



doi: 10.30497/rc.2026.250574.2182



OPEN ACCESS

Received: 2026/06/20

Accepted: 2026/08/29

Designing a Communication Model of Jihad-e Tabyin on Social Media: Emphasizing Media Literacy and Its Implications for Education in Advancing the Objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution

Ali jafari*

Abstract

The expansion of social media and its growing role in shaping public opinion, narrative conflicts, and cognitive warfare have highlighted the need for innovative strategies of *Jihad-e Tabyin* (clarification). This study aimed to develop a communication model for *Jihad-e Tabyin* in social media, with an emphasis on media literacy and its implications for education in advancing the objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution. The study was applied in purpose and qualitative in approach, employing thematic analysis as its research strategy. Data were collected through 15 semi-structured interviews with scholars and experts in communication sciences, media, cultural policymaking, and educational sciences and analyzed using Braun and Clarke's thematic analysis approach. The findings yielded 73 initial codes, 19 subthemes, and six main themes: cognitive requirements, content strategies, communication strategies, social media capacities, barriers and challenges, and outcomes of *Jihad-e Tabyin*. The results indicated that enhancing media literacy, effective narrative construction, fostering social hope, two-way interaction, social networking, and leveraging technological capacities constitute essential requirements for *Jihad-e Tabyin* in social media. The final model conceptualizes *Jihad-e Tabyin* as a multidimensional and strategic process that can contribute to strengthening social capital, public trust, and revolutionary identity and advancing the objectives of the Second Step Statement of the Islamic Revolution. Based on the model, education can contribute to these objectives by strengthening media literacy and critical thinking, empowering teachers, fostering active and responsible students in digital environments, and developing dialogue- and narrative-based educational practices.

Keywords: Communication Model, Jihad-e Tabyin, Social Media, Media Literacy, Education, Second Step Statement of the Islamic Revolution.

* Department of Participation and Communication, Research Institute for Education Studies, Organization for Educational Research and Planning, Tehran, Iran.
alijafari@oerp.ir

طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر سواد رسانه‌ای و دلالت‌های آن برای آموزش و پرورش در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

علی جعفری*

چکیده

گسترش شبکه‌های اجتماعی و نقش فزاینده آن‌ها در شکل‌دهی افکار عمومی، جنگ روایت‌ها و جنگ‌های شناختی، ضرورت بهره‌گیری از راهبردهای نوین جهاد تبیین را آشکار ساخته است. پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی با تأکید بر سواد رسانه‌ای و تبیین دلالت‌های آن برای آموزش و پرورش در راستای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی انجام شد. پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر رویکرد کیفی بود و با راهبرد تحلیل مضمون انجام گرفت. داده‌ها از طریق ۱۵ مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با صاحب‌نظران و خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، رسانه، سیاست‌گذاری فرهنگی و علوم تربیتی گردآوری و براساس رویکرد براون و کلارک تحلیل شد. یافته‌ها به استخراج ۷۳ کد اولیه، ۱۹ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی شامل الزامات شناختی، راهبردهای محتوایی، راهبردهای ارتباطی، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، موانع و چالش‌ها و پیامدهای جهاد تبیین منجر شد. نتایج نشان داد که ارتقای سواد رسانه‌ای، روایت‌سازی مؤثر، امیدآفرینی اجتماعی، تعامل دوسویه، شبکه‌سازی اجتماعی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های فناورانه، از الزامات اساسی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی است. الگوی نهایی، جهاد تبیین را فرایندی چندبعدی و راهبردی نشان می‌دهد که می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی، اعتماد عمومی و هویت انقلابی و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی کمک کند. بر اساس الگوی نهایی، آموزش و پرورش می‌تواند از طریق تقویت سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی، توانمندسازی معلمان، تربیت دانش‌آموزان کنشگر و مسئول در فضای مجازی و توسعه آموزش‌های مبتنی بر گفت‌وگو و روایت‌سازی، زمینه تحقق بخشی از اهداف تربیتی و اجتماعی بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را فراهم سازد.

واژگان کلیدی: الگوی ارتباطی، جهاد تبیین، شبکه‌های اجتماعی، سواد رسانه‌ای، آموزش و پرورش، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی.

* گروه مشارکت‌ها و ارتباطات، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، تهران، ایران.

مقدمه

تحولات شتابان فناوری‌های ارتباطی و گسترش شبکه‌های اجتماعی، الگوهای تولید، توزیع و مصرف اطلاعات را در جوامع معاصر دگرگون ساخته است. شبکه‌های اجتماعی از یک سو امکان مشارکت گسترده کاربران در فرایند ارتباطات را فراهم کرده و از سوی دیگر به بستری برای شکل‌دهی افکار عمومی، بازنمایی واقعیت‌های اجتماعی، رقابت‌های گفتمانی و تأثیرگذاری بر نگرش‌ها و رفتارهای مخاطبان تبدیل شده‌اند (Castells, 2010). در چنین فضایی، قدرت رسانه‌ای صرفاً در اختیار نهادهای رسمی نیست بلکه کنشگران متعددی از طریق سکوها ارتباطی در فرایند تولید معنا و جهت‌دهی به افکار عمومی نقش‌آفرینی می‌کنند. از این رو، شبکه‌های اجتماعی به یکی از مهم‌ترین عرصه‌های رقابت شناختی، فرهنگی و هویتی در جهان معاصر تبدیل شده‌اند. در جمهوری اسلامی ایران نیز هم‌زمان با افزایش ضریب نفوذ اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، این فضا به یکی از مهم‌ترین بسترهای شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی، سیاسی و فرهنگی تبدیل شده است. در این میان، حجم گسترده اطلاعات، انتشار اخبار نادرست، عملیات روانی، جنگ روایت‌ها و تلاش برای تغییر ادراک مخاطبان، ضرورت توجه به راهبردهای آگاهی‌بخشی، روشنگری و اقناع افکار عمومی را بیش‌ازپیش نمایان ساخته است. در چنین شرایطی، مفهوم «جهاد تبیین» به عنوان یکی از راهبردهای بنیادین در مواجهه با تحریف واقعیت‌ها، جنگ شناختی و تلاش برای حفظ و تقویت سرمایه اجتماعی مطرح شده است. جهاد تبیین را می‌توان فرایندی مستمر و هدفمند برای تبیین حقایق، روشنگری، پاسخ‌گویی به شبهات، اقناع افکار عمومی و تقویت بینش اجتماعی در مواجهه با روایت‌های رقیب دانست (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار افشار مختلف مردم درباره جهاد تبیین، ۱۴۰۰).

از سوی دیگر، «بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی» که در چهل‌مین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی از سوی رهبر معظم انقلاب اسلامی منتشر شد، به عنوان سندی راهبردی برای ترسیم مسیر آینده جمهوری اسلامی ایران شناخته می‌شود. این بیانیه با تأکید بر نقش جوانان، پیشرفت علمی، عدالت، معنویت، استقلال، آزادی، عزت ملی و تمدن‌سازی نوین اسلامی، افق‌های جدیدی را برای حرکت جامعه ایرانی در دهه‌های

آینده ترسیم کرده است (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). تحقق اهداف و آرمان‌های مطرح‌شده در این بیانیه نیازمند شکل‌گیری فرایندهای مؤثر ارتباطی و رسانه‌ای است که بتواند مفاهیم و ارزش‌های آن را برای نسل جدید تبیین و بازنمایی کند.

با وجود اهمیت جهاد تبیین و جایگاه شبکه‌های اجتماعی در فضای ارتباطی امروز، بررسی ادبیات پژوهش نشان می‌دهد که مطالعات انجام‌شده عمدتاً بر ابعاد مفهومی، فرهنگی، سیاسی یا آموزشی جهاد تبیین متمرکز بوده‌اند و کمتر به طراحی یک الگوی جامع ارتباطی و رسانه‌ای برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب در شبکه‌های اجتماعی پرداخته‌اند. همچنین بخش قابل‌توجهی از پژوهش‌های موجود، رویکردی توصیفی داشته و نتوانسته‌اند ابعاد، مؤلفه‌ها، الزامات، راهبردها و پیامدهای جهاد تبیین در محیط شبکه‌های اجتماعی را به‌صورت نظام‌مند و مدل‌سازی‌شده تبیین کنند (امینی و دیگران، ۱۴۰۴). افزون‌براین، بسیاری از مطالعات به بررسی جداگانه مفاهیم جهاد تبیین، سواد رسانه‌ای، جنگ شناختی یا بیانیه گام دوم پرداخته‌اند و خلأ پژوهشی قابل‌توجهی در زمینه پیوند میان این حوزه‌ها و ارائه یک چهارچوب یکپارچه مشاهده می‌شود.

از منظر نظری نیز شبکه‌های اجتماعی محیطی مبتنی بر تعامل، مشارکت، تولید محتوای کاربرمحور و انتشار سریع اطلاعات هستند و موفقیت جهاد تبیین در چنین فضایی مستلزم شناخت سازوکارهای اقناع، تعامل، اعتمادسازی، روایت‌گری و مشارکت فعال مخاطبان است. نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز^۱ (۲۰۱۰)، نظریه حوزه عمومی هابرماس^۲ (۱۹۸۹) و رویکرد ارتباطات مشارکتی بر این نکته تأکید دارند که تأثیرگذاری در محیط‌های شبکه‌ای صرفاً از طریق انتقال یک‌سویه پیام امکان‌پذیر نیست بلکه نیازمند فرایندهای تعاملی، گفت‌وگومحور و مبتنی بر اعتماد اجتماعی است. ازاین‌رو، طراحی الگویی علمی برای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه بهره‌گیری مؤثرتر از ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب را فراهم سازد.

