمند ساختن فروشگاه‌های الکترونیکی است، بدین صورت که قانون مشخصی برای تاسیس، راه‌اندازی و فعالیت وبسایت‌ها و فروشگاه‌های مجازی تدوین و تصویب شده و تمامی افراد و سازمان‌هایی که قصد فعالیت در محیط سایبری دارند بایستی مجوزهای لازم را دریافت کنند. در این قانون، جنبه‌های مختلف فعالیت‌های مجازی شامل قوانین عام کشور، قانون تجارت، مسائل فرهنگی، اخلاقی و بویژه شفافیت و صحت گردش اطلاعات مجازی مورد توجه قرار گرفته است.

نشان اعتماد الکترونیکی چندی است در مرکز توسعه تجارت الکترونیکی وزارت صنعت، معدن و تجارت طراحی شده و به صورت بسیار محدود اجرا می‌شود که البته معیارها و نظام اجرایی آن بایستی مورد بازنگری قرار گیرد. اما قانونمند نمودن وبسایت‌ها و فروشگاه‌های مجازی موضوعی است که بایستی مورد توجه بیشتری قرار گیرد.