



فصلنامه چند زبانه علمی - اختصاصی

PURE LIFE

دوره نهم | اولین کنفرانس بین المللی ظرفیت شناسی و تأسیس کدگذاری فضای مجازی

در ارتقای آموزش های دینی (۵)

سال پنجم، شماره چهاردهم، شهریور ۱۳۹۷، ذی الحجة ۱۴۳۹، سپتامبر ۲۰۱۸

صاحب امتیاز: جامعة المصطفی العالمية
دانشگاه مجازی المصطفی، معاونت پژوهشی و تولید

مدیر مسئول: حجة الاسلام دکتر محسن قنبری

سر دبیر: دکتر عابدین سیاحت اسفندیاری

دبیر علمی: دکتر توفیق اسداف

مدیر اجرایی: حجة الاسلام محمد جواد نجفلو

هیئت تحریریه:

معاون آموزش جامعة المصطفی العالمية (ایران)	محسن قنبری
معاون پژوهشی و تولید دانشگاه مجازی المصطفی (ایران)	عابدین سیاحت اسفندیاری
مدیر گروه مطالعات اسلامی دانشگاه مجازی المصطفی (آذربایجان)	توفیق اسداف
مدیر گروه مطالعات قرآنی دانشگاه مجازی المصطفی (پاکستان)	غلام جابر محمدی
عضو هیئت علمی دانشگاه مجازی المصطفی (هند)	سید محمد علی عون نقوی
عضو هیئت علمی جامعة آل البيت (عراق)	یحیی عبدالحسن الدوخی
استاد دانشگاه مجازی المصطفی (ترکیه)	ییلدیز قدری

صندوق پستی: ۳۷۱۳۹۱۳۵۰۴

نشانی: قم، خیابان ساحلی جنوبی، نرسیده به مصلی، بین کوچه ۴ و ۶

تلفن و نمابر: ۳۲۱۱۴۱۷۵ - ۳۲۶۱۳۸۷۵

شمارگان: چاپ الکترونیکی

تعداد صفحات: ۳۲۰ صفحه

Web: http://journals.miu.ir/content.php?pagename=journal&journal_id=7

Email: research@mou.ir

بر اساس مصوبه:

جلسه بیست و دوم شورای نشریات المصطفی ﷺ

(مورخ: ۱۳۹۲/۱۲/۱۹)

و شناسه مجوز ۷۴۳۲۷ سامانه جامع رسانه‌های کشور

(وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی) (مورخ: ۱۳۹۳/۱۲/۱۱)

این نشریه در سطح نشریات علمی - اختصاصی، تعیین شد.

این نشریه به صورت الکترونیکی است، که در نشانی زیر،

قابل دریافت است:

<http://journals.miu.ir/>

<http://www.magiran.com/maginfo.asp?mgID=4950>

https://www.civilica.com/Journal-JR_PLIFE=%D9%81%D8%B5%D9%84%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%AD%DB%8C%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%DB%8C%D8%A8%D9%87.html

راهنمای نویسندگان مقالات

(۱) مقاله باید شامل قسمت‌های زیر باشد:

عنوان، چکیده و کلیدواژگان، مقدمه یا طرح موضوع، بدنه اصلی مقاله، نتیجه‌گیری، فهرست منابع.

(۲) تنها مقاله‌هایی قابل بررسی است که قبلاً منتشر نشده باشند، و نویسنده متعهد به نشر آن در جای دیگر نباشد.

(۳) مسئولیت صحت و سقم مقاله به‌لحاظ علمی و حقوقی بر عهده نویسنده مسئول است.

(۴) حق رد یا قبول مقاله‌ها برای نشریه محفوظ است؛ البته دبیرخانه نشریه موظف است ظرف حداکثر یک ماه - ۳۰ روز - به‌نویسنده مسئول مقالات ارسالی، آخرین وضعیت مقاله را گزارش دهد.

(۵) تأیید نهایی مقاله برای چاپ در نشریه، پس از نظر داوران با هیئت تحریریه نشریه است.

(۶) حجم مقاله حداقل ۸ صفحه و حداکثر ۲۵ صفحه ۲۵۰ کلمه‌ای خواهد بود.

(۷) نقل و اقتباس از مقاله‌های نشریه، با ذکر مأخذ آزاد است.

(۸) جهت نوشتن مقاله به‌زبان‌های فارسی و عربی، از فونت ۱۳، و خط (IRLotus) استفاده شود،

جهت نوشتن مقاله به‌زبان اردو از فونت (۱۴) و خط (Alvi Nastaleeq) استفاده شود و جهت

نوشتن مقاله به‌زبان انگلیسی و سایر زبان‌ها از فونت ۱۴ و خط (Times New Roman) استفاده شود.

(۹) فهرست منابع به‌ترتیب حروف الفبا و به‌شرح زیر آورده شود:

✓ نام خانوادگی، نام؛ (سال نشر)، عنوان (Bold)، نام مترجم، چاپ، محل نشر: نام ناشر.

(۱۰) درج ارجاعات مربوط به‌منابع در متن به‌صورت (نام مؤلف، سال نشر: صفحه) آورده شود.

(۱۱) ارجاعات هر صفحه مانند صورت لاتین کلمات، شرح اصطلاحات و... در پاورقی همان صفحه آورده شود.

(۱۲) نویسنده لازم است به‌همراه ارسال مقاله به‌نشانی رایانامه معاونت پژوهشی و تولید دانشگاه

["research@mou.ir"](mailto:research@mou.ir) نام و نام خانوادگی و رتبه علمی خود را ارسال نماید.

(۱۳) با توجه به چندزبانه بودن نشریه، پژوهشگران محترم می‌توانند مقالات خود را به‌زبان‌های

فارسی، عربی، اردو، انگلیسی، فرانسوی، ترکی استانبولی، آذری و... ارسال نمایند.

(۱۴) پس از چاپ مقاله، دبیرخانه نشریه موظف است یک نسخه از نشریه الکترونیکی را به‌رایانامه

نویسنده/ نویسندگان ارسال کند.

فهرست مطالب

بخش فارسی

- سخن مدیر مسئول ۹
- سخن سردبیر ۱۰
- هنجارهای اخلاقی حریم خصوصی در فضای مجازی آموزش عالی و آموزش‌های دانشگاهی .. ۱۱
اصغر زمانی، نرگس ترابیان
- روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی ۳۳
علی آهنگ، سیده فرناز اتحاد
- هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی در چارچوب
ایده رسانه‌های سرد و گرم مک‌لوهان ۶۱
بردیا عطاران، محمدرضا برزویی
- مناسبات قاعده مصلحت و رسانه ۸۷
محمدعلی حیدری، احمدرضا توکلی، عابدین سیاحت اسفندیاری
- راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی در فضای مجازی .. ۱۰۹
رضنا رستمی
- رویکردی آسیب‌شناسانه به‌گروه‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی ۱۴۱
سعید قربانی، مصطفی فراهی

القسم العربي

- ١٧٤ كلمة المشرف العام
- ١٧٥ كلمة رئيس التحرير
- ١٧٧ التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات)
نرجس عبدالعزيز طريف، فرقان الوائلي
- ٢٠٩ توظيف الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني
نهى حامد طاهر عبدالحسين الطائي
- ٢٢٩ دور الفضاء الإلكتروني في الحوار بين الأديان
سلام رزاق حسون الزبيدي، علي حمزة مزبان التميمي
- ٢٧٥ تصميم برنامج محوسب لتقييم مستوى التعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي
علي عبدالحسين الفضل

English

- A Word from Chief Editor 298
- A word from Managing Editor 299
- Cultural Impacts of Virtual System on the Behavior of
Religious Studies Students 301
Abed Qafarov

سخن مدیر مسئول

”PURE LIFE“ در پیچه‌ای به زندگی جاوید بشری خواهد بود. دانشگاه مجازی المصطفی ﷺ رسالت خود را معرفی آموزه‌های الهی برای انسان خاک‌نشین می‌داند تا از رهگذر دانشی که خداوند در اختیار او گذارده، زندگی جدیدی را پایه‌گذاری کند؛ به نحوی که آرامش دنیوی و سعادت اخروی را برای او به ارمغان آورد.

”PURE LIFE“ فرصتی برای دانش‌پژوهان و دانش‌آموختگان دانشگاه و سایر پژوهشگران است تا آموزه‌های علمی - معرفتی خود را بر پهنای فضای مجازی بگسترانند، و با زبان عالمانه معرفت دینی را در ساحت‌های مختلف زندگی بشری بازتاب دهند.

امید که با همت جویندگان نور دانش، این پنجره هر چه پرفروغ‌تر گردد.

سخن سردیر

پژوهش به‌عنوان شریان حیات در حوزه دانش و بینش عمل می‌کند که پویایی آن می‌تواند به تحریک در رویش و گسترش مرزهای دانش انجامیده، و بی‌توجهی به این حوزه، ایستایی و نهایتاً میرایی دانش را رقم می‌زند که جهل، اولین دستاورد آن است؛ در دنیای امروز نیز شاهد جهالت مدرن هستیم که محصول عدم پژوهش سلیم در حوزه‌های مختلف است.

امروزه پژوهش مجرای گسترش مرزهای دانش بوده، و جایگاه سترگی در فعالیت‌های بشری به‌خود اختصاص داده است؛ هم‌چنین تتبع در حوزه علوم انسانی و اسلامی می‌تواند انسان را در فهم مسائل و دشواری‌های انسانی توانمند ساخته، و برای آن‌ها راه حل ارائه کند. پیشرفت روزافزون حوزه‌های دانشی، ضرورت ورود به عرصه‌های علمی بیشتری را می‌طلبد؛ چه آن‌که امروزه بسیاری از حوزه‌های دانشی علوم اسلامی نیازمند تبیین و ارائه در عرصه جهانی است.

فصلنامه علمی - اختصاصی **“PURE LIFE”** به‌منظور ایجاد فضای ارائه مقاله‌های دانش‌پژوهان دانشگاه مجازی المصطفی ﷺ و سایر پژوهشگران در تلاش است ضمن ارتقای سطح پژوهش‌های دانش‌پژوهی مرتبط با علوم اسلامی، بستر مناسبی برای توسعه ارتباط میان پژوهش‌گران عرصه علوم اسلامی - انسانی باشد.

“PURE LIFE” به‌صورت فصلنامه چندزبانه و الکترونیکی منتشر می‌شود. این شماره به‌موضوع «اولین کنفرانس بین‌المللی ظرفیت‌شناسی و تأثیرگذاری فضای مجازی در ارتقای آموزش‌های دینی (۵)» می‌پردازد، و ماحصل ۱۱ مقاله برتر به ۳ زبان فارسی، عربی و انگلیسی است.

فصلنامه **“PURE LIFE”** با عنایت کمیسیون نشریات جامعه المصطفی ﷺ العالمية و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی جمهوری اسلامی ایران، به‌عنوان نخستین نشریه علمی دانشگاه مجازی المصطفی ﷺ آمادگی انتشار مقاله‌های دانش‌پژوهان را دارد.

هنجارهای اخلاقی حریم خصوصی در فضای مجازی

آموزش عالی و آموزش‌های دانشگاهی

نویسندگان: دکتر اصغر زمانی (ایران)^۱، نرگس ترابیان (ایران)^۲

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۹

دریافت: ۱۳۹۶/۰۳/۱۲

چکیده

حریم خصوصی از مباحث مهم در حوزه حقوق و اخلاق اسلامی است، که در حقوق اسلامی با دو مفهوم عدالت و امنیت مرتبط است؛ از سوی دیگر، این مفهوم با رشد فناوری اطلاعات و نفوذ شبکه‌های ارتباطی و تأثیر بر کنش‌ها و تعاملات انسان‌ها- به‌ویژه در مراکز آموزش عالی و دانشگاه‌ها- به‌شکل برجسته‌تری در دهه‌های اخیر مطرح گردیده است. فضای مجازی آموزش عالی و آموزش‌های دانشگاهی از یک سو روابط دانشگاهیان را در نهایت سهولت قرار داده است، و از سوی دیگر امکان دست‌اندازی به حریم‌هایی که تا آن زمان در دسترس دیگران نبوده را فراهم آورده است. در این پژوهش هنجارهای اخلاقی در سه حوزه کاربران، مدیران و پردازشگران محتوای سایبری به‌روش بررسی اسناد و تحلیل اسنادی و بر مبنای آیات قرآنی و روایات اسلامی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج حاکی از آن است که هنجارهای اخلاق اسلامی حریم خصوصی در فضای مجازی آموزش عالی و آموزش‌های دانشگاهی با مفاهیم کلی صداقت، امانت، رازداری، تعهدپذیری و حریم خصوصی پیوند عمیقی دارد، و می‌تواند گام جدیدی در تبیین مبانی اخلاقی حق حریم خصوصی در مسائل نوظهور و پیچیده فضای مجازی و اخلاق فناوری اطلاعات در آموزش عالی داشته باشد.

واژگان کلیدی: هنجارهای اخلاقی، حریم خصوصی، آموزش‌های دانشگاهی، آموزش عالی، فضای مجازی

۱. استادیار گروه مدیریت آموزش عالی، مؤسسه پژوهش و برنامه‌ریزی آموزش عالی، تهران، ایران،

ofogh557@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد گروه الهیات، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران، torabian_n@yahoo.com

مقدمه

امروزه در فناوری اطاعات و ارتباطات^۱ انقلاب شگرفی به وجود آمده، که زندگی همه انسان‌ها را تحت تأثیر قرار داده است؛ به طوری که با ورود رایانه و اینترنت در میان خانواده‌ها، ارزش‌های اجتماعی تحت تأثیر قرار گرفته و تغییراتی در رفتار و گفت‌وگو میان نسل جوان به وجود آمده است. با توجه به نقش فضای مجازی^۲ در توسعه جوامع، در جامعه ایران نیز به فناوری اطلاعات و ارتباطات اهمیت زیادی داده شده است؛^۳ به ویژه در دانشگاه‌ها و آموزش عالی کشور که - تقریباً - تمامی استادان و دانشجویان و حتی کارکنان با اینترنت و شبکه‌های اجتماعی در تماس بوده، و در فضای مجازی مشغول تعاملات علمی، پژوهشی و دانشگاهی و کاری هستند؛ اما از آن‌جا که اخلاق یکی از ارکان هر پژوهشی است، لازم است در تعاملات پژوهشی دانشگاهیان در فضای مجازی نیز اخلاق حاکم باشد.

پیامبر اکرم ﷺ می‌فرماید:

«إِنِّي بُعِثْتُ لِأَتَمِّمَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ»؛^۴ همانا من برای تمام کردن مکارم اخلاق مبعوث شدم.

بر این اساس، حجت بر دانشگاهیان در دانشگاه‌ها و نظام آموزش عالی کشور برای حفظ اخلاق در فضای مجازی و حریم افراد در آن، تمام است. به نظر می‌رسد - تاکنون - حریم افراد در مباحث سنتی بیشتر مورد توجه قرار گرفته باشد؛ اما اکنون و با وجود گسترش فناوری اطلاعات بسیاری از مفاهیم، رویه‌ها و سنت‌ها دستخوش تغییر شده، و به تناسب این تغییر باید اخلاق استفاده از فناوری اطلاعات نیز وجود داشته باشد؛ چرا که به مدد این فناوری‌های نوین

1. Information and Communications Technology (ICT)

2. Cyberspace

۳. خدامرادی و همکاران، ۱۳۹۳.

۴. حر عاملی، ۱۳۷۲، ج ۴، ص. ۱۷۴.

هنجارهای اخلاقی حریم خصوصی در فضای مجازی / ۱۳

و شبکه‌های اجتماعی^۱، اطلاعات دانشگاهیان در محیط‌های دانشگاهی و بین دانشگاهی به راحتی در دسترس است.

بنابراین، یکی از دغدغه‌های جامعه دانشگاهی و آموزش عالی موضوع حریم خصوصی در فضای مجازی است؛ این حریم می‌تواند در خصوص رایانامه^۲ دانشگاهیان و یا دوربین‌های مدار بسته در محیط و محوطه‌های علمی، تارنمای^۳ دانشگاهیان، یادداشت‌های فضای مجازی دانشگاهیان، ویدئو کنفرانس‌ها^۴، شبکه‌های اجتماعی و یا تدریس در آموزش الکترونیکی و حق مالکیت معنوی آنان باشد. این عوامل با استقلال دانشگاهی که - اخیراً - به دانشگاه‌ها تفویض شده است، ضرورت حمایت از حریم خصوصی دانشگاهیان در دنیای مجازی و شبکه‌های مجازی را دوچندان می‌کند تا دانشگاه‌ها و آموزش عالی از فرصت استقلال دانشگاهی برای تصویب و اجرای قوانین لازم در این خصوص استفاده نمایند؛ لذا این پژوهش قصد دارد صرف نظر از قوانین و مجازات‌های عدم رعایت حریم خصوصی افراد در فضای مجازی آموزش عالی، بیشتر به اخلاقیات و هنجارهای اخلاقی حریم خصوصی در فضای مجازی آموزش عالی و آموزش‌های دانشگاهی بپردازد.

تبيين معنای اخلاق

اخلاق جمع «خُلُق» و «خُلُق» است؛ به گفته راغب در کتاب «مفردات» این دو واژه در اصل به یک ریشه باز می‌گردد؛ چرا که «خُلُق» به معنای هیئت و شکل و صورتی است که انسان با چشم می‌بیند؛ و «خُلُق» به معنای قوا و سجایا و صفات درونی است که با چشم دل دیده می‌شود.^۵

-
1. Social Networks
 2. Email
 3. Website
 4. Video-Conferencing

۵. راغب اصفهانی، ۱۳۸۵، ذیل واژه «اخلاق».

بر این اساس، اخلاق مجموعه صفات روحی و باطنی انسان است، و به نقل بعضی دانشمندان، گاهی به اعمال و رفتاری که از خلقیات درونی ناشی می‌شود نیز اخلاق گفته می‌شود؛^۱ لذا مجموعه صفات روحی و باطنی انسان است.

ابن مسکویه رازی - دانشمند ایرانی - نیز می‌نویسد:

خلق همان حالت نفسانی است، که انسان را به انجام کارهایی دعوت می‌کند بدون آن که نیاز به تفکر و اندیشه داشته باشد.

در تعریف ابن مسکویه، اخلاق بر دو قسم زیر است:

۱. قسمی از آن طبیعی و به اصل مزاج آدمی بستگی دارد؛ مانند کسی که از

کوچکترین نامالیمی خشمگین می‌شود، می‌خندد و یا افسرده می‌شود.

۲. قسم دیگر ناشی از عادت و تمرین است، و چه بسا در آغاز از روی فکر

ناشی می‌شده؛ اما بر اثر تکرار - به تدریج - به شکل ملکه و خُلق و خوی

ثابت درمی‌آید، آن‌گاه بدون فکر و محاسبه عمل می‌کند.^۲

در «فرهنگ فارسی معین» اخلاق به معنی خلق و خوی‌ها، طبیعت باطنی، سرشت

درونی و نیز به عنوان یکی از شعب حکمت عملی خوانده شده تا جایی که اخلاق دانش

بد و نیک خوی‌ها و تدبیر انسان برای نفس خود یا یک فرد خاص معرفی شده است.^۳

از طرف دیگر، برخی معتقدند اخلاق - بیشتر - امری اجتماعی است تا فردی و

یا بستر مناسب اجتماعی است که شرایط رشد و توسعه اخلاقی خاص یا به عبارتی

وابستگی و پابندی به ارزشی خاص را فراهم می‌کند.

مطابق با این تعریف، وقتی صفت اسلامی بر اخلاق می‌افزاییم، مرزی برای آن تعیین کرده‌ایم

که محتوای آن با مرزبندی دیگر که حاوی صفت‌های دیگر است، می‌تواند متفاوت باشد.^۴

۱. ر. ک: مکارم شیرازی، ۱۳۷۷، صص. ۲۴-۲۳.

۲. ر. ک: همان.

۳. معین، ۱۳۶۴، ص. ۱۷۴.

۴. محسنیان راد، ۱۳۷۵.

به‌طور کلی، مباحث اخلاقی چهار حوزه متفاوت زیر را شامل می‌شوند:

۱. اخلاق توصیفی^۱؛ مطالعه و بررسی اخلاق یک شخص، گروه، قوم، کشور، فرقه، مکتب، دین و مانند آن به‌روش نقلی - تاریخی و با مطالعات میدانی.
 ۲. اخلاق هنجاری^۲؛ بررسی هنجارها و ناهنجاری‌ها در رفتار، ارزیابی ملکات انسانی و تبیین آن‌ها به‌روش تحلیلی و استدلال عقلی.
 ۳. فرا اخلاق^۳؛ بحث از ماهیت، معنا و روش‌شناسی احکام اخلاقی^۴.
 ۴. علم تعلیم و تربیت؛ تعلیم شیوه آراستن نفس به فضائل و صفات نیک نفسانی و پرهیز عملی از رذائل و صفات زشت نفسانی.
- نتیجه آن‌که علم اخلاق رشته‌ای از فلسفه است که درماهیت خوبی و حق - به‌قول فلاسفه در باب خوبی‌ها و حق‌ها - به‌بحث، گفتگو، کاوش و پژوهش پرداخته، و می‌کوشد روشن سازد که انسان چگونه باید باشد یا در زندگی چگونه باید رفتار کند تا به‌خوشی و سعادت دست یابد.
- درعین حال، برخلاف علم روانشناسی که حالات و رفتار انسان را چنان‌که هست مورد بررسی قرار می‌دهد، هدف اخلاق آن است که دستورالعمل‌هایی برای رفتار انسان در زندگی معین کند، و بدین‌وسیله هنر زندگی کردن را به انسان بیاموزد؛ به‌همین جهت آن را علمی دستوری نامیده‌اند.
- در این میان خواجه نصیرالدین طوسی - حکیم و متکلم ایرانی - در تعریف اخلاق، نقش شناخت را برجسته کرده و می‌نویسد:
- علمی است به آن‌که نفس انسان، چگونه خلقی اکتساب تواند کرد که جملگی احوال و افعال که به اراده از او صادر می‌شود، جملگی جمیل و محمود بود.^۵

1. Descriptive Ethics

2. Normative Ethics

3. Meta-Ethics

۴. شهریاری، ۱۳۸۹.

۵. طوسی، ۱۳۶۰، ص. ۱۴.

جایگاه اخلاق

قرآن کریم بر خورداری از اخلاق شایسته و تزکیه نفس را از شرایط رستگاری دانسته، و فساد اخلاق را منشأ بدبختی و زیانکاری بشر شمرده و می‌فرماید:

«قَدْ أَفْلَحَ مَنْ زَكَّاهَا * وَقَدْ خَابَ مَنْ دَسَّاهَا»^۱؛ هر که در پاکی آن-روح- کوشید، رستگار شد؛ و هر که آلوده‌اش ساخت، نومید گردید.

بر این اساس، پیامبران الهی علیهم‌السلام برای پی‌ریزی اساس مکارم اخلاق، تزکیه نفوس و تربیت انسان‌های با فضیلت به سوی بشر فرستاده شدند، و در طول قرن‌های متمادی- یکی پس از دیگری- در تحکیم و گسترش مبانی اخلاقی کوشیدند، شاگردانی را پرورش دادند و در سایه مبارزات و پایمردی‌های خویش نتایج درخشانی به‌دست آوردند.^۲

قرآن مجید درباره فلسفه بعثت پیامبر اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم می‌فرماید:

«هُوَ الَّذِي بَعَثَ فِي الْأُمِّيِّينَ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ وَإِنْ كَانُوا مِنْ قَبْلُ لَفِي ضَلَالٍ مُبِينٍ»^۳؛

اوست خدایی که از میان مردم بی‌کتاب، پیامبری از خودشان مبعوث کرد تا آیاتش را بر آن‌ها بخواند و آن‌ها را پاکیزه سازد و کتاب و حکمتشان بیاموزد؛ هرچند پیش از آن در گمراهی آشکار بودند.

امیرالمؤمنین علی علیه‌السلام - در این ارتباط- می‌فرماید:

«لَوْ كُنَّا لَا نَرْجُو جَنَّةَ وَلَا نَخْشَى نَارًا وَلَا نُوَابًا وَلَا عِقَابًا لَكَانَ يُبْغِي لَنَا أَنْ نَطْلُبَ مَكَارِمَ الْأَخْلَاقِ فَإِنَّهَا مِمَّا تَدُلُّ عَلَى سَبِيلِ النَّجَاحِ»^۴؛

۱. شمس، ۹-۱۰.

۲. زمانی و تریبان، ۱۳۹۵.

۳. جمعه، ۲.

۴. نوری، ۱۴۰۸، ج ۱۱، ص. ۱۹۳.

اگر امید به بهشت و ترس از آتش جهنم هم نداشتیم، باز شایسته بود در جستجوی مکارم اخلاق باشیم؛ زیرا از جمله اموری است که - انسان را - به راه رستگاری راهنمایی می‌کند.

این مسئله در احادیثی که از پیامبر اکرم ﷺ و سایر پیشوایان معصوم علیهم‌السلام رسیده است، با اهمیت فوق‌العاده‌ای تعقیب شده است.^۱

تیین معنایی حریم خصوصی

هر انسانی دارای حقوق متعددی است، که یکی از مهم‌ترین حقوق فردی حق داشتن حریم خصوصی است؛ در دانشگاه‌ها نیز دانشگاهیان از حق حریم خصوصی برخوردارند، که وجود حریم خصوصی باعث می‌شود آزادی دانشگاهیان در جنبه‌های مختلف حفظ شود.

«حریم» در لغت به معنای منع است، «حرام»، «تحریم»، «احرام» و «حریم» یک ریشه دارند و چنان‌که ابن منظور - لغوی و ادیب مسلمان - می‌نویسد:

حریم آن چیزی است که حرام شده و نباید آن را لمس کرد.^۲

فخرالدین طریحی - مفسر قرآن کریم - درباره معنای آن می‌نویسد:

اصل در تحریم، منع است.^۳

در «لغتنامه دهخدا» نیز منظور از «حریم» بی‌بهره گردانیدن، بازداشت شده و حرام کرده شده که مس آن جایز نباشد، بیان شده است.^۴

مطابق با این تعاریف، حریم به جوانب هر چیز که نیاز به آن باشد، گفته می‌شود.

۱. متقی هندی، ۱۴۱۹، ج ۳، ص. ۱۶، ح ۵۲۱۷۵.

۲. ابن منظور، ۱۴۱۶.

۳. سید سعادت، ۱۳۹۱؛ به نقل از: مجمع البحرین.

۴. دهخدا، ۱۳۲۵، ذیل حرف «ح».

در تعریفی دیگر از حریم خصوصی آمده است:

حق افراد، گروه‌ها یا مؤسسات نسبت به این‌که خود تعیین نمایند که چه زمانی، چگونه و تا چه اندازه‌ای اطلاعات مربوط به آن‌ها به دیگران قابل انتقال باشد.^۱

بیان این نکته لازم است، که معنای اصطلاحی حریم فاصله چندانی با معنای

لغوی آن ندارد.^۲

بنابراین، مفهوم اصطلاحی حریم خصوصی همان تعریف حق خلوت است که برخی از آن به‌عنوان حق امنیت فردی، مصونیت مسکن و حیثیت و تعرض ناپذیری مکاتبات یاد نموده‌اند.

حق خلوت عبارت است از حق داشتن یک چارچوب محافظت شده، امن و خالی از اغیار که در آن به‌دور از مداخله و فشار دیگران - شخص - آن‌طور که میل دارد، زندگی کند.^۳

از طرف دیگر - در نظام حقوقی ایران - حریم خصوصی تعریف نشده است؛ اما در نگاهی کلی حریم خصوصی را می‌توان مجموعه فضایی دانست که نمی‌توان بدون اجازه شخص به آن تجاوز یا تعرض کرد؛ یعنی دسترسی به آن فضا برای دیگران امکان‌پذیر نیست؛ هر چند قلمرو و مصداق‌های حریم خصوصی را قانون باید مشخص کند.

به‌صورت کلی، آزادی اندیشه، کنترل بر جسم خود، خلوت و تنهایی در منزل، کنترل بر اطلاعات شخصی، آزادی از نظارت‌های دیگران، حمایت از حیثیت و اعتبار خود و حمایت در برابر بازرسی‌ها و تجسس‌ها از مصداق‌های حریم خصوصی دانسته می‌شوند.^۴

۱. انصاری، ۱۳۸۶.

۲. فاضل‌هرندی، ۱۳۶۷.

۳. مصطفی‌زاده، ۱۳۸۵.

۴. کوشکی، ۱۳۸۶.

جایگاه حریم خصوصی در اخلاق

برای اهمیت حریم خصوصی در اخلاق اسلامی لازم است به کلام خدا و معصومین علیهم السلام توجه کرد، که حریم خصوصی فرد را بر سه دسته زیر تقسیم می‌کنند:

۱. احترام به حریم و حرمت مؤمن؛

در خصوص این اصل، قرآن کریم می‌فرماید:

«وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا»^۱؛ چیزی را که به آن علم و آگاهی نداری دنبال مکن؛ زیرا گوش و چشم و دل، همه در پیشگاه خدای متعال مورد سؤال قرار خواهند گرفت.

هم‌چنین امام جعفر صادق علیه السلام فرمودند:

«الْمُؤْمِنُ أَعْظَمُ حُرْمَةً مِنَ الْكَعْبَةِ»^۲؛ حرمت مؤمن از حرمت کعبه بالاتر است.

۲. توجه به کرامت انسانی؛

قرآن کریم در ارتباط با این اصل می‌فرماید:

«وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا»^۳؛ فرزندان آدم را گرامی داشتیم، و آنان را در خشکی و دریا برنشانیدیم، و از چیزهای پاک به ایشان روزی دادیم و بر بسیاری از آفریده‌های خود، آنان را به گونه‌ای برجسته‌تری دادیم.

۱. اسراء، ۳۶.

۲. طبرسی، ۱۴۱۸، ص. ۸۳.

۳. اسراء، ۷۰.

بنابراین، ارزش و کرامت انسان در هر صورت باید حفظ شود؛ از جمله مواردی که باعث عدم رعایت این کرامت می‌شود، تجاوز به حریم خصوصی افراد و دانشگاهیان و عدم رعایت اخلاق حرفه‌ای و دانشگاهی است.

۳. لزوم عمومیت اذن در روابط اجتماعی.

برای حفظ کرامت انسان و رعایت حریم خصوصی افراد و دانشگاهیان باید اجازه گرفت؛ همان‌گونه که در سوره نور، اجازه گرفتن برای ورود به حریم خصوصی دیگران، مدنظر قرار داده شده است:

«فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا فِيهَا أَحَدًا فَلَا تَدْخُلُوهَا حَتَّىٰ يُؤْذَنَ لَكُمْ وَإِنْ قِيلَ لَكُمْ ارجِعُوا فَارجِعُوا هُوَ أَزْكَىٰ لَكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ»؛

و اگر کسی را نیافتید، باز وارد نشوید تا اجازه یابید، و چون- به خانه‌ای درآمدید و- گفتند: برگردید، به زودی بازگردید که این برای تنزیه و پاکی شما بهتر است، و خدا به هر چه می‌کنید داناست.

تبیین معنایی فضای مجازی و آموزش‌های مجازی

فضای مجازی دنیای وسیع و پیچیده‌ای است که گروه‌ها و افراد مختلف با گرایش‌ها، باورها و اعتقادات گوناگون در آن زندگی می‌کنند؛ از طرف دیگر، کلیدواژه زندگی در این فضا- به اشتباه- به کار نرفته است؛ چرا که توأمان و همگام با دنیای واقعی- و شاید بیشتر- بر وجود آدمی و باورهایش اثر می‌گذارد؛ لذا فضای مجازی مکانی است که فرد می‌تواند فعالیت‌های دنیای واقعی خود را به آن وارد کند.

از خصوصیات بارز این فضا می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

۱. بی‌مکانی و از بین رفتن فاصله مکانی؛

۲. بی‌زمانی؛

۳. افزایش بی سابقه توان انسان‌ها برای مبادله و مراوده با یکدیگر و در نتیجه دگرگون‌سازی فرایند هویت‌یابی جمعی افراد.^۱

فضای مجازی برای نخستین بار توسط ویلیام گیسون^۲ - نویسنده کانادایی - مورد استفاده قرار گرفت؛ این ترکیب برای او، فضایی تخیلی است که از اتصال رایانه‌هایی پدیده آمده است.

در ادامه، محققان دیگر به تکمیل معنایی این ترکیب پرداختند از جمله تعاریف زیر:

- کنیزا: محیطی برساخته از اطلاعات نامرئی - اطلاعاتی است، که می‌تواند اشکال مختلفی به خود بگیرد.

- اندرسون^۳: واقعیت مجازی، واقعیت خلق شده توسط رایانه است؛ واقعیتی که از آن رو مجازی یا مصنوعی است که در دنیای واقعی محیطی مادی، مکانی را اشغال نکرده است، و در اذهان کاربران در نتیجه تعامل با واسطه الکترونیکی وجود دارد.

- مایکل بندیکت^۴: جهانی نو و موازی با جهان واقعی و مخلوق رایانه‌های جهان و ارتباط‌های بین آنان است.^۵

بنابراین، فضای مجازی یک شبکه گسترده جهانی است، که شبکه‌های مختلف رایانه‌ای در اندازه‌های متعدد و حتی رایانه‌های شخصی را با استفاده از سخت‌افزارها و نرم‌افزارهای گوناگون و با قراردادهای ارتباطی به یکدیگر وصل می‌کند؛ لذا فناوری‌های ارتباط از راه دور، اساس فضای مجازی را تشکیل می‌دهند.^۶

۱. خدایاری و همکاران، ۱۳۹۳؛ به نقل از: منتظر قائم، ۱۳۸۱.

2. William Gibson
3. Jon Anderson
4. Michael Benedict

۵. ر. ک: سید سعادت، ۱۳۹۱.

۶. دهقان، ۱۳۸۴.

جامعه دانشگاهی - امروزه - به نوعی با این فضای مجازی درآمیخته است؛ به نحوی که و بسیاری از تعاملات از قبیل تیم‌های مجازی و تعاملات ملی و بین‌المللی در این فضا صورت می‌گیرد؛ هم‌چنین، آموزش مجازی به معنای استفاده از شیوه‌های پیشرفته رایانه‌ای انتقال مواد و مطالب درسی به فراگیران، یادگیران، دانش‌آموزان و دانشجویان است. این تعریف، تبیین آموزش الکترونیکی است؛ اما از آن‌جا که - امروزه - نوع غالب ارائه آموزش این شیوه، روش‌های رایانه‌ای است - غالباً - این دو اصطلاح را به جای هم به کار می‌برند،^۱ که در دو مفهوم زیر استفاده می‌شود:

۱. مفهوم اعم؛ هر گونه ارائه و انتقال دانش و آموزش از طریق وسایل و

ابزارهای الکترونیکی از قبیل تلویزیون، رادیو و اینترنت؛

۲. مفهوم اخص؛ یادگیری از طریق اینترنت و وب به معنای آموزش

مجازی و الکترونیکی؛ این نوع خاص از آموزش، با مواردی مثل جنبه

انسانی یافتن، نقش‌ها، هنجارها، اخلاق، امور خصوصی و امور

روانشناختی - جامعه‌شناختی مواجه است.^۲

بر این اساس، فناوری و گستره وسیع آن از یکسو و عدم نظارت و کنترل از سوی

تولیدکنندگان فناوری با دسترسی آسان همگان به آن، مباحث جدیدی را در این حوزه

پدید می‌آورد که - قبلاً - در آموزش سنتی و حضوری مطرح نبودند.^۳

این مسائل، جریان آزاد ارتباطات الکترونیکی، فقدان فرهنگ‌سازی، عدم تعهد اخلاقی

و فقدان جامع نظارتی، عدم کنترل در رابطه و تعامل ارتباطات و اطلاعات را حتی در دانشگاه

نیز موجب شده است، لذا نقش مدیران و کاربران دانشگاهی فاقد اصول اخلاقی یا عدم

پابندی آنان به ارزش‌های اخلاقی و انسانی در سوء استفاده‌های الکترونیکی بی‌تأثیر نیست؛

۱. علی‌پور و شالباف، ۱۳۸۷.

۲. همان؛ به نقل از: چنسی، ۱۹۷۶.

۳. علی‌پور و شالباف، همان؛ به نقل از: وستر، ۲۰۰۵.

چه این که استراق سمع، سوء استفاده از حریم افراد و سرک کشیدن در زندگی کاری مجازی، دزدی و سرقت حقوق مالکیت فکری، ترویج و تبلیغ ضد ارزش‌ها را سبب می‌شود.^۱

جایگاه حریم خصوصی در فضای مجازی

یکی از مباحثی که به واقعیت‌های آموزش مجازی و دانشگاهی و حریم خصوصی آن مربوط می‌شود، مباحث اخلاقی و حریم خصوصی در این فضا است.

به‌طور کلی، اخلاق و اصول حریم خصوصی از مباحثی است که - امروزه - در تمامی حوزه‌ها مطرح است، که این مهم در آموزش‌های دانشگاهی و آموزش عالی اهمیت دوچندانی دارد؛ چه این که دسترسی به اطلاعات الکترونیکی مثل دسترسی به اطلاعات شخصی فرد، حریم خصوصی محسوب می‌شود؛ لذا تعیین این که چه کسی چه اطلاعاتی از شخص را در اختیار داشته باشد، در حوزه حریم خصوصی آن فرد است.^۲

بر این اساس، برخی از موارد وجود دارد که در مورد زندگی فرد است؛ مثل زندگی‌نامه، تعداد فرزندان و نام آن‌ها و نام همسر، که در دانشگاه‌ها و آموزش عالی باید این اطلاعات حریم خصوصی فرد دانسته شده و از افشای آن در شبکه‌ها و فضای مجازی خودداری نمود؛ این اطلاعات علاوه بر اطلاعات شخصی و خانوادگی عضو دانشگاهی، شامل اطلاعات کاری، اطلاعات پرسنلی، حقوق و مزایای فرد نیز می‌شود؛ البته این موارد - تنها - نمونه‌ای از اطلاعات حریم خصوصی افراد است که در فضای مجازی نباید پخش گردد.

هنجارهای اخلاقی حریم خصوصی در فضای مجازی دانشگاهیان

شخص دانشگاهی در فضای مجازی آموزش عالی و آموزش‌های دانشگاهی به‌عنوان عضو هیئت علمی، دانشجو و یا کارمند دارای حریم و حرمت است.

۱. علی‌پور و شالباف، ۱۳۸۷؛ به نقل از: ابراهیم‌زاده و همکاران، ۱۳۸۵.

۲. سید سعادت، ۱۳۹۱؛ به نقل از: شهریاری، ۱۳۸۶، شماره ۱۸.

بر این اساس، فضای مجازی در آموزش عالی جایی است که کاربران دانشگاهی با توجه به آزادی علمی- بدون قید و بندی- در آن مشغول کار هستند، و حتی برخی موارد مثل فیلتر بودن تارنماها و شبکه‌ها و یا هزینه‌ای بودن آن‌ها نیز در دانشگاه مفهومی ندارد؛ لذا در چنین وضعیتی، اگر فرد دارای مؤلفه‌های اخلاقی نیکو و حسنه نباشد، می‌تواند در دام نفس گرفتار آید، و- خواسته یا ناخواسته- حریم دیگران را نقض نموده و کرامت آن‌ها را در فضای مجازی خدشه‌دار نماید. از جمله مؤلفه‌های اخلاقی لازم در فضای مجازی دانشگاهی، می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

۱. اخلاق علمی و حرفه‌ای

اخلاق حرفه‌ای^۱ شاخه‌ای از اخلاقیات در هر علم محسوب می‌شود، که انتظار می‌رود صاحب آن علم به این اخلاقیات و صفات آراسته باشد. در دانشگاه‌ها نیز اخلاق حرفه‌ای حکم می‌کند دانشگاهیان- فارغ از قید و بندهای قانونی- مقید به رعایت برخی اصول باشند، و سرآمدی خود در جامعه را به‌ظهور برسانند؛ این صفات می‌تواند شامل عوامل متعددی گردد از جمله:

- پرهیز از تقلب علمی؛
- رعایت احترام استادان بزرگتر؛
- حفظ حریم خصوصی سایر دانشگاهیان در بعد حقیقی و یا بعد مجازی.

۲. صداقت

سخن درست گفتن در ذات هر انسانی قرار دارد؛ اما مشاهده می‌شود که با بزرگتر شدن و تعاملات در جامعه، گاهی این صفت نیکو در افراد رنگ می‌بازد، و شاید به این دلیل است که گفته‌اند حرف حق را باید از کودک شنید.

در دنیای واقعی افراد اگر در تعاملات خود متوجه عدم صداقت فرد شوند، ناراحت شده و فرد مذکور را مورد سرزنش قرار می‌دهند؛ اما در دنیای مجازی چون افراد یکدیگر را نمی‌بینند، نفس، بیشتر در خصوص کنجکاوی و تجسس و عدم رعایت حقوق دیگران تشویق می‌کند، و شاید به‌سادگی نتوان متوجه عدم صداقت فرد شد؛ زیرا برخی در شبکه‌های اجتماعی، هویت خود را پنهان کرده و با هویت جعلی وارد فضای مجازی می‌شوند.

این در حالی است که اقشار فرهیخته از جمله دانشگاهیان، به اخلاقیات آراسته بوده، و آیه «یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ»^۱ را سرلوحه کار خود در فضای مجازی قرار می‌دهند؛ لذا با فریب و دروغ در تارنماها و شبکه‌های مجازی به دنبال اهداف غیر معقول و غیر علمی نمی‌گردند، و حتی چند نام کاربری را به نام خود اختصاص نمی‌دهند.

۳. رعایت حقوق دیگران

عدالت، مفهومی است که همه انسان‌ها فارغ از هر نوع مذهب و گرایش فکری و ایدئولوژیکی به آن اعتقاد داشته، و انتظار دارند با آن‌ها این‌گونه رفتار شود. یکی از موارد عدالت، رعایت حق و حقوق افراد است؛ چه حقوق پدر بر فرزند و چه بالعکس و یا حقوق رئیس بر مرئوس و یا بالعکس.

در فضای مجازی نیز همه افراد جدای از سلیق سیاسی و علمی دارای حقوقی هستند که لازم است از سوی سایر دانشگاهیان- ولو دانشگاهیان مخالف نظرات آنان- رعایت گردد.

۱. توبه، ۱۱۹: ای کسانی که ایمان آورده‌اید! از خدا بپرهیزید و با صادقان باشید.

مصادیق عدم رعایت حقوق دیگران در دانشگاه نیز متعدد است، از تأخیر استاد در کلاس درس تا گرفتن وقت کلاس توسط برخی دانشجویان؛ در کلاس‌های الکترونیکی نیز عدم رعایت نوبت و یا گرفتن وقت کلاس از موارد عدم رعایت حقوق افراد به‌شمار می‌رود. از طرف دیگر، اگر به کلام قرآن و سنت مراجعه شود، موارد متعددی در خصوص رعایت حقوق دیگران و قسط و عدل مشاهده می‌شود؛ به عنوان مثال، قرآن کریم می‌فرماید: «وَنَضَعُ الْمَوَازِينَ الْقِسْطَ لِيَوْمِ الْقِيَامَةِ فَلَا تُظْلَمُ نَفْسٌ شَيْئًا وَإِنْ كَانَ مِثْقَالَ حَبَّةٍ مِنْ خَرْدَلٍ أَتَيْنَا بِهَا وَكَفَىٰ بِنَا حَاسِبِينَ»^۱؛ و ما ترازوهای عدل را به روز قیامت خواهیم نهاد، و هیچ ستمی به‌هیچ نفسی نخواهد شد، و اگر عملی به‌قدر دانه خردلی باشد در حساب آریم، و تنها علم ما برای حسابگری کفایت خواهد کرد.

بنابراین، بر هر فرد دانشگاهی لازم است حقوق دیگران را رعایت نماید؛ البته رعایت عدالت و حقوق دیگران در سایر ادیان نیز مورد توصیه و تأکید قرار گرفته است. بیان این نکته لازم است که رعایت حقوق دیگران - تنها - در کلاس‌های درس مجازی نیست؛ بلکه در تولید محتوا نیز باید اطلاعات درست و با منبع‌دهی^۲ صحیح صورت پذیرد؛ به‌نحوی که حقوق مالکیت معنوی^۳ افراد حفظ شود، و یا در سایر فایل‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی قرار می‌گیرد و یا در تارنماها قرار داده می‌شود، حقوق افراد رعایت گردد.

هم‌چنین، سایرین نیز موظفند هنگام استفاده از این مطالب حق کپی‌رایت^۴، منبع‌دهی و عدم سرقت علمی^۵ را رعایت نمایند؛ علاوه بر این، دوربین‌های تلفن همراه دانشگاهیان و دوربین‌های امنیتی نصب شده در دانشگاه‌ها و مراکز

۱. انبیاء، ۴۷.

2. Professional Ethics
3. Moral Rights
4. Copy Right
5. Plagiarism

آموزش عالی و آسان‌برهای^۱ دانشگاهی و- بعضاً- کلاس‌ها و محیط کار کارکنان دانشگاهی و اعضای هیئت علمی نیز از عوامل مهمی هستند که در صورتی که اخلاق حکمفرما نباشد، می‌تواند حقوق دیگران را تضییع نماید، و حتی ابروی یک فرد را در برابر دیگر دانشگاهیان ببرد.

۴. پرهیز از آزار دیگران

آزار و اذیت خود^۲ و دیگران^۳ حرام است، و مصداق حق الناس و حق النفس به‌شمار می‌آید.

قرآن کریم در دو آیه می‌فرماید:

- «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِالْأَلْقَابِ بِئْسَ الْأَسْمُ الْفُسُوقُ بَعْدَ الْإِيمَانِ وَمَنْ لَمْ يَتُبْ فَأُولَٰئِكَ هُمُ الظَّالِمُونَ»؛ ای اهل ایمان! مؤمنان هرگز نباید قومی قوم دیگر را مسخره و استهزا کنند، شاید آن قوم که مسخره می‌کنند از خود آنان بهتر باشند؛ و نیز بین زنان با ایمان قومی دیگری را سخریه نکنند که بسا آن قوم از خود آن زنان بهتر باشند، و هرگز عیبجویی خود نکنید و به نام و لقب‌های زشت یکدیگر را نخوانید که پس از ایمان به‌خدا نام فسق- بر مؤمن نهادن- بسیار زشت است، و هر که توبه نکند چنین کسانی بسیار ظالم و ستمکارند.

- «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِمَّا زَعَمُوا أَنَّهَا حُرْمٌ لَكُمْ إِنَّهَا لَبُحْرَانٌ بَاطِلَةٌ لِيُفْتَنَ بِهَا قَوْمٌ عَسَىٰ أَنْ يَكُونَ مِنْكُمْ بَعْضٌ أَلْفَاظًا يَغْتَابُ بَعْضُكُم بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ تَوَّابٌ رَحِيمٌ»؛

-
1. Elevator
 2. Masochism
 3. Sadism

۴. حجرات، ۱۱.

۵. حجرات، ۱۲.

- ای اهل ایمان! از بسیار پندارها در حق یکدیگر اجتناب کنید، که برخی ظن و پندارها معصیت است، و هرگز تجسس نکنید و غیبت یکدیگر روا مدارید؛ هیچ‌یک از شما آیا دوست می‌دارد که گوشت برادر مرده خود را خورد؟ البته کراحت و نفرت از آن دارید، و از خدا پروا کنید که خدا بسیار توبه‌پذیر و مهربان است. بنابراین، بسیاری از کنجکاوی‌های بی‌مورد در دانشگاه‌ها و محیط‌های علمی مصداق تجسس است، و این تجسس آزار دیگران و غصب حریم شخصی افراد را در پی خواهد داشت.

۵. رازداری و معتمد بودن

قرآن کریم می‌فرماید:

«عَالِمِ الْغَيْبِ فَلَا يُظْهِرُ عَلَيَّ غَيْبِهِ أَحَدًا»؛ خدا به آنچه نزد رسولان است

احاطه کامل دارد، و به‌شماره هر چیز در عالم به‌خوبی آگاه است.

هم‌چنین، یکی از صفات خداوند، «ستار العیوب» بودن است که حکایت از اهمیت رازداری دارد.

بر این اساس، در دانشگاه‌ها نیز یکی از موارد مهم، اعتماد و رازداری است؛ همان‌گونه که دانشگاهیان، مجموعه‌های حراست و گزینش دانشگاه را امین و رازدار خود می‌دانند، انتظار دارند در فضای مجازی دانشگاهی نیز رازداری حاکم باشد؛ به‌عنوان مثال، مدیران فناوری اطلاعات دانشگاه که مسئولیت تارنماهای دانشگاه، سرویس‌دهی و خدمات فنی، مدیریت رایانامه‌های دانشگاهی و شبکه‌های مجازی و اجتماعی و نیز آموزش الکترونیکی را برعهده دارند، باید رازدار باشند؛ چرا که دانشگاهیان برخی از اطلاعات دانشگاهی و پژوهش‌های خود را بر روی این موارد ذخیره می‌نمایند.

در مجموع، با رازداری دانشگاهیان نسبت به یکدیگر و رازداری مدیران فناوری اطلاعات دانشگاهی - به‌تدریج - اعتماد میان دانشگاهیان شکل می‌گیرد و این شکل‌گیری اعتماد، رابطه بین دانشگاهیان با مدیران ارشد دانشگاه و عوامل فضای مجازی دانشگاه را تقویت می‌نماید.

۶. امانتداری، تعهد و مسئولیت‌پذیری

قرآن کریم می‌فرماید:

«إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ»^۱؛ من برای شما پیغمبری امینم.

توجه به مفهوم اخلاقی آیه حاکی از آن است، که افراد امانتدار باید مسئول اطلاعات موجود در فضای مجازی دانشگاهیان باشند، و سایر دانشگاهیان نیز که از اطلاعات استفاده می‌کنند باید امانتدار بوده و در صورت دسترسی سهوی به محتوایی از سایر دانشگاهیان در فضای مجازی، امانتداری را رعایت نموده و با تعهد و مسئولیت‌پذیری خود نسبت به رعایت اخلاق دانشگاهی در محتوای سایر دانشگاهیان و یا اطلاعات آنان، زمینه ایجاد مدینه فاضله مجازی را به وجود آورند.

نتیجه‌گیری

یکی از رسالت‌های آموزش دانشگاهی ترویج اخلاق است؛ اما در فضای مجازی آموزش عالی و آموزش مجازی- گاهی- رفتارهای غیر علمی و خلاف اخلاق دانشگاهی مشاهده می‌شود، که لزوم توجه به اخلاق دانشگاهی در این خصوص را تأکید می‌نماید.

به‌طور کلی، فضای مجازی در آموزش عالی کشور- در روابط دانشگاهیان- روز به‌روز نقش تازه‌ای پیدا می‌کند تا جایی که از تارنماها، رایانامه‌ها، آموزش الکترونیکی، کانال‌ها و شبکه‌های اجتماعی فراتر می‌رود؛ لذا باید سعی نمود در این میان سیاست‌گذاری نمود، و قوانین حقوقی متناسب درباره این موضوع وضع کرد و فرهنگ استفاده از فضای مجازی را برای رعایت اخلاقیات تقویت نمود.

بر این اساس، فضای مجازی آموزش عالی هم تهدید است و هم فرصت، که این مسئله تهدیدی علیه امنیت دانشگاه و خانواده‌های دانشگاهیان و فرد دانشگاهی به‌شمار می‌رود، و فرصتی برای رشد و تعالی فرد دانشگاهی، دانشگاه‌ها و کشور است. بنابراین، باید با دقت و ظرافت با این موضوع کنار آمد و همگام با پیشرفت فناوری‌های اطلاعاتی و رشد جوامع در حوزه مجازی، از ظرفیت‌های این حوزه برای رشد و توسعه و تعاملات دانشگاهی استفاده نمود، و با کژی‌ها و موارد مزاحم حریم افراد در فضای مجازی نیز با جدیت برخورد نمود؛ اما همیشه پیشگیری راحت‌تر از درمان است؛ لذا باید قبل از لزوم به برخورد قانونی، با فرهنگ‌سازی و گسترش اخلاقیات در فضای مجازی آموزش عالی و رعایت حریم دانشگاهیان در این فضا، زمینه‌های گسترش فضای مجازی را فراهم نمود، و دانشگاهیان به‌عنوان نماد دانشی جامعه به این فضایل آراسته گردند تا گرفتار رذائل فضای مجازی- از جمله: سرقت ادبی، تقلب، استراق سمع، تبلیغ ضد ارزش‌ها، گسترش دروغ و تقلب، تهمت و افترا، سرک کشیدن به پروفایل و زندگی شخصی افراد و تخریب رقبا- نشوند. نتیجه آن‌که اگر اخلاقیات در فضای مجازی رعایت شود، می‌توان انتظار داشت که فردی بی‌حرمت نشود و حریم شخصی فردی دستخوش تاخت و تاز سایرین نشود، حقوق مالکیت معنوی افراد حفظ گردیده، سلامت و امنیت اجتماعی و روانی دانشگاهیان تأمین شده و صداقت، امانت، رازداری، تعهدپذیری و اعتماد میان جامعه دانشگاهی تبلور یابد.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم
۲. ابن منظور، محمد بن مکرم؛ (۱۴۱۶)، لسان العرب، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۳. انصاری، محمد باقر؛ (۱۳۸۶)، حقوق حریم خصوصی، تهران: انتشارات سمت.
۴. خدامرادی، طاهره؛ سعادت، فرحناز؛ خدامرادی، طیبه؛ (۱۳۹۳)، بررسی میزان تأثیر استفاده از فضای مجازی بر ارزش‌های خانواده (مطالعه موردی: معلمان مقطع متوسطه سازمان آموزش و پرورش استان ایلام)، فرهنگ ایلام، دوره ۱۵، شماره ۴۵-۴۴: ۱۶۷-۱۵۵.
۵. خدایاری، کلثوم؛ دانشور حسینی، فاطمه؛ سعیدی، حمیده؛ (۱۳۹۳)، میزان و نوع استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی (مطالعه موردی: دانشجویان دانشگاه آزاد مشهد)، پژوهش‌های ارتباطی، سال ۲۰، شماره ۱: ۱۹۲-۱۶۷.
۶. طبرسی، علی بن حسن؛ (۱۴۱۸)، مشکاة الأنوار فی غرر الأخبار، به تحقیق مهدی هوشمند، قم: دار الحدیث.
۷. طوسی، خواجه نصیر الدین، (۱۳۶۰)، اخلاق ناصری، تهران: انتشارات علمیه اسلامیة.
۸. دهخدا، علی اکبر؛ (۱۳۲۵)، لغتنامه دهخدا، تهران: چاپخانه مجلس.
۹. دهقان، علیرضا؛ (۱۳۸۴)، قماربازی اینترنتی، فصلنامه انجمن ایرانی مطالعات فرهنگی و ارتباطات، شماره‌های ۳-۲: ۷۲-۴۵.
۱۰. راغب اصفهانی، حسین بن محمد؛ (۱۳۸۵)، مفردات الفاظ قرآنی، ترجمه مصطفی رحیمی نیا، تهران: انتشارات سبحان.
۱۱. زمانی، اصغر؛ ترابیان، نرگس؛ (۱۳۹۵)، اخلاق حرفه‌ای در دانشگاه، نخستین همایش ملی برنامه‌ریزی و تحول نظام آموزشی، قم: دانشگاه پیام نور.
۱۲. سید سعادت، فهیمه؛ (۱۳۹۱)، هنجارهای اخلاقی حریم خصوصی اسلامی در فضای مجازی، تبریز: انتشارات دانشگاه هنر تبریز.
۱۳. شهریاری، حمید، (۱۳۸۹)، اخلاق فناوری اطلاعات، قم: انتشارات دانشگاه قم.