1. Castells, M.

2. Habermas, J.

از منظر بیداری اسلامی، آگاهی بخشی، بصیرت افزایی و مقابله با تحریف واقعیت‌ها از مهم‌ترین الزامات تحقق تحول اجتماعی و تمدنی در جوامع اسلامی محسوب می‌شود. در اندیشه انقلاب اسلامی نیز بیداری اسلامی مقدمه‌ای برای تحقق تمدن نوین اسلامی تلقی شده و تحقق این هدف مستلزم گفتمان‌سازی، اقناع اجتماعی و مشارکت آگاهانه مردم، به‌ویژه نسل جوان، است (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). در عصر رسانه‌های دیجیتال، بخش مهمی از رقابت‌های فرهنگی و سیاسی در قالب جنگ روایت‌ها و نبرد بر سر تفسیر واقعیت‌ها جریان دارد. در چنین شرایطی، جهاد تبیین به‌عنوان راهبردی برای روشنگری، تبیین حقایق، پاسخ‌گویی به شبهات و تقویت قدرت تحلیل مخاطبان، می‌تواند نقش مؤثری در تقویت بیداری اسلامی، مقابله با جنگ روایت‌ها و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی ایفا کند. از این‌رو، طراحی الگویی علمی و بومی برای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی از ضرورت نظری و عملی قابل توجهی برخوردار است؛ بنابراین، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که با توجه به اهمیت روزافزون شبکه‌های اجتماعی در شکل‌دهی افکار عمومی و ضرورت تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ابعاد، مؤلفه‌ها، الزامات، راهبردها و پیامدهای الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی چیست و چگونه می‌توان بر اساس آن‌ها یک الگوی جامع و بومی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی طراحی کرد؟

۱. پیشینه پژوهش

موسوی (۱۴۰۵)، در پژوهشی با عنوان اصول، مبانی و سیاست‌های جهاد تبیین با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای به بررسی مفهوم، مبانی، اصول و سیاست‌های جهاد تبیین در چهارچوب بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین به‌عنوان یک فریضه فوری و راهبردی، مهم‌ترین ابزار مقابله با تحریف، جنگ شناختی و جنگ نرم دشمنان علیه ارزش‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی است. همچنین مؤلفه‌هایی نظیر قانع‌سازی افکار عمومی، دشمن‌شناسی، عمل به شعارهای

انقلاب، رفع تحریف‌ها و کج‌فهمی‌ها، بهره‌گیری از هنر و رسانه و نقش‌آفرینی حلقه‌های میانی و دانشگاهیان از مهم‌ترین الزامات تحقق جهاد تبیین به‌شمار می‌روند. بر اساس یافته‌های پژوهش، جهاد تبیین نقش اساسی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم، تقویت سرمایه اجتماعی، تربیت نسل جوان انقلابی و زمینه‌سازی برای شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی ایفا می‌کند.

محسنی و عرب‌نژاد (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان جایگاه جهاد تبیین در تحقق تمدن نوین اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی و گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای به بررسی نقش جهاد تبیین در فرایند تحقق تمدن نوین اسلامی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین یکی از مهم‌ترین الزامات تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌ساز خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی اسلامی است. یافته‌ها بیانگر آن است که مقابله با تحریف، ابهام‌افکنی و جنگ‌شناختی دشمنان، نیازمند گفتمان‌سازی، روشنگری مستمر و نقش‌آفرینی فعال نخبگان، دانشگاهیان، رسانه‌ها و جوانان است. همچنین مؤلفه‌هایی نظیر علم و فناوری، معنویت، عدالت، اخلاق، خودباوری، پیشرفت علمی، تربیت نیروی انسانی مؤمن و انقلابی و مشارکت جوانان از مهم‌ترین ارکان تمدن نوین اسلامی معرفی شدند. نتایج پژوهش تأکید دارد که جهاد تبیین با تقویت آگاهی عمومی، تبیین دستاوردهای انقلاب اسلامی و ایجاد اعتماد به ظرفیت‌های درونی، می‌تواند زمینه شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی و تحقق آرمان‌های بیانیه گام دوم انقلاب را فراهم سازد.

امینی، محمدیانی و سلیم (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان «الگوی راهبردی مدیریت رسانه‌های اجتماعی در عرصه جهاد تبیین» با استفاده از رویکرد کیفی، مصاحبه با خبرگان و روش تحلیل مضمون به طراحی الگوی مدیریت رسانه‌های اجتماعی در حوزه جهاد تبیین پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که مدیریت اثربخش رسانه‌های اجتماعی مستلزم توجه هم‌زمان به ماهیت رسانه‌های اجتماعی، کنشگران اصلی، راهبردهای مواجهه، روش‌های بازاریابی، رویکردهای تنظیم‌گری و عناصر کنش فعال در عرصه جهاد تبیین است. همچنین پنج الزام اساسی برای استقرار این الگو شناسایی شد. یافته‌ها نشان داد که سامان‌دهی رسانه‌های اجتماعی باید بر مبنای شناخت دقیق

ماهیت این رسانه‌ها، مشارکت فعال نهادها، نخبگان و مردم، بازآرایی نظام تنظیم‌گری رسانه‌ای، تقویت جریان‌سازی اجتماعی، شبکه‌سازی و تولید و توزیع محتوای سالم و تبیینی انجام شود تا زمینه تحقق اهداف جهاد تبیین در فضای مجازی فراهم گردد.

امیری و ملکی (۱۴۰۴)، در پژوهشی با عنوان نقش فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در بازآفرینی مؤلفه‌های انقلاب اسلامی (با تأکید بر توصیه‌های رهبری در بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی) به بررسی ظرفیت‌های فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی در تحقق توصیه‌های بیانیه گام دوم انقلاب پرداختند. پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر منابع اسنادی و کتابخانه‌ای انجام شد. یافته‌ها نشان داد که حضور فعال جوانان در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی می‌تواند محورهای اساسی بیانیه گام دوم شامل علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و آزادی، عزت ملی و سبک زندگی را به گفتمان عمومی جامعه تبدیل کند. نتایج همچنین بیانگر آن بود که شبکه‌های اجتماعی از طریق گفتمان‌سازی، مطالبه‌گری اجتماعی، آگاهی‌بخشی و مشارکت جوانان، ظرفیت بالایی برای بازآفرینی ارزش‌های انقلاب اسلامی و تحقق اهداف تمدنی مورد نظر بیانیه گام دوم دارند. نویسندگان تأکید می‌کنند که فضای مجازی می‌تواند به بستری برای مسئولیت‌پذیری اجتماعی، مطالبه‌گری عمومی و ترویج مفاهیم انقلاب اسلامی در میان نسل جوان تبدیل شود.

جعفری (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان نقش رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با هدف بررسی میزان تأثیر رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، از روش پیمایشی و کاربردی استفاده کرد. جامعه آماری پژوهش را استادان، خبرگان و کارشناسان حوزه علوم ارتباطات و رسانه شهر تهران تشکیل دادند که از میان آنان ۵۰ نفر به شیوه نمونه‌گیری در دسترس انتخاب شدند. ابزار گردآوری داده‌ها، پرسش‌نامه محقق‌ساخته مبتنی بر سه بُعد اصلی بیانیه گام دوم انقلاب شامل دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران، ثمره‌های راهبردی انقلاب و توصیه‌های مأموریتی انقلاب بود و داده‌ها با استفاده از آزمون t تک‌نمونه‌ای تحلیل شدند. یافته‌های پژوهش نشان داد که رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب نقش مطلوب و

معناداری ایفا کرده است. همچنین نتایج بیانگر آن بود که رسانه ملی در تحقق دستاوردهای جمهوری اسلامی ایران (۳/۴۵)، ثمره‌های راهبردی انقلاب (۳/۳۷) و توصیه‌های مأموریتی انقلاب (۲۳/۳) عملکردی بالاتر از سطح متوسط داشته است. درنهایت، پژوهش نتیجه گرفت که حرکت رسانه ملی در سال‌های اخیر همسو با اهداف و الزامات بیانیه گام دوم انقلاب بوده و این رسانه از طریق تبیین دستاوردهای انقلاب، تقویت هویت ملی، ترویج ارزش‌های انقلاب اسلامی، آگاهی‌بخشی سیاسی و فرهنگی و بازنمایی توصیه‌های راهبردی رهبری، نقش مؤثری در تحقق اهداف این بیانیه ایفا کرده است.

محمدی، عزیزآبادی فراهانی، عامری شهرابی و قیومی (۱۴۰۳)، در پژوهشی با عنوان طراحی الگوی راهبردهای فرهنگی نقش دانشگاه در جهاد تبیین مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با هدف شناسایی شاخص‌ها و مؤلفه‌های نقش دانشگاه در تحقق جهاد تبیین بر اساس بیانیه گام دوم انقلاب، از روش کیفی و تحلیل مضمون استفاده کردند. یافته‌های پژوهش نشان داد که الگوی نقش دانشگاه در جهاد تبیین در قالب دو دسته عوامل ایجابی و کنشی و پدافندی و واکنشی قابل تبیین است. براین اساس، مؤلفه‌ها در چهار محور اصلی شامل تبیین حرکت و اهمیت آن، تبیین نقاط امیدبخش، تبیین واقعیت‌های میدان و تبیین راهبردها و راه‌حل چالش‌ها سازمان یافتند. نتایج نشان داد که مؤلفه‌هایی نظیر جهاد علمی، مرجعیت علمی، ارتقای سواد رسانه‌ای، ظرفیت نسل جوان و استادان، امیدآفرینی، اقتصاد مقاومتی، مدیریت جهادی، مسئولیت‌پذیری جوانان، توسعه فناوری بومی، شرکت‌های دانش‌بنیان و خوداتکایی از مهم‌ترین عناصر نقش‌آفرینی دانشگاه در جهاد تبیین به‌شمار می‌روند. درنهایت، پژوهش تأکید می‌کند که دانشگاه به‌عنوان کانون تولید علم و فرهنگ، می‌تواند با تربیت نیروی انسانی متعهد و آگاه، زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی را فراهم سازد.

