

دولت تمدن ساز و بازمهندسی حکمرانی دینی در عصر رسانه‌های دیجیتال

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۰/۱۸

خدادادی، سعید (نویسنده مسئول)^۱، محمودی چلیچه، امیر حسین^۲، بامری، حمید^۳، زارعی، سعید^۴

چکیده

در عصر تحولات شتابان فناوری و گسترش رسانه‌های دیجیتال، الگوهای حکمرانی فرهنگی و دینی با دگرگونی‌های عمیق مواجه‌اند. رسانه‌های نوین با ساختار شبکه‌ای، روایت‌محور و غیرمتمرکز خود، نظام‌های سنتی مرجعیت دینی و فرهنگی را به چالش کشیده‌اند و مناسبات قدرت، هدایت و مشروعیت را بازتعریف کرده‌اند. در این بستر، دولت اسلامی ناگزیر از بازاندیشی در سازوکارهای حکمرانی دینی است تا بتواند در عرصه دیجیتال، هویت و هدایت دینی را در قالبی نو سامان دهد. رسانه امروز صرفاً ابزار اطلاع‌رسانی نیست، بلکه به نهاد معنا ساز و مشروعیت‌بخش تبدیل شده است. از این رو، درک نسبت میان ولایت فقیه، نظریه امامت و ساختار رسانه‌ای معاصر برای تداوم مشروعیت دولت اسلامی ضرورت دارد. بدون بازمهندسی این نسبت، خطر فروکاست دین به امر فردی و گسست از هدایت ولایی در فضای مجازی افزایش می‌یابد. این پژوهش با رویکردی تمدنی می‌کوشد الگویی از حکمرانی دینی رسانه‌ای بر پایه مبانی ولایت فقیه و نظریه امامت ارائه دهد تا ضمن پاسخ‌گویی به اقتضائات فضای مجازی، زمینه ساز تحقق تمدن نوین اسلامی باشد. کارآمدی دولت تمدن ساز در عصر دیجیتال، در گرو بازتعریف رسانه به عنوان نهاد هدایتگر و طراحی سیاست‌های فرهنگی هوشمند است که پیوندی فعال میان هدایت ولایی و ساختار شبکه‌ای جامعه برقرار سازد. روش تحقیق، تحلیلی-اسنادی با بهره‌گیری از منابع

^۱. دانش آموخته سطح ۴ و استاد حوزه علمیه قم، ایران. saidkhod1368@gmail.com^۲. دانش پژوه ارشد رشته علوم تربیتی موسسه امام خمینی (ره). nashr1214@gmail.com^۳. دانش آموخته سطح ۳ حوزه علمیه قم. bameryh832@gmail.com^۴. دانش آموخته سطح ۴ حوزه علمیه قم. saeidzare77@gmail.com



دینی، نظریه‌های حکمرانی، و تجارب فرهنگی جمهوری اسلامی ایران است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که بازمهندسی حکمرانی دینی از طریق تلفیق راهبردهای تمدن‌ساز، ولایت رسانه‌ای، و مشارکت امت در تولید گفتمان ایمانی، می‌تواند ضمن بازآفرینی هویت دینی در فضای مجازی، زمینه‌ساز اقتدار نرم جمهوری اسلامی در سطح امت اسلامی باشد.

واژگان کلیدی: دولت تمدن‌ساز، حکمرانی دینی، فضای مجازی، رسانه دیجیتال، ولایت فقیه، امامت، سیاست‌گذاری فرهنگی

مقدمه

بدون تردید، در عصر حاضر که انسان در کنار زیست واقع‌گرایانه، به‌صورت گسترده در جهان مجازی حضور دارد، پدیده‌هایی چون دولت تمدن‌ساز، حکمرانی دینی و حکمرانی در بستر رسانه‌های دیجیتال، به‌عنوان موضوعات کلیدی و محورهای اساسی زیست اجتماعی و دینی مطرح می‌شوند. دولت تمدن‌ساز به دولتی اطلاق می‌شود که با طراحی راهبردهای کلان و هدایت ارزش‌ها و نهادینه‌سازی هویت الهی، زمینه‌ساز تحقق تمدن نوین اسلامی است؛ حکمرانی دینی نیز یعنی اعمال مدیریت و رهبری اجتماعی بر مبنای آموزه‌های اسلامی و در پرتو ولایت فقیه؛ به‌گونه‌ای که هم مصالح مادی و هم منافع معنوی جامعه اسلامی حفظ و ارتقا یابد.

در شرایط پهنه، اگر سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌ای با تأکید بر مبانی دینی و رهنمودهای ولایت به‌درستی اجرا شود، انتظار می‌رود هویت دینی در فضای مجازی تقویت گردد، مرجعیت‌های فکری و ایمانی حفظ شوند، و ظرفیت‌های فضای مجازی در راستای رشد فرهنگی و معنوی جامعه شکوفا گردد. واقعیت آن است که با گسترش ساختار غیرمتمرکز و روایت‌محور رسانه‌های دیجیتال، مرجعیت‌های سنتی و سازوکارهای پیشین حکمرانی فرهنگی و دینی دچار چالش‌های اساسی شده‌اند؛ خانواده‌ها به‌جای بهره‌برداری هوشمندانه از رسانه‌های نوین، گاهی گرفتار سرگرمی‌های آسیب‌زا و اتلاف وقت می‌شوند؛ ادارات و نظام‌های خدمات‌رسان، به‌رغم دسترسی به ابزارهای نوین، هنوز با ناکارآمدی، سردرگمی و گسست ارتباطی مواجه‌اند؛ و در نتیجه، فرصت‌های تمدن‌سازی در بستر فضای مجازی به‌درستی بالفعل نمی‌شود. تداوم این وضعیت می‌تواند منجر به تضعیف هویت جمعی و دینی، کاهش نقش هدایتگری ولایت، و ناکارآمدی سیاست‌های فرهنگی گردد.

از این رو، پژوهش حاضر قصد دارد به این سؤال محوری پاسخ دهد که دولت اسلامی چگونه می‌تواند با تکیه بر ولایت فقیه و نظریه امامت، الگویی کارآمد از حکمرانی دینی رسانه‌ای ارائه دهد و زمینه‌ساز تمدن نوین اسلامی در زیست‌بوم دیجیتال باشد. چه سازوکارهایی دولت تمدن‌ساز را در بازمهندسی حکمرانی دینی در عصر رسانه‌های دیجیتال توانمند می‌سازد؟

فرضیه این است که رسانه‌های دیجیتال با ایجاد بسترهای تعاملی و گفت‌وگو، امکان بازمهندسی حکمرانی دینی توسط دولت تمدن‌ساز را فراهم می‌کنند. روش تحقیق، توصیفی-تحلیلی با رویکرد اسنادی و آینده‌پژوهانه است. در این روش، ابتدا وضعیت و ویژگی‌های فضای مجازی و حکمرانی دینی به‌طور دقیق توصیف می‌شود، سپس روابط و عوامل تغییرات حکمرانی تحلیل می‌گردد. داده‌ها از منابع اسنادی چون کتاب‌ها، مقالات و اسناد دیجیتال گردآوری می‌شود. رویکرد آینده‌پژوهانه نیز برای تحلیل روندها و پیش‌بینی تأثیر رسانه‌های دیجیتال به کار می‌رود تا علاوه بر فهم وضعیت کنونی، چشم‌اندازی از تحولات آینده ارائه شود.

پیشینه پژوهش

پیشینه پژوهش‌های مربوط به دولت تمدن‌ساز و حکمرانی دینی در عصر رسانه‌های دیجیتال، بیشتر بر نسبت دین و فناوری‌های نوین، کارکردهای فرهنگی فضای مجازی، و نقش ولایت در هدایت رسانه‌ای متمرکز بوده است. بررسی این آثار نشان می‌دهد که هرچند گام‌های مهمی در تبیین نظری این حوزه برداشته شده؛ اما هنوز نیازمند چهارچوبی منسجم برای بازمهندسی حکمرانی دینی متناسب با زیست‌بوم دیجیتال هستیم. از این میان می‌توان به آثار زیر اشاره کرد:

۱. مقاله «مؤلفه‌های ساختاری تمدن‌سازی اسلامی با رویکرد آینده‌پژوهی»، نوشته علیرضا پیروزمند و محمد خورشیدی: نویسندگان در این مقاله به بررسی عناصر کلان تمدن‌سازی اسلامی پرداخته‌اند و تلاش کرده‌اند با بهره‌گیری از آینده‌پژوهی، ساختارهای فرهنگی و اجتماعی تمدن نوین اسلامی را ترسیم کنند. این مقاله از نظر مفهومی به دولت تمدن‌ساز نزدیک است؛ اما فاقد تمرکز بر رسانه‌های دیجیتال و حکمرانی دینی در فضای مجازی است. مقاله بیشتر بر مؤلفه‌های نظری تمدن‌سازی تمرکز دارد و از ارائه راهکارهای عملی در بستر رسانه‌های نوین غافل مانده است.

۲. مقاله «دولت‌سازی تمدنی: آسیب‌شناسی فرهنگ سیاسی پشتیبان»، نوشته فاطمه طوسی و محمد طاهری خسروشاهی: نویسندگان به بررسی چالش‌های فرهنگی و سیاسی در مسیر تحقق دولت



تمدن ساز پرداخته‌اند و نقش قدرت نرم را در بازتعریف حکمرانی اسلامی بررسی کرده‌اند. این مقاله به مفهوم قدرت نرم و نقش آن در دولت‌سازی تمدنی اشاره دارد که با موضوع تحقیق حاضر هم‌راستا است. با وجود پرداختن به قدرت نرم، مقاله فاقد تحلیل رسانه‌ای و کاربردی در فضای دیجیتال است و بیشتر در سطح آسیب‌شناسی فرهنگی باقی مانده است.

۳. مقاله «تحلیل آثار پیشران فضای مجازی بر حاکمیت دینی در جمهوری اسلامی ایران»، اثر غلامرضا بهروزی لک و آسیه سرآبادی تفرشی: نویسندگان به بررسی تأثیرات فضای مجازی بر ساختار حکمرانی دینی پرداخته‌اند و فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از رسانه‌های دیجیتال را تحلیل کرده‌اند. این مقاله از نظر موضوعی بسیار نزدیک به تحقیق حاضر است و به نقش فضای مجازی در تحول حکمرانی دینی اشاره دارد. با وجود نزدیکی موضوع، مقاله فاقد طراحی نظام‌مند برای بازمهندسی حکمرانی دینی و ارائه الگوی عملیاتی است و بیشتر به تحلیل روندها بسنده کرده است.

