صفحات ۱۰۹ تا ۱۳۰

چالش‌ها و ظرفیت‌های گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی با تأکید بر قدرت نرم اسلامی

تاریخ دریافت : ۱۵/ ۱۴۰۳/۱۰ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۵

سازندگی، محمدتقی[۱] (نویسنده مسئول)، حایک، مریم[۲]، حسینی احمد فداله، سید محمد علی[۳]

چکیده

مسئلهٔ این پژوهش، چالش‌های گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی است؛ فضایی که به‌مثابهٔ میدان اصلی رقابت روایی و سبک‌های زندگی در عصر حاضر، تحت‌سلطهٔ هژمونی رسانه‌ای سکولار، بازنمایی‌های خاصی از انسان، جامعه و آینده را تولید و تثبیت می‌کند. اهمیت و ضرورت تحقیق از آنجا ناشی می‌شود که منابع وحیانیِ اسلام (قرآن و سنت نبوی-علوی)، در عین برخورداری از ظرفیت‌های معنوی، اخلاقی و هویتی، در سطح روایت‌سازی دیجیتال کمتر به‌صورت نظام‌مند به کار گرفته شده‌اند و این خلأ، پیامدهایی برای قدرت نرم اسلامی و هویت دینی نسل‌های درگیر در فضای مجازی دارد. سؤال اصلی پژوهش این است: مهم‌ترین چالش‌ها و ظرفیت‌های معرفتی، فرهنگی، سیاسی-امنیتی و فناورانهٔ گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی چیست؟ فرضیهٔ پژوهش بر این اساس است که غلبهٔ روایت‌های سکولار در سکوهای دیجیتال، ضعف سواد رسانه‌ای و وحیانی در میان کنشگران مسلمان و وابستگی فناورانه به زیرساخت‌های غیربومی، به‌صورت هم‌زمان، کارآمدی گفتمان‌سازی وحیانی و بازنمایی تمدنی آموزه‌های اسلامی را محدود می‌سازند. اهداف پژوهش حاضر عبارت‌اند از: تبیین نظام‌مند این چالش‌ها، تحلیل نسبت آن‌ها با مقولهٔ قدرت نرم اسلامی و تبیین ظرفیت‌های منابع وحیانی و مؤلفه‌های سبک زندگی اسلامی برای بازتعریف حضور دینی در فضای مجازی. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و با تکیه بر مطالعهٔ اسنادی، مرور انتقادی ادبیات نظریِ مرتبط با قدرت نرم و فضای مجازی، و تحلیل گفتمانی ثانویهٔ رویکردهای موجود در تولید محتوای دینی انجام شده است. نتایج نشان می‌دهد که غلبهٔ روایت‌ها و الگوهای سکولار در سکوهای غالب، در کنار پراکندگی کنشگران دینی، نبود الگوهای منسجم برای ترجمه مفاهیم وحیانی به زبان رسانه و وابستگی سیاسی-امنیتی و فناورانه به زیرساخت‌های فراملی، از مهم‌ترین موانع شکل‌گیری گفتمانی منسجم و مؤثر از آموزه‌های وحیانی در فضای مجازی است.

واژگان کلیدی: گفتمان‌سازی وحیانی، قدرت نرم اسلامی، فضای مجازی، استعمار دیجیتال، هژمونی

---

[۱]. استادیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی، موسسه آموزش عالی دارالحکمه، ، قم، ایران. mt.sazandegi۹۲@gmail.com

[۲]. استادیار گروه علوم سیاسی، دانشگاه تربت حیدریه، تربت حیدریه، خراسان رضوی، ایران. hayek@torbath.ac.ir

[۳]. دانش آموخته سطح ۳ حوزه علمیه قم، montazaeralmahdi@۱۹۹۳gmail.com

۱. مقدمه

فضای مجازی در دهه‌های اخیر از سطح یک ابزار ارتباطی فراتر رفته و به عرصه‌ای برای تولید معنا، بازنمایی هویت، شکل‌دهی به سبک زندگی و رقابت میان روایت‌های رقیب تبدیل شده است. کاربران در این فضا صرفاً دریافت‌کنندهٔ اطلاعات نیستند؛ بلکه در فرایند تولید، بازتوزیع و تفسیر پیام‌ها نیز مشارکت می‌کنند. ازاین‌رو، سکوهای دیجیتال در شکل‌دهی به نگرش افراد دربارهٔ انسان، جامعه، اخلاق، دین و آینده نقش مهمی دارند. بااین‌حال، ساختار فنی و اقتصادی بسیاری از این سکوهای دیجیتال، ازجمله منطق الگوریتمی، اقتصاد توجه، اولویت یافتن محتوای پربازدید و تمرکز مالکیت زیرساخت‌ها، بر نحوهٔ دیده شدن و اثرگذاری روایت‌های فرهنگی و دینی تأثیر می‌گذارد. در چنین بستری، روایت‌های سکولار از انسان و جامعه، به‌واسطهٔ دسترسی گسترده به رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی و محصولات فرهنگی دیجیتال، در معرض بازتولید و انتشار مستمر قرار دارند. منظور از هژمونی رسانه‌ای در این پژوهش، الزاماً سلطهٔ یکدست و مطلق بر افکار عمومی نیست؛ بلکه به فرایندی اشاره دارد که طی آن برخی مفاهیم، ارزش‌ها و سبک‌های زندگی، در مقایسه با روایت‌های رقیب، طبیعی و بدیهی و مطلوب جلوه داده می‌شوند. بنابراین، مسئلهٔ اصلی صرفاً حضور یا عدم حضور محتوای دینی در فضای مجازی نیست؛ بلکه چگونگی تبدیل آموزه‌های وحیانی به گفتمانی منسجم، قابل فهم، اقناع‌کننده و متناسب با منطق ارتباطی رسانه‌های دیجیتال است.

گفتمان وحیانی در این مقاله، به مجموعه‌ای منسجم از مفاهیم، ارزش‌ها و الگوهای معنایی مبتنی بر قرآن و سنت نبوی-علوی اطلاق می‌شود که می‌تواند دربارهٔ انسان، جامعه، اخلاق، عدالت، مسئولیت اجتماعی و سبک زندگی، چارچوبی تفسیری ارائه کند. این گفتمان، در صورت برخورداری از صورت‌بندی روشن و توانایی ارتباط با مسائل واقعی مخاطبان، می‌تواند یکی از منابع قدرت نرم اسلامی باشد. قدرت نرم اسلامی در اینجا به ظرفیت اقناع، جذب، اعتمادسازی و ایجاد همدلی بر پایهٔ ارزش‌های دینی، اخلاقی، فرهنگی و تمدنی اسلام اشاره دارد؛ نه به تحمیل عقیده یا اعمال اجبار سیاسی. از این منظر، کارآمدی گفتمان وحیانی در گرو توانایی آن در برقراری ارتباطی معنادار با مخاطب، پاسخ‌گویی به مسائل روز و ارائهٔ الگوهایی معتبر و زیست‌پذیر است. پژوهش حاضر این سؤال را دنبال می‌کند: مهم‌ترین چالش‌ها و ظرفیت‌های معرفتی، فرهنگی، سیاسی-امنیتی و فناورانهٔ گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی چیست؟ هدف مقاله، توصیف و تحلیل این چالش‌ها و ظرفیت‌ها با توجه به قدرت نرم اسلامی است. بنابراین، مقاله درصدد ارائهٔ برنامهٔ اجرایی یا راهبرد سیاستی مستقل نیست؛ بلکه می‌کوشد با بررسی مفهومی و تحلیلی موضوع، عوامل محدودکنندهٔ گفتمان‌سازی وحیانی و ظرفیت‌های موجود در منابع

اسلامی و سبک زندگی دینی را روشن کند.

پیشینهٔ پژوهش

۱) رحمانی و گنج‌خانلو (۱۴۰۳) در مقالهٔ «بازخوانی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران از منظر تبدیل ایدئولوژی به منبع بالفعل قدرت نرم» به بررسی چگونگی ادغام ایدئولوژی با سیاست در نظام جمهوری اسلامی و تبدیل آن به منبع بالفعل قدرت نرم پرداخته‌اند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که قانون اساسی با انعکاس اجزای تشکیل‌دهندهٔ ایدئولوژی در کلیت خود و مفصل‌بندی این اجزا، زمینه را برای بازتعریف رسمی ایدئولوژی در بستر سیاست فراهم کرده است.

۲) مقالهٔ «اسلام، بحران معنوی غرب، فضای مجازی»، تألیف علیمرادی (۱۴۰۲)، با تمرکز بر پیامدهای نگاه صرفاً مادی مدرنیته به انسان و جهان، به بررسی بحران‌های روانی جوامع غربی و نقش فضای مجازی در معرفی اسلام به این جوامع پرداخته است. نویسنده، با استناد به نامه‌های رهبر انقلاب، ظرفیت فضای مجازی را برای معرفی اسلام به جوامع غربیِ بحران‌زده بررسی کرده است.

۳) مقالهٔ «ارکان قدرت نرم»، نوشتهٔ عجرش و خیون (۲۰۲۳)، به بررسی تأثیر فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و سیاست خارجی برخی کشورها بر جایگاه و نقش آن‌ها در عرصهٔ بین‌المللی پرداخته است. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که اهمیت منابع قدرت نرم در عرصهٔ بین‌المللی، بیش از آنکه به میزان برخورداری کشورها از این منابع وابسته باشد، به نحوهٔ استفاده و به‌کارگیری مؤثر آن‌ها بستگی دارد.

۴) مقدس (۱۳۹۶) در مقالهٔ «فضای مجازی و حقیقتی تاریخی؛ درآمدی بر تعامل دین و فضای مجازی»، با بهره‌گیری از مطالعهٔ اسنادی و مروری، ظرفیت‌های فضای مجازی را در گسترش باورها، آموزه‌ها و ارزش‌های دینی در قالب شبکه‌های اجتماعی بررسی کرده است.

