

**The Role of Cyberspace and Social Networks
in Recreating Components of the Islamic Revolution:
With Emphasis on Leadership Recommendations
in the Second Step of the Islamic Revolution Statement**

Jahandar Amiri

Assistant Professor, Department of Journalism, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran, Iran (Corresponding Author). jahandar.Amiri553@gmail.com

Sobhan Maleki 

Bachelor of Journalism, Faculty of Communication and Media, IRIB University, Tehran, Iran. sobhanmaleki2186@gmail.com

نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی

Abstract

Objective: Concurrent with the passage of the fortieth anniversary of the Islamic Revolution, the Supreme Leader of the Revolution presented the Second Step statement to the Iranian nation, particularly the youth. This statement enumerated the great blessings of the Islamic Revolution in its first step and provided important recommendations to the youth. The main objective of this research is to examine the effects that cyberspace, through youth participation, has on recreating the Islamic Revolution based on the Second Step of the Islamic Revolution statement.

Research Methodology: The research method is descriptive-analytical, utilizing documentary and library sources.

Findings: Today, the active and continuous presence of youth in

Cite this article: Amiri, J., & Maleki, S. (2025). The role of cyberspace and social networks in recreating the components of the Islamic Revolution (with emphasis on the Leader's recommendations in the Second Step Statement of the Islamic Revolution). *Journal of Religious Media Studies*, 7(26): 7-40.

<https://doi.org/10.22034/jmrs.2025.222243>

Received: 2024/05/17 Revised: 2024/10/05 Accepted: 2024/10/07 Published online: 2025/08/05

© The Author(s).

Article type: Research Article

Published by: IRIB University



cyberspace and its effects within social networks is significantly greater than in the past. Based on research findings, cyberspace through youth participation can transform the main axes considered by the Leader of the Islamic Revolution in the Second Step statement into the primary discourse of the day and hold officials accountable in this regard.

Discussion and Conclusion: Science and research, ethics and spirituality, economy, justice and fight against corruption, independence and freedom, national dignity-foreign relations-demarcation with the enemy, and lifestyle are matters that should be recreated based on the Second Step of the Islamic Revolution statement and transformed into the primary demand and discourse of the day, so that a construct and discourse that can advance society toward Islamic civilization prevails, and officials and media practitioners, especially in the field of cyberspace, are held accountable according to their social responsibility.

Keywords: Second Step of Islamic Revolution Statement, Islamic Revolution, Social Networks, Network Society, and Cyberspace.



نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی)

جهاندار امیری

استادیار گروه روزنامه‌نگاری، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

jahandar.Amiri553@gmail.com

سبحان ملکی

کارشناسی روزنامه‌نگاری، دانشکده ارتباطات و رسانه، دانشگاه صداوسیما، تهران، ایران.

sobhanmaleki2186@gmail.com

چکیده

هدف: همزمان با عبور از چهل سالگی انقلاب اسلامی، رهبر معظم انقلاب بیانیه گام دوم را به آحاد ملت ایران (به‌ویژه جوانان) عرضه داشتند؛ بیانیه‌ای که برکات بزرگ انقلاب اسلامی را در گام اول برشمرده و توصیه‌های مهمی به جوانان ارائه کرده است. هدف اصلی

استناد به این مقاله: امیری، جهاندار؛ ملکی، سبحان (۱۴۰۴). نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی).

مطالعات دینی رسانه، ۷ (۲۶): ۴۰-۷. <https://doi.org/10.22034/jmrs.2025.222243>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۲۸ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۰۷/۱۴ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۷/۱۶ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۵/۱۴

ناشر: دانشگاه صدا و سیما

نوع مقاله: پژوهشی

© نویسندگان.



پژوهش بررسی این موضوع است که فضای مجازی با نقش آفرینی جوانان چه تأثیراتی در بازآفرینی انقلاب اسلامی بر مبنای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی دارد. روش‌شناسی پژوهش: روش پژوهش توصیفی-تحلیلی، با استفاده از منابع اسنادی و کتابخانه‌ای است.

یافته‌ها: امروزه حضور فعال و مستمر جوانان در فضای مجازی و تأثیرات آن در بستر شبکه‌های اجتماعی نسبت به گذشته بسیار بیشتر است. بر مبنای یافته‌های پژوهش، فضای مجازی با نقش آفرینی جوانان می‌تواند محورهای اصلی مورد نظر رهبر انقلاب اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را به گفتمان اصلی روز تبدیل کند و مسئولان را در این خصوص پاسخگو نماید.

بحث و نتیجه‌گیری: علم و پژوهش، اخلاق و معنویت، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت ملی- روابط خارجی- مرزبندی با دشمن و سبک زندگی مواردی است که باید بر مبنای بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بازآفرینی و به خواسته اصلی و گفتمان روز تبدیل شود تا بر ساخت و گفتمانی که می‌تواند جامعه را به سوی تمدن اسلامی پیش ببرد، حاکم شود و مسئولان و اصحاب رسانه به‌ویژه حوزه فضای مجازی مطابق با مسئولیت اجتماعی خود در این زمینه پاسخگو باشند.

کلیدواژه‌ها: رسانه، جوانان، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، انقلاب اسلامی، شبکه‌های اجتماعی، جامعه شبکه‌ای، فضای مجازی.

مقدمه

انقلاب اسلامی به‌عنوان یکی از رخدادهای سیاسی بزرگ عصر معاصر قلمداد می‌شود؛ پدیده‌ای که توانست معنای قدرت را در جهان معاصر دگرگون سازد و تعریف جدیدی از قدرت را به جهانیان عرضه کند. شاید بتوان «نفی شرق و غرب و ایجاد قدرتی نوظهور بر مبنای توحید» را اصلی‌ترین مؤلفه این پدیده معرفی کرد. در حال حاضر در دهه پنجم انقلاب اسلامی به سر می‌بریم. در این شرایط رهبر معظم انقلاب اسلامی، بیانیه گام دوم انقلاب را

برای بیان چشم‌انداز و نحوه رسیدن به تمدن بزرگ اسلامی صادر کردند.

بیانیه گام دوم درواقع نقشه راه آینده کشور است که توسط رهبر انقلاب ترسیم شده است. همان‌طور که گفته شد تأکید بیانیه گام دوم بر روی جوانان است، ازاین‌رو جوانان باید گذشته انقلاب، وضعیت حال و نقشه راه آینده را به‌خوبی بشناسند. جوانان نسل امروز بنا به ضرورت و نیاز جامعه، از فضای سنتی ارتباطات انسانی فاصله گرفته‌اند و به‌سمت ارتباطات دیجیتال، جامعه شبکه‌ای و جامعه پلتفرمی رغبت پیدا کرده‌اند. هر کدام از انواع ارتباطات، اقتضانات و شرایط خود را می‌طلبد، و هر کدام از انواع ارتباطات، مزایا و معایب خود را نیز به همراه دارد. در حالت کلی، آنچه مسلم است ابزار و بستری که جوانان امروزه برای جمع‌های ارتباطاتی خود انتخاب می‌کنند، شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است. بنابراین با توجه به جایگزینی ارتباطات پلتفرمی با ارتباطات سنتی و نیز لزوم شناخت جوانان از گذشته حال و آینده مسیر انقلاب خویش، انقلاب اسلامی در بستر شبکه‌های اجتماعی نیازمند یک بازسازی مفهومی و معنایی است تا نسل جوان نیز بتوانند همچون نسل دفاع مقدس با مفاهیم اصلی و اهداف نهایی انقلاب اسلامی انس بگیرند.

با توجه به آنچه گفته شد رهبری بیانیه گام دوم را خطاب به آحاد مردم به‌ویژه جوانان عرضه داشتند و با در نظر گرفتن این نکته که جوانان امروزه بیشتر ارتباطات و کارهای خود را در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی انجام می‌دهند، لازم است سرفصل‌ها و توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در فضای مجازی پیاده‌سازی و عملیاتی شوند تا مشخص شود که این فضا با نقش‌آفرینی جوانان، چه تأثیراتی در بازآفرینی انقلاب اسلامی دارد؟

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی نقشه راه آینده جمهوری اسلامی است و رهبر معظم انقلاب اسلامی مسیر آینده کشور را در آن ترسیم کرده‌اند. تأکید اصلی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بر جوانان است. مدیران و سیاست‌گذاران کشور اگر بخواهند مفاهیم بنیادین انقلاب اسلامی به نسل جوان انتقال یابد، باید این نکته را مدنظر قرار دهند که امروزه ارتباط‌گیری با نسل جوان در گرو فعالیت مستمر و فعال در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی است.

به عبارت دیگر باید مدیران و تصمیم‌گیران همزمان با تغییر ذائقه جوانان و رغبت آنان به استفاده و به‌کارگیری شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، برنامه‌ها و سیاست‌ها را مرتبط با این فضا بنویسند. بنابر آنچه گفته شد لازم است نسل جوان با گذشته و تاریخ و تحولات کشور خود و مسیر آینده و پیش روی آن آشنا باشند. بر همین اساس ضرورت دارد مفاهیم انقلاب اسلامی و رهنمودهای رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب در بستر فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی پیاده‌سازی و بازآفرینی شوند.