وجه تمایز تحقیق حاضر با سایر پژوهش‌ها و مطالعات در این است که این تحقیق با بهره‌گیری از رویکرد آینده‌پژوهانه و تمرکز بر رسانه‌های دیجیتال، به دنبال طراحی نظام‌مند حکمرانی دینی در چهارچوب دولت تمدن‌ساز است. برخلاف مطالعات پیشین که عمدتاً توصیفی یا نظری بوده‌اند، این مقاله به ارائه راهکارهای عملی و راهبردی برای تقویت اقتدار فرهنگی دولت اسلامی در زیست‌بوم دیجیتال می‌پردازد. همچنین، نسبت میان دولت اسلامی، حکمرانی فرهنگی و تمدن‌سازی دینی به صورت ترکیبی و سیستماتیک بررسی شده است؛ رویکردی که در تحقیقات پیشین کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

۱. مفهوم‌شناسی

در این بخش، مفاهیم کلیدی پژوهش شامل «دولت تمدن‌ساز»، «قدرت نرم»، «بازمهندسی حکمرانی» بررسی می‌شود.

۱-۱. دولت تمدن‌ساز

دولتی که فراتر از ساختارهای حکمرانی سنتی، نقشی فعال در تکوین و شکل‌دهی تمدن نوین اسلامی ایفا می‌کند، دولت تمدن‌ساز است. این مفهوم شامل فرایندهای همسوسازی مردم با ارزش‌ها و اهداف دینی برای ایجاد نظام حکمرانی و جامعه‌ای مبتنی بر اصول اسلامی است. دولت تمدن‌ساز در این معنا،

نه صرفاً حکومت، بلکه عهده‌دار نقش تمدن‌سازی و فرهنگ‌سازی در سطح کلان است. به گفته پژوهشگران، دولت تمدن‌ساز حلقه واسطه بین نظام اسلامی و جامعه است که با سیستم‌سازی و مدیریت فرهنگ و هویت، مقدمات تمدن نوین اسلامی را فراهم می‌آورد (صالحی‌زاده و عباس‌پور، ۱۴۰۲، ص ۲۸۵).

۲-۱. قدرت نرم

قدرتی است مبتنی بر جذابیت فرهنگی، رسانه‌ای و ایدئولوژیک به‌جای زور و اجبار، که در فضای مجازی و رسانه‌های دیجیتال اهمیت روزافزون یافته است. این نوع از قدرت، محور تحولات نظم نوین جهانی و بازتعریف کانون‌های حکمرانی است و امکان تأثیرگذاری بدون استفاده از قدرت سخت را فراهم می‌آورد (طوسی و طاهری خسروشاهی، ۱۴۰۱، ص ۳۱۴).

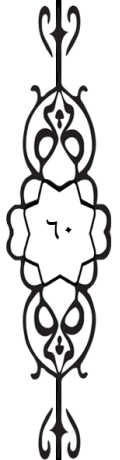
۳-۱. بازمهندسی حکمرانی دینی

فرایندی است نظام‌مند برای طراحی و سازمان‌دهی مجدد شیوه‌های حکمرانی سنتی در پاسخ به تحولات زیربنایی و فناوری‌های نوین رسانه‌ای و فضای مجازی که با هدف همسویی با اصول دینی و توسعه تمدن اسلامی انجام می‌شود (پیروزمند و خورشیدی، ۱۳۹۸، ص ۳۳۷). بازمهندسی حکمرانی دینی به‌منزله تبدیل «ولایت» از ساختار صرفاً سیاسی، به نظامی تمدنی است که بر تولید معنا و هویت ایمانی در سطح امت تکیه دارد (صالحی‌زاده و عباس‌پور، ۱۴۰۲، ص ۲۹۰).

۴-۱. حکمرانی نوین

مفهوم حکمرانی نوین،^۱ بر تحول از دولت متمرکز به نظامی شبکه‌ای، مشارکتی و پاسخ‌گو دلالت دارد. در این رویکرد، قدرت و تصمیم‌گیری در میان نهادهای دولتی و مدنی و خصوصی توزیع می‌شود و رسانه‌ها نقشی کلیدی در شکل‌دهی به افکار عمومی و تنظیم روابط اجتماعی ایفا می‌کنند. در الگوی «حکمرانی نوین در عصر دولت پسامدرن»، رسانه‌ها به یکی از مهم‌ترین منابع قدرت نرم تبدیل شده‌اند که از طریق اقناع و معناسازی، رفتار شهروندان و مشروعیت سیاسی را شکل می‌دهند (رضایی و سعیدی، ۱۳۹۹، ص ۲۹۰-۲۹۱). در نظریه قدرت نرم، حکمرانی نوین، مبتنی بر نفوذ فرهنگی و

^۱ New Governance.



اعتبار اخلاقی و مشروعیت اجتماعی است، نه اجبار و کنترل آن (فتاحی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۱۴۱-۱۴۸). بر این اساس، حکمرانی نوین در دولت اسلامی، باید ترکیبی از شفافیت، پاسخ‌گویی، مشارکت مردم و هدایت ولایی باشد تا از تبدیل شدن رسانه به ابزار سلطه، جلوگیری کند و آن را به نهاد هدایتگر تمدنی تبدیل کند.

۵-۱. رسانه‌های پست مدرن

رسانه‌های پست مدرن با ویژگی‌هایی چون «روایت‌محوری، تکثر معنا، شبیه‌سازی واقعیت و فروپاشی مرز میان حقیقت و تصویر»، ساختار ادراک انسان معاصر را دگرگون کرده‌اند. کاستلز این رسانه‌ها را بخشی از «جامعه شبکه‌ای» می‌داند که با منطق ارتباطات جهانی و تعامل لحظه‌ای، ساختار قدرت و فرهنگ را بازتعریف کرده‌اند (کاستلز، ۱۳۸۰، ج ۱، ص ۴۸-۹۴).

پست مدرنیسم با نفی قطعیت‌های معرفتی و مرکزیت الهی، مرجعیت دینی را به چالش می‌کشد و از این رو دولت دینی در مواجهه با رسانه‌های پست مدرن ناگزیر از بازتعریف رابطه خود با حقیقت، روایت و هویت است (قنبری، ۱۳۷۹، ص ۱۲۸).

۲. حکمرانی رسانه‌ای و بازمهندسی قدرت در عصر دیجیتال

در عصر دیجیتال، رسانه‌های نوین با ایجاد پارادایمی جدید در ساختار قدرت و حکمرانی، موجب بازتعریف مفاهیم مرجعیت، هویت و اقتدار شده‌اند. این بخش به بررسی ویژگی‌های فضای مجازی، نقش رسانه به عنوان ابزار حکمرانی و چالش‌های پیش روی دولت دینی در مواجهه با اندیشه پست مدرن می‌پردازد.

۲-۱. ویژگی‌های فضای مجازی و رسانه‌های نوین

فناوری نوین اطلاعات و ارتباطات، بستر ساز پیدایش رسانه‌های اجتماعی شده است. این رسانه‌ها با ایجاد فضای نوینی در عرصه کنشگری، تحولاتی اساسی در همه عرصه‌های زندگی بشر ایجاد کرده‌اند؛ تحولاتی که به مانند وقوع یک «چرخش پارادایمی» در زندگی فردی و اجتماعی انسان است و در آن حتی مفاهیم کهن، با هندسه معرفتی جدید حاصل از تحولات نوین، قابل شناخت هستند (خانیک و بابایی، ۱۳۹۰، ص ۷۲-۷۱).

آنچه که سبب شده تا رسانه‌های نوین در جذب مخاطب موفق باشند و به تعبیر مانوئل کاستلز^۱، با پیوند نقاط دور عالم در شبکه‌های جهانی و ایجاد جوامع مجازی، همه ساختارها و فرایندهای مادی و معنوی بشری را دگرگون سازند (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۴۸)، ساختار فضای مجازی و ویژگی‌های خاص آن است. شناخت ساختار فضای مجازی، نخستین گام برای حضور فعال در این فضا است.

براساس جدیدترین گزارش از مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری، ساختار فضای مجازی، از چهار لایه «زیرساخت»، «منطقی»، «محتوا» و «اجتماع» تشکیل شده است. لایه زیرساخت تحت سلطه آمریکا است. در لایه منطقی سازمان‌هایی مانند آیکن فعال هستند و در لایه محتوا شرکت‌های بزرگی مانند اپل و مایکروسافت و... فعال هستند. در لایه زیرساخت قدرت مانور کشورها کمتر است؛ اما سه لایه دیگر (لایه منطقی، محتوا و اجتماع) می‌تواند فرصت خوبی برای اعمال اراده کشورها باشد. در پژوهش‌های دیگری، لامن^۲ برای فضای مجازی چهار سطح زیرساخت، منطقی، برنامه‌های کاربردی، محتوا را تعریف کرده و بنکлер^۳ سه لایه فیزیکی (مثل کابل)، لایه منطقی (مثل مرورگرها و پست الکترونیک) و لایه محتوا (مانند ویدئو، موزیک و سخنرانی) را مشخص کرده است. از همه طبقه‌بندی‌های ساختاری ارائه‌شده می‌توان وجود سه لایه اصلی «زیرساخت‌های فیزیکی، زیرساخت منطقی، محتوایی» را در فضای مجازی نتیجه گرفت (نجفی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۳۴-۳۵).

از مهم‌ترین ویژگی‌های این فضا، تعاملی بودن (Fischer & Reuber, 2011: p1-18)، سرعت بالا در انتقال اطلاعات، انتشار آزادانه محتواهای متنوع (سلیمانی‌پور، ۱۳۸۹، ص ۱۷) یا توانایی اشتراک‌گذاری (خانیکی و بابایی، ۱۳۹۰، ص ۷۴)، سهولت و انعطاف در تولید، تکثیر، انتقال و دسترسی به محتوا، چندرسانه‌ای بودن یا تنوع در قالب‌های محتوا (نجفی و همکاران، ۱۴۰۲، ص ۴۳-۴۴)، فقدان واقع‌گرایی اجتماعی (Shiva & Nosrat Kharazmi, 2019: p129-146)، مفهوم‌سازی مشترکات جهانی یا زیست جهانی (Masoumifar, 2021: p3) است.

¹. Manuel Castells.

². Lahmann.

³. Benkler.

کاستلز در نگاهی کلان، همه ویژگی‌های فناوری نوین ارتباطات را ذیل پنج مؤلفه «محوریت یافتن اطلاعات، شمول و فراگیری ارتباطات، منطق شبکه‌ای، انعطاف و هم‌گرایی عام»، مطرح می‌کند (کاستلز، ۱۳۸۰، ص ۹۳-۹۴).

ساختار و ویژگی‌های خاص فضای مجازی همراه با پیشرفت سریع فناوری ارتباطات، با سرعتی غیرقابل پیش‌بینی منجر به تغییر چهره جوامع بشری شد. اکنون تغییرات در فناوری ارتباطات به‌حدی گسترده است که از آن تحت‌عنوان «انقلاب ارتباطات» نام برده می‌شود. برخی از صاحب‌نظران، ابداع این فناوری نوین را با اختراع ماشین بخار که انقلاب صنعتی را به ارمغان آورد و مسیر تمدن بشری را دگرگون کرد، مترادف دانسته‌اند. انقلاب اطلاعاتی سبب بروز تحول عمده در ساختار قدرت گردیده و ارکان سه گانه انقلاب صنعتی را که شامل حاکمیت، اقتصاد و قدرت نظامی ملی بود، تغییر داده است (ناظمی اردکانی و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۴۶-۱۴۹).