۱۴. حر عاملی، محمد بن حسن؛ (۱۳۷۲)، وسائل الشیعة فی تحصیل مسائل الشریعة، قم: مؤسسه آل البيت علیهم السلام لاحیاء التراث.
۱۵. علی پور، احمد؛ شالباف، عذرا؛ (۱۳۸۷)؛ اخلاق آموزش مجازی، اخلاق در علوم و فناوری، سال ۳، شماره‌های ۱-۲: ۴۳-۵۰.
۱۶. فاضل هرندی، محی الدین؛ (۱۳۶۷)، حریم در فقه شیعه، قم: انتشارات دار الفکر.
۱۷. کوشکی، غلامحسین؛ (۱۳۸۶)، حمایت از حریم خصوصی در مکان خصوصی در مقررات دادرسی کیفری ایران، مجله حقوقی دادگستری، شماره ۸۵: ۱۵۰-۱۳۵.
۱۸. متقی هندی، علی بن حسام‌الدین؛ (۱۴۱۹)، کنز العمال فی سنن الأقوال والأفعال، بیروت: دار الکتب العلمیة.
۱۹. محسنیان راد، مهدی؛ (۱۳۷۵)، اخلاق: ارائه مدلی برای روزنامه‌نگاری در جوامع اسلامی، رسانه، شماره ۲۸: ۷۷-۷۰.
۲۰. مصطفی‌زاده، فهیم؛ (۱۳۸۵)، مجموعه مقالات، تهران: مرکز مطبوعات و انتشارات.
۲۱. معین، محمد؛ (۱۳۶۴)، فرهنگ فارسی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۲۲. مکارم شیرازی، ناصر؛ (۱۳۷۷)، زندگی در پرتو اخلاق، قم: انتشارات نسل جوان.
۲۳. نوری، حسین بن محمد تقی؛ (۱۴۰۸)، مستدرک الوسائل ومستنبط المسائل، قم: مؤسسه آل البيت علیهم السلام لاحیاء التراث.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی

نویسندگان: دکتر علی آهنگ (ایران)^۱، سیده فرناز اتحاد (ایران)^۲

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۹

دریافت: ۱۳۹۶/۰۵/۰۸

چکیده

عصر حاضر مواجهه با بسیاری از رسانه‌های جمعی و البته فضاهای مجازی با تنوع و قابلیت‌های گوناگون است. ارتباط گرفتن در دهکده جهانی اکنون و تبادل نظر و در کنار آن ارائه فرهنگ‌ها و تبلیغات غلط و غرض‌ورزانه درباره جناح، گروه، اشخاص و به‌طور خاص دین، بسیار رایج و قابل دسترس است. آنچه که همیشه مورد هجمه و آسیب بوده است، فرهنگ و متن اصلی دین و باورهای الهی است که در فضای مجازی نیز دستخوش آسیب و تبلیغات ضد دین شده است. عرفان‌های نوظهور، پدیده داعشیسم و بسیاری از شبکه‌ها و گروه‌های شبه‌دین با تغییر ظاهر و پوسته دین آن را به‌صورتی دیگر به جهانیان -مخصوصاً- جوانان نشان داده‌اند و در این میان هجمه و آسیبی که به دین اسلام وارد می‌کنند، قابل توجه است؛ در چنین وضعیتی، فضای مجازی باید بتواند با راه‌اندازی شبکه‌ها، گروه‌ها و لینک‌های صحیح ترویج فرهنگ اسلام و ارائه صحیح از تفاسیر و منابع قرآنی، چهره واقعی دین مبین را نشان داده و همزمان با تبلیغات ضد دینی مبارزه کند. پژوهش حاضر تلاش نموده است ابتدا با بیان آسیب‌های وارده به فرهنگ و باور مذهبی از طریق شبکه‌های اجتماعی و خطرات آن برای نسل جوان، روش برخورد با چنین فضاهایی را تبیین نموده، و سپس با ارائه راهکارهای مناسب، تبلیغ صحیح دین در این فضاها را ارائه و روش صحیح استفاده از این فضا در راستای فرهنگ دینی را به جوانان آموزش دهد.

واژگان کلیدی: دین اسلام، روش‌های تبلیغ، تبلیغ ضد دینی، فضای مجازی

-
۱. استادیار گروه علوم قرآن و حدیث، دانشکده علوم قرآنی، دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، بجنورد، ایران، alياهو59@yahoo.com
 ۲. کارشناس ارشد مترجمی زبان انگلیسی، دانشجوی کارشناسی گروه علوم قرآن و حدیث، دانشکده علوم قرآنی، دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم،، f.ettehad20155@yahoo.com

مقدمه

اسلام دینی جهان‌شمول و دارای قابلیت‌ها و اهدافی والاست، که توسط پیامبری که در قرآن کریم از ایشان به «رحمة للمعالمین»^۱ یاد شده است، برای هدایت همه بشریت قرار داده شده است؛ این دین به‌عنوان کامل‌ترین و جامع‌ترین برنامه بشری، تمام ادیان الهی پیشین را نیز در خود جای داده و همگان را به خود فراخوانده تا با دین و آئینی واحد به‌فرامین و دستورات وجودی که عالم به تمام هستی است، روی آورند.

بر این اساس، نشر و توسعه دین اسلام از همان روزهای آغازین دعوت پیامبر اکرم ﷺ به‌صورت مخفیانه و آشکار- از خانه ایشان، از ایمان آوردن همسر ایشان، از ایمان آوردن حضرت علی ؑ به‌عنوان نزدیکترین عضو خانواده و نیز از ایمان آوردن دوستان و آشنایان و اهالی مکه و مدینه و دیگر بلاد- آغاز شد؛ لذا پیامبر اسلام ﷺ در راه تبلیغ و نشر این دین، به‌عنوان اولین و برترین نمونه انسانی است که در آن شرایط سخت و جاهلانه شبه‌جزیره عربستان، چنین رسالت خطیر و مهمی را آغاز کردند. بنابراین، سختی‌های بسیاری در این راه- از همان ابتدا- وجود داشت؛ از به‌سخره گرفتن حضرت گرفته تا این که ایشان را به القابی دروغین می‌نامیدند تا سخن حقش را کتمان کنند.

پس از دوران تبلیغ و رسالت حضرت، این وظیفه خطیر به عهده اهل بیت ایشان ؑ بود، که ایشان نیز شاگردان و صحابه‌ای داشتند که در کنار تلمذ، به تبلیغ و ترویج دین اسلام پرداخته، و پس از آن نیز عالمان دین و آگاهان به دین اسلام و کسانی که در این راه زحمت کشیده و از جان مایه گذاشته بودند، به‌صورت جلسات درس یا جلسات تبلیغی در مجالس مختلف به تبلیغ و ترویج دین مبین پرداختند.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۳۵

در دنیای امروز با پیشرفت تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی، برقراری ارتباط و تبادل نظر درباره موضوعی خاص - دینی یا غیر دینی - نه تنها سریع شده، بلکه از سطح ارتباط فردی و اجتماعی محدود نیز فراتر رفته است؛ به نحوی که می‌توان به راحتی با افرادی آن سوی جهان با زبان و آئینی متفاوت به مبادله افکار پرداخت.

یکی از این وسایل ارتباطی بسیار سریع، وجود فضاهای مجازی است که طی چند سال اخیر به طور گسترده‌ای میان افراد جوامع - به ویژه جوانان - جای خود را پیدا کرده، و حتی توانسته به جای مطالعه کتاب - به صورت سنتی - فضا را به سمت مطالعه کتاب‌های الکترونیکی سوق دهد.

آن چه در فضای مجازی و محیط‌های اجتماعی مجازی با آن مواجه هستیم، حجم گسترده‌ای از مطالب و اطلاعات است که البته مطالب کذب و شایعات نیز در این فضا، بسیار یافت می‌شود؛ چرا که در گروه‌ها یا کانال‌ها و صفحات متعددی که وجود دارد - اغلب - فرد یا افرادی که چنین فضایی را اداره می‌کنند قابل شناسایی نیستند، و یا اغلب هویت واقعی خویش را نشان نمی‌دهند، و حتی گاهی افرادی ناآگاه و بدون تحصیلات علمی، صفحات و کانال‌هایی را راه‌اندازی می‌کنند که با زبانی مهیج و جوان‌پسند بحث از موارد اختصاصی و مربوط به حوزه‌های علمی خاص می‌کنند تا - به زعم خود - مباحث دینی و عقیدتی را به شکل و شیوه‌ای مدرن بیان کنند؛ به نحوی که جالب توجه باشد.

از آن جا که دشمنان دین مبین از جنگ نظامی و به صورت رو در رو ناکام شده‌اند، رو به جنگ نرم^۱ آورده‌اند، و در این مسیر، هدف جوانان - به ویژه جوانان مسلمان و انقلابی - هستند؛ لذا افرادی که تنها برای اغفال و دور کردن از باورها و اعتقادات اسلامی صفحات و فضاهایی طراحی کرده‌اند، دین اسلام را با نگاهی ظالمانه و خشن

1. Soft Power

به دنیا معرفی نموده و شک و شبهه در باور مردم ایجاد می‌کنند تا از این طریق با دور نمودن جوانان از معنویات و بی‌اعتنا کردن آن‌ها به اصول اسلامی، دست به هر کار غیر اخلاقی و دور از شأن انسانیت زنند، و بر چنین پدیده‌ای نام اسلام بگذارند.

قرینه مطلب در قتل و جنایت‌هایی است که به راحتی اتفاق می‌افتد، که با این زمینه‌سازی‌های پیش‌گفته، و نیز همراه شدن با خشم ناگهانی و ضعف در ایمان، پدیده‌هایی مثل طالبان و داعش حادث می‌شوند، که حرکت بر ضد انسانیت را وظیفه دینی خود می‌دانند.

بنابراین، آنچه به عنوان وظیفه برای جوان انقلابی و یا هر فرد مسلمانی که دسترسی به فضاهای مجازی دارد، و یا افرادی که سؤالاتی در این باره در فضای مجازی دارند، طرح می‌شود این است که طریقه صحیح تبلیغ دینی و اسلامی را دانسته و روش‌های تبلیغی در این فضاها را بیاموزد؛ از طرف دیگر، با بالا بردن سطح آگاهی و توانایی پاسخگویی در برابر شبهات نیز بتواند دین اسلام را بیش از پیش حفظ کرده، و با تبلیغ صحیح و فراگیر افرادی که به دور از نعمت اسلام مانده‌اند، آن‌ها را به این دین راغب و مشتاق نماید.

تبیین مفهومی تبلیغ و مشتقات آن

تبلیغ^۱ در لغت به معنای رسانیدن پیام یا خبر و موضوعی است که به اطلاع مردم رسانده شود؛^۲ اما در این پژوهش، به معنای رساندن پیام‌ها و آموزه‌های دینی است. به طور کلی، واژه تبلیغ و مشتقات آن ۷۰ مرتبه در قرآن کریم به کار رفته است، که ۷۲ مورد آن با «تبلیغ دینی» تناسب دارد.^۳

1. Propagation

۲. معین، ۱۳۶۴، ذیل واژه «ت».

۳. شرفی، ۱۳۹۳، ص. ۳۲.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۳۷

با طرح واژه تبلیغ، کلیدواژه دیگری به نام تبلیغات طرح می‌شود، که کاربرد هر یک از شکل‌های برقراری ارتباط است که بر پایه برنامه‌ریزی هدفدار استوار است، و در جهت تأثیر بر افکار، احساسات و اعمال گروه‌های معین به منظوری خاص صورت می‌گیرد.^۱ به عقیده ترنس کوالتر^۲ - از صاحب‌نظران این حوزه - تبلیغات عبارت است از تلاشی عمدی که توسط برخی افراد یا گروه‌ها با بهره‌گیری از وسایل ارتباطی برای کنترل، شکل دادن یا تغییر نگرش افراد دیگر گروه‌ها انجام می‌شود.^۳ در زبان فارسی نیز این واژه معادل کلمات متعددی از زبان انگلیسی قرار می‌گیرد؛ از جمله کاربرد آن در تعاریف زیر:

- اشاعه و ترویج و تکثیر و رساندن صحیح یک مطلب با بار ارزشی مثبت؛^۴
- پیام توخالی و هیاهوی بی‌محتوا با بار ارزشی منفی؛^۵
- آگهی و پیام‌های بازرگانی؛^۶
- تبلیغات بازرگانی رادیو و تلویزیون با نمایش محتوایی تجاری.^۷

در عین حال، به نظر می‌رسد مأموریت^۸ از جمله واژه‌هایی است که با مفهوم تبلیغ دینی - معمولاً - استفاده می‌شود.^۹

۱. نصر، ۱۳۸۷، ص. ۶۷۴.

2. Terence Qualter

۳. هالستی، ۱۳۷۲، ص. ۳۴.

4. Propagation

5. Propaganda

6. Advertisement

7. Commercial

8. Mission

۹. کاویانی آرانی، ۱۳۹۲، صص. ۳۱-۳۳.

در «فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد»^۱ نیز به معنی فرستادن معلمان مذهبی برای به آئین جدید درآوردن مردم آمده است؛ هم‌چنین به معنای گروهی از اشخاص است که از طرف کلیسا برای گسترش دین به خصوص، به یک سرزمین خارجی اعزام می‌شوند.^۲ پس از این تبیین - با توجه به مسئله پژوهش - لازم است به تبیین تبلیغ اسلامی و فضای مجازی پرداخته شود:

۱. تبلیغ اسلامی؛^۳ نوعی خاص از ارتباط است که گاهی با هدف آموزش، گاهی اقتناع و گاهی برای به عمل واداشتن مخاطب انجام می‌گیرد،^۴ و عبارت است از هر گونه فعالیت نظام‌مندی که به طور مستقیم به قصد گسترش علمی، عاطفی و رفتاری دین اسلام - سطحی یا عمیق - صورت می‌گیرد.^۵

۲. فضای مجازی؛ مفهوم فضا در برابر مفهوم مکان به کار می‌رود، و عبارت است از همه‌جا؛ اما مکان جایی معین است، دارای محتوا و مرزبندی بوده و دوبعدی است؛ در نقطه مقابل، فضا نوعی خال است و سه بعد داشته و بدون مرکز بوده و نامتناهی است.

در یکی از تعاریف تفکیکی مکان و فضا، چنین آمده است:

مکان‌ها ثابت می‌مانند؛ اما فضا می‌تواند در یک چشم به هم زدن تغییر کند و عوض شود؛ در نتیجه فضا نسبت به مکان مفهومی گسترده‌تر است، و همین ویژگی‌ها باعث خاص شدن و به وجود آمدن خصوصیات خاص فضای مجازی شده است.^۶

1. Oxford English Dictionary

2. Oxford Advanced Learner's, 2000, p. 3332.

3. Islamic Propagation

۴. کاویانی آرانی، ۱۳۹۲، ص. ۳۷؛ به نقل از: خندان، ص. ۳۳۳.

۵. کاویانی آرانی، همان، ص. ۱۴۳.

۶. موظف رستمی، ۱۳۹۱، ص. ۳۷.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۳۹

هم‌چنین، مجاز گاهی در مقابل امر حقیقی، گاهی به‌عنوان امری وهمی و خیالی و گاهی در مقایسه با واقعیت محسوس و بدن به‌کار برده می‌شود، گاهی نیز یک امر ذهنی در مقابل امری عینی تلقی می‌شود؛ لذا فضا یا جهانی با خصلت مجازی در مقابل فضا یا جهان واقعی قرار می‌گیرد؛ البته مجازی بودن از تأثیر واقعیت نمی‌کاهد، بلکه تنها واقعیتی را به شکل مجازی بازنمایی می‌کند.

واقعیت مجازی تلاش دارد محیطی جدید و تخیلی بیافریند، و این محیط خیال‌گونه واقعی به‌نظر می‌رسد و به‌صورت مستقیم آن‌چنان که در واقعیت آن را درک می‌کنیم، ارتباط ندارند.^۱

نقش و ماهیت تبلیغ و مبلغ در دین اسلام

پیش از تعریف و تبیین جایگاه تبلیغ در دین اسلام، لازم است در خصوص مهارت برقراری ارتباط - به‌ویژه رابطه اجتماعی - بحث شود؛ این‌که باید چگونه و بر چه اساسی باشد؟ غالب شبکه‌های مجازی به‌نوعی شبکه‌های اجتماعی و محیطی برای برقراری روابط اجتماعی هستند، که چنان‌چه روش صحیح این رابطه درک نشود، نه‌تنها در برقرار کردن ارتباط با دیگران در چنین محیط‌هایی ایجاد آسیب می‌شود؛ بلکه ممکن است در ارائه اطلاعات و مفاهیمی که با قصد بهتر شدن افکار عمومی و اطلاعات دادن به دیگر افراد است نیز منجر به‌خطا شود.

به‌طور کلی، انسان در هر فعالیت اجتماعی به مبادله اطلاعات می‌پردازد؛ اعم از این‌که فعالیت او در میان اعضای یک گروه باشد یا در میان اعضای گروه‌های دیگر شکل بگیرد.^۲

۱. عاملی، ۱۳۸۵، ص. ۳۶.

۲. امیرحسینی و مخاطب، ۱۳۸۴، ص. ۴۳.

نکته مهم این که شرط اساسی روابط انسان‌ها نحوه انجام مناسب این مبادله‌ها و مرادده‌ها است؛ البته- در این میان- رسانه‌ها بسیار فعال ظاهر شده‌اند تا جایی که- تقریباً- روابط اجتماعی مجازی افراد را تحت تأثیر قرار داده‌اند؛ لذا بازار تبلیغ، داغ است. قرینه بحث از تبلیغ محصولات مختلف تولیدی و بهداشتی گرفته تا تبلیغ ادیان و افکار و عقاید مختلف است، که هر یک از این موارد دارای واقعیت‌ها و کذب‌هایی است؛ چرا که تبلیغات با استعانت از پول و تخیل و علوم انسانی به مرزهای باور نکردنی‌ای دست یافته است که در آن‌جا از هر ابزاری می‌توان به‌عنوان یک ابزار تبلیغاتی استفاده کرد؛ لذا شناسایی ابزار تبلیغاتی به‌صورت یک علم میان‌رشته‌ای درآمده که نیازمند حضور متخصصان مختلف است.^۱

همان‌گونه که بیان شد، تبلیغ نوعی ارائه مفاهیم و اعتقادات و عقاید یک فرد، گروه، آئین و یا مذهب است که با هدف تحت تأثیر قرار دادن آرای دیگر افراد و جلب آنان به‌سوی دین و آئینی خاص صورت می‌گیرد.

بر این اساس- در هر رشته و صنف و آئینی- تبلیغ و روش تبلیغی اولین و مهم‌ترین گام برای پیشرفت آن مفهوم و هدف است؛ لذا تبلیغ را برای دین اسلام نباید نوعی حرفه دانست که مثال عده‌ای خاص تنها وظیفه دارند به‌صورت گروه‌ها و افرادی دین اسلام را ترویج کنند؛ بلکه تبلیغ دین مبین بر عهده هر مسلمانی است، به‌ویژه در این دوران ارتباطات که اطلاعات و داده‌ها به‌صورت وسیعی تمام افراد را در بر گرفته و گاهی در میان این حجم اطلاعاتی سردرگم می‌مانند.

در چنین فضایی اگر هر مسلمان خود را موظف بداند که به علوم اسلامی اشراف داشته و پاسخگوی شبهات باشد- خود- یک مبلغ دینی برای دیگر افراد خواهد بود؛ لذا یک مسلمان در هر فضا و مکانی که باشد، باید مبلغ دین و آئین خود باشد؛

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۱

می‌خواهد دانشجویی در خارج از کشور باشد، همکلاس با افرادی باشد که از خارج کشور برای تحصیل به ایران آمده‌اند و یا قابل دسترس‌تر از آن در فضای مجازی، ممکن است هر فردی، با فرد یا افرادی مواجه و وارد گفتگو شود که با دینی متفاوت و حتی با نگاهی غرض‌ورزانه به دین اسلام باشد.

تبلیغ دین و انبیای الهی علیهم‌السلام

پیامبران الهی علیهم‌السلام آن‌چنان که قرآن کریم اشاره می‌کند، خود را مبلغ دین الهی معرفی می‌کنند؛ هم‌چنان که در دو نمونه زیر قابل مشاهده است:

- خطاب حضرت نوح علیه‌السلام به مردم:

«أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ»؛^۱
پیام خدایم را به شما می‌رسانم و به شما نصیحت و خیرخواهی می‌کنم، و از سوی خدا به اموری آگاهم که شما آگاه نیستید.

- خطاب حضرت هود علیه‌السلام به قومش:

«أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ»^۲؛ پیام خدایم را به شما می‌رسانم، و من برای شما ناصح و خیرخواهی امینم.

به‌طور کلی - سوره مبارکه اعراف - در چند آیه به وظیفه تبلیغ دین که بر عهده پیامبرانی هم‌چون نوح و هود و صالح و لوط و شعیب و موسی علیهم‌السلام و پیامبر اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم بوده است اشاره می‌کند؛ هم‌چنین به بشریت هشدار می‌دهد که اگر پیام‌آورانی به‌سوی‌تان آمدند و به‌حق خواندند، باید راه تقوا و صالح بپیمایید، و اگر چنین شود مشمول رحمت پروردگار خواهند شد.

۱. اعراف، ۶۲.

۲. اعراف، ۶۸.

منطق قرآن کریم در تبلیغ دین

قرآن کریم برای تبلیغ و فراخواندن بشر به سوی حقانیت و باور به وجود خداوند روشی دارد، و آن روش تنها از طریق فکر کردن با صفای فطرت محقق می‌گردد.

قرآن کریم از انسان می‌خواهد با فطرت صاف و عقل سلیم در آفرینش خود و طبیعت بنگرد و به نتیجه‌ای قطعی برسد:

«الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ»؛^۱

آن‌ها که در هر حالت- ایستاده و نشسته و خفته- خدا را یاد کنند، و دائم در خلقت آسمان و زمین بیندیشند و گویند: پروردگارا! تو این دستگاه با عظمت را بیهوده نیافریده‌ای، پاک و منزهی، ما را به لطف خود از عذاب دوزخ نگاهدار.

در این دعوت قرآنی تنها چیزی که از انسان خواسته شده، نظر و مطالعه و تفکر است.^۲ در آیات دیگری از قرآن کریم وظیفه دعوت به حق و تبلیغ دین اسلام و انجام امر به معروف و نهی از منکر توصیه شده، و برای انجام این عمل مکان یا زمان خاصی مشخص نشده است؛ به این معنا که بر عهده هر مسلمان مسئولی است که در هر مکان یا زمانی که احساس کرد نسبت به دین و باورهای توحیدی سوء برداشت‌ها یا نشر اکاذیب و شبهات- از روی قصد و یا از روی جهل- صورت می‌گیرد؛ احساس وظیفه کرده و رسالت تبلیغی خود را به انجام رساند.

هم‌چنین، قرآن کریم بهترین گفتار را دعوت به سوی خدا دانسته است:

«وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّنِي مِنَ الْمُسْلِمِينَ»^۳؛

۱. آل عمران، ۱۹۱.

۲. فضل‌الله، ۱۳۸۴، ص. ۳۲۴.

۳. فصلت، ۳۳.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۳

چه کسی خوش‌گفتارتر است از آن کس که دعوت به سوی خدا می‌کند و عمل صالح انجام می‌دهد و می‌گوید: من از مسلمانانم.

شیخ طبرسی در تفسیر آیه می‌نویسد:

این آیه دلالت بر این دارد که دعوت مردم به خدا از بهترین واجبات و بزرگترین طاعات است.^۱

از طرف دیگر، انجام تبلیغ ممکن است بر عهده فردی از اعضای جامعه و یا گروهی به شکل سازمان یا نهادی باشد که به صورت نظاممند و با برنامه‌ریزی و چارچوب صحیح به تبلیغ ارزش‌های دینی بپردازند؛ البته در مورد تبلیغ در فضای مجازی احتمال روش گروهی برای تبلیغ و پاسخگویی به پرسش‌ها و شبهات دینی کاری مفید و پر بازدهتر خواهد بود؛ چرا که در این فضا حجم زیادی از تفکرات و سؤالات با پیش‌زمینه‌هایی که یا به دنبال پاسخ هستند و یا قصد ضربه زدن به دین را دارند، مطرح می‌شود؛ لذا اگر گروه و جمعی از عالمان و آگاهان به امر دین و آشنا با علوم قرآنی و تفسیر پاسخگو باشند، پاسخی قاطع‌تر و کامل‌تر و به‌دور از نقص خواهند داشت.

بنابراین، اهمیت تبلیغ و کار مبلغان دینی آن‌چنان زیاد می‌شود که قرآن کریم پس از جهاد در میدان نبرد که همه نمی‌توانند در این عرصه شرکت کنند، توصیه به امر تبلیغ و نشر احکام دینی می‌کند؛ از این رو همواره باید افرادی مسلح به سلاح علم و ایمان برای حراست از اخلاق و عقاید مردم باشند، و با هر منکر و فساد که مانع اجرا و گسترش ارزش‌های دینی است، مقابله کنند.

۱. به نقل از: شرفی، ۱۳۹۳، ص. ۷۲.

در این ارتباط قرآن کریم می‌فرماید:

«وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ»؛
و [هنگامی رسول فرمان خروج برای جنگ دهد] نباید مؤمنان همگی
بیرون روند؛ پس چرا از هر طایفه‌ای جمعی برای جنگ و گروهی نزد
رسول برای آموختن علم دین مهیا نباشند تا قوم خود را چون به نزدشان
بازگشتند بیم رسانند؛ باشد که حذر کنند.

از جمله مهم‌ترین وظایف یک مبلغ دینی این است، که منتظر نماند تا از او
بپرسند؛ بلکه- خود- این وظیفه را بداند که از علم و دانش قرآنی که دارد به دیگران
نیز بیاموزد، و آنان را از ناآگاهی درآورد.

در این مسیر مردم از میرالمؤمنین علی علیه السلام که به تعبیر امام خمینی رحمته الله منبری بود
و در منابر مردم را نصیحت می‌کرد، الگو می‌پذیرند. خمینی، بیتا، ص ۶۶).

حضرت در توصیف رسالت تبلیغی که بر عهده عالمان دین است، می‌فرماید:
«مَا أَخَذَ اللَّهُ عَلَى أَهْلِ الْجَهْلِ أَنْ يَتَعَلَّمُوا حَتَّى أَخَذَ عَلَى أَهْلِ الْعِلْمِ
أَنْ يُعَلِّمُوا»^۲؛ خداوند از جاهلان و افراد نادان پیمان یادگیری نگرفت،
مگر زمانی که از دانایان و دانشمندان پیمان گرفت که آن‌ها را تعلیم دهند.

بنابراین، نقش مبلغ و مبلغان دینی در جامعه امروز و با حجم سؤالات و شبهاتی
که مطرح شده و- به‌سرعت- در فضای مجازی و صفحات اینترنتی منتشر می‌شود،
خطیرتر و مهم‌تر از پیش تلقی می‌گردد؛ لذا وظیفه هریک از مسلمانان این است که دانش دینی
و علوم قرآنی خویش را تا حدی که بتواند از حقایق و اعتقادات اسلامی دفاع کند، ارتقا بخشد.

۱. توبه، ۱۲۲.

۲. نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۴۷۸.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۵

هم‌چنین کارشناسان و علما دین نیز باید با اشراف به مسئله فضای مجازی و آشنایی با روند و کارکرد این فضا و ایجاد رابطه مناسب با کاربران آن - به ویژه قشر جوان - پاسخگوی این‌گونه سؤالات و شبهات باشند.

روش تبلیغی پیامبر اکرم ﷺ

به‌صورت تاریخی‌چه‌ای اگر مطالعه شود، سبک تبلیغی نبی مکرم اسلام ﷺ همراه با روش و آئین مشخصی بود؛ به این معنا که حضرت بدون برنامه و به‌یکباره آغاز به تبلیغ و تغییر آرای مردم زمان خویش نکردند؛ چه این‌که از روش تبلیغی حضرت در منابع تاریخی مختلف با لفظ دعوت یاد شده است، مانند دعوت پنهانی، دعوت آشکار خانواده و نزدیکان و دعوت هر آن‌کس که پیام انذار و رسالت حضرت به ایشان برسد. به‌عنوان نمونه؛ در آغاز رسالت و وحی و نزول آیات ابتدایی آن‌چه که به پیامبر اسلام ﷺ ابلاغ می‌شود دستور به خواندن است:

«إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ»^۱؛ بخوان به‌نام پروردگارت که آفرید.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، لفظ «إِقْرَأْ» نیز در آیه بیان شده است، که نوعی از نحوه ارتباط دینی و تبلیغ دائمی دین اسلام است؛ زیرا در محاورات معمولی وقتی به کسی گفته می‌شود فلان مطلب را بگو یا تکرار کن، مخاطب کلمه «بگو» یا «تکرار کن» را نمی‌گوید؛ هم‌چنین، علاوه بر امانت‌دار بودن حضرت در مورد وحی و کلام الهی نشان دهنده محدود نبودن اندیشه تبلیغ و ارتباط دینی به حضرت بوده، و لزوم مشارکت همه مخاطبان مستقیم و غیر مستقیم وحی در فرایند ارتباطی انتقال معارف الهی است.^۲

۱. علق، ۱.

۲. بشیر، ۱۳۸۷، ص. ۷۶.

از جمله مواردی که پیامبر اکرم ﷺ در شیوه تبلیغی خویش داشتند، چنین بود که منتظر نمی‌ماندند از ایشان سؤال شود؛ بلکه هم‌چون طبیعی به‌سوی مردم حرکت می‌کردند؛ هم‌چنان که حضرت علی ؓ در شخصیت‌شناسی ایشان می‌فرماید:

«وَمِنْهَا طَيْبٌ دَوَّارٌ بِطَبِّهِ قَدْ أَحْكَمَ مَرَاهِمَهُ وَأَحْمَى مَوَاسِمَهُ يَضْعُ ذَلِكَ حَيْثُ الْحَاجَةُ إِلَيْهِ مِنْ قُلُوبٍ عُمِيٍّ وَأَذَانٍ صُمٍّ وَاللِّسَنَةِ بُكْمٍ مُتَّبِعٍ بِدَوَائِهِ مَوَاضِعَ الْعَفْلَةِ وَمَوَاطِنَ الْحَيِّزَةِ»؛ [پیامبر] پزشکی است که با طب خویش پیوسته در گردش است، داروها و مرهم‌های خود را به‌خوبی آماده ساخته و ابزار داغ کردن را تفتیده و گداخته کرده است تا بر هر جا که نیاز داشته باشد بگذارد؛ بر دل‌های کور، بر گوش‌های کر، بر زبان‌های گنگ، ایشان با داروهای خویش بیماران غفلت‌زده و سرگشته را رسیدگی و درمان می‌کند؛ همان‌هایی که از فروغ حکمت بهره نگرفته و اندیشه خود را به انوار دانش‌هایی که اعماق جان را روشنی بخشد، تابان و فروزان نکرده‌اند.

مطلب دیگر در مورد روش تبلیغی رسول خدا ﷺ استفاده ایشان از ابزار و راهکارها برای انجام مقوله تبلیغ است؛ البته اصلی‌ترین و مهم‌ترین این ابزارها قرآن کریم بوده است، جدای از این‌که قرآن دارای آیاتی است که از لحاظ محتوایی برای جنبه تبلیغ اسلام مورد نظر بوده، از حیث اعجاز کلمات و مفاهیم و نحوه مخاطب قرار دادن انسان‌ها و تأثیرگذاری لحن آیات نیز در این امر کمک‌کننده بود؛ لذا در عصر حاضر می‌توان روی این جنبه‌ها از اعجاز قرآن کریم برای تبلیغ و ترویج دین اسلام - که دینی آسمانی است و منشئی الهی دارد - تأکید کرد.

از طرف دیگر، نبی مکرم اسلام ﷺ با ایجاد روشی جدید از نماز و مسجد و اذان و نیز همیشه در معرض بودن شعائر اسلامی - برای تبلیغ - بهره می‌گرفتند.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۷

بر این اساس، پیامبر اسلام ﷺ مسجد را نه تنها برای کارهای عبادی، بلکه محلی برای رفع مشکل و گرفتاری مردم قرار دادند، و از این طریق مردم برای رفع مشکلات به این مکان مراجعه کرده و - به طور ناخودآگاه - در معرض محیط معنوی این مکان قرار گرفته و دین را در متن زندگی خویش می‌یافتند.

نمونه دیگر از روش تبلیغی حضرت، برخورد منطقی و استدلالی با افرادی بود که هنوز دین اسلام و حقانیت خداوند را باور نکرده بودند؛ سؤال و جواب حضرت با «حصین» که هفت بت می‌پرستید و در آخر به این نتیجه رسید که تنها یک خدا و آن هم خدایی که در آسمان است او را اجابت می‌کند، نمونه‌ای از این مواجه شدن‌ها است.^۱ این برداشت نیز قابل تأمل است که پیامبر اکرم ﷺ بنا به روحیات افراد و شرایط مکانی و زمانی از شیوه و روشی مناسب همان گروه و دسته استفاده می‌کردند؛ لذا در امر تبلیغ - با تأسی از حضرت - نباید چنین باشد که همیشه با یک روش سنتی و غرض‌ورزانه و سخت، دیگران - به‌ویژه جوانان - را به دین فراخواند.

بنابراین، جایگاه و روش‌های تبلیغ دینی از منظر قرآن کریم و سیره نبوی ﷺ به معنای رساندن پیام و آموزه‌های دینی است که در قرآن با واژگانی هم‌چون ارشاد، دعوت، هدایت، موعظه، تبشیر، انذار، تخویف، امر به معروف و نهی از منکر بیان شده است؛ لذا قرآن کریم وظیفه پیامبر را تبلیغ دینی و یادآوری و بیان معارف دین معرفی می‌کند:

- «وَإِنْ تَكْفُرُوا فَقَدْ كَذَّبْتُمْ عَنْ قَبْلِكُمْ وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ»^۲؛ و اگر شما تکذیب می‌کنید، پیش از شما نیز بسیاری از امم [پیامبران خود را] تکذیب کردند، و بر رسول جز آن‌که به آشکار تبلیغ رسالت کند، تکلیفی نیست.

۱. حلبی شافعی، ۱۴۲۷، ج ۳، ص. ۶۳۳.

۲. عنکبوت، ۱۸.

- «فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ»^۱؛ پس خلق را متذکر ساز، که وظیفه پیغمبری تو غیر از این نیست.

بیان این نکته لازم است که وظیفه تبلیغ دین اسلام نه تنها بر عهده پیامبران و معصومین علیهم السلام است؛ بلکه قرآن کریم این وظیفه را برای انسان‌ها برمی‌شمارد و از آن‌ها می‌خواهد که تعالیم دینی را فراگرفته و به دیگران نیز بیاموزند.^۲

تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی و راهکارهای مواجهه

در جامعه بشری هر وسیله و صنعتی که ساخته دست بشر است، ممکن است پس از گذشت زمان دچار تغییراتی شده، و باعث ضربه زدن و به سمت فساد رفتن شود؛ فضای مجازی نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ چرا که می‌تواند باعث برهم زدن عقاید و افکار- به ویژه عقاید مذهبی و تفکرات اسلامی- شده و تبدیل به ضد تبلیغ شود؛ در این خصوص اصلاح مفاسد این فضا، امری ضروری است.

اصلاح و افساد از مواردی است که در قرآن کریم به آن اشاره شده است، و به بیان استاد مطهری:

اصلاح یعنی سامان بخشیدن، نقطه مقابل افساد است که به معنی نابسامانی ایجاد کردن است. اصلاح و افساد یکی از زوج‌های قرآن است که- مکرراً- در قرآن مطرح می‌شود؛ زوج‌های قرآن واژه‌هایی اعتقادی و اجتماعی که دو به دو در برابر یکدیگر بهتر شناخته می‌شوند مانند توحید و شرک، ایمان و کفر که برخی از این‌ها در صورتی تحقق می‌پذیرند که یکی نفی شود؛ اصلاح و افساد نیز از این قبیل است.^۳

۱. غاشیه، ۲۱.

۲. ر. ک: توبه ۱۲۲.

۳. مطهری، ۱۳۹۴، ص. ۴.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۹

از نظر قرآن کریم، اصلاح به چهار دسته زیر تقسیم می‌شود:

۱. اصلاح فردی^۱؛
۲. اصلاح میان دو فرد (اصلاح ذات البین)^۲؛
۳. اصلاح در محیط خانواده^۳؛
۴. اصلاح در محیط جامعه^{۴، ۵}.

پدیده فضای مجازی از جمله پدیده‌های نوظهوری است که آسیب‌هایی دارد؛ لذا لازم است - از قبل - به کاربران آن اطلاع و آگاهی داده شود. از طرف دیگر، روش برخورد دین اسلام و نبی مکرم ﷺ برای آموزش چنین پدیده‌هایی ناظر به دور روش تبلیغی زیر بوده است:

۱. تلاش شود نسل‌های حاضر از بی‌مبالاتی خارج شوند، افکار آن‌ها را برانگیزند، زمینه برخورد افکار را فراهم سازند، راه‌حل عملی حل مشکلات را از دین اسلام بجویند و دین مبین را پاسخگو و راهگشای تمام واقعیت‌های رو به رو با آن بدانند.
۲. مؤمنین را واداشت که دین حقیقی خود را آن‌چنان که هست بشناسند و ریشه‌های محکم و چشمه‌های زلال آن را دریابند؛ چرا که از راه بازشناسی دین و نصوص و متون رسیده از پیامبر اکرم ﷺ و اهل بیت عصمت و

۱. ر. ک: بقره، ۴۴؛ انعام، ۴۸.

۲. ر. ک: انفال، ۱.

۳. ر. ک: نساء، ۱۲۸.

۴. ر. ک: اعراف، ۱۴۲؛ هود، ۸۸.

۵. محمدقاسمی، ۱۳۸۵، ص. ۳۳.

می‌توان به تمام پرسش‌ها و شبهات پاسخ گفت، و حتی در برابر تبلیغات ضد دینی مسلح به سلاح علم و دانش قرآنی و دینی شد.

بنابراین، در فضای مجازی و تبلیغات دینی آنچه که مهم می‌نماید عبارت است از:

۱. قابلیت فضای مجازی برای تبلیغات دینی؛
۲. بیان نمونه‌هایی از برخورد کاربران با این‌گونه فضاها؛
۳. بیان تهدیدها و آفات تبلیغاتی ضد دین؛
۴. تبیین روش‌های کارآمد و صریح تبلیغی در جهت آموزه‌های دینی در فضای مجازی.

نتیجه آن‌که فضای مجازی - همان‌طور که از تعریفش مشخص شد - محدود به شخص، اشخاص، مکان یا زمان خاصی نمی‌شود؛ بلکه هر قشری از جامعه و هر موضوع و بسته اطلاعاتی را در بر می‌گیرد.

در این میان شبکه‌ها، گروه‌ها و صفحات مجازی و اینترنتی هستند که با مجموعه‌ای از کارشناسان و عالمان و متخصصان در رشته‌ای خاص اداره می‌گردند، و مطالب نو و به‌روز را به اشتراک گذاشته و گاهی به مباحثه با کاربرانشان درباره موضوعی خاص می‌نشینند و آنان را به موضوعی راغب و یا دل‌سرد می‌کنند.

هم‌چنین، مطالب و شبکه‌هایی نیز وجود دارند که نه‌تنها توسط متخصصان و کارشناسان اداره نمی‌شود؛ بلکه با هدف صدمه زدن به افکار و عقاید و از همه مهم‌تر دین تشکیل شده‌اند، و با غرض و تعصب‌ورزی به دنبال مطرح کردن احادیث و متون ضعیف و دارای خدشه‌سندی و نشر اکاذیب و شبهات دارای ابهام هستند تا به‌بدنه دین از راه جنگ نرم ضربه بزنند.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۱

در چنین وضعیتی، رسالت جامعه مسلمان و کارشناسان و متخصصان علوم دینی که بازار شبهه‌افکنی و شایعات زیاد شده است، این است که در برابر این سؤالات و شبهات ساکت ننشسته، از رسالت دین اسلام دفاع کنند و کار تبلیغ را انجام دهند. به‌طور کلی - در فضای مجازی - به‌خاطر خصوصیات و ویژگی‌هایی که دارد باعث می‌شود انسان از دنیای واقعیات فاصله گرفته، و دچار خیال‌پردازی و گاهی غفلت‌های جبران‌ناپذیر شود.

علاوه بر آن کاربرانی که به‌لحاظ عقیدتی و مذهبی ضعیف هستند - به‌ویژه در میان جوانان - از حضور در این فضا و مواجه شدن با اطلاعات غلط و بی‌اساس تحت تأثیر القانات دروغین و هجمه‌های فرهنگی قرار می‌گیرند.

هم‌چنین، این فضاها قابلیت این را دارد که به‌راحتی زمینه ترویج و اشاعه افکار، محتویات و اطلاعات و رفتارهای شبهه‌افکن و گروه‌های انحرافی و جنبش‌های نوظهور باشد.^۱

خطر این مطالب زمانی اوج می‌گیرد که کاربران - به‌اصطلاح - دچار اعتیاد اینترنتی^۲ شوند؛ لذا مواجهه با خطراتی که بیش از هر مکان و زمان دیگری جوانان مسلمان و انقلابی را تهدید می‌کند، نیازمند طراحی شبکه و گروه‌ها یا فضاها و برنامه‌های مجازی و اینترنتی است که بتواند به‌طور دوسویه با مخاطبان و کاربران - به‌ویژه خارج از کشور - ارتباط برقرار کند.

هم‌چنین امکان ایجاد وبلاگ‌ها و صفحات تخصصی با موضوعات مختلف دینی مثل آموزه‌های قرآنی و روایی، احکام، تفسیر، ادعیه، مباحث فقهی و ... وجود دارد، که البته باید مطالب به‌روز و پاسخگوی نیاز روز کاربران باشد.

۱. موظف رستمی، ۱۳۹۱، ص. ۴۳.

با این توضیحات، مشخص می‌شود در محیط تبلیغ اجتماعی نیز نیاز به اصلاح روابط و جلوگیری از مفسد است؛ هم‌چنین برای مبلغین در چنین فضاهای مجازی جلوگیری از مفسده و ضد تبلیغ علیه دین از مهم‌ترین مسائل است که نه‌تنها با چنین موضوعاتی باید مبارزه نموده و پاسخی منطقی داشته باشند؛ بلکه باید خود نیز دچار چنین آسیب‌هایی نشوند و به نبایدها و خط‌قرمزهای تبلیغ آشنا باشند. در ادامه به مهم‌ترین نبایدها که به‌منظور اجتناب از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی باید متوجه آن‌ها بود، اشاره می‌شود:

۱. مقابله با ضعف دانش و کمبود آگاهی افراد درباره دین؛

این ضعف به‌ضمیمه شبهات و شایعات دشمنان، موجب می‌شود میزان ناآگاهی و سوء برداشت‌ها از دین بیشتر شود؛ هم‌چنین پذیرش برخی کلیات در زندگی روزمره که در زندگی انسان‌ها وارد شده و بدون هیچ تحقیق قبلی یا دانستن درباره فلسفه آن و صحت و سقم آن با مردم عجین شده است، موجب می‌شود مخاطبین، مفاهیم و اعتقادات نادرست و ساختگی را بپذیرند.

به‌عنوان نمونه؛ این‌که بچه‌ای به‌راحتی در معرض آلت موسیقی است و حال‌که به‌مدرسه می‌رود و یا به‌سن بلوغ می‌رسد، حرمت غنا و موسیقی برایش بازگو شود، و یا این‌که بدون دانستن فلسفه حرام بودن طلا برای مرد آن را توقیف کرده که گاهی مشاهده می‌شود در هر دو نمونه با مقاومت و مخالفت مواجه می‌شود.

۲. پرهیز از گفتار بدون علم و عمل؛

به این معنا که سخن مبلغ نباید- صرفاً- از روی عواطف و احساسات شخصی و یا با اتکا به منابع ضعیف یا اقوال و شنیده‌ها باشد؛ بلکه باید با پشتوانه علمی باشد.

۳. اجتناب از بدعت، تحریف و التقاط به‌خاطر جذب مخاطب و به هر

طریقی به دین خواندن؛

۴. اجتناب از استفاده از مطالب و متون دینی از منابع ضعیف یا دست‌چندم؛

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۳

۵. دوری از تفسیر به رأی و تحلیل‌های غلط؛

این موارد زمینه‌ساز ایجاد سؤالاتی می‌شود که نمی‌توان پاسخ متقن و صحیحی به آن‌ها داد؛ هم‌چنین علاوه بر این که باعث گرایش به دین نمی‌شود، بلکه مخاطبین را از مسائل دینی دورتر می‌کند.

۶. اجتناب از معرفی دین و اعتقادات به صورتی که گناهان، کوچک به نظر رسیده و موجب جرئت بر گناه شود.

روش‌ها و امکانات تبلیغ دینی در فضای مجازی

فضای مجازی به‌عنوان رسانه‌ای ارتباطی میان انسان‌ها و یک فضای اینترنتی با حجم بالای اطلاعات است.

وسایل ارتباط جمعی در جامعه‌شناسی جدید به‌عنوان یک نهاد اجتماعی مطالعه می‌شود و در کنار نهادهای خانواده، آموزش، مذهب، اقتصاد و حکومت کارکرد و مسئولیت‌های معینی دارد.

به‌بیان دیگر، رسانه‌ها با هدف برآوردن نیازهای اجتماعی خاص و متبلور کردن ارزش‌های اعضای خود تشکیل می‌شوند.^۱

در ادامه برخی از شرایط و روش‌هایی که برای تبلیغ دینی در فضای مجازی می‌تواند کاربردی باشد - مطابق با آموزه‌های قرآنی - تبیین می‌گردد:

۱. روشن و بی‌ابهام باشد:

«وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ»^۲؛ و بر ما جز آن‌که - واضح - ابلاغ رسالت

کنیم، هیچ تکلیفی نیست.

۱. بشیر، ۱۳۸۷، ص. ۳۳۳؛ به نقل از: کوئن، ص. ۳۳۱.

۲. یس، ۱۷.

۲. باعث تفکر- به ویژه نسبت به آفرینش و خالق آن- شود:
«بِالْبَيِّنَاتِ وَالزُّبُرِ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ»^۱؛
[ما هر رسولی را] با معجزات و کتب و آیات وحی فرستادیم، و بر تو این ذکر
[قرآن] را نازل کردیم تا برای مردم آن چه را که به آنان فرستاده شده بیان کنی،
و برای آن که عقل و فکرت کار بندند.

۳. حکیمانه همراه با جدال احسن باشد:
«ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ صَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ»^۲؛
[ای رسول ما خلق را] به حکمت و موعظه نیکو به راه خدایت دعوت کن، و با
بهترین طریق با اهل جدل مناظره کن که البته خدای تو [عاقبت] کسانی را که از
راه او گمراه شده و آنان را که هدایت یافته اند، بهتر می داند.

آن چه در این سه آیه آمده، شامل اصول اولیه تبلیغ بر اساس آیات قرآنی است؛
چنانچه شبکه ها و گروه های فضای مجازی که برای تبلیغ دین شروع به کار می کنند
ابتدا مسیر و هدف را مشخص کنند و مطالب و آیاتی را ترویج دهند که باعث تفکر
و به فکر واداشتن شود، می تواند در بازبانی مسیر معنوی مؤثر باشند، و از همه مهم تر
در مباحثات یا فضاهایی که امکان گفتگوی دوسویه پیش می آید، بحث را به صورت
احسن و با رعایت ادب و حقوق متقابل به پیش برند، تا حد زیادی به نتیجه مطلوب
خواهند رسید.

۴. از ظرفیت های عاطفی- متناسب با شرایط مخاطب- استفاده شود:

۱. نحل، ۴۴.

۲. نحل، ۱۲۵.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۵

به‌ویژه هنگام قانع کردن و دلیل آوردن برای جوانانی که مسلمان هستند اما سؤالاتی ذهن آنان را درگیر کرده است و یا جوانی که به‌تازگی می‌خواهد با دین اسلام آشنا شود؛ مانند آیه زیر که به پیامبر اسلام ﷺ فرمودند:

«فِيمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَساوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ»؛ به مرحمت خدا بود که با خلق مهربان گشتی، و اگر تندخو و سخت‌دل بودی مردم از گرد تو متفرق می‌شدند؛ پس از آنان درگذر و برای آن‌ها طلب آموزش کن و در کار [جنگ] با آن‌ها مشورت نما؛ اما آنچه تصمیم گرفتی با توکل به‌خدا انجام ده که خدا آنان را که بر او اعتماد کنند، دوست دارد.

و یا در سفارشی به حضرت موسی عليه السلام - هنگام آغاز کار تبلیغی - فرمودند: «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْسًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَى»؛ و با او [فرعون] کمال آرامی و نرمی سخن گوید، باشد که متذکر شود یا [از خدا] بترسد.

بنابراین، این نوع سخن گفتن و مخاطب قرار دادن، دل مخاطب را نرم کرده و معطوف به مطالبی می‌کند که با او بازگو می‌گردد.

۵. نیاز به شناخت مخاطب از لحاظ سن، موقعیت اجتماعی و نیاز او به مطالب مفید است: البته شناسایی این مسئله در محیط فضای مجازی که اطلاعات کاربران در دسترس نیست و نمی‌توان به‌طور دقیق مخاطب‌شناسی کرد، کار دشواری است؛ اما اگر در صفحه یا گروه و یا شبکه طراحی شده مطالب به‌صورت طبقه بندی شده و برای مخاطبان متفاوت آماده و طراحی شوند، کسی که به دنبال پاسخ باشد به راحتی و سرعت می‌تواند پاسخ خود را دریافت نموده و توجیه شود؛ چرا که کم نیستند

۱. آل عمران، ۱۵۹.

۲. طه، ۴۴.

وبلاگ‌ها یا صفحات مجازی که به صورت دسته‌بندی شده احکام و مباحث فقهی و یا تفسیری را ارائه می‌دهند و قرآن کریم را الگوی کار خویش قرار می‌دهند:

«وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا يَلْسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلَّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ»^۱؛ و ما هیچ رسولی در میان قومی نفرستادیم مگر به زبان آن قوم تا بر آن‌ها [معارف الهی را] بیان کند؛ آن‌گاه خدا هر که را خواهد به ضلالت و هر که را خواهد به مقام هدایت می‌رساند، و او خدای مقتدر داناست.

۶. صبر، استقامت، سعه صدر و استعانت از خداوند، مبنای کار باشد:

هم‌چنان که در مواجهه حضرت موسی علیه السلام با قومش از خداوند سعه صدر می‌خواهد:

«قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي»^۲؛ پروردگارا! شرح صدرم عطا فرما.

خدای متعال در چنین صحنه‌هایی، پیامبر خود را دل‌داری داده و می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ لَا يَحْزُنْكَ الَّذِينَ يُسَارِعُونَ فِي الْكُفْرِ مِنَ الَّذِينَ قَالُوا آمَنَّا بِأَفْوَاهِهِمْ وَلَمْ تُؤْمِنْ قُلُوبُهُمْ وَمِنَ الَّذِينَ هَادُوا سَمَاعُونَ لِلْكَذِبِ سَمَاعُونَ لِقَوْمٍ آخِرِينَ لَمْ يَأْتُوكَ يَحْرِفُونَ الْكَلِمَ مِنْ بَعْدِ مَوَاضِعِهِ يَقُولُونَ إِنْ أُوتِيتُمْ هَذَا فَخُذُوهُ وَإِنْ لَمْ تُؤْتَوْهُ فَاحْذَرُوا وَمَنْ يُرِدِ اللَّهُ فِتْنَتَهُ فَلَنْ تَمْلِكَ لَهُ مِنَ اللَّهِ شَيْئًا أُولَئِكَ الَّذِينَ لَمْ يُرِدِ اللَّهُ أَنْ يُطَهِّرْ قُلُوبَهُمْ لَهُمْ فِي الدُّنْيَا خِزْيٌ وَلَهُمْ فِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ»^۳؛

ای پیامبر! غمگین مباش از آنان که به‌زبان اظهار ایمان کنند و به دل ایمان ندارند و به‌راه کفر شتابند، و اندوهناک مباش از آن یهودانی که جاسوسی کنند و سخنان دروغ به آن قومی که نزد تو نیامدند می‌رسانند؛ کلمات حق را بعد از آن‌که به‌جای خود مقرر گشت تغییر دهند و گویند: اگر حکم قرآن این‌گونه آورده شد بپذیرید

۱. ابراهیم، ۴.

۲. طه، ۲۵.

۳. مانند، ۴۱.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۷

و الا دوری گزینید؛ و هر کس را خدا به آزمایش و رسوایی افکند، هرگز تو او را از [قهر] خدا نتوانی رهانید؛ آن‌ها کسانی هستند که خدا نخواست دل‌هاشان را پاک گرداند، و آنان را در دنیا ذلت و خواری، و در آخرت عذاب بزرگ مهیاست.

۷. مقوله تنوع و جذابیت در ارائه مطالب، مورد توجه قرار گیرد:

امیرالمؤمنین علی علیه السلام - در این ارتباط - می‌فرماید:

«إِنَّ هَذِهِ الْقُلُوبَ تَمَلُّ كَمَا تَمَلُّ الْأَبْدَانُ فَأَبْتَغُوا لَهَا طَرَائِفَ الْحِكْمَةِ»؛
همانا قلب‌ها- همانند تن‌ها- خسته و افسرده می‌شوند؛ برای رفع ملالت و افسردگی آن‌ها سخنان حکمت‌آمیز و زیبا و ظریف انتخاب کنید.

برای حاصل شدن این معنا، لازم است مسائل دین مبین را با مسائل روز و در متن جامعه تطبیق داد، و از امثال و شواهد تاریخی و هر آن‌چه که مطلب را قابل فهم‌تر و ملموس‌تر کند، استفاده کرد.

هم‌چنین - لازم است - آن‌چه که به‌عنوان آخرین مطلب پیشنهاد می‌شود، تکرار و تداوم در امر تبلیغ باشد؛ به این معنا که اگر شبکه یا وبلاگ یا هر موقعیت در فضای مجازی فراهم شد و کاربرانی را جذب کرد و مخاطبانی پای صحبت‌های آن نشستند، علاوه بر پر حوصله بودن برای پاسخگویی به سؤالات، دچار خستگی و رکود نشده و مطالب به‌روز داشته و چنین نباشد که هفته‌ها و ماه‌ها بگذرد و مطلب جدید یا مبحث قابل توجهی ارائه نشود.

هم‌چنین از دیگر روش‌ها که به‌صورت فهرست‌وار اشاره می‌شود، می‌توان به‌موارد زیر اشاره کرد:

- هدف تبلیغ مشخص باشد؛
- تسلط به احکام، مباحث فقهی، شبهات، تفاسیر قرآنی و علوم قرآنی وجود داشته باشد تا بتوان دین را به‌درستی انتقال داد؛

- رعایت ادب و احترام متقابل در مباحث و گفتگوها مورد توجه قرار گیرد؛
- دسته‌بندی مطالب مطابق با نیاز اقشار مختلف تنظیم شود؛
- تداوم و تکرار در تبلیغ به‌عنوان یک اصل همیشگی، مورد توجه باشد.

نتیجه‌گیری

مبحث اینترنت و فضای مجازی به‌عنوان جزئی از زندگی جامعه امروز به‌شمار می‌رود، که قشر متدین جامعه نیز با ورود به این فضا دارای آسیب‌ها و چالش‌هایی شده‌اند؛ فضایی که گاهی کمک‌کننده و گاهی ضربه‌زننده بوده است؛ تا حدی می‌توان گفت استفاده از فضای مجازی از حد عادت - گاهی - فراتر رفته، و با لفظ اعتیاد اینترنتی مطرح شده است.

با تمام این تعاریف که از حضور و وجود صفحات و فضاهای مجازی و اینترنتی در زندگی انسان‌ها ارائه شده است؛ تعریف قابلیت‌ها و چالش‌های موجود در آن برای تبلیغ دین اسلام به‌عنوان دفاع از دین و اعتقادات مذهبی و جلوگیری از ضد تبلیغ، مطلب مهمی است.

از آن‌جا که این پدیده - فضای مجازی - نوظهور است، در این پژوهش تلاش شد بر اساس مبانی قرآنی و اسلامی تعریفی از ارتباط، اجتماع، تبلیغ، نحوه صحیح تبلیغ در اسلام، جلوگیری از ضد تبلیغ و روش‌های تبلیغ در دین با الگو گرفتن از روش تبلیغی پیامبر اسلام ﷺ ارائه شود.