محمدزاده بنی‌طرفی (۱۴۰۲)، در پژوهشی با عنوان جهاد تبیین و نقش حلقه‌های میانی در تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی با استفاده از روش توصیفی — تحلیلی و گردآوری داده‌ها به شیوه کتابخانه‌ای به این نتیجه رسید که حلقه‌های میانی، به‌ویژه

جوانان، گروه‌های جهادی و تشکل‌های مردمی، نقش محوری در تحقق جهاد تبیین و پیشبرد اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی دارند. مهم‌ترین مؤلفه‌های این نقش شامل قانع‌سازی افکار عمومی، تبیین شعار «نه شرقی، نه غربی»، تبیین چرایی عدم ارتباط با آمریکا، دشمن‌شناسی، عمل به شعارهای انقلاب، رفع تحریف‌ها و کج‌فهمی‌ها و بهره‌گیری از هنر و رسانه برای روایت صحیح واقعیت‌هاست. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین در شرایط جنگ روایت‌ها و تحریف حقایق، راهبردی ضروری برای حفظ هویت و استمرار انقلاب اسلامی است و حلقه‌های میانی می‌توانند با تربیت نیروی انسانی مؤمن، آگاه و انقلابی، زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم و حرکت به‌سوی تمدن نوین اسلامی را فراهم سازند.

نوده فراهانی (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان الگوی حکمرانی گام اول انقلاب و دلالت‌های سیاست‌گذارانه بیانیه گام دوم با استفاده از رویکرد کیفی و بهره‌گیری از دو روش آشنایی‌زدایی و پس‌کاوی (واکاوی) به تحلیل محتوای بیانیه گام دوم انقلاب پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که الگوی حکمرانی جمهوری اسلامی در گام نخست انقلاب بر مؤلفه‌هایی همچون درک انقلاب اسلامی به‌عنوان یکی از انقلاب‌های کبیر بشری، تقدم فرهنگ و معنویت بر سایر حوزه‌ها، توجه به مفهوم برکت به‌جای صرف منطق هزینه - فایده اقتصادی، و جهاد علمی به‌عنوان موتور پیشرفت کشور استوار بوده است. همچنین یافته‌ها بیان کرد که هدف اصلی بیانیه گام دوم صرفاً واگذاری امور به جوانان نیست بلکه تعیین تکالیف همه آحاد جامعه برای ورود به مرحله تمدن‌سازی است. پژوهش تأکید می‌کند که تحقق گام دوم انقلاب نیازمند توجه هم‌زمان به علم و پژوهش، سبک زندگی، معنویت و اخلاق، عدالت، اقتصاد مقاومتی، استقلال، عزت ملی و نقش‌آفرینی جوانان است. درنهایت، نویسنده نتیجه می‌گیرد که مهم‌ترین راهبرد برای تحقق تمدن نوین اسلامی - ایرانی، بازسازی مبانی حکمرانی، تقویت جهاد علمی و اصلاح الگوهای سیاست‌گذاری متناسب با سبک زندگی اسلامی - ایرانی است.

دارابی (۱۳۹۹)، در پژوهشی با عنوان گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای به بررسی نقش سواد رسانه‌ای در مقابله با تهاجم نرم و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب پرداخت. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی و مبتنی بر تحلیل

اسناد و دیدگاه‌های نظری انجام شد. یافته‌ها نشان داد که رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار تهاجم نرم در عصر جدید هستند و نظام سلطه از طریق رسانه‌های سنتی و نوین درصدد تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، ارزش‌ها و سبک زندگی جوامع هدف است. نتایج پژوهش همچنین بیانگر آن بود که ارتقای سواد رسانه‌ای و بصیرت رسانه‌ای مخاطبان، مهم‌ترین راهبرد مقابله با تهاجم نرم و نفوذ فرهنگی محسوب می‌شود. نویسنده تأکید می‌کند که آموزش سواد رسانه‌ای، تقویت قدرت تحلیل پیام‌های رسانه‌ای و بهره‌گیری آگاهانه از رسانه‌ها می‌تواند زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، به‌ویژه در حوزه خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی نوین اسلامی را فراهم سازد. ازاین‌رو، سواد رسانه‌ای به‌عنوان یکی از الزامات راهبردی تحقق گام دوم انقلاب معرفی شده است.

مرور پژوهش‌های پیشین نشان می‌دهد که جهاد تبیین به‌عنوان راهبردی اساسی برای مقابله با تحریف، جنگ شناختی و جنگ نرم و نیز تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مورد توجه پژوهشگران قرار گرفته است (موسوی، ۱۴۰۵؛ محسنی و عرب‌نژاد، ۱۴۰۴). نتایج مطالعات بر اهمیت مؤلفه‌هایی نظیر آگاهی‌بخشی، اقناع افکار عمومی، امیدآفرینی، دشمن‌شناسی، سواد رسانه‌ای، مشارکت جوانان و تبیین دستاوردهای انقلاب اسلامی تأکید دارند. همچنین پژوهش‌ها نشان می‌دهند که رسانه‌ها، فضای مجازی، دانشگاه‌ها و حلقه‌های میانی از مهم‌ترین بسترها و کنشگران تحقق جهاد تبیین و گفتمان‌سازی اجتماعی هستند (جعفری، ۱۴۰۳؛ محمدی و دیگران، ۱۴۰۳؛ امیری و ملکی، ۱۴۰۴؛ محمدزاده بنی‌طرفی، ۱۴۰۲).

باوجوداین، بیشتر پژوهش‌های انجام‌شده ماهیتی توصیفی و نظری داشته و هریک تنها بخشی از موضوع را بررسی کرده‌اند. ازاین‌رو، خلأ پژوهشی در زمینه طراحی یک الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی همچنان وجود دارد؛ خلأیی که پژوهش حاضر درصدد پوشش آن است.

۲. مبانی نظری پژوهش

۲-۱. جهاد تبیین

جهاد تبیین در سال‌های اخیر به یکی از مفاهیم محوری در گفتمان انقلاب اسلامی تبدیل شده است. این مفهوم از دو واژه «جهاد» و «تبیین» تشکیل شده است. جهاد در

ادبیات اسلامی صرفاً به معنای مبارزه نظامی نیست بلکه هرگونه تلاش هدفمند و مستمر در مسیر تحقق ارزش‌های الهی را شامل می‌شود. تبیین نیز به معنای آشکارسازی حقیقت، روشنگری، رفع ابهام و ارائه شناخت صحیح از واقعیت‌ها است. ازاین‌منظر، جهاد تبیین را می‌توان تلاشی مستمر، آگاهانه و مسئولانه برای تبیین حقایق، مقابله با تحریف‌ها و ارتقای بصیرت عمومی دانست (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار اقشار مختلف مردم درباره جهاد تبیین، ۱۴۰۰).

مفهوم جهاد تبیین ریشه در آموزه‌های قرآنی دارد. قرآن کریم رسالت پیامبران را تبیین حقایق و هدایت انسان‌ها معرفی می‌کند؛ چنان‌که خداوند می‌فرماید: «وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ» (سوره نحل / آیه ۴۴). براین‌اساس، تبیین یکی از مهم‌ترین ابزارهای هدایت فکری و فرهنگی جوامع محسوب می‌شود. همچنین در آموزه‌های اسلامی، آگاهی‌بخشی و روشنگری از مهم‌ترین وظایف اجتماعی مسلمانان تلقی شده است.

در ادبیات معاصر انقلاب اسلامی، جهاد تبیین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین راهبردهای مقابله با جنگ‌شناختی، تحریف واقعیت‌ها و عملیات روانی دشمنان مطرح شده است. جنگ‌شناختی با هدف تأثیرگذاری بر ادراک، نگرش، باورها و فرایند تصمیم‌گیری افراد و جوامع، از طریق دستکاری اطلاعات، تولید روایت‌های جهت‌دار و بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌ای و فضای مجازی عمل می‌کند. در چنین شرایطی، جهاد تبیین فراتر از اطلاع‌رسانی صرف، به فرایندی راهبردی برای روشنگری، اقناع افکار عمومی، پاسخ‌گویی به شبهات و مقابله با روایت‌های تحریف‌شده تبدیل می‌شود. این رویکرد با تقویت آگاهی عمومی، افزایش قدرت تحلیل و ارتقای بصیرت اجتماعی مخاطبان، زمینه حفظ انسجام اجتماعی، تقویت سرمایه اجتماعی و صیانت از هویت فرهنگی و فکری جامعه را فراهم می‌سازد (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان، ۱۴۰۱). از منظر ارتباطات، جهاد تبیین را نمی‌توان صرفاً معادل اطلاع‌رسانی یا تبلیغات دانست. اطلاع‌رسانی بر انتقال داده‌ها تأکید دارد، درحالی‌که جهاد تبیین بر اقناع، آگاهی‌بخشی، گفت‌وگو، تغییر نگرش مخاطبان متمرکز است. ازاین‌رو، جهاد تبیین را می‌توان نوعی کنش ارتباطی راهبردی دانست که هدف آن ایجاد فهم مشترک، تقویت

سرمایه اجتماعی و مقابله با تحریف در فضای عمومی است (دارابی، ۱۳۹۹؛ محمدزاده بنی‌طرفی، ۱۴۰۲؛ موسوی، ۱۴۰۵).

۲-۲. نظریه تمدن نوین اسلامی

یکی از مهم‌ترین مفاهیم مطرح‌شده در اندیشه معاصر انقلاب اسلامی، مفهوم تمدن نوین اسلامی است. این مفهوم به الگویی از پیشرفت اشاره دارد که در آن توسعه علمی، عدالت اجتماعی، معنویت، اخلاق، استقلال و کرامت انسانی به‌صورت متوازن مورد توجه قرار می‌گیرند (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷).

تمدن نوین اسلامی صرفاً یک پروژه سیاسی، اقتصادی یا فناورانه نیست بلکه فرایندی جامع و چندبُعدی است که تحقق آن مستلزم تحول در نظام باورها، ارزش‌ها، هنجارها و الگوهای رفتاری جامعه است. ازاین‌رو، فرهنگ و ارتباطات در فرایند تمدن‌سازی جایگاهی بنیادین دارند. رسانه‌ها و شبکه‌های ارتباطی از طریق تولید، بازنمایی و ترویج معانی، ارزش‌ها و هویت‌های جمعی، نقش مهمی در شکل‌گیری گفتمان‌های اجتماعی و جهت‌دهی به افکار عمومی ایفا می‌کنند. براین‌اساس، تحقق تمدن نوین اسلامی نیازمند شکل‌گیری و گسترش گفتمان عمومی پیرامون ارزش‌ها، آرمان‌ها و اهداف تمدنی است؛ امری که بدون بهره‌گیری از ظرفیت‌های ارتباطی و رسانه‌ای امکان‌پذیر نخواهد بود (محسنی و عرب‌نژاد، ۱۴۰۴).