تعریف مفاهیم

۱. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

انقلاب اسلامی ایران در حالی قدم به دهه پنجم حیات خود گذاشته که دوستانش در سراسر جهان امیدوارانه آن را در گذر از چالش‌ها و به‌دست آوردن پیشرفت‌های خیره‌کننده، همواره سربلند می‌بینند. در چنین شرایطی رهبر انقلاب اسلامی با صدور بیانیه گام دوم انقلاب^۱ برای ادامه آن، به تبیین دستاوردهای شگرف چهار دهه گذشته پرداخته و توصیه‌هایی اساسی با عنوان «جهاد بزرگ» برای ساختن ایران اسلامی بزرگ ارائه فرموده‌اند. بیانیه گام دوم انقلاب تجدید مطلعی است خطاب به ملت ایران و به‌ویژه جوانان که به‌مثابه منشوری برای دومین مرحله خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی خواهد بود و فصل جدید زندگی جمهوری اسلامی را رقم خواهد زد. این گام، انقلاب را به آرمان بزرگش که ایجاد تمدن نوین اسلامی و آمادگی برای طلوع خورشید ولایت عظمی (ارواحنا فدا) است نزدیک خواهد کرد. رهبر معظم انقلاب در این بیانیه پیروزی انقلاب اسلامی را آغازگر عصر جدید عالم معرفی می‌کند که با شعارهای جهانی، فطری، درخشان و همیشه زنده خود مایه سربلندی ایران و ایرانیان شد. ایشان با تکیه بر مدیریت جهادی و اعتقاد به اصل «ما می‌توانیم» عوامل عزت و پیشرفت ایران اسلامی را در این بیانیه در همه عرصه‌ها بیان کرده و مسیر آینده انقلاب را بر مبنای علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی،

عزت ملی، روابط خارجی، مرزبندی با دشمن تبیین می‌کند (خامنه‌ای، ۱۳۹۷).

۲. انقلاب اسلامی

کلیم صدیقی در تعریف انقلاب اسلامی^۱ می‌نویسد: «انقلاب اسلامی عبارت است از حرکت امت مسلمان در جهت تغییر نظام غیراسلامی موجود و جایگزین نمودن یک نظام جامع و کامل اسلامی به جای آن؛ همچنین تلاش برای اجرای مقررات، قوانین و برنامه‌های اسلامی در کلیه شئون زندگی خویش (یعنی امت)» (صدیقی، ۱۳۷۵: ۴۹).

شهید مرتضی مطهری نیز معتقد است «انقلاب اسلامی راهی است که هدف آن، اسلام و ارزش‌های اسلامی می‌باشد و انقلاب و مبارزه، تنها برای برقراری ارزش‌های اسلامی انجام می‌گیرد. در این صورت انقلاب اسلامی متفاوت با اسلام انقلابی خواهد بود، زیرا در صورت اخیر، انقلاب و مبارزه هدف خواهد بود و نه وسیله، برخلاف صورت نخست که مبارزه و انقلاب، وسیله است نه هدف» (مطهری، ۱۳۷۸: ۴۵).

در این پژوهش منظور از انقلاب اسلامی نظامی است که با رهبری حضرت امام خمینی (ره) در سال ۱۳۵۷ توانست رژیم پادشاهی پهلوی را ساقط کرده و ایران اسلامی را به جای آن مستقر کند. از نظر نگارندگان، انقلاب اسلامی مقوله و مفهومی است که تا رسیدن به اهداف عالی و تمدنی خود استمرار و ادامه دارد و باید مطابق با شرایط نوین جهانی خود را همواره بازسازی و بازآفرینی کند.

۳. شبکه‌های اجتماعی و جامعه شبکه‌ای

شبکه‌های اجتماعی^۲ اشکالی از ارتباطات الکترونیکی هستند که کاربران از طریق آن‌ها شبکه‌هایی برای به‌اشتراک گذاشتن اطلاعات، ایده‌ها، پیام‌های شخصی و سایر محتواها مانند تصاویر و ویدئوها ایجاد می‌کنند (فرهنگ وبستر). بسیاری از نویسندگان، اصطلاح «جامعه

شبکه‌ای»^۱ را بر «جامعه اطلاعاتی» ترجیح می‌دهند که ون‌دایک و کاستلز از این دسته هستند؛ اگرچه از مفهوم جامعه اطلاعاتی نیز غفلت نمی‌کنند. در مفهوم جامعه اطلاعاتی آنچه مورد تأکید است تغییر «جوهره» فعالیت‌ها و فرایندهاست، اما در مفهوم جامعه شبکه‌ای، توجه به‌سوی تغییر اشکال سازماندهی و زیرساخت‌های این جوامع است. جامعه شبکه‌ای را می‌توان شکلی از جامعه تعریف کرد که به‌گونه‌ای فزاینده روابط خود را در شبکه‌های رسانه‌ای سامان می‌دهد. این شبکه‌ها به‌تدریج جایگزین شبکه‌های اجتماعی ارتباطات رودررو می‌شوند یا آن‌ها را تکمیل می‌کنند. این بدان معنی است که شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای در حال شکل دادن به «شیوه سازمان‌دهی» اصلی و «ساختارهای» بسیار مهم جامعه مدرن هستند (ون‌دایک، ۱۳۸۴: ۲۴). این شبکه‌ها تمام واحدها و قسمت‌های این صورت‌بندی (افراد، گروه‌ها و سازمان‌ها) را به‌طور روزافزونی به هم متصل می‌کند.

مانوئل کاستلز^۲ (۱۳۸۰) شبکه را مجموعه‌ای از نقاط اتصال یا گروه‌های به‌هم‌پیوسته تعریف می‌کند. نقطه اتصال یا گره، نقطه‌ای است که در آن یک منحنی خود را قطع می‌کند. به عبارتی شبکه، مجموعه‌ای از اتصالات میان اجزاء یک واحد است. این اجزای شبکه‌ها، روابط درون و بین سطوح یا واحدهای واقعیت اجتماعی را سازمان می‌دهند. هر رویکرد شبکه‌ای در قیاس با واحدهایی که به هم متصل شده‌اند، بر اهمیت روابط تأکید می‌کند. رویکرد سنتی شبکه‌ای از این موضع به‌صورت افراطی دفاع می‌کند و بر رجحان شکل بر جوهر انگشت می‌گذارد. این تجزیه و تحلیل اجتماعی شبکه‌ای پیرو رویکردی است که تأکید آن بر ریخت‌شناسی گره‌ها و محل اتصالات است، تا جایی که ویژگی‌های واحدهای اجتماعی و آنچه در درون و بین آن‌ها اتفاق می‌افتد را بی‌ارزش تلقی می‌کند.

از نظر کاستلز، شبکه‌های ریخت اجتماعی جدید جوامع ما را تشکیل می‌دهند، و گسترش منطق شبکه‌ای تغییرات چشمگیری در عملیات و نتایج فرایندهای تولید، تجربه، قدرت و فرهنگ ایجاد می‌کند، در حالی که شکل شبکه‌ای سازمان اجتماعی در دیگر مکان‌ها و زمان‌ها

1. Network society
2. Castells

نیز وجود داشته است. کاستلز معتقد است شبکه‌ها ساختارهایی باز هستند که می‌توانند بدون هیچ محدودیتی گسترش یابند و نقاط شاخص جدیدی را در درون خود پذیرا شوند تا زمانی که این نقاط، توانایی ارتباط در شبکه و به عبارت دیگر مادامی که از رمزهای ارتباطی مشترک (برای مثال ارزش‌ها یا اهداف کارکردی) استفاده می‌کنند، را داشته باشند.

یک ساختار اجتماعی مبتنی بر شبکه، سیستم بسیار باز و پویایی است که مواجه شدن تهدیدی، توانایی نوآوری دارد. شبکه‌ها ابزار مناسبی برای فعالیت‌های مختلف هستند. به عنوان مثال برای اقتصاد سرمایه‌داری که مبتنی بر نوآوری، جهانی شدن، و تراکم غیرمتمرکز است؛ برای کار، کارگران، و شرکت‌های متکی به انعطاف‌پذیری و قابلیت انطباق؛ برای فرهنگ متکی به ساخت‌شکنی و تجدید ساختار بی‌پایان؛ برای حکومتی که با پردازش فوری ارزش‌ها و حالات عمومی جدید سازگار شده است؛ و نیز برای سازمانی اجتماعی که در پی القای مکان و نابودی زمان است، کاربرد دارد. با این همه، ریخت‌شناسی شبکه، منبع سازماندهی مجدد بنیادین روابط قدرت نیز هست. کلیدهایی که شبکه‌ها را به یکدیگر متصل می‌کنند (برای مثال جریان‌های مالی که کنترل امپراتوری‌های رسانه‌ای را در دست دارند و بر فرایندهای سیاسی تاثیر می‌گذارند) ابزار ممتاز قدرت هستند. بنابراین قدرت‌مندان کسانی هستند که کنترل کلیدها را در دست دارند. از آن‌جا که شبکه‌ها چندگانه‌اند، رمزها (کدها) و کلیدهایی که بین شبکه‌ها عمل می‌کنند، به منابع اصلی شکل‌دهی، هدایت و گمراه ساختن جوامع تبدیل می‌شوند. همگرایی تکامل اجتماعی و تکنولوژی‌های اطلاعات در سرتاسر ساختار اجتماعی، شالوده مادی جدیدی برای اجرای فعالیت‌ها ایجاد کرده‌اند. این شالوده مادی که در درون شبکه‌ها جای دارد، فرایندهای اجتماعی مسلط را مشخص می‌کند و بدین ترتیب ساختار اجتماعی را شکل می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۰: ۵۴۴).