با توجه به پیشینهٔ پژوهش و مرور مطالعات موجود، به نظر می‌رسد تاکنون پژوهشی که به‌طور جامع و هم‌زمان به تحلیل چالش‌ها و ظرفیت‌های گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی با رویکرد قدرت نرم اسلامی پرداخته باشد، انجام نشده است. مطالعات پیشین عمدتاً بر بررسی منابع قدرت نرم، تأثیر فرهنگ و ارزش‌ها در عرصهٔ بین‌الملل و ظرفیت‌های فضای مجازی در انتقال و ترویج آموزه‌های دینی تمرکز داشته‌اند و کمتر به ظرفیت‌های بازتولید و گسترش گفتمان وحیانی در محیط دیجیتال توجه کرده‌اند. نوآوری مقالهٔ حاضر در آن است که با تلفیق رویکرد تمدنی-اسلامی و تحلیل چندوجهیِ موانع معرفتی، فرهنگی، سیاسی و فناورانه، به شناسایی ظرفیت‌های نهفته در منابع وحیانی و سبک زندگی اسلامی می‌پردازد. وجه تمایز اصلی این پژوهش نیز تمرکز بر گفتمان‌سازی وحیانی به‌عنوان مسیری تمدنی برای مواجهه با هژمونی سکولار و سکولاریسم رسانه‌ای است.

۲. مبانی نظری و چارچوب مفهومی

۲-۱. تعریف «وحی» و «گفتمان وحیانی» در اندیشهٔ اسلامی

در فرهنگ فارسی معنای کلمهٔ «وحی» عبارت است از آنچه از طرف خدا بر پیغمبران نازل می‌شود (معین، ۱۳۵۱: ص۶۰۷)؛ اما در فرهنگ عرب، معنای واژهٔ «وحی» با توضیحاتی پیرامون ویژگی‌های آن بیان شده است. یکی از معانی اصلی وحی در لغت‌نامه‌های عرب، کلام پنهانی است که در کنار معانی نوشتن، رسالت و الهام قرار می‌گیرد. در واقع، وحی نوعی از تکلم دانسته می‌شود که در آن، کلامی پنهان و پوشیده بین دو نفر رد و بدل می‌شود (لطفی، ۱۳۹۱: ص۷۹-۸۰). راغب اصفهانی معنای واژهٔ «وحی» را اشارهٔ سریع دانسته و در توضیح آن آورده است که این اشارهٔ سریع می‌تواند به‌صورت‌های مختلفِ گفتار به‌صورت رمز و بیان، یا صدای خالی از ساختار، یا با اشارهٔ برخی از اعضا، یا با نوشتن باشد (راغب اصفهانی، ۱٤۱۲: ص ۸۵۸).

از قرون اولیهٔ اسلام، علمای لغوی متعددی به توضیح معنای واژهٔ «وحی» پرداخته‌اند و در تمام معانی یادشده، مفهوم اعلام وجود دارد؛ اگرچه اسباب اعلام در تعاریف مختلف گوناگون است (عبدالله‌پور، ۱۳۸۵: ص۱۳۵). به عبارتی، اعلام گاه به‌صورت گفتاری و گاه به‌صورت نوشتاری است؛ اما در هر دو صورت، باید با اشاره یا الهام همراه باشد تا وحی نامیده شود (قاسم‌پور، ۱۳۸٤: ص٤٦-٤٧).

فراتر از معنای لغوی وحی، بحث از چیستی و حقیقت وحی از مهم‌ترین مباحثی است که در دوران اسلامی، فلاسفه و متکلمان و عرفای شاخصی همچون فارابی، ابن‌سینا، غزالی، شهاب‌الدین سهروردی، ملاصدرا از نظر وجودشناختی آن را تحلیل کرده‌اند و درصدد بیان حقیقت آن بوده‌اند (ابوالحسنی نیارکی و همکاران، ۱۳۹۲: ص٦).

ابن‌سینا حقیقت وحی را عبارت از القای پنهانیِ امر عقلانی، به اذن خداوند متعال، در نفوس انسانی می داند که آمادگی پذیرش چنین فرمانی را دارند. شیخ الرئیس از نظر عقلانی، ضرورت وحی نبوی را از طریق مراتب عقل بیان می‌کند و معتقد است که عقل آدمی با افاضهٔ خداوند بدون بهره‌گیری از واسطه به بدیهیات و اولیات دست می‌یابد و آن‌گاه با سرمایهٔ بدیهیات به مجهولات و معلوم‌سازی آن‌ها دست می‌زند. به عبارتی، افراد نادری که همان پیامبران هستند به‌واسطهٔ تماس کامل با حقیقت و بدون آموزش خارجی از طریق ارتباط با عقل فعال به بصیرت نبوی دست می‌یابند.

ملاصدرا نیز وحی را علومی می‌داند که از طریق استدلال و اجتهاد به دست نمی‌آید و آدمی از منشأ و چگونگی‌اش آگاهی دارد و با مشاهدهٔ ملک و عقل فعال پدید می‌آید (خسروپناه، ۱۳۸۷: ص ۸-۱٤). تأمل در مباحث ارائه‌شده توسط فلاسفهٔ اسلامی پیرامون وحی، حکایت از تأکید آنان بر جنبهٔ معرفتی

وحی دارد؛ اما در دورهٔ اخیر در اندیشهٔ متفکران مسلمانی که در باب چیستی وحی به نظریه‌پردازی پرداخته‌اند، اندیشهٔ تجربه‌انگاری وحی نیز به میان آمده است. برخی با تأکید بر وحی به‌عنوان نوعی احساس و تجربه، جنبهٔ معرفتی آن را یا کمرنگ کرده‌اند یا به‌طور کلی حذف نموده‌اند؛ اما برخی نیز با تأکید بر جنبهٔ شناختاری وحی، غافل از حیثیت تجربی وحی شده‌اند. بنابراین، هم تبیین فلسفیِ ماهیت وحی و هم تأکید صرف بر بُعد تجربی آن، هیچ‌یک از دیدگاه جامعی نسبت به این موضوع برخوردار نیستند (ابوالحسنی نیارکی و همکاران، ۱۳۹۲: ص۷).

۲-۲. قدرت نرم اسلامی

قدرت در مفهوم عام، توانایی تأثیرگذاری بر رفتار دیگران برای دستیابی به نتایج دلخواه است. جوزف نای، نظریه‌پرداز پیشگام این حوزه، با تقسیم‌بندی قدرت به دو ساحت سخت و نرم، «قدرت نرم» را توانایی شکل‌دهی به ترجیحات دیگران از طریق جذابیت و اقناع، به‌جای اجبار (نظامی) یا پاداش (اقتصادی) تعریف می‌کند. از نظر او، منابع قدرت نرم در دارایی‌های ناملموسی چون فرهنگ، ارزش‌های سیاسی و مشروعیت سیاست خارجی ریشه دارد (Nye, ۲۰۰٤: ۵-۱۱).

در مقابل این نگاه تک‌ساحتی، می‌توان به رویکردهای تحلیلی‌تر نظیر دیدگاه میشل فوکو اشاره کرد. فوکو قدرت را نه‌صرفاً در ابزارهای حاکمیتی، بلکه در گفتمان و نظام‌های حقیقت‌ساز جست‌وجو می‌کند. از منظر فوکویی، قدرت نرم فراتر از جذابیت سیاسی، در توانایی یک گفتمان برای تعریف امر «هنجار» و «ناصواب» نهفته است (Foucault, ۱۹۸۰: ۱۳۱). این نگاه به ما کمک می‌کند تا بفهمیم چگونه فضای مجازی با ایجاد «رژیم‌های حقیقت»، روایت‌های وحیانی را به حاشیه رانده یا بازتعریف می‌کند. در لایه‌ای عمیق‌تر، قدرت نرم اسلامی ماهیتی متفاوت از «قدرت نرم غربی»[۱] دارد. درحالی‌که قدرت نرم غربی بر «جذابیتِ لیبرال» و «مصرف‌گرایی فرهنگی» استوار است، قدرت نرم اسلامی بر پایهٔ «نفوذ هدایتی» و «اقتدار معنوی» شکل می‌گیرد. در اندیشهٔ اسلامی، منشأ قدرت اصلی «الله» است و قدرت نرم نه برای سلطهٔ بر اراده‌ها، بلکه برای «تألیف قلوب» و بیداری فطرت انسانی به کار می‌رود (آل‌عمران: ۱۵۹).

اندیشمندانی چون سیدجواد میری و حمید مولانا معتقدند که قدرت در اسلام با مفهوم «مشروعیت الهی» و «اخلاق» گره خورده است. مولانا تأکید می‌کند که برخلاف قدرت نرم غربی که بر «اطلاعات و تصویرسازی» تکیه دارد، قدرت نرم در جهان اسلام بر «ارتباطات آیینی» و «عدالت‌محوری» استوار است (Mowlana, ۱۹۹٦: ۱۱۲-۱۱۵). همچنین، برخی پژوهشگران معاصر بر این باورند که قدرت نرم

---

[۱] Soft Power.

اسلامی، برخلاف مدل جوزف نای که به‌دنبال تغییر رفتار برای تأمین منافع بازیگر است، به‌دنبال «تعالی مخاطب» و «تقویت هویت توحیدی» است. از این منظر، قدرت نرم اسلامی یعنی توانایی یک گفتمان (مانند گفتمان وحیانی) در ارائهٔ پاسخی معنادار به نیازهای فطری و پرسش‌های وجودی انسان؛ به گونه‌ای که منجر به «تبعیت آگاهانه و داوطلبانه» از الگوهای زیست مؤمنانه گردد (افتخاری، ۱۳۹۱: ص۸۵-۸۸). بنابراین در این پژوهش، قدرت نرم اسلامی نه‌صرفاً به‌معنای ابزاری برای دیپلماسی عمومی، بلکه به‌مثابهٔ «جاذبهٔ قدسی و اخلاقی آموزه‌های وحیانی» در نظر گرفته می‌شود که در صورت صورت‌بندی صحیح در فضای مجازی، می‌تواند در برابر هژمونی معنایی سکولار، هویت‌سازی کند.