بر این اساس، با ارائه آیات و روایات و منقولات علمی از پژوهش‌های انجام شده پیشین، نحوه تبلیغ و تبلیغ صحیح و روش‌های تبلیغی از منظر قرآنی و دینی تبیین شد، و تلاش شد راهکاری برای مواجهه صحیح با فضای مجازی در راه تبلیغ صحیح دین، ارائه شود.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۹

به‌طور کلی، این پژوهش با هدف ارائه راهکارهایی برای تبلیغ صحیح دین اسلام در فضای مجازی انجام شد، و در این میان راهکارهایی ارائه شد که بتوان با به‌کارگیری آن‌ها فضایی علمی برای برنامه‌ریزان و مدیران فضای مجازی و شبکه‌هایی اجتماعی پدید آورد تا اولاً از دین اسلام با سلاح علم و ایمان دفاع شود، و ثانیاً بتوان جان‌هایی آگاه با فطرت خداطلب را در این فضا که قابلیتش را دارد، به دین اسلام فرا خواند.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. افتخاری، علی اصغر؛ (۱۳۷۷). سیره تبلیغی پیامبر اکرم ﷺ، تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
۴. امیرحسینی، خسرو؛ مخاطب، محمد؛ (۱۳۸۴)، مهارت‌های اساسی زندگی اجتماعی - اخلاقی: (مبانی، اصول و تکنیک‌های آموزشی)، تهران: انتشارات عارف کامل.
۵. بشیر، حسن؛ (۱۳۸۷)، تعامل دین و ارتباطات، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۶. حلبی شافعی، ابوالفرج نورالدین علی؛ (۱۴۲۷)، السیره الحلبیه، بیروت: دار الکتب العلمیه.
۷. شرفی، حسین؛ (۱۳۹۳)، تبلیغ دینی، شاخصه‌ها و بایسته‌ها، قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
۸. عاملی، سید سعید رضا؛ (۱۳۸۵)، هویت‌های فرهنگی قدیم و جدید: رمزگشایی تمدنی و معماری سنتی - مدرن و ملی - فراملی مهستان، دین و ارتباطات، شماره ۳۰: ۴۶-۷.
۹. فضل‌الله، محمد حسین؛ (۱۳۸۴)، گام‌هایی در راه تبلیغ، ترجمه احمد بهشتی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۰. کاویانی آرنی، محمد؛ (۱۳۹۲)، روانشناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی، قم: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۱۱. محمد قاسمی، حمید؛ (۱۳۸۵)، اصلاح و افساد از منظر داستان‌های قرآن کریم، تهران: انتشارات معناگرا.
۱۲. معین، محمد؛ (۱۳۶۴)، فرهنگ فارسی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۳. مطهری، مرتضی؛ (۱۳۹۴)، نهضت‌های اسلامی در صد ساله اخیر، قم: انتشارات صدرا.
۱۴. موظف رستمی، محمد علی؛ (۱۳۹۱)، نقش فضای مجازی و سایر دربرنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی مسجد، کرج: انتشارات پرهیب.
۱۵. نصر، صلاح؛ (۱۳۸۷)، جنگ روانی، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران، انتشارات سروش.
۱۶. هالستی، کی. جی؛ (۱۳۷۲)، تبلیغات و نقش آن در سیاست خارجی، ترجمه حسین حسینی، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، تهران: پژوهشکده علوم دفاعی - استراتژیک دانشگاه امام حسین علیه السلام.

17. Oxford Advanced Learner's; (2000), Dictionary, New York: Oxford University Press.

هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی در چارچوب ایده رسانه‌های سرد و گرم مک‌لوهان

نویسندگان: بردیا عطاران (ایران)^۱، دکتر محمدرضا برزویی (ایران)^۲

پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۲۱

دریافت: ۱۳۹۶/۰۶/۲۸

چکیده

با توجه به اهمیت زیاد رسانه‌ها در زندگی روزمره، فهم کلان نظری نسبت به رسانه‌ها اهمیت پیدا می‌کند، که در این میان رسانه‌های جدید در بستر فضای مجازی - مانند اینترنت - از منظرهای مختلف نظری و کاربردی قابلیت بررسی و کنکاش دارد. این پژوهش با روش تحلیلی - توصیفی در پی پاسخ به این پرسش است که هویت رسانه‌های جدید چیست و بر مبنای ایده رسانه‌های سرد و گرم مک‌لوهان، رسانه‌های جدید ارتباطی، رسانه‌های سرد محسوب می‌شوند یا گرم؟ و این‌که تأثیر چنین هویتی بر آموزش معارف دینی چیست؟ به همین دلیل پژوهش حاضر، ابتدا به تعریف فضای مجازی پرداخته و خصصت‌های مهم آن را جدا کرده است؛ سپس با توجه به ایده رسانه‌های سرد و گرم مک‌لوهان که از مباحث کاربردی در حوزه نظریه‌های ارتباطی است و نیز رویکرد فرهنگی و فلسفی دارد، استفاده نموده تا فضای مجازی که در عصر مک‌لوهان وجود نداشته را تحلیل کند. مقاله در مرحله اول به وضع اصطلاحات جدیدی از سرد و گرم دست یافته که آن‌ها را به رسانه‌های واضح و غامض نامگذاری می‌کند؛ در مرحله دوم نیز فضای مجازی را به صورت طیفی تحلیل کرده و در طیف‌بندی به پنج مرحله رسانه‌های

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد گروه معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه السلام،

تهران، ایران، brattaran@gmail.com

۲. استادیار دانشکده معارف اسلامی و فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه امام صادق علیه السلام، تهران، ایران،

borzooie@gmail.com

سرد و واضح، کم‌مایه، معتدل، پرمایه و گرم و غامض دست می‌یابد، و در مرحله سوم و در ادامه تحقیقات خود به‌ماهیت اکتشافی این پژوهش - هویت آمیخته فضای مجازی - پرداخته و آن را تبیین می‌کند. در انتهای پژوهش نیز جایگاه رسانه‌های جدید بر اساس طیف بیان شده، نزدیک به رسانه‌های سرد و واضح معرفی شده است. با توجه به این تقسیم‌بندی، محققین معتقدند مفاهیم دینی به‌علت نزدیکی به ابعاد معرفتی و آموختنی، ظرفیت محدودی برای مطرح شدن در فضای مجازی دارند.

واژگان کلیدی: آموزش مفاهیم دینی، هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی، رسانه‌های سرد و گرم مک‌لوهان

مقدمه

با توجه به عصر حاضر که روز به‌روز بر گستره فعالیت‌های فضای مجازی^۱ در حوزه‌های مختلف زندگی افزوده می‌شود؛ از خرید وسائل اساسی تا بانکداری، پیشخوان دولت، آموزش‌های مجازی و حتی اینترنت اشیا^۲ همگی نوید این مسئله را می‌دهد که فضای مجازی تا دهه‌های آتی بزرگترین صنعت جهانی را شکل می‌دهد، و در صورت عدم وجود استراتژی‌های لازم برای ورود در این عرصه، نتیجه‌ای جز خسران نخواهیم داشت.

دیوید هلمز^۳ - از صاحب‌نظران این حوزه - برای رسانه‌ها دو عصر جداگانه در نظر گرفته است:

۱. عصر رسانه‌های جمعی؛^۴

از ویژگی‌های این عصر که عصر رسانه‌های پخش نیز گفته می‌شود، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

-
1. Internet Addiction
 2. Internet of Things (IOT)
 3. David Holmes
 4. Mass Media

هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی / ۶۳

- متمرکز بودن؛
 - ارتباطات یک‌سویه؛
 - مشارکت کنندگان تجزیه شده و توده‌وار؛
 - تأثیر و نفوذ آگاهی جمعی.
- این عصر - خود- به دو دوره زیر تقسیم می‌شود:
- رسانه‌های شفاهی و رودررو؛
 - رسانه‌های جمعی با خصوصیات توده‌ای.
۲. عصر رسانه‌های دیجیتال^۱ (عصر اینترنت).
- این عصر نیز شامل ویژگی‌های زیر است:
- غیر متمرکز؛
 - ارتباطات دوسویه؛
 - حفظ فردیت مشارکت‌کننده؛
 - تأثیر و نفوذ تجربه فردی.^۲

به‌طور کلی رسانه‌های جدید، دومین عصر و به‌تعبیر دیگر سومین دوره را به‌راه انداختند؛ این‌گونه رسانه‌ها وسیله ارتباطی‌ای هستند که مزایای هر دو ارتباطات میان‌فردی و رسانه‌های جمعی را دارا هستند؛ اما معایب آن را ندارند.

بر این اساس، افراد برای ارتباط‌گیری با یکدیگر وقتی بخواهند پیام خاصی را به یکدیگر برسانند لازم نیست جهت ارتباط با یک نفر - در یک زمان خاص - محدود باشند؛ هم‌چنین لازم نیست برای رساندن محتوایی به‌عموم و توده مردم به‌محدودیت یک ارتباط جمعی محدود شد؛ بلکه می‌توان ارتباط شخصی را نیز جمعی انتشار داد.^۳

1. Digital Media

۲. مهدی‌زاده، ۱۳۹۱، ص. ۳۰۹.

۳. البرزی دعوتی و کوهی اصفهانی، ۱۳۹۵، صص. ۳۱-۲۹؛ به نقل از: Crosbie, 1998.

با رجوع به منابع مختلف، خصوصیات و ویژگی‌های اصلی رسانه‌های جدید را به صورت زیر می‌توان ترسیم کرد:

نمودار ۱: ویژگی رسانه‌های جدید



این پژوهش قصد دارد فضای مجازی را از نگاه مارشال مک‌لوهان^۱ - طراح مفهوم دهکده جهانی^۲ - مورد بررسی قرار دهد، و بر اساس ایده رسانه‌های سرد و گرم^۳ که مطرح کرده است، ظرفیت رسانه‌های جدید را بر اساس این ایده واکاوی نماید.

1. Herbert Marshall McLuhan
2. Global Village
3. Hot and Cool Media Theory (HCMT)

هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی / ۶۵

در این راستا باید به این مسئله اشاره کرد، که اگر فهم درستی از ماهیت فضای مجازی که اهمیت آن اشاره شد وجود نداشته باشد، در بررسی کارکردها و هنجارهای رسانه‌ای مانند فضای مجازی به تحلیلی درست نخواهیم رسید. در نتیجه اقدامات باید بر اساس فهم کلی از رسانه‌ها- به‌ویژه اینترنت- قرار گیرد، که در این پژوهش در ابتدا به معرفی فضای مجازی پرداخته شده، و در ادامه به‌واکاوی رسانه‌های سرد و گرم و جایگاه رسانه‌های جدید در طیف جدیدی که مطرح می‌شود، خواهیم پرداخت.

سؤالات پژوهش

سؤال اصلی پژوهش این است که:

- ماهیت و ظرفیت رسانه‌های جدید چیست و آیا بر مبنای ایده رسانه‌های مک‌لوهان، رسانه‌های جدید ارتباطی، سرد محسوب می‌شوند یا گرم؟

در پی این کنکاش به این پرسش، به این سؤال مندمج در پاسخ پرسش اول نیز پرداخته می‌شود که:

- آیا این هویت بر آموزش معارف دینی تأثیرگذار است؟

روش پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف، یک تحقیق نظری- کاربردی است، و از نظر ماهیت یک تحقیق توصیفی- اکتشافی تلقی می‌شود.

در این مقاله به منظور گردآوری اطلاعات، از روش کتابخانه‌ای و سندپژوهی استفاده شده است؛ لذا روش نمونه‌گیری و جامعه آماری ندارد.

روش تجزیه و تحلیل اطلاعات نیز تحلیلی- توصیفی بوده، که با بهره‌گیری از کتاب‌ها- به‌ویژه- آثار علمی منتشر شده از مک‌لوهان، مقالات علمی- پژوهشی،

رساله‌ها و سایر آثار، موضوع مورد بحث به صورت علمی بررسی قرار گرفته تا به نوآوری‌های علمی دست یازیده شود.

مبانی نظری پژوهش

۱. فضای مجازی

مانوئل کاستلز^۱ - نویسنده سه‌گانه «عصر اطلاعات»^۲ - معتقد است فضای مجازی، مکان نیست؛ بلکه دالان و راهرویی است که میان مکان‌ها قرار دارد؛ به این نحو که شما در حالی که در محل خود اقامت دارید، می‌توانید در فضای مجازی گردش کرده و مردمی را ملاقات کنید که در مکان‌های دیگری زندگی می‌کنند؛ اما می‌توانید با استفاده از فضای مجازی در جهان ذهنی خودتان باشید.

او هم‌چنین با زیر سؤال بردن مفهوم دهکده جهانی معتقد است جهان یک دهکده نیست؛ بلکه یک شبکه جهانی از کومه‌های شخصی است که متفاوت است؛ چون اینترنت جوامع محلی را به جوامع جهانی تبدیل می‌کند که این کار از طریق اتصال به موتورهای جستجوگر و اطلاعات فرامتنی با داده‌های متفاوت فراوان صورت می‌گیرد. هم‌چنین، فضای مجازی نوعی فرافضا و فضای ذهن است؛ فضایی که هر روز در آن دست به عمل می‌زنیم، و با مردمان و اندیشه‌ها و مکان‌ها و زمان‌هایی دیگر ملاقات می‌کنیم.^۳ بر این اساس، فضای سایبر یک جامعه دیگر است که ساختار، تاریخ و فرهنگ خاص خود را دارد؛ البته فعالیت‌های افرادی که در این فضا به تعامل با یکدیگر می‌پردازند، مشابه تمام کارهایی است که در فضای واقعی انجام می‌دهند؛ گروه تشکیل می‌دهند، عضو می‌پذیرند و تبادل اطلاعات می‌کنند.

1. Manuel Castells
2. Information Age

۳. کاستلز و اینس، ۱۳۸۴، ص. ۴۷.

در عصر اطلاعات و گسترش خطوط ارتباطی فراگیر، فضای سایبر توانسته است جای خود را در فضای سنتی ارتباطی باز کند.^۱

هم‌چنین فضای مجازی حیطه‌ای نامشخص و بی‌حد و مرز نیست؛ بلکه فضایی - کاملاً- تعریف شده است، که بسته و متشکل از مؤلفه‌های معین و مشخص است.^۲ در این فضا- در بسیاری موارد- فرد در حریم خصوصی با جهان مجازی ارتباط برقرار می‌کند، که این ارتباط میان فرد با فرد دیگر فراهم شده است؛ اما این نوع ارتباطات در یک موقعیت خصوصی و در تنهایی فرد و یا به واسطه رایانه صورت می‌گیرد؛ هر چند خصیصه خودفرمانی، هدایت و کنترل یا به عبارتی فرمانروایی فضای مجازی بر کاربر نیز این حریم خصوصی را تشویق می‌کند.

بنابراین، فضای سایبر با هدف ایجاد یک جهان کامل در اطراف انسان که به نوعی امکان ورود به حریم خصوصی را فراهم کند، ایجاد شده است؛ حریمی که فرد از هنجارهای اجتماعی رها می‌شود و با احساس آزادی عمل بیشتری زندگی روزمره خود را دنبال می‌کند.^۳

با این توضیحات، خصوصیت اصلی رسانه‌های جدید عبارتند از:

۱. پیام‌های افراد شخصی می‌تواند به‌طور هم‌زمان به‌تعداد نامشخصی از افراد ارسال شود.
۲. هر کدام از مردم دارای سهم مشترک متقابلی بر کنترل آن محتوا هستند.
۳. وسیله ارتباطی‌ای هستند که مزایای هر دوی ارتباطات میان‌فردی و رسانه‌های جمعی را دارا هستند؛ ولی معایب آن‌ها را ندارند.^۴

۱. خانی جزنی، ۱۳۸۸، ص. ۲۰-۱۹.

۲. میردامادی، ۱۳۸۰، ص. ۱۸.

۳. عاملی، ۱۳۸۳، ص. ۱۶.

۴. البرزی دعوتی و کوهی اصفهانی، ۱۳۹۵، صص. ۳۱-۳۰.

۴. امکان دوسویه بودن، بدون وجود داشتن مانعی فراهم شده است. بیان این نکته نیز لازم است که در کهکشان مک لوهان^۱، رسانه‌های ارتباط جمعی یک‌سویه بود نه تعاملی؛ ویژگی تعاملی نتیجه انتقال به‌درون نظام چندرسانه‌ای است که شیوه نظام جدید ارتباطات و مبتنی بر تعامل شبکه‌ای می‌باشد. به‌طور کلی اینترنت، رسانه‌ای جهان‌شمول و غیر کلیت‌گرا است که قلمرو جدیدی از دانش و معرفت را با عنوان فضای سایبر ایجاد می‌کند؛ لذا یکی از مهم‌ترین جنبه‌های این رسانه این است که جایگزین رسانه‌های جمعی که در آن دریافت کنندگان توده‌وار و منفعل بودند، می‌شود.

بنابراین تعاملی بودن^۲، رسانه را از حالت یک‌سویه بودن به دوسویه بودن ارتقا می‌دهد؛ زیرا تولد فضای مجازی عرصه جدیدی برای فعالیت مخاطبان رسانه‌ای ایجاد کرده است.

در رسانه جدید اینترنت نیز - اینک - مخاطبان تنها دریافت‌کننده نبودند؛ بلکه قدرت تولید و ارسال پیام پیدا کرده‌اند تا عنوان جدید کاربر برای آن‌ها در نظر گرفته شود؛ در این فضا کاربران - همزمان - تولیدکننده و مصرف‌کننده پیام‌ها هستند.^۳

۲. ایده رسانه‌های سرد و گرم مک لوهان

پیش از بررسی رسانه‌های مورد بحث، آشنایی اجمالی با مک لوهان و تأثیراتش، لازم به‌نظر می‌رسد.

مک لوهان ایده‌های تأثیرگذارش را در چهار کتاب زیر بیان کرده است:

۱. «کهکشان گوتنبرگ»؛^۴ شناخت انسان چاپی»؛

1. McLuhan Galaxy

2. Interactive

۳. البرزی دعوتی و کوهی اصفهانی، ۱۳۹۵، ص. ۳۲.

4. The Gutenberg Galaxy

۲. «درک رسانه‌ها»؛^۱
۳. «رسانه پیام است»؛^۲
۴. «جنگ و صلح در دهکده جهانی»^۳.

او که در برخی نوشته‌ها و جملات مشهورش از مارکس^۴ الهام گرفته بود، بخش عمده نظریه‌های خود را بر مبنای عقاید استادش - هارولد اینیس^۵ - بنا گذاشت. یکی از دلایل اهمیت مک‌لوهان این است که او در زمانی نظریه‌های خود را اعلام کرد، که نگرش‌های فرهنگ‌گرایانه و پارادایم اثرات محدود در اوج قدرت بودند، و اینیس نیز با این‌که کمتر با فرهنگ‌گرایان درگیر بود، اما در همین فضا و علیه آن می‌نوشت. به‌طور کلی مک‌لوهان به‌شبهه خاص خود تحلیل می‌کرد، که آن را شگرد^۶ او می‌نامند، که البته خود او به این کارش «تتراد»^۷ می‌گوید؛^۸ بر مبنای تتراد، هر رسانه‌ای بر مبنای چهار سؤال قابل تحلیل است:

۱. چه چیزی را در یک فرهنگ تقویت می‌کند؟
۲. چه چیزی را تضعیف می‌کند؟
۳. چه چیزی که در گذشته تضعیف شده را احیا می‌کند؟
۴. وقتی رسانه به حدود توان بالقوه خود می‌رسد، چه روندی را برعکس می‌کند؟

-
1. Understanding Media
 2. The Medium Is the Message
 3. War and Peace in the Global Village
 4. Karl Marx
 5. Harold Adams Innis
 6. Modus Operand
 7. Tetrad

از طرف دیگر، وقتی در ارتباطات سخن از رسانه به میان می آید، دو معنا از آن به ذهن می رسد:

۱. روش یا ابزار فنی و مادی تغییر شکل پیام؛ علاماتی که مناسب انتقال از یک مجرای معین هستند.
۲. واسطه مادی انتقال علائم؛ به طور مثال به هوا، کاغذ یا کلام انسان که واسطه مادی انتقال علائم هستند، رسانه اطلاق می شود و همه از انواع رسانه های مادی به شمار می روند.^۱

مک لوهان نه تنها رسانه ها بلکه جوامع میزبان رسانه ها را نیز به دو دسته گرم و سرد تقسیم می کند، و ناخودآگاه برای فرهنگ و معنی های مخاطب نیز اهمیت قائل می شود. او درباره علت نامگذاری وسایل سرد و گرم می نویسد:

وقتی می گوئیم فلان شخص نسبت به فلان موضوع گرایش سرد دارد، منظورمان این است که چنان با آن یکی می شود- آن چنان نسبت به آن احساس علاقه و تعهد می کند- که گاهی اوقات میان او و موضوع، فاصله و تفاوتی نمی توان قائل شد. من دو صنعت گرم و سرد را به طور متفاوت به کار گرفتم؛ زیرا در فرهنگ عامه- به خصوص بین جوانان- سرد و گرم برخلاف معانی ظاهری آن ها به کار برده می شود. وسیله ارتباطی گرم از نظر او وسیله ای است که تنها یکی از حواس پنجگانه را در نهایت تکامل و قدرت به کار می گیرد؛ لذا وقتی گفته می شود یک چیز در مقابل حواس، نهایت تکامل و وضوح خود را آشکار می کند، مقصود این است که تمام جزئیات آن دیده می شود، و حس در برخورد با آن ها نباید چیزی از خود مایه بگذارد یا خلأ موجود را پر کند.

۱. گیل و آدامز، ۱۳۸۴، ص. ۱۴۱.

هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی / ۷۱

در نقطه دیگر، وسیله ارتباطی سرد- ضرورتاً- دخالت و همکاری بیشتری از حواس مخاطب طلب می‌کند؛ در حالی که مخاطب یا گیرنده پیام در مقابل وسیله ارتباطی گرم، از این دخالت بی‌نیاز است و همکاری او به حداقل می‌رسد. به‌عنوان مثال؛ رادیو یک وسیله ارتباطی گرم است؛ چرا که به‌هنگام شنیدن رادیو- شنونده- خود را به‌دست آن می‌سپارد، و- به اصطلاح- در آن غرق می‌شود. او معتقد است هنگامی که رادیو به بازار کشورهای اروپایی و آمریکایی سرازیر شد و مورد استفاده وسیع قرار گرفت، تنها دو کشور انگلستان و آمریکا بر ضد اثرات ناگهانی و تکان دهنده آن واکسن مصونیت زده بودند،

به عقیده مک‌لوهان واقعیت تأثیر وسایل ارتباطی بر فرهنگ و تمدن بشری در طول ۳۵۰۰ سال گذشته از نظرها دور مانده است؛ زیرا علمای سیاسی و اجتماعی- همواره- تأثیرات شخصی و اجتماعی این وسایل را جدا از وسیله در متن و محتوا جستجو کرده‌اند. بیان این نکته لازم است، که اصطلاح گرم و سرد از زبان محاوره‌ای آمریکایی گرفته شده، و اشاره‌ای به تمایز میان لطیفه‌پردازی سرد است که فهمیدن و لذت بردن از آن احتیاج به قدرت تخیل داشته است، و نکته‌های گرم که به‌دلیل صراحت و وضوحشان نیازی به تخیل ندارند؛^۱ این‌گونه رسانه‌ها- همگی- دارای پیام کامل بوده و امکان استنتاج و تفسیر شخص از موضوع را به حداقل می‌رسانند.

۳. اقسام رسانه‌های سرد و گرم

بر اساس ویژگی‌ها و معیارهایی که برای رسانه‌های سرد بیان شد، این رسانه‌ها عبارتند از:

- تلویزیون؛
- تلفن؛
- کاریکاتور؛

- سمینار؛
- نوشته‌های ایدئوگرافیک؛ نوشته‌های تصویری که مراد، همان خطی است که با علائم و تصاویر، بیان مقصود می‌کند.
- رسانه‌های سنگین و سخت؛ مانند سنگ و لوح.
- جلسات بحث و گفتگو یا گفتار؛ گفتارها و گفتگوهای افراد، چون شنونده باید اطلاعات زیادی را بر اطلاعات داده شده توسط مخاطب بیفزاید تا آنرا درک کند.
- داستان‌های مصور،
- کلام انسان.

در نقطه مقابل، رسانه‌های گرم عبارتند از:

- رادیو؛
- کتاب؛
- عکس؛
- مطبوعات؛
- ضبط صوت؛
- سینما.

البته مک‌لوهان ضمن تکیه بر تناقض میان سینما و تلویزیون معتقد است مخاطب، تصویر سینمایی را بدون بازسازی و تخیل درک می‌کند؛ بر خلاف تلویزیون که قدرت تخیل و ابداع مخاطب را به کار گرفته، و باعث می‌شود تماشاگر در ساختن و پرداختن برنامه، فعالانه شرکت کند.^۱

۴. پیشنهادی برای جایگزینی اصطلاحی رسانه‌های سرد و گرم

با توجه به توضیحات بیان شده، به نظر می‌رسد - در ادبیات فارسی - نسبت به گرم و سرد از نگاه مک‌لوهان اشتباهی دیده می‌شود؛ چه این که بر این باور بوده که رسانه‌های گرم سبب افزایش تخیل و تفکر برای تعمیق پیام‌های صادر شده از رسانه‌ها را در نظر داشته است؛ بر خلاف رسانه‌های سرد که تمامی حرف خود را با رویکردی آشکار و واضح بیان می‌کنند.

بنابراین، پیشنهاد می‌شود برای فهم بهتر از نظریه رسانه‌های سرد و گرم، دو واژه‌ای را که بهترین تبادر را برای مخاطبین در بر دارند، استفاده کرد که معادل رسانه گرم را می‌توان رسانه غامض دانست، و رادیو را می‌توان مظهر گرمترین رسانه غامض دانست؛ و رسانه سرد را معادل رسانه واضح معرفی کرد، که بدون هیچ مانع و محظوری تمام پیام را به مخاطب، عرضه می‌کند.

هویت‌شناسی فضای مجازی

۱. ماهیت چندرسانه‌ای فضای مجازی

برای تحلیل فضای مجازی با توجه به دیدگاه مک‌لوهان که رسانه‌ها را امتداد حواس انسانی می‌داند، لازم است فضای مجازی را یک چندرسانه^۱ در نظر گرفت؛ چرا که فضای مجازی از چندین بعد به امتداد حواس انسانی منجر می‌شود.
مک‌لوهان معتقد است:

اینترنت - که بزرگراهی است که بین شبکه‌های موجود در فضای مجازی ارتباط برقرار می‌کند - یک پدیده چندرسانه‌ای است، و با فراهم آوردن نرم‌افزارهای مخصوصی به کاربران اجازه می‌دهد عکس و صدا و متن‌های شبیه‌سازی شده را منتشر کنند.^۲

1. Multimedia

2. Malmir and Others, 2013, p. 259.

هم چنین می نویسد:

در نظر گرفته شود که اینترنت یک چند رسانه‌ای در محیط تلقی می‌شود که در دسترس آمریکاییان قرار می‌گیرد؛ پس بسیار طبیعی است که گسترش و سلامت عمومی بر اساس ارتباطات برخط^۱ صورت می‌گیرد.^۲

علاوه بر این، محققین دیگر معتقدند:

برخی از ابزار ارتباطی با چند حس انسان سروکار دارد؛ اما اینترنت و فضای مجازی- تقریباً- همه حواس انسان را درگیر خود می‌کند و هر چیزی از صوت، متن، تصویر ثابت و تصویر متحرک در آن وجود دارد؛ لذا مخاطب می‌تواند با یک جستجوی ساده، محتوای خود را در هر قالبی پیدا کند.

از این رو اینترنت و فضای مجازی ماهیتی چندرسانه‌ای دارد. این محیط جدید به دلیل دارا بودن این شرایط- مثل همه رسانه‌های دیگر- معماری خاص خود را دارد؛ به همین سبب جهان واقعی تحت شرایطی خاص در جهان مجازی بازتعریف و معماری می‌شود.

با توجه به این مسئله، می‌توان فضای مجازی را نه یک رسانه بلکه یک چندرسانه خواند.

هم چنین، فضای مجازی را- در یک قالب کلی- می‌توان با دو نگاه متفاوت تکنولوژیکی و- صرفاً- ابزاری مورد بررسی قرار داد، که از مجموع شبکه شدن چندین رایانه به دست می‌آید

همان طور که در تعریف آن گفته می‌شود:

عنوان شبکه‌ای جهانی از کامپیوترها که از طریق زیرساخت‌های ارتباطی به هم متصل شده‌اند، و اشکال گوناگون تعامل میان کنشگران دور از هم را تسهیل می‌سازند؛ فضای سایبر در این جا مجموع همه آن گره‌ها و شبکه‌هاست.

1. Online

2. Mcfarlane and Other, 2005, p. 62.

هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی / ۷۵

در نتیجه چندرسانه‌ای بودن فضای مجازی را می‌توان از حیث تعاریف و ماهیت فضای مجازی نیز مورد نقد و بررسی قرار داد؛ چرا که اگر فضای مجازی از نگاه تکنولوژیکی آن در نظر گرفته شود- کاملاً- عینی است، و همه چیز به تعبیر مک‌لوهان سرد جلوه می‌کند که می‌توان با کدنویسی‌ها همه چیز را به سادگی برای مخاطب خود ترجمه کرد؛ در آن سوی طیف، فضایی است که حتی فضای صفر و یک‌ها نیز قابل تصور نیست؛ یعنی فضای مجازی- سراسر- تخیل است که داده‌ها چگونه و به چه شکل میان دستگاه‌های الکترونیک جابجا شوند؟ بنابراین می‌توان فضای مجازی را با استفاده از تعاریفش، یک چندرسانه‌ای در نظر گرفت؛ نه این‌که- صرفاً- یک رسانه تلقی شود.

۲. تحلیل فضای مجازی با نگاه طیفی

فضای مجازی از آن جایی که نسلی پس از رسانه تلویزیون قرار می‌گیرد، و نمی‌توان آن را- صرفاً- یک رسانه دانست؛ بلکه یک چندرسانه‌ای است، به همین سبب باید آن را به صورت طیفی تحلیل کرد.

منظور از نگاه طیفی آن است که فضای مجازی را در زمینه خود آن بحث کرد، نه به عنوان یک رسانه مستقل؛ به عنوان مثال، ببینیم از هر کدام از رسانه‌ها کدام ویژگی را اخذ کرده است، و یا از لحاظ زمانی از کدام رسانه متقدم‌تر است.

برای این منظور، ابتدا باید به طبقه‌بندی و مزیت‌های نسبی فضای مجازی نسبت به رسانه‌های قبل از خود پرداخت، که جدول زیر به این مسئله می‌پردازد:

جدول ۱: مزیت‌های نسبی فضای مجازی نسبت به سایر رسانه‌ها

مثال	مزیت نسبت به سایر رسانه‌ها
تلگرام، وایبر، توئیتر، یوتیوب، اینستاگرام، اسکایپ	شبکه اجتماعی
گوگل، یاهو، آلتاویستا	موتورهای جستجو
خدمات الکترونیک بانک‌ها، درگاه‌های مالی شرکت‌ها	انجام تراکنش‌های مالی و خرید و فروش
گوگل‌مپ، شرکت‌هایی مانند اسنپ و تپسی	نقشه‌های هوشمند
گوگل ترنسلیت	ترجمه‌های گویا و ترجمه‌گرها
http://khamenei.ir	وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌ها
کلش	بازی‌های تحت وب
ياهو مسنجر	چت‌روم‌ها ^۱

۳. فضای مجازی یک رسانه آمیخته

نویسندگان این پژوهش بر این باورند که فضای مجازی علاوه بر بعد چندرسانه‌ای که توانسته است تمامی رسانه‌ها را در خود جای دهد و مانند یک بستر برای تمامی رسانه‌ها عمل کند، جنبه‌ای دیگر دارد و آن ممیزاتی است که برای خود ایجاد کرده است، که آمیختگی فضای مجازی^۲ نامگذاری شده است.

به نظر می‌رسد اگر ممیزات فضای مجازی نسبت به سایر رسانه‌ها در نظر گرفته شود، می‌توان ویژگی‌های متمایز آن را به صورت زیر بیان کرد:

۱. تعاملی بودن؛
۲. چندرسانه‌ای شدن؛
۳. قابلیت دسترسی دائم؛
۴. آنی بودن و سرعت بالا؛

-
1. Chat Room
 2. Mix Media

۵. سیال بودن؛

۶. شخصی‌سازی^۱.

در نتیجه می‌توان با مثالی تعریف رسانه آمیخته را آن دانست، که علاوه بر آن‌که فضای مجازی چندین رسانه را به‌طور مجزا در خود حمل می‌کند؛ بلکه با ذوب کردن رسانه‌های مختلف در خود، آلیاژی جدید تولید می‌کند؛ به‌نحوی که ویژگی و اثربخشی متفاوتی با سایر رسانه‌ها دارد، با این‌که از هر رسانه ویژگی‌هایی را به ارث برده است.

۴. فضای مجازی با توجه به ویژگی‌های چندرسانه‌ای و آمیختگی

به نظر می‌رسد فضای مجازی علاوه بر این‌که توانسته است ظرفیت‌های مختلف رسانه‌ها را در خود جمع کند، می‌تواند ظرفیت هر یک از رسانه‌ها را به‌طور بالقوه در خود داشته باشد؛ اما این با ماهیت فضای مجازی که تعامل در آن حرف اول را می‌زند- اندکی- متفاوت است؛ به همین سبب باید در تحلیل بین دو طیف رسانه‌های واضح و غامض- که در این طیف فضای مجازی به‌عنوان رسانه واضح یا سرد در نظر گرفته می‌شود- برای این مسئله دو دلیل ارائه می‌شود:

۱. تعاملی بودن یک رسانه باعث می‌شود- حداقل- تخیل در فرد شکل بگیرد؛ چرا که در تعامل با فضای مجازی تمامی دشواری‌ها، تفکرها و تخیل‌ها محو می‌شود.
۲. مک‌لوهان کلام انسانی را از رسانه‌های سرد می‌داند؛ با توجه به این‌که کلام انسانی از مهم‌ترین ویژگی‌هایش تعاملی بودن است و فضای مجازی نیز با تمامی امکانات خود سعی در مشابه‌سازی فضای مجازی و فضای واقعی دارد، به همین سبب می‌توان از این اماره برای تحلیل فضای مجازی بهره برد.

۱. البرزی دعوتی و کوهی اصفهانی، ۱۳۹۵، صص. ۳۵-۳۲.

در نتیجه بر روی طیفی که از رسانه سرد- واضح- به سمت رسانه گرم- غامض- حرکت می‌کند، فضای مجازی را می‌توان نقطه‌ای میان معتدل و سرد در نظر گرفت؛ چرا که ظرفیت‌های هر یک از رسانه‌های گرم را در خود دارد، به همین سبب نمی‌توان آن را یک رسانه سرد مطلق به حساب آورد؛ بلکه به نظر می‌رسد این نقطه را می‌توان به نام «کم‌مایه» نامگذاری کرد.

با توجه به این طیف‌نگاری رسانه‌ها کلام انسانی معتدل‌ترین رسانه است که در نقطه تعادل سردی یا وضوح و گرمی یا غامض بودن قرار می‌گیرد، و فضای مجازی نیز تمام تلاش خود را در نسل‌های پیش روی خود به کار می‌بندد تا به نقطه تعادل برسد. بهترین مثالی که می‌توان برای فضای مجازی در نظر گرفت، مثال هاپیر مارکت است، که علاوه بر این‌که مغازه‌های مختلفی را از اصناف متنوع در خود جای داده است؛ اما هویت جداگانه‌ای نیز در کنار خود دارد؛ فضای مجازی نیز این‌گونه است، علاوه بر آن‌که توانسته رسانه‌های مختلف را دور خویش جمع کند هویت جدیدی نیز دارد که تعامل است.

به منظور درک بهتر مسئله، لازم است هر کدام از ویژگی‌های فضای مجازی را با ایده رسانه‌های سرد و گرم مک‌لوهان تطبیق کرد.

جدول ۲: تطبیق ایده رسانه‌های سرد و گرم با ویژگی‌های فضای مجازی

علت تطبیق	تطبیق با ایده رسانه سرد و گرم	ویژگی‌های فضای مجازی
رسانه سرد تلقی کردن سخن گفتن انسان	رسانه سرد	تعاملی بودن
مانند روزنامه و کتاب و رادیو	شبهه‌تر به رسانه‌های گرم	قابلیت دسترسی دائم
مانند تلفن و کلام انسان و نزدیکتر به رسانه‌های سرد قدیم	شبهه‌تر به رسانه‌های سرد	آنی بودن
مانند تلفن، کلام انسان و تلویزیون	نزدیکتر به رسانه‌های سرد	سرعت بالا
مشابه‌ترین مورد به کلام انسانی	رسانه سرد	شخصی‌سازی

نمودار ۲: طیف‌بندی رسانه‌ها از سرد به گرم



با توجه به این طیف‌بندی، فضای مجازی را می‌توان یک رسانه کم‌مایه تلقی کرد، که بین رسانه‌های معتدل و رسانه سرد- از نگاه مک‌لوهان- واقع شده است.

۵. رسانه سرد و گرم و تأثیر آن بر آموزش‌ها

همزمان با تغییر فضای سیاسی ایران در سال‌های ۵۷-۱۳۵۶، رهبران انقلاب با توجه به فضای باز سیاسی، آمادگی ذهن مردم برای تغییر رژیم و اعتماد کامل به رهبر این انقلاب- امام خمینی علیه السلام- با تغییر تاکتیک در نوع و نحوه به‌کارگیری رسانه‌ها به‌سوی استفاده از رسانه‌های گرم- همزمان با رسانه‌های سرد- همانند رادیو، مطبوعات، اعلامیه‌ها و به‌کارگیری نوارهای کاست روی آورده و توانستند با توجه به ویژگی‌هایی که رسانه‌های گرم دارند- یعنی به‌کارگیری حداقل مشارکت مردم در تفهیم پیام‌ها و عدم نیاز در به‌کارگیری قدرت تحلیل و تخیل توسط مخاطب برای فهم پیام- به‌روند پیروزی انقلاب تسریع بخشند.^۱ در این میان، مک‌لوهان فکر می‌کرد به‌کار گرفتن محتوای یک وسیله ارتباطی دیگر، به آن مطالب حالت مسخره‌ای می‌دهد؛ لذا معتقد بود:

۱. نواختی مقدم و میرزائزاد، ۱۳۹۲، ص. ۲۱۴.

نمایش فیلم‌های سینمایی که خاص محیطی دیگر تهیه شده‌اند- در تلویزیون- به آن‌ها حالت مسخره‌ای می‌دهد، این تأثیر مضحک از این جا ناشی می‌شود که یک فرم متفاوت- سینما- را در فرمی دیگر- تلویزیون- می‌گیرد. یادتان هست وقتی سینما نوپا بود مردم فیلم‌ها را تقلید مسخره و اغراق‌آمیز زندگی می‌نامیدند؛ انتقال زندگی عادی مردم به محتوای وسیله ارتباطی جدید از همه چیز کم‌دی مسخره ساخته بود.^۱

می‌توان این چنین برداشت کرد: همان‌طور که مک لوهان می‌گوید تأثیر فرم بر محتوا واضح است، همان‌طور نیز مفاهیم انقلابی و دینی- به معنای خاص- نیازمند قالب‌های خاصی است که به رسانه‌های گرم این مسئله نزدیکتر است؛ چرا که نیازمند تفکر و تخیل و تحلیل بیشتری است.

نتیجه‌گیری

رسانه‌های جدید- مثل اینترنت- حاوی مجموعه کاملی از امکانات، فرصت‌ها و ظرفیت‌های بالقوه است؛ یکی از رویکردهای تحلیل و بررسی رسانه‌ها نگاه تکنولوژیک به آن‌هاست، و یکی از بزرگترین مکاتب را می‌توان مکتب تورنتو^۲ دانست که این مکتب را می‌توان توسط مارشال مک‌لوهان بازشناخت. از مهم‌ترین ویژگی‌های این مکتب، نگاه فلسفی آن به رسانه است که رسانه را امتداد حواس انسان می‌شمارد؛ هم‌چنان که مک‌لوهان می‌پندارد:

هر وسیله‌ای در زندگی، در امتداد عضو یا حسی از انسان قرار دارد؛ مثل چرخ در امتداد پا یا لباس در امتداد پوست بدن، در زمینه وسایل ارتباطی نیز هر وسیله در امتداد یکی از حواس انسان است؛ مثل خط در امتداد چشم یا رادیو

۱. تهران‌چیان، ۱۳۶۷، ص. ۳۵.

هویت‌شناسی رسانه‌های جدید ارتباطی و تأثیر آن بر آموزش مفاهیم دینی / ۸۱

در امتداد شنوایی؛ لذا مک‌لوهان به امید شرایطی است که با ابداع یا اختراع وسیله یا وسایلی دیگر، حواس سخت بر حواس دیگر پیشی نگیرد و موجبات بر هم خوردن نظم و تعادل در حیات انسانی نشود.^۱

در تکمیل این مطالب، باید اضافه کرد که مک‌لوهان به رسانه‌ها نگاهی فرهنگی داشت، و آن را در بستر مکان و زمان خودش مورد تحلیل قرار می‌داد.

او بر خلاف استادش - اینیس - چندان اهمیتی به این‌که چه کسی رسانه‌ها را کنترل می‌کند و یا چه کسی بر دهکده جهانی حکومت می‌کند، نداشت؛^۲ هم‌چنین، نسبت به آینده‌ای که فناوری‌های نوین ارتباطی برای انسان به‌ارمغان آورد، خوشبین بود.

البته منتقدان فرهنگی با مک‌لوهان مخالف بودند؛ چرا که آن‌ها معتقدند آرای مک‌لوهان - تنها - یک انحراف از آرای اینیس است؛ چون او کمتر تمایل داشت به اقتصاد سیاسی رسانه‌ها توجه کند، و بیشتر سرشت رسانه را به سرشت انسان متصل می‌کرد.

در نقطه مقابل، مدل اینیس سوگیری را به‌عنوان یک ابزار واسطه - مترجم یا موتور - در نظر می‌گرفت، که جهان طبیعی را به صف‌بندی‌های اجتماعی ناشی از جریان ثروت، دانش و قدرت که همان جریان‌های تعیین‌کننده تاریخند، وصل می‌کرد.

مک‌لوهان متعقد بود احساسات و جسم انسان - آن‌چنان - پیچیده، متفرق و متنوع است، که نمی‌توان آن‌ها را به اموری مانند انباشت ثروت، دانش و زور فروکاست.^۳

این پژوهش پس از بررسی فضای مجازی و ارائه و تبیین ویژگی اصلی آن - تعاملی بودن - با تقریر نظریه سرد و گرم مک‌لوهان، آن را در فضای ادبیات فارسی نقد کرد، و پیشنهاد ترجمه‌ای جدید از آن ارائه داد: رسانه واضح به‌جای رسانه سرد، و رسانه غامض به‌جای رسانه گرم.

۱. ساروخانی، ۱۳۷۷، ص. ۴۳.

2. Baran and Davis, 2011.

3. Loon, 2008.

در ادامه، این نتیجه حاصل شد که فضای مجازی بر خلاف سایر رسانه‌ها یک چندرسانه‌ای است، که وجه ممیز آن با سایر رسانه‌ها در آمیختگی آن است که به جز ویژگی بستر بودن برای سایر رسانه‌ها- خود- ویژگی آمیختگی دارد، که این موضوع هویتی جدید به آن بخشیده است.

بر این اساس، نباید فضای مجازی را در یکی از دو دسته سرد و گرم جای داد؛ بلکه فضای مجازی بر روی یک طیف از رسانه‌ها قرار می‌گیرد که یک سوی آن را رسانه‌های سرد- واضح- تشکیل می‌دهد، و سوی دیگر را رسانه‌های گرم- غامض- شکل می‌دهند؛ مضافاً این‌که فضای مجازی بر روی این طیف در نقطه‌ای که رسانه‌های کم‌مایه نامیده می‌شود، قرار می‌گیرد که به رسانه سرد نزدیکتر است.

در مجموع، می‌توان ثمره عملی این پژوهش را در فهم بهتر کارکردهای رسانه‌ها جستجو کرد؛ چرا که همان‌طور که تحقیقات گذشته نشان می‌دهد،^۱ هر چه رسانه‌ها به سمت گرم میل می‌کنند ویژگی‌های آموزشی- ارزشی آن‌ها رشد کرده و می‌توانند در عرصه تغییرات ایدئولوژیک نقش‌آفرینی کنند؛ در نقطه مقابل، رسانه‌های سرد قرار دارند که با خراش‌های سطحی در بعد نگرشی و یا جنبه‌های- بیشتر- سرگرم‌کننده از آن‌ها استفاده می‌شود.

دلیل این نتایج را می‌توان در فهم کلی از رسانه‌ها از دیدگاه مک‌لوهان دانست؛ به‌نظر می‌رسد فضای مجازی و ظرفیت‌هایی که در نسل‌های بعدی خود تولید می‌کند و نرم‌افزارها و سخت‌افزارهایی که سعی در نزدیک کردن و یا حتی برداشتن فاصله بین فضای مجازی و حقیقی وجود دارد در تغییر هر چه سریع‌تر این فضا در تکاپو هستند. به‌طور کلی- با توجه به نتایج این پژوهش- می‌توان انتظار داشت با تأمل در ویژگی آمیختگی که در فضای مجازی وجود دارد، این فضا بتواند هویتی متکثر از خود به‌نمایش بگذارد که هم در طیف کم‌مایه و هم پرمایه، قابل بروز و ظهور خواهد بود.

از طرف دیگر و با توجه به ماهیت مفاهیم دینی که لزوم تفکر و توجه به آن در همه جای اسناد دینی و آثار معتبر اشاره شده است، می‌توان دانست که هر چقدر رسانه‌ای گرم‌تر باشد، بیشتر کاربرد آن را دارد به انتقال محتوای دینی پردازد- همان‌گونه که قرائن نیز نشان می‌دهد- تمامی حرکت‌های دینی و سنت اسلامی بر اساس رسانه‌های مکتوب و یا گرم پیش رفته است؛ مانند انقلاب اسلامی ایران.^۱

بنابراین، مفاهیم دینی در بستر فضای مجازی ظرفیت کمتری برای بروز و ظهور خود دارند؛ البته منظور از مفاهیم دینی در این جا به گزاره‌های صریح دینی مانند خداشناسی و توحید، معاد و گزاره‌های فقهی اشاره دارد نه این‌که مفاهیمی مثل صداقت، پاکدامنی و امانتداری مراد باشد.

نکته پایانی این‌که با توجه به ظرفیت چندرسانه‌ای فضای مجازی، آموزش معارف و آموزه‌های دینی تفاوتی با سایر رسانه‌ها ندارند؛ بلکه این جمع‌بندی ارائه شده ناظر به جنبه‌های اختصاصی فضای مجازی است که- در این پژوهش- در ادبیات نظری و تحلیل به آن اشاره رفته است؛ در نتیجه همان‌گونه که رسانه‌های گرم ظرفیت آموزش معارف دینی را در خود دارند، با توجه به این خصیصه فضای مجازی ظرفیت انتقال معارف نیز وجود دارد.

فهرست منابع

۱. باهنر، ناصر؛ (۱۳۹۰)، رسانه و دین: از رسانه‌های سنتی اسلامی تا تلویزیون، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات صدا و سیما.
۲. البرزی دعوتی، هادی؛ کوهی اصفهانی، احمد؛ (۱۳۹۵)، آینده‌پژوهی رسانه‌ها، تهران: انتشارات آثار فکر.
۳. خانی جزنی، جمال؛ (۱۳۸۸)، هویت مجازی، تهران: انتشارات مهرتاب.

۴. رشیدپور، ابراهیم؛ (۱۳۵۴)، *آینه‌های جیبی مک‌لوهان*، تهران: انتشارات سروش.
۵. ساووخانی، باقر؛ (۱۳۷۷)، *جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران: انتشارات اطلاعات.
۶. عاملی، سید سعید رضا؛ (۱۳۸۳)، *جهانی شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها*، ارغنون، شماره ۲۴: ۵۸-۱۲.
۷. کازنو، ژان؛ (۱۳۶۴)، *قدرت تلویزیون*، ترجمه علی اسدی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۸. کاستلز، مانوئل؛ اینس، مارتین؛ (۱۳۸۴)، *گفتگوهای با مانوئل کاستلز*، ترجمه حسن چاووشیان و لیلا جدافشانی، تهران: نشر نی.
۹. گیل، دیوید؛ آدامز، بریجت؛ (۱۳۸۴)، *القبای ارتباطات*، ترجمه رامین کریمیان و دیگران، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۱۰. مهدی‌زاد، سید مهدی؛ (۱۳۹۱)، *نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی*، تهران: انتشارات همشهری.
۱۱. میردامادی، مهرداد؛ (۱۳۸۰)، *فضای سایبرنتیک به مثابه فضای شهری*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه تهران، دانشکده علوم اجتماعی.
۱۲. ون‌لون، یوست؛ (۱۳۹۱)، *تکنولوژی رسانه‌ای از منظری انتقادی*، ترجمه احد علیقلیان، چاپ ۳، تهران: انتشارات همشهری.
۱۳. نواختی مقدم، امین؛ میرزائزاد، مرتضی؛ (۱۳۹۲)، *بررسی نقش رسانه‌های سرد و گرم بر پایه نظریه مک‌لوهان در تسریع روند پیروزی انقلاب اسلامی ایران*، مطالعات انقلاب اسلامی، شماره ۳۲: ۲۱۴-۱۸۷.
۱۴. تهران‌چیان، تیراژه؛ (۱۳۶۷)، *وسائل ارتباط جمعی از نظر مارشال مک‌لوهان*، مجله فارابی، شماره ۱: ۳۸-۲۴.

15. Baran, Stanley; Davis, Dennis; (2011), **Mass Communication Theory: Foundations, Ferment and Future**, Boston: MA: Wadsworth Cengage Learning.
16. Loon, Joost; (2008), **Media Technology: Critical Perspectives**, Maidenhead: McGraw-Hill/ Open University Press.

17. Malmir, Mahmoud; Khaghani, Mehdi; Esfahani; Zarei, Reza; Kaviar, Hossein; (2013), **Victimized Children in Cyberspace Through Pornography**, Masaryk University Journal of Law and Technology, Vol. 7, No. 2: 241-266.
18. Mcfarlane, Mary; Kachur, Rachel; Klausner, Jeffrey; Roland, Eric; Cohen, Marc; (2005), **Internet-based Health Promotion and Disease Control in the 8 Cities: Successes, Barriers and Future Plans, Sexually Transmitted Diseases**, Sexually Transmitted Diseases, Vol. 32, No. 10: S60-S64.

مناسبات قاعده مصلحت و رسانه

نویسندگان: دکتر محمدعلی حیدری (ایران)^۱، دکتر امیررضا توکلی (ایران)^۲، *عابدین سیاحت اسفندیاری (ایران)^۳

دریافت: ۱۳۹۶/۰۲/۱۴

پذیرش: ۱۳۹۷/۰۷/۰۷

چکیده

امروزه زندگی در دنیای باخبری، بشر را با چالش‌های جدی روبرو ساخته است؛ دسترسی ساختارشکنانه به اطلاعات و عدم پایش نسبت به صلاحیت‌های افراد می‌تواند منجر به خطای تحلیل گردد؛ از دیگر سو هر چند آگاهی از خبر و اطلاعات در زندگی افراد نقش مهمی ایفا می‌کند؛ اما بی‌خبری نیز می‌تواند در برخی موارد از نگاه روان‌شناختی امنیت‌آفرین باشد؛ به این علت است که رسانه‌ها از اخبار در جهت‌دهی افکار عمومی استفاده می‌کنند؛ البته تأثیر خبر در قدرت انتخاب و تصمیم‌گیری مخاطب پوشیده نیست که با توجه به این مهم - ناگزیر - به تدوین قواعد و اصول نظارت و هدایت مطلوب خبر هستیم. در این میان، قواعد فقهی واجد کارایی و هماهنگی مناسبی با شرایط گوناگون است که حوزه خبر و خبررسانی نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ لذا با نگاهی جامع به کاربرد قاعده مصلحت در اطلاع‌رسانی می‌توان خبر را از زمان جمع‌آوری تا هنگام اعلام به وسیله این قواعد کنترل نمود و مطابق با احکام فقهی و مقاصد شریعت، قانونمند ساخت؛ بر این اساس - در این پژوهش - مبانی فقهی و حقوقی مصلحت بیان شده، سپس ضمن اشاره به وجوه مختلف مصلحت و چارچوب نظری آن و نیز اطلاع‌رسانی و فرآیندهای بررسی شده، در پایان برخی مصادیق مورد ابتلا در حوزه خبر و اطلاع‌رسانی مورد بررسی قرار گرفته است.

واژگان کلیدی: مصلحت، رسانه، قواعد فقه

۱. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران،

ma1.heidari@yahoo.com

۲. استادیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران،

a_tavakoli@phu.iaun.ac.ir

۳. * دانشجوی دکتری گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی، دانشگاه آزاد اسلامی، نجف آباد، ایران

(نویسنده مسئول)، asiahat@gmail.com

مقدمه

انسان از زمان آفرینش به دنبال کسب اطلاعات و اخبار در حوزه‌های پیرامونی خود بوده؛ به‌گونه‌ای که افسانه‌های بسیاری در این مسیر ساخته است.

از زمان جنگ جهانی دوم بررسی جریان بین‌المللی اخبار و اطلاعات به‌عنوان یکی از موضوعات بین‌المللی مطرح بوده است؛ جامعه ایران نیز در فروردین سال ۱۲۱۶ حضور اولین روزنامه داخلی - با عنوان «کاغذ اخبار» - را تجربه کرده است؛ هم‌چنین در دهه ۱۳۱۰ مصر، ایران و ترکیه از نخستین کشورهای مسلمان بودند که بخش رادیویی خود را توسعه بخشیدند؛ اما در قرن جدید، خبر - دیگر - قلم گذاشتن روی کاغذ نیست؛ بلکه خبرنگاری، الکترونیکی شده است.

به‌طور کلی، خبرگزاری‌ها در دهه اخیر با دستاوردهای قابل توجهی که در این زمینه حاصل شده، توانسته‌اند در زندگی بشر تحولات اساسی ایجاد کنند.

از طرف دیگر، اجتهاد بر اساس قواعد اصولی و قواعد فقهی حاصل می‌شود، و قاعده‌های اصولی منطق استدلال و استنباط را سامان‌مند و کارآمد می‌سازند و قواعد فقهی، شایستگی هماهنگی با هر محیط و شرایط را به فقه می‌بخشند؛ لذا استنباط بدون قواعد اصولی، حالتی غیر عقلانی پیدا کرده، و بدون قواعد فقهی نیز در مسیری ناهموار قرار می‌گیرد.

قواعد فقهی گزاره‌هایی برای کبرای استدلالات فقهی فراهم می‌آورند تا استنباط حکم در فروع فقهیه ممکن گردد؛ بعضی از این قواعد در همه ابواب فقهی کاربرد دارند، و برخی دیگر تنها در ابواب معینی مورد استناد قرار می‌گیرند. از طرف دیگر - برخی از این قواعد - بنیادین بوده، و از اصول موضوعه نظام حقوقی اسلام به‌شمار می‌رود؛ لذا بر بقیه قواعد و احکام، حاکم و مقدمند.^۱

امروزه دانش قواعد فقهی با ضعف پراکندگی و عدم پیوستگی روبرو شده است و تصویری نامناسب بر فقه، به جای گذاشته است؛ حال آن که فقه از يك سرچشمه جاری شده است و فزاهایی به هم تنیده و هماهنگ دارد؛ لذا اگر قواعد فقهی در يك شناخت کلان و دقیق کنار یکدیگر قرار گیرند، چشم اندازی جدید از فقهی به هم تنیده و هدفدار پدید می آورند؛ این شناخت کلان- تنها- در فضای دانش قواعد فقهی میسر است. در این میان، یکی از مواردی که با گسترش تغییرات اجتماعی که بر تمامی جنبه های زندگی تأثیر گذاشت، فلسفه سودپرستی بود؛ هم چنین، یکی از عرصه های که در دوران معاصر تغییرپذیر شد، مفهوم مصلحت بود،^۱ که با اصطلاحاتی هم چون مصلحت عمومی، منفعت عمومی و حس اجتماعی تبیین می شود. فلسفه وجودی مصلحت نیز وابسته است و مجرد و مستقل نیست، و نیز برای زمان موجود و حال است نه برای زمان آینده و البته فعالیتی برای یک جمع عمومی به شمار می رود.

مصلحت و مبانی فقهی آن

مصلحت علاوه بر این که در وضع و اجرای قوانین نقش اصلی را دارد، در اجرای قوانین ثابت و صدور فرمان ها و دستورهای جزئی حکومتی نیز محوریت دارد؛ چه این که دارای دو عنصر اصلی جعل و اجرا است:

۱. مصلحت تشریعی؛ در رتبه ای قبل از جعل احکام و خواسته های کلی و جزئی اسلام قرار دارد، و تشخیص دهنده آن- بالاصاله- خداوند است.

۱. خالد مسعود، ۱۳۸۲، ص. ۲۰۳.

۲. مصلحت اجرائیه؛ در رتبه‌ای بعد از احکام و خواسته‌ها قرار دارد، و تشخیص دهندگان آن، انسان‌ها در حوزه مسائل اجتماعی هستند که همان حکومت اسلامی است.

این اجرائی بودن- صرفاً- در مقایسه با احکام و خواسته‌های مجموعه دین اسلام است؛ ولی در مقایسه با سازمان یک حکومت و تشکیلات تقنینی و اجرایی، این مصلحت- صرفاً- اجرایی نیست؛ بلکه مبانی قانونگذاری نیز دارد. مبانی حکم حکومتی مصلحت اجرا است؛ ولی مبانی حکم الهی مصلحت تشریحیه است.^۱

در بسیاری از نصوص معتبر دینی- پیش از بیان حکم یا پس از آن- در همان دلیل یا در نص مستقل، وجه یا وجوهی از مصالح و مفاسد آن بیان گردیده است؛ این وجه در نهایت مصالحی است که به جامعه و افراد بر می‌گردد؛ اما:

- این مصالح چه ارتباطی با آن احکام دارند؟
 - آیا علت آن حکم هستند؛ به گونه‌ای که حکم شرعی دایره‌دار آن است و موضوع حکم، عنوان مسکور در دلیل نیست؛ بلکه وجهی که برای جعل حکم در همان دلیل یا در دلیل دیگر بیان گردیده، موضوع واقعی حکم است؟
 - آیا آن چه در دلیل بیان شده، حکمت حکم به شمار می‌آید و با این که مورد نظر شارع بوده و در جعل حکم تأثیر داشته، ولی حکم شرعی دایره‌دار آن نیست؟^۲
- اصلی‌ترین ضابطه برای مصلحت آن است که چون مصلحت زاییده شریعت بوده، و به جهت تأمین اهداف غایی شریعت و جامعه اسلامی و از بین رفتن مشکلات ناشی از تراحم برخی احکام و اداره مطلوب و بهینه جامعه وضع شده است؛

۱. صرامی، ۱۳۸۰، صص. ۷۰-۸۲.