ارزش‌های اطلاعاتی به‌عنوان یکی از منابع مهم قدرت مطرح هستند و قدرت نرم و ابزارهای نرم‌افزاری قدرت، جایگاه خاصی یافته‌اند. قدرت نرم آن‌گونه که جوزف نای^۱ تعریف می‌کند عبارت است از: توانایی ایجاد ترجیحات مطلوب اعمال‌کننده قدرت با تکیه بر ابزارهای ناملموس قدرت مانند فرهنگ، ارزش‌ها، نهادهای سیاسی مشروع و اقتدار اخلاقی (Ney, 1990: p6). با توجه به اینکه قدرت نرم از دو وجه برخوردار است، تعریف نای از قدرت نرم به یک وجه آن اشاره دارد. وجه دیگری از قدرت نرم معطوف به چگونگی خلق سوژه و موضوع انسانی از طریق روابط اجتماعی است. در این سطح از قدرت، تکوین تمامی سوژه‌ها و ابژه‌های انسانی با اتکاء بر قدرت‌های اجتماعی متنوع و متعدد و در چارچوب نظام‌های دانشی و رویه‌های گفت‌وگویی صورت می‌گیرد. در هر دو وجه، اعمال قدرت به‌صورت نامحسوس و پنهان انجام می‌شود؛ به‌گونه‌ای که قربانیان آن را احساس نمی‌کنند و در برابر آن مقاومتی هم صورت نمی‌پذیرد (دهقانی فیروزآبادی، ۱۳۹۰، ص ۸-۹). در مجموع با توجه به ویژگی‌های قدرت نرم، در عصر انقلاب اطلاعات، رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزار قدرت نرم، از جایگاه ویژه‌ای برخوردار هستند.

۲-۲. رسانه به مثابه ابزار حکمرانی

^۱. Joseph, Nye.

در عصر اطلاعات، قدرت در حال تبدیل شدن به امری کمتر قهرآمیز است و قدرت نرم، منابع فرهنگی و ایدئولوژیکی و رفتار متقاعدکننده، هر روز نسبت به گذشته از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شوند (نای، ۱۳۸۲، ص ۳۷۷). هم‌زمان با این تحولات، شیوه‌های نوینی از حکمرانی به وجود آمده که رابطه توده‌ها با دولت در بستر جامعه مدنی و نیز کارویژه‌های دولت را دگرگون ساخته است. در عرصه حکمرانی نوین، رسانه به‌عنوان یکی از منابع قدرت نرم و یکی از مهم‌ترین نهادهای جامعه مدنی از نقش محوری برخوردار است. رسانه با اتکا به ظرفیت بالای خود برای جامعه‌پذیر کردن توده‌ها و انتقال مفاهیم گفتمان مسلط و پیام‌های رهبران به مردم و متقابلاً انعکاس مشکلات اجتماعی و مطالبات عمومی به سطوح فوقانی حاکمیت سیاسی قادر است در راستای تحقق حکومت‌داری بسیار تأثیرگذار باشد. نقش آفرینی درست رسانه‌ها در سطح جامعه، دولت را به شفافیت، پاسخ‌گویی و رعایت قانون وادار می‌کند و در صورتی که رسانه نتواند کارکرد اصلی خود را انجام دهد به ابزاری در اختیار دولت برای کنترل هدفمند توده‌ها و سلطه آسان‌تر بر آن‌ها تبدیل می‌شود (رضایی و سعیدی، ۱۳۹۹، ص ۲۸۹).

ایفای نقش رسانه‌ها در حکمرانی نوین، امری پیچیده است که از طریق خلق معانی و برساخت پدیده‌ها توسط رسانه‌ها صورت می‌پذیرد. ژان بودریار^۱ معتقد است رسانه‌های نوین، جهانی نوین به موازات واقعیت ایجاد کرده‌اند. این رسانه‌ها می‌توانند در جهان خود، یک واقعیت عمیق را بیوشانند و ماهیت آن را تغییر دهند یا با یک شبیه‌سازی محض مطلبی را بیان کنند که هیچ ارتباطی با هیچ واقعیتی ندارد (Morris, 2020: p3).

رسانه‌ها توان آن را دارند که با انگاره‌سازی، جهانی «وانموده» بسازند؛ جهانی که در آن مرز میان واقعیت و غیرواقعیت، و میان حقیقت و غیرحقیقت، درهم می‌ریزد و «هست»ها «نیست» جلوه می‌کنند و برعکس. در چنین فضایی، بحران هستی‌شناسی - که حاصل اختلال در نیاز انسان به اطمینان از تداوم هویت خویش و شناخت درست محیط‌های اجتماعی، مادی، معنوی و معنایی پیرامون خود است - افراد جامعه را در معرض نوعی گم‌گشتگی و سرگشتگی هویتی قرار می‌دهد. بحران هویت از رهگذر تولید و بازتولید مستمر و انبوه هنجارها و ارزش‌های کاذب و تزریق آن‌ها به آحاد جامعه ایجاد می‌شود (تاجیک، ۱۳۸۷، ص ۵۴-۶۰).

^۱. Jean Baudrillard.



در چنین فضای وانموده‌ای، رسانه‌ها با ایجاد زمینه برای دوگانگی شخصیت انسانی (Asa Berger, 2016, p 19-35) یا تقویت هویت‌های اختیاری در برابر هویت‌های اجباری (سلطانی‌فر، ۱۳۸۶، ص ۳۴)، به صحنه‌ای برای نبرد هویتی و ارزشی تبدیل شده‌اند. این فرایند در گستره‌ای وسیع و با عمقی شگفت‌انگیز، موجب تغییرات در سبک زندگی، آداب و رسوم، فرهنگ، زبان، ارزش‌ها و نگرش‌های افراد شده و در نهایت، بستر تحولات هویتی کلان در سطح جوامع را فراهم آورده است (محکم‌کار و حلاج، ۱۳۹۳، ص ۶۴-۶۵).

در این فضای رسانه‌ای، انسان‌ها «خود معنوی» خویش را که شامل افکار، ایده‌ها و هستی ذهنی آن‌هاست به صورت تکه‌تکه، غیر متمرکز و از هم گسیخته منعکس می‌کنند؛ درحالی که «خود اجتماعی» که در چارچوب جامعه شکل می‌گیرد و شامل نقش‌ها و رفتارهایی است که فرد در موقعیت‌های مختلف اجتماعی از خود نشان می‌دهد و توسط دیگران مشاهده و ارزیابی می‌شود به صورتی متفاوت از آنچه در واقعیت هست و در سطحی وسیع، انعکاس می‌دهند (Tonks, 2021 : p 244-245).

در واقع انسان‌ها دچار یک هویت‌سازی کاذب شده‌اند، تولید «خود» های کاذبی که جای «خود» واقعی آنان می‌نشیند، برای ایشان می‌اندیشد و خوب و بد، هنجار و ناهنجار را به آن‌ها انشا می‌کند. در این جهان وانموده‌ای که رسانه‌ها ساخته‌اند، شخصیت‌های دنیای مجازی به جای شخصیت‌های حقیقی قرار گرفته و هویت‌های کاذب جایگزین هویت‌های واقعی شده‌اند. انسان امروز در معرض چنین طوفان هویت برداندازی قرار گرفته است (تاجیک، ۱۳۸۷، ص ۶۴-۶۵).

۲-۳. رسانه، پست‌مدرن و چالش‌های پیش روی دولت دینی

انقلاب اطلاعات در اولین گام‌های خود با ایجاد پیوندهای فرامرزی و فراهم آوردن امکان دسترسی افراد به منابع اطلاعاتی مختلفی که قبلاً فقط برای تعداد معدودی در دسترس بود، مفهوم «مرجعیت» به معنای «محل مراجعه دیگران بودن» (دهخدا، ۱۳۵۱، ذیل عبارت مرجعیت) را از حالت مرجعیت تک ساحتی و دارای تعیین‌کنندگی خارج ساخت.

از یک سو افزایش دسترسی به اطلاعات، منجر به افزایش مرجعیت اطلاعات در حوزه‌های مختلف گردید و از سوی دیگر تسهیل انتشار اطلاعات ناصحیح، منجر به کاهش اعتماد به اطلاعات صحیح و متخصصین شد (ندافان، ۱۴۰۲، ص ۳۶) و مجموع این شرایط سبب گردید مفهوم مرجعیت در اشکال سنتی آن با چالش روبه‌رو گردد.

شرایط ایجادشده در جوامع انسانی، زمینه‌ساز شکل‌گیری چهره‌جدیدی از مدرنیته شد. موج سوم مدرنیته در دهه ۱۹۸۰ میلادی، تجدید سازمان‌یافته موج دوم مدرنیته را در عرصه‌های مختلف به چالش کشید و تجدید بی‌سازمان یا پست‌مدرن ظهور یافت. بی‌سازمانی، پراکندگی و تنوع فرهنگ‌ها، تخریب مرزگذاری‌های قطعیت‌بخش و ثبات‌بخش، نفی ارزش‌های جهان‌شمول، بی‌مرکزی و نسبیت‌گرایی، شکل‌گیری هویت‌های متکثر، رفع محدودیت‌ها از خودمختاری فردی، فروپاشی قطعیت‌های اخلاقی، توجه به گرایش‌های بین‌المللی و جهانی از یک‌سو و فردی‌شدن به معنای شکستن هویت‌های جمعی از سوی دیگر، سنخیت اخلاقی و تنوع زیست‌جهان‌ها را از مهم‌ترین شاخصه‌های این تجدید بی‌سازمان معرفی می‌کند (قنبری، ۱۳۷۹، ص ۱۲۸).

شاید بتوان گفت مهم‌ترین ویژگی پست‌مدرن ظهور یافته در این عصر، نسبیت‌گرایی و ضدیت با هرگونه مطلق‌گرایی و مرکزیت تعیین‌کننده متافیزیکی بود؛ بنابراین هر تفکر، ایدئولوژی و گفتمانی که اعتقاد به مرکزیت نقل به‌عنوان عاملی تعیین‌کننده داشت را به چالش کشید (آقاحسینی، ۱۳۹۶، ص ۳-۵). در این بین مهم‌ترین صحنه، تقابل پست‌مدرن با دین و تفکر دینی بود. ادیان به‌عنوان کلان‌روایت‌هایی که سخن از باورهای یقینی، قطعیت‌ها و مطلق‌گرایی‌ها می‌کنند، به مهم‌ترین موانع اندیشه پست‌مدرن تبدیل شدند.