۳. چالش‌های گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی

در عصر حاضر، فضای مجازی به‌عنوان محیطی گسترده و بی‌مرز، به‌شکل بی‌سابقه‌ای بر عرصهٔ اطلاع‌رسانی و تبادل اندیشه تأثیر گذاشته است. تولید گفتمان دینی مبتنی بر آموزه‌های وحیانی در چنین بستری، با فرصت‌های جدیدی همراه است؛ اما هم‌زمان با چالش‌های عمیقی نیز مواجه است. ارتباط‌گیری آسان و گستردهٔ کاربران، امکان پخش سریع تعالیم اسلامی و جذب مخاطبان فراوان را فراهم آورده؛ اما درعین‌حال زیرساخت‌های فنی و فرهنگی این فضا پیچیدگی و مخاطرات ویژه‌ای دارد. در ادامه، این چالش‌ها در چهار حوزهٔ اصلی معرفتی، فرهنگی، سیاسی-امنیتی و فناورانه بررسی می‌شود.

۳-۱. چالش معرفتی و شناختی

یکی از نخستین موانع گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی، چالش‌های معرفتی و شناختی است. فضای مجازی به‌دلیل ماهیت سریع، سطحی و متکثر خود، امکان شکل‌گیری درک عمیق و منسجم از معارف دینی را با مشکل مواجه می‌سازد. از یک‌سو کاربران به حجم عظیمی از داده‌های پراکنده و بعضاً متعارض دسترسی دارند، و از سوی دیگر، نظام معنا و حقیقت دینی در معرض تقلیل‌گرایی و تفسیرهای شخصی قرار می‌گیرد. در چنین شرایطی، خطر آن وجود دارد که آموزه‌های وحیانی به‌جای آنکه به‌عنوان مبانی معرفتی و تمدنی تلقی شوند، صرفاً در حد پیام‌های کوتاه، کلیشه‌ای یا شعاری در شبکه‌ها بازنشر شوند.

۳-۱-۱. بحران معنا در دنیای مجازی

فضای مجازی را نمی‌توان صرفاً ابزار انتقال پیام دانست. این فضا محیطی اجتماعی-ارتباطی است که در آن معنا، هویت و افق‌های مشترک فهم بازآرایی می‌شوند. ارتباطات شبکه‌ای با بهره‌گیری از اتصال فراملی، سرعت بالای گردش اطلاعات، و امکان تولید و توزیع هم‌زمانِ پیام توسط کاربران، ساختار

سنتی ارتباطات را دگرگون ساخته است. در این وضعیت، پیام‌ها دیگر فقط از مراکز رسمی به مخاطبان منتقل نمی‌شوند؛ بلکه در شبکه‌هایی سیال و چندمرکزی تولید، بازتفسیر و بازنشر می‌گردند (Castells, ۲۰۱۳, pp. ۱۰-۵۲, ٥٤-٧٥). بااین‌حال، افزایش حجم ارتباطات الزاماً به افزایش عمق معنا نمی‌انجامد. سرعت انتشار پیام، کوتاهی زمان تمرکز، غلبهٔ محتوای هیجانی و دشواری تأمل ممتد، موجب تضعیف پیوند میان نشانه‌های رسانه‌ای و تجربهٔ زیسته می‌شود. از سوی دیگر، در محیطی که اطلاعات فراوان و توجه انسانی کمیاب است، محتوا بیش از آنکه براساس انسجام، حقیقت یا عمق معنایی ارزیابی شود، بر مبنای توانایی آن در جلب توجه، ایجاد واکنش و حفظ مخاطب با یکدیگر رقابت می‌کند (Simon, ۱۹۷۱, pp. ٤٠–٤١). از این منظر، بحران معنا حاصل ترکیب سه فرایند است: تکه‌تکه‌شدن میدان ارتباطی، حاکمیت اقتصاد توجه، و غلبهٔ بازنمایی‌های ناپایدار بر روایت‌های منسجم. پیامد چنین وضعیتی، تضعیف افق‌های مشترک فهم و دشوارشدن توافق دربارهٔ حقیقت، هویت و همبستگی اجتماعی است؛ مسئله‌ای که در چارچوب نظریهٔ کنش ارتباطی هابرماس می‌توان آن را نشانه‌ای از فشار ساختارهای رسانه‌ای بر زیست‌جهان دانست (Habermas, ۱۹۸٤, pp. ۷۰–۸۱). بر این اساس، بحران معنا به‌معنای فقدان کامل معنا نیست؛ بلکه به دشوارشدن تولید، تثبیت و اشتراک‌پذیری معنا در ساختار رسانه‌ای شتاب‌زده و قطعه‌قطعهٔ معاصر اشاره دارد.

۳-۱-۲. تقلیل دین به گزاره‌های فردی و عاطفی

اگر مبنای فهم دینی صرفاً بر احساسات یا تجربه‌های فردی استوار گردد، نتیجهٔ آن فهمی ناقص و سطحی از دین خواهد بود. دین باید در بستر تاریخی و اجتماعی خود فهم شود؛ چراکه آموزه‌های وحیانی همواره در متن زندگیِ جمعی معنا یافته‌اند. بی‌توجهی به این بُعد اجتماعی و تاریخی، موجب گسست در فهم دین و تقلیل آن به تجربه‌ای شخصی و عاطفی خواهد شد (رشاد، ۱۳۹۰: ص۹۱). رهبر انقلاب اسلامی نیز در تبیین این چالش هشدار داده‌اند که گاهی دین یا حرکت‌های دینی به احساسات زودگذر فروکاسته می‌شوند و این امر موجب آسیب به بنیان‌های معرفتی و پایداری دین در جامعه می‌گردد. ایشان تصریح کرده‌اند: «احساسات اهداف عقلانی قیام‌های اجتماعی را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد... . وقتی احساسات فروکش کرد، مسیر حرکتی که انقلاب برای آن به وجود آمده است، عوض می‌شود» (خامنه‌ای، ۱۴۰۴). این بیانات نشان می‌دهد که دین اگر صرفاً به تجربهٔ احساسی و لحظه‌ای تقلیل یابد، نمی‌تواند کارکرد اجتماعی و تمدنی خود را ایفا کند. ازاین‌رو، ضروری است که فهم دین همواره بر عقلانیت و دوام معرفتی استوار باشد تا پاسخ‌گوی نیازهای جامعه بماند.

۳-۱-۳. تفسیرهای سطحی و غیرعلمی از قرآن و سنت

فهم دین باید علمی و منطقی باشد. کسانی مورد نقد واقع می‌شوند که دین را به مجموعه‌ای از شعارها یا مناسک سطحی فروکاسته و از ژرفای معرفتی آن غافل می‌شوند. به باور او، بدون رویکرد علمی و عالمانه، دین نمی‌تواند پاسخ‌گوی مسائل پیچیدهٔ جامعهٔ معاصر باشد (مطهری، ۱۳۵۸: ص۱۴۲). روش‌شناسی دقیقِ فهم دین ضروری است و مفسر باید متن و سند را بررسی کند، ظاهر و باطن را در نظر گیرد، شرایط تاریخی و فرهنگی را لحاظ کند و آموزه‌ها را با عقل و فطرت بسنجد. بی‌اعتنایی به این اصول موجب رشد برداشت‌های سطحی و غیرعلمی خواهد شد (رشاد، ۱۳۹۰: ص۳۱۲). وحی فقط برای آرامش قلبی یا ایجاد معنویت فردی نازل نشده؛ بلکه حامل بار معرفتی و علمی است؛ یعنی دربردارندهٔ مجموعه‌ای از حقایق و معارف دربارهٔ جهان، انسان و زندگی اجتماعی است. اگر وحی با روش‌های علمی و اجتهادی تفسیر نشود، خطر بزرگی پدید می‌آید: تحریف معنوی؛ یعنی مفاهیم قرآن و سنت به‌اشتباه فهمیده می‌شود و درنتیجه یا کم‌اهمیت جلوه داده می‌شود یا به‌شکل نادرست در جامعه به کار می‌رود (سبحانی، ۱۴۲۴: ص۸۹-۹۲).

۳-۲. چالش فرهنگی و تمدنی

۳-۲-۱. سلطهٔ سبک زندگی غربی در فضای مجازی

فضای مجازی در ظاهر فقط بستری برای ارتباطات و سرگرمی است؛ اما در واقع نقش بسیار عمیقی در مهندسی سبک زندگی ایفا می‌کند. الگوریتم‌ها و محتوای تبلیغاتی و شبکه‌های اجتماعی غربی، الگوهایی را ترویج می‌کنند که مبتنی بر مادی‌گرایی، فردگرایی، لذت‌گرایی و مصرف‌گرایی هستند. این ارزش‌ها به‌تدریج در ذهن و رفتار کاربران نهادینه می‌شوند و سبک زندگی اسلامی که بر جمع‌گرایی، قناعت، ساده‌زیستی و معنویت تأکید دارد، به حاشیه رانده می‌شود. یکی از مهم‌ترین تهدیدها برای گفتمان وحیانی، سلطهٔ سبک زندگی غربی در فضای مجازی است. جوامع اسلامی باید در برابر نفوذ و سلطهٔ فرهنگ غربی مقاومت کنند؛ زیرا این فرهنگ با تکیه بر مادی‌گرایی و فردگرایی، به تضعیف هویت اسلامی و دینی ملت‌ها منجر می‌شود. او تصریح می‌کند که پذیرش بی‌چون‌وچرای فرهنگ غربی، استقلال فرهنگی و فکری جامعه را نابود خواهد ساخت (مطهری، ۱۳۵۸: ص۱۵۳).