در این چهارچوب، جهاد تبیین یکی از مهم‌ترین ابزارهای تمدن‌سازی محسوب می‌شود؛ زیرا از طریق روشنگری، اقناع و گفتمان‌سازی، زمینه مشارکت آگاهانه مردم در فرایند تمدن‌سازی را فراهم می‌آورد. ازاین‌رو، می‌توان جهاد تبیین را حلقه واسط میان آرمان‌های تمدنی انقلاب اسلامی و افکار عمومی جامعه دانست.

۲-۳. بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی که در چهلمین سالگرد پیروزی انقلاب اسلامی صادر شد، نقشه راه حرکت جمهوری اسلامی ایران در دهه‌های آینده را ترسیم می‌کند (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). در این بیانیه، هفت محور اساسی شامل علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، اقتصاد، عدالت و مبارزه با فساد، استقلال و

آزادی، عزت ملی و سبک زندگی مورد تأکید قرار گرفته‌اند.

وجه تمایز بیانیه گام دوم انقلاب، توجه ویژه به نقش جوانان در تحقق اهداف انقلاب اسلامی است. این بیانیه نسل جوان را موتور محرک پیشرفت و تمدن‌سازی معرفی می‌کند و بر ضرورت مشارکت فعال آنان در عرصه‌های مختلف اجتماعی، فرهنگی و علمی تأکید دارد (مقام معظم رهبری، بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی، ۱۳۹۷). تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی مستلزم شکل‌گیری فرایندهای گسترده گفتمان‌سازی، آگاهی‌بخشی و اقناع اجتماعی در سطح جامعه است. از آنجاکه بخش مهمی از اهداف این بیانیه به تحول فرهنگی، ارتقای سرمایه اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و مشارکت فعال نسل جوان در مسیر پیشرفت کشور مربوط می‌شود، تحقق آن بدون تبیین مستمر و مؤثر ارزش‌ها، آرمان‌ها و دستاوردهای انقلاب اسلامی امکان‌پذیر نخواهد بود. در این میان، جهاد تبیین با ایفای نقش روشنگرانه، پاسخ‌گویی به شبهات، مقابله با تحریف واقعیت‌ها و تبیین افق‌های پیش‌روی انقلاب اسلامی، می‌تواند زمینه پذیرش آگاهانه، همراهی اجتماعی و مشارکت فعال نسل جوان را در تحقق اهداف بیانیه گام دوم فراهم سازد. از این رو، جهاد تبیین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین الزامات فرهنگی و ارتباطی تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی شناخته می‌شود (بیانات مقام معظم رهبری در دیدار دانشجویان، ۱۴۰۱؛ محسنی و عرب‌نژاد، ۱۴۰۴).

۲-۴. شبکه‌های اجتماعی و گفتمان‌سازی

تحولات فناوری‌های ارتباطی موجب شکل‌گیری جامعه شبکه‌ای شده است. کاستلز معتقد است که در عصر اطلاعات، شبکه‌ها مهم‌ترین ساختارهای اجتماعی محسوب می‌شوند و قدرت در قالب جریان‌های اطلاعاتی توزیع می‌شود (Castells, 2010). در چنین فضایی، شبکه‌های اجتماعی به مهم‌ترین بستر شکل‌گیری افکار عمومی، هویت‌های جمعی و رقابت گفتمان‌ها تبدیل شده‌اند.

شبکه‌های اجتماعی ویژگی‌هایی همچون تعاملی بودن، مشارکت‌پذیری، سرعت انتشار اطلاعات و تولید محتوای کاربرمحور را دارا هستند. این ویژگی‌ها سبب شده‌اند که فرایندهای اقناع، آگاهی‌بخشی و گفتمان‌سازی بیش از هر زمان دیگری به این فضا

وابسته شوند (Boyd & Ellison, 2007).

ازسوی دیگر، نظریه گفتمان بیان می‌کند که واقعیت‌های اجتماعی از طریق روایت‌ها، نمادها و معانی بازتولید می‌شوند (Laclau & Mouffe, 1985). براین اساس، جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی را می‌توان فرایندی برای تولید و تثبیت گفتمان انقلاب اسلامی دانست. در این فرایند، روایت‌سازی، اقناع مخاطبان، پاسخ‌گویی به شبهات و ایجاد مشارکت اجتماعی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

بنابراین، شبکه‌های اجتماعی نه تنها ابزار انتقال پیام، بلکه عرصه اصلی رقابت گفتمان‌ها و میدان تحقق جهاد تبیین در عصر دیجیتال محسوب می‌شوند.

بر اساس مبانی نظری فوق، جهاد تبیین به‌عنوان سازوکاری ارتباطی، فرهنگی و تمدنی در نظر گرفته می‌شود که از طریق شبکه‌های اجتماعی می‌تواند زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را فراهم آورد.

در این پژوهش، جهاد تبیین به‌عنوان یک فرایند ارتباطی راهبردی تعریف می‌شود که از طریق تولید معنا، روایت‌سازی، اقناع مخاطبان، تعامل دوسویه و گفتمان‌سازی در شبکه‌های اجتماعی، زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را فراهم می‌سازد. در این چهارچوب، تمدن نوین اسلامی مبانی ارزشی پژوهش را تشکیل می‌دهد، بیانیه گام دوم انقلاب چهارچوب محتوایی پژوهش را فراهم می‌سازد و نظریه جامعه شبکه‌ای و نظریه گفتمان، بستر ارتباطی و رسانه‌ای الگوی پیشنهادی را تبیین می‌کنند.

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با هدف طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی انجام شد. این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر رویکرد، کیفی است. راهبرد پژوهش، تحلیل مضمون است که به‌منظور شناسایی، تحلیل و تبیین ابعاد، مؤلفه‌ها و راهبردهای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی مورد استفاده قرار گرفت. جامعه پژوهش را صاحب‌نظران و خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، رسانه، فضای مجازی، سیاست‌گذاری فرهنگی و علوم تربیتی تشکیل دادند. نمونه‌گیری به‌صورت هدفمند انجام شد. معیارهای ورود به

پژوهش شامل داشتن حداقل مدرک دکتری یا سوابق علمی و اجرایی مرتبط، انتشار آثار علمی در حوزه رسانه، فضای مجازی، انقلاب اسلامی یا جهاد تبیین و همچنین تمایل به مشارکت در پژوهش بود. فرایند نمونه‌گیری تا دستیابی به اشباع نظری ادامه یافت و در نهایت با ۱۵ نفر از خبرگان مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انجام شد. اشباع نظری زمانی حاصل شد که داده‌های جدید منجر به تولید کد یا مضمون جدیدی نشد. ابزار اصلی گردآوری داده‌ها، مصاحبه نیمه‌ساختاریافته بود. راهنمای مصاحبه بر اساس مبانی نظری پژوهش، مطالعات پیشین و اهداف پژوهش تدوین شد. داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با استفاده از روش تحلیل مضمون براساس رویکرد شش مرحله‌ای براون و کلارک^۳ (۲۰۰۶) شامل آشنایی با داده‌ها، تولید کدهای اولیه، جست‌وجوی مضامین، بازبینی مضامین، تعریف و نام‌گذاری مضامین و تدوین گزارش نهایی تحلیل شد (Braun & Clarke, 2006). به‌منظور سازمان‌دهی داده‌ها و تسهیل فرایند کدگذاری از نرم‌افزار MAXQDA 2024 استفاده شد. برای افزایش اعتبار یافته‌های پژوهش از معیارهای پیشنهادی لینکلن و گوبا (Lincoln & Guba, 1985) شامل اعتبارپذیری انتقال‌پذیری، تأییدپذیری و اطمینان‌پذیری استفاده شد. دراین‌راستا، بازبینی مشارکت‌کنندگان، بازبینی همتایان، مقایسه مستمر داده‌ها و ثبت دقیق مراحل پژوهش مورد استفاده قرار گرفت. همچنین برای افزایش قابلیت اعتماد، بخشی از فرایند کدگذاری توسط دو پژوهشگر مستقل بررسی شد و درباره کدها و مضامین اختلافی، توافق حاصل گردید.

۴. یافته‌های پژوهش

در این پژوهش، ۱۵ نفر از خبرگان حوزه‌های علوم ارتباطات، رسانه، فضای مجازی، مطالعات انقلاب اسلامی، سیاست‌گذاری فرهنگی و جهاد تبیین مشارکت داشتند. از این تعداد، ۱۲ نفر دارای مدرک دکتری و ۳ نفر دارای مدرک کارشناسی ارشد بودند. میانگین سابقه فعالیت علمی و اجرایی آنان ۱۸ سال بود.

جدول (۱): ویژگی‌های مشارکت‌کنندگان پژوهش

متغیر	طبقه	فراوانی
جنسیت	مرد	۱۱
	زن	۴
مدرک تحصیلی	دکتری	۱۲
	کارشناسی ارشد	۳
سابقه فعالیت	۵ تا ۱۰ سال	۳
	۱۱ تا ۲۰ سال	۷
	بیش از ۲۰ سال	۵

نتایج نشان می‌دهد مشارکت‌کنندگان از تجربه و تخصص کافی در حوزه‌های مرتبط با موضوع پژوهش برخوردار بوده‌اند و داده‌های گردآوری‌شده از اعتبار مناسبی برخوردار است.

۴-۱. استخراج مضامین

تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها منجر به استخراج ۷۳ کد اولیه، ۱۹ مضمون فرعی و ۶ مضمون اصلی شد.