ژاک دریدا^۱ از فیلسوفان برجسته پست‌مدرن آشکارا اعلام کرد که ساختارزدایی پست‌مدرن مانع هر نوع ارتباطی با الهیات می‌شود؛ اما در این بین کسانی تلاش کردند تا به‌جای طرد دین آن را به عرصه بحث و نظر بکشاند. گریفین^۲ از متفکرانی بود که برخلاف نظر دریدا بیان کرد که ایجاد وفاق میان بنیان‌های فلسفی پست‌مدرنیسم و الهیات ممکن است. از نظر او اگر انسان پست‌مدرن ضرورتاً تجربی‌مسلك نباشد می‌تواند دین‌دار باقی بماند. جان دیوید کیپوتو^۳، از فلاسفه دین در این باره مطرح کرد که بهتر است هر دین از این مفهوم خودداری کند که خود دین حقیقی است و دیگران این‌گونه نیستند؛ چنان‌که گویی ادیان درگیر نوعی رقابت برای ارائه حقیقت دینی هستند (گریفین، ۱۳۸۸، ص ۲۴۷-۲۴۹). در دین‌داری پست‌مدرن، بیشتر بر معناجویی تأکید می‌شود و تجربه ارزش‌های دینی به فرد یا عده خاصی

1. Jacques Derrida.

2. Griffin.

3. John David Caputo.



منحصر نیست، بلکه همه انسان‌ها قادر به درک آن هستند. پست‌مدرن‌ها باور دینی را ایمان‌محور و فارغ از هر دستور و اجبار تشکیلاتی می‌دانند و دین به‌عنوان مجموعه‌ای از اعتقادات و عمل به احکام و تجربه دینی غیرشخصی را، مسدودکننده مسیر حرکت و تعالی انسان معرفی می‌کنند (مصباحی جمشید و همکاران، ۱۳۹۵، ص ۱۰۳-۱۰۵).

گفتمان پست‌مدرن فارغ از اعتقاد به تضاد با دین یا همراهی با دین در معنایی خاص، درک انسان از دین، پدیده‌ها و مناسبات را متحول کرد و متأثر از این فضا، چالش‌هایی در پیش‌روی دین، متولیان دین و دولت‌های دینی ظهور یافت. این چالش‌ها منجر به تقابل اندیشه دینی و پست‌مدرن و نهایتاً بازتاب رسانه‌ای آن در قالب جنگ روایت‌ها گردیده است.

از این روی یکی از مهم‌ترین مسائل امروز در عالم رسانه، روایت و روایت‌گری است (خجسته، ۱۴۰۰) روایت، توالی از پیش‌انگاشته‌شده رخدادهایی است که به‌طور غیرتصادفی به هم اتصال یافته‌اند. آن‌ها با سؤالاتی از این دست مرتبط هستند که چه چیزهایی پیش آمده و چطور یا چرا پیش آمده است (کشوری دوغائی و همکاران، ۱۴۰۰، ص ۹۷)؛ روایت‌ها رویدادها را آن‌گونه که خود می‌خواهند و در راستای اهدافشان مرتب می‌کنند و در منظر قرار می‌دهند. رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های اجتماعی تلاش می‌کنند در فضایی فاقد مرجعیت تعیین‌کننده، برای انسان گرفتار بحران هویت، روایت خود از جهان و وقایع آن را بر مبنای نسبیت‌گرایی و تکوین هویت‌های متکثر به‌عنوان روایت صحیح و غالب ارائه کنند و حاکم بر ذهن و اندیشه جوامع انسانی گردند.

۳. ولایت فقیه و هدایت رسانه‌ای در تمدن نوین اسلامی

عصر رسانه‌های دیجیتال با ویژگی‌های منحصر به فردی نظیر سرعت، فراگیری، و تعاملی بودن، تحولات عمیقی در ساختارهای اجتماعی، فرهنگی و سیاسی ایجاد کرده است. در عصر دیجیتال که رسانه‌ها با سرعت بی‌سابقه‌ای فعالیت می‌کنند، فضای مجازی چالش‌های نوینی برای حکمرانی دینی ایجاد کرده است. در این بخش با نقش محوری ولایت فقیه، راهبردهای رسانه‌های دولتی اسلامی را در برابر فرصت‌ها و تهدیدهای دیجیتالی بررسی می‌کنیم، تا صیانت از هویت دینی و ملی، باعث تولید تمدن‌ساز فراهم آید.

۱-۳. تبیین نظری ولایت فقیه و جایگاه آن در سیاست‌گذاری فرهنگی

این بخش به تبیین مبانی نظری ولایت فقیه و جایگاه راهبردی آن در هدایت رسانه‌ها و تولید محتوای تمدن ساز در عصر دیجیتال می‌پردازد.

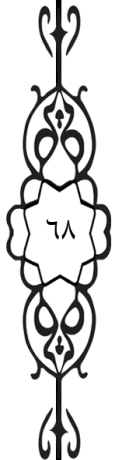
۳-۱-۱. ولایت فقیه در منظومه حکمرانی دینی

ولایت فقیه، به‌عنوان یکی از اصول بنیادین در حکمرانی اسلامی، به‌معنای رهبری جامعه اسلامی توسط فقیه عادل و دین‌شناس است (خمینی، ۱۳۶۰، ج ۱، ص ۷۷). این نظریه که ریشه در اصل امامت دارد، به‌عنوان یکی از ارکان مذهب شیعه برای اداره امور جامعه اسلامی در عصر غیبت حضرت حجت (عجل‌الله‌فرجه‌الشریف) ضروری است. این امر در واقع پاسخی است به نیازهای اجتماعی و سیاسی جوامع مسلمان در دوران غیبت امام معصوم، و به‌منظور تداوم حکم الهی در زمینه‌های مختلف زندگی اجتماعی و فردی است.

مطابق با نظریه ولایت فقیه، فقیه به‌عنوان ولی امر جامعه اسلامی مسئولیت اداره جامعه را بر عهده دارد؛ به این معنا که فقیه نه تنها در مسائل دینی و شرعی بلکه در مسائل اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی نیز باید نقش هدایت‌گر ایفا کند. مقام معظم رهبری (حفظه‌الله) در سخنان خود بر این نکته تأکید کرده‌اند که ولایت فقیه نه تنها یک ساختار سیاسی است بلکه یک ضرورت دینی است که باید در تمام ابعاد جامعه اسلامی پیاده‌سازی شود (بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۰۶/۱۶).

این ضرورت از ماهیت جامع دین اسلام نشئت می‌گیرد؛ دینی که تنها به عبادات فردی محدود نمی‌شود، بلکه تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی، از جمله حکمرانی و اداره جامعه را در بر می‌گیرد. برای اجرای کامل شریعت، حفظ امت اسلامی از دشمنان، برقراری عدالت، و تأمین پیشرفت فرهنگی، سیاسی و اجتماعی، وجود یک ولی امر ضروری است. در این راستا، رسانه‌ها نقش بی‌بدیلی دارند. رسانه‌ها باید در خدمت ترویج این ارزش‌ها و اصول دینی قرار گیرند و در عین حال از تهدیدات فرهنگی مقابله کنند (بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۰۶/۱۶).

مرجعیت دینی در تاریخ اسلام همیشه نقشی فراتر از پاسخ‌گویی به مسائل عبادی صرف داشته و به‌عنوان نهاد راهبر جامعه اسلامی مطرح بوده است. شهید مطهری بیان می‌کند که پذیرش اسلام توسط ایرانیان تنها باعث تضاد با هویت ملی نشد، بلکه ایران را مشعل دار یک تمدن عظیم و شکوفای اسلامی کرد؛ به‌طوری که در قرون وسطی که اروپا در تاریکی بود، ایران و سایر ملل اسلامی در پرتو اسلام تمدنی



درخشان بنا نهادند. به بیان شهید مطهری، گرایش ایران به اسلام موجب این شد که مشعل دار یک تمدن عظیم و شکوهمند به نام تمدن اسلامی شوند (مطهری، ۱۳۸۶، ج ۱۴، ص ۳۱۴).

در چنین نگاهی، مرجعیت دینی صرفاً مرجع فقهی برای احکام فردی نیست، بلکه مرجع هدایت فکری و تمدنی است که می‌توان ملت‌ها را به پیشوایی خود درآورد. چنان‌که مطهری اشاره می‌کند، پس از شکوفایی تمدن اسلامی، برای اولین بار در تاریخ ایران، یک مرجع ایرانی دینی و پیشوای فقهی مردم غیرایرانی شد (مانند لیث بن سعد در مصر و ابوحنیفه در میان اعراب). این نشان می‌دهد مرجعیت دینی راهبری فراملی و تمدنی داشته است (مطهری، ۱۳۸۶، ج ۱۴، ص ۳۱۴).

مقام معظم رهبری^(حفظه‌الله) همواره بر لزوم کنترل و هدایت فضای مجازی تأکید کرده‌اند. در این راستا، شورای عالی فضای مجازی مسئولیت نظارت و طراحی راهبردهای دیجیتال را بر عهده دارد و نقش ولایت فقیه به‌عنوان هدایت‌گر این فضای رسانه‌ای باید تقویت شود. مقام معظم رهبری^(حفظه‌الله) در بیانات خود اشاره دارند که فضای مجازی باید نه تنها از تهدیدات فرهنگی محافظت کند، بلکه به ابزاری برای ترویج تمدن اسلامی تبدیل شود (بیانات رهبر انقلاب در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۰۶/۱۶).

در این زمینه، شورای عالی فضای مجازی به‌عنوان یکی از ارکان سیاست‌گذاری رسانه‌ای کشور، مسئول تدوین استراتژی‌های جامع برای هدایت فضای دیجیتال و رسانه‌هاست. شورای عالی فضای مجازی در راستای سیاست‌های مقام معظم رهبری^(حفظه‌الله) باید برنامه‌هایی را تدوین کند که فضای رسانه‌ای و مجازی کشور را به‌طور فعال و مؤثر تحت هدایت ولی فقیه قرار دهد (مصوبه شورای عالی فضای مجازی با موضوع سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی، ۱۳۹۶/۰۵/۱۱).

۳-۱-۲. هدایت‌گری رسانه‌ای در نگاه رهبر معظم انقلاب^(حفظه‌الله)

رهبر معظم انقلاب اسلامی، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای^(حفظه‌الله)، رسانه‌ها را به‌عنوان یک ابزار قدرتمند برای پیشبرد اهداف انقلاب اسلامی و ترویج مفاهیم دینی می‌بیند. ایشان همواره بر اهمیت «جهاد تبیین» و «جهاد روایت» در مقابله با تهدیدات فرهنگی دشمن تأکید کرده‌اند. این مفهوم نشان‌دهنده ضرورت استفاده از رسانه‌ها برای تقویت پیام انقلاب اسلامی و مقابله با پروپاگاندای دشمن است.