۳-۲-۲. ترویج فردگرایی، لذت‌گرایی و مصرف‌گرایی

یکی از چالش‌های اساسی در فرایند گفتمان‌سازی دینی در عصر حاضر، غلبهٔ جریان‌های فرهنگی و رسانه‌ای بر محور فردگرایی و لذت‌گرایی است. فضای مجازی و دنیای دیجیتال، بیش از هر بستر دیگری، روحیهٔ فردگرایی را تقویت می‌کند. در شبکه‌های اجتماعی هر فرد به یک «هویت مستقل و مجازی» تبدیل می‌شود که محور آن «من» و «خود» است. الگوریتم‌ها و پلتفرم‌ها، محتوا را براساس علاقه‌های شخصیِ کاربر طراحی و پیشنهاد می‌دهند. این فرایند باعث می‌شود انسان بیشتر در دایرهٔ

علایق فردی خود زندانی شود و از ارزش‌های جمعی، مثل همبستگی اجتماعی، ایثار، مسئولیت‌پذیری و مشارکت در سرنوشت جامعه، فاصله بگیرد. درنتیجه، فردگرایی افراطی در تضاد با ارزش‌های اسلامی که بر «امت»، «همبستگی اجتماعی»، «امر به معروف و نهی از منکر» و «مسئولیت مشترک در برابر جامعه» تأکید دارند، تقویت می‌شود (رشاد، ۱۳۹۰: ص۳۱۲). این روند می‌تواند موجب ایجاد شکاف فرهنگی و اجتماعی در جوامع اسلامی شود. بنابراین ترویج فردگرایی، لذت‌گرایی و مصرف‌گرایی در فضای دیجیتال، بزرگ‌ترین تهدید برای گفتمان‌سازی دینی است؛ چراکه دین بر مسئولیت اجتماعی، جمع‌گرایی، قناعت و معنویت تأکید دارد. در صورت غلبهٔ این فرهنگ مجازی، جامعهٔ اسلامی با چالش هویت، ازخودبیگانگی و شکاف اجتماعی مواجه خواهد شد.

۳-۲-۳. تضاد میان سبک زندگی اسلامی و روایت رسانه‌های سکولار

تضاد میان سبک زندگی اسلامی و روایت رسانه‌های سکولار در فضای مجازی، یکی دیگر از موانع گفتمان‌سازی دینی است. رسانه‌های غربی با تأکید مستمر بر ارزش‌های مادی، فردی و مصرفی، الگوهایی را ترویج می‌کنند که با تعالیم اسلامی ناسازگار است. شهید مطهری در همین زمینه تأکید دارد که رسانه‌ها با اشاعهٔ فرهنگ غرب‌زده، موجب از دست رفتن هویت اسلامی و دینی جامعه می‌شوند و نسل جوان را از ارزش‌های اصیل دینی دور می‌سازند (مطهری، ۱۳۵۸: ص۱۱۵).

۳-۳. چالش سیاسی-امنیتی

چالش سیاسی-امنیتی در فضای مجازی به مجموعهٔ مشکلات و تهدیداتی گفته می‌شود که از سوی دشمنان یک کشور، گروه‌های معارض و جریان‌های خارجی، علیه ثبات سیاسی و امنیت ملی و انسجام اجتماعی ایجاد می‌شوند. این تهدیدات می‌تواند به‌صورت جنگ نرم، عملیات روانی، تبلیغات منفی، نفوذ اطلاعاتی و جنگ روایت‌ها ظاهر شود.

۳-۳-۱. جنگ روایت‌ها و اسلام‌هراسی در فضای مجازی

جنگ روایت‌ها یکی از مهم‌ترین چالش‌های امروز در فضای مجازی است. دشمنان اسلام می‌کوشند با تحریف واقعیت‌ها و جعل روایت‌ها، تصویر وارونه‌ای از اسلام به جهان عرضه کنند. شهید مطهری در نقد ترفندهای دشمنان می‌نویسد: «جعل و وضع احادیث، یا ایجاد حقّه‌ها و تفرقه‌ها... در دامن زدن به اختلافات مسلمانان تأثیر زیادی داشته‌اند» (مطهری، ۱۳۵۸: ص۱۰۵). رهبر انقلاب نیز هشدار داده‌اند: «دشمنان از فضای مجازی حداکثر استفاده را دارند... . فضای مجازی را باید مدیریت کرد؛ نباید این وسیله را در اختیار دشمن گذاشت که بتواند علیه کشور و علیه ملت توطئه کند» (خامنه‌ای، ۱۳۹۹).

۳-۳-۲. تولید محتوای ضددینی و ضدشیعی توسط شبکه‌های قدرت

یکی دیگر از تهدیدهای جدی در فضای مجازی، تولید و انتشار محتوای ضداسلامی و ضدشیعی توسط برخی شبکه‌های رسانه‌ای است. برخی شبکه‌ها با نشر مطالب ضدشیعی و ضداسلامی در فضای مجازی، درصدد ایجاد تفرقه و بی‌اعتبار کردن مسلمانان هستند (رشاد، ۱۳۹۰: ص۲۷۵). رهبر انقلاب نیز دراین‌باره هشدار داده‌اند: «در برخی کشورهای اسلامی منابع مالی زیادی صرف می‌شود تا در بین سنی‌ها اجتماع ضدشیعه درست کنند و از آن طرف کسانی را به نام شیعه تشویق می‌کنند که علناً علیه بزرگان اهل‌سنت بدگویی کنند... . از کارهای این‌ها گول نخوریم» (خامنه‌ای، ۱۴۰۰).

۳-۳-۳. استفادۀ دشمن از فضای مجازی برای جنگ ترکیبی

برای مقابله با این تحریف‌ها و شبهات اعتقادی در فضای مجازی تأکید شده است که «وحی سرچشمۀ اصلی هدایت است و هرگونه تحریف یا انکار آن در حقیقت ضربه به اساس دین محسوب می‌شود» (سبحانی، ۱۴۲۴: ص۸۷). این دیدگاه نشان می‌دهد مقابله با روایت‌سازی‌های تحریف‌شده، نیازمند بازگشت به منبع اصیل وحی و نبوت است.

۳-۴. چالش فناورانه

چالش فناورانه در فضای مجازی به محدودیت‌ها و تهدیداتی گفته می‌شود که ناشی از تسلط و انحصار فناوری‌ها و پلتفرم‌های بزرگ جهانی بر جریان اطلاعات و ارتباطات دیجیتال است. این چالش بیشتر حول محور کنترل داده‌ها، الگوریتم‌های هوشمند و انحصار ابزارهای دیجیتال شکل می‌گیرد. پلتفرم‌های بزرگ جهانی مانند گوگل، متا (مالک فیسبوک، اینستاگرام و واتساپ) و توییتر، نه‌تنها به‌عنوان ابزارهای ارتباطی عمل می‌کنند، بلکه ابزارهای کنترل اجتماعی محسوب می‌شوند. الگوریتم‌های هوش مصنوعیِ این شرکت‌ها قادرند تصمیم بگیرند چه محتوایی بیشتر دیده شود، چه محتوایی محدود یا حذف گردد و کدام حساب‌ها محدود یا مسدود شوند. این کنترل گسترده باعث می‌شود کاربران و خالقان محتوا، تابع سیاست‌های سکوهای دیجیتالی (پلتفرم) باشند و آزادی عمل آن‌ها محدود شود (جریره و همکاران، ۱۴۰۱: ص۱۶-۱۷).

۳-۴-۱. انحصار پلتفرم‌های بزرگ در دست غرب

پلتفرم‌های بزرگ جهانی مانند گوگل، متا و توییتر، نه‌فقط ابزارهای ارتباطی، بلکه ابزارهای کنترل اجتماعی هستند. با الگوریتم‌های هوش مصنوعی می‌توانند تعیین کنند چه محتوایی بیشتر دیده شود،

چه چیزی پنهان بماند و چه حساب‌هایی محدود شوند. تغییرات اخیرِ متا نمونه‌ای از این کنترل است و احتمالاً انتقاداتی را میان کاربران و خالقان محتوا برخواهد انگیخت؛ چراکه برخی آن را سرکوب ناعادلانهٔ محتوا می‌دانند. کاربران مجازی همچنان محتوای سیاسی حساب‌هایی را که دنبال می‌کنند مشاهده خواهند کرد؛ بااین‌حال، الگوریتم‌های متا، از جمله ریلز و اکسپلور، چنین محتواهایی را دیگر به‌طور پیش‌فرض ترویج نخواهند کرد. محتوای سیاسی از نظر متا شامل موضوعات مرتبط با دولت، انتخابات و مسائل اجتماعی است. هرچند کاربران می‌توانند از طریق تنظیمات، این محتواها را مشاهده کنند، اما هدف متا محدود کردن تشویق کاربران به انتشار محتوای حساس و چالش‌برانگیز است؛ رویکردی مشابه حذف نتایج مرتبط با واکسن و کووید در تردز (خبرگزاری فناوری نوین، ۱۴۰۲).

سلطهٔ فرهنگی و جا انداختن معیارهای غربی به‌عنوان یگانه‌معیار

غرب در این جایگاه برخلاف چهرهٔ علمی و صنعتی همواره درصدد بوده خود را بر دیگران بار کند و به فرهنگ و آداب خود جلوه بدهد و فرهنگ‌ها و اندیشه‌هایی که با او همسو نباشند، از جلوی راه بردارد و جهان‌شمولی را استوار سازد. غربِ استعمارگر با برنامه‌ریزی و تبلیغ گسترده و با شگردهای ویژه‌ای که دارد چنان در ذهن‌ها و اندیشه‌ها جا انداخته که هرچه برای بشر نیک و به صلاح است، همان است که غرب می‌پسندد (مطهری، ۱۳۷۱: ج۲، ص۲۵۱). رهبر معظم انقلاب نیز هشدار داده‌اند: «همهٔ کشورهای دنیا روی فضای مجازی خودشان مدیریت می‌کنند؛ اما ما افتخار می‌کنیم به اینکه فضای مجازی را ول کرده‌ایم... . فضای مجازی را بایستی مدیریت کرد» (خامنه‌ای، ۱۴۰۰).