جدول (۲): مضامین اصلی، مضامین فرعی و نمونه کدهای استخراج‌شده

مضمون اصلی	مضمون فرعی	نمونه کدها
الزامات شناختی جهاد تبیین	سواد رسانه‌ای	تفکر انتقادی، تشخیص اخبار جعلی، تحلیل روایت
	بصیرت اجتماعی	شناخت تهدیدها، تحلیل محیط رسانه‌ای
	آگاهی سیاسی	شناخت مسائل روز، قدرت تحلیل رویدادها
راهبردهای محتوایی	روایت‌سازی مؤثر	تولید روایت بومی، روایت امیدبخش
	اقناع رسانه‌ای	استدلال منطقی، پاسخ به شبهات
	تولید محتوای خلاق	محتوای چندرسانه‌ای، داستان‌پردازی
	امیدآفرینی اجتماعی	تبیین دستاوردها، روایت پیشرفت، مقابله با یأس‌آفرینی، آینده‌نگری مثبت

مضمون اصلی	مضمون فرعی	نمونه کدها
راهبردهای ارتباطی	تعامل دوسویه	گفت‌وگو با مخاطبان، پاسخگویی
	شبکه‌سازی اجتماعی	تشکیل اجتماعات مجازی
	کنشگری فعال	مشارکت کاربران، تولید محتوای مردمی
ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی	سرعت انتشار	انتشار گسترده پیام
	دسترسی گسترده	ارتباط با نسل جوان
	مشارکت‌پذیری	تعامل کاربران
موانع و چالش‌ها	اخبار جعلی	انتشار اطلاعات نادرست
	جنگ‌شناختی	تحریف واقعیت‌ها
	بی‌اعتمادی اجتماعی	کاهش پذیرش پیام
پیامدهای جهاد تبیین	تقویت سرمایه اجتماعی	افزایش اعتماد عمومی
	تحقق اهداف گام دوم	گسترش ارزش‌های انقلاب
	تقویت هویت انقلابی	افزایش تعلق اجتماعی

۴-۱-۱. مضمون اول: الزامات شناختی جهاد تبیین

یافته‌ها نشان دادند که موفقیت جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی پیش از هر چیز نیازمند ارتقای ظرفیت‌های شناختی مخاطبان است. مشارکت‌کنندگان بر نقش سواد رسانه‌ای، بصیرت اجتماعی و آگاهی سیاسی تأکید داشتند. از نظر آنان، مخاطبی که توانایی تحلیل پیام‌های رسانه‌ای را نداشته باشد، در برابر عملیات شناختی و تحریف اطلاعات آسیب‌پذیر خواهد بود. یکی از مشارکت‌کنندگان در تشریح الزامات شناختی جهاد تبیین اظهار داشت: «جهاد تبیین قبل از هر چیز نیازمند ارتقای سواد رسانه‌ای مخاطبان است؛ زیرا اگر افراد توانایی تشخیص اخبار صحیح از اخبار تحریف‌شده را

نداشته باشند، در برابر جنگ روایت‌ها آسیب‌پذیر خواهند بود» (مصاحبه‌شونده ۴). مشارکت‌کننده دیگری نیز بیان کرد: «بصیرت اجتماعی و قدرت تحلیل مسائل روز، مهم‌ترین پیش‌نیاز موفقیت جهاد تبیین در فضای مجازی است؛ زیرا بدون شناخت صحیح از محیط رسانه‌ای، امکان اقناع مخاطبان وجود ندارد» (مصاحبه‌شونده ۹). بنابراین، سواد رسانه‌ای و ارتقای قدرت تحلیل کاربران به‌عنوان نخستین پیش‌شرط جهاد تبیین در فضای شبکه‌های اجتماعی شناسایی شد.

۴-۱-۲. مضمون دوم: راهبردهای محتوایی

دومین مضمون اصلی پژوهش به راهبردهای محتوایی اختصاص داشت. خبرگان معتقد بودند که جهاد تبیین بدون تولید روایت‌های جذاب، اقناع‌کننده و متناسب با نیازهای مخاطبان امکان موفقیت ندارد. در زمینه راهبردهای محتوایی، یکی از خبرگان اظهار داشت: «در فضای شبکه‌های اجتماعی، صرف انتشار اطلاعات کافی نیست؛ موفقیت جهاد تبیین به توانایی روایت‌سازی و تولید محتوای جذاب و متناسب با نیازهای نسل جوان بستگی دارد» (مصاحبه‌شونده ۲).

یکی دیگر از مؤلفه‌های مهم راهبردهای محتوایی، امیدآفرینی اجتماعی بود. خبرگان معتقد بودند که جهاد تبیین صرفاً به معنای پاسخ‌گویی به شبهات یا رفع تحریف‌ها نیست بلکه باید بتواند تصویری واقع‌بینانه و درعین‌حال امیدبخش از آینده جامعه ارائه کند. از دیدگاه مشارکت‌کنندگان، برجسته‌سازی پیشرفت‌های علمی، فرهنگی و اجتماعی کشور، معرفی ظرفیت‌های نسل جوان و تبیین چشم‌اندازهای آینده از مهم‌ترین راهبردهای امیدآفرینی در شبکه‌های اجتماعی محسوب می‌شود. به اعتقاد آنان، امیدآفرینی می‌تواند نقش مؤثری در افزایش مشارکت اجتماعی و تقویت اعتماد عمومی ایفا کند. یکی از مشارکت‌کنندگان در این زمینه اظهار داشت: «جهاد تبیین زمانی موفق خواهد بود که علاوه بر پاسخ به شبهات، بتواند امید به آینده را در میان مخاطبان تقویت کند. اگر روایت ما نتواند امید ایجاد کند، بخش مهمی از کارکرد جهاد تبیین محقق نخواهد شد» (مصاحبه‌شونده ۱۲).

نتایج نشان داد که روایت‌سازی مؤثر، پاسخ‌گویی به شبهات، امیدآفرینی و تولید

محتوای خلاقانه از مهم‌ترین راهبردهای محتوایی جهاد تبیین محسوب می‌شوند. به اعتقاد مشارکت‌کنندگان، رقابت اصلی در فضای مجازی، رقابت روایت‌ها است و هر جریانی که بتواند روایت معتبرتر و جذاب‌تری ارائه کند، موفق‌تر خواهد بود.

۴-۱-۳. مضمون سوم: راهبردهای ارتباطی

یافته‌ها نشان دادند که جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی نیازمند عبور از الگوی ارتباطات یک‌سویه است. تعامل دوسویه، گفت‌وگو با مخاطبان، پاسخ‌گویی مستمر و شبکه‌سازی اجتماعی از مهم‌ترین مؤلفه‌های این مضمون بودند. یکی از مشارکت‌کنندگان در خصوص اهمیت تعامل با مخاطبان اظهار داشت: «مخاطبان امروز صرفاً دریافت‌کننده پیام نیستند؛ آن‌ها می‌خواهند در فرایند تولید معنا مشارکت داشته باشند. به همین دلیل، جهاد تبیین باید بر گفت‌وگو و تعامل دوسویه استوار باشد» (مصاحبه‌شونده ۶). همچنین یکی از خبرگان تصریح کرد: «شبکه‌سازی میان کاربران و ایجاد اجتماعات مجازی همسو با ارزش‌های انقلاب اسلامی می‌تواند اثربخشی فعالیت‌های تبیینی را چندین برابر کند» (مصاحبه‌شونده ۱۳).

مشارکت‌کنندگان تأکید داشتند که مخاطبان امروزی صرفاً دریافت‌کننده پیام نیستند بلکه در تولید و بازتولید محتوا نقش فعالی دارند. از این رو، جهاد تبیین باید مبتنی بر مشارکت و تعامل طراحی شود.

۴-۱-۴. مضمون چهارم: ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی

نتایج نشان داد که شبکه‌های اجتماعی ظرفیت‌های متعددی برای تحقق جهاد تبیین دارند. سرعت انتشار اطلاعات، دسترسی گسترده به مخاطبان، امکان تعامل و قابلیت تولید محتوای کاربرمحور از مهم‌ترین ظرفیت‌های شناسایی شده بودند. یکی از مشارکت‌کنندگان بیان کرد: «مهم‌ترین مزیت شبکه‌های اجتماعی، دسترسی مستقیم و گسترده به نسل جوان است. این ظرفیت می‌تواند فرصت کم‌نظیری برای ترویج ارزش‌های بیانیه گام دوم انقلاب فراهم کند» (مصاحبه‌شونده ۱).

۴-۱-۵. مضمون پنجم: موانع و چالش‌ها

یافته‌ها نشان دادند که جهاد تبیین با چالش‌هایی همچون انتشار اخبار جعلی، جنگ

شناختی، بی‌اعتمادی اجتماعی، شکاف نسلی و رقابت شدید رسانه‌ای مواجه است. یکی از خبرگان در خصوص چالش‌های جهاد تبیین اظهار داشت: «اخبار جعلی و روایت‌های تحریف‌شده مهم‌ترین مانع جهاد تبیین هستند؛ زیرا اعتماد مخاطبان را هدف قرار می‌دهند و قدرت اقناع را کاهش می‌دهند» (مصاحبه‌شونده ۵). از دیدگاه خبرگان، مهم‌ترین مانع پیش روی جهاد تبیین، تحریف واقعیت‌ها و شکل‌گیری روایت‌های رقیب در فضای مجازی است که می‌تواند اثربخشی پیام‌های تبیینی را کاهش دهد.