فرایندهای دگرگونی اجتماعی که در جامعه شبکه‌ای آرمانی خلاصه شده‌اند، از حوزه روابط اجتماعی و فنی تولید فراتر می‌روند. این فرایندها بر فرهنگ و قدرت نیز به طور عمیق تاثیر می‌گذارند. جلوه‌های فرهنگی از تاریخ و جغرافیا متنوع می‌شوند و به صورت عمده از طریق شبکه‌های ارتباطات الکترونیک که با مجموعه متنوعی از رمزها و ارزش‌ها با مخاطبان

ارتباط برقرار می‌کند، منتقل می‌شوند و در نهایت در ابرمتن شنیداری-تصویری دیجیتال جذب می‌گردند. از آنجا که اطلاعات و ارتباطات به‌طور کلی از طریق یک سیستم رسانه‌ای پراکنده ولی فراگیر به گردش درمی‌آیند، بازی سیاسی به‌صورت فزاینده‌ای در فضای رسانه‌ها انجام می‌گیرد. رهبری در اشخاص تمرکز یافته است، و انگاره‌سازی به‌منزله قدرت‌سازی است. این بدان معنا نیست که کل سیاست را می‌توان به تأثیرات رسانه‌ای تقلیل داد، یا آن‌که نتایج سیاسی بر ارزش‌ها و منافع تأثیری ندارد، بلکه بازیگران سیاسی هر که باشند و جهت‌گیری‌شان هر چه باشد، در بازی قدرتی حضور دارند که از طریق و توسط رسانه‌ها انجام می‌شود. این بازی قدرت در کل سیستم رسانه‌ای که هر روز از تنوع بیشتری برخوردار می‌شود و شبکه‌های ارتباطی کامپیوتری را دربرمی‌گیرد، جریان دارد. این حقیقت که سیاست باید در چارچوب زبان رسانه‌های الکترونیکی قرار بگیرد، پیامدهای شگرفی برای ویژگی‌ها، سازمان، و اهداف فرایندهای سیاسی، بازیگران سیاسی، و نهادهای سیاسی دارد. در نهایت، قدرت‌هایی که در شبکه‌ای رسانه‌ای حضور دارند، نسبت به قدرت جریان‌هایی که در ساختار و زبان این رسانه‌ها نهفته است، جایگاه ثانوی دارند.

در سطحی عمیق‌تر، بنیان‌های مادی جامعه، یعنی مکان و زمان در حال دگرگونی است و پیرامون فضای جریان‌ها و زمان بی‌زمان سازمان می‌یابد. در ورای ارزش استعاری این جلوه‌ها فرضیه عمده‌ای مطرح می‌شود: «کارکردهای مسلط در شبکه‌هایی سازمان می‌یابند که به فضای جریان‌هایی که آن‌ها را در سرتاسر جهان با یکدیگر پیوند می‌دهد، تعلق دارد». در عین حال، این شبکه‌ها کارکردها و مردمی را که اهمیت خود را از دست داده‌اند، در فضای چندگانه مکان‌ها از یکدیگر جدا می‌سازند؛ فضایی که از مناطقی تشکیل شده که هر روز بیش‌ازپیش از یکدیگر جدا می‌شوند. به نظر می‌رسد زمان بی‌زمان نتیجه نفی زمان، گذشته و آینده، در شبکه‌های فضای جریان‌هاست. در همان حال زمان ساعتی که برای هر فرایند، بر حسب جایگاهی که در شبکه دارد، به‌گونه‌ای متفاوت سنجیده و ارزش‌گذاری می‌شود و همچنان ویژگی کارکردهای فرعی و مکان‌های خاص را تعیین می‌کند. پایان تاریخ که در گردش جریان‌های مالی کامپیوتری یا فوریت جنگ‌های ظریف تحقق می‌یابد، بر زمان

بیولوژیک فقر یا زمان مکانیکی کار صنعتی فائق می‌آید. ساخت اجتماعی شکل‌های مسلط جدید مکان و زمان ابرشبکه‌ای را به وجود می‌آورد که کارکردهای غیرضروری، گروه‌های اجتماعی فرعی، و سرزمین‌های بی‌ارزش را از دور خارج می‌کند.

بدین ترتیب فاصله اجتماعی نامحدودی بین این ابرشبکه و بیشتر افراد، فعالیت‌ها، و مکان‌ها در سرتاسر جهان ایجاد می‌شود. این بدان معنا نیست که مردم، مکان‌ها، یا فعالیت‌ها از میان می‌روند، بلکه معنای ساختاری آن‌ها در منطق نامریی ابرشبکه که محل تولید ارزش، ایجاد اصول فرهنگی، و تصمیم‌گیری درباره قدرت است، نابود می‌شود. نظم نوین اجتماعی، یعنی جامعه شبکه‌ای، به نظر شمار فزاینده‌ای از مردم به منزله یک بی‌نظمی فرااجتماعی است. منظور از بی‌نظمی فرااجتماعی، توالی اتوماتیک (خودکار) و تصادفی رخدادهاست که از منطق کنترل‌ناپذیر بازارها، تکنولوژی، نظم جغرافیای سیاسی، یا جبر زیست‌شناختی نشأت می‌گیرد. در چشم‌انداز تاریخی گسترده‌تر، جامعه شبکه‌ای نمایانگر تغییری کمی در تجربه انسانی است. اگر به سنت دیرینه جامعه‌شناسی رجوع کنیم، پ که به موجب آن می‌توان کنش اجتماعی را در بنیادی‌ترین سطح، الگوی متغیر روابط طبیعت و فرهنگ دانست، باید گفت در دوران جدیدی گام نهاده‌ایم (کاستلز، ۱۳۸۰: ۲-۵۵۱).

۴. فضای مجازی

فضای مجازی از ترکیب دو واژه «فضا» و «مجازی» تشکیل شده است. از نظر معنا واژه «فضا» کاربردهای مختلفی دارد؛ گاهی به فضا و عرصه ظاهراً نامتناهی فراسوی جوی زمین و بین ستارگان اطلاق می‌شود که ماهیت مادی و فیزیکی دارد؛ گاهی قلمرو سه‌بعدی محل استقرار چیزی یا موضوعی؛ و گاهی نیز قلمرو انتزاعی یا واقعی که چیزی را به آن نسبت می‌دهند، مانند فضای فکری و معنوی؛ گاهی نیز از آن به فاصله بین دو چیز تعبیر می‌شود (حافظ‌نیا، ۱۳۹۴: ۷).

واژه مجاز و مجازی از نظر معنایی در برابر حقیقت قرار دارد. به عبارتی مجازی یعنی غیر واقعی و غیر حقیقی، ولی به معنی دروغین نیست، زیرا هر چند این واژه در معنای

غیر حقیقی خود به کار می‌رود، اما موضوع حقیقی آن وجود دارد و متروک نیست (دهخدا، ۱۳۷۷: ۲۰۲۸). در زبان فارسی مجاز و مجازی در برابر واژه انگلیسی Cyber به کار می‌رود. گفته می‌شود واژه «سایبر» از لغت یونانی «کیبرنتز» به معنی سکاندار یا راهنما مشتق شده است. بر اساس معنای فارسی واژه مجازی، برخی تعابیر از آن به کار می‌رود که ممکن است بیانگر معنای واقعی این اصطلاح نباشد، نظیر فضای خیالی، فضای ذهنی، فضای وهمی، فضای غیرهشیار، فضای تصویری و فضای رویایی (حافظنیا، ۱۳۹۴: ۱۰-۹).

اصطلاح فضای مجازی را اولین بار فردی به نام ویلیام گیسمون، نویسنده داستان تخیلی علمی در کتاب نورومونسر در سال ۱۹۸۴ به کار برد (برایان، ۱۳۷۹: ۱۵۰). بنابراین فضای مجازی، فضایی است حقیقی و غیر ملموس با ابزار فیزیکی و شرایط عدم اطمینان مطلق به مخاطب که ارتباط انسان‌ها را در قلمرو فناوری اطلاعات و ارتباطات برقرار می‌سازد. این فضا بستری است برای بیشتر مشاغل و خدمات که در یک مکان مشخص اکثر فعالیت‌های خود اعم از جلسات، مذاکرات، قراردادهای، امورات بانکی، اداری، آموزشی، قضایی و حقوقی خود را سامان داده و از تردد و حمل و نقل اضافی در فضای واقعی و تحمیل هزینه‌های اضافی جلوگیری به عمل می‌آورد و سرعت و دقت را در انجام فرایندها تا حد زیادی افزایش می‌دهد.

پیشینه پژوهش

ردیف	پژوهشگران	موضوع پژوهش	دستاوردهای پژوهش
۱	محمد جواد رستگاری، محمد نامداریان (۱۴۰۰)	جایگاه فضای مجازی در گام دوم انقلاب اسلامی	بیانیه گام دوم انقلاب با نگاهی همه‌جانبه به مسائل نظام جمهوری اسلامی ایران، شامل رهنمودهای هوشمندانه برای پیشرفت و تعالی کشور بوده و توجه و به کار بستن آن راهگشای بسیاری از امور است. فضای مجازی نقش مهمی در کسب و کارها، روابط و ساختارهای اجتماعی، فرهنگ

ردیف	پژوهشگران	موضوع پژوهش	دستاورد‌های پژوهش
			عمومی، رسانه‌های جمعی و ابزارهای کاربردی (مالی، صنعتی، خدماتی و ...) بازی می‌کنند. از این‌رو استفاده مناسب از این فضا و امکانات آن سودمند خواهد بود.
۲	محسن عابدی درچه (۱۴۰۲)	الزامات حکمرانی اسلامی فضای مجازی در گام دوم انقلاب اسلامی	حکمرانی اسلامی فضای مجازی در جمهوری اسلامی ایران در بستر شبکه ملی اطلاعات در گام دوم انقلاب، می‌تواند سبکی از زندگی مجازی با محوریت اسلام را برای کاربران فراهم نماید تا در آن علم و پژوهش، اقتصاد و کسب و کار، معنویت و اخلاق، استقلال و آزادی، عدالت و مبارزه با فساد، عزت و اقتدار ملی را به همراه داشته باشد. این راهبرد با سامانه‌محور نمودن فعالیت بخش دولتی، خصوصی و مدنی به‌عنوان سه قسمت اصلی در هر حکمرانی، باعث شفافیت پاسخگویی، جریان آزاد اطلاعات و کارآمدی هر حکومتی خواهد شد.
۳	موسی نجفی، سمیه سرافراز (۱۳۹۹)	بازنمایی نقش رسانه در تمدن‌سازی پس از انقلاب اسلامی ایران	نتایج و یافته‌ها نشان می‌دهد با توجه به ماهیت غنی تمدن اسلامی، تمدنی که از یک سو مبتنی بر آموزه‌های دین اسلام است و از سوی دیگر در عرصه‌های مختلف زیستی اعم از سپهر سیاست، فرهنگ، اجتماع و اقتصاد در گذر قرن‌ها در سرزمین‌های پهناور جهان فراگیر بوده