از نمونه‌های معاصر برای انحصار پلتفرم‌ها می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱) حذف و سانسور محتوای اسلامی: پس از شهادت سردار شهید قاسم سلیمانی در سال ۱۳۹۸ش، اینستاگرام و فیسبوک بسیاری از پست‌های مرتبط با ایشان را حذف کردند. این در حالی بود که همان پلتفرم‌ها محتوای گروه‌های افراطی یا ضداسلامی را آزادانه منتشر می‌کردند. این نمونهٔ آشکار نشان می‌دهد که سکوهای دیجیتال صرفاً واسطهٔ بی‌طرف نیستند؛ بلکه سیاست‌های خاص خود را اجرا می‌کنند (خبرگزاری تابناک، ۱۳۹۸).

۲) فشار بر رسانه‌های مستقل: توییتر بارها حساب‌های رسانه‌های خبری کشورهای اسلامی را به بهانه‌های مختلف محدود کرده است. برای مثال، حساب برخی شبکه‌های تلویزیونی ایرانی بارها تعلیق یا حذف شد؛ درحالی‌که رسانه‌های غربی با همان نوع محتوا آزادانه فعالیت کردند (خبرگزاری میزان، ۱۴۰۳).

۳) کنترل رفتار کاربران از طریق الگوریتم‌ها: الگوریتم‌های اینستاگرام به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که محتوای سرگرمی، مصرف‌گرایی و فردگرایی بیشتر دیده شود؛ اما محتواهای دینی و آموزشی معمولاً در حاشیه قرار می‌گیرند. این یعنی حتی اگر یک مبلغ دینی محتوای ارزشمندی تولید کند، الگوریتم‌ها اجازه

نمی‌دهند به‌اندازهٔ کافی دیده شود. پژوهش‌ها و گزارش‌های رسانه‌های داخلی نیز نشان می‌دهند که الگوریتم‌های پلتفرم‌های اجتماعی، محتوای جنجالی و تعاملی را برای افزایش تعامل کاربران تقویت می‌کنند و محتوایی که کمتر مورد توجه قرار گیرد، در معرض دیده نشدن قرار می‌گیرد. به همین دلیل، محتوای دینی و آموزشی به‌دلیل تعامل کمتر کاربران، نسبت به محتوای سرگرمی یا مصرف‌گرایی، کمتر دیده می‌شود (خبرگزاری مهر، ۱۴۰۳).

۴) وابستگی اقتصادی و تبلیغاتی: بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک و حتی مؤسسات دینی، وابسته به تبلیغات گوگل و فیسبوک هستند. اگر این پلتفرم‌ها تصمیم بگیرند تبلیغات مذهبی یا سیاسی خاصی را ممنوع کنند، درآمد و فعالیت این مجموعه‌ها به‌شدت آسیب می‌بینند. گزارش‌های رسانه‌های داخلی نیز نشان می‌دهند که صفحات پرمخاطب و اینفلوئنسرهای ایرانی از طریق تبلیغات در پلتفرم‌های بزرگ، بخش عمده‌ای از درآمد خود را تأمین می‌کنند و تغییر سیاست‌های تبلیغاتی این پلتفرم‌ها می‌تواند اثر مستقیم بر کسب‌وکارهای کوچک و فعالیت مؤسسات دینی داشته باشد (خبرگزاری ایسنا، ۱۴۰۴).

۳-۴-۲. وابستگی زیرساختی کشورهای اسلامی به فناوری غربی

وابستگی زیرساختی جوامع اسلامی به فناوری‌های غربی، فراتر از یک چالش فنیِ صرف، مسئله‌ای درهم‌تنیده با اقتصاد سیاسی فناوری و حاکمیت سایبری است. ریشهٔ این وابستگی منحصراً در نبودِ دانش فنی خلاصه نمی‌شود؛ بلکه محصول پدیده‌هایی نظیر «اثر شبکه‌ای»[۱] و «هزینه‌های بالای جابجایی»[۲] است که پلتفرم‌های غربی طی دهه‌ها ایجاد کرده‌اند (Castells, ۲۰۱۳,p ٤٢). از منظر ساختاری، معماری کنونی فضای مجازی به‌گونه‌ای توزیع شده که گلوگاه‌های اصلی تبادل داده و سرورها و پروتکل‌های مسیریابی، در انحصار چند ابرشرکت چندملیتی قرار دارد؛ موضوعی که در مواقع بحرانی یا تحریم‌ها، دسترسی به سرویس‌های ابری پایه را به ابزاری برای اعمال فشار سیاسی–امنیتی تبدیل کرده و می‌تواند اختلالات گسترده‌ای در زیست روزمره و اقتصاد این کشورها به وجود آورد (فرهنگی و همکاران، ۱۳۹۸: ص۱۱۸-۱۲۱). سلطهٔ بی‌رقیب سیستم‌عامل‌هایی نظیر اندروید، IOS و ویندوز، نمونه‌ای بارز از امپریالیسم پلتفرمی است که به کشورهای توسعه‌دهنده، امکان می‌دهد قوانین داخلی خود را به‌صورت فرامرزی اعمال کنند. افزون‌بر این، در لایهٔ شبکه‌های اجتماعی، وابستگی به ابزارهای غربی منجر به شکل‌گیری پدیده‌ای به نام «سانسور الگوریتمی» شده است. این پلتفرم‌ها صرفاً

[۱] Network Effect.

[۲] Switching Costs.

بستری خنثی برای انتقال پیام نیستند؛ بلکه با اعمال سیاست‌های درون‌شبکه‌ای، آشکارا به مهندسی افکار عمومی می‌پردازند؛ چنان‌که حذف سیستماتیک محتوای مرتبط با مقاومت اسلامی و تقطیع هدفمند گفتمان مرتبط با شهید قاسم سلیمانی، نشان‌دهندهٔ تعارض ذاتی این پلتفرم‌ها با هویت جمعی و امکان بازتولید گفتمان دینی است. در همین راستا، رهبر انقلاب اسلامی با تأکید بر ضرورت خروج از انفعال، فضای مجازی را عرصه‌ای حساس دانسته و می‌فرمایند: «دشمنان از فضای مجازی حداکثر استفاده را می‌کنند... . نباید این وسیله را در اختیار دشمن گذاشت که بتواند علیه کشور و علیه ملت توطئه کند» (خامنه‌ای، ۱۴۰۰).

در لایه‌های پیچیده‌تری همچون هوش مصنوعی و پردازش کلان‌داده‌ها، این وابستگی می‌تواند پیامدهای عمیق‌تری در ساحت‌های معرفت‌شناختی و فرهنگی به همراه داشته باشد. ضعف کشورهای اسلامی در توسعهٔ نرم‌افزار و هوش مصنوعیِ بومی، ناشی از موانع ساختاری متعددی است؛ ازجمله شتاب بالای تحولات تکنولوژیک که فرصت جبران را محدود می‌کند، نیاز به سرمایه‌گذاری‌های عظیم سخت‌افزاری (نظیر مزرعه‌های پردازشی) که غالباً خارج از توان بخش خصوصی است، و پدیدهٔ فرار نخبگان فنی. تداوم رویکرد مصرف‌گرایانه در این حوزه، عملاً به معنای واگذاری معماریِ شناختیِ آینده به بیگانگان است. رهبر انقلاب با درک دقیق این تغییر پارادایم، بر لزوم عبور از لایه‌های سطحی و تسلط بر هستهٔ فناوری تأکید و تصریح می‌کنند: «در هوش مصنوعی باید بر لایه‌های عمیق زیرساختی آن مسلط شد» (خامنه‌ای، ۱۴۰۳-الف). پیامدهای عدم تسلط بر این لایه‌های عمیق، در چالش «سوگیری داده‌های آموزشی»[۱] آشکار می‌شود؛ به‌گونه‌ای که ابزارهای پردازش زبان طبیعی (NLP) و ترجمه ماشینی، به‌دلیل آموزش بر پایهٔ کلان‌داده‌های متنیِ انگلیسی و متأثر از جهان‌بینی غربی، در درک و انتقال دقیق مفاهیم عمیق فلسفی، فقهی و عرفانیِ متون اصیل فارسی و عربی با محدودیت‌های جدی مواجه شده و مستعد بروز خطاهای قابل‌توجه هستند (خبرگزاری ایرنا، ۱۴۰۳).

برای خروج از این بن‌بست زیرساختی و معرفتی، جوامع اسلامی نیازمند گذار از مدلِ تقلیل‌گرایانه و منفعلانهٔ «بومی‌سازیِ جایگزین‌محور»، به‌سمت راهبردهای عملیاتیِ مبتنی بر اقتصاد مقاومتیِ دیجیتال هستند. این امر در گام نخست مستلزم سرمایه‌گذاری متمرکز بر فناوری‌های متن‌باز[۲] جهت کاهش هزینه‌های توسعه و خروج از انحصار نرم‌افزارهای بسته است. در گام بعدی، استقرار «حکمرانی

---

[۱] Training Data Bias.

[۲] Open Source.

داده»[1] از طریق ایجاد مراکز داده منطقه‌ای و توزیع‌شده در میان کشورهای اسلامی، ضرورتی اساسی است تا امنیت و انسجام شبکه‌ای تضمین شود. در نهایت، توسعهٔ مدل‌های زبانی بزرگ بومی (LLMs) با بهره‌گیری از پایگاه‌داده‌های غنی و پالایش‌شدهٔ متون اسلامی، حیاتی‌ترین گام برای محافظت از هویت جمعی و مقابله با انحرافات شناختیِ تحمیل‌شده از سوی الگوریتم‌های وارداتی به شمار می‌رود.