رهبر معظم انقلاب^(حفظه‌الله) در بیانات خود تأکید دارند که رسانه‌ها در دنیای امروز «قدرت نرم» فوق‌العاده‌ای دارند که می‌تواند بر افکار و رفتار افراد تأثیرگذار باشد. ایشان رسانه‌ها را به‌عنوان یک ابزار

استراتژیک در جنگ نرم می‌بینند و بر لزوم استفاده از این ابزار برای تقویت قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران تأکید دارند (بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۰۶/۰۷).

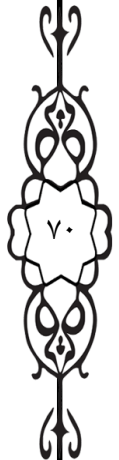
جهاد تبیین به معنای بیان حقیقت از طریق رسانه‌هاست که هدف آن مقابله با تحریف و فریب‌های دشمن است. این جهاد باید از طریق صدای حق طلبانه و رسانه‌های اسلامی فعال شود. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (حفظه‌الله) در این خصوص می‌فرماید: «اگر شما روایت نکنید، دشمن روایت می‌کند»؛ بدین معنا که رسانه‌ها باید نقش فعالی در ساخت و نگارش تاریخ انقلاب اسلامی و دفاع از دستاوردهای آن ایفا کنند (بیانات در دیدار بسیجیان، ۱۳۹۵/۰۹/۰۳).

رهبر معظم انقلاب (حفظه‌الله) همواره بر اهمیت حفظ هویت دینی و ملی و «طراحی مناسب و دقیق برای حفظ حریم امنیت فکری و اخلاقی جامعه» در عرصه دیجیتال تأکید کرده‌اند (بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴/۰۶/۰۷). نقش ولایت فقیه در این زمینه، صیانت از هویت جمعی جامعه اسلامی است. هدایت ولایت فقیه، با هدف تقویت ارزش‌های اسلامی و غرور ملی، به عنوان سدی در برابر تهاجم فرهنگی عمل می‌کند. تأکید ایشان بر «تقویت دستگاه تولید محتوا» و تولید «محتوای اسلامی متقن و جذاب» و همچنین آموزش متخصصان تولید محتوا، نشان‌دهنده یک درک استراتژیک است که صرف سانسور یا مسدودسازی کافی نیست (بیانات در دیدار رمضانی با دانشجویان، ۱۴۰۲/۰۱/۲۹).

۳-۱-۳. ولایت فقیه و هندسه رسانه‌ای دولت اسلامی

شورای عالی فضای مجازی به عنوان «مرکز اصلی سیاست‌گذاری آگاهانه، مسئولانه و مقتدرانه در خصوص فضای مجازی» تعیین شده است (شورای عالی فضای مجازی، بیانیه سیاست‌ها و خط‌مشی‌های فضای مجازی کشور، ۱۳۹۴/۰۴/۲۵). این شورا در جهت تدوین سیاست‌ها و برنامه‌های اقدام برای حضور مؤثر و هم‌افزا در فضای مجازی عمل می‌کند. وجود این شورا نشان‌دهنده به رسمیت شناختن اهمیت استراتژیک فضای مجازی و نیاز به یک «معماری رسانه‌ای» تحت هدایت ولایت فقیه است.

در مواجهه با فضای مجازی، رهبر معظم انقلاب (حفظه‌الله) به «تنظیم‌گری هوشمند» به عنوان رویکردی مبتنی بر فناوری‌های نوین برای دستیابی به اهداف اسلامی تأکید دارند. این رویکرد به جای کنترل خودسرانه و صرف، به مدیریت و هدایت منابع دیجیتال در مسیر اهداف اسلامی می‌پردازد و بر تولید



محتوای بومی و خودکفا تأکید دارد (بیانات در درس خارج فقه، ۱۴۰۳/۰۶/۰۶).

در مواجهه با فضای مجازی، رویکرد «تنظیم‌گری هوشمند» به‌دنبال مدیریت و هدایت فعالیت‌ها با استفاده از فناوری‌های نوین برای دستیابی به اهداف است، که در مقابل «کنترل‌گری صرف» قرار می‌گیرد (گزارش شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۴). تأکید رهبر معظم انقلاب (حفظه‌الله) بر «قانونمند شدن فضای مجازی» نیز به سمت تنظیم‌گری ساختاریافته به‌جای کنترل خودسرانه اشاره دارد (بیانات در درس خارج فقه، ۱۴۰۳/۰۶/۰۶).

۴. امت، امامت و بازتعریف هویت در بستر دیجیتال

فضای دیجیتال با دگرگون کردن شیوه‌های ارتباط، تولید معنا و سازمان‌یابی اجتماعی، امکان بازخوانی مفهوم امت و نقش آفرینی امامت در میدان روایت‌ها را فراهم کرده است. این زیست‌بوم، هم می‌تواند هم‌بستگی ایمانی را تعمیق کند و هم در صورت فقدان حکمرانی و راهبری، به تشتت و بحران هویت بینجامد. در این چهارچوب، پیوند میان نظریه امت-امامت و سواد و حکمرانی رسانه‌ای، به یک ضرورت فکری و عملی تبدیل می‌شود (طباطبایی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۵). عصر رسانه‌های دیجیتال فرصت‌ها و چالش‌هایی بی‌سابقه برای بازمهندسی نظام حکمرانی دینی و تمدن‌سازی اسلامی فراهم کرده است. غدير نه‌تنها روزی برای جشن، بلکه نماد الگوی حکمرانی توحیدی و حرکت به‌سوی جامعه آرمانی اسلامی است (ایرنا، ۱۴۰۳، غدير؛ نقشه راه جامعه اسلامی است).

۴-۱. تحول در معنا و صورت امت در عصر مجازی

امت در عصر دیجیتال بیش از پیش «شبکه‌ای» و «تعامل محور» فهم می‌شود؛ پیوندهای ایمانی بر بستری فرامرزی و آنی شکل می‌گیرند و «اجتماع مؤمنان» می‌تواند در قالب پلتفرم‌ها و اجتماعات آنلاین، ظرفیت‌های جدیدی برای هم‌افزایی معرفتی و کنش جمعی بیافریند. با این حال، همان سازوکارها اگر بدون راهبری معرفتی و قواعد اعتماد شکل بگیرند، انگیزش‌های هویتی را به سمت تفرقه، قطبی‌سازی و چندپارگی می‌برند (طباطبایی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۵).

در این چهارچوب، امت مجازی زمانی «امت واحده» می‌شود که سه مؤلفه به‌طور هم‌زمان تقویت گردد:

۱. تولید مرجعیت‌مند معنا (اتقان محتوا)؛
۲. سازوکارهای شفاف اعتماد و راستی‌آزمایی (اعتبارسنجی روایت‌ها)؛
۳. شبکه‌سازی هدفمند میان کنشگران معتبر (اتصال افراد و نهادهای مرجع). نبود هر یک

از این سه، ریسک تششت و تحریف را افزایش می‌دهد (طباطبایی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۵).

فرصت‌های دیجیتال در بازآفرینی وحدت امت اسلامی چیست؟ می‌توان از این فرصت‌ها در سه امر یاد کرد:

۱. پلتفرم‌سازی و شبکه‌سازی مؤمنانه: ایجاد بسترهایی که هنجارها و قواعد تعامل مبتنی بر اخلاق اسلامی و اتقان علمی را نهادینه کنند، امکان هم‌افزایی میان جوامع متنوع مسلمان را بالا می‌برد (بابایی، ۱۳۹۶، ص ۸۵).

۲. حکمرانی و مدیریت هوشمند فضای مجازی: هدایت این فضا به نفع ارزش‌های ملی و دینی و شکل‌دهی قواعد بازی عادلانه برای جریان سالم معنا، از الزامات موفقیت امت‌سازی در بستر دیجیتال است (بیانات در دیدار مسئولان و اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۹/۶/۲).

۳. آیین‌ها و مناسک هم‌زمان آنلاین: برگزاری مراسم دینی هم‌زمان و بین‌المللی، احساس هم‌سرنوشتی و هویت جمعی را تقویت می‌کند؛ به شرط آنکه با روایت معتبر و مشارکت‌جویانه همراه شود (ایرنا، ۱۴۰۳).

۴-۲. امامت و رهبری در میدان نبرد روایت‌ها

در میدان روایت‌ها، امامت رسانه‌ای یعنی پیوند «هدایت معرفتی» با «سواد و حکمرانی رسانه‌ای»؛ شناخت سازوکار پلتفرم‌ها، قدرت روایت‌سازی، و ضرورت حضور پیش‌دستانه برای هدایت افکار عمومی. این الگو بر سه رکن استوار است: ۱. بصیرت نسبت به فرصت‌ها و تهدیدهای فضای مجازی؛ ۲. حضور فعال و پاسخ‌گو؛ ۳. زبان و قالب متناسب با رسانه‌های نوین (بیانات در دیدار مسئولان و اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۹/۶/۲).

بصیرت دیجیتال به معنای درک منطق الگوریتم‌ها، چرخه‌های وایرال شدن و تکنیک‌های جنگ شناختی است تا خطای راهبردی کاهش یابد و اثربخشی پیام افزایش پیدا کند. حضور مؤثر و پاسخ‌گویی شامل تولید منظم محتوای آموزشی-تربیتی، گفت‌وگو با مخاطبان و راستی‌آزمایی سریع شایعات و تحریفات است که سرمایه اعتماد را تثبیت می‌کند. زبان و قالب بومی رسانه‌های اجتماعی نیز با استفاده از ویدئوهای کوتاه، پادکست، لایو و اینفوگرافیک، همراه با حفظ عمق و اصالت، پلی میان معرفت دینی و شیوه‌های مصرف رسانه‌ای امروز ایجاد می‌کند (همان).

گستره ابزارهای تبلیغی اهل بیت (علیهم‌السلام) -از خطبه و نامه تا گفت‌وگوی چهره‌به‌چهره- منطقی را به



دست می‌دهد که امروز در قالب تنوع کانال‌ها، شخصی‌سازی پیام و صیانت از حقیقت قابل بازتولید است. تنوع قالب‌ها برای رسیدن به اقشار مختلف، تنظیم محتوا مطابق با سطح فهم مخاطب و مواجهه فعال با تحریف در محیط دیجیتال، از مصادیق این منطق‌اند که با اولویت‌بندی سواد رسانه‌ای دینی، اقناع روشمند و پاسخ‌گویی به‌هنگام، تداوم می‌یابد (همان).

۳-۴. هویت دینی و بازنمایی آن در شبکه‌های اجتماعی

داده‌های پژوهشی نشان می‌دهد استفاده از شبکه‌های اجتماعی با تغییر در وزن نسبی مؤلفه‌های هویت جمعی پیوند دارد. گرایش به هویت مدرن افزایش، و چسبندگی به هویت ملی-دینی در برخی ابعاد کاهش می‌یابد؛ درعین حال، مدت عضویت و واقعی‌پنداری محتوا با تقویت جهت‌گیری‌های مدرن همبسته گزارش شده است. این یافته‌ها به ریسک‌های «تکثر بی‌مهار روایت‌ها»، «کاهش اقتدار مرجعیت» و «سطحی‌شدن پیوندهای اجتماعی» اشاره می‌کند (رهبرقاضی و همکاران، ۱۳۹۷، ص ۴۰).