۲. نظرزاده، ۱۳۹۲، ص. ۶۰.

لذا در تقابل با شریعت قرار ندارد، بلکه تنها در گستره آموزه‌ها و غایات دین قابل ارزیابی است؛ چون نصوص شرعی در حکم ضوابط شکل‌گیری مصلحت شرعی هستند، و اعتبار مصلحت در مقام تشریح منوط به وجود قوانین و ضوابط شریعت است؛ از این رو مقید ساختن شرع به مصلحت منجر به خروج از موضوع اصلی می‌گردد؛ بنابراین، مصلحت‌اندیشی فقهی در قلمروی غیر از تأمین اهداف و غایات شریعت، حجیت نداشته و قابلیت عرضه و ارائه ندارد.^۱ به‌طور کلی، مصلحت در احکام دو گونه است:

۱. مصلحت واقعی؛

۲. مصلحتی که از طریق اماره به‌دست می‌آید؛ زمانی که مصلحت واقع

ممکن نیست، می‌توان به مصلحت اماره‌ای عمل کرد.^۲

بیان این نکته لازم است که در مواردی که مصلحت در فعلی تشخیص داده می‌شود،

لازم است به مصلحت عمل شود؛ مگر آن‌که خلاف آن ثابت گردد.^۳

بر این اساس، مصلحت از اساسی‌ترین محورهای ضوابط تصمیم‌گیری رهبران حکومت اسلامی است؛ لذا مسئولان حکومت اسلامی - در هر مرتبه - باید در طرح برنامه‌ها و تصمیمات خود همواره مصلحت جامعه اسلامی را مد نظر داشته باشند؛ هر چند فقهای شیعه ابعاد گوناگون آن را - تنها - در باب خاصی بررسی کرده‌اند، اما در میان سایر مسائل فقهی نکات سودمندی درباره آن تدوین نموده‌اند. در فقه شیعه مصلحت حکم‌ساز نیست؛ حتی در مسائل مرسله نیز که اهل سنت آن را می‌پذیرند؛ از این رو مصلحت، معیاری برای تقدم حکمی بر حکم دیگر است؛ البته مصلحت نه تنها به‌عنوان یک اصل حکومتی، بلکه به‌عنوان یک اصل

۱. ایزدهی، ۱۳۹۲، ص. ۳۹.

۲. قانصوه، ۱۴۱۸، ج ۳، ص. ۹۴.

۳. مرعشی شوشتری، ۱۴۲۷، ج ۱، ص. ۵۲.

رفتاری نیز مطرح است؛ پس شامل رفتار فردی، اجتماعی و حکومتی می‌شود؛ لذا در فقه، عنصر مصلحت فقط به احکام حکومتی و تشخیص حاکم مربوط نمی‌شود. از مجموعه نوشتارهای فقهی امام خمینی رحمته الله علیه - به‌عنوان یکی از کسانی که در زمان معاصر بیشترین توجه را به امر مصلحت و ضرورت داشته است - این‌گونه استفاده می‌شود که همه تصمیمات ولی فقیه و دیگر مسئولان کشور که از آن‌ها به احکام حکومتی تعبیر می‌شود- در عرصه قانونگذاری یا در مرحله اجرا- می‌باید با در نظر گرفتن مصلحت جامعه اسلامی همراه باشد؛ در غیر این صورت، این تصمیمات فاقد اعتبار خواهد بود. بنابراین، حکومت اسلامی باید در مناسبات ارتباطی خود مصلحت جامعه اسلامی را مد نظر داشته باشد، و در مبادلات ارتباطی خود در حوزه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی مصلحت اسلامی را لحاظ نماید.^۱

مصلحت در مبنای حقوقی

برخی از حقوقدانان از جمله مارسل والین^۲ نظریه منافع عمومی را مطرح کردند، که دارای مفهومی وسیع از خدمات عمومی است، که جدای از ماهیت نهادهایی که فعالیت می‌کنند- دولتی یا خصوصی- تشخیص خدمات عمومی از فعالیت‌های عام‌المنفعه حائز اهمیت است.

به‌عنوان مثال؛ بازسازی ابنیه عمومی و آثار تابهستانی نفع عمومی در بردارد؛ اما احداث مجموعه ورزشی و فرهنگی خدمات عمومی به حساب می‌آید؛ چنین تفکیکی در فعالیت مؤسسات عمومی نیز صادق است؛ مثل بیمارستان‌ها، دانشگاه‌ها و شرکت‌های آب و برق که خدمات ارائه می‌دهند.^۳

۱. اکبری، ۱۳۹۲، ص. ۱۰۶.

2. Marcel Waline

۳. موسی‌زاده، ۱۳۸۸، ص. ۹۳.

خدمت عمومی و قدرت عمومی دارای معنی واحدی نیستند؛ اما کارکرد شبیه به هم دارند؛ مفهوم قدرت عمومی، عام و وسیع است به طوری که تمامی تشکیلات دولت - اعم از قوه مقننه، قضائیه و مجریه - را در بر می گیرد.^۱

معیار تفکیک خدمت عمومی از قدرت عمومی نیز قانون اداری است؛ در عین حال این دو مفهوم، مکمل هم نیز می باشند و به راحتی قابل تمییز نیستند.^۲

به طور کلی، مصلحت عمومی به دنبال مصالح مشترک است، و اداره به دنبال حمایت از احصای این مصالح عمومی است نه این که - تنها - مصالح بعضی از افراد که خاص هستند را در نظر بگیرد.

بر این اساس، قانون اداره به همراه افراد جامعه، همه باید با هم به سمت منفعت عمومی سیر کنند.^۳ منطبق مصلحت عمومی نیز اقتضا می کند برای همین سیر عمل اداری صلاحیت اختیاری در نظر گرفته شود تا در مواقع لازم تصمیم متناسب را اتخاذ نماید.

در همین ارتباط، یکی از قضات در انگلستان در رابطه مصلحت چنین می گوید:

مفهوم مصلحت اداری متضمن حق انتخاب میان چند عدل بر اساس این که کدام یک از آن اعمال برای نفع مردم ترجیح دارد، است.

در عین حال، این انتخابها که باید از سوی متولیان مصلحت عمومی صورت گیرد - اغلب - روشن یا بدیهی نیستند؛ اما - در هر صورت - انتخاب باید وجود داشته باشد چون هیچ جامعه ای برای تمام منافع اهمیت برابر قائل نیست؛ حتی شاید غیر ممکن باشد جامعه ای را بیابیم که برداشت غالب از مصلحت عمومی در آن جامعه همه تمایلات، تقاضاها و ادعاهای انسانی را به نحو برابر، سزاوار برآورده شدن بدانند؛^۴ لذا یکی از عوامل اساسی صلاحیت، مصلحت عمومی است.

۱. موسی زاده، ۱۳۸۸، ص. ۱۳۹.

۲. القبانی، ۱۹۷۹، ص. ۴۰.

۳. مسکونی، ۱۹۷۴، ص. ۶۵۱.

۴. ناعمه، ۱۳۹۰، صص. ۵۲-۵۳.

رابطه مصلحت و ضرورت

گاهی میان مصلحت و ضرورت، تفکیک لازم صورت نمی‌گیرد و این توهم وجود دارد که تصرفات حاکم اسلامی و حتی احکام حکومتی و اقداماتی که برخلاف احکام فرعیه صورت می‌گیرد، مبتنی بر تحقق موضوع ضرورت و اضطرار است، و صرف مصلحت نمی‌تواند دلیلی بر جواز این اقدامات باشد؛ حال آن‌که محور و مبنای احکام حکومتی تنها مصلحت نظام و جامعه و تشخیص به‌جای آن است که نیازی به وصول به‌حد اضطرار نیست.

در یک تبیین کلی، ضرورت و مصلحت دو عنوان مترادف نیستند؛ چرا که ضرورت برای جریان حکم ثانوی است و مصلحت، مجرای تصرفات و احکام حکومتی است؛ لذا ضرورت به‌عنوان مبنای احکام ثانویه نیازی به اعمال ولایت ندارد؛ اما تشخیص احکام حکومتی و اعمال آن برعهده ولی امر است.^۱

ضرورت مصلحت

طبیعت احکام حکومتی به‌گونه‌ای است که نمی‌توانند حالت ثابت و پیش‌ساخته داشته باشند؛ لذا حاکم فقیه و متخصص عادل باید با توجه به زمان و مکان و سایر شرایط، مصلحت عموم را کشف نموده و بر مبنای آن احکام حکومتی را استنباط و القا نماید؛ زیرا این احکام، پیش‌ساخته نیست و باید در هر زمانی بنا به مصالح عمومی، آن را از کلیات منابع فقه استخراج و به دست آورد.^۲

مفهوم‌شناسی مصلحت عمومی

مصلحت از مبنای قانونگذاری در شریعت اسلامی است، شارع مقدس احکام فقهی را بر اساس مصالح و مفاسد وضع می‌کند، و مصالح و مفاسد از ملاکات احکام است؛

۱. مرتضوی، ۱۳۷۴، ج ۶، ص. ۷۲.

۲. گرجی، ۱۳۶۸، ص. ۱۲۲.

هم‌چنین در رسانه- به‌ویژه بعد خبر و خبررسانی- باید مصالح و مفاسد اخبار مد نظر گرفته شود؛ بدین علت مصلحت به‌عنوان یک قاعده ایجابی مد نظر گرفته شده است. به‌عنوان مثال؛ خبری که مصلحت جامعه اقتضا می‌کند که انتشار نشود، باید از اعلام آن جلوگیری شود؛ البته این واژه مصلحت از جمله واژگانی است که در طول تاریخ مورد سوء استفاده حاکمان قرار گرفته است؛ پس مصلحتی مدنظر است که دارای منفعت عمومی باشد، که این منفعت عمومی با توجه به وقایع و نوع خبر متفاوت بوده و باید به‌صورت کارشناسی و در موضوعات مختلف مصلحت اولی را به‌کار برد. پیش از آن‌که به بیان مصادیق منفعت و مصلحت عمومی پرداخته شود، بیان این نکته نیز لازم است که در میان صاحب‌نظران این حوزه، نظریه واحدی درباره مصلحت عمومی وجود ندارد؛ لذا رویکردهای مختلفی را در این خصوص می‌توان برشمرد، که هر یک از این رویکردها بر مبنای ملاک خاصی مصلحت عمومی را تعریف کرده است. به‌طور کلی، انواع نظریه‌های مصلحت عمومی را در چهار دسته زیر می‌توان بیان کرد:

۱. کمال‌گرایی

در این دیدگاه، خیر- فی‌نفسه- به‌عنوان امری زیبا و ارزشمند مطرح است، و مصلحت عمومی از آن جهت که مبتنی بر خیر است و غایت آن زیبایی است، باید پذیرفته شود؛ این دیدگاه جنبه هنجاری و آرمان‌گرایانه دارد.

۲. واقع‌گرایی

نظریه‌های واقع‌گرایانه مصلحت عمومی را چیزی جز سازش منافع افراد نمی‌دانند؛ این دیدگاه به‌مصلحت عمومی به‌عنوان امری علیحده و مستقل نمی‌نگرد، بلکه آن را عبارت از سازش افراد صاحب منافع بر سر یک حداقل می‌داند؛ لذا مصلحت عمومی را چیزی خارج از این نمی‌داند. واقع‌گرایان به هر گونه مصلحت‌های کلی فاذغ از مصلحت‌های جزئی، بدبینانه می‌نگرند.

۳. فایده‌گرایی

طبق این دیدگاه، مصلحت عمومی عبارت از مجموعه جبری همه مصالح خصوصی است؛ لذا سیاستی مصلحت‌آمیز محسوب می‌شود که بتواند بیشترین نفع را به بیشترین افراد رسانده و در خدمت بیشترین مصلحت‌های خصوصی باشد؛ از این رو فایده‌گرایان تفسیری از روی سود شخصی از آزادی در ساحت‌های مختلف- از جمله آزادی در رسانه و خبر- ارائه می‌دهند.

۴. پیامدگرایی

این رویکرد ملاک مصلحت عمومی را داوری درباره پیامدهای ناشی از یک سیاست می‌داند؛ این پیامد نباید- صرفاً- بر یک جمع مورد توجه قرار گیرد، بلکه باید تأثیر آن بر مصلحت‌های فردی نیز در نظر گرفته شود.

در این دیدگاه مصلحت عمومی عبارت است از عمل و تصمیمی که هر بار با توجه به اقتضای زمانی و با توجه به پیامدهای مورد انتظار اخذ می‌شود، که این پیامدها مورد توجه مصالح و آزادی فردی و جمعی- هر دو- است.^۱

گفتگو درباره مصلحت عمومی بر اساس معیار پیامدهای ناشی از عمل- از یک‌سو- درکی واقع‌بینانه داده و از انتزاع‌گرایی و بی‌اعتنایی به واقعیت‌های اجتماعی باز می‌دارد؛ و از سوی دیگر، در نظر گرفتن پیامد اعمال، همواره برای مسئله آزادی- که در این بحث، آزادی رسانه‌ها و اخبار و اطلاع‌رسانی است- اهمیت حیاتی دارد.

بنابراین- و بر بنیاد چند اصلی کلی- می‌توان به یک نظریه جامع درباره مصلحت عمومی رسید، که منافع عمومی و آزادی‌های فردی را توأمان محترم بدارد؛ چنین نظریه‌ای باید مشتمل بر موارد زیر باشد:

۱. معینی علمداری، ۱۳۷۸، ص. ۱۶۰. (با تلخیص)

۱. به مصلحتی بالاتر از مصلحت خصوصی افراد قائل باشد؛ در عین حال بپذیرد که این مصلحت عمومی، مصلحت‌های فردی و خصوصی را نقی نمی‌کند.
۲. سیاست را به گفتگو درباره منافع خصوصی و رقابت موجود درباره آن تقلیل نمی‌دهد؛ بلکه در کنار آن به اهمیت تقویت دلبستگی‌های اجتماعی توجه دارد.
۳. اساس را بر مسئول بودن افراد قرار می‌دهد، و از این لحاظ جنبه اخلاقی دارد؛ طبق این دیدگاه احساس مسئولیت درباره دیگری فرد را و می‌دارد که از حصار منافع جزئی خارج شده و به بهزیستی در شهر ترغیب شود.
۴. به امکان حصول به‌سازگاری عقلانی قائل است؛ این نظریه نه تنها تصویری از انسجام اجتماعی و نظم عمومی مطلوب می‌دهد، بلکه با نفی ترس، مبنا را بر مشارکت داوطلبانه افراد برای کسب ارزش‌های سیاسی قرار می‌دهد.
۵. باید بتواند به ترکیبی متوازن از فضیلت مدنی به اضافه آزادی فردی دست بیاید؛ از این رو باید بتواند فرهنگ سیاسی خود را جایگزین کند، فرهنگی که در آن تضادی بین وظایف اجتماعی فرد و آزادی‌های او نباشد.
۶. باید بر پیامدهای یک عمل استوار باشد، و اخذ تصمیم را به امور مقتضی زمانی و شرایط خاص منوط کند.^۱

با در نظر گرفتن این ملاحظات، می‌توان به نظریه‌ای درباره مصلحت عمومی رسید که در عین توجه به مصالح جمعی، مصالح فردی و آزادی‌های شخصی را نیز مورد توجه قرار می‌دهد.

۱. جاویر و اصولی یامچی، ۱۳۹۰، صص. ۷۲-۷۳.

پس از این توضیحات، به نظر می‌رسد بزرگترین معضل مصلحت عمومی پس از تشخیص و استخراج آن از مبانی و اصول تعیین شده، تعارض و تزاخم آن با مصالح فردی است که هر چند در قالب یک ضابطه کلی می‌توان گفت مصالح عمومی در اسلام بر مصالح شخصی و فردی اولویت دارد؛ اما عمل به این قاعده در برخی موارد دچار اشکال می‌شود.

اشکال تعارض و تزاخم از آن‌جا ناشی می‌شود که دین اسلام به مصالح فردی نیز اهتمام ورزیده، و آن را به‌عنوان انگیزه افراد و عامل تکامل آن‌ها منظور نموده است؛ از این رو در اعمال قواعدی چون لاضرر، لاجرح و نفی اکراه، در فرایند مصلحت اجتماعی گاهی مقوله‌ها به‌صورت بسیط و مجرد ظاهر می‌گردند و گاهی حالت ترکیبی و اجزای به هم پیوسته به‌خود می‌گیرند؛ حتی ممکن است مصلحت‌های جزئی در یک مجموعه مرتبط اقماری، یک مصلحت بزرگتر و جامع‌تر را به‌وجود آورند. به‌طور کلی، تزاخم در مقام امثال هنگامی رخ می‌دهد که امکان انجام هر دو وجود نداشته باشد؛ در چنین فرضی تقدیم اهم بر مهم بدان معنا است که مصلحت، عامل تعیین‌کننده در تشخیص احکام فعلی است، و رجحان مصلحت در اهم موجب تقدیم آن می‌گردد؛ قاعده «الأهم فالأهم» و «دفع افسد به فاسد» بر همین اصل عقلایی استوار است، که در تعارض یا تزاخم مصلحت‌ها همواره ترجیح با اهم است. بر این اساس باید در جریان خبر، اطلاع‌رسانی و کارهای رسانه‌ای همواره موارد اهم و مهم شناخته شود، و در تزاخم میان آن‌ها اهم مقدم بر مهم شود.

انگیزه‌های مصلحت در رسانه

برخی از مهم‌ترین انگیزه‌های مصلحت در رسانه که - معمولاً - رعایت آن‌ها منجر به سانسور و بیان نکردن همه مطالب و اخبار می‌شود، عبارتند از:

۱. حفظ نظام

یکی از انگیزه‌های مهم مصلحت، حفظ نظام است؛ این کلیدواژه در فقه، به سه معنا به کار می‌رود: گاهی منظور از حفظ نظام، حفظ آراستگی درونی جامعه و نهادهای آن از هرج و مرج است که نقطه ثقل آن، ساماندهی نظام معیشت جامعه است؛ به این معنا که از یک سو آن چه را نظام معیشت جامعه بدان نیازمند است واجب کفایی شمرده، و از سوی دیگر آن چه که موجب اختلال در نظام معیشتی است، ممنوع اعلام کرده است.^۱

معنای دیگری که فقها اراده کرده‌اند، حراست از کیان کشور اسلامی و مسلمین از هجوم دشمنان است؛ چنان که مرحوم نایینی تحفظ از مداخله اجانب و تحذر از حیل معموله در این باب و تهیه قوه دفاعیه را متذکر شده، و به عنوان اصل در مقام معرفی کرده است.^۲

این اهمیت و ارزش به اندازه‌ای است که به اعتقاد فقیهان - رسیدن به این مهم - حتی در کنار حاکم جائر نیز گاهی واجب می‌شود؛^۳ چه این که اهمیت حفظ نظام و هویت جمعی مسلمین چنین امری را می‌طلبید.^۴

بنابراین - مطابق با این دو معنا - حفظ نظام به معنای اداره شئون جامعه به گونه‌ای است که نیازهای مادی و معنوی آن به قدر امکان مهیا شود، و روابط و مناسبات داخلی تنظیم گردد.^۵

معنای سومی که گاهی در بیان فقها - از اصطلاح حفظ نظام - مشاهده می‌شود، حفظ حکومت موجود است؛ هم چنان که امام خمینی رحمته الله علیه - در دو جمله زیر - می‌فرماید:

۱. ر. ک: نایینی، ۱۴۲۴، ص. ۷.

۲. ر. ک: همان.

۳. نجفی، ۱۴۲۱، ج ۲۱، ص. ۴۷.

۴. امام خمینی، ۱۳۹۰، ج ۲، ص. ۴۸۵.

۵. جاور و اصولی یامچی، ۱۳۹۰، ص. ۷۵.

- اگر خدای نخواستہ شکستی برای ملت حاصل شود، به نابدی اسلام تمام می شود.^۱
- همه کسانی که در کشور مشغول خدمت هستند، این ها باید توجه داشته باشند که آبروی اسلام که الان مظهر بزرگش جمهوری اسلامی است... را باید حفظ کنند.^۲
از طرف دیگر، در روایات متعددی اهتمام ائمه اطهار علیهم السلام نسبت به حفظ نظام مسلمین و برخورد با مخالف به مجرد اختلال در نظم مسلمین مطرح شده است.
امیرالمؤمنین علی علیه السلام در یکی از بیانات خود می فرماید:
به درستی که اینان - ناکثین - بر نارضایتی از حکومت من به یکدیگر متمایل شده اند، و من تا آن جا که به وحدت اجتماعی شما تترسم صبر می کنم؛ چون اگر آنان این رأی سست را دنبال کنند، نظام مسلمین از هم بگسلد.^۳
حضرت در این فرمایش مرز مدارا با مخالفان را بر هم زدن وحدت نظام و اختلال در آن می دانند که این - خود - دلالت بر وظیفه همگان در حفظ نظام دارد؛ فقهای عظام نیز با تمسک به ادله مختلف، معتقد به حرمت اختلال در نظام شده اند؛ حتی صاحب «جواهر الکلام» حفظ نظام را از اهم واجبات می داند.^۴
بنابراین، در کار رسانه ای و اطلاع رسانی نیز هر خبر و مطلبی که با حفظ نظام اسلامی در تعارض باشد، مصداق فعل حرام است، و جلوگیری از انتشار آن یک واجب اهم است؛ لذا خبرنگاران و دست اندرکاران خبرگزاری ها - همواره - باید توجه داشته باشند که اگر خبری موجب اختلال نظام - اعم از سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی - می شود، نباید آن را منتشر کرد.

۱. امام خمینی، ۱۳۷۸، ج ۲۲، ص. ۲۱۱.

۲. همان، ج ۱۶، ص. ۴۱۴.

۳. نهج البلاغه، خطبه ۱۶۹.

۴. ر. ک: نجفی، ۱۴۲۱، ج ۲۱، ص. ۳۹۵.

۲. امنیت

عنوان امنیت نیز تحت عنوان حفظ نظام نیز جای می‌گیرد؛ اما به دلیل اهمیت آن به‌طور جداگانه مطرح می‌گردد.

امنیت یکی از مهم‌ترین نعمت‌های الهی و یکی از ضروری‌ترین نیازهای بشر و جوامع اجتماعی است؛ لذا حاکمان این مهم را به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین عناصر بقای حکومت‌ها و عامل مهم جلب رضایت عمومی دانسته و سعی می‌کنند امنیت عمومی را در جامعه خود برقرار نمایند.

هر چند شیوه‌های ایجاد امنیت بر اساس ساختار و مبانی معرفتی حکومت‌ها متفاوت است؛ اما اصل آن یک ضرورت اجتناب‌ناپذیر است؛ لذا هیچ مکتب و نظام حقوقی نمی‌تواند نسبت به مسئله امنیت بی‌تفاوت باشد؛ چون در این صورت نسبت به علت و فلسفه وجودی خود بی‌اعتناست و نمی‌تواند پایدار بماند.

دین اسلام نیز به‌عنوان یک نظام حقوقی جامع که پاسخگوی نیازهای انسان در همه زمان‌ها و مکان‌ها است، از این قاعده مستثنی نیست؛ به‌همین خاطر در روایات فراوانی بر ضرورت و اهمیت امنیت اجتماعی تأکید و سفارش شده است.

در قرآن کریم یکی ثمرات ایمان به خداوند مسئله امنیت مطرح شده است:

«فَلْيُعْبُدُوا رَبَّ هَذَا الْبَيْتِ * الَّذِي أَطْعَمَهُمْ مِنْ جُوعٍ وَآمَنَهُمْ مِنْ خَوْفٍ»؛^۱

پس باید پروردگار این خانه را عبادت کنند؛ همان کس که آن‌ها را از گرسنگی نجات داد، و از ترس و ناامنی ایمن ساخت.

امیر مؤمنان علی علیه السلام نیز در آستانه مبارزه با بر هم زندگان امنیت کشور می فرماید:
بارالها! تو می دانی که آن چه می کنم جنگ قدرت و برای رسیدن به کالای بی ارزش
دنیا نیست؛ بلکه خواهان احیای ارزش های دینی و اصلاح کشور هستم تا امنیت
بندگان ستم دیده ات فراهم آید، و احکام زمین مانده دینت برپا داشته شوند.

بر همین اساس، رسانه ها و دست اندرکاران عرصه خبر و اطلاع رسانی باید حفظ
امنیت اجتماعی را به عنوان یکی از اصول مهم، سرلوحه فعالیت ها و اقدامات خود
قرار داده و به عنوان یک واجب الهی از انتشار هر خبر، گزارش یا مطلبی که امنیت
اجتماعی مسلمین را به خطر می اندازد، پرهیز نمایند.

از سوی دیگر، برای ارتقای امنیت اجتماعی لازم است رسانه های دیداری و شنیداری
به اطلاع رسانی پرداخته و آگاهی مردم را نسبت به مسائلی که امنیت آن ها را به خطر
می اندازد، افزایش دهند.

بیان این نکته نیز لازم است که موضوع امنیت، یک موضوع کلان است و نباید
تنها در امور مادی - هم چون سرقت، کلاهبرداری و اغتشاش - خلاصه شود؛ بلکه
امنیت اخلاقی جامعه نیز باید مورد توجه قرار گیرد؛ موضوعی که کمتر در رسانه ها
مورد بحث قرار می گیرد.

بر این اساس، دست اندرکاران رسانه های جمعی باید توجه داشته باشند که
موضوع امنیت اخلاقی کمتر از امنیت اقتصادی نیست؛ چون اگر امنیت اخلاقی
جامعه ای به خطر بیفتد، بقای آن نظام نیز در معرض خطر است.

بنابراین، رسانه ها اولاً خود باید حافظ و مراعات کننده مسائل اخلاقی باشند
و مسائل خلاف اخلاق اسلامی را ترویج ندهند؛ ثانیاً به عنوان یک موضوع مهم
و پرونده ویژه به معرفی بایسته های اخلاقی پردازند؛ ثالثاً به بررسی علل و عوامل
بروز و ظهور بد اخلاقی ها مشغول شوند.

۳. عدالت

یکی اصول اصلی اسلام مسئله عدالت است تا جایی که اجرای عدالت یکی از

اهداف رسالت پیامبران الهی علیهم السلام معرفی شده است:

«لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعٌ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَنْ يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ»؛

همانا ما پیامبران خود را با ادله و معجزات فرستادیم، و با ایشان کتاب و میزان عدل نازل کردیم تا مردم به راستی و عدالت گرایند، و آهن را که در آن، هم سختی و هم منافع بسیار بر مردم است آفریدیم و تا معلوم شود که خدا و رسلش را با ایمان قلبی که یاری خواهد کرد که خدا بسیار قوی و مقتدر است.

مسئله عدالت شئون مختلفی دارد که به فراخور موضوع این پژوهش باید گفت که رعایت عدالت در رسانه با بحث مصلحت در رسانه ارتباط دارد؛ یعنی از یک سو اصل عدالت رسانه‌ای اقتضاتاتی دارد، و از سوی دیگر مصلحت در رسانه اقتضای خود را دارد.

بر اساس نصوص دینی، عدالت بر مصلحت مقدم است:

«فَأَنَّ فِي الْعَدْلِ سَعَةً وَمَنْ ضَاقَ عَلَيْهِ الْعَدْلُ فَاَلْجَأُ عَلَيْهِ أَضْيُقُ»؛^۲

و راحتی در عدل است؛ و کسی که محیط عدل و داد در نظرش تنگ آید، عرصه جور و ستم بر وی تنگ تر خواهد بود.

بنابراین، اگر عدالت رسانه‌ای اقتضای اقدامی را دارد- هر چند به مصلحت نباشد- اما باید آن اقدام صورت پذیرد؛ زیرا کنار گذاشتن عدالت، خلاف مصلحت است و ترک مصلحت نیز تقویت مصلحتی بزرگ است؛ مگر آن که مصلحت آن قدر اهمیت داشته باشد که بر مصحلت ترک عدالت ترجیح پیدا کند، که در این جا از باب تراحم با مقتضای مصلحت باید عمل شود.

۱. حدید، ۲۵.

۲. نهج البلاغه، خطبه ۱۵.

به‌عنوان مثال؛ عدالت رسانه‌ای اقتضا می‌کند اگر به‌شخصی حقیقی یا شخصیتی حقوقی تهمتی ناروا زده شد، فرصت دفاع از خود داشته باشد و در همان رسانه به او مجال دفاع از خود بدهند؛ اما اگر در موردی سخن گفتن او با مصالح نظام در تضاد باشد و مدیران رسانه بدانند اگر فرصتی به او داده شود به‌جای دفاع از خود، مصالح نظام را به‌خطر می‌اندازد، باید از این نوع اجرای عدالت صرف‌نظر کنند که البته با نگاه دقیق‌تر، این مورد از مصادیق عدالت رسانه‌ای خارج می‌شود.

البته- در این میان- مصلحت‌سنجی‌های حزبی و جناحی نباید دخالت داده‌شود؛ بلکه تنها مصلحت‌نظام مسلمین- اعم از سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی- است، که در همه حال باید مورد توجه قرار گیرد.

مصادیق مصلحت عمومی

پس از روش شدن مفهوم مصلحت عمومی، انگیزه‌ها و مؤلفه‌های کلی آن که مصالح عمومی را رقم می‌زند، مواردی به‌عنوان مثال بیان می‌شود تا از این رهگذر مصادیق مصلحت عمومی روشن‌تر گردد و دست‌اندرکاران رسانه‌ها آشنایی بیشتری پیدا کنند:

۱. آمار تلفات جانی و مالی در زمان جنگ

در زمان جنگ، مصلحت حفظ مصالح عمومی اقتضای این را دارد که تمامی اخبار در رسانه انتشار نیابد؛ چون مورد سوء استفاده دشمن قرار می‌گیرد؛ لذا ضرورتی ندارد آمار دقیقی از تلفات جانی و مالی گفته شود، چرا که سبب تضعیف روحیه افراد جامعه می‌گردد.

۲. آمار حوادث غیر مترقبه

بیان آمار دقیق جان‌باختگان در حوادث غیر مترقبه در صورتی که آمار قابل توجهی باشد، سبب تضعیف روحیه عمومی و مطالبات عمومی از دستگاه‌های زیرربط و مجموعه دولت را افزایش داده، و زمینه‌ساز بحران دیگری است؛ زیرا در هیچ جای دنیا با این که امکانات امداد رسانی پیشرفت چشمگیری داشته است؛ اما در مواقع بحران- آن گونه که مناسب است- نمی‌توانند تمام حادثه را پوشش دهند.

در کشور ما نیز به دلیل کمبود بودجه، کمبود امکانات و علل دیگر، جریان امدادسانی پوشش دهنده حوادث بزرگ نیست؛ لذا باید دولت بودجه بیشتری را برای تجهیز نهادهای امدادسان تخصیص دهد؛ البته در شرایط موجود بیان آمار دقیق، یک مشکل بر مشکلات دولت می‌افزاید و آن این‌که به‌جز رسیدگی به‌اوضاع و احوال آسیب‌دیدگان، با موج عظیم و فشار افکار عمومی مواجه می‌شود که همین امر باعث اختلال در خدمت‌رسانی به آسیب‌دیدگان می‌شود. به عبارت دیگر، مدیران امدادسانی و بازسازی مناطق آسیب‌دیده به‌جای آن‌که وقت خود را مصروف در عملیاتی کردن برنامه‌های امدادی و بازسازی از پیش طراحی شده نمایند، باید به‌طور مدام پاسخگوی سؤالات خبرنگاران و رسانه‌ها باشند. ممکن است در این‌جا این سؤال پیش آید که:

- این کار هم صداقت حرفه‌ای، هم پاسخگویی مداوم مسئولین به مردم و دیگر ارزش‌ها و اصول را زیر سؤال می‌برد؟

پاسخ این‌که بیان نکردن همه آمار به‌معنای دروغ گفتن نیست؛ بلکه بیان بخشی از حقیقت است که در این‌جا به‌خاطر رعایت دو مصلحت مهم - حفظ روحیه عمومی و نظم جامعه، و تسریع در اجرایی شدن کار مدیران و دست‌اندرکاران امور امدادی و بازسازی - صورت می‌پذیرد. هم‌چنین باید توجه داشت که آمار دقیق باید برای مسئولین بلندپایه کشور بیان شود تا مطالبه حکومتی و دولتی از مسئولین پایین‌دستی صورت پذیرد، که نتیجه آن تسریع در امور امدادی و بازسازی خواهد بود.

۳. آمار جنایت‌ها، جرم‌ها و مفاسد اخلاقی

یکی دیگر از مسائلی که بیان آمار دقیق آن برای عموم مردم، منافی مصلحت عمومی است، بیان آمار جنایت‌ها، جرم‌ها و مفاسد اجتماعی است؛ البته بیان موردی آن در رسانه‌ها به‌منظور عبرت‌گیری و انداز عمومی مناسب است؛ اما بیان همه موارد همراه با ریزترین جزئیات، از مصادیق اشاعه فحشا است.

اگر قدری واقع‌بینانه به مسئله نگاه شود، مشاهده می‌شود که بیان همه موارد جنایت‌ها و جرم‌ها نه تنها جنبه انذاری ندارد؛ بلکه برخی افراد را بر ارتکاب جرم، تحریک می‌کند؛ زیرا برخی در یک استدلال ناپخته و ناصحیح برای خود می‌گویند: اکنون که این قدر دزدی صورت می‌گیرد، پس من هم بدزدم.

از سوی دیگر، بیان مفاسد و جرم‌ها باعث می‌شود بدبینی عمومی نسبت به کلیت نظام پیدا شود؛ زیرا برخی از مردم عادت کرده‌اند که همه تقصیرها را به‌گردن دولت انداخته و نقش خانواده، دوستان و محیط‌های پیرامونی در ارتکاب جرم را فراموش کنند؛ لذا حفظ آبروی نظام اسلامی اقتضا می‌کند همه موارد و مفاسد اخلاقی و جزئیات آن‌ها در رسانه‌ها منعکس نشود؛ بلکه جزئیات حوادث برای بیان راهکارهای پیشگیری و درمان این معضلات به کمیته‌ای متشکل از استادان حوزوی و دانشگاهی، نمایندگانی از قوه قضائیه، قوه مجریه، قوه مقننه، سازمان بهزیستی و سازمان‌های مردم‌نهاد همسو تقدیم شود تا این کمیته جهت ریشه‌یابی، پیشگیری و درمان این معضلات اقدام نماید.

نتیجه‌گیری

قواعد فقه فرمول‌های بسیار کلی هستند، که منشأ استنباط قوانین محدودتر می‌شوند و به یک مورد ویژه اختصاص ندارد؛ بلکه بر مبنای قوانین مختلف و متعدد قرار می‌گیرد. به یک اعتبار قواعد فقه سنجشی از مسائل فقه، و به اعتبار دیگر از مسائل علم اصول فقه هستند؛ هم‌چنین، قواعد فقه نهادها و بنیادهای کلی فقهی هستند که با توجه به کلیت و شمول خود، فقیه در ابواب مختلف از آن‌ها استفاده می‌کند. به‌طور کلی نفس یک قاعده فقهی، یک حکم کلی فرعی الهی است که با انطباق بر موارد جزئی سبب ایجاد ابواب کثیری در فقه می‌شود؛ پس قواعد فقهی قواعدی هستند که زیربنای مسائل فقه قرار می‌گیرند و منشأ استنباط فروع واقع می‌شود؛ در حالی که نظریه عام را فقیه با ملاحظه وجوه مشترک میان احکام مختلف به‌دست می‌آورد.

در این میان، قاعده مصلحت یکی از آن دسته قواعد ایجابی است که خبرنگار و خبرگزاری‌ها باید از این قواعد به‌عنوان مبنا در ابعاد مختلف و مراحل جمع‌آوری خبر تا نشر آن از قاعده استفاده کنند؛ چرا که در برخی از موارد مصلحت ایجاب می‌کند از انتشار خبری چشم‌پوشی کرد یا این‌که به‌دلیل اهم بودن برخی اخبار نسبت به‌دیگر اخبار، اولویت داشته باشد.

نتیجه آن‌که قاعده فقهی مصلحت دارای کاربردی فراوان در حوزه خبر و خبررسانی است، که به‌واسطه آن می‌توان جریان آزاد اطلاع‌رسانی را کنترل نموده و از مصالح و مفاسد اخبار- به‌اصطلاح- دروازه‌بانی کرد.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. امام خمینی، سید روح‌الله؛ (۱۳۹۰)، *تحریر الوسيلة*، نجف اشرف: الآداب.
۴. همان؛ (۱۳۷۸)، *صحیفه نور*، تهران: انتشارات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه‌السلام.
۵. اکبری، کمال؛ (۱۳۹۲)، *درآمدی بر ارتباطات و اطلاعات در اسلام*، قم: انتشارات مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۶. القبانی، بکر؛ (۱۹۷۹)، *القانون الإداری*، قاهرة: دار النهضة العربية.
۷. ایزدهی، سید سجاد؛ (۱۳۹۲)، *ضوابط مصلحت در فقه شیعه*، سیاست متعالیه، سال اول، شماره ۱: ۵۸-۲۹.
۸. جاویر، حسین؛ اصولی یامچی، محدثه؛ (۱۳۹۰)، *جایگاه فقهی مصلحت عمومی در محدودیت اطلاع‌رسانی*، فقه و حقوق ارتباطات، شماره ۱: ۸۶-۵۰.
۹. خالد مسعود، محمد؛ (۱۳۸۲)، *فلسفه حقوق اسلامی*، ترجمه محمد رضا ظفری فخرالدین و اصغر آقمشهری، قم: بوستان کتاب.

۱۰. رحجان، سعید؛ (۱۳۹۲)، اصول حاکم بر احکام الهی اسلام، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۱۱. صرامی، سیف‌الله؛ (۱۳۸۰)، احکام حکومتی و مصلحت، تهران: انتشارات مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع تشخیص مصلحت نظام.
۱۲. قانصوه، محمود؛ (۱۴۱۸)، المقدمات والتنبیها فی شرح أصول الفقه، بیروت: دار المورخ العربی.
۱۳. گرجی، ابوالقاسم؛ (۱۳۶۸)، دیدار با صاحب‌نظران، حوزه، شماره ۳۶: ۱۳۵-۱۱۱.
۱۴. مرتضوی، سید ضیاء؛ (۱۳۷۴)، امام خمینی؛ حکومت و خاستگاه ثبات و تغییر در احکام، مجموعه آثار کنگره بررسی مبانی فقهی حضرت امام، قم: انتشارات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام.
۱۵. مرعشی شوشتری، محمد حسن؛ (۱۴۲۷)، دیدگاه‌های نو در حقوق، چاپ ۲، تهران: نشر میزان.
۱۶. مسکونی، صبیح بشیر؛ (۱۹۷۴). مبادئ القانون الإداری لیبی و لبنان.
۱۷. معینی علمداری، جهانگیر؛ (۱۳۷۸)، رابطه مصلحت عمومی و آزادی فردی، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران، دوره ۴۴، شماره ۸۱۶: ۱۷۱-۱۵۱.
۱۸. موسی‌زاده، رضا؛ (۱۳۸۸)، حقوق اداری، چاپ ۱۱، تهران: نشر میزان.
۱۹. نائینی، محمد حسین؛ (۱۴۲۴)، تشبیه الأمة و تنزیه الملة، تهران: چاپخانه فردوسی.
۲۰. ناعمه، حسن؛ (۱۳۹۰)، ویژگی اصل حاکمیت قانون و اجرای مصلحت در حقوق عمومی، حقوق عمومی، سال سوم، شماره ۸.
۲۱. نجفی، محمد حسن؛ (۱۴۲۱)، جواهر الکلام، قم: انتشارات مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی.
۲۲. نظرزاده، عبدالله؛ (۱۳۹۲)، مصلحت و نقش آن در استنباط حکم شرعی و حکومتی، سیاست متعالیه، دوره اول، شماره ۱: ۷۸-۵۹.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی در فضای مجازی

نویسنده: رضا رستمی (ایران)^۱

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۵/۱۹

دریافت: ۱۳۹۶/۰۱/۱۵

چکیده

در دنیای امروز که رسانه‌های ارتباط جمعی به شکل‌های مختلفی زندگی انسان را احاطه کرده و افکار او را جهت‌دهی می‌کنند، فضای جدیدی در مباحث مربوط به دین و ارتباط آن با رسانه به وجود آمده است که از یک طرف راه را برای تبلیغ معارف دینی و بالا بردن سطح آموزش‌های دینی هموارتر نموده و حرکت به سوی برنامه‌های نوین تبلیغی را نوید می‌دهد؛ اما از سوی دیگر، بستر فراگیری را در اختیار دشمنان دین و شبهه‌افکنان قرار می‌دهد. در این میان و برای این‌که رسانه‌های مختلف - به ویژه اینترنت - بتوانند توان بالایی در این عرصه داشته باشند؛ نیاز به مدیریتی کارآمد در این عرصه خودنمایی می‌کند. مدیریت رسانه بر دو پایه اساسی مدیریت مطلوب سازمان رسانه‌ای و مدیریت محتوای رسانه‌ای استوار است؛ فضای مجازی نیز به‌عنوان یک رسانه بسیار گسترده و در دسترس ظرفیت بالایی در تبلیغ و آموزش معارف دینی دارد، که برای تحقق هر چه بیشتر چنین ظرفیتی نیاز به راهکارهای عملی در بخش مدیریت رسانه است. برای تولید یک بسته تبلیغی یا آموزشی و ارائه و کسب موفقیت در ارائه آن که جلب اعتماد مخاطب و تأثیرگذاری در افکار اوست، عوامل متعددی دخیل هستند؛ از جمله افراد، ابزارها و روش‌ها که با هماهنگی و پویایی بیشتر هر کدام از این بخش‌ها می‌توان به یک رسانه جذاب، پرمخاطب و تأثیرگذار رسید.

۱. مدرس گروه زبان و ادبیات فارسی، دانشگاه مجازی المصطفی علیه السلام، قم، ایران،

بنابراین، بسته تهیه شده برای تبلیغ یا آموزش در فضای مجازی باید جذاب باشد؛ برای جذاب شدن آن نیز لازم است به مؤلفه‌هایی هم‌چون نیاز مخاطب و سرگرمی و چگونگی طراحی توجه کرد؛ هم‌چنین این بسته باید در تمام ابزارهای معمول دریافت‌کننده اینترنت قابل دسترسی باشد. در این پژوهش سعی شده با استفاده از اصول مدیریت رسانه و چشم‌پوشی از برخی مباحث تئوری، راهکارهای عملی برای رسیدن به یک رسانه جذاب، پرمخاطب و تأثیرگذار ارائه شود.

واژگان کلیدی: معارف دینی، مدیریت رسانه، راهکارهای عملی، فضای مجازی

مقدمه

امروزه رسانه‌ها فاصله بین جوامع و انسان‌ها را کاسته و جهان را به دهکده‌ای تبدیل کرده‌اند که اهالی آن با توجه به نوع رسانه‌ای که مخاطب آن هستند، رفتارها و کنش‌های متفاوتی دارند؛ به‌واسطه همین رسانه‌ها با یکدیگر گفتگو می‌کنند و به تضارب آرا می‌پردازند. در ابتدا آن‌چه به ذهن می‌رسد خدمت تمام‌عیار تکنولوژی رسانه‌ای به انسان برای افزایش رفاه و سطح آگاهی انسان است؛ لذا رسانه‌ها اطلاعات را در کوتاه‌ترین زمان و به شکل‌های زیبا و جذاب در اختیار انسان می‌گذارند، هر لحظه به دانش او افزوده و او را رشد می‌دهند و فضای مناسبی برای گفتگو و واکاوی نظریه‌ها جهان فراهم کرده‌اند تا جایی که انتشار ایده‌های جدید در عرض چند دقیقه به ارزانی و آسانی در کل جهان امکان‌پذیر شده است.

از طرف دیگر- در عصر حاضر- رسانه‌ها با هجوم اطلاعاتی به انسان‌ها و ایجاد شرایط اشباع رسانه‌ای تا حد زیادی قدرت انتخاب و گزینش را از مخاطب گرفته و محتوای خود را در ناخودآگاه مخاطب القا می‌کنند؛ به نحوی که انسان‌ها و توده‌ها حاکم بر رسانه‌ها نیستند. بنابراین باید توجه داشت که اگر از ظرفیت موجود به درستی استفاده نشود، همین ظرفیت در اختیار رقیب قرار می‌گیرد؛ استفاده از ظرفیت رسانه‌ها برای ترویج معارف دینی هم‌چون یک فرصت طلایی است که از آن به درستی استفاده نمی‌شود.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۱۱

در این میان، دانشگاه‌های مجازی و نهادهایی که عهده‌دار تبلیغ معارف دینی در فضای مجازی هستند، باید برای رسیدن به درصد بالایی از اهداف خود برنامه‌ریزی منسجم و کارآمدی داشته باشند و رسانه خود را به‌درستی مدیریت کنند؛ چرا که مدیریت درست این رسانه‌ها موجب می‌شود بخش زیادی از ظرفیت موجود محقق شود. در این پژوهش، راهکارهایی عملی که می‌تواند یک رسانه را پویا و موفق سازد مورد بررسی قرار گرفته است.

مبانی نظری پژوهش

در ابتدا به دلیل میان‌رشته‌ای و گسترده بودن بحث و نیز مجمل بودن برخی اصطلاحات- لازم است- به تعریف و تبیین مفاهیم کلیدی پژوهش پرداخته شود تا از انحراف در مسیر تحقیق جلوگیری شود.

۱. مدیریت

مدیریت^۱ فن صحیح هدایت یک یا چند فرد در یک مجموعه برای رسیدن به هدف از پیش تعیین شده است، که از دیرباز در میان جوامع بشری رایج بوده است؛ البته مدیریت رایج در میان آن‌ها بیشتر بر اساس توانایی‌ها و استعدادهاى شخصی افراد انجام می‌گرفته و در نهایت مدیر از تجربه یا توصیه افراد دارای سابقه مدیریتی به‌رمند می‌شد؛ اما امروزه مدیریت به یک دانش تبدیل شده و جایگاه مهمی در میان علوم انسانی پیدا کرده و در حوزه‌های مختلفی ورود پیدا یافته است.

در یک بیان کوتاه، می‌توان مدیریت را این‌گونه تعریف کرد:

فرایند به‌کارگیری مؤثر منابع انسانی و امکانات مادی برای تحقق اهداف

سازمان است.^۲

۲. رسانه

در رابطه با چستی رسانه^۱ توضیحات گوناگونی ارائه شده؛ اما در مقام تبیین اصطلاحی آن باید توجه داشت که اصطلاح رسانه بیشتر با کاربردهای رسانه ارتباط دارد تا این که با فناوری‌های رسانه مرتبط باشد.

به عبارت دیگر، اصطلاح رسانه بیشتر به محتوای رسانه اطلاق می‌شود نه انواع ابزارها؛ مانند فضاها- مثل اینترنت- فرستنده‌ها و گیرنده‌ها.

به عنوان نمونه؛ تلویزیون- غالباً- رسانه نامیده می‌شود، زمانی که تلویزیون رسانه خوانده می‌شود منظور از آن، وسیله‌ای که امواج را دریافت و پخش می‌کند نیست؛ بلکه محتوایی است که از آن پخش شده به دست مخاطب می‌رسد و مخاطب نیز با آن ارتباط برقرار می‌کند.

در مورد اینترنت نیز چنین است؛ وقتی اینترنت را یک رسانه می‌نامند مراد محتوایی است که به وسیله آن در همه جای جهان گسترده می‌شود و به دست مخاطبین می‌رسد نه این که کدهای رایانه‌ای، هاست‌ها و رایانه‌ها مدنظر باشد.^۲

مدیریت رسانه

مدیریت رسانه^۳ محصول تخصصی شدن دانش مدیریت و امتزاج آن با سایر رشته‌ها و رویکردهای علمی- از جمله علم ارتباطات، فناوری، جامعه‌شناسی و اقتصاد- است؛^۴ البته در مقام تعریف مدیریت رسانه رویکردهای متفاوتی وجود دارد به گونه‌ای که طیف‌های مختلف از پژوهشگران این حوزه، مدیریت رسانه را با توجه به رویکرد نزدیک به خود تفسیر کرده‌اند.

1. Media

۲- استون، ۱۳۸۸، ص. ۳۱۱.

3. Media Management

۴- آزادگان، ۱۳۹۶، ص. ۲۱۲.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۱۳

شایع‌ترین رویکرد که در کشور ایران نیز شیوع دارد، همان نگاه سازمانی به مدیریت است که در عرصه رسانه نیز تعمیم داده می‌شود؛ به این صورت که به مدیریت رسانه به‌عنوان مدیریت یک سازمان رسانه‌ای نگاه می‌شود که مدیر آن باید با استفاده بهینه از منابع مالی و انسانی و ابزارها به اهداف سازمان برسد؛ این نوع نگرش به مدیریت رسانه غلط نیست، اما کامل هم نیست؛ زیرا در این تعریف بخش مدیریت در نظر گرفته شده اما به بخش رسانه توجهی نشده است. بنابراین، باید مدیریت رسانه را به دو حوزه اساسی تقسیم کرد:

- مدیریت سازمان رسانه‌ای^۱؛

- مدیریت محتوای رسانه‌ای^۲.

این دو حوزه ارتباط تنگاتنگی با یکدیگر دارند؛ این که مدیر رسانه نسبت به محتوایی که در مجموعه او تولید یا ارائه می‌شود تخصصی نداشته باشد، موجب کندی کار و افول آن رسانه خواهد شد.

۱. مدیریت رسانه دینی

برای تبیین چستی مدیریت رسانه دینی^۳ ابتدا باید مبحث رابطه دین و رسانه و سپس رسانه دینی بررسی شود.

- **ترابط دین و رسانه**

در رابطه با ارتباط دین و رسانه دیدگاه‌های متعددی مطرح شده است - به‌ویژه بعد از عصر روشنگری^۴ در غرب و افزایش تفکرات الحادی در میان صاحب‌نظران - این نظریه رشد پیدا کرد، که دین - صرفاً - ساخته ذهن بشر بوده و منشأ ماورائی ندارد؛ چالشی که در آن دوره به وجود آمد و اکنون نیز در میان برخی رواج دارد، طرح پرسش زیر است:

-
1. Management of the Media Organization
 2. Management of the Media Content
 3. Religious Media Management
 4. Age of Enlightenment

- آیا در دوران مدرنیته^۱ همراه با رشد فناوری و پیدایش رسانه‌های نو می‌توان هم‌چنان دیندار ماند و پیرو سلوک دینی بود یا این‌که این مقوله‌ای مربوط به قبل از مدرنیته و جهالت و تاریکی است که انسان در آن به سر می‌برد؟

البته پاسخ به این سؤال و سؤال‌های مشابه آن فراتر از اهداف این پژوهش است؛ اما با اندک تأملی در تاریخ دین و روش و منش مروجین آن‌ها می‌توان دریافت - در طول تاریخ - ادیان الهی برای ترویج معارف خود در میان مردم از روش‌ها و ابزارهای متناسب با سطح آن‌ها بهره برده‌اند.

بنابراین، اگر رسانه به معنای عام در نظر گرفته شود، دین و رسانه ارتباطی منسجم در طول تاریخ ادیان داشته‌اند؛ برای مثال - در دین اسلام - منبر رسانه‌ای است که همراه با ظهور اسلام در خدمت ترویج معارف اسلامی بوده است و تا به امروز نیز مورد استفاده قرار می‌گیرد.

- رسانه دینی

در رابطه با تبیین چیستی رسانه دینی دیدگاه‌های متعددی وجود دارد که دو دیدگاه بسیار شایع است:

۱. نگاه کارکردی به این مقوله؛ به صورتی که خدمت به دین به‌عنوان یک کارکرد رسانه مورد توجه قرار گیرد، و رسانه‌ای که در مقام ترویج معارف دینی باشد رسانه دینی شناخته شود.

در عصر حاضر رسانه‌ها کارکردهای مختلفی دارند - از جمله کارکرد اقتصادی، سیاسی و نظامی - که یکی از کارکردهای مهم رسانه‌ها کارکرد فرهنگی آن‌هاست.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۱۵

اگر فرهنگ این طور تعریف شود: مجموعه روش‌ها، آداب و رسوم و ارزش‌های یک اجتماع معین متضمن نظام اقتصادی، ساخت سیاسی، علم، دین، تربیت و هنر؛^۱ رسانه‌ای که در صدد تبیین و ترویج و ارائه مباحث نظری پیرامون این فرهنگ باشد، رسانه‌ای فرهنگی خواهد بود؛ بر این اساس، رسانه‌ای نیز که مباحث مربوط به فرهنگ دینی را ارائه می‌دهد رسانه‌ای دینی است.

در مقابل دیدگاه دیگری وجود دارد که برای تعریف رسانه دینی به همین مقدار بسنده نمی‌کند؛ بلکه آن‌گاه یک رسانه دینی شناخته می‌شود که تمام اسلوب‌ها، روش‌ها و محتوایی که در آن رسانه موجود است - همگی - مطابق تفکرات اسلامی بوده و یا حداقل مخالف با آن نباشد.

به‌عنوان مثال؛ رسانه‌ای که در ترویج معارف دینی از دروغ و تهمت و شایعه برای ترویج معارف دینی استفاده می‌کند، طبق مبنای اول رسانه‌ای دینی است؛ اما طبق مبنای دوم چنین رسانه‌ای دینی نیست.

به‌طور کلی، رسانه دینی موافقین و مخالفین خود را دارد؛ مخالفین رسانه دینی معتقدند دین نهادی سنتی است که به توزیع معرفت می‌پردازد و باید به آن مثل دیگر نهادهای سنتی نگریست؛ در مقابل، گروهی رسانه را مفهومی مدرن می‌دانند که دارای کارکردهای جدید بوده و با دین تباین دارد؛ زیرا رسانه نیز همانند دین به توزیع معرفت پرداخته و رابطه انسان با محیط اطرافش را به‌گونه‌ای شکل می‌دهد که مورد نظر دین نیست.

از طرف دیگر، رسانه‌ها با الگوسازی - به‌ویژه از نوع بصری آن - موجب ترویج نوعی نگاه سطحی و ظاهری به دین می‌شوند؛ چرا که رسانه‌ها اغلب برای ترویج معارف دینی به بازنمایی جنبه‌هایی از دین می‌پردازند که خصلت نمایشی دارند؛

۱. فخار طوس، ۱۳۸۵، ص. ۴.

این مسئله باعث می‌شود اعمال و معارف دین در حد آداب نمایشی تقلیل یافته و تفکر در مورد عمق معارف دینی به مرور زمان از بین برود و دینی عرفی و تقلیل یافته باقی بماند؛ در اصطلاح به این دین تقلیل یافته و نمایشی، دین رسانه‌ای گفته می‌شود. بنابراین، طرفداران استفاده از رسانه‌های نوین برای تبلیغ معارف دینی می‌خواهند رسانه‌ای دینی داشته باشند؛ اما همین رسانه‌های مدرن دین مردم را رسانه‌ای می‌کند. دیدگاه دیگر که موجه‌تر نیز به نظر می‌رسد، معتقد است نه تنها بین رسانه و دین ارتباط تنگاتنگی برقرار است؛ بلکه بنا به تحقیقات گسترده، رسانه‌ها در طول تاریخ مقوم دینداری انسان‌ها بوده‌اند، و ادیان - به خصوص دین اسلام - همیشه از هنر جذب و همزیستی رسانه‌ای جدید برخوردار بوده است، که تاریخ هزار و چند صد ساله اسلامی گواه آن است.^۱

با توجه به مطالب بیان شده، مدیریت رسانه دینی به معنای به‌کارگیری مؤثر منابع انسانی و امکانات مادی در سازمان رسانه‌ای است؛ هم‌چنین عبارت است از جهت‌دهی روش‌ها و محتواهای ارائه شده بر اساس موازین دینی برای به‌دست آوردن تأثیرگذاری هر چه بیشتر در مخاطب و کسب اهداف آن سازمان.