۴. ظرفیت‌های گفتمان‌سازی وحیانی در فضای مجازی

۴-۱. ظرفیت‌های معرفتی و معنوی

قرآن و نهج‌البلاغه به‌عنوان منابع الهام گفتمان تمدنی وحیانی، به‌دلیل برخورداری ذاتی از ارزش‌ها و اهداف اجتماعی، می‌توانند مبنای شکل‌گیری گفتمان تمدن نوین اسلامی قرار گیرند. رهبر انقلاب نیز با تأکید بر نگاه قرآنی به نقش مؤثر مردم می‌فرماید: «مردم در نگاه اسلام و قران نقش برجسته‌ای در تحرک جامعهٔ اسلامی دارند» (خامنه‌ای، ۱۴۰۲). ایشان با استناد به کلام امام علی(علیه‌السلام) در نهج البلاغه (لولا حضور الحاضر) (نهج‌البلاغه، خطبه۳)، نشان می‌دهد که تحقق نظام اسلامی، جز با حضور فعال مردم میسر نیست (خامنه‌ای، ۱۴۰۲). این دیدگاه مردمی در آموزه‌های وحیانی و سیرهٔ اهل بیت(علیهم‌السلام) بیش‌ازپیش روشنی می‌یابد و بستر مناسبی برای تولید گفتمان تمدنی دینی فراهم می‌کند.

۴-۱-۱. بازخوانی وحی در قالب‌های نوین رسانه‌ای

بازتولید تعالیم دینی در رسانه‌های نوین، نیازمند عینیت‌بخشی دقیق و جامع به مفاهیم وحیانی است. نقدهای واردشده بر «بازخوانی دین» که به خلع‌ید دین از عرصه‌های مختلف می‌انجامد، گواه این ضرورت است. برای مثال، دربارهٔ تفسیری که تحت‌عنوان بازسازی «سنتی» دین انجام می‌شود، هشدار می‌دهد که آن بازخوانی‌ها «بخش‌هایی ضروری از دین الهی را... حذف یا تأویل می‌کند» تا دین را با ایدهٔ جامعهٔ مدنی سکولار منطبق سازد (پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه، ۱۳۹۱). این نمونه نشان می‌دهد که بازخوانی وحی در قالب رسانه‌های جدید نباید به حذف یا جعل آموزه‌های اصلی بینجامد؛ بلکه باید معارف دینی را به شکلی اصیل و مستند به جامعه منتقل کند. در این چارچوب، تولید محتوای رسانه‌ای دینی باید با اتکا به آموزه‌های اصلی قرآن و اهل‌بیت(علیهم‌السلام) صورت گیرد تا از پیچیدگی‌های معاصر عبور کند و منطق وحیانی را در قالب‌های نوین رسانه‌ای بازنمایی کند.

۴-۱-۲. روایت‌گری معنوی در برابر روایت سکولار

[1] Data Sovereignty.

فضای مجازی نه‌صرفاً یک ابزار انتقال پیام، بلکه میدانِ بازتوزیع اقتدار، رقابت روایت‌ها و بازآرایی کنش دینی دانسته می‌شود. در ادبیات «دین دیجیتال»، اینترنت ظرفیت آن را دارد که میان سطح آنلاین و آفلاین، پیوندی پیوسته ایجاد کند و شکل‌های تازه‌ای از دین‌داری، جماعت دینی و اقتدار را پدید آورد (Campbell, ۲۰۱۳; p٤٥- ٤٩, Campbell & Tsuria, ۲۰۲۲, p۳۲- ۳۷). از این منظر، سخن گفتن از «روایت معنوی» در فضای مجازی، اگر بر تحلیل علمی استوار باشد، ناظر به این واقعیت است که دین در بستر شبکه‌ای، با منطق الگوریتم، سرعت گردش محتوا و منطق پلتفرم‌ها وارد تعامل می‌شود و بنابراین، اگر تولید محتوای دینی ضعیف باشد، روایت‌های سکولار یا شبه‌سکولار میدان را در دست می‌گیرند (Campbell, ۲۰۰۷; p۲۸ , Zhang, ۲۰۲۵, p٥۳). به همین دلیل، ادعای رایج دربارهٔ اینکه «فضای مجازی مناسب‌ترین فضا برای تبلیغ دین است» بهتر است به‌جای تکیه بر یک منبع خبری، بر یافته‌های پژوهشی بازسازی شود. یافته‌های پژوهشی نشان می‌دهند که اینترنت امکان دسترسی سریع، کم‌هزینه و فرامکانی به منابع دینی را فراهم می‌کند؛ بااین‌حال، اگر محتوای دینی علمی، مستند و متناسب با زیست‌جهان کاربران نباشد، فضای مجازی به‌جای تقویت فهم دینی، می‌تواند به پراکندگی پیام‌ها و شکل‌گیری اتاق‌های پژواک منجر شود (کیا و نقدی، ۱۳۹۴: ص٥؛ اسدی و همکاران، ۱۳۹۷: ص۴۳؛ Zhang, ۲۰۲٥, p٤٨). بنابراین، استدلال درست این نیست که «چون فضای مجازی وجود دارد، پس ذاتاً بهترین فضا برای تبلیغ دین است»؛ بلکه این است که «فضای مجازی یکی از مهم‌ترین میدان‌های تبلیغ دین در عصر شبکه‌ای است؛ به شرط آنکه روایت دینی با زبان رسانه، سواد مخاطب، و منطق پلتفرم‌ها سازگار شود» (حسینی صفا و غیاثوند، ۱۳۹۸: ص۷۹؛ Campbell, ۲۰۱۲: ٦٦).

در این چارچوب، «روایت معنوی» زمانی کارآمد خواهد بود که از سطح شعار و تقابل ساده‌سازی‌شده با روایت سکولار عبور کند و به یک کنش ارتباطیِ علمی بدل شود. پژوهش‌های مربوط به تبلیغ دین در فضای مجازی نشان می‌دهند که موفقیت این نوع ارتباط، به اعتبار منبع، تناسب محتوا با نیاز مخاطب، و توانایی تولید معنا در قالب‌های چندرسانه‌ای وابسته است؛ یعنی صِرف حضور در شبکه‌های اجتماعی کافی نیست و کیفیت، انسجام و قابلیت اعتماد محتوا تعیین‌کننده است (اسدی و همکاران، ۱۳۹۷: ص۴۷-۴۹). از همین رو، سخن از «پاسخ به شبهات سایت‌های سکولار» نیز باید از سطح واکنش خطابی فراتر رود و در قالب مواجههٔ علمی، مستند و مسئله‌محور صورت‌بندی شود. در ادبیات دین دیجیتال، این وضعیت به «مذاکرهٔ اقتدار» تعبیر می‌شود؛ یعنی روحانیت، نهاد دینی و کنشگران مذهبی دیگر تنها از مسیر نهاد رسمی مرجعیت تولید معنا نمی‌کنند؛ بلکه در رقابت با اینفلوئنسرها، پلتفرم‌ها و جریان‌های محتوایی متکثر قرار می‌گیرند (Campbell, ۲۰۰۷, p٦١; ٥٨ -Smith et al, ۲۰۲۱, p٤٩). به همین دلیل، اگر قرار است روایت معنوی در فضای مجازی دستِ بالا را داشته باشد، باید هم از نظر

محتوایی بر منابع اصیل دینی تکیه کند و هم از نظر فرم، با الگوهای مصرف رسانه‌ایِ نسل جدید سازگار شود. نتیجه این است که تبلیغ دین در فضای مجازی نه امری فرعی، بلکه نوعی بازطراحی اقتدار دینی در بستر شبکه است (Garner, ۲۰۱٦, p٥٩- ٦٧ ;Campbell, ۲۰۱۳, p٥٢- ٥٣).

در بیانات مقام معظم رهبری در تاریخ ۱۹ مهر ۱۳۹۱ در دیدار علما و روحانیون استان خراسان شمالی، آمده است: «حوزه‌های علمیه نمی‌توانند سکولار و نسبت به نظام اسلامی بی‌تفاوت باشند». این گزاره از نظر تحلیلی نشان می‌دهد که جدایی حوزه از امر اجتماعی و سیاسی، در منطق رسمی جمهوری اسلامی نیز پذیرفتنی نیست. اگر حوزه‌های علمیه را کنشگران اصلی حفظ سرمایهٔ نمادین دین و بازتولید اقتدار دینی بدانیم، آن‌گاه حضور فعال و حرفه‌ای آنان در فضای مجازی، بخشی از وظیفهٔ نهادی‌شان خواهد بود، نه صرفاً یک کنش تبلیغی اختیاری. اینجا پیوند میان «سکولار نبودن حوزه» و «حضور علمی حوزه در فضای مجازی» روشن می‌شود: حوزه‌ای که نسبت به نظم اجتماعی و تحولات ارتباطی بی‌اعتنا بماند، توان رقابت در میدان روایت‌ها را از دست می‌دهد و به‌تدریج از مرکز کنش به حاشیه رانده می‌شود. بنابراین فضای مجازی یکی از مهم‌ترین بسترهای بازتولید و منازعه بر سر اقتدار دینی است؛ اما کارآمدی روایت معنوی در آن وابسته به سه شرط است: تولید محتوای مستند و مسئله‌محور، شناخت منطق پلتفرم‌ها و الگوریتم‌ها، و حضور نهادهای دینی با زبان علمی و ارتباطیِ متناسب با اقتضائات عصر شبکه‌ای (Campbell & Tsuria, ۲۰۲۲; p٧١- ٩٩ , Zhang, ۲۰۲٥, p٣٨- ٤٥). در غیر این صورت، روایت سکولار یا شبه‌سکولار نه به‌دلیل برتری ذاتی، بلکه به علت برتری تکنیکی، سرعت انتشار و سازگاری بیشتر با فرم‌های رسانه‌ای، دست بالا را خواهد گرفت.