ردیف	پژوهشگران	موضوع پژوهش	دستاوردهای پژوهش
			است. با توجه به همین مشخصه فراگیری تمدن اسلامی، رسانه‌ها به دلیل کارکردهای سیاسی و ارزشی، اطلاعاتی، فرهنگی و هنری و ... که دارند می‌توانند از طریق کنش و واکنش فردی و جمعی در عرصه اجتماعی و از طریق گفتمان‌سازی رسانه‌ای و پوشش رسانه‌ای منسجم و فراگیر در سه سطح فروملی، ملی و فراملی نقش مهمی در تمدن‌سازی اسلامی به‌ویژه پس از ظهور انقلاب اسلامی ایران داشته باشند.
۴	مصطفی کریمی، اکبر نصراللهی کاسمانی، عبدالکریم خیامی (۱۴۰۱)	دلالت‌های سیاست‌گذاری رسانه؛ مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی	الف) با توجه به ضرورت پیگیری موضوعات مطرح در بیانیه و تأکید ویژه آن بر نقش و جایگاه رسانه، می‌توان گفت این بیانیه دارای دو محور شاخص است. یک محور شامل موضوعات عام مانند اقتصاد، معیشت، عدالت، سیاست خارجه و ... و محور دیگر آن رسانه است، به‌گونه‌ای که نه تنها به اهمیت رسانه و تبیین راهبردهای تبلیغی و رسانه‌های غرب و جریان‌های معاند پرداخته، بلکه بر ضرورت آن به منزله پیشران گام دوم انقلاب، توجه دارد. ب) بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، با عنایت به دامنه نفوذ و تأثیر رسانه در ارتباط با جامعه،

ردیف	پژوهشگران	موضوع پژوهش	دستاوردهای پژوهش
			سیاست، حاکمیت و قدرت و توسعه پیشرفت، فراتر از کارکردهای متداول رسانه، اعم از سرگرمی، آموزش، بسیج و همبستگی، به کارکردهای اصیل آن از جمله امیدآفرینی توجه داشته و با تأکید بر مضامینی نظیر ارزشمندی، جوان‌گرایی، خلاقیت، فناوری و بهبود، به هنجارها، منابع، روش و ابزار نیز در سطح کلان پرداخته است. ج) گزاره‌ها و مضامین استخراج‌شده از متن حکایت از آن دارد که بیانیه گام دوم انقلاب، به شیوه مبسوطی به محیط خارجی رسانه توجه دارد. به دیگر سخن علاوه بر آن که بیانگر خط مشی عمومی است، فضای فرهنگی و اصول و ارزش‌های حاکم بر جامعه، ساختارها و نهادهای اجتماعی همچون خانواده، اقتصاد، آموزش، دین و همچنین مخاطبان، نخبگان و رقبا را مدنظر قرار داده است. بدین سبب، تعیین کننده خطوط راهنما و اصول و الزاماتی است که رسانه باید به آن متعهد بوده و در سیاست‌ها و همچنین راهبردها و برنامه‌ها مورد توجه قرار دهد.
۵	مریم حایک (۱۳۹۸)	راهکارهای رسانه‌ای	از آنجا که کارآمدی بر پایه مقولاتی از قبیل توانایی اهداف، امکانات و موانع در نظام‌های

ردیف	پژوهشگران	موضوع پژوهش	دستاوردهای پژوهش
		باورپذیری کارآمدی انقلاب اسلامی	مختلف تعیین می‌شود و قضاوت مردم درباره کارآمدی نظام بیش از آن‌که بر اساس مبانی نظری باشد، بر اساس عملکرد نظام است، در مرحله اول وجود عملکرد توانمندانه و قابل دفاع مسئولان نظام و در مرحله دوم انعکاس این عملکرد توسط رسانه‌ها و اقناع مردم درخصوص این دستاوردها می‌تواند موجب تقویت، شکل دادن و تغییر باور مردم به کارآمدی نظام جمهوری اسلامی گردد.

چارچوب نظری

۱. نظریه ساخت اجتماعی واقعیت (برساخت‌گرایی اجتماعی)

نظریه ساخت اجتماعی واقعیت^۱ تصور و درک مخاطب از دنیای پیرامون را حاصل ترکیب ساخت اجتماعی معنا و معنای حاصل از تجربه شخصی یا به عبارتی مذاکره و توافق علت و عاملیت تحت عنوان برساخت‌گرایی اجتماعی می‌داند. برساخت‌گرایی در برابر اثبات‌گرایی به کار می‌رود. در این دیدگاه، تنها واقعیت عینی و بیرونی نیست که شناخت ما را می‌سازد، بلکه ذهن ما نیز در ساختن جهان خارج نقش سازنده‌ای دارد. به نظر برساخت‌گرایان، مفاهیم جنبه خاص تاریخی و فرهنگی خود را دارند و نتیجه شرایط خاص زمانی و مکانی خود هستند. به نظر آن‌ها آنچه حقیقت نامیده می‌شود، حاصل مشاهده عینی جهان نیست، بلکه زائیده فراگردهای اجتماعی مستمر بین افراد است (بهرامی کمیل، ۱۳۸۸: ۵۵).

ریشه برساخت‌گرایی در جامعه‌شناسی به کتاب برگرو و لاکمن با عنوان ساخت اجتماعی واقعیت (ساخته‌شدن واقعیت در جامعه) برمی‌گردد. این دو معتقدند جهان اجتماعی

1. The theory of social construction of reality

(کنش‌ها، ساختارها و نهادها) محصول فرهنگی فراگردهای آگاهانه یا آگاهی و ذهنیت مشترک است. آن‌ها معرفت روزمره را محصول خلاقیت افرادی می‌دانند که در عین حال خودشان از وزن [و اهمیت] معرفت نهادیافته‌ای که دیگران تولید کرده‌اند، تاثیر می‌پذیرند (همان: ۵۷).
برساخت‌گرایی اجتماعی معتقد است آنچه افراد جامعه به‌منزله واقعیت احساس و درک می‌کنند، آفریده کنش متقابل اجتماعی افراد و گروه‌هاست. پس تلاش برای «تبیین» واقعیت اجتماعی به معنای نادیده گرفتن و شیء‌واره ساختن فرآیندهایی است که چنین واقعیتی از طریق آن‌ها ساخته می‌شود.

برگر و لاکمن نگاه به جامعه را به مثابه نظم سیال و توافقی ناپایدار که در نهایت نیز ریشه در کنش‌ها متقابل افراد دارد، جایگزین پنداشت‌های ارگانیکی و مکانیکی از آن می‌کنند. عنوان مهم‌ترین اثرشان (ساخته شدن واقعیت در جامعه) بر توان آدمی در شکل بخشیدن به جامعه و خصیصه گشودگی تاریخ به روی رویدادهای جدید تأکید می‌کند. به باور برگر و لاکمن، جامعه برساختی فرهنگی یا نمادین است. جامعه سیستم یا سازوکار، و یا ارگانیسم نیست، بلکه برساخته‌ای نمادین یا محصولی سنجیده و متشکل از آراء، معانی و زبان است (سیدمن، ۱۳۸۶: ۱۱۲).

نظریه برساخت‌گرایی دو ویژگی دارد:

۱. رسانه‌ها صورت‌بندی‌های اجتماعی و حتی خود تاریخ را از رهگذر چارچوب‌سازی ایماژها و تصاویر از واقعیت [در قالب اخبار و گزارش‌های خبری] و در شیوه‌های قابل‌پیش‌بینی می‌سازند.
۲. مردم به‌عنوان مخاطب، نقطه‌نظراتشان درباره واقعیت اجتماعی و جایگاهشان در آن واقعیت را در تعامل با ساخت‌های نمادین رسانه‌ای شکل می‌دهند. این نظریه هم به قدرت رسانه‌ها و هم به قدرت مخاطب برای انتخاب، بر اساس مذاکره مداوم بین آن‌ها باور دارد (مک‌کویل، ۱۳۸۲: ۴۶۱).

بر اساس نظریه ساخت اجتماعی واقعیت، مردم واقعیت را بر اساس آگاهی فردی

خویش و نیز آگاهی به دست آمده از تعاملات اجتماعی با دیگران می سازند. در این رویکرد، دانش و آگاهی چیزی نیست که کشف شود، بلکه چیزی است که ساخته می شود. افراد معرفتی را که بر مبنای آن واقعیت اجتماعی خویش را بنیان می نهند، از چهار منبع اخذ می کنند: تجربه شخصی، همآلان (همسن و سال ها، بستگان، دوستان و...) (دیگر گروه ها و نهادهای اجتماعی و رسانه های جمعی. رسانه ها در میان منابع معرفت نقش کلیدی دارند. از آنجا که ما بخش بسیار کوچکی از رویدادهای جهان را به طور شخصی تجربه می کنیم، به شدت به واقعیت اجتماعی ساخته شده توسط رسانه ها وابسته هستیم. خلاصه این که رسانه ها توزیع معرفت اجتماعی مشترک را بر عهده دارند و تأثیرشان در مقایسه با دیگر منابع آگاهی با معرفت چند برابر است:

0 ما تاریخ را بر اساس آنچه رسانه ها با اهمیت تلقی می کنند، ثبت و تحلیل می کنیم.

0 افراد برخوردار از این اهمیت تاریخی بالقوه، به منظور تضمین جایگاه خود در

تاریخ، باید به فرآورده های رسانه ای اتکا کنند.

0 گزارش های رسانه ای به صورت یکی از علل پیدایش چیزی درآمده اند که باید دارای

توجه تلقی شوند، زیرا تأثیر رسانه ها روز به روز بیشتر شناخته می شود و مقبولیت

بیشتری پیدا می کند.

0 نهادها و سازمان ها درمی یابند که باید پیام ها و تصاویر خودشان را در چارچوب

شهرت و مقبولیت پذیرفته شده قالب های رسانه ای عرضه کنند.