۴-۱-۶. مضمون ششم: پیامدهای جهاد تبیین

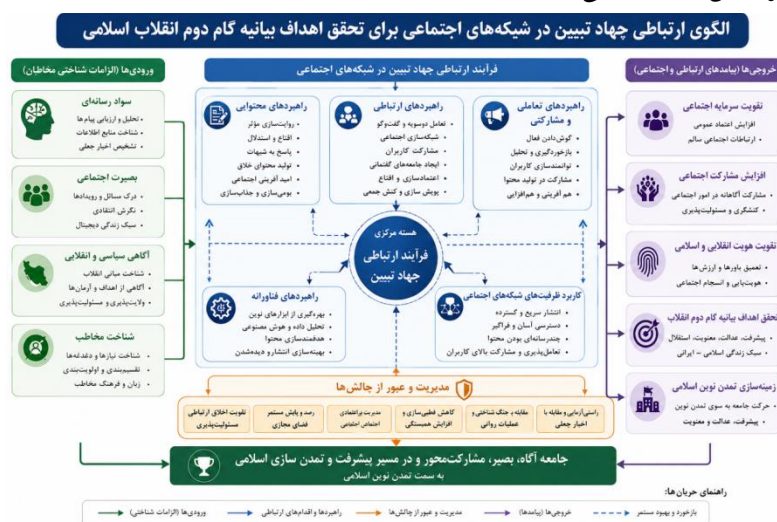
نتایج نشان داد که اجرای مؤثر جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش اعتماد عمومی، ارتقای مشارکت اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب منجر شود. یکی از مشارکت‌کنندگان در این باره اظهار داشت: «اگر جهاد تبیین به‌درستی در شبکه‌های اجتماعی اجرا شود، می‌تواند به افزایش اعتماد عمومی و تقویت سرمایه اجتماعی منجر شود» (مصاحبه‌شونده ۳). همچنین یکی دیگر از خبرگان تصریح کرد: «مهم‌ترین نتیجه جهاد تبیین، تقویت هویت انقلابی نسل جوان و فراهم شدن زمینه تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب است» (مصاحبه‌شونده ۱۴).

مشارکت‌کنندگان معتقد بودند که جهاد تبیین در صورت بهره‌گیری صحیح از ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، می‌تواند زمینه‌ساز تحقق اهداف تمدنی انقلاب اسلامی باشد.

۵. الگوی نهایی پژوهش

به‌منظور یکپارچه‌سازی یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون و تبیین روابط میان ابعاد، مؤلفه‌ها و فرایندهای شناسایی‌شده، الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی طراحی شد. این الگو حاصل تحلیل نظام‌مند دیدگاه‌های خبرگان و تلفیق مضامین اصلی و فرعی استخراج‌شده از داده‌های پژوهش است. در الگوی پیشنهادی، جهاد تبیین به‌عنوان یک فرایند ارتباطی چندبُعدی در نظر گرفته شده است که بر پایه الزامات شناختی مخاطبان شکل می‌گیرد و از طریق

راهبردهای محتوایی، ارتباطی، تعاملی و فناورانه در بستر شبکه‌های اجتماعی تحقق می‌یابد. همچنین، مدیریت چالش‌ها و موانع محیطی به‌عنوان بخشی از فرایند ارتباطی الگو مورد توجه قرار گرفته و در نهایت پیامدهای ارتباطی، اجتماعی و فرهنگی آن در راستای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی تبیین شده است. شکل ۱ الگوی نهایی پژوهش را نشان می‌دهد.



شکل (۱): الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی

منظور از تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی در این پژوهش، ارائه راهبردهای ارتباطی و رسانه‌ای برای تقویت فرایند آگاهی‌بخشی، گفتمان‌سازی، اقناع اجتماعی و مشارکت عمومی در راستای اهداف کلان بیانیه است. از این‌رو، الگوی حاضر به‌دنبال طراحی سازوکارهای ارتباطی تحقق تک‌تک محورهای هفت‌گانه بیانیه نیست بلکه چهارچوبی ارتباطی برای حمایت از فرایند تحقق این اهداف در بستر شبکه‌های اجتماعی ارائه می‌کند.

الگوی ارائه‌شده نشان می‌دهد که جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی یک فرایند ارتباطی نظام‌مند و چندسطحی است که از تعامل میان ورودی‌ها، راهبردها، ظرفیت‌های

رسانه‌ای، مدیریت چالش‌ها و پیامدهای اجتماعی شکل می‌گیرد. در بخش ورودی‌های الگو، مجموعه‌ای از الزامات شناختی مخاطبان شامل سواد رسانه‌ای، بصیرت اجتماعی، آگاهی سیاسی و انقلابی و شناخت مخاطب به‌عنوان پیش‌نیازهای اصلی اثربخشی فرایند ارتباطی جهاد تبیین شناسایی شده‌اند. این مؤلفه‌ها زمینه لازم را برای درک صحیح پیام‌ها، تشخیص اخبار جعلی، تحلیل روایت‌ها و مشارکت آگاهانه مخاطبان در فضای شبکه‌های اجتماعی فراهم می‌کنند.

در بخش فرایندی، «فرایند ارتباطی جهاد تبیین» به‌عنوان هسته مرکزی الگو مطرح شده است. این فرایند از طریق چهار دسته راهبرد شامل راهبردهای محتوایی، راهبردهای ارتباطی، راهبردهای تعاملی و مشارکتی و راهبردهای فناورانه تحقق می‌یابد. راهبردهای محتوایی بر روایت‌سازی مؤثر، اقناع رسانه‌ای، پاسخ‌گویی به شبهات، تولید محتوای خلاق و امیدآفرینی اجتماعی تأکید دارند. راهبردهای ارتباطی نیز شامل تعامل دوسویه، گفت‌وگو با مخاطبان، شبکه‌سازی اجتماعی، جلب مشارکت کاربران و اعتمادسازی ارتباطی هستند. در کنار آن، راهبردهای تعاملی و مشارکتی با تکیه بر مشارکت فعال کاربران، بازخوردگیری مستمر و توانمندسازی کنشگران اجتماعی، نقش مهمی در افزایش اثربخشی پیام‌های تبیینی ایفا می‌کنند. همچنین راهبردهای فناورانه از طریق بهره‌گیری از ابزارهای نوین ارتباطی، تحلیل داده‌ها، هوش مصنوعی و بهینه‌سازی انتشار محتوا، کارآمدی فرایند ارتباطی را افزایش می‌دهند.

الگو همچنین نشان می‌دهد که موفقیت جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی مستلزم بهره‌گیری مؤثر از ظرفیت‌های این رسانه‌ها شامل سرعت انتشار پیام، دسترسی گسترده به مخاطبان، تعاملی‌بودن، چندرسانه‌ای‌بودن و مشارکت‌پذیری کاربران است. درعین حال، این فرایند با چالش‌هایی نظیر اخبار جعلی، جنگ‌شناختی، عملیات روانی، قطبی‌سازی اجتماعی و بی‌اعتمادی عمومی مواجه است؛ ازاین‌رو، مدیریت و کنترل این چالش‌ها به‌عنوان یک مؤلفه پشتیبان در الگو لحاظ شده است.

در بخش خروجی‌ها، پیامدهای ارتباطی و اجتماعی جهاد تبیین شامل تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش مشارکت اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و اسلامی، تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌سازی برای شکل‌گیری تمدن نوین اسلامی تبیین

شده است. براین اساس، الگوی حاضر نشان می‌دهد که جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی صرفاً یک فعالیت رسانه‌ای یا تبلیغی نیست بلکه فرایندی ارتباطی، تعاملی و تمدن‌ساز است که از طریق آگاهی‌بخشی، اقناع، مشارکت اجتماعی و مدیریت چالش‌های محیطی می‌تواند به شکل‌گیری جامعه‌ای آگاه، بصیر، مشارکت‌جو و تمدن‌ساز منجر شود.

نتیجه‌گیری

هدف پژوهش حاضر طراحی الگوی ارتباطی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی برای تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی بود. نتایج پژوهش نشان داد که جهاد تبیین در فضای شبکه‌های اجتماعی یک فرایند چندبُعدی، تعاملی و راهبردی است که از مجموعه‌ای از الزامات شناختی، راهبردهای محتوایی، راهبردهای ارتباطی، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، موانع و چالش‌ها و پیامدهای اجتماعی و فرهنگی تشکیل می‌شود. براین اساس، الگوی نهایی پژوهش نشان داد که تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب در فضای مجازی مستلزم تلفیق مؤلفه‌های شناختی، رسانه‌ای، ارتباطی، فناورانه و فرهنگی در قالب یک نظام منسجم است.

نخستین یافته پژوهش به «الزامات شناختی جهاد تبیین» مربوط بود. نتایج نشان داد که سواد رسانه‌ای، بصیرت اجتماعی و آگاهی سیاسی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای موفقیت جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی هستند. این یافته با نتایج دارابی (۱۳۹۹) همسو است که ارتقای سواد رسانه‌ای را مهم‌ترین راهبرد مقابله با تهاجم نرم و نفوذ فرهنگی معرفی می‌کند. همچنین این نتیجه با دیدگاه‌های مطرح‌شده در مبانی نظری پژوهش درباره جهاد تبیین مطابقت دارد؛ زیرا جهاد تبیین اساساً بر آگاهی‌بخشی، روشنگری و ارتقای قدرت تشخیص و تحلیل مخاطبان استوار است. در شرایطی که شبکه‌های اجتماعی به میدان اصلی جنگ روایت‌ها و رقابت‌های شناختی تبدیل شده‌اند، توانایی کاربران در تشخیص اخبار جعلی، تحلیل روایت‌ها و ارزیابی انتقادی پیام‌ها، مهم‌ترین عامل مصونیت فکری و فرهنگی جامعه محسوب می‌شود.

دومین یافته پژوهش به «راهبردهای محتوایی» اختصاص داشت. نتایج نشان داد که

روایت‌سازی مؤثر، اقناع رسانه‌ای، پاسخ‌گویی به شبهات و تولید محتوای خلاق از مهم‌ترین راهبردهای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی هستند. این یافته با نتایج موسوی (۱۴۰۵) و محمدزاده بنی‌طرفی (۱۴۰۲) همخوانی دارد که بر اهمیت اقناع افکار عمومی، رفع تحریف‌ها و مقابله با روایت‌های نادرست تأکید کرده‌اند. از منظر نظریه گفتمان لاکلاو و موفه نیز واقعیت اجتماعی در قالب روایت‌ها و گفتمان‌ها بازتولید می‌شود؛ بنابراین موفقیت جهاد تبیین در گرو توانایی تولید روایت‌های معتبر، جذاب و اقناع‌کننده است. براین اساس، جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی بیش از آنکه فرایند انتقال اطلاعات باشد، فرایند تولید معنا و تثبیت گفتمان انقلاب اسلامی در فضای عمومی جامعه است.