۴-۲. ظرفیت‌های فرهنگی-اجتماعی

۴-۲-۱. امکان ترویج سبک زندگی اسلامی در قالب هنر و رسانه

شهید مطهری دربارهٔ سبک زندگی اسلامی، بر نقش اساسی فرهنگ و تفکر اسلامی در شکل‌دهی جامعه تأکید می‌کند و هشدار می‌دهد که اگر میدان اندیشه و هنر در اختیار جریان‌های سکولار قرار گیرد، ارزش‌های اسلامی به حاشیه رانده می‌شود. آزادی اندیشه و تضارب آرا، نه‌تنها تهدیدی برای دین نیست، بلکه موجب شکوفایی و رشد اسلام در جامعه می‌شود (مطهری، ۱۳۵۸: ص۷۲-۸۰). در همین چارچوب، هنر و رسانه می‌توانند ابزارهایی برای بازنمایی عملی و زیبا از سبک زندگی اسلامی باشند. همچنین دلباختگی به فرهنگ غربی، باعث می‌شود برخی از روشنفکران اسلامی همان الگوهای بیگانه را تقلید کنند (رشاد، ۱۳۹۰ص: ۵۹۵-۶۰۲). بنابراین، بهره‌گیری از سینمای انقلابی، موسیقی حماسی، و هنر دیجیتال اسلامی می‌تواند بستری برای نهادینه‌سازی سبک زندگی اسلامی-ایرانی فراهم آورد.

۴-۲-۲. نقش هیئت‌ها، مناسبت‌های دینی و مناسک در بازتولید گفتمان وحیانی آنلاین

شهید مطهری در بررسی عوامل تداوم انقلاب اسلامی، بر اهمیت «وجدان دینی مردم» و حضور پررنگ مناسک مذهبی در حیات اجتماعی تأکید دارد و آن را رکن اساسی شکل‌گیری روح جمعی معرفی می‌کند (مطهری، ۱۳۵۸: ص۱۱۲-۱۱۸). بر این اساس، آیین‌هایی مانند عزاداری محرم یا اعیاد اسلامی، هنگامی که در فضای مجازی بازنمایی شوند، به بستری نو برای انتقال معارف اهل‌بیت(علیهم‌السلام) و تقویت انسجام اجتماعی بدل می‌گردند. وحی الهی و آموزه‌های نبوی نه‌تنها هدایت فردی، بلکه سازوکار سامان‌دهندهٔ حیات جمعی انسان‌هاست؛ زیرا دین بدون تحقق در عرصهٔ اجتماع و مناسک، کارکرد کامل خود را نشان نمی‌دهد (سبحانی، ۱۴۲۴: ص۸۹-۹۲). از این منظر، مناسک دینی و بازتاب آن در فضای مجازی، تجلی اجتماعی وحی است که می‌تواند روح دین‌داری و پیوند جامعه با ارزش‌های الهی را استحکام بخشد.

۴-۲-۳. الگوسازی از شخصیت‌های قرآنی و اهل‌بیت(علیهم‌السلام) برای جوانان

شهید مطهری بارها بر ضرورت «ارائهٔ الگوهای عینی» برای نسل نو تأکید کرده است و معتقد است که جوانان نیاز دارند شخصیت‌هایی را بیابند که هم از حیث معرفتی و هم از حیث عملی سرمشق آنان باشند (مطهری، ۱۳۵۸: ص۱۴۵-۱۵۲). او قهرمان‌سازی‌های سکولار غرب را مصنوع و تهی از معنا می‌داند و بر بازشناسی الگوهای قرآنی و اهل‌بیت(علیهم‌السلام) در جامعهٔ اسلامی تأکید می‌کند. فهم صحیح دین باید به‌گونه‌ای باشد که الگوهای اصیل دینی در برابر الگوهای بیگانه عرضه شوند (رشاد، ۱۳۹۰: ص۵۹۸). برای نمونه، حضرت زینب(علیهاالسلام) نماد استقامت و فداکاری است که می‌تواند برای زنان و جوانان مسلمان الگوی عملی باشد. رسانه‌های اسلامی با بازنمایی زندگی این بزرگان از طریق فیلم، انیمیشن و داستان می‌توانند هویت دینی و خودباوری نسل جوان را تقویت کنند.

۴-۳. ظرفیت‌های فناورانه

۴-۳-۱. هوش مصنوعی و داده‌کاوی در خدمت تبلیغ دینی

فناوری‌های نوین اطلاعاتی مانند هوش مصنوعی می‌توانند گفتمان دینی را قدرتمندتر سازند. مقام معظم رهبری دربارهٔ سرعت رشد هوش مصنوعی هشدار می‌دهند که «امروز هوش مصنوعی با یک شتاب حیرت‌آور پیش می‌رود... . در مسئلهٔ هوش مصنوعی، بهره‌بردار بودن امتیاز نیست؛ این فناوری لایه‌های عمیقی دارد که باید بر آن لایه‌ها مسلط شد» (خامنه‌ای، ۱۴۰۳-ب). از این سخن می‌توان نتیجه گرفت که فعالان دینی باید توانمندسازی خود در هوش مصنوعی و تحلیل داده را در دستور کار

قرار دهند؛ برای مثال، با بررسی علایق و نیازهای میلیون‌ها کاربر در شبکه‌های اجتماعی، پیام‌های دینی مناسب را به‌شکل هدفمند به جامعه منتقل کنند. فناوری داده‌کاوی می‌تواند به شناسایی شبهات رایج و موضوعات علاقه‌مند جوانان کمک کند و متولیان تبلیغ دینی را در تولید محتواهای مؤثرتر یاری دهد.

۴-۳-۲. شبکه‌های اجتماعی بومی و امن

اهمیت امنیت و بومی بودن پلتفرم‌های اجتماعی بر کسی پوشیده نیست. بسیاری از صاحب‌نظران تأکید کرده‌اند توسعهٔ شبکه‌های اجتماعیِ داخلی ضروری است تا پیام‌رسانی فرهنگی دینی در فضایی امن و با روحیهٔ اسلامی-ایرانی انتشار یابد. برای مثال: خبرگزاری تسنیم در گزارش خود از همایش ملی حمایت از توسعهٔ شبکه‌های اجتماعیِ بومی، گزارش کرده است: «ضرورت این کار در چیست؟» (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۵). همچنین، در گزارشی آمده است: شبکه‌های اجتماعی می‌توانند بستری برای ترویج فرهنگ اسلامی باشند (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۶). در این راستا، پلتفرم‌های پیام‌رسان ایرانی، مانند ایتا، به‌عنوان سرویس رسانه‌ای و پیام‌رسان ابریِ داخلی با بیش از چهل میلیون کاربر، نمونه‌ای از زیرساخت‌های دیجیتال بومی محسوب می‌شوند. این نوع پلتفرم‌ها با حفظ امنیت داده‌ها و ارائهٔ ساختاری مبتنی بر فرهنگ ملی، زمینه‌ساز تقویت گفتمان وحیانی و فرهنگ دینی در فضای مجازی‌اند.

۴-۳-۳. فرصت‌های متاورس و واقعیت مجازی برای بازنمایی میراث اسلامی

فناوری‌های نوظهور، مانند متاورس و واقعیت مجازی، ظرفیت‌های جدیدی برای بازنمایی و تجربهٔ مشارکتی میراث اسلامی فراهم می‌کنند. نمونه‌ای از این کاربرد را می‌توان در استفاده از متاورس و واقعیت مجازی در یادمان‌های راهیان نور مشاهده کرد که در گزارش خبرگزاری میزان (۱۴۰۰) نیز به آن اشاره شده است. همچنین در استفاده از فناوری واقعیت مجازی برای نمایش آثار فرهنگی، دیده‌ایم که این فناوری زمینه‌ای غوطه‌ورانه فراهم کرده است (خبرگزاری دانشجو، ۱۴۰۳). بر پایهٔ این گزارش‌ها، می‌توان تصور کرد که واقعیت مجازی و متاورس، ظرفیت ایجاد بستری برای تجربهٔ تعاملی مکان‌های مقدس، مانند صحنه‌های عاشورا و حرم‌های مطهر، و نیز برگزاری نمایشگاه‌های دیجیتال سه‌بعدی از متون و آثار اسلامی را فراهم کنند. این فناوری‌های نوین، فرصتی بی‌نظیر برای ارتباط نسل جوان با تاریخ، هویت دینی و هنر اسلامی می‌سازند.

نتیجه‌گیری

در این مقاله، فضای مجازی به‌مثابهٔ عرصه‌ای برای تولید معنا، بازنمایی هویت و رقابت روایت‌ها تحلیل شده است؛ عرصه‌ای که در آن هژمونی رسانه‌ای سکولار، الگوهای خاصی از انسان، جامعه، اخلاق و

آینده را برجسته می‌کند. بر این اساس، گفتمان‌سازی وحیانی با چالش‌هایی معرفتی، فرهنگی، سیاسی-امنیتی و فناورانه روبه‌روست؛ ازجمله ضعف سواد رسانه‌ای و وحیانی، پراکندگی کنشگران دینی، نبودِ الگوی مشترک برای ترجمهٔ مفاهیم وحیانی به زبان رسانه، و وابستگی به زیرساخت‌های فراملی و غیربومی. در مقابل، قرآن و سنت نبوی-علوی و نهج‌البلاغه ظرفیت‌های قابل‌توجهی برای تولید گفتمان اخلاقی، هویتی و تمدنی دارند و می‌توانند پاسخ‌گوی نیازهای فطری و پرسش‌های وجودی انسان باشند. قدرت نرم اسلامی در این چارچوب، صرفاً به‌معنای نفوذ یا اقناع سیاسی نیست؛ بلکه بر مشروعیت الهی، عدالت، تألیف قلوب، بیداری فطرت و تبعیت آگاهانه و داوطلبانه استوار است. مقاله نشان می‌دهد که فعال‌سازی این ظرفیت‌ها نیازمند عبور از تولید محتوای پراکنده و مقطعی به‌سوی روایت‌پردازی منسجم، مشارکت فعال مردم، تربیت کنشگران متخصص، استقرار حکمرانی داده، و توسعهٔ فناوری‌های بومی و متن‌باز است. ازاین‌رو، گفتمان وحیانی در فضای مجازی تنها زمانی به قدرت نرم مؤثر تبدیل می‌شود که هم از غنای معرفتی و معنویِ منابع اسلامی بهره گیرد و هم در سطح رسانه، فناوری و سازماندهی اجتماعی بازآرایی شود.