الگوی فرایند ساخت اجتماعی واقعیت را می توان به شکل زیر رسم کرد:

در مرحله اول جهان مادی بازنمایی شرایط واقعی جامعه است. این یک مبنای واقعی

رخدادها و حقایقی است که قبل از ساختار و تفسیرهای اجتماعی وجود دارد.

مرحله دوم تحت سلطه رقابت قرار دارد. میان برساخت های مختلف واقعیت بر سر این

که کدام یک به عنوان برساخت های کلی و بهتر واقعیت پذیرفته شود، رقابت وجود دارد. در

مرحله سوم، رسانه ها دانش و آگاهی در مورد جهان را توضیح و تفسیر و به عنوان عرصه اصلی

رقابت در میان ساختارهای متعارض جهان از مرحله دوم، عمل می کنند. در مرحله چهارم،

یک برساخت برتر نشأت گرفته از رقابت پدیدار می‌شود و به‌صورت دیدگاه عموماً پذیرفته‌شده جامعه از واقعیت درمی‌آید (سارت، ۱۹۹۸: ۹).

یکی از محتواها و مضامینی که رسانه‌ها با تولید و توزیع آن، برساخت اجتماعی واقعیت تاثیر می‌گذارند، محتوا و مضامین خبری است. گوی تاچمن در کتاب ساخت خبر می‌نویسد: خبر، ساخت اجتماعی واقعیت است. وی می‌افزاید کار ساخت خبر، ساخت خود واقعیت است نه تصویری از آن. او استدلال می‌کند که خبر یک منبع اجتماعی است که ساخت آن به‌گونه‌ای است که درک تحلیلی از زندگی اجتماعی را محدود می‌کند. خبر از طریق رویه‌های جاری و بر اساس ادعای صاحبان حرفه خبری درباره آگاهی مرسوم و ارائه گزارش‌های واقعی، وضعیت موجود را مشروعیت می‌بخشد (سورین و تانکارد، ۱۳۸۱: ۴۷۳).

۲. نظریه مسئولیت اجتماعی^۲

در این نظریه، اصل بر ایجاد پیوند میان «استقلال و آزادی رسانه‌ها» و «وظایف و مسئولیت‌های اجتماعی» آن‌هاست که تأکید می‌کند رسانه‌ها باید در عین پاسخگویی به نیازهای مخاطبان، در برابر فعالیت‌های خود مسئولیت نیز داشته باشند و وظایف اجتماعی خود را محدود به گیرندگان پیام یا مالکان رسانه‌ها ندانند. مضمون اصلی نظریه فوق این است که آزادی و مسئولیت دوروی یک سکه هستند و همان‌گونه که رسانه‌ها حق دارند از دولت و سایر نهادها انتقاد کنند، مسئولیتی نیز در قبال مصالح و منافع ملی و پاسخ به نیازهای جامعه دارند. مدافعان نظریه مسئولیت اجتماعی معتقدند تحقق این نظریه باعث می‌شود که بین سه اصل به ظاهر ناسازگار آزادی فردی و آزادی رسانه‌ها از یک سو و تعهد رسانه‌ها در برابر جامعه از سوی دیگر، سازگاری ایجاد گردد و برای مقابله با تعارض‌های نظریه مطبوعات آزاد و عرصه تجربی، راه‌حل مناسبی پیدا شود (معتدنازاد، ۱۳۸۶: ۲۸۱).

از دیدگاه مدافعان نظریه مسئولیت اجتماعی، برای رویارویی با تعارض‌های نظریه

مطبوعات آزاد، دو راه حل زیر از اهمیت خاصی برخوردارند:

۱. توجه به توسعه نهادهای عمومی و مستقل برای اداره مؤسسات رادیویی و تلویزیونی، به تأمین عینی گرایي و حفظ استقلال آن‌ها در برابر دولت و مؤسسات تجاری و ایفای وظایف خاص این رسانه‌ها در برابر جامعه و کمک می‌کند و زمینه‌های توسعه بیشتر نظریه مسئولیت اجتماعی را فراهم می‌سازد.
۲. حمایت از توسعه حرفه‌ای گرایي مطبوعات و رسانه‌های دیگر، از طریق ارتقای کیفی استانداردهای عملی روزنامه‌نگاری و پیشبرد «خودساماندهی» فعالیت‌های حرفه‌ای روزنامه‌نگاران، مسئولیت اجتماعی مورد نظر را تقویت می‌کند (همان: ۲-۲۸۱).

مک‌کویل اصول اساسی نظریه مسئولیت اجتماعی را به شرح زیر خلاصه کرده است:

- 0 رسانه‌ها باید برخی تعهدات و وظایف را در برابر جامعه بپذیرند و آن‌ها را انجام دهند.
- 0 برای تحقق این تعهدات، باید به استانداردهای حرفه‌ای خبر مانند حقیقت، صحت، عینیت و توازن توجه فراوانی معطوف شود.
- 0 رسانه‌ها با پذیرش و ایفای تعهدات مورد نظر، باید به خودانضباطی حرفه‌ای خویش در چارچوب قوانین و نهادهای موجود بپردازند.
- 0 رسانه‌ها باید از آنچه ممکن است به جنایت، خشونت یا بی‌نظمی در کشور یا هتک حرمت گروه‌های اقلیت منجر شود، پرهیز کنند.
- 0 رسانه‌ها به عنوان یک مجموعه کلی باید کثرت‌گرا باشند و با ایجاد امکان دسترسی به دیدگاه‌های مختلف و تأمین حق جواب، انعکاس‌دهنده تعدد و تنوع اندیشه‌ها در جامعه خویش باشند.

- 0 جامعه و مخاطبان رسانه‌ها، با توجه به تعهدات و وظایف اجتماعی مورد نظر، حق دارند خواستار رعایت استانداردهای عالی حرفه‌ای در فعالیت‌های روزنامه‌نگاری

باشند و در صورت لزوم، برای تأمین و تضمین منافع و مصالح عمومی در این زمینه مداخله کنند.

0 روزنامه نگاران و همکاران حرفه‌ای رسانه‌ها در برابر جامعه و همچنین کارفرمایان خود و بازار پاسخگو باشند (مک‌کویل، ۱۳۸۲: ۱۷۱).

بحث و تحلیل

بر مبنای نظریه برساخت اجتماعی، تصور و درک مخاطب از دنیا، حاصل ترکیب ساخت اجتماعی معنا و معنای حاصل از تجربه شخصی و چگونگی تعامل با رسانه‌هاست. در این دیدگاه، تنها واقعیت عینی و بیرونی نیست که شناخت ما را می‌سازد، بلکه ذهن ما نیز در ساختن جهان خارج نقش سازنده‌ای دارد. به نظر برساخت‌گرایان، مفاهیم جنبه خاص تاریخی و فرهنگی خود را دارند و نتیجه شرایط خاص زمانی و مکانی خود هستند. به نظر آن‌ها، آنچه حقیقت نامیده می‌شود، حاصل مشاهده عینی جهان نیست، بلکه زائیده فراگردهای اجتماعی مستمر بین افراد است. رسانه‌ها و تعامل با آن‌ها پیام‌ها و تفاسیر آن‌ها را شکل می‌دهند و با تولید معنا گفتمان‌ها را می‌سازند. رسانه‌ها در این موضوع با آگاهی بخشی و پیام‌رسانی به‌ویژه با وجه تبلیغی و تجویزی و با تکرار و برجسته‌سازی، شرایط مطلوب را برای حاکمیت یک گفتمان فراهم می‌کنند. با توجه به اهمیت و تأثیر فضای مجازی و فعالیتی که جوانان در این حوزه دارند، بدون شک شکل‌گیری گفتمان و افکار عمومی تا حدود زیادی تحت تأثیر این حوزه است.

نکته دیگر بعد تعاملی و مشارکتی بودن رسانه‌های مجازی است که توده مردم در برساخت اجتماعی مطلوب مشارکت گسترده می‌توانند داشته باشند. شبکه‌های اجتماعی مخاطب را به رسانه تبدیل کرده‌اند. ترکیب مخاطب و رسانه با هم در سطوح مختلف فردی، سازمانی، نخبگانی، فراملی و ملی، فرازمانی و فرامکانی، نهادی و حتی با حضور مسئولان در شکل‌گیری گفتمان غالب تأثیر انکارناپذیر دارد و حرکت به سمت تمدن اسلامی را می‌تواند تا اندازه زیادی تسهیل کند. این رسانه‌ها می‌توانند به توسعه همه‌جانبه و ایجاد هویت ملی

(واعظزاده خطیب، ۱۳۸۸) کمک کنند و ظرفیت‌ها، موضوعات و جریان‌سازی‌ها را با رویکرد کلان‌گفتمانی مطلوب پوشش بدهند (بابائی، ۱۳۹۴) و بنا بر نظریه مسئولیت اجتماعی رسانه‌ها باید پیام‌های همسو با تحقق تمدن اسلامی به مخاطب ارائه کنند. مفاهیمی که بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در فضای اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی باید بازآفرینی شوند، به شرح زیر است:

۱. علم و پژوهش

یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های گفتمان رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم انقلاب توصیه به علم و پژوهش و فناوری است. اهمیت علم و پژوهش چنان است که غرب توانسته با تکیه بر علم و دانش خود به رتبه‌های برتر در عرصه‌های مختلف دست یابد. علم و پژوهش به‌نوعی موتور محرکه و زیرساخت هر نوع توسعه و پیشرفت و توسعه به‌شمار می‌آید. ناگفته نماند که پیشرفت علمی کشور در سال‌های اخیر تعجب جهانیان را به‌دنبال داشته است، چنان‌که در بعضی از شاخص‌های علم و پژوهش حائز رتبه‌های برتر در میان کشورهای دنیا هستیم.