یکی از یافته‌های مهم پژوهش حاضر، شناسایی «امیدآفرینی اجتماعی» به عنوان یکی از مؤلفه‌های کلیدی جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی بود. نتایج نشان داد که جهاد تبیین صرفاً به مقابله با تحریف‌ها، پاسخ‌گویی به شبهات و اقناع مخاطبان محدود نمی‌شود بلکه باید بتواند از طریق بازنمایی واقع‌بینانه دستاوردها، ظرفیت‌ها و چشم‌اندازهای آینده، امید اجتماعی را در میان مخاطبان تقویت کند. از این منظر، امیدآفرینی نه تنها یک راهبرد رسانه‌ای، بلکه یکی از الزامات تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب و زمینه‌ساز مشارکت فعال نسل جوان در فرایند تمدن‌سازی اسلامی محسوب می‌شود.

یافته دیگر پژوهش به «راهبردهای ارتباطی» مربوط بود. نتایج نشان داد که تعامل دوسویه، شبکه‌سازی اجتماعی و کنشگری فعال کاربران از مهم‌ترین عوامل موفقیت جهاد تبیین هستند. این نتیجه با نظریه جامعه شبکه‌ای کاستلز سازگاری دارد. کاستلز معتقد است که در عصر اطلاعات، قدرت در قالب شبکه‌ها و جریان‌های ارتباطی توزیع می‌شود و تأثیرگذاری رسانه‌ای دیگر صرفاً از طریق ارتباطات یک‌سویه امکان‌پذیر نیست. یافته‌های پژوهش نیز نشان داد که جهاد تبیین زمانی اثربخش خواهد بود که مخاطبان از جایگاه دریافت‌کنندگان منفعل پیام خارج شده و به کنشگران فعال در تولید، بازنشر و ترویج محتوا تبدیل شوند. این نتیجه با یافته‌های امیری و ملکی (۱۴۰۴) درباره نقش شبکه‌های اجتماعی در گفتمان‌سازی و مشارکت جوانان نیز همسو است.

چهارمین یافته پژوهش بر «ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی» تأکید داشت. سرعت انتشار پیام، دسترسی گسترده به مخاطبان، ارتباط با نسل جوان و امکان مشارکت کاربران، مهم‌ترین ظرفیت‌های شناسایی شده بودند. این یافته با دیدگاه‌های مطرح‌شده در مبانی نظری پژوهش درباره جامعه شبکه‌ای و همچنین نتایج پژوهش امیری و ملکی (۱۴۰۴) مطابقت دارد. درواقع، شبکه‌های اجتماعی به دلیل ماهیت تعاملی و مشارکت‌محور خود، ظرفیت بی‌سابقه‌ای برای گفتمان‌سازی، آگاهی‌بخشی و ترویج ارزش‌های بیانیه گام دوم انقلاب فراهم کرده‌اند. این ظرفیت‌ها موجب می‌شود که مفاهیم بنیادین بیانیه گام دوم نظیر علم و پژوهش، معنویت و اخلاق، عدالت، استقلال، عزت ملی و سبک زندگی اسلامی از سطح اسناد رسمی فراتر رفته و به موضوع گفت‌وگوی عمومی در جامعه تبدیل شوند.

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که جهاد تبیین با موانع و چالش‌هایی همچون اخبار جعلی، جنگ شناختی، تحریف واقعیت‌ها و بی‌اعتمادی اجتماعی مواجه است. این نتیجه با یافته‌های موسوی (۱۴۰۵) و محسنی و عرب‌نژاد (۱۴۰۴) همخوانی دارد که جنگ شناختی و تحریف را از مهم‌ترین تهدیدهای فراروی تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب معرفی کرده‌اند. نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که موفقیت جهاد تبیین مستلزم مدیریت فعال این چالش‌ها و ایجاد سازوکارهای مؤثر برای مقابله با اطلاعات نادرست، شایعات و عملیات روانی است. ازاین‌منظر، جهاد تبیین نه تنها یک فرایند فرهنگی و رسانه‌ای، بلکه یک راهبرد شناختی برای حفظ انسجام اجتماعی و تقویت اعتماد عمومی محسوب می‌شود.

در بخش پیامدها، نتایج نشان داد که اجرای موفق جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند به تقویت سرمایه اجتماعی، افزایش اعتماد عمومی، ارتقای مشارکت اجتماعی، تقویت هویت انقلابی و تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب منجر شود. این یافته با نظریه تمدن نوین اسلامی و همچنین نتایج پژوهش محسنی و عرب‌نژاد (۱۴۰۴) همسو است. بر اساس این دیدگاه، تحقق تمدن نوین اسلامی نیازمند شکل‌گیری آگاهی جمعی، مشارکت اجتماعی، اعتماد عمومی و پذیرش ارزش‌های مشترک است؛ امری که جهاد تبیین می‌تواند از طریق شبکه‌های اجتماعی زمینه تحقق آن را فراهم سازد.

همچنین این نتیجه با مبانی نظری بیداری اسلامی نیز سازگار است؛ زیرا افزایش آگاهی عمومی و بصیرت اجتماعی از مهم‌ترین پیش‌نیازهای تحقق بیداری اسلامی و تمدن‌سازی به شمار می‌رود.

نوآوری اصلی پژوهش حاضر در ارائه یک الگوی بومی و نظام‌مند ارتباطی برای جهاد تبیین در شبکه‌های اجتماعی است. برخلاف بسیاری از پژوهش‌های پیشین که تنها به تبیین مفهومی جهاد تبیین یا بررسی نقش رسانه‌ها و فضای مجازی پرداخته‌اند، پژوهش حاضر توانست ارتباط میان پیش‌نیازهای شناختی، راهبردهای محتوایی و ارتباطی، ظرفیت‌های شبکه‌های اجتماعی، چالش‌های محیطی و پیامدهای نهایی را در قالب یک الگوی منسجم تبیین کند. در این الگو، جهاد تبیین هسته مرکزی فرایند محسوب می‌شود که از طریق راهبردهای محتوایی، ارتباطی، فناورانه و مدیریتی عمل کرده و در تعامل با ظرفیت‌ها و چالش‌های محیطی، به تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی منجر می‌شود.

بر اساس یافته‌های پژوهش، تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب در فضای شبکه‌های اجتماعی مستلزم تلفیق آگاهی‌بخشی، گفتمان‌سازی، امیدآفرینی و مشارکت اجتماعی است. الگوی طراحی شده بیانگر آن است که موفقیت جهاد تبیین در گرو تلفیق سه سطح «توانمندسازی شناختی مخاطبان»، «اجرای راهبردهای مؤثر ارتباطی و رسانه‌ای» و «مدیریت چالش‌های محیطی» است. در این چهارچوب، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند از یک بستر صرفاً ارتباطی به ابزاری راهبردی برای شکل‌دهی جامعه‌ای آگاه، بصیر، امیدوار، مشارکت‌جو و تمدن‌ساز تبدیل شوند؛ جامعه‌ای که توانایی تحقق آرمان‌های بیانیه گام دوم انقلاب و حرکت در مسیر تمدن نوین اسلامی را دارا باشد.

دلالات‌های الگوی ارتباطی جهاد تبیین برای آموزش و پرورش

اگرچه الگوی طراحی شده در این پژوهش، مبتنی بر دیدگاه‌های خبرگان حوزه‌های ارتباطات، رسانه و سیاست‌گذاری فرهنگی استخراج شده است؛ اما یافته‌ها حاوی دلالت‌های مهمی برای نظام آموزش و پرورش به‌عنوان نهاد راهبردی تربیت‌کننده نسل

آینده است. نخست آنکه مضمون «الزامات شناختی جهاد تبیین» که شامل سواد رسانه‌ای، توانایی تشخیص اخبار جعلی و روایت‌شناسی نقادانه است، به‌روشنی بر ضرورت گنجاندن آموزش‌های سواد رسانه‌ای در برنامه‌های درسی رسمی و غیررسمی مدارس تأکید دارد. مدرسه می‌تواند با طراحی دوره‌های توانمندسازی معلمان در حوزه تولید روایت مؤثر و تحلیل گفتمان‌های رقیب، بستری پایدار برای نهادینه‌سازی جهاد تبیین فراهم آورد.

دوم آنکه «راهنمای محتوایی» و «راهنمای ارتباطی» استخراج‌شده در این الگو (مانند امیدآفرینی اجتماعی، تعامل دوسویه و شبکه‌سازی گفتمانی)، برای معلمان و مربیان تربیتی این پیام را دارد که فرایند تبیین در فضای مجازی، نیازمند خروج از رویکرد یک‌سویه انتقال اطلاعات و حرکت به‌سوی کنشگری مشارکتی و گفت‌وگومحور است. به بیان دیگر، معلم در عصر شبکه‌های اجتماعی، صرفاً «آموزنده» نیست بلکه «تسهیل‌گر جریان‌های ادراکی» و «مدیر روایت» در کلاس درس و فضای مجازی دانش‌آموزان محسوب می‌شود.

سوم آنکه مضامین «موانع و چالش‌ها»ی جهاد تبیین، به‌ویژه جنگ شناختی و بی‌اعتمادی اجتماعی، ضرورت توانمندسازی دانش‌آموزان به‌عنوان سفیران گفتمانی همسالان را دوجندان می‌سازد. نظام آموزش و پرورش با بهره‌گیری از ظرفیت گروه‌های مجازی کلاسی، شبکه‌های دانش‌آموزی و تولیدات چندرسانه‌ای دانش‌آموزان، می‌تواند حلقه میانی پیوند روایت‌های کلان انقلاب با زیست جهان نسل جوان را شکل دهد و از این رهگذر، به تحقق اهداف بیانی‌گام دوم در زمینه «جوان‌گرایی» و «فردسازی‌های نسلی» یاری رساند.

درمجموع، الگوی ارائه‌شده در این پژوهش، اگرچه ماهیتاً یک الگوی ارتباطی برای شبکه‌های اجتماعی است؛ اما به‌وضوح نشان می‌دهد که پایدارسازی جهاد تبیین در بلندمدت، بدون نهادینه‌سازی آن در نظام تعلیم و تربیت ممکن نیست؛ بنابراین، پیشنهاد می‌شود در گام‌های بعدی پژوهش، الگوی حاضر بر اساس داده‌های میدانی از معلمان، دانش‌آموزان و برنامه‌ریزان درسی، بومی‌سازی و عملیاتی شود.