جایگاه رسانه‌ها و نقش مروجین دینی

امروزه بسیاری از مردم در احاطه رسانه‌های مختلف قرار دارند؛ از جمله این رسانه‌ها فضای مجازی است که به انحاء مختلف - در طول شبانه‌روز - در اختیار مخاطبین است؛ برخی حتی اطلاعات و نیازهای روزمره خود را از طریق فضای مجازی کسب می‌کنند.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۱۷

مانوئل کاستلز در این ارتباط می‌گوید:

رسانه‌ها به علت این که تار و پود زندگی ما هستند - هم چون تجارب واقعی که بر رؤیاهای ما تأثیر دارند - بر آگاهی و رفتار ما تأثیر می‌گذارند، و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند.^۱

سیطره رسانه‌ها بر انسان امروزی فواید و مشکلات خود را دارد، که این فراتر از اهداف این پژوهش است؛ اما توجه به این نکته خالی از وجه نیست که تصورات توده‌ی مردم نسبت به واقعیت‌های اطراف خود از دریچه رسانه‌ها صورت می‌پذیرد. امروزه این رسانه‌ها هستند که برای مردم مشخص می‌کنند چه چیزی واقعیت دارد و چه چیزی موهوم است تا جایی که می‌توان گفت ذهن آزاد و متفکر بشر در زندان القائنات رسانه‌ای گوناگون گرفتار است؛ القائناتی که با روش‌های پیچیده به صورت غیر مستقیم بر ناخودآگاه مخاطبین تأثیر می‌گذارد و فکرها را جهت‌دهی می‌کند.

در مقابل نباید از فرصت‌های پیش آمده غفلت کرد؛ زیرا بسیاری از مردم جهان برای انتخاب و یا پیروی از یک دین و یا کسب معنویت واقعی به رسانه‌ها - به‌ویژه اینترنت - تکیه کرده و پاسخ بسیاری از سؤالات خود را در اینترنت جستجو می‌کنند.

امام خمینی علیه السلام - در این رابطه - می‌فرماید:

- این دستگاه‌ها دستگاه‌های تربیتی است؛ باید تمام اقشار ملت با این دستگاه‌ها تربیت بشوند؛ یک دانشگاه عمومی است.^۲
- مطبوعات باید يك مدرسه سیار باشند تا مردم را از همه مسائل - به‌خصوص مسائل روز - آگاه نمایند و به‌صورتی شایسته از انحرافات جلوگیری کنند... مطبوعات باید يك بنگاه هدایت باشند؛ یعنی به‌صورتی که اگر دست مردم بیفتد، مردم هدایت شوند.^۳

۱. باصری و حاجیانی، ۱۳۸۹، ص. ۸۲.

۲. امام خمینی، بی‌تا، ج ۶، ص. ۳۹۹.

۳. همان، ج ۱۸، ص. ۶۱.

در گذشته تبلیغات و آموزش‌های دینی عمدتاً به صورت چهره به چهره انجام می‌شد که دو عنصر اصلی داشت:

۱. مکان که بیشتر حضور در مساجد بود؛
۲. اخلاق، رفتار و به‌طور کلی سیمای مبلغ دینی که تأثیرگذاری خاص خود را داشت.

در عین حال، این‌گونه از تبلیغ و آموزش محدودیت‌های فراوانی دارد؛ این مهم باعث می‌شود در کنار استفاده از تبلیغ و آموزش سنتی معارف دین به‌خاطر اهمیت و نوع تأثیرگذاری آن به‌سمت استفاده مؤثر و حداکثری از رسانه‌های نوین - به‌خصوص فضای مجازی - حرکت کرد. به‌نظر می‌رسد برای تحقق هر چه بیشتر ظرفیت موجود در فضای مجازی در مسیر ترویج معارف دینی، باید رویکردی تخصصی و مدیریتی داشت.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه

در رابطه با مدیریت رسانه نظریه‌های بسیاری ارائه شده است؛ اما عمدتاً این نظریه‌ها و الگوهای ارائه شده توسط آن‌ها بر پایه نظام اقتصاد سرمایه‌داری^۱ و نظام سیاسی غرب باز می‌گردد، که بر کسب قدرت و ثروت از هر چیز به هر قیمتی استوار است؛ لذا غالب نظریه‌های مدیریت رسانه نیز - خواسته یا ناخواسته - از این نظام‌ها متأثر هستند؛^۲ به‌گونه‌ای که بیشتر الگوهای مدیریت رسانه ذیل اقتصاد رسانه معنا می‌شوند، و حتی به فرهنگ نیز نگاهی صنعتی داشته^۳ و آن را ابزاری در اختیار کمپانی‌ها و کارتل‌های اقتصادی می‌بینند.

1. Capitalist Economy

۲. نعمتی، ۱۳۹۲، ص. ۵۵.

۳. موسوی، ۱۳۹۳، ص. ۱۲.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۱۹

البته ارائه الگویی مناسب و مؤثر در راستای هدایت و ارائه رسانه‌ای اسلامی برای ترویج معارف اسلامی، کاری مشکل است که نیاز به تدقیق بسیار دارد. در یک تقسیم‌بندی کلی - همان‌طور که بیان شد- مباحث مدیریت رسانه به دو بخش اصلی زیر تقسیم می‌شود، که در ادامه به تبیین هر یک پرداخته می‌شود:

۱. مدیریت سازمان رسانه‌ای؛
۲. مدیریت محتوای رسانه.

مدیریت سازمان رسانه‌ای

در بخش مدیریت سازمان رسانه‌ای- عمده بحث- همان مطالب مدیریت سازمان است با این تفاوت که در یک سازمان رسانه‌ای مدیریت افراد و منابع، ارتباط پیچیده‌ای با تصمیم‌گیری در عرصه ابزارها، روش‌ها و حتی محتوای رسانه دارد؛ اما از اصول کلی برنامه‌ریزی، هدایت و کنترل^۱- سه اصل اساسی مدیریت سازمان^۲- عدول نمی‌شود. در ادامه به منظور دسته‌بندی بهتر مطالب، ذیل همین اصول سه‌گانه مطرح می‌شوند؛ هم‌چنین مطالب مطرح شده- صرفاً- مربوط به مدیران کلاسیک- سنتی- نیست بلکه مدیران اقتضایی نیز می‌توانند از نکات کاربردی بیان شده، بهره‌مند شوند.

۱. اهداف و چشم‌اندازها

زمانی یک مدیر رسانه موفق خواهد بود که بتواند برنامه‌ریزی صحیح و دقیقی داشته باشد، و زمانی می‌تواند برنامه‌ریزی دقیقی داشته باشد که هدفگذاری صحیحی داشته باشد؛ هم‌چنین زمانی هدفگذاری صحیحی دارد که بر اساس چشم‌اندازهای کوتاه‌مدت و بلندمدت و در نظر گرفتن اولویت‌ها انجام پذیرد.

-
1. Planning, Leadership and Control
 2. Organization Management

به طور کلی، در تعیین چشم انداز یک سازمان یا نهاد رسانه‌ای که می‌خواهد در عرصه فضای مجازی به ترویج معارف دینی بپردازد، توجه به چند مؤلفه زیر ضروری است:

۱. تعیین جایگاه سازمان رسانه‌ای نسبت به سایر رسانه‌های هم‌سو و غیر هم‌سو؛

هم‌چنین چگونگی ارتباط و یا حتی تقابل با آن‌ها

این نکته بسیار مهم است که یک رسانه ابتدا جایگاه و شأن خود را بشناسد، سپس به تعیین اهداف و مخاطبین بپردازد.

۲. سهم‌یابی در بازار فرهنگ الکترونیک؛

هر چند این مؤلفه در فضای اقتصاد رسانه^۱ مطرح شده اما توجه به نوع بومی‌سازی شده آن ضروری است.

در عصری که هر تفکری با استفاده از ابزارهای گوناگون در تلاش است فرهنگ خود را ترویج کند، لازم است یک رسانه دینی که امر ترویج معارف دینی که مقوله‌ای فرهنگی است را بر عهده دارد، از وضعیت موجود در فضای القانات فرهنگی مطلع باشد.

این مؤلفه آن‌جا اهمیت بیشتری می‌یابد که بدانیم بسیاری از معارف فرهنگی دین مبین اسلام با سبک زندگی مصرف‌گرا و نیاززده غرب در تضاد حداکثری است و موجب ایجاد تقابل شده، که این مسئله فضایی رقابتی ایجاد می‌کند؛ لذا مدیر رسانه- باید دقیقاً- بداند به چه اندازه و با چه شرایطی می‌تواند از ظرفیت فضای مجازی استفاده کند؛ البته این مطلب نیازمند رصدی به‌روز، دقیق و عمیق در فضای مجازی است.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۲۱

هر چند این مؤلفه- در ظاهر- بسیار ابتدایی به نظر می‌رسد و نه تنها مدیر یک رسانه بلکه هر فردی که اندکی با فضای مجازی آشنا باشد، اذعان می‌کند مؤلفه‌ای مهم است؛ اما در عمل نه تنها رصدی به‌روز و عمیق انجام نمی‌شود، بلکه در صورت انجام نیز به آن اهمیت داده نمی‌شود.

بنابراین، نتیجه سهل‌انگاری در این مؤلفه، عقب‌ماندگی رسانه خواهد بود؛ چون چنین رسانه‌ای نمی‌تواند با مخاطب خود ارتباط برقرار کند، و به‌مرور زمان به‌انزو اکشیده می‌شود.

۳. شناسایی امکانات فضای مجازی با شناسایی تمام راه‌های ارائه محتوا

۴. سنجش میزان مهارت افراد موجود در سازمان در زمینه تولید، تأمین و ارائه

محتوای دینی با استفاده از ابزارهای جدید.

البته- پیش‌تر- لازم است مدیر رسانه از میزان مهارت‌ها و قابلیت‌های

افراد موجود در سازمان اطلاع کامل داشته باشد.

پس از حصول این مؤلفه‌ها و مشخص شدن چشم‌انداز رسانه، نوبت به هدفگذاری

می‌رسد؛ هدفگذاری در سازمان‌ها به دو قسم هدف‌های کلان و خرد تقسیم می‌شود.

در رسانه دینی نیز چنین است؛ یعنی اهداف به کلان و خرد تقسیم می‌شوند؛ در هر

دو قسم از اهداف کلان یا خرد نیز توجه به اولویت امری حیاتی است.

بیان این نکته لازم است که اهداف کلان در بسیاری از رسانه‌های دینی و مروج دین شبیه به هم

است؛ اما اهداف خرد هر رسانه با توجه به چشم‌اندازهای آن تغییر می‌کنند، و با توجه به عواملی

هم‌چون رسالت، آموزشی یا تبلیغی بودن و مخاطبین مجموعه مورد بررسی، مشخص می‌شود.

اهداف کلان در رسانه‌های دینی- به ترتیب اولویت- عبارتند از:

۱. ارتقای معرفت دینی؛

جهل و ناآگاهی بزرگترین دشمن دین است؛ اما معرفت دینی بزرگترین

سلاح در مقابل دشمنی‌هاست.

۲. ترویج هنجارها و رفتارهای دینی در میان مخاطبین؛
۳. معرفی راهکارهای صحیح برخورداری از معنویت دینی و دوری از جریان‌های عرفانی کاذب؛
۴. ریشه‌دار کردن شناخت و باور به ارزش‌ها و بنیان‌های فکری انقلاب اسلامی؛
۵. مصونیت دادن به اذهان از تأثیر مخرب تهاجم فرهنگی؛
۶. ایجاد همگرایی عمومی میان مسلمانان- حتی از مذاهب و اقوام مختلف- و سعی در ایجاد فضای همکاری، محبت و وحدت درون‌دینی؛
۷. آگاه‌سازی نسبت به مقوله‌های حساس در برهه زمانی خاص؛

۲. برنامه‌ریزی

اصل اول در موفقیت یک سازمان، برنامه‌ریزی دقیق است که بدون در نظر گرفتن اهداف و چشم‌اندازهای نهاد مورد نظر، امکان‌پذیر نخواهد بود. در مرحله برنامه‌ریزی مدیر باید ضمن توجه به اولویت‌های موجود و نیز تنظیم نحوه ارتباط بین افراد و گروه‌های مجموعه، وظایف را به گونه‌ای تعیین کند که محتوایی وزین، جذاب و تأثیرگذار تولید یا تأمین شود، به بهترین شکل ارائه شود و بیشترین تأثیرگذاری را داشته باشد؛ این وظیفه که بر عهده مدیر رسانه است، ایجاب می‌کند او از روش کار رسانه اطلاع دقیق داشته باشد تا با جزئیات و مشکلات از نزدیک آشنا شود.

در برخی موارد مدیر رسانه بر اساس گزارشاتی که دریافت می‌کند دستوراتی می‌دهد، و چیزهایی می‌خواهد که با شرایط موجود امکان وقوعی ندارد؛ البته این دیدگاه با طرز فکر بسیاری از متخصصین علم مدیریت در تضاد است؛ این افراد اعتقاد دارند هر کس دانش مدیریت سازمان را داشته باشد می‌تواند هر سازمانی را مدیریت کند؛ در حالی که دیدگاهی اشتباه است.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۲۳

برای نمونه؛ در یک رسانه آموزشی که به صورت کلاس‌های مجازی برگزار می‌شود مدیر مجموعه، همکلاسی - هر چند جزئی - داشته باشد از نزدیک با مشکلات موجود آشنا می‌شود، و خیلی زود امکان رفع آن‌ها را فراهم می‌سازد. این مهم، موجب چاپک‌سازی مجموعه‌ی رسانه‌ای می‌شود که در دستیابی به اهداف تأثیر اساسی دارد.

۳. هدایت

هدایت سازمان رسانه‌ای بخش‌های متعددی دارد که در این قسمت تنها چند مورد آن که تأثیر اساسی در رسیدن به اهداف دارد، بیان می‌شود:

- همسوسازی مجموعه در نگاه به اهداف و آرمان‌ها

در مبانی علم مدیریت مباحثی وجود دارد که به رابطه هست‌ها و باید‌ها در نظام مدیریتی می‌پردازد، و به مدیر یادآور می‌شود در صورتی دستورات وی امثال حداکثری خواهد داشت که مقبول مجموعه باشد؛ هم‌چنین، این دستورات زمانی مقبول خواهد بود که با نظام ارزشی و خواست‌های پایه‌ای افراد حاضر در سازمان هماهنگی داشته باشد؛ به این منظور مدیر باید تلاش کند خواست‌های پایه‌ای مجموعه خود را به گونه‌ای تغییر دهد که افراد حاضر در سازمان همان اهداف سازمان را خواسته پایه‌ای خود بدانند.

بر این اساس، تا زمانی که تمام افراد در نگاه به اهداف مجموعه همسو نباشند، دستیابی به اهداف بسیار مشکل یا حتی ناممکن خواهد بود؛ البته این مهم به صورت دستوری تحقق نمی‌یابد و باید به مرور زمان و طی جلسات و گفتگوهای متعدد حاصل شود.

- تفکیک بخش‌ها

تفکیک بخش‌ها در یک سازمان تأثیرات مثبت و منفی به همراه خواهد داشت؛ لذا مدیر سازمان باید بتواند با کنترل و کاهش تأثیرات منفی از آسیب‌های احتمالی جلوگیری کند.

تأثیر مهم تفکیک بخش‌ها، تمرکز حداکثری هر کدام از گروه‌ها بر موضوعی خاص است که بازدهی را چندین برابر می‌کند؛ البته کسب نتیجه مناسب از تفکیک بخش‌ها زمانی است که امور مختلف - به صورت مناسب - با در نظر گرفتن شرایط و لوازم و با ملاک واحد بین گروه‌ها تقسیم شود تا از تداخل و موازی‌کاری جلوگیری شود و بازدهی را افزایش دهد.

در یک سازمان رسانه‌ای - به طور معمول - بخش‌های مختلف بر اساس کارکرد، محصول، مخاطب و منطقه جغرافیایی تقسیم‌بندی می‌شوند؛^۱ برای نمونه اگر یک رسانه دینی با توجه به مخاطبین خود، بخش‌هایی تخصصی را در خود ایجاد کند و هر گروه در رابطه با دسته‌ای خاص متمرکز شوند، محتوای خود را متناسب با نیاز مخاطب تنظیم می‌کنند.

در کنار تمرکز بخش‌ها بر موضوعات خاص، چنین تفکیکی موجب ایجاد رقابت درونی و بالارفتن بهره‌وری می‌شود؛ البته مدیر رسانه باید توجه کافی داشته باشد که رقابت ایجاد شده بیش از حد افزایش نیابد به گونه‌ای که باعث درگیری‌های داخلی شده و حس حسادت میان افراد را برانگیزاند؛ هم‌چنین باید توجه داشته باشد تفکیک بخش‌ها نیازمند هماهنگی حداکثری گروه‌هاست.

بنابراین، مدیر رسانه می‌تواند با استفاده از کنترل چندجانبه و تلاش بیشتر در همسوسازی اهداف مجموعه، آثار منفی تفکیک بخش‌ها را به حداقل رسانده و با هماهنگ‌سازی مجموعه خود، بهره‌وری را چند برابر کند.

البته صرف تکرار هدف کلی رسانه موجب همسوسازی اهداف نمی‌شود؛ بلکه مدیر رسانه باید با جلسات متعدد - به صورت عمومی و خصوصی - و توجه بیشتر به افراد تأثیرگذار، مسیر حرکت هر کدام از گروه‌ها را مشخص نموده و به آنها هدف جزئی تری متناسب با اهداف کلی بدهد.

۴. نظارت و کنترل

در رابطه با مدیریت رسانه دو نوع نظارت و کنترل وجود دارد، که هر کدام سهم مهمی در پیشرفت رسانه دارند:

۱. نظارت بر مجموعه فعال در ساختار سازمان رسانه‌ای؛

این نوع نظارت بر افراد و گروه‌هایی است که هر کدام وظیفه خاصی را بر عهده دارند و در کنار یکدیگر سعی در پیشبرد اهداف رسانه دارند. در این نوع نظارت، مدیر باید با استفاده از ابزارهای مختلف و چگونگی ارتباط افراد و گروه‌ها میزان بازدهی آن‌ها را بسنجد، و در صورت نیاز با روش‌های مختلف بهره‌وری را افزایش دهد.

افزایش بهره‌وری در سازمان مقوله‌ای است که الگوها و ابزارهای متعددی برای حصول آن پیشنهاد شده است، که البته برخی از آن‌ها غیر شرعی و غیر اخلاقی است. از راهکارهای افزایش بهره‌وری توسط مدیر می‌توان به مشوق‌های مالی، تغییر فضای کار، مشوق‌های عاطفی و جابجایی نیروها- در صورت نیاز- اشاره کرد.

۲. نظارت بر کیفیت محتوای آماده شده، نحوه ارائه و میزان تأثیرگذاری آن؛ توضیحات مربوط به این نوع نظارت در بخش مدیریت محتوا بیان می‌شود.

مدیریت محتوای رسانه‌ای

موفقیت یک رسانه به عوامل گوناگونی وابسته است؛ مدیر یک رسانه باید به خوبی بداند که این فقط مبلغ، گوینده یا استاد خوب نیست که میزان تأثیرگذاری را تعیین می‌کند؛

بلکه در رسانه‌ای مدرن مجموعه‌ای از عوامل توسط مدیر رسانه اداره می‌شوند، میزان تأثیرگذاری را مشخص می‌کند.^۱

دقت نظر در هر کدام از بخش‌ها مانند ابزارها، روش‌ها و چگونگی تولید و ارائه محتوا- همگی- در میزان تأثیرگذاری و کسب اهداف اهمیت فراوانی دارد، که در ادامه به تبیین آن‌ها پرداخته می‌شود:

۱. توجه به ابزارهای جدید ارتباطی

امروزه اینترنت در اشکال گوناگون- در هر نقطه‌ای- قابل دسترسی است؛ به‌طور کلی، یک رسانه به‌روز باید محتوای خود را در قالب‌هایی طراحی کند که افراد بیشتری بتوانند از آن استفاده کنند و یا این‌که در بازه زمانی بیشتری قابل دسترس باشد.

برای مثال؛ اگر یک نرم‌افزار برای مسائل آموزشی یا تبلیغی آماده می‌شود، این نرم‌افزار باید قابلیت اجرا در انواع سیستم عامل‌های رایانه و تلفن همراه- از جمله ویندوز، مکینتاش، اندروید و ISO را داشته باشد.

از طرف دیگر، مدیر رسانه‌ای که عهده‌دار ترویج معارف دینی در فضای مجازی است باید بداند ظرفیت موجود تنها در ایجاد چند تارنما و وبلاگ خلاصه نمی‌شود؛ بلکه شبکه‌های اجتماعی جایگاه خاصی نزد توده مردم پیدا کرده‌اند که غفلت از آن موجب عقب‌ماندگی است.

۲. توجه به روش‌های جدید تبلیغی و آموزشی

صاحب‌نظران علم ارتباطات در رابطه با افرادی که از رسانه‌های نوین استفاده می‌کنند، دیدگاه‌های متفاوتی دارند؛ در جدیدترین نظریه‌ها برخی محققین از مخاطب عبور کرده و کاربران رسانه‌های نوین را کاربر و در درجه بعد، ارتباط‌گیر معرفی می‌کنند.^۲

۱. بهار، ۱۳۹۳، ص. ۱۰۴.

۲. محمودی، ۱۳۹۱، ص. ۸۴.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۲۷

در صورتی که دیدگاه اخیر مورد قبول واقع شود، بسیاری از ساز و کارهای کنونی رسانه‌ها- به ویژه رسانه‌های دینی- نیاز به تغییر جدی خواهد داشت؛ اما با فرض مخاطب یا کاربر دانستن آن‌ها دو رویکرد اصلی در روش تبلیغ و آموزش در فضای مجازی وجود دارد که در ادامه تبیین می‌شود:

- روش آگاهی‌بخشی

آدمی موجودی انتخابگر، پردازش‌کننده اطلاعات و برخوردار از عقل سلیم است؛ لذا تأثیر رسانه بر او محدود است، زیرا بر اساس تجارب گذشته و نظام باورهای خود تصمیم می‌گیرد که خود را در معرض چه نوع اطلاعاتی قرار دهد؛ به همین دلیل رسانه‌ای را برمی‌گزیند که پیام‌ها و اطلاعات منتشره از طریق آن با نظام باورهای او همخوانی داشته باشد.^۱

به عبارت دیگر- خود- انسان انتخاب می‌کند از چه رسانه‌ای استفاده کند و چه اطلاعاتی را از مجموعه پیام‌های ارسالی توسط رسانه بپذیرد.

با توجه به انتخابگر بودن مخاطب، کیفیت محتوا و و چگونگی ارائه آن از حساسیت خاصی برخوردار خواهد بود، و باید متناسب با نوع مخاطب به صورت چندمرحله‌ای تنظیم شود؛ چه این‌که استفاده از این روش در میان رسانه‌های ضد دینی بسیار شایع است؛ البته این رسانه‌ها تمام مطالب را در همان ابتدا مطرح نمی‌کنند؛ بلکه- غالباً- محتوای خود را در سه مرحله افزایش اطلاعات و جذب مخاطب، ایجاد شک و القاء مطالب نادرست تنظیم می‌کنند.

بنابراین، مدیر رسانه دینی باید بداند بیان خشک و عریان مطالب روش صحیحی در ارائه محتوای دینی نیست؛ بلکه باید ضمن جذاب‌سازی، آن‌ها را حداقل در سه مرحله زیر تنظیم کند:

۱. جذب مخاطب؛

۲. آگاهی‌بخشی نسبت به معارف دینی؛

۳. ریشه‌دار کردن معارف تبیین شده توسط استدلال‌های متقن و مستدل.

سازوکار اجرایی این مراحل نیز به این صورت است، که در ابتدا محتوای آموزشی یا تبلیغی باید در سطح پایین، جذابیت بالا و بدون اظهار گرایش به جریان خاص سیاسی، مذهبی یا فرقه‌ای مطرح شود. در ادامه پس از جلب اعتماد مخاطب، محتوایی با سطح بالاتر به او ارائه می‌شود تا نگاه وی به معارف دینی واقعی‌تر و دقیق‌تر شود؛ سپس برای استوار کردن پایه‌های فکری او نیاز است تمام معارف ارائه شده مستدل شود تا در مقابل شبهات و القانات، واکسینه شود.

- روش اقناع و القاء محتوا

نگاه به مخاطب در این روش با روش اول، متفاوت است؛ به این بیان که - امروزه - انسان‌ها در شرایط اشباع رسانه‌ای قرار دارند؛ شرایطی که در آن مخاطبان با انبوهی از رسانه‌ها و پیام‌های تولیدی که همواره با تکنیک‌ها و فنون پیچیده اقناعی همراه هستند، مواجه می‌باشند؛ به طوری که گاهی در برابر آن‌ها تسلیم محض شده و فرصتی برای تفکر، نقد و حتی انتخاب ندارند.^۱

در این شرایط رسانه‌ها می‌توانند با بالا بردن حجم محتوا، استفاده از عناصر غیر مستقیم و اثرگذاری بر روح و ضمیر ناخودآگاه مخاطبان، قدرت تفکر و گزینش را از آن‌ها گرفته و بدون این‌که مخاطب احساس کند در معرض آموزش قرار دارد، محتوای مورد نظر را به او القاء کنند.

با این که حدود دو دهه است که بسیاری از رسانه‌های معاند از این روش برای القاء شبهات و مطالب انحرافی استفاده می‌کنند - هم‌چنان - رسانه‌های دینی از روش آگاهی‌بخشی برای پاسخ به این‌گونه شبهات استفاده می‌کنند؛ در حالی که برای پاسخ به مطالب روش القاء - کار اصلی - قطع سلسله پیام‌هایی است که به مخاطب هجوم آورده‌اند؛ هم‌چنین خروج از لاک دفاعی و حمله به مبانی شبهه‌افکنان است.

بحث و مناظره در این روش، شبیه قواعد باب جدل احسن در علم منطق است، که طرفین به دنبال اقناع مخاطب و اسکات - نه اقناع - خصم هستند؛ چون اگر مبلغ دینی در یک مجادله به دنبال اقناع خصم باشد، شکست خواهد خورد.

بنابراین رسانه دینی باید برای موفقیت با بالا بردن حجم پیام‌های تولیدی و استفاده از امکانات موجود هنری به‌شکلی غیر مستقیم معارف دینی را به مخاطب القاء کند؛ به‌گونه‌ای که مخاطب ضمن سرگرمی و تفریحات بصری و شنیداری آموزش ببیند.

بیان این نکته نیز لازم است که رسانه‌های دینی نباید در یکی از این دو روش محدود شوند؛ بلکه باید با هر دو روش فعالیت داشته باشند، اما از آن‌جا که دین برای آگاه‌سازی بشر از طرف خداوند متعال نازل شده است، هدف اصلی رسانه‌های دینی نیز باید آگاه‌سازی توده مردم باشد.

نتیجه آن که در هر کدام از دو روش، یک نکته اساسی وجود دارد و آن رها نکردن مخاطبینی است که با رسانه ارتباط جدی پیدا کرده‌اند؛ چون فردی که تحت آموزش رسانه دینی بوده و مراحل آموزشی را با موفقیت طی کرده، سرمایه آن رسانه محسوب می‌شود و خود او می‌تواند در سطوح مختلف واسطه این رسانه باشد، و معارف دینی که آموخته در سطح خانواده، همکاران و سایر اقشار، منتشر کند.

هم‌چنین، مدیر رسانه می‌تواند با برنامه‌ریزی و استفاده به‌جا از این طیف بهره‌وری رسانه را ده‌ها برابر کند، که در برخی مراکز علمی - از جمله جامعة المصطفی ﷺ العالمية - شاهد آن هستیم.

۴. آماده‌سازی و ارائه محتوا

محتوایی که از یک رسانه منتشر می‌شود، شناسنامه آن رسانه به حساب می‌آید؛ چه این‌که - عموماً - رسانه‌ها را با کمیت و کیفیت محتوایی که نشر می‌دهند ارزیابی می‌کنند.

از طرف دیگر، تأثیرگذاری که مهم‌ترین هدف یک رسانه است تا حد زیادی مسبب کیفیت محتوای ارائه شده است؛ لذا مدیر رسانه باید تمام تلاش خود را متوجه آن کند که محتوای آماده شده با توجه به امکانات موجود، بهترین کیفیت را داشته باشد.

برای تحقق این کار سه مرحله اساسی وجود دارد، که در ادامه بیان می‌شود:

۱ - تولید و تأمین محتوا

هر رسانه‌ای به نسبت توانایی مالی، انسانی و ابزاری که دارد و نیز با توجه به اهداف از پیش تعیین شده خود، محتوا تولید می‌کند و هر مقدار را که نتوانست تولید کند، از منابع داخلی یا خارجی دیگر تأمین می‌کند.

در این مرحله برای فراهم آوردن محتوایی مناسب و تأثیرگذار باید به چند مؤلفه توجه شود:

- مخاطب

منظور از مخاطب در این پژوهش، افرادی هستند که در آن سوی رسانه از محتوای ارائه شده استفاده می‌کنند؛ مخاطب بخشی اساسی از فرایند مربوط به ارتباطات جمعی است.^۱

۱. محسنیان راد و سپنچی، ۱۳۹۰، ص. ۳۰.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۳۱

در رابطه با مباحث مربوط به مخاطب، بحث‌های گسترده‌ای در علوم رسانه و ارتباطات مطرح می‌شود؛ اما آنچه در این تحقیق اهمیت دارد، شناخت مخاطب برای متناسب‌سازی محتوایی است که به وی ارائه می‌شود.

در این راستا می‌توان مخاطب را به سه دسته اصلی منفعل، فعال-گزینشگر- و هوشمند تقسیم کرد.^۱

ملاک اصلی در تعیین مخاطبین بر اساس این تقسیم‌بندی، مخاطب فعال یا گزینش‌گر است؛ به صورتی که اگر فردی ویژگی مخاطب فعال را نداشته باشد؛ مخاطب منفعل نامیده می‌شود؛ همچنین اگر فردی علاوه بر دارا بودن ویژگی مخاطب فعال ویژگی‌های دیگری نیز داشته باشد، مخاطب هوشمند نامیده می‌شود.

یکی از ویژگی‌های مشهور مخاطب فعال، مقاومت و سرسختی او در مقابل رسانه است؛^۲ مخاطب فعال به آسانی چیزی را نمی‌پذیرد و برای ادعاهای مطرح شده از طرف رسانه نیز به دنبال دلیل می‌گردد.

با توجه به این ملاک، روشن می‌شود که مخاطب منفعل، مخاطبی اثرپذیر است؛ به گونه‌ای که بدون تأمل و گزینش، محتوای ارائه شده را قبول می‌کند.

البته این‌که گفته شود مخاطب همواره منفعل است و یا مواجهه او در قبال رسانه همواره فعالانه و هدفمند است، اشتباه و به دور از واقعیت است؛ زیرا بر مبنای یافته‌های فراوان می‌توان نتیجه گرفت که هر دو نوع استفاده از رسانه اتفاق می‌افتد؛ لذا فعال و غیر فعال بودن در برابر رسانه به متغیرهای متعددی بستگی دارد که از جمله این متغیرها می‌توان به نوع برنامه‌ها، ویژگی‌های جمعیت‌شناختی مخاطب- مثل سن، تحصیلات، شغل، جنس، مذهب، نژاد و ملیت- نگرش مخاطب به رسانه،

۱. ر. ک: محسنیان راد و سپنجی، ۱۳۹۰، ص. ۴۰.

۲. کرباسیان، ۱۳۹۳، ص. ۱.

دسترسی مخاطب به منابع ارضای نیازهایش - اعم از منابع رسانه‌ای و غیر رسانه‌ای - اشاره کرد.^۱

مخاطب هوشمند نیز مخاطبی است که علاوه بر مقاوم بودن در مقابل القائات رسانه، جزئی‌نگر و منتقد است و می‌کوشد لایه‌های عمیق‌تر محتوا را کشف کند. نتیجه آن‌که مدیر رسانه باید ابتدا با رصدی دقیق مشخص سازد که غالب مخاطبان رسانه او از چه گروهی هستند؛ سپس نسبت به آماده‌سازی محتوایی متناسب برنامه‌ریزی کند؛ به این صورت که محتوا متناسب با نیازها، خواست‌ها و امیال مخاطب تنظیم شود تا بیشترین تأثیرگذاری را داشته باشد؛ البته یک رسانه موفق باید برای هر سه گروه از مخاطبین برنامه داشته باشد، و طیف گسترده‌تری از افراد را جذب کند.

- جذابیت در محتوای رسانه

از جذابیت به قوه‌ای تعبیر می‌شود که هر چیز را به‌جانب خود کشیده و جذب می‌کند.^۲ جذابیت در رسانه محصول مجموعه عواملی است که موجب جذب و تأثیرگذاری حداکثری در مخاطب می‌شود؛ در عصر حاضر، رسانه‌ها تمام سعی خود را می‌کنند که محتوایی جذاب‌تر ارائه دهند و بدین وسیله مخاطبین بیشتری جذب کنند. به‌طور کلی، در جذاب‌سازی محتوای رسانه توجه به سه مؤلفه زیر ضروری است:

۱. جذابیت با توجه به‌نیاز مخاطب

شناخت دقیق مخاطب توسط مسئولین رسانه، اولین و مهم‌ترین مؤلفه در جذاب‌سازی محتوای رسانه است؛ زیرا وقتی سخن از جذابیت در رسانه به‌میان می‌آید، دو پرسش زیر طرح می‌شوند:

۱. کرباسیان، ۱۳۹۳، ص. ۱.

۲. فتح‌الهی بیات، ۱۳۹۴، ص. ۴۷.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۳۳

- جذابیت برای چه گروهی مد نظر است؟
- چه کسانی قرار است با دریافت مطالب ارائه شده توسط این رسانه، جذب شوند؟

به این دلیل مدیر رسانه ابتدا باید با تعیین فرایندی، سطح و نیاز مخاطب را شناخته و سپس به گونه‌ای مجموعه را هدایت کند که برنامه‌ریزی، تولید یا تأمین محتوا و نحوه ارائه آن متناسب با ویژگی‌های مخاطب باشد.

رسانه‌های دینی نیز باید متناسب با مخاطبین منفعل، فعال و هوشمند محتوای خود را جذاب کنند؛ لذا مدیر رسانه باید طوری برنامه‌ریزی کند که برای مخاطبین منفعل - بیشتر - از روش القاء و در کنار آن آگاهی‌بخشی به‌وسیله سرگرمی آموزشی استفاده شود. بیشتر مخاطبین منفعل علاقه چندانی به تفکر ندارند؛ بلکه به رسانه‌ها به عنوان وسیله‌ای برای تفریح و سرگرمی نگاه می‌کنند؛ لذا باید با بالا بردن حجم پیام‌هایی که به‌صورت غیر مستقیم حاوی معارف دینی هستند و نیز استفاده از ظرفیت تفریح و سرگرمی، محتوای مورد نظر را به مخاطب القاء کرد.

به‌عنوان مثال؛ برای انتقال مفاهیم به‌نسبت پیچیده و پیوسته به این‌گونه مخاطبین بهتر است از اطلاع‌نگاشت‌ها^۱ و موشن‌گرافیک‌ها^۲ استفاده شود؛ البته سرگرم‌آموزی منحصر به مخاطبان منفعل نیست، بلکه از دیرباز حکمای اسلامی در آثار شعر و ادب - با بیان لطیفه‌های گوناگون - به‌پند و اندرز مخاطبین می‌پرداختند.

در رابطه با مخاطبین فعال و گزینش‌گر باید بیشتر از روش آگاهی‌بخشی استفاده شود، و محتوای تولید شده ضمن تبیین محتوا همراه با استدلال باشد تا زمینه را برای اقتناع چنین مخاطبی فراهم سازد.

-
1. Infographic
 2. Motiongraphic

در رابطه با مخاطبین هوشمند باید از حد آگاهی بخشی پا را فراتر گذاشت، و با استفاده از نمادگرایی و رمزگذاری، محتوا را جذاب کرد؛ چرا که این دسته از مخاطبین با دقت نظر بالاتری محتوا را دنبال می کنند، و بیشتر به دنبال نقد و کشف هستند؛ لذا رسانه ای را انتخاب می کنند که سطح فکری آن ها را لحاظ کند.

ب. جذابیت با توجه به ویژگی های رسانه

هر رسانه ای با توجه به ویژگی های که دارد، جذابیتی مخصوص به خود را می طلبد؛ لذا رسانه های خواندنی، شنیداری و دیداری - همگی - ویژگی های خاص خود را دارند. برای نمونه؛ منبر که یک رسانه دینی و سنتی است؛ جذابیت های منحصر به فردی دارد؛ ویژگی های مکانی و زمانی، مخاطب چهره به چهره، سطح علمی و معنوی مبلغ و پیروی مبلغ از اصول خطابه اموری هستند که در جذابیت منبر تأثیر مستقیم دارند؛ هم چنین یکی از ذاتیات رسانه های دیداری، تحرک تصویر و تغییر آنی در چشم مخاطب است.

از طرف دیگر، این مطلب مورد انتظار مخاطب نیز هست؛ چرا که وقتی یک سخنرانی یا تدریس ضبط شده با کادر ثابت و کم تحرک برای مدتی طولانی پخش می شود، موجب خسته شدن مخاطبان شده، و به نوعی دلزدگی برای آنان فراهم می کند که ممکن است مخاطب این دلزدگی را به محتوای دینی انتقال دهد و حتی از آن نیز دلزده شود.^۱

تبلیغ و آموزش در فضای مجازی نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ اینترنت ویژگی های خاص خود را دارد: ارتباط دو طرفه، دسترسی آسان و دائمی و حتی ناشناس ماندن کاربران، و ویژگی هایی از اینترنت هستند که نباید مغفول واقع شوند.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۳۵

بنابراین، رسانه‌ای موفق است که برای همه این موارد برنامه داشته باشد؛ لذا هر چند آموزش مجازی به صورت غیر برخط^۱ مقرون به صرفه است، اما به خاطر حذف ارتباط دوطرفه - به صورت چشمگیری - از میزان جذابیت می‌کاهد.

ج. جذابیت با توجه به نحوه ارائه

در عصر حاضر با این‌که رسانه‌های خواندنی و شنیدنی علاقه‌مندان خاص خود را دارند؛ اما بسیاری از مخاطبین هستند که سهل الوصول بودن و جذابیت در نحوه دریافت محتوا را شرط اصلی انتخاب رسانه می‌دانند.

برای نمونه؛ هنوز افرادی مطالعه روزنامه‌های کاغذی را ترجیح می‌دهند؛ در این میان بسیاری از مخاطبین از تارنما‌های خبری استفاده می‌کنند و برخی دیگر از این حد فراتر رفته و می‌خواهند اخبار در سریع‌ترین زمان به تلفن همراه آن‌ها ارسال شود؛ لذا خبرگزاری را انتخاب می‌کنند که کانالی در شبکه‌های مجازی - همانند تلگرام و سروش - داشته باشد و اخبار را برای آن‌ها ارسال کند.

- مهارت‌افزایی در محتوای رسانه

رسانه دینی باید در کنار افزایش آگاهی‌های مخاطبین نسبت به معارف دینی با در نظر گرفتن سطح مخاطب، مهارت‌هایی به وی بیاموزد تا مخاطب تحت تأثیر رسانه‌های مخالف قرار نگیرد.

مهم‌ترین مهارت در این رابطه بالا بردن سطح سواد رسانه‌ای در مخاطب است؛ سواد رسانه‌ای دانشی درباره چگونگی عملکرد رسانه‌ها است، که موجب افزایش قدرت تجزیه و تحلیل پیام‌ها توسط مخاطب می‌شود.

- اعتمادسازی

جذب مخاطب و تأثیرگذاری حداکثری آرمان هر رسانه‌ای است؛ ارتباط مستقیم نیز با میزان اعتماد مخاطب به رسانه شکل می‌گیرد؛ لذا مدیر رسانه باید با استفاده از راهکارهای مختلف تلاش کند اعتماد مخاطبین را افزایش یابد. از جمله راهکارهای کسب اعتماد مخاطب می‌توان به افزایش اعتبار محتوای رسانه‌ای با استفاده از منابع متقن و مقبول، عدم اظهار گرایش به جریان‌هایی که برای مخاطبین حساس است و ناشناس ماندن مخاطب اشاره کرد.

- انسجام در محتوا

یک رسانه دینی باید بکوشد در طول زمان از وحدت رویه و انسجام محتوایی برخوردار باشد؛ به‌گونه‌ای که دچار تناقض‌گویی و انحراف از مسیر نشود. برای این کار مدیر رسانه‌ای موظف است با استفاده از اهل فن، شورای هماهنگی محتوا را تشکیل دهد تا لحظه به لحظه بر محتوای تولیدی توسط واحد تولید و تأمین نظارت شود.

بسیاری از رسانه‌ها بخش‌های مختلفی دارند که به‌سبب حجم گسترده کار و رقابت از برنامه‌های یکدیگر اطلاع ندارند تا جایی که این بخش‌ها گاهی دچار موازی‌کاری و تناقض‌گویی می‌شوند، این‌جا وظیفه شورای هماهنگی محتواست که وارد شود و وحدت رویه را حفظ کند.

- ارائه محتوا

اگر رسانه‌ای با تلاش بسیار، محتوایی با کیفیت را تولید کند؛ اما در عرصه ارائه ناکارآمد باشد، به هدف اصلی خود دست نخواهد یافت؛ لذا نحوه ارائه بخش مهمی از کار است که باید به‌صورتی جذاب، سریع و در دسترس باشد.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۳۷

از طرف دیگر، فضای مجازی مخاطبین گسترده‌ای دارد که از بسیاری امکانات این فضا استفاده مقتضی نمی‌شود؛ در حالی که یک رسانه موفق باید بتواند از تمام امکانات و فضاهای موجود استفاده نموده، و محتوای خود را در قالب‌های هنری به‌گونه‌ای که مورد پسند مخاطب باشد، ارائه دهد.

- نظرسنجی

علم مدیریت رابطه تنگاتنگی با علم آمار دارد؛ لذا اگر مدیری در عرصه آماری ضعیف عمل کند، نمی‌تواند درست برنامه‌ریزی کند؛ زیرا نقاط ضعف و قوت را نمی‌شناسد. هم‌چنین، اگر یک مدیر رسانه نقاط ضعف و قوت محتوای تولید شده و نحوه ارائه آن را نداند، نمی‌تواند نقایص را برطرف کند و کیفیت را بالا ببرد. برای این‌که مدیر با چنین مشکلی مواجه نشود، نیاز است از مخاطبین نظرسنجی کند، و میزان رضایت و مقدار اثرگذاری را سنجیده و پس از شناخت ضعف‌ها و قوت‌ها، آن‌ها را اصلاح کند.

نتیجه‌گیری

ترویج معارف دینی در فضای مجازی وظیفه‌ای است که رسانه‌های گوناگون از طرف سازمان‌ها و نهادهای مختلف عهده‌دار آن هستند.

از طرف دیگر، فضای مجازی ظرفیت گسترده‌ای را برای تبلیغ و آموزش دینی فراهم کرده است؛ اما با توجه به پیچیدگی کار و مشکلات موجود، بخش زیادی از این ظرفیت محقق نمی‌شود.

یکی از اموری که می‌تواند در تحقق هر چه بیشتر این ظرفیت کمک کننده باشد، پیروی از راهکارهای عملی مدیریت رسانه است. به نظر می‌رسد مدیر یک رسانه دینی می‌تواند با اجرای مؤلفه‌های بیان شده- در این پژوهش- میزان بهره‌وری، جذب مخاطب و اثرگذاری را به‌صورت چشم‌گیری افزایش دهد.

فهرست منابع

۱. امام خمینی، سید روح الله؛ (بی تا)، صحیفه امام، تهران: انتشارات مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام.
۲. آزادگان، مریم؛ (۱۳۹۶)، مدیریت رسانه‌ای و عفاف و اعتماد، پژوهش‌های جدید در مدیریت و حسابداری، شماره ۲۲: ۲۲۰-۲۱۱.
۳. استون، دانیل؛ (۱۳۸۸)، برگزیده دانشنامه دین، ارتباطات و رسانه، ترجمه سید محمدرضا قادری، قم: انتشارات دفتر عقل.
۴. باصری، احمد؛ حاجیانی، ابراهیم؛ (۱۳۸۹)، کارکرد رسانه‌های ماهواره‌ای در تصویرسازی ذهنی مردم، روانشناسی نظامی، شماره ۴: ۸۹-۷۹.
۵. بهار، مه‌ری؛ (۱۳۹۳)، دین و رسانه، تهران: نشر علم.
۶. توکلی، عبدالله؛ (۱۳۸۳)، اصول و مبانی مدیریت، قم: انتشارات پژوهشکده تحقیقات اسلامی.
۷. فتح‌الهی بیات، محمد رضا؛ (۱۳۹۴)، در آمدی بر جذابیت در رسانه دینی، تهران: انتشارات بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۸. فخار طوس، جواد؛ (۱۳۸۵)، امام خمینی و رسانه‌های گروهی، چاپ ۲، تهران: نشر عروج.
۹. فیرحی، داود؛ (۱۳۹۰)، دین، رسانه و فرهنگ، دین و رسانه، شماره ۲: ۸۷-۶۶.
۱۰. کرباسیان، قاسم؛ (۱۳۹۳)، مخاطب منفعل، بانک مقالات پژوهشکده باقرالعلوم علیه السلام، www.pajoohe.ir/Default.aspx
۱۱. کربلایی، حسن؛ (۱۳۹۵)، بررسی و مطالعه نظری اقناع و سواد رسانه، مدیریت رسانه، شماره ۲۳: ۶۲-۴۹.
۱۲. لیبسی، استفان؛ بی‌شون، آردیس؛ ویکس، جان لبلانس؛ (۱۳۸۶)، ساختار سازمان‌های رسانه‌ای، ترجمه پیروز ایزدی، رسانه، شماره ۷۱: ۸۲-۵۵.

راهکارهای عملی مدیریت رسانه با هدف بالا بردن ظرفیت ترویج معارف دینی / ۱۳۹

۱۳. محسنیان راد، مهدی؛ سپنچی، امیر عبدالرضا؛ (۱۳۹۰)، مخاطبان منفعل یا افراد گزینشگر آن‌سوی رسانه‌ها؟ کنکاشی تطبیقی در متون و نظریه‌های ارتباطی، تحقیقات فرهنگی ایران، شماره ۱۳: ۴۸-۲۷.
۱۴. محمودی، مرضیه؛ (۱۳۹۱)، مخاطبان رسانه‌های کلاسیک و کاربران رسانه‌های نوین، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۶۰: ۸۵-۸۲.
۱۵. موسوی، سید رضی؛ (۱۳۹۳)، جایگاه رسانه در انتقال مفاهیم اسلامی با تکیه بر عناصر بصری، دین و رسانه، شماره ۶: ۲۹-۹.
۱۶. نعمتی، حسن‌علی؛ (۱۳۹۲)، نقد کتاب «مدیریت رسانه» علی خاشعی، کتاب ماه علوم اجتماعی، شماره ۶۵: ۵۶-۵۳.

رویکردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی

نویسندگان: سعید قربانی (ایران)^۱، مصطفی فراهی (ایران)^۲

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۱

دریافت: ۱۳۹۵/۰۷/۱۶

چکیده

پژوهش حاضر به بحث درباره گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی پرداخته، و به این نکته اشاره کرده است که گره زبانی تنها لکنّت زبان نیست؛ بلکه برخی ایرادهای بلاغی و فصاحتی و آشنایی نداشتن به زبان یک رسانه و نیز نشناختن مخاطب امروزی و روحیات او را شامل می‌شود. در این پژوهش، ابتدا به تبیینی از گره زبانی و کیفیت حدوث آن پرداخته شده، و در ادامه به مقوله تبلیغ در عصر معاصر با تمرکز بر نقش گره‌های زبانی در این امر اشاره‌ای شده است؛ گره‌هایی مانند خام‌نویسی، کلی‌گویی، زیاده‌نویسی و پرگویی، نداشتن بُعد زبانی، نداشتن بُعد سنی و جنسیتی، نداشتن بُعد کلمه، زبان ناسره یا معیوب، استفاده تک‌بُعدی از زبان رسانه، داشتن زبان خطابه و خالی بودن از سرگرمی. یافته‌های پژوهش به این نتیجه منتهی شده است که نحوه پیام‌رسانی به اندازه محتوای پیام دارای اهمیت است، و صرف حضور داشتن در فضای مجازی کافی نیست؛ بلکه چگونگی حضور بهتر اهمیت دارد؛ در پایان نیز چند راهکار جهت گره‌گشایی ارائه شده است.

واژگان کلیدی: تبلیغ، مبلغان دینی، گره‌های زبانی، فضای مجازی، رویکرد آسیب‌شناسانه

۱. طلبه سطح ۳، حوزه علمیه، قم، ایران، B.dell.nameh@gmail.com

۲. طلبه سطح ۳، حوزه علمیه، قم، ایران، m.farahi1367@gmail.com

مقدمه

زمانی که حضرت موسی علیه السلام برای تبلیغ دین خدا به سوی قومش می‌رفت، گره‌گشایی از زبان خویش را از خداوند تعالی درخواست کرد:

«...وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي»^۱؛ پروردگارا! از زبانم گره بگشای.

آیه دیگر نیز به همین مضمون به‌روان نبودن زبان و به‌نوعی گره‌زبانی اشاره می‌کند؛ چنان‌که حضرت موسی علیه السلام از خدای تعالی گره‌گشایی زبان و یاری در تبلیغ دین را طلب می‌کند:

«وَيَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي»^۲؛ سینه‌ام تنگ می‌شود و زبانم روان نیست.

آیه‌های بیان شده، این پیام را می‌رسانند که مبلغ دین باید هنگام رساندن پیام از گره‌های زبانی رها باشد، و درصدد بیان این مطلب هستند که پیام- هر اندازه مهم باشد- روش و نحوه پیام‌رسانی نیز به‌همان اندازه اهمیت دارد؛ زیرا پیام‌رسان در صورت داشتن گره زبانی، هنگام رساندن پیام خود دچار مشکل می‌شود و به آن هدفی که در پی آن است، نمی‌رسد؛ لذا مخاطبان خود را از دست می‌دهد.

گاهی نیز ممکن است پیام- مبلغ دینی- حالت عکس پیدا کند، و گریزاننده مخاطب باشد؛ به‌ویژه در عصر کنونی فراصنعتی و فراسرعتی که هر گونه گره، مخاطب را منحرف نموده و او را از واقعیتی که باید به آن برسد، بازمی‌دارد.

بیان این نکته نیز لازم است که در طول تاریخ بشری- تاکنون- فرصتی به این گستردگی و دربرگیرندگی برای کسانی که در اقلیت بوده‌اند، رخ نداده است؛ لذا می‌توان جهانی صحبت کرد و پیام دینی و الهی را بدون محدودیت زمان و مکان با کمترین امکانات تبلیغی، به‌گوش همگان- با هر زبان و در هر نقطه از دنیا- رساند.

۱- طه، ۲۵.

۲- شعراء، ۱۳.

رویکردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۴۳

در عین حال- به نظر می‌رسد- گره‌های تبلیغی در رسانه امروز که همان فضای مجازی است، وجود دارد؛ چراکه ترجمه کلام حق به زبان دل‌نشین و گویا- کمتر- آموخته شده، به حل و رفع گره‌های زبانی- کمتر- پرداخته شده، با زبان رسانه امروز که ابزاری کارآمد و جهانی است- کمتر- آشنایی وجود دارد، راه جذب مخاطب و چگونگی آن- به‌شایستگی- دانسته نشده، کسانی که حرفی برای گفتن ندارند، سرآمد سخن‌گویان فضای مجازی شده‌اند و به‌دریدن افکار و فطرت انسان‌ها مشغول شده‌اند. با این توضیحات- در این پژوهش- به‌شناساندن گره‌های زبانی مبلغان در فضای مجازی پرداخته می‌شود.

مبانی نظری پژوهش

۱. تبلیغ

تبلیغ؛ رسانیدن پیام یا خبر و یا مطلبی به آدمیان است.^۱ به‌طور کلی، ابلاغ، تبلیغ و بلاغ مترادف و به‌معنای ایصال هستند؛^۲ معادل انگلیسی تبلیغ^۳ نیز برگرفته از «پروپاگیت»^۴ به‌معنای پخش کردن، منتشر کردن و چیزی را شناساندن است.^۵ به‌رغم روشنایی‌ای که این تعاریف بر موضوع تبلیغ می‌افکنند، به‌نظر می‌رسد معنای این کلمه- به‌ویژه در جهان امروز- پیچیده‌تر و دقیق‌تر از آن است که تعریف ابتدایی و لغوی بیان شده بتواند تمامی جوانب آن را بازگو کند، و تفاوتی را که بین تبلیغی دینی با تبلیغ غیر دینی- در جامعه امروز- روشن کند.

۱. معین، ۱۳۸۷.

۲. جوهری، ۱۴۰۷.

3. Propaganda

4. Propagate

۵. بیرو، ۱۳۶۶، ص. ۳۰۶.

بنابراین باید به تعریف‌ها و دیگر اصطلاحاتی که از این کلمه می‌شود، پرداخته تا بتوان معنای تبلیغ دینی که هدف مبلغ دینی در آن به‌عرصه وجود می‌رسد را بازگو کرد.

شهید مطهری تبلیغ را این‌گونه تعریف می‌کنند

تبلیغ از ابلاغ است و ابلاغ، رساندن يك فكر يا يك پیام است؛ یعنی در مورد رسانیدن چیزی به فکر و روح و ضمیر و قلب کسی به‌کار می‌رود؛ لذا محتوای ابلاغ نمی‌تواند يك امر مادی و جسمانی باشد، حتماً يك امر معنوی و روحی است، يك فكر و يك احساس است؛ تبلیغ، خوب شناساندن و خوب رساندن است.^۱

مسئله تبلیغ به‌همان معنای صحیح و واقعی، رساندن و شناساندن يك پیام دینی به مردم است؛ آگاه ساختن مردم به يك پیام دینی و معتقد کردن و متمایل نمودن و جلب نظر مردم به يك پیام دینی است.^۲

در «دایرة المعارف بریتانیکا» و «دایرة المعارف آمریکانا» نیز درباره معنای تبلیغ دیدگاه دیگری آمده است:

تبلیغ، انتشار اطلاعاتی است مرکب از حقایق، مطالب جدی، شایعات، مطالب نیمه‌واقع و دروغ‌ها.^۳

از نظر یکی از پژوهشگران، اهداف مورد نظر این تبلیغات عبارت‌اند از: اطاعت کورکورانه، انقیاد در برابر هر نوع خودکامگی، ضد تبلیغ و الحاق بی‌قید شرط.^۴

پژوهشگر دیگری درباره تبلیغ و تبلیغات معتقد است:

۱. مطهری، ۱۳۷۵، ج ۱، ص ۱۸۹.

۲. همان، ۱۳۶۴، ص ۲۸.

۳. ر. ک: بیرو، ۱۳۶۶، ص ۳۰۷.

۴. عسگری، ۱۳۷۳، ص ۳۰.

رویکردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۴۵

تبلیغات سعی می‌کند روح انتقاد و اندیشه کردن در صحت و سقم وقایع را حذف کند، و عوام را به این عادت دهند تا آن‌چه را که از طرف مبلغان منتشر می‌شود، بدون تعقل باور کنند.^۱

با این تعریف، عنصر اصلی تبلیغات امروزی حذف تعقل از ذهن مخاطب است؛ هم‌چنان که در دنیای امروز و در عصر انفجار اطلاعات، این نوع تبلیغ-به صورت آشکار و واضح- در شبکه‌های مجازی و ماهواره‌ای دیده می‌شود؛ لذا انسان امروز- در یک لحظه- در معرض بارش اطلاعاتی آمیخته از درستی‌ها و نادرستی‌ها است، که این بارش و فراوانی اطلاعات قدرت و فرصت تفکر را از او می‌گیرد.

آن‌چه از تعریف‌های دیگر و تعریف شهید مطهری به دست می‌آید این‌که هنگام مقابله این دو نگرش، مسیر دشواری برای مبلغان دینی در فضای مجازی وجود دارد؛ لذا کسانی که در پی حقیقت هستند و مأمور به گفتن حقیقت، در رویارویی با کسانی‌اند که امروز در آن‌سوی امواج تبلیغی قرار گرفته‌اند و بر حجم عظیم ابزار و فناوری تبلیغ تکیه زده و در حال تخریب فکر و روح مخاطبان هستند.

پس از این تبیین، لازم است درباره ایرادهای زبانی که برخی از مبلغان دینی در فضای مجازی به آن مبتلا هستند سخن گفت؛ چون اگر این ایرادها دانسته نشده و درصدد رفع آن‌ها برنیامد، در مقابل آن‌هایی که مخاطب امروزی و جهانی را به خوبی می‌شناسند و سلیقه او را دانسته و با ترفندهای گوناگون و با روش‌ها و ابزارهای کارآمد، سلیقه‌ها و فطرت‌های مخاطب امروز را به سلیقه دلخواه خود تغییر می‌دهند، هیچ‌گونه امتیازی باقی نمی‌ماند، و این فرصتی که برای اولین بار برای جویندگان راه الهی اتفاق افتاده، هدر خواهد رفت.