چگونگی دسترسی به علم و پژوهش در گذشته نسبت به زمان حال تغییرات بسیاری را پشت سر گذاشته است. در زمان‌های گذشته دسترسی به منابع علمی و پژوهشی سخت و دشوار بوده است، اما اکنون با پیشرفت ابزار و وسایل ارتباطی و گسترش و توسعه اینترنت، بسیاری از مشکلات گذشته از بین رفته‌اند و به‌نوعی راحتی و سهولت در دسترسی به منابع، نصیب پژوهشگران شده است. در دنیای علمی-پژوهشی امروز صحبت از علم داده‌بنیاد، دنیای متاورس، هوش مصنوعی، علوم شناختی و... است و تمام این‌ها به‌گونه‌ای با فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در ارتباط است. از جمله اقداماتی که پیشنهاد می‌شود در عرصه علم و پژوهش بر اساس گام دوم انقلاب در حوزه فضای مجازی انجام گیرد، عبارت است از:

0 ایجاد مراکز علمی-پژوهشی معتبر در بستر فضای مجازی و شبکه‌های

اجتماعی؛

- 0 به‌روزرسانی منابع علمی-پژوهشی به‌ویژه در حوزه فضای مجازی؛
- 0 افزایش چاپ و توزیع نسخه‌های الکترونیکی منابع علمی-پژوهشی؛
- 0 هم‌افزایی و همکاری مراکز علمی-پژوهشی در بستر فضای مجازی و شبکه‌های

اجتماعی؛

- 0 ایجاد بسترهای لازم برای استفاده رایگان اهالی علم و پژوهش از منابع الکترونیکی و مجازی.

۲. معنویت و اخلاق

معنویت و اخلاق، یکی دیگر از توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی است. معنویت و اخلاق در جمهوری اسلامی، ریشه و مبنای الهی-توحیدی دارد و بر اساس فرهنگ ناب محمدی و دین اسلام تنظیم شده است. رعایت تقوای الهی و مرزبندی‌های اخلاق در دین اسلام، می‌تواند موجبات سعادت و سرافرازی انسان در دنیا و آخرت را در پی داشته باشد. معنویت و اخلاق معاندان جمهوری اسلامی جنبه مادی بیشتری دارد و آموزه‌هایی از دنیادوستی، شهوت، تفرقه‌افکنی و مسائلی این‌چنین دارد و به‌طورکلی معرفت که ریشه معنویت و اخلاق است در آن جایگاه مشخصی ندارد. به عبارت دیگر می‌توان گفت آنچه که امروزه غرب و معاندان از آن به‌عنوان اخلاق یاد می‌کنند، مقارن ضد اخلاق و ضد معنویت است؛ البته شاید بتوان ریشه این نوع ملاک‌بندی را در نوع جهان‌بینی طرفین پیدا کرد. در مباحث اخلاق و معنویت جمهوری اسلامی، ملاک تشخیص درست از نادرست شاخصی به نام «اسلام است»؛ یعنی دین اسلام است که مشخص می‌کند چه رفتاری پسندیده و چه اخلاقی ناپسند است. حال آن‌که ملاک تشخیص درستی یا نادرستی رفتار و اخلاق در جبهه دشمنان جمهوری اسلامی، تا حدودی میل انسانی است. آنچه باعث می‌شود که برخی در داخل کشور در انتخاب و الگوپذیری رفتارهای خود دچار اشتباه شوند و رفتارها و کردارهای ضد اخلاق و ضد معنویت غرب و معاندان را انتخاب کنند، استفاده از

ظرفیت گسترده رسانه به‌ویژه فضای مجازی است.

شبکه‌های مجازی در این خصوص مانند شمشیری دولبه هستند و دارای دو گونه اثرگذاری مثبت و منفی در این حوزه هستند. صدها کانال و شبکه تلویزیونی، اینترنتی و ماهواره‌ای بر ضد آرمان‌ها، معنویت و اخلاق و ارزش‌های انقلاب اسلامی فعالیت می‌کنند. معاندان و دشمنان انقلاب اسلامی، توسط ابزارها و وسایل ارتباطی به کانون‌های ضد اخلاق و معنویت علیه جمهوری اسلامی تبدیل شده‌اند. دشمنان با در دست گرفتن فضای مجازی و به‌کارگیری ظرفیت‌های رسانه و فضای مجازی و همچنین زیبا جلوه دادن ضد اخلاق (با استفاده از تکنیک‌های رسانه‌ای) در انتخاب الگوهای معرفتی و اخلاقی جوانان تردید ایجاد کرده و آنان را به ناچار به اشتباه می‌اندازند. بنابر آنچه گفته شد، نیاز است مسئولان چاره‌اندیشی کنند تا بتوان از آسیب‌های احتمالی جلوگیری کرد و اخلاق و معنویت ناب اسلامی را که سعادت و سرفرازی دنیا و آخرت انسان را تأمین می‌کند، فراگیر شود.

یکی از مهم‌ترین راه‌های مؤثر بر تقویت معنویت در جامعه، وجود یک سلسله باورها و ارزش‌های دینی در جامعه، رعایت همگانی آن در فضای مجازی و تولید محتوا در این خصوص در شبکه‌های اجتماعی است. باید باورها و انگیزه‌ها و ارزش‌های مبتنی بر ایمان در شبکه‌های اجتماعی گسترش پیدا کند. انگیزه‌های مبتنی بر دین و باورهای نشأت‌یافته از ایمان استحکام و دوام بیشتری نسبت به انگیزه‌های نشأت‌یافته از مادیات دارند (آقایروز و همکاران، ۱۳۸۹: ۱۵۸). همچنین باید برنامه‌ریزی در راستای رسیدن به نقطه مطلوب، با توجه به مقتضیات جامعه در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی تهیه، تدوین و اجرا شود. از جمله اقداماتی که پیشنهاد می‌شود در عرصه معنویت و اخلاق بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب مورد توجه واقع شود، عبارت است از:

0 ایجاد پایگاه‌های معرفتی در مبارزه با جریان‌های ضد اخلاقی غربی در بستر

شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛

0 ایجاد کانون‌ها و تشکل‌های مجازی جهاد تبیین (تبیین اخلاق و معنویت

اسلامی)؛

0 ایجاد مراکز رفع شبهات مجازی برای افشار مختلف (به‌ویژه برای جوانان)

۳. اقتصاد

اقتصاد یکی از مؤلفه‌های قدرت هر کشور است. اقتصاد کشور ما برخلاف نظام اقتصادی غرب که بر پایه نظام لیبرال و مادی‌گرایانه بنا شده، ریشه‌ای اسلامی دارد و باید بر اساس قواعد اسلامی اداره شود؛ امری با وقوع انقلاب اسلامی به‌وجود آمد. مجموعه مفاهیم و آموزه‌های متعالی دینی در بعد اقتصادی می‌تواند مفهوم بسیط و پایه‌ای از توسعه را در اختیارمان قرار دهد که به دور از نقش فریب‌کارانه و کارکرد استعماری واژه توسعه غربی است. این مفهوم دربردارنده رونق، شکوفایی، خود اتکایی، عدالت و معنویت اقتصادی است (ایزدی، ۱۳۹۵). نکته دیگر در باب اقتصاد این است که اقتصاد در غرب، به‌نوعی هدف تلقی می‌گردد، همان‌طور که اقتصاد در دین اسلام، وسیله‌ای برای رسیدن به هدف است نه خود هدف. مؤلفه اقتصاد اگر صحیح و دست در کشور جاری شود، بسیاری از مشکلات جامعه حل خواهد شد و سایر مؤلفه‌ها نیز به‌خودی‌خود ذیل اقتصاد رشد پیدا خواهند کرد، چراکه اگر اقتصاد درست باشد، مفاهیم و مؤلفه‌هایی مانند عدالت، آزادی، روابط خارجی، عزت ملی و... همگی رشد و توسعه پیدا خواهند کرد.

امروزه جمهوری اسلامی با انواع و اقسام تحریم‌های اقتصادی از طرف غرب و همدستانان مواجه است. در این شرایط، افرادی آگاه به مسائل اقتصادی و دلسوز انقلاب اسلامی باید برنامه‌ریزی کنند تا کشور بتواند با وجود تحریم و فشار، به مسیری که برای خود در حیطه اقتصادی ترسیم کرده است، برسد، همان‌طور که تاکنون با وجود تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی توانسته است در مسیر خود حرکت کند. حوزه مجازی و شبکه‌های اجتماعی به‌عنوان یک بستر برای رشد و توسعه اقتصادی می‌تواند در این حوزه کمک‌های فراوانی به نظام جمهوری اسلامی و انقلاب کند. ازجمله اقداماتی که در عرصه اقتصاد، بر اساس گام دوم انقلاب اسلامی در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌توان انجام داد

عبارت است از:

- 0 ایجاد بنگاه‌های اقتصادی در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی (فروشگاه‌های آنلاین و ...)
- 0 تبلیغ تولید ملی و کالاهای ایرانی در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 معرفی فرصت‌های اقتصادی (به تفکیک هر منطقه-استان) در کانال‌های هر منطقه-استان در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 ایجاد بانکداری الکترونیکی و ده‌ها گونه خدمات دیگر در بستر فضای مجازی؛
- 0 تبلیغ و ترویج اقتصاد مقاومتی بر مبنای آموزه‌های دینیو

۴. عدالت و مبارزه با فساد

عدالت و مبارزه با فساد، در کنار یکدیگر معنا دارند؛ به این صورت که یکی از شئون عدالت، مبارزه با فساد است، و مبارزه با فساد نیز یکی از شاخص‌های عدالت می‌باشد. پیروزی شکوهمند انقلاب اسلامی به رهبری امام و فداکاری مردم، دستاوردهای فراوانی به همراه داشته که از جمله آن‌ها نفی سلطه سیاسی، اقتصادی، نظامی و فرهنگی بیگانگان بوده است. بنابراین مهم‌ترین دستاورد داخلی انقلاب اسلامی، قطع دست بیگانگان و چپاولگران و سلطه‌گران از ایران و غارت منابع و ثروت‌های آن است (اخترشهر، ۱۳۸۷). یکی از تهدیدهای فعلی نظام اسلامی که تا حدودی افکار عمومی را نسبت به انقلاب بدبین کرده، چرخش اخبار منفی اقتصادی در شبکه‌های اجتماعی است. اخبار برخی اختلاس‌ها در فضای مجازی به مشروعیت و عدالت‌گستری نظام خدشه‌های جدی وارد کرده است. موارد جلوگیری از ارتکاب جرم، برخورد با مفسدین اقتصادی و اختلاس‌گران می‌تواند ورق را در این حوزه به نفع نظام برگرداند. هر اندازه که عدالت و مبارزه با فساد در جامعه بیشتر رعایت شود، افکار عمومی، آن جامعه را جامعه‌ای مطلوب می‌دانند و آن جامعه با رضایت افکار عمومی مواجه می‌شود و حرکت جامعه به سمت نقطه مطلوب (جامعه تمدن‌ساز) سریع‌تر



می‌شود.