در جوامع پیرامونی و گروه‌های کم‌برخوردار، الگوهای مصرف رسانه‌ای و ضعف زیرساخت‌های سواد رسانه‌ای می‌تواند اثر منفی آشکارتری بر هویت دینی داشته باشد. بررسی‌های میدانی درباره جوانان روستایی نشان می‌دهد که شدت و نوع مواجهه با فضای مجازی، با تغییر در نگرش‌ها و هنجارهای دینی هم‌بستگی دارد (بذرافشان و رفیعی کته‌تلخ، ۱۳۹۲، ص ۱۲۰).

راهبردهای بازتولید هویت ایمانی و ولایی را می‌توان در چند مورد ذکر کرد:

۱. توانمندسازی سواد رسانه‌ای دینی: آموزش تشخیص منابع معتبر، راستی‌آزمایی محتوا و تحلیل انتقادی روایت‌ها، نخستین سپر در برابر جنگ شناختی و تحریف است (طباطبایی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۵)؛
۲. ایجاد جوامع مجازی مؤمن و حامی: حلقه‌های تلاوت و تدبر، گروه‌های مسئله‌محور تربیتی-اخلاقی و نشست‌های پرسش‌وپاسخ با مربیان دینی، حس تعلق و همیاری معنوی را تقویت می‌کند (بذرافشان و رفیعی کته‌تلخ، ۱۳۹۲، ص ۱۲۰)؛

۳. تولید محتوای مرجعیت‌مند و جذاب: روایت‌محوری، چندرسانه‌ای‌سازی و گفت‌وگوی تعاملی، اگر با اتقان دینی و ارجاع دقیق همراه شود، سرمایه اعتماد را افزایش می‌دهد و هویت ایمانی را بازتولید می‌کند (طباطبایی، ۱۳۹۹، ص ۱۴۵)؛

۴. حکمرانی و سیاست‌گذاری هماهنگ: مأموریت‌های کلان شورای عالی فضای مجازی، چارچوبی

برای صیانت از منافع ملی-دینی و هدایت زیست‌بوم دیجیتال فراهم می‌کند؛ همسویی نهادهای فرهنگی و رسانه‌ای با این چارچوب، پیش شرط موفقیت مداخلات هویتی است (پیام رهبر انقلاب درباره تشکیل شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۰/۱۲/۱۷).

در مجموع، امت مجازی زمانی از تفرق فاصله می‌گیرد که «سواد و حکمرانی رسانه‌ای» در خدمت «هدایت معرفتی» قرار گیرد؛ مرجعیت، معنا تولید کند، حکمرانی، قواعد عادلانه تعامل را تضمین نماید، و شبکه‌سازی، کنشگران معتبر را به یکدیگر پیوند دهد. این سه‌گانه، شرط لازم برای گذار از انفعال به تمدن‌سازی در عصر رسانه‌های دیجیتال است (بیانات در دیدار مسئولان و اعضای شورای عالی فضای مجازی، ۱۳۹۹/۶/۲).

۵. تجربه‌های حکمرانی فرهنگی در جمهوری اسلامی ایران

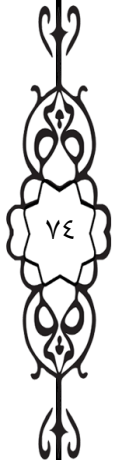
این مرور، نقاط قوت و ضعف حکمرانی فرهنگی-رسانه‌ای را براساس بیانات و اسناد حاکمیتی، آثار اندیشه‌ای و پژوهش‌های علمی داخلی جمع‌بندی می‌کند. تمرکز آن بر سه حوزه است: ۱. سیاست‌گذاری پس از انقلاب اسلامی؛ ۲. چالش‌های نهادی؛ ۳. نمونه‌های موفق راهبری فرهنگی-رسانه‌ای.

۵-۱. مروری تاریخی بر سیاست‌گذاری فرهنگی-رسانه‌ای پس از انقلاب اسلامی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌ای با هدف حفظ هویت اسلامی-ایرانی و مقابله با تهاجم فرهنگی غرب شکل گرفت. در دهه‌های نخست، نهادهایی چون سازمان تبلیغات اسلامی، صداوسیما، جمهوری اسلامی ایران و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، در تولید و هدایت محتوا نقشی محوری داشته‌اند. با گسترش فضای مجازی، نهادهایی مانند شورای عالی فضای مجازی و قرارگاه‌های فرهنگی-رسانه‌ای نیز به میدان آمدند (خامنه‌ای، حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی و تشکیل، ۱۳۹۰/۱۲/۱۷).

۵-۱-۱. دولت‌ها و سیاست‌های فرهنگی-رسانه‌ای

با تثبیت حاکمیت و شکل‌گیری نهادهای سیاست‌گذار، فضای رسانه‌ای ایران رو به تحول گذاشت و از قالب رسانه‌های دولت‌محور به حکمرانی تنظیم‌گرا در حوزه‌های نوظهوری مانند صوت و تصویر فراگیر (مانند VOD و شبکه‌های نمایش خانگی) گسترش یافت؛ به‌طوری‌که اکنون سازمان تنظیم مقررات



رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر (ساترا) مسئولیت تنظیم‌گری و صدور مجوز در این حوزه را بر عهده دارد. این چارچوب جدید با هدف اصلاح رفتاری، توسعه صنعت، افزایش رقابت و تأمین منافع عمومی شکل گرفته است (گاپله و همکاران، ۱۴۰۴، ص ۴۷-۵۱).

بررسی سیاست‌های کلی فرهنگی مندرج در برنامه‌های توسعه نشان می‌دهد، پیوند سیاست‌های فرهنگی با چشم‌انداز ملی ۱۴۰۴ با چالش‌هایی از جمله فقدان انسجام نهادی، ضعف سازوکارهای ارزیابی، و غیاب نظام دقیق پیوست‌نگاری مواجه است؛ چراکه بسیاری از دستگاه‌های فرهنگی در سندها کمرنگ باقی مانده‌اند و نقش و جایگاه عملکرد آن‌ها نیز به‌درستی تعریف نشده است (جعفری، ۱۳۹۵). در سطح گفتمانی، بحث «مدیریت فرهنگی» و نسبت آن با تمدن‌سازی و جنگ نرم، در گفتارهای اندیشه‌ای دهه‌های اخیر برجسته بوده است؛ از نقد «ضعف نظم و مهندسی فرهنگی» تا ضرورت ارتقای روش‌مندی در روایت‌سازی (رحیم‌پور ازغدی، ۱۴۰۳).

۵-۱-۲. نهادهای حاکمیتی مرتبط

نهادهای حاکمیتی و وظایفی که پس از انقلاب اسلامی شکل گرفتند:

۱. تشکیل شورای عالی فضای مجازی: با صدور حکم مقام معظم رهبری^(حفظه‌الله) در ۱۷ اسفند ۱۳۹۰، شورای عالی فضای مجازی به‌منظور سیاست‌گذاری کلان، تصمیم‌گیری و هماهنگی در فضای مجازی تأسیس شد. این شورا مأمور تدوین اسناد بالادستی مانند «نظام هویت معتبر در فضای مجازی کشور» و ایجاد هماهنگی میان بازیگران مختلف حکمرانی دیجیتال است. در واقع، این مجموعه نقشی کلیدی در هدایت و تنظیم فضای مجازی کشور را بر عهده دارد و حکم تأسیس آن توسط دفتر مقام معظم رهبری^(حفظه‌الله) صادر شده است (خامنه‌ای، ۱۳۹۰، حکم تشکیل شورای عالی فضای مجازی).
۲. شورای عالی انقلاب فرهنگی (بُعد فرهنگی-اجتماعی): تأکید بر اتصال سیاست‌های فضای مجازی به زیست‌بوم فرهنگی-اجتماعی کشور و پرهیز از تکثر سامانه‌ها و پراکندگی اقدامات (سخنان دبیر شورا، اتصال فضای مجازی به زیست‌بوم فرهنگی و اجتماعی، ۱۳۹۹/۰۶/۰۱).
۳. نظام پژوهش و رصد (پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات و شبکه نشریات تخصصی): انتشار منظم نشریات و فصلنامه‌های علمی-پژوهشی مرجع در سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه (مانند: مطالعات راهبردی فرهنگ، مطالعات فرهنگ-ارتباطات، مطالعات فضای مجازی و رسانه‌های اجتماعی) و فصلنامه «رسانه».

۴. پیش‌زمینه‌های فکری انقلاب اسلامی در حوزه فرهنگ و اجتماع: بازخوانی چارچوب‌های نظری در آثار شهید مطهری (ازجمله پیرامون انقلاب اسلامی) که به‌صورت موضوعی در «مجموعه آثار» عرضه شده و مبانی نظری فرهنگ، جامعه و رهبری دینی را صورت‌بندی می‌کنند (مطهری، ۱۳۸۶، ج ۲۶، ص ۱۵).

۲-۵. چالش‌ها و آسیب‌شناسی حکمرانی فرهنگی

با توجه به اهمیت حکمرانی فرهنگی در عصر دیجیتال، شناسایی و تحلیل چالش‌های پیش روی آن امری ضروری به نظر می‌رسد، برخی از چالش‌ها به این شرح است:

۱-۲-۵. تشتت نهادی و نبود هماهنگی

رصد زیست‌بوم کودک آنلاین نشان می‌دهد علی‌رغم تصویب «سند صیانت از کودکان و نوجوانان در فضای مجازی»، خلأ هماهنگی میان سیاست‌گذار-تنظیم‌گر و ارائه‌دهندگان خدمات و ناظران، ضعف سواد دیجیتال والدین و نبود مرجع واحد معرفی خدمات بومی، کارایی زیست‌بوم را کاهش داده است (مرکز پژوهش‌های مجلس، ۱۴۰۳).

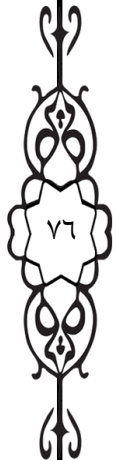
در بعد کلان، هشدار نسبت به پراکندگی سامانه‌ها، نبود ظرفیت پلتفرمی یکپارچه و لزوم هم‌افزایی بین‌بخشی در آموزش، پژوهش و تربیت رسانه‌ای، به‌عنوان گلوگاه حکمرانی کارآمد در فضای مجازی مطرح شده است (ایرنا، ۱۳۹۹).