پیشنهادهای کاربردی

وزارت آموزش و پرورش با همکاری سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی، محتوای مرتبط با «سواد رسانه‌ای»، «روایت‌شناسی» و «تشخیص اخبار جعلی» را در قالب دروس مطالعات اجتماعی، تفکر و سواد رسانه‌ای و پرورش مهارت‌های زندگی در کتاب‌های درسی دوره متوسطه بازطراحی و تقویت نماید.

مراکز تربیت معلم و دانشگاه‌های فرهنگیان، دوره‌های توانمندسازی سواد رسانه‌ای و تولید روایت مؤثر را برای معلمان تمام دوره‌های تحصیلی طراحی و اجرا کنند تا معلمان بتوانند نقش «راهنمای روایت» و «مدیر جریان ادراکی» دانش‌آموزان را در مواجهه با جنگ‌شناختی فضای مجازی ایفا نمایند.

مدارس با ایجاد «شبکه‌های دانش‌آموزی جهاد تبیین» در پیام‌رسان‌های داخلی و بسترهای مجازی آموزشی، زمینه تولید محتوای چندرسانه‌ای توسط خود دانش‌آموزان و انتشار روایت‌های امیدآفرین از دستاوردهای انقلاب را در میان همسالان و خانواده‌ها فراهم آورند.

سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی با همکاری صداوسیما و مراکز تولید محتوای دیجیتال، بسته‌های آموزشی چندرسانه‌ای جذاب و متناسب با زیست‌جهان نسل جوان (شامل پویانمایی، موشن گرافیک، بازی‌های جدی و کلیپ‌های کوتاه) برای تبیین مفاهیم بیانیه گام دوم تولید و در اختیار مدارس و معلمان قرار دهد.

نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای و آموزشی کشور برنامه‌های منسجمی برای ارتقای سواد رسانه‌ای، سواد شناختی و مهارت‌های تفکر انتقادی کاربران، به‌ویژه نسل جوان، طراحی و اجرا کنند تا توانایی آنان در تشخیص اخبار جعلی، شایعات و عملیات شناختی افزایش یابد.

تولیدکنندگان محتوا و فعالان رسانه‌ای با بهره‌گیری از روایت‌سازی خلاق، داستان‌پردازی، قالب‌های چندرسانه‌ای و زبان متناسب با نسل جوان، مفاهیم و ارزش‌های بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی را در شبکه‌های اجتماعی بازنمایی کنند.

سیاست‌گذاران فرهنگی از الگوهای ارتباطی تعاملی و مشارکت‌محور به‌جای رویکردهای یک‌سویه استفاده کنند و زمینه گفت‌وگو، پرسش و پاسخ و مشارکت فعال

کاربران را در فرایند جهاد تبیین فراهم سازند. دانشگاه‌ها، مراکز علمی و نخبگان فرهنگی با حضور فعال در شبکه‌های اجتماعی، مرجعیت علمی و فکری خود را در فضای مجازی تقویت کرده و در تبیین دستاوردهای علمی، فرهنگی و اجتماعی کشور نقش‌آفرینی کنند. سازوکارهای تخصصی برای رصد، شناسایی و مقابله سریع با اخبار جعلی، تحریف واقعیت‌ها و عملیات جنگ‌شناختی در فضای مجازی ایجاد شود تا از کاهش اعتماد عمومی و سرمایه اجتماعی جلوگیری گردد. از ظرفیت حلقه‌های میانی، گروه‌های مردمی، تشکل‌های دانشجویی، فعالان فرهنگی و کنشگران اجتماعی برای گسترش جهاد تبیین و تولید محتوای مردمی در شبکه‌های اجتماعی استفاده شود. دستگاه‌های فرهنگی و رسانه‌ای کشور برنامه‌های هدفمند امیدآفرینی، تبیین دستاوردهای انقلاب اسلامی و معرفی الگوهای موفق علمی، فرهنگی و اجتماعی را در دستور کار خود قرار دهند تا زمینه تقویت هویت ملی و انقلابی در میان نسل جوان فراهم شود. با توجه به نقش راهبردی شبکه‌های اجتماعی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب، تدوین «سند راهبردی جهاد تبیین در فضای مجازی» با مشارکت نهادهای فرهنگی، رسانه‌ای و دانشگاهی پیشنهاد می‌شود.

کتابنامه

قرآن کریم.

امیری، جهاندار و 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 رسانه دینی*، ۷(۲۶)، ۷-۴۰.

امینی، سیدجواد؛ محمدیانی، محمد و سلیم، حجت (۱۴۰۴). الگوی راهبردی مدیریت رسانه‌های اجتماعی در عرصه جهاد تبیین. *دوفصلنامه علمی دین و ارتباطات*، ۳۲(۱)، ۱۱۰-۱۵۴.

جعفری، علی (۱۴۰۳). نقش رسانه ملی در تحقق اهداف بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *فصلنامه علمی مطالعات بیداری اسلامی*، ۱۳(۱)، ۹۷-۱۱۴.

خامنه‌ای، سیدعلی. بیانات مقام معظم رهبری، دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای: <https://farsi.khamenei.ir>

دارابی، علی (۱۳۹۹). گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای. *فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم*، ۱۰(۲)، ۱۹-۴۵.

محسنی، مجتبی و عرب‌نژاد، حسین (۱۴۰۴). جایگاه جهاد تبیین در تحقق تمدن نوین اسلامی در بیانیه گام دوم انقلاب. *فصلنامه پژوهش‌های راهبردی گام دوم انقلاب اسلامی*، ۱(۳)، ۹۳-۱۰۷.

محمدزاده بنی‌طرفی، مهدی (۱۴۰۲). جهاد تبیین و نقش حلقه‌های میانی در تحقق بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *فصلنامه جامعه‌شناسی سیاسی انقلاب اسلامی*، ۳(۴)، ۱۳۵-۱۱۷.

محمدی، عباس؛ عزیزآبادی فراهانی؛ فاطمه، عامری شهرابی، محسن و قیومی، عباسعلی (۱۴۰۳). طراحی الگوی راهبردهای فرهنگی نقش دانشگاه در جهاد تبیین مبتنی بر بیانیه گام دوم انقلاب اسلامی. *مطالعات وحدت حوزه و دانشگاه*، ۱(۲)، ۳۱-۴۸.

موسوی، سیدمحمدرضا (۱۴۰۵). اصول، مبانی و سیاست‌های جهاد تبیین با توجه به بیانیه گام دوم انقلاب. فصلنامه پژوهش‌های راهبردی گام دوم انقلاب/اسلامی، ۲(۱)، ۶۹-۹۰.

نوده فراهانی، اسماعیل (۱۳۹۹). الگوی حکمرانی گام اول انقلاب و دلالت‌های سیاست‌گذارانه «بیانیه گام دوم». اسلام و علوم اجتماعی، ۱۲(۲۳)، ۵-۳۲.

- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.

References

- Amini, Seyyed Javad; Mohammadyani, Mohammad & Salim, Hojjat (2025). A strategic model for managing social media in the field of Jihad of Explanation. *Religion and Communication*, 32(1), 110-154. (In Persian)
- Amiri, Jahandar & Maleki, Sobhan (2025). The role of cyberspace and social networks in reconstructing the components of the Islamic Revolution (with an emphasis on the Leader's recommendations in the Second Step of the Islamic Revolution Statement). *Religious Media Studies*, 7(26), 7-40. (In Persian)
- Boyd, D. M. & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.

- Castells, M. (2010). *The Rise of the Network Society* (2nd ed.). Oxford: Wiley-Blackwell.
- Darabi, Ali (2020). The Second Step of the Islamic Revolution, soft aggression, and media literacy. *Scientific Quarterly of Soft Power Studies*, 10(2), 19–45. (In Persian)
- Habermas, J. (1989). *The Structural Transformation of the Public Sphere*. Cambridge: Polity Press.
- Jafari, Ali (2024). The role of national media in achieving the objectives of the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Scientific Quarterly of Islamic Awakening Studies*, 13(1), 97–114. (In Persian)
- Khamenei, Seyyed Ali (2019). *The Second Step of the Islamic Revolution Statement*. Tehran: Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Seyyed Ali Khamenei. (In Persian).
- Khamenei, Seyyed Ali (2021). *Statements at a meeting with various groups of people concerning the Jihad of Explanation*. Tehran: Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Seyyed Ali Khamenei. (In Persian)
- Khamenei, Seyyed Ali (2022). *Statements at a meeting with university students*. Tehran: Office for the Preservation and Publication of the Works of Ayatollah Seyyed Ali Khamenei. (In Persian)
- Laclau, E. & Mouffe, C. (1985). *Hegemony and Socialist Strategy: Towards a Radical Democratic Politics*. London: Verso.
- Lincoln, Y. S. & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Beverly Hills, CA: Sage Publications.
- Mohammadi, Abbas, Azizabadi Farahani, Fatemeh, Ameri Shahabi, Mohsen & Ghayoumi, Abbasali (2024). Designing a model of cultural strategies for the role of universities in the Jihad of Explanation based on the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Studies on the Unity of Seminary and University*, 1(2), 31–48. (In Persian)
- Mohammadzadeh Banitarafi, Mehdi (2023). Jihad of Explanation and the role of intermediary circles in realizing the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Quarterly Journal of Political Sociology of the Islamic Revolution*, 3(4), 117–135. (In Persian)
- Mohseni, Mojtaba & Arabnejad, Hossein (2025). The position of Jihad of Explanation in realizing the New Islamic Civilization in the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Strategic Studies of the Second Step of the Islamic Revolution*, 1(3), 93–107. (In Persian)
- Mousavi, Seyyed Mohammad Reza (2026). Principles, foundations, and policies of the Jihad of Explanation in light of the Second Step of the Islamic Revolution Statement. *Strategic Studies of the Second Step of the*

Islamic Revolution, 2(1), 69–90. (In Persian)
Nodeh Farahani, Esmail (2020). The governance model of the First Step of the Revolution and its policy implications for the “Second Step Statement.” Islam and Social Sciences, 12(23), 5–32. (In Persian)