در این زمینه باید بستر برقراری عدالت و مبارزه با فساد در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی تعریف شود. شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی نقش بی‌بدیل در اجرای عدالت و مبارزه با فساد دارند. گستردگی پهنای باند، تعداد بالای مخاطبان، عدم تعریف زمان و مکان، سهولت دسترسی و... را می‌توان از دلایل عمده این تأثیرگذاری دانست. ازجمله برنامه‌های پیشنهادی در راستای رعایت عدالت و مبارزه با فساد بر مبنای بیانیه گام دوم انقلاب عبارتند از:

0 افشای اسامی مفسدان و برخورد با آن‌ها در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛

- 0 آگاه‌سازی اقشار مختلف با قوانین قضایی (انواع جرم و مجازات) از طریق انتشار جزوات الکترونیکی در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 آگاه‌سازی اقشار مختلف با جرایم جدید سایبری (انواع هک، کلاهبرداری‌های اینترنتی و...);
- 0 تشویق کارکنان و مدیرانی که عدالت و مبارزه با فساد را در برنامه‌های مدیریتی خود اجرا می‌کنند.

۵. استقلال و آزادی

استقلال و آزادی به‌عنوان یکی دیگر از توصیه‌های رهبر معظم انقلاب در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی است. استقلال و آزادی در تعریفی عام، به معنای عدم وابستگی به بیگانگان (در امور مختلف) است. گذشته از درهم‌تنیدگی دو ارزش استقلال و آزادی به یکدیگر، حراست از این دو ارزش که دست‌آورد عظیم انقلاب اسلامی است، در عرصه‌های مختلف بر دوش دولت و آحاد ملت است. در نتیجه نباید به بهانه آزادی، استقلال مورد خدشه قرار گیرد، و نباید به بهانه استقلال، آزادی محدود شود. از این‌رو است که قانون اساسی هر دو را در کنار یکدیگر مورد ملاحظه و توجه قرار داده است (لک‌زایی، ۱۳۸۰).

وقوع انقلاب اسلامی، مفاهیم استقلال و آزادی را دچار تغییر و تحول کرد و ذیل

مفاهیم توحیدی دین اسلام معنا پیدا کردند. اسلام و دین، حد و مرز استقلال و آزادی را تعیین می‌کند، نه منافع ملت‌ها و اشخاص. با وجود این که جمهوری اسلامی استقلال و آزادی (مشروع) را در جامعه جاری کرده، اما غرب و معاندان با استفاده از ظرفیت‌ها و ظرفیت‌های رسانه‌ای و به‌کارگیری تکنیک‌های مختلف حوزه رسانه، طوری وانمود می‌کنند که مخاطب احساس کند که جامعه ایران پر از اسارت و ضد آزادی است و استقلال و آزادی در آن جایگاه و معنای مشخصی ندارد. به عبارت دیگر، جبهه رسانه‌ای غرب معنا و مفهوم استقلال و آزادی را وارونه به مخاطب (ایرانی) القاء می‌کند. شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی هم به عنوان بسترهای جدید رسانه‌ای به تبلیغات علیه نظام جمهوری می‌پردازند که در آن هیچ آزادی و استقلالی وجود ندارد. موارد منفی در نقد نظام اسلامی توسط خیل عظیم فعالین این حوزه پخش می‌شود که مهمترین نکته در این خصوص ایجاد نظم و بستری قانونی برای چگونگی فعالیت در حوزه فضای مجازی است. ازجمله برنامه‌های پیشنهادی در راستای استقلال و آزادی مطابق با بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی عبارت است از:

- 0 تبیین مفاهیم استقلال و آزادی (مشروع) در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 آگاه‌سازی افکار عمومی از زوایای استقلال و آزادی مطرح شده در غرب؛
- 0 برخورد با سوءاستفاده‌کنندگان از فضای مجازی.

۶. عزت ملی و مرزبندی با دشمن

عزت ملی و مرزبندی با دشمن، با هم پیوستگی و ارتباط دارند. عزت ملی در حالت کلی شامل: موفقیت‌های جامعه در سطوح ملی و بین‌المللی است که از نمونه‌های بارز آن می‌توان به موفقیت‌های نظام جمهوری اسلامی در عرصه‌های مختلف اشاره کرد. ساخت پهبادهای بومی در تراز جهانی، ارسال ماهواره‌ها به فضا (با استفاده از دانش بومی)، موفقیت‌های نظام در موضوعات هسته‌ای و نانو و عضویت در پیمان‌های اقتصادی منطقه‌ای و

بین‌المللی از جمله موارد حفظ و گسترش عزت اسلامی ایران است.

انقلاب اسلامی ایران و آموزه‌های آن، شکل‌دهنده جهت‌گیری‌ها و اهداف سیاست خارجی ایران در گذشته بوده که لازم است مؤلفه‌های عزت و مرزبندی با دشمنان در آن رعایت شود و آموزه‌ها، مفاهیم و ادبیات سیاسی انقلاب مانند: استبدادستیزی، مقابله با ظلم و ستم، خودباوری، استقلال‌خواهی، عدالت‌خواهی، احترام متقابل و همزیستی مسالمت‌آمیز با ملت‌ها و دولت‌ها حفظ و تقویت شود (دهشیری، ۱۳۹۰، ۳-۵۵). امروزه دستاوردهای علمی و فناوری‌های جدید و روابط خارجی به عامل عزت ملی مبدل شده است. شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی در حال حاضر بهترین ابزار انتقال این نمود عزت ملی به نقاط مختلف دنیا است. هنگامی که با استفاده از فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی توانستیم عزت ملی و مرزبندی با دشمنان را به مردم دنیا نشان دهیم، درحقیقت، استواری، بزرگی و قدرت نظام جمهوری اسلامی را در مقابل جبهه غرب و معاندان تأیید کرده‌ایم. در این زمینه شبکه‌های اجتماعی باید به موارد زیر پردازند:

- 0 نمایش دستاوردهای و نمودهای قدرت ایران در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی (تهیه مستند و...);
- 0 معرفی دستاوردهای موفقیت‌آمیز دستگاه دیپلماسی در عرصه مذاکرات بین‌المللی به افکار عمومی در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 آگاه‌سازی افکار عمومی نسبت به حد و مرزهای ارزش‌های انقلابی و همچنین آشنایی به مسائل مختلف دشمن‌شناسی به‌ویژه در حوزه جنگ رسانه‌ای و نرم در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی.

۷. سبک زندگی

تلاش غرب و جبهه رسانه‌ای آن در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی این است که بتواند سبک زندگی، آرمان‌ها و الگوهای خود را بر جامعه ایرانی تحمیل کند. رواج انواع مدل‌های پوشاک و لباس، سبک‌های خوراکی جدید، رابطه‌های مبتذل بین دختر و پسر،

تبلیغ انواع عمل‌های جراحی غیرمعارف، ساخت‌وسازهای ساختمانی بر اساس معماری غربی، تبلیغ و ترویج وسایل و لوازم با مارک و برندهای معروف تنها گوشه‌هایی از تأثیرگذاری شبکه‌های اجتماعی بر سبک زندگی اسلامی است. این هجمه‌ها علیه سبک زندگی جامعه ایرانی، در حالی است که فرهنگ ایرانی-اسلامی دارای غنی‌ترین عناصر فرهنگی و جزء باثبات‌ترین سبک‌های زندگی است که متأسفانه با کم‌توجهی مواجه شده است. هدف اصلی در این جنگ در مرحله اول جوانان هستند که انقلابی اخلاقی و اجتماعی در خصوص آن‌ها در حال رخ دادن است. سیستم‌های رایانه‌ای و شبکه‌های اجتماعی با دگرگون ساختن جنبه‌های گوناگون زندگی جوانان، مانند نحوه تفکر، تعامل با دیگران، ارتباط برقرارکردن و استفاده از جسم و ذهن، زندگی آنان را تغییر می‌دهند. در این زمینه برای ساختن جسم و ذهن و محیط جدید زندگی جوانان به فلسفه و اصول رفتاری خاصی نیازمندیم (ایزدی و قاسمی، ۱۳۹۰) تا علاوه بر دنیای حقیقی، دنیای مجازی نیز به عرصه تقابل حق و باطل (خیر و شر) تبدیل شود و جبهه غرب نتواند سبک زندگی خود را در این بستر (فضای مجازی) بر سبک زندگی اسلامی و انقلابی پیروز کند. همچنین ضمن مخالفت و جلوگیری از جولان سبک زندگی غربی در شبکه‌های اجتماعی، باید سبک زندگی ایرانی-اسلامی که آمیزه‌ای از تمدن ایرانی و دین اسلام است، با برنامه‌ای مشخص و رویکردی فعال در صحنه مجازی تبلیغ و ترویج کنیم و نگذاریم که غربی‌ها در این عرصه از ما پیشی بگیرند. شبکه‌های اجتماعی نقش انتقال‌دهنده اجزای سبک زندگی و القاءکننده نتایج آن در جامعه ایرانی را برعهده دارند و خود نیز از سبک زندگی کاربرانشان متأثرند (ذوالفقاری و همکاران، ۱۳۹۲). ازجمله راهکارها و برنامه‌های پیشنهادی در این حوزه می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- 0 تبلیغ و ترویج سبک زندگی ایرانی-اسلامی و برجسته‌سازی نمودهای آن از طریق رسانه و در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 ترویج مد، لباس، پوشاک و غذاهای سنتی ملی و استانی؛
- 0 برگزاری نمایشگاه‌های مجازی خرید کالا و وسایل ایرانی؛

- 0 به نمایش درآوردن معایب سبک زندگی غربی از طریق تولیدات هنری و رسانه‌ای در بستر شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی؛
- 0 برگزاری نشست‌ها و کرسی‌های مجازی جهاد تبیین در مورد سبک زندگی اسلامی؛
- 0 معرفی و تبیین هویت ایرانی اسلامی در فضای مجازی.