۲-۲-۵. دوگانگی در حکمرانی و تولید محتوا

در حوزه صوت و تصویر فراگیر (OTT/SVOD)، هم‌پوشانی و چندگانگی تنظیم‌گران، نبود چارچوب‌های شفاف و پایدار تنظیم‌گری، و ضعف سازوکارهای رقابتی مؤثر، از چالش‌های شناخته‌شده حکمرانی رسانه‌ای است (گاپله، و همکاران، ۱۴۰۴، ص ۶۸-۷۳).

۳-۲-۵. فاصله مردم با گفتمان رسمی رسانه‌ها

رسانه‌های رسمی نتوانسته‌اند به‌طور مؤثر با نسل جوان ارتباط برقرار کنند. رهبر انقلاب (حفظه‌الله) در دیدار با دانشجویان، بر اهمیت «روایت‌سازی مؤثر و مردمی» تأکید کردند (بیانات در دیدار رضائی با دانشجویان، ۱۴۰۲/۰۱/۲۹). پژوهش‌های مطبوعات و رسانه نشان می‌دهد که «ریزش مخاطب، کاهش اعتماد و ضرورت بازسازی نظام محتوا، مخاطب‌شناسی، توزیع و نظام اعتماد» از مهم‌ترین



عوامل ایجاد شکاف با افکار عمومی به شمار می‌روند. بازطراحی زنجیره تولید تا مصرف محتوا، و تقویت آزادی بیان و ماهیت مردمی رسانه‌ها پیشنهاد شده است (آذرنگار، افشانی و مزیدی شرف‌آبادی، ۱۴۰۴، ص ۲۵).

۵-۳. نمونه‌های موفق هدایت رسانه‌ای

در ادامه، نمونه‌های عینی و موفق هدایت رسانه‌ای در جمهوری اسلامی ایران بررسی می‌شود:

۵-۳-۱. روایت‌سازی از جهاد، شهادت، خانواده، سبک زندگی اسلامی

مستندها، سریال‌ها و پویانمایی‌هایی با محوریت شهدا و خانواده‌های ایثارگر، توانسته‌اند گفتمان مقاومت را در جامعه نهادینه کنند. رهبر انقلاب ^(حفظه‌الله) این روایت‌ها را «افسران جنگ نرم» می‌نامند (بیانات در جمع تعدادی از خانواده‌های شهدا، ۱۳۸۸/۰۲/۰۳). در سطح گفتمانی، پیوند روشمند «تمایز مهم و مهم‌تر» با اولویت‌های تمدن‌سازی - مانند خانواده، اخلاق، عقلانیت دینی و سبک زندگی - و ارتقای «روش استنباط و نظام‌سازی» برای روایت‌گری مؤثر، از خطوط راهنمای تکرار شونده در ادبیات تمدنی رسانه‌ای به شمار می‌رود (رحیم‌پور ازغدی، ۱۴۰۳). تأکید بر نقش رسانه و فضای مجازی در مهندسی فرهنگی، هشدار نسبت به روایت‌های رقیب و ضرورت بازتعریف «قدرت نرم» در خدمت مستضعفان و جهان اسلام، از مضامین الهام‌بخش برای روایت‌سازی بومی بوده است (رحیم‌پور ازغدی، ۱۴۰۰).

۵-۳-۲. نمونه‌هایی از جنبش‌های مجازی با هویت دینی

در سطح سازوکار، پژوهش‌های نوین درباره «کنش و کنشگری در سایبر»، «مصرف رسانه‌ای مبتنی بر سایبر»، و «سازوکارهای وایرال‌سازی (ویدهوهای کوتاه پر بازدید)» نشان می‌دهد چگونه طراحی پیام و شبکه‌سازی می‌تواند به رخدادهای بسیج‌گرانه فرهنگی - دینی در پلتفرم‌ها کمک کند. این ادبیات برای طراحی رزمایش‌های سایبری و هشتک‌های هویتی قابل استفاده است (گاپله و همکاران، ۱۴۰۴، ج ۲، ص ۲۵). در چارچوب سیاست‌گذاری فرهنگی و رسانه‌ای، اعمال تنظیم‌گری عقلانی و ارتقای ظرفیت‌های رقابتی و خلاقانه در رسانه‌ها و فضای فرهنگی، از شرایط ضروری برای نهادینه‌سازی جنبش‌های هویتی سالم و مؤثر در زیست‌بوم داخلی کشور محسوب می‌شود. این امر موجب تقویت هویت ملی و اعتلای فرهنگ عمومی می‌شود و می‌تواند از شکل‌گیری هویت‌های متزلزل یا سطحی جلوگیری کند؛ به‌ویژه زمانی که ظرفیت‌های بومی، متناسب با نیازهای فرهنگی و اجتماعی جامعه

تقویت شوند و چارچوب‌های عقلانی و قانونی در تصمیم‌گیری‌های رسانه‌ای پایدار گردد (حدادی، جبارپور و دادگستر، ۱۴۰۱، ص ۹۰-۹۱).

نتیجه‌گیری

در نتیجه این پژوهش، می‌توان تأکید کرد که عصر رسانه‌های دیجیتال با ایجاد تحولات بنیادین در ساختارهای فرهنگی، اجتماعی و سیاسی، ضرورت بازمهندسی حکمرانی دینی در چارچوب نظریه دولت تمدن ساز را بیش از پیش آشکار ساخته است. فضای مجازی با ویژگی‌هایی چون غیرمتمرکز بودن، سرعت بالا و تعاملی بودن، هم چالش‌های جدی برای مرجعیت‌های سنتی ایجاد کرده و هم فرصت‌های بی‌سابقه‌ای برای تمدن‌سازی اسلامی فراهم آورده است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که تحقق دولت تمدن ساز بدون بازتعریف نقش رسانه، سیاست‌گذاری فرهنگی هوشمند، و احیای هدایت ولایی در سپهر رسانه‌ای ممکن نیست. ولایت فقیه به‌عنوان محور حکمرانی دینی، با ارائه راهبردهای رسانه‌ای مبتنی بر آموزه‌های اسلامی و نظریه امامت، می‌تواند الگویی کارآمد برای مدیریت فضای دیجیتال ارائه دهد. این الگو بر سه رکن اصلی استوار است: تولید محتوای مرجعیت‌مند و جذاب، تقویت سواد رسانه‌ای دینی و شبکه‌سازی هدفمند میان کنشگران معتبر. جمهوری اسلامی ایران با بهره‌گیری از تجربیات حکمرانی فرهنگی خود و با تکیه بر ظرفیت‌های نهادهایی مانند شورای عالی فضای مجازی، می‌تواند با عبور از چالش‌هایی چون تشتت نهادی و فاصله با گفت‌وگو رسمی، به سمت اقتدار نرم در سطح امت اسلامی حرکت کند. در این مسیر، تقویت پیوند امت و امامت در بستر دیجیتال و بازتعریف هویت دینی در شبکه‌های اجتماعی، از جمله الزامات اصلی برای شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی خواهد بود.



فهرست منابع

۱. ایرنا (۱۴۰۳/۰۴/۰۵)، «غدير؛ نقشه راه جامعه اسلامی است»، کد خبر: ۸۵۵۰۲۰۹۳، irna.ir/n85502093.
۲. آذرنگار، جواد؛ افشانی، سیدعلیرضا؛ مزیدی شرف‌آبادی، علی محمد (۱۴۰۴)، «راهبردهای بازیابی جایگاه مطبوعات در بین مخاطبان رسانه‌های جدید»، فصلنامه رسانه، ش ۳۶، ص ۵-۳۲.
۳. آقاحسینی، علیرضا (۱۳۹۶)، گفت‌وگو و پذیرش دیگری، اصفهان: دانشگاه اصفهان.
۴. بابایی، محمد (۱۳۹۶)، «تمدن نوین اسلامی بر بستر رسانه تمدنی؛ گذار از رسانه‌های دولت‌محور»، فصلنامه علوم خبری، ش ۲۴، ص ۷۵-۹۸.
۵. بذرافشان، جواد؛ رفیعی کتخلخ، عیسی (۱۳۹۲)، «بررسی تأثیر فضای مجازی بر هویت دینی جوانان روستایی»، مجله جغرافیا و برنامه‌ریزی محیطی (دانشگاه سیستان و بلوچستان)، دوره ۲۴، ش ۳، ص ۱۱۱-۱۲۸.
۶. بهروزی‌لک، غلامرضا؛ سرآبادانی تفرشی، آسیه (۱۴۰۳)، «تحلیل آثار پیشران فضای مجازی بر حاکمیت دینی در جمهوری اسلامی ایران»، نشریه آینده‌پژوهی انقلاب اسلامی، دوره ۵، ش ۳، ص ۳۹-۷۰.
۷. پیروزمند، علیرضا؛ خورشیدی، محمد (۱۳۹۸)، «مؤلفه‌های ساختاری تمدن‌سازی اسلامی» (با رویکرد آینده‌پژوهی)، نشریه مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، ش ۲، ص ۳۲۹-۳۵۸.
۸. تاجیک، محمدرضا (۱۳۸۷)، «رسانه و بحران در عصر فراواقعیت» (با تأکید بر بحران هویت)، نشریه پژوهشنامه علوم سیاسی، دوره ۴، ش ۱، ص ۵۱-۸۳.
۹. جعفری، علیرضا (۱۳۹۵)، بررسی و شناخت ابعاد و شاخص‌های فرهنگی سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ جمهوری اسلامی ایران در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مرکز پژوهش‌های توسعه و آینده‌نگری، <https://ircud.ir/fa/content/283638>.
۱۰. حدادی، علیرضا؛ جبارپور، محمد؛ دادگستر، سیدمحمدرضا (۱۴۰۱)، «امکان‌سنجی تاریخی نهادسازی فرهنگی انقلاب اسلامی مبتنی بر تجربه امام خمینی (رحمة‌الله‌علیه) در تأسیس نهادهای

انقلابی فرهنگی دهه اول انقلاب»، فصلنامه مطالعات میان‌رشته‌ای تمدنی انقلاب اسلامی، ش ۳، ص ۷۵-۱۱۴.

۱۱. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۲/۲۹/۰۱)، بیانات در دیدار رمضانی دانشجویان،

<https://khl.ink/f/52554>.

۱۲. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۹/۰۶/۰۲)، توصیه‌ها و تذکرات درباره مدیریت فضای مجازی، بیانات در دیدار مسئولان و اعضای شورای عالی فضای مجازی،

farsi.khamenei.ir/speech?id=47637.

۱۳. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۸۸/۰۳/۰۳)، بیانات در جمع تعدادی از خانواده‌های شهداء،

<https://khl.ink/f/6986>.

۱۴. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۵/۰۹/۰۳)، بیانات در دیدار بسیجیان، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای،

<https://khl.ink/f/34995>.

۱۵. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۴/۰۸/۱۲)، بیانات در دیدار دانشجویان، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله خامنه‌ای،

<https://khl.ink/f/31309>.