بنابراین، مبلغان دینی- قبل از هر چیز- باید گره‌های زبانی خود را شناخته و آن‌ها را بگشایند.

۲. گره زبانی

از جمله آیاتی که در رابطه با گره‌های زبانی می‌توان بیان کرد، آیه زیر است:

«قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي *
يَفْقَهُوا قَوْلِي»؛^۱ [موسی گفت: پروردگارا! سینه‌ام را گشاده گردان و کارم را
آسان ساز و از زبانت گره بگشای تا سختم را بفهمند.

لفظ «عقده» در این آیه به معنای «گره» ترجمه شده است؛ در کتاب‌های لغت نیز درباره این کلمه، چنین آمده است:

عَقِدَ- يَعْقِدُ- عَقْدًا، أَي فِي لِسَانِهِ عَقْدَةٌ: در زبانش عقده یا پیچیدگی پدید آمد.^۲

در کتاب «قاموس قرآن» آمده است:

«عقده» گره و یا مجموعه به هم پیوند خورده و جوشیده‌ای است، که جدا کردن آن‌ها آسان به نظر نمی‌رسد.

«حلّ» نیز به معنای گشودن است، که- درست- ضد «عقده» است.^۳

البته- در این آیه- منظور آن نیست که در زبان حضرت موسی عليه السلام گره بوده است؛ بلکه حضرت از خدا خواست منطق او را روان گرداند که حقایق را خوب مجسم کند تا گفتارش را بفهمند؛ اما فرعون غرضش آن بود که این شخص از اقامه حجت عاجز است و ادعا و دلیلش روشن نیست.

۱- طه، ۲۸-۲۵.

۲- ر. ک: الفراهیدی، ۱۴۰۹؛ ابن منظور، ۱۴۱۴؛ بستانی، ۱۳۷۵.

۳- قرشی بنایی، ۱۴۱۲.

رویگردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۴۷

در جای دیگر آمده که حضرت موسی علیه السلام به خدا عرض کرد:

«وَبَضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي فَأَرْسِلْ إِلَى هَارُونَ»^۱ و سینه‌ام تنگ می‌گردد و زبانم باز نمی‌شود؛ پس هارون را [نیز] رسالت بده [تا مرا یاری کند].

روشن است که حضرت از تنگی سینه و روان نشدن زبانش می‌ترسید؛ هم‌چنین آیه «وَأَخِي هَارُونُ هُوَ أَفْصَحُ مِنِّي لِسَانًا فَأَرْسِلْهُ مَعِيَ رِدْءًا»^۲ روشن می‌کند هارون علیه السلام از موسی علیه السلام فصیح‌تر بود؛ نه این‌که موسی لکنت داشت.^۳

در تأکید این سخن، در تفسیر دیگری این‌گونه آمده است:

منظور از گشوده شدن گره زبان، این نبوده است که زبان موسی علیه السلام به‌خاطر سوختگی در دوران طفولیت نوعی گرفتگی داشته است - آن‌گونه که بعضی از مفسران از ابن عباس نقل کرده‌اند - بلکه منظور گره‌های سخن است که مانع از درک و فهم شنونده می‌گردد؛ یعنی آن‌چنان فصیح و بلیغ و رسا و گویا سخن بگویم که هر شنونده‌ای منظور مرا به‌خوبی درک کند.

شاهد دیگر این تفسیر، آیه ۳۴ سوره قصص است؛ «افصح» از ماده «فصیح» - در اصل - به معنی خالص بودن چیزی از زوائد است، و به‌سخنی که رسا و گویا و خالی از حشو و زوائد باشد، گفته می‌شود؛ به‌رحال، یک رهبر و پیشوای موفق و پیروز کسی است که علاوه بر سعه فکر و قدرت روح، دارای بیانی گویا و خالی از هر گونه ابهام و نارسایی باشد.^۴

۱. شعراء، ۱۳.

۲. قصص، ۳۴؛ و برادرم هارون را نیز که ناطقه‌اش فصیح‌تر از من است با من یار و شریک در کار رسالت فرما.

۳. قرشی بنایی، ۱۴۱۲.

۴. مکارم شیرزای، ۱۳۸۰، ج ۱۸، ص. ۱۸۴.

نتیجه آن‌که منظور از گره زبانی- صرفاً- لکنت زبان داشته نیست؛ بلکه چگونگی بیان کردن مطلب و فصاحت و بلاغت است؛ چون اگر پیام و سخن گره بلاغتی و فصاحتی باشد، شنونده، منظور را خوب درک نخواهد کرد و هدف تبلیغی نیز محقق نخواهد شد؛ لذا مبلغ دینی باید هنگام رساندن پیام، فارغ از هر گونه گره زبانی باشد.

چگونگی ایجاد گره در فرایند تبلیغ

گره زبانی احتمال دارد از سه جهت ایجاد شود:

۱. پیام؛

۲. ابزار؛

۳. پیام‌رسان یا همان مبلغ.

بر این اساس، فرض‌های سه‌گانه زیر طرح می‌شود:

- فرض اول: گره به‌خاطر محتوای پیام است، که ابزار و یا مخاطب قادر به تجزیه و رساندن یا تحلیل آن نیستند.
- فرض دوم: گره به‌خاطر ابزار پیام‌رسانی است، که قابلیت رساندن این نوع پیام را ندارند و یا ابزار به‌درستی انتخاب نشده است.
- فرض سوم: پیام‌رسان و مبلغ باعث ایجاد گره شده است؛ او یا پیام را خوب درک نکرده یا در انتخاب ابزار دچار اشتباه شده و یا روش ارائه پیام در رسانه را بلد نیست، و آگاهی کافی از رسانه و زبان آن را ندارد.

در سه فرض بالا فرض سوم- پیام‌رسان- در مرکزیت قرار دارد؛ یعنی شخص پیام‌رسان- خود- پیام را خوب درک نکرده و در محتوای پیام اشکال دارد، و یا ابزاری را که انتخاب کرده است قابلیت ارائه آن پیام را ندارد، و یا سواد استفاده از رسانه را بلد نیست.

رویگردی آسیب‌شناسانه به‌گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۴۹

بنابراین، این اسباب و علت‌ها باعث شده- مبلغ- دچار گره زبانی در فضای مجازی شود؛ به‌نحوی که مخاطب، پیام او را درک نکند و یا به شنیدن پیام او رغبت خاصی نشان ندهد.

در این میان، نباید مخاطب نیز فراموش شود؛ چون او نیز در آن‌سوی قضیه وجود دارد و پیام را دریافت می‌کند؛ لذا مبلغ باید بداند که کافی نیست که تنها سخن را صحیح بگوید و توجه به عکس‌العمل روحی افراد یا تعبیر و تفسیرهای او نداشته باشد؛ لذا لازم است دقت روانشناسی علمی و تجربی نسبت به‌اجتماع خود داشته باشد.^۱

بنابراین، باید به این نکته تأکید داشت که مبلغ از مخاطب و سلیقه او و از نیازهای او چقدر مطلع است؛ چون اگر پیام‌رسان از این خصوصیات مخاطب خود ناآگاه باشد، شاید در انتخاب ابزار و روش دچار اشتباه شود، و نتواند با مخاطب خود ارتباط برقرار کند.

اکنون قبل از شناساندن گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی، مناسب است شناختی از مخاطب امروزی و رابطه او با رسانه‌ها و فضای مجازی داشته و روحیات و خصوصیات او را در ارتباط با رسانه و فضای مجازی بیان نمود.

مخاطب و ارتباطش با فضای مجازی

تعریف مخاطب- در طول زمان- دچار تحولات بسیاری شده، و در هر دوره از ویژگی‌های خاصی برای تعریف آن استفاده شده است.

مخاطبان- در گذشته- در بند زمان و مکان بوده و قابل رؤیت بودند؛ این در حالی است که امروز این سه ویژگی در تعریف مخاطب جدید نیست.

به بیان دیگر، مخاطب جدید، بزرگ‌تر، پراکنده‌تر، فردی‌تر و خصوصی‌تر شده است^۱؛ لذا امروزه این‌گونه مخاطب در فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی به‌گونه‌ای مشاهده می‌شود که قواعد قدیمی را در هم شکسته است، و با وجود شبکه‌های ارتباطی - مانند تلفن همراه- پراکندگی بسیار و بیشتر مخاطبان مشاهده می‌شود؛ از این رو در فرآیند اقدامات تبلیغی و اقناعی باید شناخت درست و کافی از ویژگی‌های مخاطبان وجود داشته باشد؛ بنابراین، بهترین راه برای شناخت مخاطب تقسیم‌بندی آنان است. به‌طور کلی - در رسانه- مخاطب را به چند گروه زیر تقسیم می‌کنند:

۱. مخاطب فعال

مخاطبی که برنامه‌ای برای دیدن و شنیدن انتخاب می‌کند و آن را تا پایان- که گاهی ممکن است چند ماه طول بکشد- تعقیب می‌کند؛^۲ به عبارت دیگر، مخاطبی است که بخشی از اندیشه خود را با رسانه درگیر کرده، و نتیجه این درگیری انتقال پیام از رسانه به او است.^۳

۲. مخاطب غیر فعال

این مخاطب- نه‌تنها- توجهی به اصل خبر یا پیام ندارد؛ بلکه در برابر آن کنش یا واکنشی نشان نمی‌دهد؛ لذا برای گذراندن وقت، آن برنامه را پی می‌گیرد.^۴

۳. مخاطب مقاوم

این مخاطب در رویارویی با نیاز خود و جستجو در شبکه خاص، دیدگاه خود را مغایر با پیام و اطلاعات دریافت شده می‌داند؛ لذا شبکه دیگری را انتخاب می‌کند.^۵

۱. مک‌کوایل، ۱۳۸۰، صص. ۵-۶.

۲. خجسته، ۱۳۸۰.

۳. قربانی، ۱۳۸۱، ص. ۳۳.

۴. همان.

۵. همان.

۴. مخاطب رهگذر (تصادفی)

این دسته، مخاطبان منفعل نیستند؛ بلکه کسانی هستند که - ناخودآگاه و ناخواسته - در معرض برنامه رسانه قرار می‌گیرند.^۱

۵. مخاطب خاموش

این مخاطب مانند آتش‌فشان فعالی است که ترجیح می‌دهد خاموش بماند؛ مخاطب خاموش نه نقد می‌کند و نه ارزیابی اما بی‌تفاوت نیست، او ماجرا را دوست دارد، مطلب را دنبال می‌کند؛ اما ترجیح می‌دهد در برابر آن - هم‌چنان - ساکت بماند.^۲ این تقسیم‌بندی پنج‌گانه از مخاطبین، نشان می‌دهد مبلغ دینی با انواع مخاطب روبه‌رو است؛ از این رو باید به‌زبان رسانه به‌گونه‌ای مسلط باشد که تا می‌تواند مخاطب فعال و کسی را که به‌صورت تصادفی وارد آن محیط شده، حفظ کند و حتی مخاطب مقاوم را از دست ندهد.

در چنین وضعیتی است که فهمیده می‌شود در فضای مجازی، مخاطب اعم از خواننده و شنونده و بیننده است؛ یعنی هر چشم و گوش و دلی که مصرف‌کننده و در مقام پذیرندگی است، مخاطب محسوب می‌شود؛ لذا هر کس که از سر اختیار یا اجبار یا تصادف، چشم و گوش خود را به‌سوی مبلغ می‌گشاید، فرصت می‌دهد تا منویات خود را با او در میان بگذارد. البته این فرصت، مادام‌العمر نیست؛ حتی گاهی ممکن است بیش از چند دقیقه یا حتی چند لحظه به طول نینجامد؛ لذا گفتگوی مبلغ با مخاطب باید با کمترین خطا و بیشترین زیرکی همراه باشد؛ در غیر این صورت، آن نخواهد شد که مبلغ به‌دنبال آن بوده و بسا آن شود که مبلغ نمی‌خواسته است.^۳

۱. خجسته، ۱۳۸۰.

۲. قربانی، ۱۳۸۱، ص. ۳۳.

۳. بابایی، ۱۳۸۵، ص. ۱۲.

نتیجه‌ای که می‌شود گرفت این که مبلغ دینی باید به زبان رسانه مسلط باشد، و مطالب خود را به‌گونه‌ای طراحی کند تا به آن هدف اصلی و کامل خود دست یابد. علاوه بر انواع مخاطب در رسانه، مخاطبان امروزی نیز دارای روحیه‌هایی هستند که شناخت این خصوصیات بی‌تأثیر نیست؛ به‌نحوی که اگر این روحیه‌ها و خصوصیات را در نظر نگرفت، جذب و تأثیرگذاری کافی نیز وجود نخواهد داشت.

خصوصیات و روحیات مخاطبان امروز

با توجه به تبیین بخش قبل و به‌منظور آشنایی بهتر با خصایص مخاطبین امروز در فضای مجازی، مناسب است به‌برخی از مهم‌ترین این ویژگی‌ها اشاره شود:

۱. کم‌حوصلگی

قرآن کریم می‌فرماید:

- «وَكَانَ الْإِنْسَانُ عَجُولًا»^۱؛ و انسان همواره عجول است.
- «خُلِقَ الْإِنْسَانُ مِنْ عَجَلٍ...»^۲؛ انسان با شتاب آفریده شد.

این روحیه عجول بودن، بی‌حوصلگی و کم‌طاقتی را به‌صورت پررنگ‌تری در مخاطب امروز می‌توان دید؛ چنان‌که بنا بر مقتضیات زمان و سرعت پیشرفت و حرکت به‌جلو، مخاطبان حوصله و وقتی برای یادگیری عمیق صرف نمی‌کنند. بر این اساس - انسان عصر معاصر - به‌دلیل هزینه‌ها و سختی زندگی ماشینی، حوصله‌ای برای توقف طولانی ندارد تا چیزی را بفهمد؛ لذا در پی آن است در کوتاه‌ترین مدت به‌خواسته خود دست یابد.

۱. اسراء، ۱۱.

۲. انبیاء، ۳۷.

۲. مخاطب لذت‌طلب و فراغتی

نگاه فراغتی و حس خوب یا حال خوب داشتن مخاطب، او را به‌سوی مطالبی می‌کشاند، که شاید به‌روحیه مادی‌طلبی مخاطب امروز باز می‌گردد؛ روحیه‌ای که رسانه‌های غربی برای او ساخته و می‌خواهند او را این‌گونه پرورش دهند؛ لذا همه‌چیز را به‌شکل سرگرمی دنبال می‌کند؛ حتی گاهی مسائل معنوی را برای سرگرمی و حس خوب پیدا کردن پی می‌گیرد.

چنین مخاطبی تمایل دارد وقت خود را بگذراند و خود را سرگرم کند و بیشتر در محیطی رفت‌وآمد کند که ساختار تفریحی دارد، که این ساختار را می‌توان در فضای مجازی به‌فراوانی مشاهده کرد؛ آمار بازی‌های رایانه‌ای آنلاین و آفلاین که امروزه شیوع پیدا کرده‌اند، از این موضوع حکایت دارد.

۳. مخاطب اهل نظر و ایده

مخاطب امروزی آن مخاطب بی‌اطلاع و بی‌خبر از همه‌جای گذشته نیست و برای خود دارای نظر است؛ لذا مخاطب امروز را نیمه‌عالم می‌شود نامید، چرا که در هر زمان و مکان بخوهد، می‌تواند با تلفن همراه - که به‌نوعی ابر رسانه است - به‌انواع داده‌های علمی، نظریه‌ها و شبهه‌ها در فضای مجازی دست یابد؛ پس مخاطب امروزی سکوت نمی‌کند.

این ساختار و این‌گونه روحیه را می‌توان در شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی و صفحه‌های شخصی مخاطبان مجازی به‌فراوانی مشاهده کرد؛ هم‌چنان که مخاطب مجازی پیام می‌گذارد و نظر می‌دهد و در برابر پیامی مقاومت می‌کند، گاهی نیز - به‌سادگی - مسئله‌ای آشکار را رد می‌کند.

با بیان این خصوصیات و تقسیم‌بندی‌ها کار مبلغ دینی نسبت به گذشته دشوارتر است؛ در قدیم- مبلغ- متکلم وحده بود و مخاطبینی که در پای منبر او حضور داشتند گوش فرا می‌دادند؛ اما مخاطب امروزی می‌خواهد نظر دهد و سکوت نمی‌کند، دارای ادعا است، کم حوصله است و زودرنج، در یک لحظه جذب می‌شود و در لحظه دیگر جدا می‌شود و ذائقه‌اش- روز به‌روز- در حال تغییر است؛ ذائقه‌ای که امروز توسط رسانه‌ها تغذیه و مدیریت می‌شود؛ آن‌ها به‌گونه‌ای تبلیغ می‌کنند که مخاطب آن چیزی را که آن‌ها می‌خواهند، بپسندد و محصولات خود را طبق خواسته‌های او تولید می‌کنند، که این کار با ترفندهای مختلف رسانه‌ای به‌وقوع می‌پیوندد.

قرینه مطلب در این است که تبلیغات سعی می‌کند روح انتقاد و اندیشه کردن در صحت و سقم وقایع را حذف کند، و عوام را به این عادت دهد تا آن‌چه را که از طرف مبلغان منتشر می‌شود، بدون تعقل باور کنند.^۱

این تعریف‌ها هدفی را که رسانه‌های غربی دنبال می‌کنند، بیان و آشکار می‌سازد؛ یعنی اگر مبلغ نداند با چه گونه تبلیغاتی روبه‌رو است که مخاطب او امروز با آن تغذیه می‌شود، نمی‌تواند مخاطبش را به‌خوبی بشناسد و سوءهاضمه تبلیغی او را بفهمد تا تغذیه مناسبی را برای او تجویز کند؛ پس- در عمل- ناموفق می‌گردد.

اینک پس از تبیین مخاطب رسانه امروز و ویژگی‌ها و روحیه‌هایی که برای او متصور است، لازم است درباره گره‌های زبانی مبلغان که ممکن است در فضای مجازی به آن مبتلا باشند، بحث شود.

انواع گره‌های زبانی

۱. خام‌نویسی و کلی‌گویی

یکی از ایرادها و گره‌های زبانی مبلغان دینی خام‌نویسی و کلی‌نویسی می‌باشد؛ یعنی مطالب را بدون پردازش و به صورت کلی در فضای مجازی پخش می‌کنند به نحوی که آیه یا حدیث به همان صورت و تنها با اکتفا به یک ترجمه و گاهی بدون هیچ‌گونه دسته‌بندی و پردازش و بدون تفسیر روشن - و به زبان روز- بارگذاری می‌شوند؛ این کار باعث جذب نشدن مخاطبان و استقبال نکردن آن‌ها از این‌گونه صفحه‌های مجازی می‌شود.

امیرالمؤمنین علی علیه السلام می‌فرمایند:

این دل‌ها [از فکر و اندیشه در یک موضوع] به ستوه آمده و خسته می‌شوند، چنان‌که بدن‌ها و تن‌ها به ستوه آمده و خسته می‌شوند؛ پس برای [رفع خستگی] آن دل‌ها، حکمت‌ها و دانش‌های تازه و شگفت‌آور بطلبید.^۱

خام‌نویسی و کلی‌گویی علاوه بر نداشتن جذابیت، آسیب دیگری نیز دارد و آن عرضه خام مطالب دینی است که باعث می‌شود برخی مخاطبان از مطالب استفاده نادرست نموده و با پردازش ذهنی خود فهم نادرست از مطالب داشته باشند. در این باره می‌شود این‌گونه گفت که داروخانه درگشوده‌ای را بدون داروشناس و دکتر در اختیار همگان قرار داد.

۲. موازی‌نویسی

یکی دیگر از گره‌های زبانی که باعث می‌شود مخاطبان به آن صفحه‌ها مراجعه نکنند، تکرار و موازی‌نویسی است.

۱. شریف‌الرضی، ۱۳۷۹، ص. ۱۱۲۷.

آیه، حدیث، ترجمه، تصویر، فیلم و یا نگرش و برداشت نباید به صورت موازی و تکراری استفاده شوند؛ به نحوی که این گونه به ذهن مخاطب متبادر شود که مبلغ، خلاقیتی در ارائه مطلب یا نگرش جدیدی از آن مطلب ندارد؛ بلکه مبلغ باید بدانند دوباره گویی ها از متانت و تأثیرگذاری متن می‌کاهد.

دوباره گویی - دست کم - دو معنا دارد:

- نویسنده یا گوینده گاهی حرف خود را تکرار می‌کند؛

- نویسنده یا گوینده گاهی حرف دیگران را تکرار می‌کند.

این در حالی است که باید دانست نوآوری، ضرورت هر گونه تولیدی است که قصد حضور جدی و فعال در بازار اندیشه‌ها دارد؛ نوآوری می‌تواند در محتوا باشد - مثل نظریه پردازی‌ها - یا در فرم و قالب باشد و یا در هر دو مشاهده شود؛ اما خالی بودن از هر دو - فرم، محتوا - از تازگی و نوآوری، معنایی جز تکرار ندارد.^۱

۳. زیاده‌نویسی و پرگویی

یکی دیگر از ایرادهای زبانی مبلغان فضای مجازی، زیاده‌گویی و زیاده‌نویسی است.

امیرالمؤمنین علی علیه السلام می‌فرماید:

«الْكَلَامُ كَالدَّوَاءِ قَلِيلُهُ نَافِعٌ وَكَثِيرُهُ قَاتِلٌ»؛^۲ سخن مانند دوا است؛ اندکش

سودمند و بسیارش کشنده است.

چنان‌که بیان شد، مخاطبان فضای مجازی - بیشتر - در پی آن هستند که در کوتاه‌ترین مدت، بیشترین مطالب را یاد بگیرند؛ احادیثی نیز در این خصوص و در مذمت زیاده‌گویی آمده است که به دو نمونه اشاره می‌شود:

۱. بابایی، ۱۳۸۵، ص. ۱۷.

۲. تمیمی آمدی، ۱۴۱۰.

رویکردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۵۷

- هرکسی با زوائد سخن خود، شیرینی و زیبایی حکمت و نکات باریک و دقیق آن را از نظرها دور کند، گویا هوای خود را برای نابودی خرد خویش کمک کرده است.^۱
- کسی که از زیاده‌گویی خودداری کند، خرده‌ها [کار] او را درست و صحیح دانند.^۲

قرینه مطلب آن است که پرگویی بیشتر، باعث مخاطب‌گریزی می‌شود؛ چه این که مخاطب امروزی - بیشتر - جذب مطالبی می‌شود که کوتاه باشند. به‌عنوان مثال؛ با نگاه به شبکه‌های اجتماعی - مانند تلگرام، اینستاگرام و فیس‌بوک - این مطلب را می‌توان یافت که مخاطبین از ساختار کوتاه نویسی و ایجاز - بیشتر - بهره می‌برند؛ چرا که مخاطب امروزی مطالب را این‌گونه پذیرا است. بیان این نکته نیز لازم است که کوتاه‌نویسی و گزیده‌گویی، هنر است و این هنر را باید مبلغان فضای مجازی بیاموزند؛ حتی می‌شود این‌گونه نوشته‌ها را در متون کهن نیز - مانند گلستان سعدی، تذکره‌ها و حکایت‌ها - مشاهده کرد.

۴. نداشتن بُعد زبانی

قرآن کریم می‌فرماید:

«وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلُّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ»؛^۳ ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم تا [حقایق را] برای آنان بیان کند؛ پس خدا هر که را بخواهد بیراه می‌گذارد، و هر که را بخواهد هدایت می‌کند، و اوست ارجمند حکیم.

۱. کلینی، ۱۴۰۷.

۲. همان، ۱۳۶۴.

۳. ابراهیم، ۴.

بنابراین، توجه به مخاطب و هم‌زبانی با او از راهکارهای اساسی در تبلیغ و جذب مخاطب است و شاید این آیه، حکمت این مطلب را بیان می‌کند که هر پیامبری با مقتضیات زمان خود دارای معجزه خاصی بوده تا مردم بتوانند سخنان او را بپذیرند. بر این اساس، نداشتن بُعد زبانی یکی دیگر از گره‌های زبانی مبلغان دینی است؛ زیرا فضای مجازی بستری جهانی دارد و از این رو جامعه جهانی باید جامعه هدف قرار گرفته و رسالت جهانی الگوی تبلیغ باشد؛ هم‌چنین نگاه بیرونی به مذهب مورد تبلیغ و البته پالایش گزاره‌های سست و اختلاف‌انگیز از ضرورت راهبردی برخوردار است.^۱

نتیجه آن‌که مبلغ - لازم است - در استدلال‌های خود دقت خاصی داشته باشد و مطالب را به‌گونه‌ای ارائه دهد که اگر انسانی که ذهنش از دین و مذهب خالی است و به آن مطالب رجوع می‌کند، بتواند آن مطالب را درک کند؛ لذا مبلغ باید فرامنطقه‌ای نگاه کند و قومیت‌ها و آداب رسوم را مدنظر داشته باشد.

۵. نداشتن بُعد سنی و جنسیتی

در تبیین این نوع، پرسش‌هایی به صورت زیر طرح می‌شود:

- مطالبی که نوشته می‌شود، برای چه رده سنی‌ای می‌باشد؟
- استدلال، برای چه سطح سنی و فکری است؟
- با توجه به این‌که - امروزه - در فضای مجازی برخی از مخاطبان، نوجوان و حتی کودک هستند؛ آیا مخاطب قدرت تحلیل و فهم مطلب نوشته شده را دارد؟
- اگر مخاطب، دختر نوجوان و زن باشد - در صفحه‌های دینی - این افراد جامعه چه میزان سهم دارند؟

رویکردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۵۹

پاسخ به این پرسش‌ها روشن می‌سازد که مبلغ باید هنگام ارائه مطالب به این‌گونه مخاطبان نیز توجه داشته و پاسخگویی این قشر از جامعه نیز باشد؛ چرا که با کودک با زبان کودکی سخن باید گفت- به شکل سرگرمی و بازی- همچنین هنگام استدلال یک مسئله عقلی، مخاطب نوجوان را نیز مدنظر داشته و به زبان و درک او سخن گفت و استدلال کرد و نیز به‌فراخور مخاطب زن، مطلب را طرح و بحث کرد و خواسته‌های دینی زن و یک دختر نوجوان را طرح کرد و راهکارها را ارائه داد و سؤالات او را پاسخ داد.

۶. نداشتن بُعد کلمه

هنگام جستجو در موتورهای جستجوگر- کلمات- حرف اول را می‌زنند؛ لذا تنوع کلمه و توجه نکردن به کلماتی که امروزه در صفحه‌های مجازی در صدر موتورهای جستجوگر هستند، باعث شده صفحه‌های دینی- کمتر- در صدر صفحه‌ها بارگذاری شوند.

بر این اساس، کلمه‌هایی که استفاده می‌شود و کلمه‌هایی که استفاده نمی‌شود، یکی دیگر از ایرادهای زبانی مبلغین دینی است؛ چرا که این نداشتن، نوعی مخاطب‌یابی و جذب مخاطب است؛ لذا مبلغ دینی باید با خلاقیت نوشتاری در صفحه‌های خود از کلمه‌هایی استفاده کند که هنگام جستجو- مخاطبان- بیشتر از آن کلمه‌ها استفاده می‌کنند.

برای مثال می‌شود به کلماتی مانند عشق و دوست داشتن که به فراوانی در آیات و روایات یافت می‌شود، اشاره داشت که در ادامه به چند نمونه اشاره می‌شود:

- بگو اگر خدا را دوست دارید، از من پیروی کنید تا خدا شما را دوست داشته باشد.^۱

- بهترین مردم کسی است که عاشق عبادت شود.^۱
- من به نماز عشق می‌ورزم.^۲
- آیا دین چیزی جز دوست داشتن است؟

در احادیث فروان دیگری نیز از این نوع کلمه‌ها به کار رفته است؛ هر چند از آن‌ها با ترجمه‌ای دیگر و از واژه و عبارتی دیگر استفاده می‌شود که نتیجه آن، این شده است که این کلمات به تاراج هرزه‌نگاری‌ها رفته‌اند تا جایی که مشاهده می‌شود آن صفحه‌ها در صدر جستجوگرها هستند.

بنابراین، وقتی مخاطب می‌خواهد موضوعی را جستجو کند- بیشتر- به صفحه‌های اول و صدرترین آن‌ها هنگام بارگذاری رجوع می‌کند؛ لذا مبلغ دینی هنگام استفاده از کلمه‌ها در صفحه مجازی خود، باید دایره کلمات خود را گسترش داده و دقت و خلاقیت لازم را در نوشتار خود داشته باشد.

۷. زبان ناسره (معیوب)

کلام معیوب، ساختاری از زبان فارسی و برخی اصطلاحات غیر فارسی دارد؛ به سبب اثرپذیری از متونی که مبلغان دینی مطالعه و تدریس می‌کنند که- اغلب- ساختار غیر فارسی دارند، ناخودآگاه زبان و قلمشان آمیخته به الفاظی می‌شود که ساختار دیگری دارند، در حالی که معادل فارسی برای آن وجود دارد یا می‌شود معادلی همگون برای آن پیدا کرد و یا جمله‌بندی‌ها از ساختار فارسی و زبان معیار تبعیت نمی‌کند؛ هر چند برخی استفاده از این الفاظ را نوعی تفاخر علمی به حساب می‌آورند و به عمد آن‌ها را به کار می‌برند.

۱. طبرسی، ۱۳۸۵.

۲. مجلسی، ۱۴۰۳.

رویگردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۶۱

امام صادق علیه السلام این گونه عادت را جزء آفت عالمان می‌شمرده و می‌فرماید:
«آفَةُ الْعُلَمَاءِ ثَمَانِيَةُ أَشْيَاءَ: الطَّمَعُ وَالْبُخْلُ... وَالتَّكَلُّفُ فِي تَرْيِينِ الْكَلَامِ
بِرَوَائِدِ الْأَلْفَاظِ»^۱ آفت علما هشت چیز است: طمع و بخل و زیاده‌روی در
آراستن سخن به الفاظ زائد.

مراد از این الفاظ زائد، الفاظ و القاب و اصطلاحات زائدی است که مخاطب
امروزی معنای دقیق آن‌ها را نمی‌داند؛ گاهی نیز جمله‌بندی‌ها آن قدر به هم ریخته
است که فهم معنا و درک آن نیاز به توضیح دیگر دارد، که این زبان در برخی متون
دینی که برای عموم مردم نوشته و چاپ شده، مشاهده می‌شود.
به نظر می‌رسد علت ایجاد شدن این گره را جدا شدن ادبیات و متون فارسی از
زبان حوزه و دین و نیز کم‌اهمیت جلوه دادن آن می‌توان دانست؛ در حالی که
مخاطبان در درجه اول، مخاطبان فارسی‌زبان هستند؛ لذا باید نسبت به این‌گونه
نوشتار و گفتار حساسیت قائل شد و آن را تصحیح کرد.

۸. استفاده تک‌بعدی از زبان رسانه

فضای مجازی یکی از رسانه‌هایی است که دارای بعد زبانی مختلفی می‌باشد:
نوشتاری، گفتاری و دیداری؛ اما مبلغان دینی - بیشتر - از ساختار نوشتاری استفاده
می‌کنند که می‌شود گفت زبان جهانی نیست؛ زیرا افراد همان زبان به کار رفته را
مخاطب قرار داده است.

با یک جستجوی ساده، ملاحظه می‌شود که بیشتر صفحه‌های مجازی را
تصاویر و فیلم‌ها تشکیل می‌دهند؛ اما به نظر می‌رسد مبلغان دینی از این‌ها استفاده
اندکی می‌کنند.

به طور کلی عکس، هنرهای تجسمی، فیلم‌های کوتاه و نماهنگ ابزاری مهم و پرکاربرد در فضای مجازی هستند، که به خاطر جذابیت بصری که در خود دارند و نیز قواعدی که در این ابزار استفاده می‌شود، می‌توان آن‌ها را- به نوعی- زبان جهانی نام نهاد؛ چرا که همه‌فهم هستند و نیازی به ترجمه ندارند.

در عین حال، کمتر صفحات دینی را می‌توان ملاحظه کرد که از عکس و فیلم استفاده کند؛ لذا- بیشتر- قالب نوشتاری و تک‌بعدی دارد و اگر استفاده هم کند، آن نیز ساختاری موازی دارد و تولید خود شخص نیست؛ هر چند برخی نماهنگ‌ها و کلیپ‌های دینی مختلف تولید می‌شود، اما به دلیل نداشتن کیفیت هنری و گفتگو محور بودن، ساختار جهانی ندارد و به خاطر نداشتن جذابیت‌های بصری، در عین این‌که از لحاظ محتوایی قوی هستند، اما مخاطبان کمتر از آن‌ها استقبال می‌کنند.

۹. داشتن زبان خطابه

از آن‌جا که بیشتر مبلغان دینی اهل خطابه، سخنرانی و تدریس هستند، گاهی خواننده را شنونده تلقی می‌کنند و گاهی به عکس، حال آن‌که خواننده غیر از شنونده است؛ زیرا خواننده بیشتر تمایل دارد مجاب شود و فرصت بیشتری نسبت به شنونده در تمرکز جمله‌ها و واری‌های عبارات دارد؛ هم‌چنین برخی خصوصیات در جذب و درک شنونده وجود دارد که خواننده آن‌ها را درک نمی‌کند؛ مانند فضا، افراد، محیط و اوج و فرودهای کلامی خطیب.^۱

بنابراین، مبلغان دینی باید هنگام بیان مطالب دینی، فرق مخاطب شنونده و خواننده را لحاظ کنند؛ چرا که هنر سخنوری در بسیاری از شاخه‌ها با هنر نویسندگی تفاوت دارد؛ همان‌طور که غذایی که در مطبخ گفتار پرورده می‌شود، باید آکنده از ادویه و افزودنی‌های مجاز باشد؛ در نوشته به این مقدار افزودنی نیاز نیست.

رویگردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۶۳

نتیجه آن‌که نویسنده می‌تواند و بلکه وظیفه دارد گاهی تغییری در ذائقه خواننده بدهد؛ ولی این تغییر ذائقه‌ها نباید آن قدر باشد که خواننده را به‌شونده و نویسنده را به‌گوینده تبدیل کند.^۱

۱۰. خالی بودن از سرگرمی

مسئله اوقات فراغت و به‌تعبیر دیگر مسئله تفریح و سرگرمی در مباحث پیام‌رسانی - در کشورهای غربی - در صدر توجه علمی و عملی قرار دارد؛ در این رسانه‌ها مسئله تفریح و سرگرمی یک اصل فراگیر است که بر همه پیام‌ها و برنامه‌های تهیه شده و حتی پیام‌های مذهبی پوشش داشته و تأثیر می‌گذارد.^۲

چنان‌که پیش از این بیان شد، یکی از روحیات مخاطب امروزی روحیه فراغت است تا جایی که او بیشتر جذب مطالبی می‌شود که ساختار سرگرمی داشته باشد. در دنیای امروز نیز به‌وسیله سرگرمی و بازی‌ها افراد را آموزش می‌دهند و جذب می‌کنند؛ البته در دین اسلام نیز این امر رد نشده است؛ هم‌چنان‌که پیامبر اکرم ﷺ می‌فرمایند: «**الْهَوَا وَالْعَبْوَا فَإِنِّي أَكْرَهُ أَنْ يُرَى فِي دِينِكُمْ غِلْظَةٌ**»؛^۳ تفریح کنید و بازی کنید؛ زیرا دوست ندارم که در دین شما خشونت دیده شود.

بنابراین، یکی دیگر از گره‌های زبانی مبلغان دینی نداشتن زبان جذاب و استفاده نکردن از ساختار سرگرمی در صفحه‌های خود و بیشتر طرح مسائل خشک علمی است که باعث می‌شود مخاطبان کمی از صفحه‌ها و مطالب دینی استقبال کنند.

۱. بابایی، ۱۳۸۵، ص. ۲۰.

۲. مسعودی، ۱۳۸۱.

۳. نهج الفصاحة.

نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهاد‌های پژوهش

فضای مجازی دارای خصوصیت‌های ریز و درشتی است که اگر مبلغان دینی بخواهند در این فضا حضور مؤثری داشته، از مخاطبان فراوانی برخوردار شده، بر آن‌ها اثر گذاشته و به‌وظیفه تبلیغی خود عمل کنند، باید خصوصیت‌های بیان شده را در نظر بگیرند و گره‌های زبانی را از خود دور کنند؛ زیرا صرف حضور و فروانی حضور در فضای مجازی کافی نیست؛ بلکه چگونگی حضور بهتر اهمیت دارد؛ چرا که در مقابل آن‌ها مراکز و سازمان‌ها و نهادهایی هستند که به‌بهترین روش، با بهترین زبان و با استفاده از تمام ظرفیت‌ها و روزآمدترین روش‌ها از این فضا و از این ابزار استفاده می‌کنند، و در حال ویرانگری و از بین بردن انسانیت و به‌خاک فراموشی سپردن فطرت‌ها هستند.

آن‌ها می‌کوشند تعقل را از جامعه حذف کرده و در نظارت خود داشته باشند و نیز شهوت‌ها را سرمشق انسانی امروز کرده و تنها از انسان امروزی به‌عنوان مصرف‌کننده کالا‌های خود بهره ببرند و از این راه به‌خواسته نفسانی خود را برسند. در پایان این پژوهش، به‌بیان راهکارها و پیشنهادهایی که بعد از حل گره‌های زبانی برای حضور مؤثر و مفید در فضای مجازی لازم است، اشاره می‌شود:

۱. لزوم آموزش سواد رسانه برای ورود در فضای مجازی؛ مبلغان دینی برای حضور بهتر و چگونگی حضور و ارائه مطالب به یادگیری سواد رسانه نیاز دارند؛ این کار چندین فایده دارد و باعث می‌شود:
 - استفاده‌کنندگانی متفکر در برخورد با رسانه‌ها باشند؛
 - مدیریت اطلاعات داشته باشند و تسلیم ابزارهای چندرسانه‌ای قدرتمند فرهنگ رسانه‌ای جهانی نشوند؛
 - تفکر انتقادی نسبت به محیط رسانه‌ای داشته باشند، و هر پیامی را به‌راحتی نپذیرند؛

رویکردی آسیب‌شناسانه به‌گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۶۵

- فرصتی برای ترکیب موضوعات و مدیریت اطلاعات فراهم می‌کند تا در زمان نیاز از اطلاعات دسته‌بندی شده خود در برخورد با مسائل مختلف استفاده کنند.
- توانایی و مهارت آن‌ها را افزایش می‌دهد تا بتوانند ارتباطی دوسویه و تعاملی با محتوای پیام‌های رسانه‌ای داشته باشند، و عقاید و افکار خود را در سطح گسترده اشکال رسانه‌های چاپی و الکترونیکی و بین‌المللی مطرح کنند.
- این توانایی را به‌دست می‌آورند که هر پیامی را در هر رسانه‌ای تحلیل کنند.
- سواد رسانه‌ای مانع از ثابت بودن می‌شود؛ چرا که فناوری‌های رسانه‌ای پیوسته در حال نو شدن و تغییرند؛ از سوی دیگر، چارچوب‌هایی را مشخص می‌کنند تا به‌وسطه آن‌ها در سطح داخلی و چه بین‌المللی همواره به‌تحلیل و بررسی پیام‌ها بپردازند؛ این چارچوب‌ها نیز از رسانه‌ای به‌رسانه دیگر و از پیامی به‌پیام دیگر در حال تغییرند؛ لذا مبلغان دینی با تکرار و تمرین در طول زمان قادر خواهند بود فهرستی اولیه از مهارت‌ها تهیه کنند که برای تعامل در فرهنگ رسانه‌ای جهانی مؤثر افتد؛ فرهنگی که در طول زندگی با آن سروکار دارند.^۱

۲. توجه خاص و ویژه به ادبیات فارسی و پرورش قلم نوشتاری و استفاده از ساختارهای متنوع نگارش؛ زیرا هر نوشته‌ای مخاطب خاصی دارد. مخاطب ممکن است بالفعل و حاضر و موجود و معین یا بالقوه و غایب و فرضی و نامعین باشد؛ مخاطب گاهی یک فرد است - مثل نامه دوستانه - گاهی چند فرد است - مثل گزارش - گاهی گروه و جماعتی است - مثل رساله یا سخنرانی علمی - گاهی انبوهی از خوانندگان است - مثل رمان یا نمایشنامه - و حتی گاهی همه افراد یک نسل است؛ مثل اعلامیه حقوق بشر.

هر قدر شمار مخاطبان و پراکندگی آنان از جهت خصلت‌ها و علائق فردی و اجتماعی بیشتر باشد، ابلاغ پیام فراخور حال او دشوارتر است. به‌عنوان مثال؛ اگر نویسنده برای فرد یا افرادی می‌نویسد که با سطح و زمینه فرهنگی و ذهنیت آن‌ها آشنایی دارد، از پیش می‌داند چه بگوید و چه نگوید یا نیازی نیست که بگوید؛ هم‌چنین می‌داند چگونه و به چه زبانی بگوید، اما اگر - مخاطب - گروهی نامتجانس باشد، نویسنده باید نیازها و توقعات افراد را حدس بزند و حدی را اختیار کند که هم جوابگو باشد و هم از زیاده‌گویی پاک باشد.

اگر روی سخن با جمعی از متخصصان است، می‌توان سخنان تخصصی را به‌کار برد، و اگر با گروه‌های گوناگونی است باید الفاظ فنی را تا می‌توان به‌نوشته راه نداد؛ هم‌چنین اگر از کاربرد اصطلاحات گریزی نباشد، به‌روشنی آن‌ها را بشناساند.

بنابراین، نویسنده یا مبلغ باید مخاطب حقیقی یا فرضی را مدنظر داشته باشد و به‌مقتضای احوال او، مواد، مطالب، ساخت، زبان و واژگان نوشته خود را برگزیند.^۱

۳. گروهی عمل کردن؛^۲ مبلغان دینی به‌منظور این‌که بیشترین و بهترین تأثیرگذاری را در فضای مجازی داشته باشند و حرکتی در زمینه‌های دینی و اخلاقی راه بیندازند، لازم است بهترین و مؤثرترین روش را استخدام کنند که گروهی عمل کردن است؛ چرا که به‌تنهایی کار کردن در این محیط گسترده تأثیر چندانی ندارد و باعث خیزش حرکتی نمی‌شود؛

۱. سمعی گیلانی، ۱۳۷۴، صص. ۱۳-۱۲.

۲. ر. ک: مانده، ۲.

رویکردی آسیب‌شناسانه به گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۶۷

اما اگر گروهی، یک حرکت دینی به جریان اندازند و اقدام به تولید و توزیع مطلب کنند، این کار توجه بیشتر افراد را به خود جلب می‌کند؛ هم‌چنین به‌سختی می‌شود در فضای مجازی - آن‌هم به‌تنهایی - برنامه‌های متنوع رسانه‌ای تولید کرد که جذابیت دیداری، نوشتاری و گفتاری نیز داشته باشد. ۴. ایجاد بانک مجازی، تولید و بهره‌جستن از دیگر زبان‌های رسانه؛ مبلغان دینی ضعف بسیاری در این زمینه دارند به‌نحوی که - اکنون - بیشتر فضای مجازی و صفحه‌های آن را عکس‌ها و فیلم‌ها تشکیل می‌دهند؛ زیرا به‌خاطر ایجاد جذابیت بصری مقبولیت بیشتری دارند.

در این میان، برخی مراکز فرهنگی - دینی در کشور که خود می‌توانند سرچشمه و تولیدکننده این‌گونه مطالب باشند، با این‌که محیط خودشان سرشار از سوژه‌های بصری و دینی - مانند حرم امامزادگان و مدارس دینی - است؛ اما بیشتر مصرف‌کننده هستند تا این‌که تولیدکننده باشند. بنابراین، برای حضور بهتر و تأثیرگذاری بیشتر مبلغان دینی، نهادها و سازمان‌های پشتیبان باید به‌تولید عکس‌های دینی رایگان، فیلم، نماهنگ‌های مختلف با کیفیت بالای هنری روی آورند، و بانک مجازی انواع عکس‌ها و کلیپ‌های هنری دینی را ایجاد کنند؛ زیرا این ابزار، ساختار بصری و جذابیت روز را دارا بوده و نیاز به ترجمه ندارند و به‌نوعی زبان جهانی نیز به‌شمار می‌آیند؛ چون در آن‌ها از برخی قواعد کلی تبعیت می‌شود که همگان با آن‌ها آشنایی دارند.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج الفصاحة.
۳. شریف الرضی، محمد بن حسین؛ (۱۳۷۹)، ترجمه و شرح نهج البلاغة (فیض الإسلام)، تهران: مؤسسه چاپ و نشر.
۴. ابن منظور، محمد بن مکرم؛ (۱۴۱۴)، لسان العرب، بیروت: دارالفکر للطباعة والنشر والتوزيع.
۵. بابایی، رضا؛ (۱۳۸۵)، درآمدی بر مخاطب‌شناسی، پیام، شماره ۷۷: ۲۴-۴.
۶. بستانی، فؤاد افرام؛ (۱۳۷۵)، فرهنگ ابجدی الفبایی عربی - فارسی: ترجمه کامل المنجد الأبجدی، ترجمه رضا مهیار، چاپ ۲، تهران: دفتر انتشارات اسلامی.
۷. بیرو، آلن؛ (۱۳۶۶)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر ساروخانی، تهران: انتشارات کیهان.
۸. پاتر، دبلیو جیمز؛ (۱۳۹۱)، نظریه سواد رسانه‌ای: رهیافتی شناختی، ترجمه ناصر اسدی، محمد سلطانی‌فر و شهناز هاشمی، تهران: انتشارات سیمای شرق.
۹. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد؛ (۱۴۱۰)، غرر الحکم ودرر الکلم، چاپ ۲، قم: دارالکتاب اسلامی.
۱۰. جوهری، اسماعیل بن حماد؛ (۱۴۰۷)، الصحاح (تاج الغه و صحاح العربیة)، بیروت: دارالعلم للملایین.
۱۱. خجسته، حسن؛ (۱۳۸۰)، درآمدی بر جامعه‌شناسی رادیو، تهران: نشر طرح آینده.
۱۲. سمیعی گیلانی، احمد؛ (۱۳۷۴)، آیین نگارش، چاپ ۶، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
۱۳. سووه، توماس؛ (۱۳۵۴)، فرهنگ اصطلاحات اجتماعی و اقتصادی، ترجمه م. آزاده، تهران: انتشارات مازیار.
۱۴. طبرسی، علی بن حسن؛ (۱۳۸۵)، مشکاة الأنوار فی غرر الأخبار، چاپ ۲، نجف: المكتبة الحیدریة.

رویگردی آسیب‌شناسانه به‌گره‌های زبانی مبلغان دینی در فضای مجازی / ۱۶۹

۱۵. عسگری، علیرضا؛ (۱۳۷۳)، سیاست تبلیغاتی معاویه در مقابله با حضرت علی علیه السلام، تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی.
۱۶. غفوری، محمد جواد؛ (۱۳۹۳)، بایسته‌های مبلغین برای تبلیغ دین در اینترنت، فصلنامه علمی تخصصی، فرهنگ و پژوهش، شماره ۱۷: ۷۳-۹۸.
۱۷. فراهیدی، خلیل بن احمد؛ (۱۴۰۹)، کتاب العین، بیروت: مؤسسة دارالهجرة.
۱۸. قربانی، محمد رضا؛ (۱۳۸۱)، مجله رادیو، شماره ۴.
۱۹. قرشی بنایی، علی اکبر؛ (۱۴۱۲)، قاموس قرآن، چاپ ۶، تهران: دارالکتب الإسلامية.
۲۰. کلینی، محمد بن یعقوب؛ (۱۴۰۷)، الکافی، چاپ ۴، تهران: دارالکتب الإسلامية.
۲۱. همان؛ (۱۳۶۴)، الروضة من الکافی، ترجمه سید هاشم رسولی محلاتی، تهران: انتشارات علمیه اسلامیه.
۲۲. مجلسی، محمد باقر؛ (۱۴۰۳)، بحار الأنوار، بیروت: دار إحياء التراث العربي.
۲۳. مسعودی، حسین؛ (۱۳۸۱)، حوزه و رسالت تبلیغی در عصر ماهواره‌ها، نگاه حوزه، شماره ۴۰-۳۸: ۱۸-۱۱.
۲۴. مطهری، مرتضی؛ (۱۳۶۴)، امامت و رهبری، چاپ ۶، تهران: انتشارات صدرا.
۲۵. همان؛ (۱۳۷۵)، حماسه حسینی، چاپ ۲۴، تهران: انتشارات صدرا.
۲۶. همان؛ (۱۳۹۱)، یادداشت‌های استاد مطهری (۲)، تهران: انتشارات صدرا.
۲۷. معین، محمد؛ (۱۳۸۷)، فرهنگ معین، تهران: انتشارات زرین.
۲۸. مکارم شیرازی، ناصر؛ (۱۳۸۰)، تفسیر نمونه، تهران: دارالکتب الإسلامية.
۲۹. مک‌کویل، دنیس؛ (۱۳۸۰)، مخاطب‌شناسی، ترجمه مهدی منتظر قائم، تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.



دورية علمية متخصصة متعددة اللغات

PURE LIFE

العدد الخامس بعنوان: ﴿ المؤتمر الدولي الأول مدى قدرة واستيعاب الفضاء الإلكتروني في تعزيز التعليم الديني ﴾ (٣)

العدد الرابع عشر - السنة الخامسة، ذو الحجة ١٤٣٩ / ١٣٩٧ ش / ٢٠١٨ م

صاحب الامتياز: جامعة المصطفى العالمية

جامعة المصطفى المفتوحة، عمادة البحث والإنتاج العلمي

المشرف العام: الدكتور محسن قنبري

رئيس التحرير: الدكتور عابدين سياحت اسفندياري

السكرتير العلمي: الدكتور توفيق أسدوف

المدير التنفيذي: الشيخ محمد جواد نجفلي

أعضاء هيئة التحرير

محسن قنبري	معاون التعليم في جامعة المصطفى العالمية (إيران)
عابدين سياحت اسفندياري	عميد البحث والإنتاج العلمي في جامعة المصطفى المفتوحة (إيران)
توفيق أسدوف	مدير الدراسات الإسلامية في جامعة المصطفى المفتوحة (أذربايجان)
غلام جابر محمدي	مدير الدراسات القرآنية في جامعة المصطفى المفتوحة (باكستان)
سيد محمد علي عون نقوي	عضو في اللجان العلمية في جامعة المصطفى المفتوحة (الهند)
يحيى عبدالحسن الدوخي	عضو في اللجان العلمية في جامعة آل البيت (العراق)
بيلديز قدرلي	أستاذ في جامعة المصطفى المفتوحة (تركيا)

العنوان: قم، شارع ساحلي جنوبي، غربي مصلى القدس، ما بين الزقابين ٤-٦

ص ب: ٣٧١٣٩١٣٥٥٤ **العاتف / الفاكس:** ٢٢٦١١٤١٧٥ - ٢٢٦١٣٨٧٥

عدد الصفحات: ٣٢٠ ص نوع الطبع: إلكتروني

Web: http://journals.miu.ir/content.php?pagename=journal&journal_id=7

Email: research@mou.ir

موضوع القرار:

حسب القرار المنبثق من الاجتماع الثاني والعشرين لمجلس إدارة منشورات المصطفى عليه السلام (بتاريخ: ١٣٩٢/١٢/١٩)،
لقد تمت المصادقة على إصدار هذه المجلة المصنفة ضمن المنشورات العلمية المتخصصة، رقم ترخيص ٧٤٣٢٧ الصادر من الجهاز الشامل لوسائل الإعلام الرسمية (وزارة الثقافة والأرشاد الإسلامي)
(بتاريخ: ١٣٩٣/١٢/١١)

هذه المجلة متاحة بشكل إلكتروني، ويمكن تحميلها على العنوان التالي:

<http://journals.miu.ir/>

<http://www.magiran.com/maginfo.asp?mgID=4950>

https://www.civilica.com/Journal-JR_PLIFE=%D9%81%D8%B5%D9%84%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%AD%DB%8C%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%DB%8C%D8%A8%D9%87.html

شروط كتابة المقال

- ١- يجب أن يتضمن المقال ما يلي: العنوان والملخص والمفردات الرئيسية والمقدمة والعرض والنتيجة والمصادر.
- ٢- تخضع المقالات المستلمة للتحكيم العلمي شريطة أن لم تنشر سابقاً، ويتعين على الكاتب التعهد بعدم قيامه بإرسال مقاله إلى مؤسسات أخرى.
- ٣- يتحمل «الكاتب المراسل» مسؤولية صحة المعلومات الواردة في المقال من الناحيتين العلمية والحقوقية.
- ٤- تحتفظ المجلة لنفسها بحق رفض المقالات أو قبولها كما تتعهد أمانة المجلة بتقديم تقرير عن نتيجة التحكيم العلمي للكاتب المراسل خلال فترة لا تتجاوز شهر - 30 يوماً- على الأكثر.
- ٥- لا يتم القبول النهائي لطبع المقال في المجلة إلا بعد موافقة هيئة التحكيم وهيئة التحرير عليه.
- ٦- يجب عدم تجاوز حجم المقال 8 صفحات كحد أدنى و25 صفحة كحد أقصى وكل صفحة عبارة عن 250 كلمة.
- ٧- يجوز النقل والإقتباس من المقالات المنشورة الأخرى شرط ذكر المصدر.
- ٨- يستخدم نوع الخط (IRLotus) وحجم الخط (١٣) في طباعة المقال بالفارسية والعربية، ويستخدم نوع الخط (Alvi Nastaleeq) وحجم الخط (١٤) في طباعة المقال بالأردية، ويستخدم نوع الخط (Times New Roman) وحجم الخط (١٤) في طباعة المقال بالإنجليزية ولغات أخرى.
- ٩- يتضمن قائمة المصادر المرتبة وفق الحروف الأبجدية ما يلي:
✓ فيما يتعلق بالكتاب والمقالة: لقب واسم الكاتب، (تاريخ النشر)، عنوان (بخط غامق)، اسم المترجم، الطبعة، مكان النشر: اسم الناشر.
- ١٠- تدرج التوثيق المرجعية في النص الأصلي على النحو الآتي (اسم المؤلف، تاريخ النشر: الصفحة).
- ١١- تدرج التوثيق التوضيحية في هامش الصفحة نفسها ككتابة المفردة باللاتينية وشرح المصطلحات وغيرها.
- ١٢- على كاتب أو كاتب المقال إرسال أبحاثهم إلى معاونية البحث والإنتاج العلمي في جامعة المصطفى عليه السلام المفتوحة عبر هذا العنوان: "research@mou.ir" مزودة بالمعلومات: الاسم واللقب والمستوى العلمي والعنوان المقالة.
- ١٣- نظراً لتنوع لغات المجلة يمكن للباحثين الأعداء إرسال مقالاتهم إلى مكتب المجلة بإحدى اللغات التالية: الفارسية والعربية والأردية والإنجليزية والفرنسية والتركية والأردية و...
١٤- يتعين على أمانة سر المجلة إرسال نسخة من المجلة الإلكترونية- بعد نشرها- إلى كاتب أو كاتب المقال عبر البريد الإلكتروني.

كلمة المشرف العام

مجلة "PURE LIFE" سوف تظل نافذة إلى حياة الإنسان الأبدية، تهدف جامعة المصطفى ﷺ المفتوحة بوصفها داعية الإنسان الأرضي إلى معرفة التعاليم الإلهية لبناء حياة جديدة من خلال ما أودعه الله فيه من علم ولتجلب له السكينة الدنيوية والسعادة الأخروية معا.

"PURE LIFE" هي فرصة للباحثين وخريجي الجامعات لبسط معلوماتهم العلمية المعرفية عبر الفضاء الإلكتروني على نطاق واسع وإسقاط المعارف الدينية على مختلف شؤون الحياة البشرية.

على أمل أن تسطع أنوار هذه النافذة أكثر فأكثر في ظل جهود الباحثين عن نور المعرفة.

كلمة رئيس التحرير

البحث العلمي هو بمثابة شريان الحياة في مجال المعرفة والبصيرة والذي يمكن أن يُحفَّزَ- في ديناميتها- النمو والتوسع لحدود العلم والمعرفة ويؤدي إهمال هذا المجال إلى ركود المعرفة بل موتها في نهاية المطاف، فإن الجهل هو أول آثار التخلف عن البحث كما نشهد اليوم كارثة الجهل العصرية التي ظهرت جراء فقدان البحث القويم في مختلف المجالات. ثم يتم توسيع حدود المعرفة من خلال البحوث بوصفها جائزة على مكانة مرموقة ضمن الأنشطة البشرية اليوم، فإن التحقيق في مجال العلوم الإنسانية والإسلامية يمكن الباحث من فهم المشكلات والقضايا الإنسانية كما يوفر لها حلولاً عملية.