بحث و نتیجه‌گیری

انقلاب اسلامی ایران توانست با عبور از گام اول، وارد مرحله بعدی شود که نقشه راه و چگونگی حرکت آن در بیانیه گام دوم انقلاب تبیین شده است. در این مرحله، نظام جمهوری اسلامی ایران باید مرتب به بازآفرینی و بازسازی مؤلفه‌های اساسی خود بپردازد. بخش عظیمی از این بازآفرینی برعهده رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی است. مهم‌ترین مؤلفه‌های انقلاب بر مبنای بیانیه گام دوم انقلاب عبارتند از: ثبات و امنیت و حفظ تمامیت ارضی ایران، علم و فناوری به‌عنوان موتور پیشران کشور، سنگین کردن کفه عدالت در تقسیم امکانات عمومی کشور، افزایش چشمگیر معنویت و اخلاق در فضای عمومی جامعه، ایستادگی روزافزون در برابر قلدران و زورگویان و مستکبران جهان، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت ملی، مرزبندی با دشمن و سبک زندگی؛ که قسمت عمده‌ای از بازآفرینی و جا انداختن این مفاهیم به‌عنوان گفتمان اصلی انقلاب در گام دوم برعهده رسانه‌ها و فضای مجازی است. جوانان محور تأکیدی در بیانیه گام دوم هستند که وظایف سنگینی بر دوش آن‌هاست، به‌ویژه آن‌که در فضای مجازی فعال‌تر از سایر اقشار جامعه هستند. جوانان به تناسب پیشرفت‌های تکنولوژی و توسعه اینترنت و وسایل ارتباطی، فضای تبادل اطلاعات، خود را به فضای مجازی و بستر شبکه‌های اجتماعی (واتساپ، تلگرام، اینستاگرام، یوتیوب، ایکس و...) متصل کرده‌اند و ساعات زیادی از وقت خود را صرف گذراندن در این فضا می‌کنند. در فضای مجازی باید با اولویت قرار دادن توصیه‌های رهبری در محورهای علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت ملی،

مرزبندی با دشمن و سبک زندگی، مفاهیم و مؤلفه‌های نظام جمهوری اسلامی بازآفرینی شود تا برساخت و گفتمانی که می‌تواند جامعه را به‌سوی تمدن اسلامی پیش ببرد حاکم شود و مسئولان و اصحاب رسانه به‌ویژه حوزه فضای مجازی در مقابل آن مطابق با مسئولیت اجتماعی خود پاسخگو باشند.



۱. آقاپیروز، علی؛ خدمتی، ابوطالب؛ شفیعی، عباس؛ بهشتی‌نژاد، سیدمحمود؛ الوانی، سیدمهدی (۱۳۹۸). مدیریت در اسلام. قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۲. اخترشهر، علی (۱۳۸۷). دشمن‌شناسی از منظر مقام معظم رهبری، معارف، (۶۴): ۵۹-۷۰.
۱. ایزدی، مهدی (۱۳۹۵). مفهوم، ارکان و شاخصه‌های پیشرفت از منظر قرآن و حدیث. مطالعات قرآن و حدیث، ۹ (۲): ۱۸۴-۱۴۹. <https://doi.org/10.30497/quran.2016.1831>
۲. ایزدی، مهشید؛ قاسمی، کبری (۱۳۹۰). تأثیر استفاده از شبکه اطلاعات جهانی بر هویت دینی ملی دانش‌آموزان. تحقیقات روانشناختی، (۹): ۹۷-۱۰۶.
۳. بابائی، محمد (۱۳۹۴). نقش رسانه در زمینه‌سازی تحقق تمدن نوین اسلامی با تأکید بر گفتمان‌سازی و پوییش فراگیر رسانه‌ای. مطالعات رسانه و امت، ۲ (۳): ۳۶-۵.
۴. برایان، بافبرگ (۱۳۷۹). فرهنگ تشریحی کامپیوتر. ترجمه: رضا حسینی و داریوش فرسای. تهران: دانشیار.
۵. بهرامی‌کمیل، نظام (۱۳۸۸). نظریه رسانه‌ها. تهران: انتشارات کویر.
۶. خامنه‌ای، سید علی (۱۳۹۷). بیانیه «گام دوم انقلاب» خطاب به ملت ایران. بازبایی‌شده در تاریخ ۵ فروردین ۱۴۰۳ از سایت: <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=41673>
۷. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۹۴). جغرافیای سیاسی فضای مجازی. تهران: سمت.
۸. حایک، مریم (۱۳۹۹). راهکارهای رسانه‌ای باورپذیری کارآمدی انقلاب اسلامی ایران. پژوهش‌های انقلاب اسلامی، ۹ (۱): ۱۵۱-۱۷۶.
۹. دهخدا، علی‌اکبر (۱۳۷۷). لغت‌نامه دهخدا. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۰. دهشیری، محمدرضا (۱۳۹۰). بازتاب مفهومی و نظری انقلاب اسلامی ایران در روابط بین‌الملل. تهران: علمی و فرهنگی.
۱۱. ذوالفقاری، عاطفه؛ حجازی، سیدرضا؛ رازی، سمیرا (۱۳۹۲). مقایسه کارکرد شبکه‌های اجتماعی در سبک زندگی در دو تمدن اسلامی ایرانی و غربی. ره‌آورد نور، (۴۴): ۱۴-۲۱.
۱۲. رستگاری، محمدجواد؛ نامداریان، محمد (۱۴۰۰). جایگاه فضای مجازی در گام دوم انقلاب اسلامی. کنفرانس تحول دیجیتال چالش‌ها و فرصت‌ها. <https://civilica.com/doc/1597468>
۱۳. سورین، ورنر؛ تانکارد، جیمز (۱۳۸۱). نظریه‌های ارتباطات. ترجمه: علیرضا دهقان. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
۱۴. سیدمن، استیون (۱۳۸۶). کشاکش آرا در جامعه‌شناسی. ترجمه: هادی جلیلی. تهران: نشر نی.

۱۵. سیدمن، استیون (۱۳۸۶). نسبی کردن جامعه‌شناسی: چالش مطالعات فرهنگی. ترجمه جمال محمدی. تهران: انتشارات جهاد دانشگاهی واحد تهران.
۱۶. صدیقی، کلیم (۱۳۷۵). نهضت‌های اسلامی و انقلاب اسلامی ایران. تهران: اطلاعات.
۱۷. عابدی درچه، محسن (۱۴۰۲). الزامات حکمرانی اسلامی فضای مجازی در گام دوم انقلاب اسلامی. رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، ۳ (۹): ۶۱-۸۱.
۱۸. کاستلز، مانوئل (۱۳۸۰). عصر اطلاعات: ظهور جامعه شبکه‌ای (ج ۱). ترجمه: احد علیقلیان و افشین خاکباز. تهران: طرح نو.
۱۹. کریمی، مصطفی؛ نصراللهی کاسمانی، اکبر؛ خیامی، عبدالکریم (۱۴۰۱). دلالت‌های سیاست‌گذاری رسانه؛ مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. مطالعات راهبردی در فرهنگ، ۲ (۳): ۹-۲۲.
<https://doi.org/10.22083/scsj.2023.355748.1078>
۲۰. لکزایی، شریف (۱۳۸۰). سازوکارهای تأمین آزادی در قانون اساسی. پایگاه حوزه، (۱۰)، دسترسی در: <https://hawzeh.Net/fa/Magazine/view/3814/7395/92078>.
۲۱. مطهری، مرتضی (۱۳۷۸). پیرامون انقلاب اسلامی. تهران: صدرا.
۲۲. معتمدنژاد، کاظم؛ معتمدنژاد، رؤیا (۱۳۸۶). حقوق ارتباطات. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
۲۳. مک‌کوابیل، دنیس (۱۳۸۲). درآمدی بر نظریه ارتباطات جمعی. ترجمه: پرویز اجلالی. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۴. نجفی، موسی؛ سرافراز، سمیه (۱۳۹۹). بازنمایی نقش رسانه در تمدن‌سازی پس از انقلاب اسلامی ایران. مطالعات میان‌رشته‌ای در رسانه و فرهنگ، ۱۰ (۲): ۲۵۹-۲۷۵.
<https://doi.org/10.30465/ismc.2021.6076>
۲۵. واعظزاده خطیب، حسین (۱۳۸۸). بررسی و دروازه‌بانی خبر در روزنامه پیمان یزد و بخش خبری ساعت ۲۳ سیمای مرکز یزد به‌عنوان مهمترین رسانه‌های خبری استان. پایان‌نامه کارشناسی ارشد ارتباطات، تهران دانشگاه صداوسیما.
۲۶. ون‌دایک، جان (۱۳۸۴). قدرت و سیاست در جامعه شبکه‌ای. رسانه، (۶۲): ۲۵-۲۸.
27. Castells, Manuel. (2007). Communication, power and counter-power in
28. the network society. International journal of communication1 (1):29.
29. Mcquail, D (2006) Mcquail's Mass Communication Teory, Sage Publications.
30. Surrete, R (1998) Media, Crime, and Criminal justice, Wadsworth Publications.