۱۶. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۴/۰۶/۱۶)، بیانات در دیدار با اعضای شورای عالی فضای مجازی،

<https://khl.ink/f/30688>.

۱۷. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۰/۱۲/۱۷)، پیام درباره تشکیل شورای عالی فضای مجازی،

farsi.khamenei.ir/message?id=19225.

۱۸. خانیکی، هادی؛ بابایی، محمود (۱۳۹۰)، «فضای سایبر و شبکه‌های اجتماعی مفهوم و کارکردها»، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات جامعه اطلاعاتی، دوره ۱، ص ۷۱-۹۶.

۱۹. خجسته، حسن (۱۴۰۰)، جنگ روایت‌ها مسئله امروز رسانه‌ها، پایگاه اینترنتی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای،

<https://farsi.khamenei.ir/others-dialog?id=49194>.

خمینی، سیدروح‌الله (۱۳۶۰)، ولایت فقیه در حکومت اسلامی، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام

خمینی (رحمة الله علیه).

۲۱. دهخدا، علی اکبر (۱۳۵۱)، لغتنامه، تهران: روزنه.
۲۲. دهقانی فیروزآبادی، سیدجلال (۱۳۹۰)، «فناوری های قدرت در جنگ نرم»، فصلنامه مطالعات راهبردی، ش ۱۴، ص ۵-۳۰.
۲۳. رحیم پور ازغدی، حسن (۱۴۰۳/۱۰/۰۷)، بخوان، درست بخوان (مهم و مهم تر در تکوین تمدن)، بازبایی شده از:
<https://rahimpour.ir/fa/news-details/70730>.
۲۴. رحیم پور ازغدی، حسن (۱۴۰۰/۰۱/۲۱)، پاسخ به پرسش هایی درباره نقش رسانه و فضای مجازی، شبکه افق، بازبایی شده از:
<https://rahimpour.ir/fa/news-details/69808>.
۲۵. رضایی، نرگس؛ سعیدی، روح الامین (۱۳۹۹)، «سواد رسانه ای و تأثیر آن بر حکمرانی نوین در عصر دولت پسامدرن»، دوفصلنامه نامه فرهنگ و ارتباطات، ش ۵، ص ۲۸۹-۳۱۲.
۲۶. رهبرقاضی، محمودرضا؛ حاتمی، عباس؛ عباسی، امین (۱۳۹۷)، «رابطه شبکه های اجتماعی مجازی و دگرگونی هویت های جمعی» (با تأکید بر هویت دینی، ملی و مدرن)، مجلس و راهبرد، ش ۹۵، ص ۳۳-۵۸.
۲۷. سعیدی، روح الامین؛ رضایی، نرجس (۱۳۹۹)، «سواد رسانه ای و تأثیر آن بر حکمرانی نوین در عصر دولت پسامدرن»، پژوهش نامه فرهنگ و رسانه، ش ۵،
doi: 10.30497/lcc.2021.240098.1025.
۲۸. سلطانی فر، محمد (۱۳۸۶)، «هویت جغرافیایی-سیاسی-فرهنگی انسان پست مدرن»، فصلنامه راهبرد، ش ۴۵، ص ۳۳-۴۷.
۲۹. سلیمانی پور، روح الله (۱۳۸۹)، «شبکه های اجتماعی فرصت ها و تهدیدها»، نشریه ره آورد نور، ش ۳۱، ص ۱۴-۱۹.
۳۰. شورای عالی فضای مجازی (۱۴۰۱/۱۰/۱۲)، مصوبه پیشگیری و مقابله با قمار در فضای مجازی، جلسه ۸۵ (۱۴۰۱/۰۷/۱۹)، بند ۴-۲-۴.
۳۱. شورای عالی فضای مجازی (۱۳۹۶/۰۵/۱۱)، مصوبه شورای عالی فضای مجازی با موضوع

سیاست‌ها و اقدامات ساماندهی پیام‌رسان‌های اجتماعی، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی،

<https://rc.majlis.ir/en/law/show/1029998>.

۳۲. صالحی‌زاده، عبدالهادی؛ عباس‌پور، ابراهیم (۱۴۰۲)، «تمدن نوین اسلامی در بستر امت دولت‌ساز در اندیشه رهبر معظم انقلاب اسلامی»، مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی، دوره ۶، ش ۱، ص ۲۸۳-۳۰۸.

<https://doi.org/10.22070/nic.2023.16398.1189>.

۳۳. طباطبایی، سیدعلیرضا (۱۳۹۹)، «امکان‌سنجی نظام امامت-امت در فضای مجازی»، حکومت اسلامی، ش ۹۸، ص ۱۳۹-۱۷۰.

۳۴. طوسی، فاطمه؛ طاهری خسروشاهی، محمدحسین (۱۴۰۱)، «دولت‌سازی تمدنی: آسیب‌شناسی فرهنگ سیاسی پشتیبان»، نشریه «مطالعات بنیادین تمدن نوین اسلامی»، دوره ۵، شماره ۱، صفحات ۳۰۹-۳۳۶.

۳۵. عاملی (۱۳۹۹/۰۶/۰۱)، سخنان دبیر شورای عالی انقلاب فرهنگی درباره اتصال فضای مجازی به زیست‌بوم فرهنگی و اجتماعی، کد مطلب: ۲۴۸۰۴۲، بازیابی شده از:

<https://www.citna.ir/news/248042>.

۳۶. عاملی، سعیدرضا (۱۳۹۹/۰۶/۰۱)، فضای مجازی باید به زیست‌بوم فرهنگی و اجتماعی متصل باشد، ایرنا، کد مطلب: ۸۳۹۱۷۸۰۸، بازیابی شده از:

<https://irna.ir/news/83917808>.

۳۷. فتاحی اردکانی، حسین؛ و همکاران (۱۳۹۷)، «تحلیل مفهوم قدرت و منابع تشکیل دهنده آن از دیدگاه جوزف نای»، مطالعات قدرت نرم، ش ۱۸، ص ۱۳۰-۱۵۳.

۳۸. قنبری، آیت (۱۳۷۹)، «ایران و موج اول مدرنیته»، فصلنامه علوم سیاسی، دوره ۳، ش ۱۲، ص ۱۴۳-۱۱۵.

۳۹. کشوری دوغائی، علی؛ پوررضائیان، مهدی؛ قاضی‌زاده، خشایار (۱۴۰۰)، «طبقه‌بندی ساختارگرایانه شیوه‌های روایت‌گری در هنرهای نمایشی»، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، دوره ۲۵، ش ۱۰۵، ص ۹۳-۱۱۷.

کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰)، عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ؛ ظهور جامعه شبکه‌ای، ترجمه

احد علیقلیان و افشین خاکباز، تهران: طرح نو.

۴۱. گاپله، محمد؛ خجسته باقرزاده، حسن؛ رسولی، محمدرضا (۱۴۰۴)، «الگوی حکمرانی تنظیم‌گری رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر ایران»، فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره ۲۶، ش ۶۹، ص ۴۳-۷۹.

doi: 10.22083/jccs.2024.476947.3935.

۴۲. گریفین، دیویدری (۱۴۰۰)، تبیین و ارزیابی دیدگاه‌ها در الهیات پسامدرن، ترجمه حمیدرضا آیت‌اللهی، چ ۳، تهران: پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۴۳. محکم‌کار، ایمان؛ حلاج، محمدمهدی (۱۳۹۳)، «فضای مجازی، ابعاد، ویژگی‌ها و کارکردهای آن در عرصه هویت با محوریت شبکه‌های اجتماعی مجازی»، نشریه معرفت، ش ۲۰۱.

۴۴. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی (۱۴۰۱/۰۸/۰۹)، بررسی چالش‌های توسعه زیست‌بوم فضای مجازی کودک و نوجوان (شماره گزارش ۱۸۴۹۶)، بازیابی شده از:

<https://rc.majlis.ir/fa/report/show/1752228>.

۴۵. مصباحی جمشید، پرستو؛ و همکاران (۱۳۹۵)، «وضعیت عقل، دین و علم در عصر پست‌مدرن و ملاحظات آن در تربیت معنوی با رویکرد انسان‌شناسانه»، پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، سال ۲۴، ش ۳۳.

۴۶. مطهری، مرتضی (۱۳۸۶)، مجموعه آثار شهید مطهری، تهران: صدرا.

۴۷. میرزاحسین، زهرا (بی‌تا)، شرکت راهبران هویت مجازی آینده (برهان)، نقش شورای عالی فضای مجازی در زیست‌بوم هویت دیجیتال، بازیابی شده از:

<https://www.borhanid.com>.

۴۸. ناظمی اردکانی، مهدی؛ نجات‌پور، مجید؛ محمدی، مصطفی (۱۳۹۵)، «انقلاب اطلاعات و تأثیر آن بر جنگ نرم»، فصلنامه پژوهش‌های راهبردی سیاست، دوره ۴، ش ۱۶، ص ۱۴۱-۱۶۸.

۴۹. نای، جوزف (۱۳۸۲)، «قدرت نرم»، ترجمه محمد حسینی‌مقدم، فصلنامه راهبرد، دوره ۱۱، ش ۳، ص ۳۶۳-۳۸۰.

۵۰. نجفی، علی؛ فتحی، ابراهیم؛ البرزی، هادی (۱۴۰۲)، «شناسایی مؤلفه‌ها و ویژگی‌های اساسی تولید محتوای فضای مجازی به روش فراترکیب»، نشریه رسانه، ش ۳۴، ص ۲۹-۵۲.

ندافان، جلال (۱۴۰۲)، تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر مرجعیت علمی، همایش بین‌المللی مرجعیت علمی در عصر ظهور.

52. Asa Berger, A (2016). O Brave New World : The Dark Side of Cyberspace .
Journal of Cyberspace Policy Studies Volume 1 No. 19-35.
53. Fischer, E., & Reuber, A. R. (2011). Social interaction via new social media: (How) can interactions on Twitter affect effectual thinking and behavior? *Journal of Business Venturing*, 26(1), 1-18.
54. Masoumifar, A.M. (2021). Cyberspace Sovereignty: Is Territorializing Cyberspace Opposed to Having a Globally Compatible Internet? *Journal of Cyberspace Studies*, Volume 6, No. 1, 1 - 20.
55. Morris, J. (2020). Simulacra in the Age of Social Media :Baudrillard as the Prophet of Fake News. *Journal of Communication Inquiry*, 0(0), 1 - 18.
56. Nye, Joseph.S (1990). Soft power. New York : Public Affairs.
57. Shiva, N. & Nosrat Kharazi, Z. (2019). The Fourth Wave of Feminism and the Lack of Social Realism in Cyberspace. *Journal of Cyberspace Studies*, Volume 3 No. 2, 129 -146.
58. Tonks, R.G. (2021). Changing self in the digital age: The impact of digital technology on the self and person. *International Review of Theoretical Psychologies*, Vol. 1, No. 2, 243-257.