والتطور المتزايد في المجال المعرفي يفرض علينا الدخول في المجالات العلمية أكثر فأكثر، فالآن العديد من مجالات المعرفة الإسلامية هي بحاجة إلى الشرح والعرض على نطاق عالمي.

"PURE LIFE" هي مجلة طلابية تحاول إعداد أرضية لنشر مقالات طلاب جامعة المصطفى عليه السلام المفتوحة وتحسين مستوى البحوث الطلابية المتعلقة بالعلوم الإسلامية كما هي تعد أرضية مناسبة لتطوير العلاقات بين الباحثين في مجال العلوم الإسلامية-الإنسانية.

"PURE LIFE" هي مجلة فصلية، متعددة اللغات، إلكترونية-تخصصية، أما عنوان هذا العدد فهو: «المؤتمر الدولي الأول مدى قدرة واستيعاب الفضاء الإلكتروني في تعزيز التعليم الديني (٥)»، وهو يتكون من أحد عشر مقالات باللغات الثلاثة (الفارسية والعربية والإنجليزية) حيث قامت بها معاونية البحوث في جامعة المصطفى عليه السلام المفتوحة.

يتم إصدار مجلة "PURE LIFE" برعاية لجنة نشر الكتب في جامعة المصطفى عليه السلام العالمية ووزارة الثقافة والإرشاد الإسلامي في إيران بصفتها أول مجلة علمية في جامعة المصطفى عليه السلام المفتوحة وهي مستعدة لنشر مقالات طلاب جامعة المصطفى عليه السلام العالمية.

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات)

الكتاب: نرجس عبدالعزيز طريف (عراق)^١، فرقان الوائلي (عراق)^٢

قبول: ١٤٣٨/١١/١٠

استلام: ١٤٣٨/٠٩/٢٧

المستخلص

تطبيقاً لقوله تعالى: «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ» وحيث أن أساليب الدعوة الى الله تعالى في حالة صيرورة دائمة، تتغير وتتفاعل مع معطيات كل عصر وظروفه، فلا بد للعاملين في مجال الدعوة من مواكبة ذلك، عبر دراسة المتغيرات والبحث عن الفرص التي تمكنهم من تقديم الدين فكراً وسلوكاً الى الآخرين بأفضل الوسائل التي يتوصل إليها الإنسان، ومن ثم توظيفها فعلياً لخدمة هذا الهدف. من هنا جاء هذا البحث الذي يتضمن تصوراً لأحد الأساليب الهامة التي تخدم مجال الدعوة إلى الإسلام المحمدي ﷺ الأصيل في عصرنا المليء بالتحديات الإلحادية من جانب، والتكفيرية من جانب آخر، ألا وهو: التعليم الافتراضي. هذا البحث يشتمل على محاور عدّة تدور حول هذا النوع من التعليم: تاريخاً، ومكانةً، وأهدافاً وتناجماً. سيركز البحث على عدة محاور رئيسية هي: تعريفات عامة، أهمية الموضوع ومجالاته، تطبيق التعليم الافتراضي الديني. وأخيراً، فإن البحث سيرتكز على المصادر العالمية ذات الصلة، مستفيداً منها في ما يهدف إليه من إيصال فكرة التعليم الافتراضي للمهتمين بشؤون الدعوة الإسلامية الأصيلة؛ إيماناً منا بأن الحصانة الفكرية، والأخلاقية، هي أقوى سلاح في مواجهة قوى الاستكبار التي تهدف إلى اضعاف العقيدة الدينية في المجتمع المسلم.

الكلمات المفتاحية: التقنيات التعليمية، البحثية الافتراضية، التعليم الافتراضي الديني

١- طالبة ماجستير في لجنة التفسير وعلوم القرآن، جامعة المصطفى ﷺ المفتوحة، قم، إيران،

ntareef@gmail.com

٢- الباحث في مسائل الإجتماعية، عراق، furqan62@outlook.com

المقدمة

أضحى التعليم الافتراضي الذي هو صيغة متطورة من التعليم الإلكتروني واجهة من واجهات هذا العصر، وأحد أبرز سمات العملية التربوية القائمة على الأسس الحديثة، ولذلك تتجه بلدان العالم قاطبة نحو هذا اللون من التعليم بسبب فاعليته، وتوفر متطلباته التقنية وخاصة نظم المحاكاة البديلة عن المخابر الدراسية والمعملية وتكاليفه الزهيدة ابتداءً ومردوده الكبير الإقتصادي والإجتماعي انتهاءً ولدوره المؤثر في تبادل الخبرات في مختلف حقول المعرفة، فضلاً عن تأثيره الإيجابي على المجتمع وأخلاقياته وسلوك أفراده بسبب زيادة التفاعل داخله- أي: داخل المجتمع- ما يسهم في حل المشكلات التي تعترض تقدمه المعنوي والمادي.

إن أساس التعليم الافتراضي قائم على تكنولوجيا المعلومات وما توفره من بيئة تفاعلية تشدُّ الطالب أو المتلقي إلى متابعة دراسته بثقة واعتمادية ورغبة صميمية. وقد قامت البلدان المتقدمة على مدى السنوات القليلة الماضية بخطوات كبيرة في هذا المجال، وبدأت تقترب شيئاً فشيئاً من فكرة الدراسة الافتراضية بديلاً عن الحضورية، وذلك لأن الغاية الأساسية من التعليم هي خلق الدافع الذاتي القوي للتعلم المستمر وتحفيز الطالب للبحث المتواصل بحيث يصبح جزءاً صميمياً في ذاته. هذا الهدف يتحقق من خلال توفير المعرفة التفصيلية التي يتفاعل معها الطالب بغالب حواسه، وهو ما يوفّره التعليم الافتراضي بشكل يتوقع معه بأنه سيصبح السمة البارزة للتعليم في المستقبل القريب.

إستناداً إلى ما سبق، تطرح هذه الورقة البحثية تصورات عن كيفية تسخير تقنيات وإمكانات التعليم الافتراضي في مجال التعليم الديني، وصولاً إلى تعليم إفتراضي اسلامي أصيل وقادر على تجاوز التحديات الفكرية العصرية، وإعطاء الأجوبة المنطقية الصحيحة، وسعياً إلى بناء أجيالاً من الشباب المؤمن الملتزم الذي يعرف

كيف يبدأ وإلام ينتهي، ويشخص الوسائل الصحيحة الموصلة للغايات النبيلة، ويساهم في بناء مجتمعه الإسلامي الحضاري، دون أن يتنازل عن معتقداته الأصلية.

نبذة تاريخية مبسطة

الصورة المرفقة تظهر تاريخاً مبسطاً للتعليم الافتراضي، ويتلخص في الآتي:

١. في عام ١٩٢٤ اخترع سيدني بريسي الأستاذ في جامعة اوهايو في اميركا جهاز اسماه المعلم الأوتوماتيكي^١، وهو أول جهاز في تاريخ التعليم الإلكتروني. هذا الجهاز كان يهدف الى تدريب الطلبة ويهدف الى اختبار أنفسهم من خلاله إلا أن الجهاز لم يكتب له النجاح.
٢. في عام ١٩٥٤ أنشأ البروفيسور في جامعة هارفرد سكرن ماكينة التعليم^٢ وهي جهاز ميكانيكي كانت الغاية منه ادارة المناهج التعليمية بطريقة مبرمجة، وقد أتت دراسات هذا البرفيسور بأجهزة توفر الظروف المثلى للتدريس الذاتي.
٣. عام ١٩٦٠ تم وضع الاساس المنطقي لعمليات التعليم الآلي في جامعة ألينيوي وتم استخدام هذا الأساس في التدريس الإبتدائي والجامعي.
٤. عام ١٩٦٦ قام الأستاذان في علم النفس في جامعة ستانفورد باتريك سابوز وريتشارد اتكيسون باستخدام الحاسوب في تعليم الرياضيات والقراءة للطفل الصغار.
٥. عام ١٩٦٩ قامت وزارة الدفاع الأميركية بابتداع الإنترنت بالإتفاق مع احدى الشركات.
٦. عام ١٩٧٠ تم اختراع الفأرة وواجهة المستخدم الرسومية للحاسبات، وبدأ التدريب على الحاسبات في معهد نيوجيرسي التقني.

1. Automatic Teacher

2. Teaching Machine

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ١٨٠

٧. عام ١٩٨٠ بدء عصر الحاسوب الشخصي.
٨. عام ١٩٩٠ انطلاقة التعليم الافتراضي مع بداية العصر الرقمي.
٩. عام ٢٠٠٠ بدأت الشركات العالمية بتدريب موظفيها من خلال التعليم الافتراضي، وظهرت بوابر هذا التعليم عبر مواقع عالمية.
١٠. عام ٢٠١٠ اتساع التعليم الافتراضي من خلال المواقع الإجتماعية كتويتر ويوتيوب وفيسبوك.^١

1. http://www.riemysore.ac.in/ict/unit__7__elearning.html

HISTORY of eLEARNING		
1924	THE FIRST "TESTING MACHINE" <small>The first known machine for testing students</small>	In the early 1920s Sidney Pressey developed a machine to provide drill and practice items to students in his introductory courses.
1954	THE FIRST "TEACHING MACHINE" <small>First machine designed for teaching</small>	During the 1950s Skinner presented the content in small, related chunks of information. Skinners Programmed Instruction was very popular and at this very moment, programmed instruction was popular when it comes to digital self-study courses.
1960	COMPUTER-BASED TRAINING <small>First Programmed Instruction (PI) machine</small>	PLATO- Programmed Logic for Automated Teaching Operations- was the first computer based training (CBT) programme. It offered the drills and the ability to skip questions.
1966	C.A.I. IN SCHOOLS <small>First Computer Aided Instruction (CAI) program</small>	Stanford University Psychology professor Patrick Suppes and Richard Atkison began using computer aided instruction (CAI) to maths and readings to young children. Lusklin worked with this university to install the first computer in a community college for instructional work.
1969	ARPANET HERALDS INTERNET <small>First networked computer system</small>	US department of defence commissioned ARPANET to create the internet.
1970	COMPUTER MOUSE & G.U.I. <small>First computer mouse and GUI</small>	Computer mouse and the GUI are invented helping to define modern computing. Computer based training begins at New Jersey institute of Technology.
1980s	PC'S BEGIN WITH THE FIRST MAC <small>First personal computer</small>	Personal computer era begins with Macintosh, online communities begin sharing information, slowly paving the way for eLearning.
1990s	THE FIRST "DIGITAL NATIVE" <small>First digital native</small>	The first digital natives are born. Email takes off. It's the dawn of a new era of learning. Virtual learning environments begin and eLearning becomes a widely recognized term. LMS emerge by the end of 1990s.
2000s	BUSINESSES ADOPT eLEARNING <small>First business to adopt eLearning</small>	Businesses begin rolling out eLearning courses as a central way to train workers. Authoring tools are more accessible than ever and a wide range of online learning opportunities emerged.
2010+	SOCIAL ONLINE LEARNING <small>First social media platform</small>	A new wave of eLearning inspired by social media builds momentum. YouTube, twitter, MOOC etc. emerges. opportunity to connect, share information and learn from each other are found everywhere.

وعلى الرغم من أن التعليم بواسطة الإلكترونيات قد بدأ فعلياً من خلال نقل المحاضرات التقليدية داخل الصفوف عبر أجهزة التلفاز إلا أنه تطور سريعاً مع تطور وسائل التعليم التقليدية وتحولها الى وسائل الكترونية أولية حيث تم ابتكار كل من جهاز البروجيكتور التعليمي، ثم السبورات التفاعلية، ثم السبورات التفاعلية

المبرمجة، ومع التطور التقني في الفضاء السيبراني تم التحول الى التعليم الافتراضي بتقنياته المعروفة حالياً، والتي آخر صيحاتها هو التعليم الافتراضي باستخدام أنظمة المحاكاة. أما المشروع الحالي لتطوير التعليم الافتراضي فيستهدف جعل التفاعل عبر قراءة الأفكار^١.

هذا المشروع المخطط لإنجازه خلال السنوات العشر القادم سيكون ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات للمتلقين بأسرع وقت، لأن هذا المشروع يتضمن كهدفٍ فرعي دراسة كيفية الكتابة على الذاكرة البيولوجية للدماغ البشري.

تعريف التعليم الافتراضي

التعليم الافتراضي هو استخدام تكنولوجيا الحاسبات والإنترنت لتقديم مجموعة واسعة من الحلول لتمكين التعلم وتحسين الأداء^٢ وهو بهذا جزءاً من التعليم الإلكتروني الذي لا يشترط فيه وجود شبكات أنترنت بالضرورة ولا حتى حاسبات، إذ يمكن الإقتصار فيه على ما يسمى بالسيورات التفاعلية داخل الصف. إن هذا التعريف وعلى الرغم من إختصاره، يتضمن الكثير من الإضاءات على مواصفات وشروط وأهداف التعليم الافتراضي.

فالتعليم الإلكتروني يعتمد على الحاسبات في وصول المعلومة الى الطالب من الأستاذ أو المكتبة الافتراضية أو مجموعات الحوار، ولهذا فلا بدّ من الحصول على حاسبات تستوفي الشروط اللازمة لوصول المعلومة دون تقطع أو تشويش أو بطء مرفقة ببرمجيات متقدمة خاصة للتواصل بين المتلقي- الطالب- ومصدر المعلومة كما أنه لا بدّ من وجود شبكة إنترنت بمواصفات تستوفي شروط إيصال المعلومات مباشرة وفي وقت واحد لعدد كبير من حواسيب الطلبة سواء أكانت تلك المعلومات

1. <https://futurism.com/heres-everything-you-need-to-know-about-elon-musk-humanai-brain-merge/amp/>, <http://ibelieveinsci.com/?p=28802>

2. Ghirardini, 2011, p. 5.

على شكل فيديوهات بوضوح عالٍ من ناحية الصورة والصوت، وكذلك عليها ان تستوفي التناقل الفوري للمعلومات بين الطرفين - الطالب والأستاذ - بهدف أن يكون التعلم والتعليم تفاعليين تماماً.

وهذه المواصفات لكل من الحاسوب وشبكة الإنترنت تمثل الشروط التقنية التي لا بدّ من توفرها حتى يمكن - تقديم مجموعة واسعة من الحلول - المتضمن في التعريف أعلاه.

وأما الغاية التي يهدف إليها التعليم الافتراضي وبحسب التعريف فهي تمكين التعلم أساساً وتحسين أداء الطالب على الصعيد النظري باستيعاب المعلومات وفهمها جيداً وعلى الصعيد العملي عبر تطبيقها الفعلي.

ويتم تمكين التعلم للطالب الفرد افتراضياً من خلال تواصله مع الأساتذة في كل أنحاء العالم وكذلك مع الخبراء - مهندسين، أطباء وفنانين - في مواقع العمل ومع المفكرين في مكاتبهم أو حيثما يكونوا، إضافة للتواصل مع مئات بل آلاف من أقرانه الطلبة من جنسيات وخلفيات مختلفة.

إضافة لذلك، تتم الاستفادة من المكتبات الافتراضية التي تحوي ملايين المصادر لمختلف صنوف المعرفة العامة والمتخصصة، وكذلك تتم الاستفادة من برامج المحاكاة بما فيها برامج المحاكاة المجسمة 3d في حل المسائل المعقدة أو في تطبيق ما يتعلمه الطالب عملياً سواء بصورة فردية أو بالاستفادة من تجارب الآخرين الواقعية.

ولا يقتصر - تحسين الأداء - على فقط الطالب، بل أن الأستاذ له نصيب من ذلك أيضاً حيث أن كل منهما يحصل على خبرات ممتازة ترتقي بأدائه إلى درجة التفوق وبأقصر فترة زمنية وإستفادة الأستاذ تكون من خلال توسعة مداركه وخبراته في تحديث وإصال المعلومة الى طلبته وهناك عدة نماذج وتصانيف معتمدة تختص بتحسين الأداء وأهمها ما يسمى بتصنيف بلوم.

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ١٨٤

وبلوم هو تصنيف لمستويات الأهداف الدراسية التي يضعها المدرسون لطلابهم، وأول من صنف هذه الأهداف كان عالم علم النفس التربوي في جامعة شيكاغو بنجامين بلوم عام ١٩٥٦ وبتصنيفه، قسم الأهداف إلى ثلاثة نطاقات: الإدراكي^١، السلوكيات^٢، الحركي النفسي^٣.

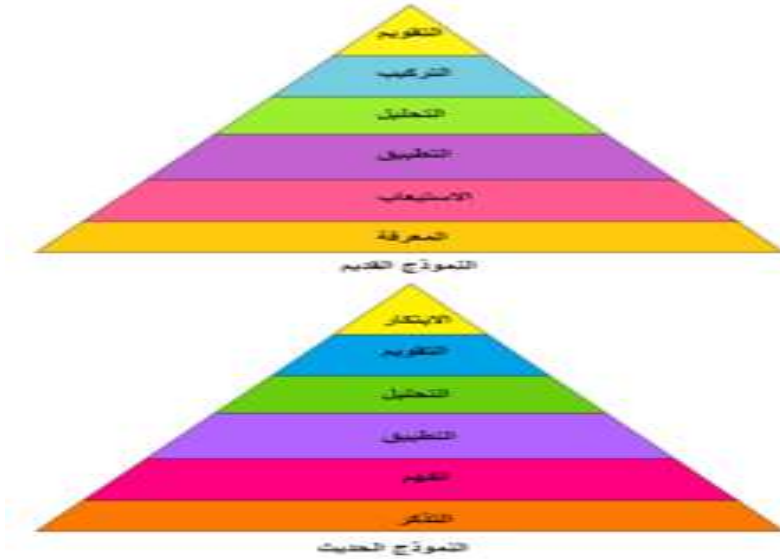
وهذا التصنيف هو هيكلي أو هرمي بمعنى أن تعلم معرفة في مستوى أعلى يعتمد على إكتساب معرفة أو مهارة في مستوى أدنى منها وكان هدف بلوم من طرح هذا التصنيف تشجيع المدرسين على التركيز على النطاقات الثلاثة من أجل خلق نظام تعليمي شمولي.

1. Cognitive

2. Affective

3. Psychomotor

الصورة التالية توضح تصنيف بلوم القديم والمعدل¹ في النطاق الإدراكي فقط:



مميزات التعليم الافتراضي

هناك العديد من المميزات لهذا النوع من التعليم من أهمها:

1. زيادة فرص الإتصال بين المتعلمين فيما بينهم وبين معلمهم وذلك لتوفر وسهولة الإتصال بين هذه الأطراف بطرق متعددة مثل الصفوف التفاعلية، مجالس النقاش، البريد الإلكتروني، غرف الحوار ولا شك أن هذه الميزة تحفز المتعلمين أكثر على المشاركة والتفاعل مع المواضيع المطروحة.

1. <https://ar.wikipedia.org/wiki/>

٢. جمع عقول الآخرين إلى عقل الطالب

إن المنتديات الفورية مثل مجالس النقاش وغرف الحوار تتيح فرص التبادل لوجهات النظر في المواضيع التعليمية، مما يزيد فرص الاستفادة من الآراء والمقترحات المطروحة ودمجها مع الآراء التي كونها المتعلم، هذه الميزة تساعد المتعلم على تكوين أسس متينة للمعلومات التي اكتسبها بحيث تتحول من مرحلة كونها مجرد معلومات إلى معرفة متناسقة ومنسجمة تستند على آراء قوية وسديدة اكتسبها من خلال المناقشة والحوار مع الآخرين.

٣. الإحساس بالمساواة

تسمح أدوات الإتصال المفتوحة والمتعددة لكل متعلم فرصة الإدلاء برأيه أو الإستفسار في أي وقت ودون حرج حيث يمكنه إرسال رأيه وصوته من خلال أدوات الإتصال المتاحة داخل الصف التفاعلي أو خارجه عن طريق البريد الإلكتروني ومجالس النقاش وغرف الحوار، وغيرها، هذه الميزة تكون محدودة في قاعات الدرس التقليدية، لأسباب متعددة منها عدم توفر الوقت والوسائل المتناسبة لتواصل جميع المتعلمين في الصف التقليدي أو سوء تنظيم المقاعد أو الخوف والخجل أو غيرها، ولقد أثبتت الدراسات أن الحوار الإلكتروني يساعد ويحث المتعلمين على تخطي عوامل الخوف والخجل والمواجهة بشكل أكبر وبالتالي في تحسين أداءهم على المستوى النظري والعملي.

٤. السهولة والمرونة في التعلم (في أي وقت وأي مكان)

أتاح التعليم الإلكتروني سهولة كبيرة في تنظيم أوقات التعلم ومكانه بحسب الحاجات الفردية وكذلك الحصول على المعلم والوصول إليه في أسرع وقت وذلك خارج أوقات العمل الرسمية لأن المتدرب أصبح

بمقدوره أن يرسل استفساراته للمعلم من خلال البريد الإلكتروني وهذه الميزة مفيدة وملائمة للمعلم أيضاً حيث يكون له حرية الانتقال إلى أي مكان دون أن ينقطع عن مهامه، هذه الميزة أتاحت التعليم للجميع وخاصة لأولئك الذين تتعارض ظروفهم الشخصية مع أوقات التعليم التقليدي أو الذين لا يمكنهم الانتقال إلى موقع التعليم لأي سبب.

٥. تنوع أساليب التدريس بحسب الحاجات الفردية

من الممكن تلقي المادة العلمية بالطريقة التي تناسب المتعلم حيث إن منهم من تناسبه الطريقة المرئية ومنهم تناسبه الطريقة المسموعة أو المقروءة وآخرين تناسبهم الطريقة العملية، فالتعليم الإلكتروني ومصادره تتيح إمكانية تطبيق المصادر بطرق مختلفة وعديدة تسمح بالتحويل وفقاً للطريقة المناسبة للمتعلم.

٦. ملائمة مختلف المستويات (للمتعلمين)

التعليم الافتراضي يتيح للمتعلم أن يركز على الأفكار المهمة أثناء متابعته للدرس وكذلك يتيح للمتعلمين الذين يعانون من صعوبة التركيز وتنظيم المهام الاستفادة من المادة وذلك لأنها تكون مرتبة ومنسقة بصورة سهلة وجيدة والعناصر المهمة فيها محددة كما أن هناك مساعدة إضافية للمتعلمين بطيئين التركيز بواسطة التكرار، وكذلك يمكنهم الاستفادة من هذه الميزة عند الاستعداد لإمتحان معين.

٧. توفر المواد والمصادر التعليمية طوال الوقت

هذه الميزة مفيدة للأشخاص المزاجيين أو الذين يرغبون التعليم في وقت معين، وذلك لأن بعضهم يفضل التعلم صباحاً والآخر مساءً كذلك للذين يتحملون أعباء ومسئوليات شخصية فهذه الميزة تتيح للجميع التعلم والبحث والرجوع للمصادر في الزمن الذي يناسبهم،

إن الإستمرارية في الوصول إلى هذه المواد والمصادر التعليمية تجعل الطالب في حالة استقرار ذلك أن بإمكانه الحصول على المعلومة التي يريدتها في الوقت الذي يناسبه ما يجعله يركز على الأهداف التعليمية بصورة سليمة بدون تعارض في الأولويات.

٨. سهولة وتعدد طرق تقييم تحصيل المتعلمين

إن أدوات التقييم الفوري في التعليم الافتراضي وفرت للمعلم طرق متنوعة وسهلة لبناء وتوزيع وتصنيف المعلومات للقيام بالمهمة التقييم بصورة سريعة وسهلة.

٩. الإستفادة القصوى من الزمن

إن توفير عنصر الزمن مفيد وهام جدا للطرفين المعلم والمتعلم، فالمتعلم لديه إمكانية الوصول الفوري للمعلومة في المكان والزمان المحدد، وبالتالي لا يوجد وقت ضائع للانتقال من البيت إلى قاعات الدرس أو المكتبة أو مكتب المعلم والأمر ينطبق على المعلم سواء في تقديم الدرس أو في الإجابة على الإستفسارات عبر الإتصال الفوري.

١٠. تقليل الأعباء الإدارية بالنسبة للمعلم

يؤدي التعليم الافتراضي إلى تقليل الأعباء الإدارية التي كانت تأخذ من المعلم وقت كبير مثل استلام الواجبات والتصحيح وغيرها حيث أصبح بإمكانه الإستفادة من الأدوات الإلكترونية لتقليل الوقت والجهد والإستفادة من وقته في تطوير أساليبه التعليمية وجعلها أكثر إبداعا.

١١. تقليل حجم العمل على الهيئة الإدارية التعليمية

التعليم الافتراضي بتوفيره لأدوات تقوم بتحليل الدرجات والنتائج والاختبارات والإحصائيات والأرشفة وغيرها قد وفر الكثير من الوقت والجهد الذي كان يهدر على أعمال روتينية حيث أصبحت الإدارة التعليمية أكثر متفرغة لوضع خطط التحسين والتطوير الأكثر أهمية ولتنفيذ خطط التنمية الأكثر إبداعا.^١

١. راجع مصطفى يوسف كافي: «التعليم الإلكتروني والاقتصاد المعرفي»، ٢٠٠٩.

أهمية التعليم الافتراضي في مجال العلوم الدينية

لا تختلف العلوم الدينية عن باقي المجالات التعليمية في إمكانية الاستفادة من الفرص والمميزات العديدة التي يقدمها التعليم الافتراضي، ولكن هذه الورقة تفترض أن هناك عوامل تجعل التعليم الافتراضي في مجال العلوم الدينية ضرورة لا مناص منها، بل وتفوق ضرورته في مجال العلوم الدينية أي علم آخر في هذا العصر، وفيما يأتي تحليل لهذه العوامل مع بيان الأسباب التي تربط كل عامل بالتعليم الافتراضي:

١. التحديات التي تواجه التعليم الديني

إن المادة الدراسية لا بدّ أن تتصف بكونها حقيقية، وواضحة لكي يتمّ التسليم لها والإقتناع بها، وإذا كانت كذلك فإن النتيجة ستكون متعلما متمكنا من المادة نظريا وقادرا على تطبيقها في مسيرته الحياتية.

ولما كان التعليم الافتراضي يتوجه إلى مجاميع كبيرة، بل وهائلة من المتعلمين بخلاف التعليم التقليدي الذي يقتصر على مجموعة قليلة مختارة منهم فيمكن تخيل مدى الأثر العاجل الذي ستركه المادة الدراسية الواضحة والحقيقية على المجتمع ككل. من هذا المنطلق فلا بدّ أن تقدم الجامعة الافتراضية الإسلامية منهجا علميا يتصف بالمصداقية في عمق جزئياته كي تكون قادرة على تخريج أجيال عصبية على الإختراق من قبل الفكر المناوئ وخاصة الفكر الإلحادي في موجته الكاسحة الجديدة. وكمثال على ذلك فإن أحد مخرجات الفكر العلماني- الآتي من الشرق- هو زعمه بتاريخانية الإسلام والقرآن.

إن المنظر الرائد لهذه الفكرة التي تروج إلى بشرية الدين الإسلامي ودستوره القرآن الكريم، الأستاذ في جامعة السوربون الجزائري محمد أركون- مفكر وباحث أكاديمي ومؤرخ من أصل جزائري- وتلامذته، وهذا المشروع الأركوني أضحى أحد اهتمامات الشبيبة العربية والإسلامية ومثارا للعديد من الأسئلة والشبهات، وكذلك أفرز نتاجا متولدا منه كنتاج محمد عابد الجابري- مفكر وفيلسوف عربي من المغرب- في مؤلفاته عن نقد العقل العربي.

للأسف الشديد فإن الرد الانفعالي على هذا المشروع والقائم على الصد والتكفير لم يؤد إلا لإزدياد الموجة إنتشارا لأن الفكر لا يُرد إلا بفكر آخر لا بردود فعل وبيانات تكفير، فما ينبغي عمله في مثل هذه الحالات هو توفير المعرفة الصادقة التي تفند ما يهدف إليه المشروع ومثل هذه المعرفة تركز من جهة على ملاحقة معلومات هذا المشروع وإظهار واقعها، ومن جهة ثانية على ملاحقة المعلومات الرادة على هذا المشروع وإظهار واقعها أيضا.

ومثال آخر أخطر يتعلق بالفكر الإلحادي المنتشر حاليا على نطاق أوسع داخل المجتمعات الإسلامية وخاصة المنفتحة فكريا وبدون ضوابط كما في العراق ولبنان. إن أهم رواد هذا الفكر الإلحادي الجديد في عالمنا المعاصر هو العالم المتخصص في علم البايولوجيا كلينتون ريتشارد داوكنز- عالم سلوك حيوان وعالم أحياء تطوري وكاتب- وزميله الفيزيائي المتخصص في علم الكونيات لورنس كراوس- فيزيائي وفلكي ومؤسس ل"مشروع الأصول" في جامعة أريزونا ويعتبر الكتاب الإلحادي (وهم الإله) لداوكنز أحد أكثر الكتب إنتشارا.

ومن المؤسف أن يكون لمثل هذا الكتاب تأثيرا آخذ بالإزدياد في المجتمع المسلم، خصوصا وأن هناك من يروج لهذا الفكر بقوة ويجتهد في ترجمة الكتب الإلحادية والمحاضرات والفيديوهات المتصلة أولا بأول إلى اللغة العربية ومن ثم نشرها على الإنترنت لتكون في متناول الجميع.

إن موجة الفكر الإلحادية الجديدة لا تدعو إلى إنكار الخالق عز وجل ضرورة ولكنها على أي حال تدعي قصور الدين في فقهه وعقائده عن اظهار عظمته كما هي مشاهدة الآن، ولهذا يسمى داوكنز الخالق بالمصمم الذكي دلالة على لا نهائية الإبداع في هذا الخلق العجيب، ومن خلال هذه الخدعة يتسرب مثل هذا الفكر الإلحادي تدريجيا إلى عقول من يرفض إنكار بديهية وجود الخالق.

1. The Origins Project

ولهذا فإن إثبات متانة الأساس العقائدي للدين الإسلامي في قبال المشككين به لا تعني إثبات وجود الخالق، بل أساسا إثبات متانة ما ينطوي تحته من فقه وتشريع وأسلوب حياة.

والسؤال الموجه هنا:

- هل لدينا القدرة نظريا وعمليا على إظهار تلك المتانة لتصل إلى عقول المسلمين وخصوصا الشباب منهم؟
- وما هي الأساليب التي تمكن مثل هذا الإظهار ليمتد في عقول ملايين المسلمين المعرضين لهذه الهجمات المشككة بدينهم؟
- إن الجواب عن الشق- النظري- قد لا يقتضي أكثر من أمرين سبق الإشارة إليهما، أي:
 - ضرورة دراسة الفكر الإلحادي عميقا منهجا وتاجا، تأتي مشروعية هذه الضرورة منطقيا من حقيقة أنك لا يمكنك أن تجابه التحديات دون أن تعرفها.
 - الفهم الصحيح للإسلام قرآنا وسنة من أجل الجواب الحقيقي الصادق على تشكيكات الفكر الإلحادي، منطقيا فلن تكون لك القدرة على المجابهة من دون سلاح قوي وتعرف كيف تستخدمه.

ولكن من الناحية العملية فإن ذلك لا يكفي بالطبع فالمهم هو القدرة- نظريا وعمليا- على توصيل هذه المعرفة إلى عقول الملايين من الشباب المعرضين لهذه الهجمات العلمانية والإلحادية وهنا يكمن التحدي الأساسي.

هذه الورقة تفترض أن التعليم الافتراضي يمثل مفتاح أساسي لمعالجة هذا التحدي في شقيه النظري والعملي ويتم تحليل ذلك في الآتي:

إن التعليم الافتراضي قد اجتذب آلاف الباحثين والمؤلفين الذين عملوا على إنتاج دراسات قيمة في مجال الأساليب التفاعلية الأكثر فعالية في إيصال أي معلومة للملايين المتعلمين وذلك من خلال الاستفادة من آخر ما أنتجته التكنولوجيا الرقمية من جانب والأساليب التعليمية القائمة على الدراسات السيكلوجية والتربوية من جانب آخر.

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ١٩٢

لقد تم تطبيق أفضل هذه الأساليب في منصات التعليم الافتراضي العالمية، ولهذا فإن الجانب النظري يكمن في دراسة هذا النتاج المعرفي الهام بعمق ومن ثم تطويره وتسخيره لخدمة مجال التعليم الديني الافتراضي وتحقيق أهدافه. وأما الجانب العملي فيكمن في التطبيق الفعلي لهذه الدراسات في منصات تعليم افتراضية للعلوم الدينية بأفضل تقنيات وأساليب التعليم الافتراضية التي انتجتها مجموع العقول البشرية.

على أن النجاح في توفير منصات التعليم الديني الافتراضي بهذه المقاييس المتطورة لن يعني كسب التحدي نفسه حيث سيبقى التحدي الأساسي ماثلاً في كسر الحاجز بين عموم الشباب وبين منصات التعليم الافتراضي الدينية، خصوصاً أولئك الشباب الذين تغلغلت فتن وشبهات الملاحدة والعلمانيين في عقولهم ولا بدّ من دراسة سبل كسر هذا الحاجز أولاً لكي يتحقق الهدف التام من هذه المنصات.

- فما هو السبيل لذلك؟

قبل الإجابة عن هذا السؤال، لا بدّ من أن نتناول تحدٍ آخر هو في واقعه يمثل أساس الفجوة القائمة بين فئة الشباب المتعلمين والدين والتي أدت إلى تغلغل التيارات اللا دينية في أوساطهم، وهي شبهة العلاقة بين الدين والعلم.

شبهة العلاقة بين الدين والعلم

هذه المسألة كثر النقاش حولها وانقسم الباحثون عموماً إلى جهتين فيما يخصها حسب وجهة نظر كل باحث:

١. قسم يراها علاقة متناقضة،

٢. وقسم يراها متوافقة،

٣. وقسم يرى أن لا علاقة بين الإثنين منهجياً.

والمؤلفات والمقالات بهذا الصدد كثيرة، وعلى الرغم من نشأة هذه الفكرة في أحضان الغرب المسيحي بعد عصور الظلام إلا أنها صُدرت إلى المسلمين وتلقفها البعض وحاولوا اسقاطها ولو بصورة قسرية على التعاليم الإسلامية ومصدرها القرآن.

فالذين يقولون بتناقض هذه العلاقة يركزون على تناقض المعلومة القرآنية مع المعلومة العلمية، ولأن المعلومة العلمية تكون أحيانا قطعية ولا شك فيها فإن من الواجب طرح المعلومة القرآنية ما يستلزم الشك بالقرآن الكريم ككتاب سماوي، ومن هنا تأتي الشبهات الكثيرة للملاحظة والمشككين.

أما الذين يرون التوافق بين الدين والعلم فيركزون على بعض الآيات التي تتوافق مع ما هو بديهي من العلم وربما نجد منهم من يحاول التوفيق بين النظريات العلمية وبين القرآن الكريم أو حتى المجازفة باستخراج نظريات من داخل النص القرآني. وأما الذين يرون التغيرات المنهجية بين الدين والعلم فهم يؤكدون على أن لكل واحد منهما موضوعه المستقل عن الآخر وأن القرآن بالأساس كتاب هداية وليس كتاب علم أو تاريخ مثلا.

والواقع أن هذا الموضوع العقائدي المهم كان ولا زال مدخلا للشبهات الكثيرة التي تستلزم منهجية حقيقية وواضحة ومحددة لدحضها وعلى الرغم من أن بعض النخب المفكرة المسلمة اتجهت إلى دراسة نظرية المعرفة وفق الصياغات الحديثة وإلى التوفر على فهم عميق لعمليات التفكيك المعرفي والتي تُستغل لإثارة مثل هذه الشبهات، وبالتالي إبهار عقول الشباب بالإتجاهات اللا دينية- التي تسمى نفسها بالعلمانية تمييزا وتفريقا بين الدين والعلم- فإن هذا الأمر لا يبدو كافيا ومؤثرا فعليا في إلغاء أثر الشبهة على عقول الشباب، وذلك لسببين أساسيين:

١. إن أساليب نقل المعلومة الدينية ما زالت محصورة في إطارها الضيق التقليدي ما يحجبها عن الوصول إلى عموم الشباب البعيد أساساً عن هذا الإطار.
٢. إن أسلوب نقل المعلومة نفسه ولكي يكون فعالا فإنه يجب أن يتناسب مع محتوى المعلومة، ولهذا فإن الأسلوب الفعال في نقل محتوى «لا تنافي بين العلم والدين» أو «أن الدين يحث على العلم» هو في استخدام أسلوب يعكس عدم التنافي والبحث أو بمعنى آخر أن يتم الاستفادة من أحدث الأساليب العلمية في نشر مثل هذه المعلومة.

هذه الورقة تطرح التعليم الافتراضي مجددا كوسيلة فعالة لعلاج هذين السببين ما يؤكد ضرورته القصوى مجددا في مجال التعليم الديني في هذا العصر، ولكن حتى يكون العلاج فعالا لا بدّ من الإلتزام بجملته من التوصيات لكسر الحاجز الذي خلقته هذه الشبهات في عقول الشباب، ومنها:

١. توحيد الخطاب المعرفي الديني عبر منهجية مسألة من النص القرآني، وهنا من الممكن اعتماد صياغات المنهجية العلمية المتفق عليها في إطار البحث العلمي.

والأساس المنطقي لسبب هذا الإعتماد هو في توافق خلق الله مع كلام الله وإذ إن خلق الله كما نراه الآن هو عبارة عن نظام كلي محكم، فإن كلام الله - القرآن الكريم - لا بدّ وأن يكون نظام كلي محكم، ولما كانت المنهجية العلمية قائمة على فكرة النظام وتم من خلالها استكشاف نظام الخلق فهي إذن نفسها ما ينبغي اعتماده في استكشاف نظام الكلام. إن التوصل الى هكذا منهجية تخلص النص القرآني الشريف من التفسير الذوقي - التفسير بالرأي - الذي هو سمة التفسير العام وكذلك تخلصه من التفسير الإحتمالي المتعدد الذي لا يقف على أرضية ثابتة ومحددة، وبكلمة فالمطلوب هو ما ذكرناه من لزوم كون المنهجية حقيقية صادقة.

٢. دراسة الفكر الإلحادي بتعمق والرد عليه بموضوعية بعيدة عن الإتهام والتكفير، هذا يعني ضرورة الإطلاع على العلم الحديث وفلسفته التي يستند عليها الإلحاد المعاصر وعلى ضوء تلك الدراسة تصاغ الأجوبة الداحضة لإشكالات وشبهات هذا العلم سواء على صعيد الحفر التاريخي او على صعيد الكشوف العلمية.

٣. تخريج دعاة مقتدرين ومتوفرين على الكلام بلغتين على الأقل أحدهما اللغة الإنجليزية باعتبار عالميتها حاليا.

٤. لا بدّ من تحديث المنبر الإسلامي ليكون منبرا تفاعليا بدلا من أن يكون منبرا لطرف واحد فقط هو المتكلم الخطيب.
٥. ينبغي اعتماد المناهج الدراسية التي تعمق من ارتباط الطالب بدينه وعدم فصلها بطريقة فصل الدين عن السياسة.
٦. من الضروري أن لا تكتفي الجامعات الإسلامية بالدراسات الإسلامية فقط، بل لا بد من تطويرها لتكون شاملة لكل الدراسات العلمية والإنسانية الأخرى مع ربطها الصحيح بالقرآن الكريم والسنة الشريفة.
٧. وأخيراً يأتي التعليم الافتراضي كمنصة جامعة تحقق الهدف النهائي ليكون أكثر الوسائل تأثيرا لما يوفره من إمكانية الانتشار الواسع والحضور التفاعلي والتبادل المعرفي واسع النطاق، إضافة لباقي مميزاته التي سبق ذكرها.

دور المجتمع العلمي الديني

لهذا المجتمع أهمية بالغة في إعداد الكادر الفاعل على مستوى الفقه أو التفسير أو الخطابة أو حتى الدروس العلمية الحديثة كما أن لهذا المجتمع تأثيرا قويا على بناء عقلية ووجدان المجتمع بما يتوافق وغايات دين الله وأهدافه. ولذا فمن المهم الآن إخراج الحوزات العلمية وحلقاتها الدراسية العامة والمتخصصة وكذلك المؤسسات الأكاديمية الى خارج جدران المساجد والمصليات وذلك عبر الفضاء الافتراضي من أجل توفير المعلومة الصحيحة للعدد الكبير من الطلبة الشغوفين الذين لا تتاح لهم فرصة الحضور الى الحوزات او المؤسسات الأكاديمية.

وهذا يعني ضرورة انتقاء حلقات دراسية لمدرسين مميزين شاملة للمناقشات التي تجري أثنائها بين الطلبة والأستاذ ثم إنتاجها بطريقة إحترافية وملفتة كما يعني أيضا ضرورة توفير كادر تخصصي قادر على نقلها الى ذلك الفضاء بأمثل صورة ممكنة مع التحديث المستمر للحلقات الدراسية ولصورة النقل.

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ١٩٦

عدًا عن ذلك وهو الأهم لا بدّ من التنويه إلى أن تمكين هذا المجتمع بوسائل التعليم الافتراضية توفر فرص هائلة لفعالية أكبر في مجالات التبليغ الديني على مختلف المستويات وبشتى الطرق المتاحة لأن المسلم ينطلق في القيام بذلك من منطلق احساسه بالتكليف الشرعي وهذا ما لا يتوفر في أي منصة أخرى للتعليم الافتراضي (خارج التعليم الديني).

هذا يعني أن التعليم الافتراضي الديني قادر على تحقيق أكبر انجاز على مستوى التعليم الافتراضي لأن نتائجه لا تتحقق فقط من خلال المنتسبين إليه مباشرة بل من خلال فاعلية هؤلاء المنتسبين خارج إطار منصة التعليم الافتراضي، وهذا الأثر الفعال - غير المباشر - للتعليم الافتراضي الديني يعتبر من أهم الخصوصيات التي يمتاز بها التعليم الديني الافتراضي عن غيره ويتطلب رعاية وتخطيط والتزام على أعلى المستويات من القيادات الإسلامية الملتزمة بهذا الهدف التبليغي.

مبادئ التعليم الافتراضي الفعال

في عام ١٩٨٧ قام كل من آرثر تشيكرنغ وزيلدا غامسون - باحث تربوي متخصص في شؤون الطلاب معروف بمساهمته في نظريات تطوير التعليم - بتعريف المبادئ السبعة للممارسة التدريسية السليمة للتعليم الجامعي^١ وهذه المبادئ تعتبر اليوم المرجع الأساسي لتوصيف العلاقة المثلى بين المتعلمين والمعلمين والتي تؤدي إلى نقل المعرفة وتبادلها بشكل نشط ومستمر وفعال وهي تصلح بشكل تام حال استخدام تكنولوجيا الإنترنت خاصة، وملخصها الآتي:^٢

-
1. Seven Principles for Good Practice in Undergraduate Education
 2. <http://www.lonestar.edu/multimedia/sevenprinciples.pdf>

١. تشجيع التواصل بين الطلبة والكلية^١

وهذا التواصل يتم من خلال بشكل فاعل من خلال شبكة الإنترنت سواء أكان متزامنا كما في حال الحوار المباشر في الجلسات الإدارية عبر بعض البرامج المتخصصة كبرنامج الأدوبي كونكت أو عبر الواتساب أو التلكرام وسواها من البرمجيات القادرة على تقديم خدمة التواصل المباشر لأقصى مدى أو قد يكون التواصل غير متزامن كما في حالة البريد الإلكتروني او المحاضرات والدروس المسجلة من خلال نظام إدارة التعليم LMS.

هذا التواصل متعدد الأطراف إذ ممكن أن يكون بين الطلبة والكادر التدريسي وبين الطلبة أنفسهم من داخل وخارج الكلية وبينهم وبين الخبراء ذوي الصلة بالدرس المعني خارج كلياتهم.

٢. تطوير التعامل والتعاون بين المتعلمين^٢

ويتحقق ذلك من خلال تعاون الطلبة على تحقيق المشاريع العلمية بشكل جماعي عبر الوسائل الإلكترونية مثل نظام إدارة التعليم في جامعة المصطفى^٩ العالمية أو في المنصات التعليمية العالمية.

هذا الأمر يثير فاعلية التعلم لديهم وحس الإندفاع والتنافس على تقديم الحلول بدلا من الركود في التعليم التقليدي القائم على مجرد تلقين المواد الدراسية بشكل ممل.

٣. تشجيع التعلم النشط^٣

التعلم النشط هو مجموعة تقنيات هادفة الى تفعيل حس التعلم لدى الطالب من خلال اشراك الطلبة في عملية التعلم والتفكير وتطبيق ما يتعلمونه بشكل جماعي

1. Encourages Contact between Students and Faculty

2. Develops Reciprocity and Cooperation Among Students

3. Encourages Active Learning

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ١٩٨

وتوجد بحدود ٢٥٠ تقنية تفاعلية أعدها الدكتور كيفن بي^١ يمكن استخدامها في التعليم النشط منها ما يتعلق بالطالب ومنها ما يتعلق بالمدرس وإختيارها يقع على عاتق المدرس نفسه بحسب ما يراه مناسباً. وهذه نماذج منه:

١. استخدام المناقشات بين جميع من في الصف وخاصة إن كان عبر الإنترنت.
٢. تبادل الأدوار بين الطلبة والأساتذة بما يسمح للطلبة بتدريس جزء من المادة قيد الدرس.
٣. قيام الطلبة بتحضير مساق دراسي.
٤. جعل الطلبة يقومون بعمل مسابقات تتعلق بالدرس عبر الإنترنت.
٥. تقديم الطلبة لملاحظات ومناقشاتها ومقارنتها فيما بينهم تحت توجيه الأستاذ. ولمزيد من الاطلاع على تقنيات يمكن مراجعة ملحق هذا البحث.

٤. تقديم التغذية الراجعة الفورية^٢

تقنياً تتضمن هذه الإختبارات الإلكترونية القصيرة والتعليقات الفورية حال الدرس من الطرفين: الطالب والأستاذ وأيضاً التعليقات السمعية وأيضاً الإجابة الجزئية أو الكلية على بعض الأسئلة من أجل أن يأخذ فهم الطالب للمادة أو السؤال مساره الكامل.

٥. التأكيد على الوقت حال تنفيذ المهام^٣

من أمثلة التقنيات التي توفر الوقت هو الإشعارات الإلكترونية داخل المساق الدراسي الافتراضي أو التذكيرات عبر البريد الإلكتروني وأيضاً تقنيات معايير التقييم لمستوى الطالب.

١. د. كيفن بي هو مدير أكاديمية التعليم المميز في جامعة جنوب فلوريدا وملخص سيرته موجود في الرابط أدناه:

<http://www.usf.edu/atle/about-us/kevin-yeo.aspx>

2. Gives Prompt Feedback

3. Emphasizes Time on Task

٦. الإبلاغ عن توقعات عالية^١

هذا المبدأ ينص على ضرورة تحفيز الطلبة على تحدي المهام والواجبات الصعبة من خلال إعطاءهم الوعود الصادقة بأن إنجازاتهم سيتم الإهتمام بها وسيتم مكافأتهم عليها ماديا ومعنويا.

مثال: يمكن أن تحفز الطلبة على تطوير بحث ما أو مقال ما قدموه سلفا بتوقع أنه سينشر في مجلة عالمية أو دورية مشهورة ما يعطيهم الدافع القوي للتطوير.

٧. احترام المواهب وطرائق التعليم^٢

هناك طرائق متنوعة للتعليم قد ينتقيها الطلبة الأذكياء وربما يصعب تطبيقها من قبل الكادر التدريسي.

مثال على ذلك أجراء التجارب في الواقع الافتراضي- المحاكاة- أو عمل فيديوهات تتعلق بالمادة قيد الدرس أو تنظيم المادة الدراسية بشكل أفضل مما موجود باستخدام أحدث التقنيات وإحترام كل هذا النشاط يعني رعاية المواهب وتشجيعها وتحفيزها.

نموذج التعليم الافتراضي الفعال

إن أحد أفضل الأمثلة التطبيقية على التعليم الافتراضي الفعال التي تحدّث دائما من أجل تحقيق شروط التعليم الفعال الآتية هي منصات edx و Coursera^٣، فنظرة خاطفة على بعض المساقات مثل مساق Introduction to Computer Science^٤ أو مساق العدالة Justice^٥ تظهر مدى إستجابة المساقين الى شروط التعليم الفعال سواء أكان افتراضيا أم حضوريا أم مدمجا.

1. Communicates High Expectations

2. Respects Diverse Talents and Ways of Learning

3. www.coursera.org

4. <https://www.edx.org/course/introduction-computer-science-harvardx-cs50x>

5. <https://www.edx.org/course/justice-harvardx-er22-1x-1>,

<http://www.shamsunalarabia.org/php/course/details.php?courseID=21>

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ٢٠٠

ويمكن ملاحظة الطريقة التحفيزية الرائعة في المساقين من خلال تحويل المحاضرة الى مادة مسرحية يتفاعل فيها الطرفان:

- الأستاذ وطلبته من خلال المناقشات والإعراضات،
- ومن خلال عرض المادة على وسيلة إلكترونية،
- ومن خلال نزول الأستاذ الى مكان جلوس الطلبة أو صعود الطلبة الى المسرح،
- ومن خلال الإستفتاءات التي يجريها الأستاذ لمعرفة موقف الطلبة من مسألة ما ثم الإختيار العشوائي لبعضهم من أجل أن يشرحوا سبب موقفهم،
- ومن خلال المناقشات بين أطراف المواقف المتعارضة،
- وكذلك من خلال استخدام اللوح الإلكتروني التفاعلي.

ولا تخفى أيضا طريقة الإلقاء الكارزيمية للأستاذ والأثر الذي تتركه عفويته في طرح المادة وثقته بنفسه وتمكنه من المادة العلمية وأساليب التعليم المختلفة على المتعلمين من شدة استقبالهم وتفاعلهم مع المعلومة، ويمكن ملاحظة العديد من تقنيات التعليم النشط متحققة في هذين المساقين المنقولين مباشرة من قاعات جامعة هارفرد في اميركا.

من خلال مراقبة النماذج المختلفة لما تقدمه هاتين المنصتين من الدروس الافتراضية يمكن أن نلمح أهم الفوارق بين التعليم الافتراضي والتعليم الحضوري التقليدي، والتي نلخصها في الجدول الآتي:

التعليم التقليدي	التعليم الافتراضي
منهجيا فتركيزه غالبا على المعلم باعتبار أن له الدور الأول في التعليم	منهجيا فإنه يركز على المتعلم باعتباره هدف التعليم لا على المعلم
يركز على المحتوى (حفظا بالأساس) بصرف النظر عن ضمان فهمه كاملا	يركز على هدف التعليم الذي هو استيعاب وفهم وهضم المادة التعليمية بشكل تام

لا تتجاوز التقنيات فيه بضعة طرائق الصور التوضيحية والإحالات إلى بعض المصادر والإلقاء غير الملفت غالباً	تعدد التقنيات للتعليم النشط فيه الى عشرات التقنيات الإبداعية المحفزة للطلبة
إمكانية الإختبار محدودة لبعض الطلبة غالباً والإختبارات النهائية تتطلب وقتاً كبيراً للإجابة والتقييم	امكانية إختبار الطلبة جميعاً في أي وقت ولأي مادة مع إستحصال الإجابة الفورية منهم
التعليم التقليدي غالباً ما يكون مملاً ومنفراً مهماً كان جيداً	التعليم الافتراضي الجيد هو تعليم تحفيزي لكثرة وسائل النشاط فيه
لا يقدم سوى المادة الملزمة أسئلة نهاية الفصل أو الأسئلة العامة دون أي مساعدات لإستراتيجيات الحلول لها	التعليم الافتراضي يوسع من التفاصيل المتاحة للدرّوس من حيث كثرة الأسئلة وإمكانية الإجابة الجزئية أو الكلية عليها في أي لحظة
بالكاد أن يكون هناك تعليم تفاعلي في الصف التقليدي	التعليم الافتراضي هو تعليم تفاعلي متزامن أو غير متزامن بين كل الطلبة وبينهم وبين الأساتذة
هذه الميزة لا تتوفر في التعليم التقليدي إلا نادراً جداً	الكادر التدريسي في التعليم الافتراضي يتجاوز معلمي المدرسة إلى أقرانهم في كل مدارس أو جامعات العالم
لا بدّ من هذا الأمر في التعليم التقليدي	التعليم الافتراضي لا يحتاج إلى مرفقات مادية كثيرة هو لا يحتاج إلى صفوف وقاعات ومختبرات ووسائل نقل ميكانيكية، وما إلى
ذلك غير ممكن في التعليم التقليدي إذ نحتاج إلى مختبرات متنوعة ووسائل نقل ووسائل الاعلام كالصحافة والتلفاز واعلاناتها لعمل الاستبيانات والإستفتاءات أو حتى الخروج من اول الصباح إلى آخر النهار لتوزيع اوراق الاستبيان او الإستفتاء	إمكانية اجراء التجارب كافة من خلال نظم المحاكاة التي بدأت تتواجد بكثرة كمواقع على الإنترنت وكذلك اجراء الاستبيانات على صعيد الدراسات الإنسانية مثلاً والإستفتاءات لبيان المواقف من موضوع ما، وكل ذلك بكلفة إقتصادية
التعليم التقليدي هو تعليم مقيد ومكلف وغير فعال وقليل الإنتاجية	التعليم الافتراضي هو تعليم حر وغير مكلف وفعال جداً مع التقدم في التقنية الإلكترونية وقادر على إنتاج اجيال من العقول القادرة على حل مشاكل العالم على كل صعيد

التعليم الافتراضي الديني ونشر الدين الإسلامي الأصيل

إن الدعوة الى الله عز وجل هي من صميم واجبات الفرد المسلم، قال تعالى: «وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ»^١.

وحيثُ أن سبل الدعوة الى الله معلومة للمسلمين بشكل عام من خلال النص القرآني والسنة الشريفة إلا أن التفسيرات الخاطئة لكل منهما انتجت إجتهاادات لا تمس الدين الإسلامي بصله وما الحركات التكفيرية التي تتسمى بالإسلام إلا نموذج واحد للأثر التراكمي لهذه التفسيرات الخاطئة على مر التاريخ، ولعكس أثر هذه التفسيرات الخاطئة التي تعكسها هذه الجماعات وتروج لها وسائل الاعلام على أنها إسلامية فإن مسؤولية ودور المبلغين والتربويين الذين يحملون على عاتقهم نشر الدين الإسلامي الأصيل تكون أكبر وأكثر خطرا. إن ما نشهده الآن من تنوع كثير في وسائل التبليغ الإلكترونية وأهمها التعليم الديني الافتراضي عبر المنصات الإلكترونية وعبر وسائل التواصل الإجتماعي كالفيسبوك وتويتر وواتساب وتلغرام وغيرها لا تمثل فقط تهديدا بسبب استغلالها السيء من قبل هذه الجماعات التكفيرية ومن يعتمد إستغلالهم لتشويه الدين الإسلامي، بل تمثل أيضا فرصا حقيقية للمبلغ التربوي الملتزم إذا قام بالإستفادة منها بالصورة السليمة والفعالة للتعريف والدعوة إلى الدين الإسلامي الأصيل. وبالنسبة الى التعليم الافتراضي أصبح من واجب المبلغ أن يتعلم كيفية إستخدام المنصات الإلكترونية ويتابع تحديثات الإستخدام وأن يطور نفسه من حيث الإستفادة من آليات التعليم التي توصل الفكرة بكل وضوح. إضافة لذلك فعليه أن يتعلم لغة عالمية واحدة على الأقل ليتواصل مع الملايين من الذين يتكلمون بها وأن يتوفر على ثقافة واسعة بالأديان السابقة والنظريات الفلسفية والعلمية وتمكن تام وحافضة قوية ليستطيع الرد على أي إشكال أو سؤال يتعلق بالدين الإسلامي الحنيف.

وهنا أشير إلى أحد أشهر الأمثلة المؤثرة وهو الجنوب أفريقي أحمد ديدات ومن بعده الهندي د. ذاكر نايك الذين عمّت مناظراتهما العالم الافتراضي وخاصة في منصة اليوتيوب، وللأسف أن لا نجد شخصيات لها نفس هذا التأثير العالمي من شخصيات تحمل همّ نشر الإسلام المحمدي^٩ الأصيل في الجمهورية الإسلامية أو العراق أو لبنان رغم توفرها على حوزات علمية فاعلة.

من هنا فلا بد من إيلاء هذا الجانب أهمية بالغة وتحديث برامج إعداد المبلغين لتكون وافية للشروط العامة التي ذكرناها قبل قليل مضافة الى ما هو في صميم صفات المبلغ الناجح المتحلي بالصدق والورع ومزاوجة القول بالفعل.