منابع

۱. ابوالحسنی نیارکی، فرشته؛ هاشم قربانی و احمد بهشتی (۱۳۹۲)، «مفهوم‌سازی استاد مطهری از وحی: از تحویلی‌نگری تا جامع‌نگری و ارتباط آن با فطرت و ایمان»، نشریهٔ فلسفهٔ دین، ش۱۰، ص۵-۲۷.

۲. اسدی، انسیه؛ ایوبی، حجت‌الله؛ سلطانی‌فر، محمد (۱۳۹۷)، «آسیب‌شناسی روش‌های تبلیغ دین در فضای مجازی»، نشریهٔ مدیریت فرهنگی، ش ۴۲، ص۴۱- ۵۴.

۳. پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه (۱۳۹۱، ۲۱ خرداد)، فضای مجازی باید فرصتی برای پاسخ به شبهات سایت‌های سکولار باشد.

٤. https://hawzah.net/fa/News/View/٩٢٦٤٦.

۵. جریره، محمد؛ استکی اورگانی، فاطمه (۱۴۰۱)، «چالش‌ها و فرصت‌ها در علم آمار و داده‌ها: دَه حوزهٔ پژوهشی»، اولین کنفرانس بین‌المللی دانشجویان علوم پایه ایران، تهران.

٦. حسینی صفا، سیدمحسن؛ غیاثوند، زهرا (۱۳۹۸)، «ظرافت‌ها و عوامل تأثیرگذار تبلیغ دین در بستر فضای مجازی»، *Pure Life*، ش۱۸، ص۷۵- ۹۸.

۷. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۴، ۳ خرداد)، بیانات در حرم امام خمینی، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

۸. https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=٦٠٣٦٥.

۹. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۲، ۲۶ دی)، بیانات در دیدار ائمهٔ جمعه سراسر کشور، پایگاه اطلاع رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=٥٤٩٦٠. .١٠

۱۱. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۹، ۲۱ اسفند)، بیانات در سخنرانی تلویزیونی به مناسبت عید مبعث، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

https://farsi.khamenei.ir/news-content?id=٤٧٤٩٧. .١٢

۱۳. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۳-الف، ٦ شهریور)، بیانات در نخستین دیدار هیئت دولت چهاردهم، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

https://khl.ink/f/٥٧٤٢٦. .١٤

۱۵. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۳-ب، ١٤ شهریور)، بیانات دربارهٔ اهمیت هوش مصنوعی، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

https://khl.ink/f/٥٧٤٧٩. .١٦

۱۷. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۴۰۰، ۱ فروردین)، بیانات نوروزی، پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار آیت‌الله‌العظمی خامنه‌ای.

https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=٤٧٦٣٧. .١٨

۱۹. خبرگزاری ایرنا (۱۴۰۳، ۲۳ فروردین). هوش مصنوعی در ترجمهٔ متون حساس قابل‌اعتماد نیست.

https://irna.ir/xjTzmG..٢٠

۲۱. خبرگزاری ایسنا (۱۴۰۴، ۲ شهریور)، زنجیرهای سنگین بر پای اقتصاد دیجیتال ایران.

http://isna.ir/xdTY٨V. .٢٢

۲۳. خبرگزاری تابناک (۱۳۹۸، ۱۴ آذر)، تداوم بی‌سابقهٔ سانسور گستردهٔ پست‌های اینستاگرامی دربارهٔ سردار سلیمانی.

https://www.tabnak.ir/٠٠٣ypQ..٢٤

۲۵. خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۵، ۱۷ شهریور)، اهمیت حمایت از توسعهٔ شبکه‌های اجتماعی بومی در چیست؟

https://tn.ai/١١٨٠٥٨٧..٢٦

۲۷. خبرگزاری تسنیم (۱۳۹۶، ۱۸ دی)، آیا «شبکه‌های اجتماعی بومی» جایگزین تلگرام می‌شوند؟

https://tn.ai/١٦٢٢٧٨٠. .٢٨

۲۹. خبرگزاری دانشجو (۱۴۰۰، ۹ آبان)، تحول دیجیتال در نمایش میراث فرهنگی: تحلیل نقش فناوری‌های چندرسانه‌ای. https://snn.ir/٠٠٤z٥u.

۳۰. خبرگزاری فناوری نوین (۱۴۰۲، ۲۲ بهمن)، متاپلتفرمز دیگر محتوای سیاسی را ترویج نمی‌کند.

https://B۲n.ir/fu٤۲٦۹. .۳۱
۳۲. خبرگزاری مهر (۱۴۰۳، ۲۶ فروردین)، پشت پردهٔ کلیپ‌های برهنگی؛ جنگ روانی یا آزادی خواهی؟
http://mehrnews.com/x۳۷HQZ..۳۳
۳٤. خبرگزاری میزان (۱۴۰۳، ۸ فروردین)، مسدود شدن حساب کاربری خبرگزاری میزان در ایکس؛ غرب چگونه صداهای رسانه‌ای و هویت‌ساز را حذف می کند؟
https://www.mizanonline.ir/۰۰Jz۲l..۳۵
۳٦. خبرگزاری میزان (۱۴۰۰، ۲۸ بهمن)، ابزارهای نوین «متاورس» و «واقعیت مجازی» در یادمان‌های راهیان نور استفاده می‌شود.
https://www.mizanonline.ir/۰۰۳LNi. .۳۷
۳۸. خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۸۷)، «ماهیت وحی در حکمت اسلامی»، قبسات، ش٤۷، ص٥-۳۰.
۳۹. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱٤۱۲)، مفردات ألفاظ القرآن، دمشق: دارالقلم.
٤۰. رشاد، علی‌اکبر (۱۳۹۰)، منطق فهم دین؛ دیباچه‌واره‌ای بر روش‌شناسی اکتشاف گزاره‌ها و آموزه‌های دینی، تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
٤۱. سبحانی، جعفر (۱۴۲۴)، الوحي والنبوة، قم: مؤسسه امام صادق(ع).
٤۲. عبدالله‌پور، عباس (۱۳۸٥)، «وحی در لغت و قرآن»، نشریهٔ پژوهش‌های قرآنی، ش٤٦-٤۷، ص۱۳٤-۱٤٥.
٤۳. فرهنگی، محمدمهدی؛ میرترابی، سعید؛ گلشنی، علی رضا (۱۳۹۸)، «تبیین سیاست‌گذاری فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران؛ الزامات و اصلاح، در چارچوب اهداف مورد نظر در اسناد بالادستی»، نشریهٔ پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ش۳۰، ص۱۱۱- ۱۳۲.
٤٤. قاسم‌پور، حسن (۱۳۸٤)، «حقیقت وحی»، نشریهٔ پیام جاویدان، ش۷، ص٤٥-۷۲.
٤٥. کیا، علی‌اصغر؛ نقدی، هانیه (۱۳۹۴)، «نقش پایگاه‌های اطلاع‌رسانی اینترنتی بر تقویت دین‌داری از دیدگاه دانشجویان»، نشریهٔ علوم خبری، ش۱٥، ص۴۷- ۸۸.
٤٦. لطفی، مهدی (۱۳۹۱)، «الگوهای ارتباط وحیانی»، نشریهٔ الهیات تطبیقی، ش۷، ص۷۹-۱۰۰.
٤۷. مطهری، مرتضی (۱۳٥۸)، پیرامون انقلاب اسلامی، تهران: صدرا.
٤۸. معین، محمد (۱۳٥۱)، فرهنگ فارسی، تهران: امیرکبیر.
۳٤. Campbell, H. A. (۲۰۰۷). Who’s got the power? The question of religious

authority and the Internet. *Journal of Computer-Mediated Communication*, ۱۲(۳), ۱۰۴۳-۱۰۶۲.

۳۵. Campbell, H. A. (۲۰۱۲). Understanding the relationship between religious practice online and offline in a networked society. *Journal of the American Academy of Religion*, ۸۰(۱), ٦٤-۹۳.

۳٦. Campbell, H. A. (Ed.). (۲۰۱۳). *Digital religion*: *Understanding religious practice in new media worlds*. Routledge.

۳۷. Campbell, H. A., & Garner, S. (۲۰۱٦). *Networked theology*: *Negotiating faith in a digital culture*. Baker Academic..

۳۸. Campbell, H. A., & Tsuria, R. (Eds.). (۲۰۲۲). ***Digital religion : Understanding religious practice in digital media*** (۲nd ed.). Routledge.

۳۹. Castells, M. (۲۰۱۳). *Communication power* (۲nd rev. ed.). Oxford University Press.

٤۰. Foucault, M. (۱۹۸۰). *Power| knowledge*: *Selected interviews and other writings*, ۱۹۷۲-۱۹۷۷. Pantheon Books.

٤۱. Habermas, J. (۱۹۸٤). *The theory of communicative action, Vol.* ۱: *Reason and the rationalization of society* (T. McCarthy, Trans.). Beacon Press.

٤۲. Mowlana, H. (۱۹۹٦). *Global communication in transition*. SAGE Publications.

٤۳. Nye, J. S. (۲۰۰٤). Soft Power : *The Means to Success in World Politics*. Public Affairs.

٤٤. Simon, H. A. (۱۹۷۱). Designing organizations for an information-rich world. In M. Greenberger (Ed.), *Computers, communications, and the public interest* (pp. ۳۷-۷۲). Johns Hopkins Press.

٤٥. Smith, B. G., Hallows, D., Vail, M., & Burnett, A. (۲۰۲۱). Social media conversion: Lessons from faith-based social media influencers for public relations. ***Journal of Public Relations Research,*** ***۳۳***(٤), ۲۳۱–۲٤۹.

٤٦. Zhang, L. (۲۰۲٥). The digital age of religious communication: The shaping and challenges of religious beliefs through social media. ***Studies on Religion and Philosophy,*** ***۱***(۱), ۲٥–٤۱.