التعليم الافتراضي الديني (التحقيق والتمويل)

١ - تحقيق وتطوير المنصة الافتراضية للتعليم الديني

- لكي يتحقق إنشاء منصة تعليمية افتراضية فاعلة فلا بد من توفر عدة أمور مالية وتقنية وبشرية، وفي هذه الورقة البحثية المختصرة نكتفي بالإشارة إلى أهم المتطلبات بإيجاز:
- كادر تصميم وإشراف برمجي متخصص وخبير،
 - معدات إلكترونية تخصصية: حاسبات وبرمجيات وسواها،
 - سيرفر للمنصة فيه كل المميزات اللازمة ومنها: الحماية المشددة، امكانية استرجاع المنصة حال تعرضها لأي هجوم أو تلف خلال فترة قصيرة، وجود نسخة إضافية من المنصة تعوض عن تلك التي تلفت لحين اصلاحها.
 - وجود أساتذة يجمعون بين غزارة المحتوى وبين تقنيات تحويل المحتوى الى شكل تفاعلي.
 - وجود إدارة خاصة للمنصة تعمل في مبنى مصمم بشكل تتوزع فيه المهام بين الموظفين بطريقة احترافية.
 - التحديث المستمر للمناهج وكافة المعدات والبرمجيات اللازمة.

وطبعاً الأمور التفصيلية لإنشاء المنصة تذكر مقدماً في دراسة جدوى معتمدة وتوجد في الإنترنت مقالات عديدة عن اعداد دراسات الجدوى الخاصة بالتعليم الافتراضي.

٢- تمويل إنشاء وإدارة المنصة الافتراضية للتعليم الديني

لعل هناك عدة نماذج تعكس طرق تمويل مختلفة للمنصات التعليمية، ولكن أبسطها وأنجحها وأكثرها ملائمة لمنصة التعليم الديني الافتراضي هي المنصات الافتراضية العالمية مثل edx والتي تم انشائها ابتداء بتمويل من مؤسسات وجامعات كبرى ومن تبرعات لبعض الشخصيات المليارديرية العالمية، ولكنها صممت بحيث تتمول لاحقاً بشكل ذاتي. وليتحقق هذا فإن التمويل يكون عبر بعض الوسائل:

- التبرعات من الآخرين عبر فتح حساب خاص بالجامعة في بنك او مجموعة بنوك من اجل تغطية التبرعات من أي بلد،
- أخذ نسبة من قيمة الشهادة التي يعطيها الموقع للطالب الذي اجتاز مساق ما بنجاح.
- علماً بأن الشهادات إختيارية بمعنى أن الطالب ليس بحاجة الى الدفع المسبق للشهادة كما أنها لا تعد من شروط الدخول للمساق- تتفاوت الشروط حسب رؤية مالكي المنصة المعنية- والشهادات غالباً ما تكون بأجور رمزية إلا في المساقات المطولة وذات التخصص العلمي الدقيق.

خاتمة وتوصيات

من خلال ما عرضناه في هذه الورقة البحثية يتبين أن التعليم الافتراضي يمثل بيئة خصبة تفتح آفاق واسعة لتحقيق أهداف التعليم الديني ونشر قيم الدين الإسلامي الأصيل، ولهذا ينبغي الاستفادة الفاعلة منه عبر الدراسة الفعالة لكافة إنجازاته وتقنياته المتطورة وعبر تشكيل فريق عمل متخصص للبحث والتطوير في آخر ما يتوصل إليه من إمكانات وتقنيات ومن ثم التطوير بما يتناسب مع أهداف ومجالات التعليم الديني. وإن النجاح في هذا الأمر لا يتحقق إلا من خلال دعم وتوجيه أعلى القيادات في المؤسسات الدينية والتعليمية للعمل على هذا الأمر بنجد وإخلاص ووعي تام بأهميته وخطورته.

في خاتمة الدراسة نتوجه بهذه التوصيات العامة من أجل تطوير منصات التعليم الدينية الافتراضية الناشئة في بلدانا الإسلامية والتي تحمل على كاهلها همّ نشر الدين الإسلامي الأصيل وذلك لجعلها بمصاف الجامعات العالمية الجاذبة التي تشدّ اهتمام الطلبة، وهي كالآتي:

١. التركيز على الشكل والمحتوى، حيث أن شكل المنصة الافتراضية التعليمية يعدّ عامل جذب مهم للزوار ويعكس حرفية المؤسسة التعليمية ولذلك ينبغي الإهتمام بالتصميم وتغييره مرة كل عامين في الأقل،
٢. ضرورة إعداد المحاضرات بشكل جذاب وتفاعلي والإستفادة من طرق التعليم الفعالة التي ذكرنا نماذج عالمية لها، ولعل أسهل وأسرع الطرق للقيام بذلك هو إعداد محاضرات تفاعلية مستلة من القاعات الدراسية الفعالة والناجحة- الحضورية- مع عملية اخراج ومونتاج لائقة وجذابة،
٣. كما من الأفضل إعادة تحديث المحاضرات الدراسية دوريا (مع بداية كل سنة دراسية أو سنتين)،
٤. من المهم تحويل الأستاذ الجامعي أو الحوزوي التقليدي الى أستاذ بنكهة عصرية قادرة على توصيل المادة بشكل مثير للطلبة، وهذا يعني أنه لا بدّ من التطوير المستمر للأساتذة عبر دورات تخصصية وذلك من خلال التعاقد مع المعاهد ذات الصلة، إن أستاذا مميّزا معنويا ومتمكنا دراسيا يعني طلبة بنفس هذه الصفات مستقبليا وبالتالي تقل الحاجة لهذه الدورات بعد بضع سنين،
٥. الإهتمام بالنواحي الفنية للمنصة بحيث تكون بيئة تعليم ثابتة ومستقرة نظرا للتأثير السلبي الكبير للمشاكل الفنية التي تسبب توقف المتعلم عن تعليمه، ولهذا ينبغي الحرص على توظيف فريق فني خبير أو التعاقد مع شركات تقنية خبيرة ومتخصصة بإدارة وحماية الموقع وحل المشاكل الفنية بصورة لحظية،

٦. ضرورة توفير كادر متفاعل مع المتعلمين من الجانب الإداري لحل اي مشكلة تواجههم بصورة لحظية،
٧. بما أن الدراسة في الجامعة الافتراضية حرّة ولأجل أن تكون محققة لأهدافها التعليمية فمن الضروري أن يكون أسلوب التقييم للمتعلم متوافق مع المبادئ الفعالة وأهداف التعليم الديني على الخصوص ما يعني أنه يجب أن يكون هناك تقييم أكبر لنشاط المتعلم العلمي والتبليغي والسلوكي الذي يمكن رصده تعليميا وليس الإقتصار على الإختبارات النظرية والواجبات البيتية.
- ولأجل تحقيق ذلك يمكن مبدئياً تفعيل منتديات المناقشة ومن خلالها يمكن تقييم مستوى الطالب من ناحية المادة العلمية ومن ناحية مدى تطبيقه لتلك المادة فعليا.
- كمثال: يمكن لمدرس النحو أن يقيم الطالب من خلال رصد الأخطاء العلمية في نماذج من المناقشات التي يكتبها في المنتدى بصرف النظر عن كون تلك النماذج تتعلق بالنحو أو بمادة أخرى كالتاريخ الإسلامي أو التفسير أو غيرهما.
- وكذلك تقييم الطالب من خلال البحوث القصيرة أو المتوسطة أو الطويلة التي يقدمها للأستاذ بمبادرة شخصية وغير ذلك.
٨. لا بدّ من فتح منصة افتراضية تفاعلية من طراز edx أو منصة ادراك خاصة بالمؤسسة التعليمية الدينية توضع فيها المحاضرات المهمة وذات الأهمية البالغة مع إيلاء اهتمام لها وجعل الحصول على شهادتها من ضمن المهام المطلوبة داخل الصف الافتراضي لأي درس.

٩. نوصي بشكل خاص بضرورة تحويل منصات التعليم الدينية الافتراضية الى منصة شاملة لكل التخصصات الأخرى كالطب والهندسة والإنسانيات بشكل عام مع اضافة مسحة إسلامية مؤثرة على تلكم التخصصات، ذلك لأن هذه التخصصات تعتبر عنصر جذب للآلاف من الطلبة التواقين للمعرفة العلمية مدمجة بالمعرفة الدينية الراقية.

وأخيراً نأمل أن يكون لهذه الورقة البحثية المتواضعة أثراً إيجابياً في الالفات إلى أهمية التعليم الديني الافتراضي وحث مؤسساتنا التربوية والتعليمية ببذل المزيد من الجهود الجادة للإستفادة منه بصورة فعالة تحقق المطلوب.

قائمة المصادر

١. القرآن الكريم.
٢. مصطفى يوسف كافي؛ (٢٠٠٩)، التعليم الإلكتروني والإقتصاد المعرفي، عمان: دار المنهل ناشرون.

3. Ghirardini, Beatrice; (2011), **E-learning Methodologies: A Guide for Designing and Developing E-Learning Courses**, Instructional Designer, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO).
4. <https://ar.wikipedia.org/wiki/>
5. <https://futurism.com/heres-everything-you-need-to-know-about-elon-musks-humanai-brain-merge/amp/http://ibelieveinsci.com/?p=28802>
6. <https://www.edx.org/course/introduction-computer-science-harvardx-cs50x>
7. <https://www.edx.org/course/justice-harvardx-er22-1x-1>
8. <http://www.lonestar.edu/multimedia/sevenprinciples.pdf>

التعليم الافتراضي الديني (الفرص والتحديات) / ٢٠٨

9. http://www.riemysore.ac.in/ict/unit_7_elearning.html
10. <http://www.shamsunalarabia.org/php/courseDetails.php?courseID=21>
11. <http://www.usf.edu/atle/about-us/kevin-yeo.aspx>
12. www.coursera.org/

توظيف الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني

الكاتبة: الدكتورة نهى حامد طاهر عبدالحسين الطائي (عراق)^١

قبول: ١٤٣٨/٠٣/٠٤

استلام: ١٤٣٨/٠١/٢٨

المستخلص

أصبحت الحضارة الإنسانية تتسم بالتغير السريع المتلاحق في المعارف وإزدياد تطبيقاتها التكنولوجية كما ونوعا مما نتج عنه تغير في معايير تقييم المجتمعات وفقا لمدى الإرتقاء التكنولوجي والمعلوماتي وعلوم المستقبل للتحوّل من مجتمعات هامشية مستهلكة إلى مجتمعات منتجة متحررة من الملكية الفكرية عن طريق التأكيد على مستويات الإلتقان ومعايير الجودة التعليمية والتوظيف الجيد للتكنولوجيا. كما وتسعى دول العالم أجمع - المتقدم منها والنامي - إلى تطوير مظاهر العيش فيها إكذاء وروح النمو الشامل بين الأفراد والجماعات من مواطنيها وتوطيد إتصالها بما يعيشه العالم من تغيرات متسارعة وهذا يتطلب اللهاث في طلب العلم على إعتبار أن طلب العلم فريضة وفي الأخذ بأسباب التطبيقات العلمية وهو إمتداد للفريضة وفي إشاعة الروح العلمية بأبعادها النظرية والتكنولوجية وهي سنة تتوارثها أجيال الأمم. وفي ظل التطورات التي يشهدها العالم اليوم كان لا بد للطلاب أن يسأل نفسه أين موقعه في خضم هذه الثورات العلمية والصناعية، فما زالت بعض دول العالم تعتمد أساليب التدريس التقليدية التي لا تتوافق مع الحياة العصرية وتفكير الطالب والمعلم في عصر التكنولوجيا والتطور الحاصل في مختلف التخصصات ومنها في مجال التعليم الديني. إذ تعد المؤسسة التربوية والتعليمية الأكثر أهمية لما لها من دور مؤثر في تشكيل شخصية الفرد لا سيما مسؤوليتها في تحديد ملامح الثقافة الدينية من خلال البرامج التعليمية ونوعية المعارف والمعلومات المقدمة للطلاب التي تحدد اتجاهاتهم القيمة وممارساتهم السلوكية.

١. ماجستير في لجنة علم النفس، كلية الكفيل الجامعة، العتبة العباسية المقدسة، كربلاء، عراق،

وبسبب ما يبث في شبكات التواصل الاجتماعي من قضايا لا أخلاقية وبعيدة عن القيم والمبادئ الإسلامية والتي تحاول بعض الدول الغربية الصاقها بالدين الإسلامي، لذا كان من المهم استخدام تقنيات الفضاء الإلكتروني داخل التعليم الديني سواء في المراحل التعليمية التابعة للقطاع الحكومي أو المدارس الدينية الحوزوية التابعة للعتبات المقدسة ليتمكن الطالب المسلم من أن يصل إلى أعلى درجة من المعرفة في تخصصه من جهة وللدفاع عن القيم والمبادئ التي زرعه فيه الدين الإسلامي من جهة ثانية.

الكلمات المفتاحية: التعليم الديني، الحضارة الإنسانية، توظيف الفضاء الإلكتروني

مشكلة البحث

في ظل التقدم التقني المذهل الذي يشهده العالم، صار السباحة في الفضاء والفضائي^١ عبر الإنترنت وإجراء الاتصالات والحصول على فيض المعلومات في وقت قياسي أمرا ميسورا للجميع وبطبيعة الحال فإن التقدم لم يصل إلى منتهاه وما زال في الجعبة المزيد ومن التقنيات المستحدثة التي إنتشرت بشكل كبير في الآونة الأخيرة ومن المتوقع أن يصل حجم مبيعاتها بحلول العام القادم إلى ما يزيد عن الـ (٤٥) مليار دولار سنويا تقنية تحويل الموارد الحاسوبية إلى خدمات ضمن فضاء الإنترنت أو ما يعرف بالحوسبة السحابية^٢ التي تمتد خدماتها وتطبيقاتها إلى قطاع التعليم.^٣ كما وتعد شبكات التواصل الاجتماعي وفي مقدمتها فيس بوك^٤ وتويتر^٥ أحد أهم وسائط الإعلام التي تصاعد نجمها في الفضاء السيبراني وبرغم حداثتها تضاعف الإقبال عليها وصارت تلعب أدوارا مؤثرة سياسيا وإقتصاديا واجتماعيا وامتد تأثيرها إلى حقل التعليم حيث يرى كبار خبراء التربية أنها أضافت جانبا من الشكل الإنساني من خلال مشاركة وتفاعل العنصر البشري في العملية التعليمية مما ساعد على زياد الرغبة في التعليم وإن كان هذا لا يمنع من وجود بعض المآخذ عليها.^٦

1. Cyberspace
2. Computing Cloud

٣. عبدالحافظ، ٢٠١١، ص. ١٣.

4. Facebook
5. Twitar

٦. المصدر نفسه، ص. ٦.

ولقد ادى ظهور شبكة الإنترنت والفضاء الإلكتروني وتطورهما إلي إحداث ثورة تكنولوجية غيرت مجالات المجتمع المختلفة وخاصة المجال التعليمي في العالم وعلى الرغم من ضخامة المكاسب الناجمة عن هذا التطور، فإن التهديدات المترتبة عليه تزايدت بالسرعة ذاتها على أقل تقدير وفي العقد الماضي برز الفضاء الإلكتروني بوصفه بؤرة مخاوف تتعلق بامن المجتمعات.

إذ تضاعف التهديدات التي يواجهها أمن الفضاء الإلكتروني وتعاضمت تكاليف الإستجابات المناسبة لها بسرعة تفوق قدرة الحكومات علي التعامل معها وعلى نحو متزايد تصدر أمن الفضاء الإلكتروني أجندات الأمن الإلكتروني في الإستراتيجيات التعليمية للدولة^٢. وفي ظل التطورات التي يشهدها العالم اليوم كان لا بد للطالب أن يسأل نفسه أين موقعه في خصم هذه الثورات العلمية والصناعية فما زالت بعض دول العالم تعتمد أساليب التدريس التقليدية التي لا تتوافق مع الحياة العصرية وتفكير الطالب والمعلم في عصر التكنولوجيا والتطور الحاصل في مختلف التخصصات ومنها في مجال التعليم الديني^٣. إن العلوم الدينية أصبحت في الوقت الراهن لا تستغني عن إستخدام تكنولوجيا الفضاء الإلكتروني في مدارسها أو جامعاتها فهذه الوسائل تساعد جميع الطلاب على سرعة الفهم وتحضير المعلومات والثقة بالنفس والإبداع كما تشجعهم إلى تغيير سلوكهم على وجه مطلوب إذ الذي هو من أهداف أساسية من عملية التعليم والتعلم.

طالما توجد هذه الفوائد الثمينة في الوسائل التعليمية، لكن إذا رأينا الواقع الذي ظهر لنا بأنه لم يستخدم هذه الوسائل بصفة عامة في مدارسنا وجامعتنا ومؤسستنا إلا اليسير و ذلك لأن بعض المعلمين والمدرسين لا يزالون يلجأون إلى إستخدام الوسائل المحدودة التقليدية وبنفس الوقت يغفلون عن إستخدام الوسائل الحديثة المتعلقة بتكنولوجيا الفضاء الإلكتروني^٤.

1. Religious Education

٢. عزب، ٢٠١٦، ص. ٥.

٣. بديوي، ١٩٨٨، ص. ١٥٤.

٤. حسين، ٢٠١١، ص. ١٤.

إن العلم والثقافة الدينية ميدان خصب لكل متعلم اذت اراد أن يستزيد من الإحاطة بلغته ودينه ومبادئ أمته وحتى ينتشر هذا الوعي ويعم كان لا بد من توفير المواد التعليمية اللازمة له، ومن أهم تلك المواد المعلومات التي تم توظيفها في التعليم الديني من خلال تكنولوجيا الفضاء الإلكتروني إذ أصبح الفضاء الإلكتروني اليوم يث معلومات تعليمية دينية للطلبة دون الحاجة إلى البحث في الكتب والمجلات وهذا جاء نتيجة للتطور الحاصل في كل مجالات الحياة ولذي كان للتعليم النصيب الأوفر منها.^١

ومن المعروف أن المؤسسات التعليمية التي تتفاعل جيدا مع الفضاء الإلكتروني تعد من أفضل المؤسسات وعلى ذلك يمكنها جذب المزيد من الطلاب وأيضا الحصول على العوائد بسرعة وحتى يمكن له الدخول في ذلك التفاعل من خلال الدروس الإلكترونية أو حتى الدورات التدريبية المتاحة التي تقدمها المؤسسات التعليمية من خلال التعليم الإلكتروني فإنه لا بد من تقديم تلك المعلومات تحت مراقبة ومتابعة بعض الأساتذة المتخصصين في إختيار الموضوعات المناسبة للطلبة وذلك لحمايتهم من الوقوع بإخطار بعض شبكات الإنترنت التي تكون مضادة للقيم والمبادئ الإسلامية.^٢

ولذاك فإنه من الطبيعي أن يتوقف بناء التوقعات الخاصة بإعتماد التعليم على وفق تطور الفضاء الإلكتروني وبرامجه في البداية ثم على تطور الشبكات الإلكترونية التي تربط بينها في مستويات وأشكال متعددة يتصدرها الشبكة العالمية للمعلومات الإنترنت واستخدامها في تدعيم النظم التعليمية بإعتبارها وسائل حديثة للإتصال التعليمي أو بإعتبارها نظما تعليمية خاصة ذات خصائص ومواصفات متعددة تختلف عن تلك النظم التي تعتمد على الإتصال المواجه داخل الفصل الدراسي وجدران المؤسسات التعليمية المختلفة.^٣

١. شاكرا، ٢٠١٣، ص. ٥.

٢. مصطفى، ٢٠١٢، ص. ٢٧٥.

٣. الأحمري، ٢٠١٥، صص. ٦-٧.

ونلاحظ في الوقت الراهن أن معظم المؤسسات الدينية عادة ما تعتمد على شبكات الإنترنت إذا أرادت تعليم القرآن لطلبتها إذ أصبح من الممكن أن تلتقط هذه التعليمات من الحاسوب على شكل كتاب أو يوتيوب على صفحات الإنترنت لدروس في التجويد وتحفيظ القرآن واللغة العربية وقواعدها وغيرها من الخدمات المجانية وبذلك يمكن أن يعد الفضاء الإلكتروني عاملاً مهماً في نجاح العملية التعليمية داخل المؤسسات الدينية.^١

اهمية البحث والحاجة اليه

لقد بدأ التعليم الديني في الدول العربي والإسلامية يضرب بجذوره في عمل التاريخ ولهذا ارتبط التعليم الديني بالهوية العربية والإسلامية مما انعكس على الخصوصية الثقافية والهوية الوطنية للإنسان المسلم، ولهذا أخذت نظم التعليم في الدول العربية والإسلامية بالاهتمام بالتعليم الديني وتخصيص جزء من التعليم الرسمي للجوانب الدينية فيه ومع كل هذه الخصوصية للتعليم الديني في الدول العربية والإسلامية فإنه لم يسلم من تحديات العولمة والتي إتخذت أشكالاً متعددة منها ما هو سياسي وثقافي دخلياً على المجتمعات العربية وطى لها الاستعمار في حقبة تسلط على المجتمعات الإسلامية ثم عززها بالتحديات الاقتصادية والاجتماعية والتقنية مما جعل التعامل معها أكثر صعوبة وأكبر كلفة.^٢

ومن المعلوم ان المؤسسة التربوية والتعليمية الدينية تعد الأكثر أهمية لما لها من دور مؤثر في تشكيل شخصية الفرد لا سيما مسئوليتها في تحديد ملامح الثقافة الدينية من خلال البرامج التعليمية ونوعية المعارف والمعلومات المقدمة للطالب التي تحدد إتجاهاتهم القيمة وممارساتهم السلوكية، وبسبب ما ييثر في شبكات التواصل الإجتماعي من قضايا لا أخلاقية وبعيدة عن القيم والمبادئ الإسلامية والتي تحاول بعض الدول الغربية الصاقها بالدين الإسلامي، لذا كان من المهم إستخدام تقنيات الفضاء الإلكتروني داخل التعليم الديني سواء في المراحل التعليمية التابعة للقطاع الحكومي

١. النجار، ٢٠١١، ص. ١٧.

٢. منصور، ٢٠٠٧، ص. ٢٢.

أو المدارس الدينية الحوزوية التابعة للعتبات المقدسة ليتمكن الطالب المسلم من أن يصل إلى أعلى درجة من المعرفة في تخصصه من جهة وللدفاع عن القيم والمبادئ التي زرعه في الدين الإسلامي من جهة ثانية.^١

ان العالم اليوم يمر بثور علمية نتيجة للتقدم المعلوماتي والتكنولوجي الهائل في مجال التعليم الإلكتروني بجميع أنواعه المترامن وغير المترامن مدعما للعملية التعليمية ليناسب الإمكانيات والقدرات المتفاوتة للمتعلمين وذلك لأن عالم الفضاء الإلكتروني هو عالم متجدد ومتغير يتطور كل يوم ومن الضروري تطوير قدراتنا وزيادة خبراتنا لمواكبة هذا التغيير والتجديد حتى نستفيد من إمكانياتنا بشكل أفضل بما يخدم المؤسسات التعليمية.^٢

فلم تعد أنظمة التعليم التقليدية بتقنياتها المحدودة وتعليماتها الحازمة قادرة على تلبية متطلبات الحياة العصرية المتسمة بالسرعة والمرونة والتغيرات المستمرة فمنذ قرابة الخمسة عقود ابتدأت المحاولات لإنشاء منظومة تعليمية حديثة قادرة على تجاوز المشاكل والصعوبات التي أفرزتها الأنظمة التقليدية في المؤسسات التعليمية وقد أثمرت تلك المحاولات أنظمة أكاديمية حديثة ذات مرونة عالية وقدرة كبيرة على الإستجابة للتحديات التي ولدتها التطورات المتتالية والتغيرات المتسارعة التي حدثت في العالم في الجوانب السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وبشكل خاص التغييرات في تقنية المعلومات والاتصالات ضمن الفضاء الواسع المسمى بـ«الفضاء الإلكتروني».^٣

ان توظيف تقنيات الفضاء الإلكتروني في المجال التعليمي بشكل عام وفي مؤسسات التعليم الديني بشكل خاص يعد الطاقة المحركة لتنمية القدرات المعرفية للأساتذة والطلاب لأنه يهدف إلى تحقيق التقدم المعرفي لدى البشر من خلال التكوين الأمثل

١. الفضلي، ٢٠٠٧، ص. ٢٦.

٢. الأحمرري، ٢٠١٥، ص. ٣.

٣. موسى، ٢٠١٦، ص. ١٧٧.

لقدرات الأفراد ومعارفهم ومهاراتهم بما يمكنهم من التفاعل المباشر والمستمر مع البيئة المحيطة بمكوناتها المادية والمؤسسية فالفضاء الإلكتروني يعمل على إيصال ونشر المعلومات باستخدام تقنيات حديثة كالحاسوب وأجهزة الهواتف المحمولة وأجهزة المساعد الرقمي الشخصي عبر شبكات الإنترنت أو عبر شبكات الإتصال اللاسلكية وذلك لأغراض التعليم والتدريب وادرة المعرفة وتطوير قدرات المتعلم والمتعلمين^١.

ونلاحظ ان اغلب المؤسسات الدينية ومنها الحوزات العلمية بدأت في الوقت الراهن تستند على بعض مواقع شبكات الإنترنت في ارساء تعاليمها للطلبة كما قامت بتصميم مواقع إلكترونية- مثل المنتديات والفيس بوك والتويتر- لها وأصبحت تمثل المواقع الرسمية لها حيث أنشأ عام (١٤٢٧) أول موقع إلكتروني للحوزة في محافظة النجف الأشرف وكان يحتوي هذا الموقع الإلكتروني على أقسام عديدة، فيحتوي على الدروس الحوزوية التي تنتجها الحوزة ذاتيا بجودة عالية والتي بلغت زهاء الألف درس في مختلف العلوم وقد أصدرت كذلك على شكل أقراص مضغوطة توزع على الطلاب وكذلك في الموقع قسم المسائل والرودد الدينية والتاريخية وقسم المقالات الدينية العامة والتخصصية باللغات: العربية، الإنجليزية، الفارسية، الفرنسية، الهندية وهي في تطور مستمر، ويحتوي الموقع كذلك على المكتبة المقروءة باللغات المذكورة نفسها ويحتوي كذلك على المكتبة المسموعة من إنتاج الحوزة نفسها وغير ذلك^٢.

وكان نتيجة لذلك ان بدأت المؤسسات الدينية في إستخدام تقنيات الفضاء الإلكتروني في المكتبة الحاسوب في عملياتها ولا سيما في البحث الالي ولديها فهارس إلكترونية ونصوص كاملة متاحة في موقعها على شبكة الإنترنت، أما النظام الالي المستخدم في قاعدة البيانات فهو نظام كاوش الإيراني ولا توجد اعارة خارجية لكافة انواع مصادر المعلومات فيها وانما تقدم خدماتها عن طريق الاعارة الداخلية وخدمات التصوير والإستنساخ وبث النصوص الكاملة لمصادرها على شبكة الإنترنت،

١. طي، ٢٠٠٥، صص. ٤٤-٤٦.

٢. تنها، ٢٠٠٦، ص. ٣٣.

أما فئات المستفيدين من المكتبة فالمكتبة عامة للجميع ولكافة المستويات العلمية، ولكن أهم فئات المستفيدين هم طلبة الحوزة العلمية وطلبة الدراسات الأولية والدراسات العليا في الجامعات، والباحثين بمختل مستوياتهم وكافة المطالعين الآخرين من أبناء المجتمع وقيد تم إفتتاح جناح خاص للنساء حديثاً في المكتبة.^١

لقد أصبح التعليم الديني سواء في المراحل التعليمية التابعة للقطاع الحكومي أو المدارس الدينية الحوزوية يحتل مكانة بارزة في الأنظمة التعليمية في الدول العربية والإسلامية كافة ومع تطور تقنيات الفضاء الإلكتروني، فإنه يعتقد بأن هناك ثمة احتمال في تقوم بعض الجهات ذات العلاقة بالدين في تعديل مناهج التعليم لتعكس المعتقدات الإسلامية المحافظة، فالتعليم الديني هام جداً بالنسبة إلى أي دولة إيديولوجية تسعى إلى تنظيم انظمتها التعليمية في أي مجال من مجالات الحياة على المدى البعيد لضمان ادراج المزيد من المعلومات الدينية الصحيحة وغير المتطرفة في تعليم جميع الطلاب.^٢

ويمكن القول بأن ينبغي أن يكون الهدف النهائي من إصلاح التعليم الديني في الدول العربية والإسلامية هو التعليم من أجل المواطنة أي تنمية مواطنين مثقفين ومسؤولين يفكرون بحرية ويساهمون في بناء المجتمع ومفتاح ذلك هو الدور الذي يلعبه الدين في المؤسسات التعليمية كافة وتحليل مدى تدريس الدين بطريقة يمكن أن تنمي قيم المدنية والمواطنة، إضافة إلى ذلك مدى إمكانية توظيف تقنيات الفضاء الإلكتروني خلال تعاليمها للطلبة.^٣

وتأسيساً على ما سبق يمكننا التوصل إلى أهمية توظيف تقنيات الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني إذ يعزز هذا التوظيف تفكير الطالب وينمي قدرته على إستيعاب المعلومات الدينية ويساعد على ربطها بأرض الواقع، وبالتالي يحقق في المواطنة الصالحة لمجتمع ولديه.

١. الياسري، ٢٠١٣، ص. ٤٩٨.

٢. فاعور، ٢٠١٢، ص. ٣.

٣. سعد، ٢٠٠٥، ص. ١٥.

هدف البحث

يهدف البحث الحالي معرفة مستوى توظيف تقنيات الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني في الدول العربية والإسلامية.

حدود البحث

يتحدد البحث الحالي بتقنيات الفضاء الإلكتروني المستخدمة في مجال التعليم الديني خلال فترة تطور في الدول العربية والإسلامية ولحد الان.

تحديد المصطلحات

١. توظيف

كلمة توظيف تعود من كلمة (الفاعل وظف، ووظف كلمة تدل على تقدير الشيء، ويقال ووظفت له: أي قدرت له الشيء بنفس الحكم بالوظيفة.^١

٢. الفضاء الإلكتروني

- هو الوسط الذي تتواجد فيه شبكات الحاسوب ويحصل من خلالها التواصل الإلكتروني.^٢
- هي وسيلة لوصف أي شيء مرتبط بالإنترنت وثقافة الإنترنت المتنوعة وهذه الوسيلة تيسر جنباً إلى جنب عند العمل في مختلف مجالات الحياة عبر الإنترنت مع الشبكات العالمية وتحديدًا عندما تشارك الآراء مع الخبرات الاجتماعية والتربوية والدينية والثقافية على الإنترنت.^٣

٣. التعليم الديني

هو نوع من التعليم المنفصل عن مقررات التعليم العام بالرغم من التعليم العام قد احتفظت على مادة الدين ضمن المنهاج الدراسي متعلقة بتعليم اساسيات الدين اطلقت عليها أسماء عديدة منها: الدين، الأخلاق، التربية الدينية والإرشاد الديني.

١. ابن فارس، ١٩٧٩، ج٣، ص. ٣٣٥.

2. Strate, 1999, p. 383.

3. Graham, 2006, p. 179.

ويهدف التعليم الديني إلى تزويد المتعلم بأساسيات الأخلاق والقيم والأحكام الشرعية الذي تهمة في حياته الفردية والاجتماعية وتشتمل مناهجها في الغالب على دروس العقائد والعبادات والمعاملات ومبادئ العلوم الأخرى.^١ هو ذلك التعليم الذي يهدف إلى تربية الناشئة على الدين وعلى شرائع وأخلاقه وأن يصبح ممارسة سلوكية يعيشها الفرد في حيات العامة والخاصة.^٢

نشأت و مفهوم الفضاء الإلكتروني

لقد ظهر مفهوم الفضاء الإلكتروني لأول مرة في عام (١٩٩٠) عندما أخذت استخدامات الإنترنت وشبكتها والاتصالات الرقمية تنمو وتتسع بشكل كبير بين المجتمعات وكان مصطلح «الفضاء السيبراني» يمثل العديد من الأفكار والظواهر الجديدة التي كان ناشئة في ذلك الوقت.^٣

كما ويسمى الفضاء الإلكتروني بمصطلح اخر وهو «علم التحكم الآلي» ويعود هذا المصطلح إلى الكلمات اليونانية القديمة (المحافظ، الموجه، الحاكم، الطيار) وهي كلمات قدمها نوربرت ويينر لعمله الرائد في مجال الاتصالات الإلكترونية وعلوم التحكم ظهرت هذه الكلمة لأول مرة في القصة القصيرة «حرق الكروم»^٤ من قبل ويليام جيبسون.^٥

وتعد قصة حرق كروم إحدى القصص التي كتبها ويليام جيبسون ونشرت لأول مرة في أومني في يوليو عام (١٩٨٢) حيث قام جيبسون بقراءة القصة لأول مرة في مؤتمر الخيال العلمي في دنفر خريف عام (١٩٨١).^٦

١. الصمدي والحللي، ٢٠٠٧، ص. ٢٧.

٢. العايش، ٢٠١٥، ص. ١٠٣.

3. Strate, 1999, p. 384.

4. Chrome Burning

5. Gibson, 2004, p. 12.

6. Wills, 1995, p. 83.

ويمكن للأفراد خلال الفضاء الإلكتروني كخبرة إجتماعية التفاعل وتبادل الأفكار وتبادل المعلومات وتقديم الدعم الإجتماعي وأدارة الأعمال والإجراءات المباشرة وخلق وسائل الإعلام الفنية والألعاب والإنخراط في النقاش السياسي وهلم جرا، وذلك باستخدام هي الشبكة العالمية ويشار إليها أحيانا بأنها «سيبرنوتس» وقد أصبح مصطلح الفضاء الإلكتروني وسيلة تقليدية لوصف أي شيء مرتبط بالإنترنت وثقافة الإنترنت المتنوعة ويعتقد أن هناك مدونة في جميع الأفراد للقواعد المشتركة و المنفعة الأخلاقية المتبادلة للجميع ويرى الكثيرون أن الحق في الخصوصية هو الأكثر أهمية بالنسبة إلى الدستور الوظيفي لأخلاقيات استخدام الفضاء الإلكتروني، هذه المسؤوليات الأخلاقية تسير جنبا إلى جنب عند العمل عبر الإنترنت مع الشبكات العالمية وتحديدًا عندما تشارك الآراء مع الخبرات الإجتماعية على الإنترنت.¹

وقد تطور الفضاء الإلكتروني ليصبح مرفقا عالميا متاحا للعامة وينبغي أن تشكل إدارته قضية مركزية في جدول أعمال مجتمع المعلومات وينبغي أن تكون الإدارة الدولية لإنترنت متعددة الأطراف وشفافة وديمقراطية وبمشاركة كاملة من الحكومات والقطاع الخاص والمجتمع المدني والمنظمات الدولية والمؤسسات التعليمية ويجب أن تكفل توزيعا منصفًا للموارد البشرية وأن تيسر النفاذ أمام الجميع وأن تكفل تشغيلًا مستقرًا وأمانًا للإنترنت مع اعتبار تعدد اللغات وإن تحتوي على قضايا تقنية وقضايا تتعلق بالسياسيات العامة على حد سواء وينبغي أن يشترك فيها جميع أصحاب المصلحة والمنظمات الدولية الحكومية والمنظمات الدولية ذات الصلة.²

مفهوم التعليم الديني

ان للدين الحق في المجتمعات عموما اذ له أثره في تحقيق الطمأنينة النفسية وحث النفس على فعل الخير، والإجابة على أسئلة الموت والبلاء مما يجعل الناس عموما يأملون أن يجدوا في الدين الملاذ والامن والراحة النفسية لحياتهم وأرواحهم ومثلما

1. Graham, 2006, p. 179.

2. قنديل، ٢٠١٢، ص. ٤٣١.

أن الدين يحقق الطمأنينة فقد يؤدي الفهم الخاطئ للدين إلى التطرف والصراع داخل المجتمع نفسه وهذا ما نبه إليه القرآن:

«وَمَا تَفَرَّقَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ إِلَّا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَتْهُمْ الْبَيِّنَةُ * وَمَا أُمِرُوا إِلَّا لِيَعْبُدُوا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ حُنَفَاءَ وَيُقِيمُوا الصَّلَاةَ وَيُؤْتُوا الزَّكَاةَ وَذَلِكَ دِينُ الْقَيِّمَةِ»^١.

بما استدعي توبيخ الله تعالى لهم على إمعانهم في التفرق بعد أن جاءتهم بينة الدين

الحق بما فيها من طريق قويم^٢.

وفي الآية تنبيه إلى أهمية أن يتصد التعليم الديني للخلل الذي يصيب أهل الأديان فيمنع أصحابه عن قبول الحق وينشأ هذا الخلل عن اتباع الهوى وهو أخطر ما يصيب أهل الأديان ولذا كان من أهم مقاصد القرآن ومقاصد الأنبياء عموماً محاربة كهانة الجاهلية والتضليل الذي يزيغ على الناس دينهم وسبيل ذلك ببناء منهج عقلي يتبع الدليل وينقد الأفكار بمنهجية علمية قادر على النقد والتفكيك وقد سعى للتأسيس للمنهج العلمي كما في قوله تعالى:

«وَلَا تَقْفُ مَا لَيْسَ لَكَ بِهِ عِلْمٌ إِنَّ السَّمْعَ وَالْبَصَرَ وَالْفُؤَادَ كُلُّ أُولَئِكَ كَانَ عَنْهُ مَسْئُولًا»^٣.

ليحمي الدين من التدين الخاطئ^٤.

ان التعليم الديني في الوقت الراهن أصبح لديه أهداف عديدة منها:

١. ان يعيش البشر معاً بسلام في هذه الدنيا رغم اختلاف المعتقد.
٢. ان أنبياء الله جميعاً أنبياء لنا باعتبار أن كل الأنبياء يحملون رسالة هداية من الله لا يجوز إهمالها.
٣. ان نتعامل مع الدين ليكون سبباً لسعادة البشر في الدنيا والآخرة معاً.
٤. ان نميز بين الحقائق التي لا خلاف فيها وبين الآراء التي تحتل الخلاف لتقبل التعددية.

١. البينة، ٥-٤.

٢. ابن عاشور، ١٩٨٤، ص. ٤٧٠.

٣. الإسراء، ٣٦.

٤. ابن الأثير الجزري، ١٩٧٩، ج ٤، ص. ٢٩٧.

٥. ان نميز بين ما يدخل تحت مستوى حري الرأي والتعبير في مجال النقد الديني وبين ما يدخل تحت مستوى الجريمة كما في مجال الرسومات المسيئة لأنبياء وحيث ان القرآن وُضع معيارا فما كان بحثا علميا على مستوى الأدلة فيجوز للمتعلم الحق أن يسأل عن أدلة وجود الله ونبوة الأنبياء والقرآن الكريم وما كان على مستوى خطاب العاطفية لا العقل كما في الرسوم الكاريكاتورية فلا يقبل استفزاز المشاعر وترد عقيد الآخرين قيذا على أسلوب التعبير العاطفي لقوله تعالى: ^١

«وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ كَذَلِكَ زَيْنًا لِكُلِّ أُمَّةٍ عَمَلُهُمْ ثُمَّ إِلَىٰ رَبِّهِمْ مَرْجِعُهُمْ فَيُنَبِّئُهُم بِمَا كَانُوا يَعْمَلُونَ»^٢.

وبناء عليه فقد ظهر لمفهوم التعليم الديني وجهات نظر جديدة بأهمية تحديده على ساحة العالم العربي والإسلامي ويمكن إجمال أهم تلك وجهات النظر بما يأتي:

١. مفهوم التعليم الديني وتمييزه عن غيره من أنواع التعليم وخاصة بعد التطور والتشعب الذي عرفه هذا المجال.
٢. تجديد محتويات التعليم الديني وإنتاج مضامين تعليمية، تعلُّمية قادرة على بناء الوجدان التوافقي مع الحداثة- وليس العكس- وهو ما يجعل من تجديد التعليم الديني أحد لوازم ومستلزمات الإصلاح الديني.
٣. تجديد طرق ووسائل تعليم الدين في المؤسسات التعليمية كافة حتى يحقق أهدافه التربوية والأخلاقية وهو ما يفسح المجال لبناء وتبني ديداكتيك حديثة في التعليم الديني.
٤. الإجابة عن حاجات الإنسان الروحية المتجددة والماسة في الفترة المعاصرة والتي تتخذ صوراً مختلفة لا تتطابق مع الحاجات الإنسانية التقليدية.^٣

١. ابن عاشور، ١٩٨٤، ج٤، صص. ٤٥٦-٤٥٥.

٢. الأنعام، ١٠٨.

٣. الراضى وآخرون، ٢٠١٦، ص. ١٩.

فوائد استخدام الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني

يمكن القول أن تقنيات الفضاء الإلكتروني ليست قاصرة على مجال معين، بل هي ممتدة لتقدم خدماتها في جل المجالات إذ يقول روبين كوهين وهو أستاذ من مؤسسة الفضاء الإلكتروني في الولايات المتحدة الأمريكية إنها توفر مرونة مفيدة للأفراد والجماعات للهيئات والمؤسسات والشركات على السواء وقد امتد تطبيقاتها إلى حقل التربية والتعليم وبحسب تقرير حديث في مجال التعليم فإن ثمة إقبالا متزايدا على منظومة شبكات الإنترنت في القطاعات التعليمية وأن خدمة "GoogleApps" والتي تعوّل بشكل رئيس على الحوسبة السحابية يستخدمها حاليا أكثر من ملايين مستخدم حول العالم ينتمون فقط إلى مكونات العملية التعليمية من طلبة ومدرسين ومؤسسات تعليمية وإذا علمنا أن إجمالي المستخدمين لهذه الخدمة من كافة القطاعات يصل إلى مليون مستخدم فإن قطاع التعليم يشكل القسم الأكبر.

وتوجد أيضا تطبيقات أخرى عديدة للحوسبة السحابية يستفيد منها قطاع التعليم منها محرر المستندات^١ وهو خدمة تقدمها جوجل لجميع مستخدميها الذين لهم حساب لديها وتتيح للمستخدم كتابة مستنداته الخاصة ببرنامج واحد يجمع مواصفات عدة برامج^٢.
أن استخدام تقنيات الفضاء الإلكتروني في تدريس القرآن الكريم وكتب الشريعة الإسلامية يعد جزءا لا يتجزأ من عملية التربية والتعليم ولا شك أن توظيف أكبر قدر ممكن من تقنيات الفضاء الإلكتروني له الأثر الكبير في نجاح عملية التعلم الديني وبقاء أثرها لمدة اطول مع بيان الكيفية الصحيحة للاستفادة منها في حياة المتعلم وهو ما اثبتته الكثير من الدراسات ونادت إليه النظريات التربوية الحديثة ومن ذلك المناهج القائمة على مثل تلك التقنيات^٣.

1. Documents Google

٢. عبدالحافظ، ٢٠١١، ص. ٢٢.

٣. الزهراني، ١٩٩٩، ص. ٢٦.

كما وأشار أن استخدام تقنيات الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني تساعد المتعلم على رفع درجة كفاية العلمية والمهنية وتغير من دوره كناقل وملقن للمعلومات إلى دور المخطط والمنفذ والمقوم للتعليم وتساعد على حسن عرض المادة العلمية وتقويمها والتحكم فيها كما تساعد على خلق روح المتعة والتشويق خلال عملية البحث عن المعلومات الدينية في مواقع الإنترنت.¹

إن تقنيات الفضاء الإلكتروني والتي تعول أغلبها على منظومة الحوسبة السحابية تُحقق للطلاب والمعلمين وكافة العاملين بالحقل التربوي والديني ما يلي:

- تعزيز أدوات التواصل والمشاركة الفعالة،
- تعدد وسائل جيدة للمعلم تُعينه على تركيز طاقته ووقته بتعليم طلابه وتوجيههم بشكل صحيح خلال تنفيذه للأنشطة والعمل المنهجي المنظم،
- تتيح عملية التقويم التعليمي على المستويين الفردي والجمعي،
- سهولة العمل على مستند ما سواء في المنزل أو المؤسسة التعليمية،
- لا مجال لفقدان المستندات،
- إمكانية البحث في المراجع العلمية والوثائق على نحو أسرع وأفضل،
- التطوير في توزيع المناهج وترابط وحداتها وكذا التطوير في طرق التدريس،
- يمكن أن يدوم حساب الطالب طوال مسيرته الأكاديمية وأبعد من ذلك إذا لم يطلب إلغاءه.²

عرض النتائج ومناقشتها

- عرض النتائج

من خلال ما تم عرض في الأطار النظري لخصت الباحثة نتيجة هدف البحث بالآتي:

١. الفرج، ٢٠٠٣، ص. ٣٢.

٢. مصطفى، ٢٠٠٩، صص. ٣٧-٣٨.

أن توظيف تقنيات الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني يحقق أهداف عديدة وذلك لأن تقنيات الفضاء الإلكتروني ليست قاصرة على مجال معين في التعليم، بل هي ممتدة لتُقدم خدماتها في جل مجالات العلمية والإنسانية ومنها الدينية.

كما أن إستخدام تقنيات الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني تساعد المتعلم على رفع درجة كفايته العلمية والمهنية وتغيير من دور كناقل وملقن للمعلومات إلى دور المخطط والمنفذ والمقوم للتعليم.

وإن توظيف أكبر قدر ممكن من تقنيات الفضاء الإلكتروني في التعليم الديني له الأثر الكبير في نجاح العملية التعليمية وبقاء أثرها لمدة أطول مع بيان الكيفية الصحيحة لإستفادة منها في حياة المتعلم.

علاوة على ذلك أن تقنيات الفضاء الإلكتروني والتي تُعول أغلبها على منظومة الحوسبة السحابية تحقق للطلاب والمعلمين وكافة العاملين بالحقل التربوي والديني العديد من الفوائد والتي من أهمها:

١. تمكنهم من البحث في المراجع العلمية والوثائق على نحو أسرع وأفضل،
٢. والتطوير في توزيع المناهج وترابط وحداتها،
٣. وكذا التطوير في طرق التدريس.

- التوصيات

١. زيادة الإهتمام بالتعليم الديني عن طريق توفير ما يحتاجه ذلك التعليم من تقنيات تكنولوجيا حديثه،
٢. تدعيم المكتبات سواء في المؤسسات التعليمية التابعة للقطاع الحكومي أو الديني - الحوزة - بمكتبات مرتبطة بشبكة الحوسبة السحابية من أجل تسهيل حصول المعلومات الدينية للمتعلم،
٣. إدخال الطالب في المؤسسات التعليمية على عملية البحث في برامج الإنترنت المختلفة ليتسنى له الوصول إلى معلومات بأسرع وقت جهد ممكن،

٤. التركيز على تعليم اللغات الأجنبية للمتعلمين حتى يتمكنوا من معرفة أهم التطورات والكتب الإسلامية المنشورة من قبل الباحثين في الدول الإسلامية والغربية عن الإسلام على شبكة الإنترنت.

- المقترحات

١. اجراء دراسة عن تهدف تعرف العلاقة بين الفضاء الإلكتروني والوعي الديني بين طلبة الحوزة،
٢. اجراء دراسة تهدف التعرف على مستوى إستخدام طلبة الحوزة العلمية لتقنيات الفضاء الإلكتروني.

قائمة المصادر

١. ابن الأثير الجزري، مجد الدين أبوالسعادات المبارك؛ (١٩٧٩)، النهاية في غريب الأثر، بيروت: لبنان.
٢. ابن عاشور، محمد الطاهر؛ (١٩٨٤)، التحرير والتنوير، تونس: الدار التونسية للنشر.
٣. ابن فارس، أحمد بن فارس؛ (١٩٧٩)، معجم مقاييس اللغة، تحقيق عبدالسلام محمد هارون، بيروت: دارالفكر للطباعة والنشر.
٤. الأحمرى، سعدية؛ (٢٠١٥)، التعليم الإلكتروني، محاضرة في تقنيات التعليم القيت في وزار التربية، قاهره: وزارة التربية والتعليم.
٥. بديوي، توفيق إبراهيم؛ (١٩٨٨)، أثر إستخدام الوسائل التعليمية في تدريس بعض موضوعات التوحيد للصف الأول متوسط علي تحصيل التلاميذ، رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود: كلية التربية.
٦. تنها، عدنان فرحان؛ (٢٠٠٦)، الحوزات العلمية: النشأة والتطور وآفاق المستقبل، اطروحة دكتورا، قم: المركز العالمي للعلوم الإسلامية.
٧. حسين، محمد إلياس؛ (٢٠١١)، وسائل التعليم في تدريس المواد الدينية (معوقات وحلول)، مجلة القسم العربي، باكستان: جامعة بنجاب، العدد ١٨: ٤٧-١٣.

٨. الراضي، رشيد؛ بولحية، يحيى؛ أولاد الفقيهي، عبدالواحد؛ جبرون، امحمد؛ (٢٠١٦)، تجديد التعليم الديني سؤال الرؤية والمنهاج، سلسلة المشاريع البحثية، الرباط: مؤسسة مؤمنون بلا حدود للدراسات والإبحاث.
٩. الزهراني، علي ابراهيم؛ (١٩٩٩)، مهارات التدريس في الحلقات القرآنية، الطبعة الثانية، المدينة المنورة: مكتبة الدار للطباعة والنشر.
١٠. سعد، احمد يوسف؛ (٢٠٠٥)، مفهوم وقضايا المواطنة في النصوص التعليمية بين منهجيات التمكين ومحتويات التعبئة (دراسة تحليلية)، مؤسسة كرانيغي للسلام الدولي في واشنطن، موسكو، بيجينغ، بيروت وبروكسل، بيروت: مركز كرانيغي للشرق الأوسط.
١١. شاكر، بشرى؛ (٢٠١٣)، التربية بين الدين وعلم النفس، مجلة الوعي الإسلامي، الكويت: تصدر عن وزارة الأوقاف والشؤون الإسلامية، المجلد ٧١: العدد ٣.
١٢. الصمدي، خالد؛ الحللي، عبدالرحمن؛ (٢٠٠٧)، ازمة التعليم الديني في العالم الإسلامي، دمشق: دار الفكر المعاصر للطباعة والنشر.
١٣. طي، علي كنانة محمد عبدالمجيد ثابت؛ (٢٠٠٥)، التعليم الإلكتروني باستخدام تكنولوجيا المعلومات والاتصالات نموذج مقترح في جامعة الموصل، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة الموصل: كلية الإدارة والاقتصادية.
١٤. العايش، عبدالله بن حلفان؛ (٢٠١٥)، التعليم الديني في الوطن العربي وتحديات العولمة، المجلة الدولية التربوية المتخصصة، مكة المكرمة: جامعة ام القرى، المجلد ٤، العدد ٢: ١٢٠-١٠٠.
١٥. عبدالحافظ، حسيني؛ (٢٠١٢)، التعليم عبر شبكات التواصل الاجتماعي مزايا وماخذ، مجلة أحوال المعرفة، عمان، العدد ٧٠.
١٦. عبدالحافظ، حسيني؛ (٢٠١١)، الحوسبة الغائمة تكنولوجيا المستقبل للوصول الآمن إلى خدمات الإنترنت، مجلة أحوال المعرفة، عمان، العدد ٦٣.
١٧. عزب، خالد؛ (٢٠١٦)، الفضاء الإلكتروني وسلاحه يحسمان حروب القرن ٢١.

١٨. فاعور، محمد؛ (٢٠١٢)، التعليم الديني والتعددية في مصر وتونس، بيروت: مركز كراينغي للشرق الأوسط، مؤسسة كراينغي للسلام الدولي في واشنطن، موسكو ، بيجينغ، بيروت وبروكسل.
١٩. الفرج، عبدالرحمن مبارك؛ (٢٠٠٣)، أساليب وطرق التدريس مواد التربية الإسلامية، الطبعة الثالثة، الرياض: مؤسسة الجريسي للطباعة والنشر.
٢٠. الفضلي، عبدالهادي؛ (٢٠٠٧)، التربية الدينية، مؤسسة دار المعيار للفقہ الإسلامي، قم: مركز الغدير للدراسات والنشر والتوزيع.
٢١. قنديل، عابدين عبدالحميد حسين؛ (٢٠١٢)، شروط التدابير المضادة وعناصرها وأهميتها في تعزيز الأمن الجماعي: دراسة نظرية وتطبيقية، رسالة دكتورا غير منشورة، جامع القاهرة: كلية الاقتصاد والعلوم السياسية.
٢٢. مصطفى، مزيش؛ (٢٠٠٩)، مصادر المعلومات ودورها في تكوين الطالب الجامعي وتنمية ميوله القرآنية: دراسة ميدانية بجامعة منتوري (قسنطينة)، اطروحة دكتورا، جامعة منتوري: كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.
٢٣. مصطفى، مزيش؛ (٢٠١٢)، بيئة العمل والتعلم في النظم التعليمية الإلكترونية المستخدمة في التعليم عن بعد، مجلة إقتصاديات شمال افريقيا، قاهره، العدد ٥: ٢٩٨-٢٧١.
٢٤. منصور، مصطفى يوسف؛ (٢٠٠٧)، تحديات العولمة التربوية المتعلقة بالمدرسة وسبل مواجهتها، بحث مقدم إلى مؤتمر الإسلام والتحديات المعاصرة، المنعقد بكلية أصول الدين في الجامعة الإسلامية غزة، في الفترة ٤-٢.
٢٥. موسى، ابتسام صاحب؛ (٢٠١٦)، دور التعليم الإلكتروني في تحقيق مجتمع معرفي، مجلة مركز بابل للدراسات الإنسانية، المجلد ٦، العدد ٤: ١٨٨-١٧٦.
٢٦. النجار، لبيبة السيد؛ (٢٠١١)، صناعة المفتي التعليم الديني، مركز المسبار للدراسات والبحوث، الطبعة الثالثة، دبي: الإمارات العربية.
٢٧. الياسري، محمد حسين خلف؛ (٢٠١٣)، الحوزة العلمية في مدينة النجف الأشرف وأثرها في نشأة المكتبات العامة والخاصة (دراسة حالة)، مجلة كلية التربية الأساسية، جامعة بابل، العدد ١١: ٥٠٢-٤٨٠.

28. Gibson, William; (2004), **Neuromancer: 20th Anniversary Edition**, New York: Ace Books.
29. Graham. M; (2006), **Geography/Internet: Ethereal Alternate Dimensions of Cyberspace or Grounded Augmented Realities?**, The Geographical Journal, Vol. 179, No. 2: 177-188.
30. Strate, Lance; (1999), **The Varieties of Cyberspace: Problems in Definition and Delimitation**, Western Journal of Communication, Vol. 63, No. 3.
31. Wills, David; (1995), **Prosthesis**, Stanford: Stanford University Press.

دور الفضاء الإلكتروني في الحوار بين الأديان

الكتاب: الدكتور سلام رزاق حسون الزبيدي (عراق)^١، علي حمزة مزبان حمادي التميمي (عراق)^٢

قبول: ١٤٣٨/١١/٠٦

استلام: ١٤٣٨/١٠/٢٤

المستخلص

الإختلاف والإتفاق والتحاوور والجدل والدعاية والحقيقة وغيرها من المفاهيم ليست ظواهر ومفاهيم عابرة بل هي نتاجات لصراع امم وقوى دينية وسياسية مؤثرة في بناء مجتمعات وإقامة علاقات بعضها تحمل مصالح لفئة ما واخرى ناشئة من معاناة امة لواقع تعيشه ولظروف قاهرة تمر بها ومن هنا بين الحين والآخر تظهر الحركات حاملة الفكر والسلاح في آن واحد داعية لنشر ما تحمله مبادئ وقيم وقد سجل التاريخ على طوله جانب من هذه الظواهر وظهرت حركات مناهضة لواقعها داعية إلى أن تتحرر مما تمر به هذا من جهة، ومن جهة اخرى ترى ان التاريخ يصور لنا طروحات فلسفية واخرى متطرفة تحمل إنحرافا فكري خطر وثالثة تحمل أفكارا ثقافية إباحية بحجة كونها ترف فني تحمل تلاقح فكري بين حضارات وتنوع وأديان مختلفة على مستوى الإنصهار الإجتماعي والدعوة على التوحيد والتحرر من العبودية والتخلص من الظلم وتطور الأمر في عالمنا اليومي لنرى من هذا التلاقح والتحاوور الفكري ظهر واسعا بتقنياته الإتصالية المتنوعة وهي تنقل لنا قسما من العلاقات بين الأمم تحمل أفكارا مختلفة ومتنوعة وبالأخص ما ظهر في صراع الحضارات بين قطبي المسيحية والإسلامية مما نشأ من هذه العلاقات التأثير والتأثير والقبول والتقبل والريادية والتخليد والبحث عن الهوية (الذات) والنصرة لها والدعوة إليها. ولذا سيجاول الباحث من خلال عنوانه ان يبين طبيعة الحوار ومواضيعه التي صدرت على الفضاء الإلكتروني من خلال مفردات الجدل والبرهان والإستدلال والحوار مع هذه الأديان وما تحمله من حضارات مبينا في ذلك المتناقضات والمتقاطعات والتظييرات في ظل هذا الحوار. وتبنى الباحث بيان دور الفضاء الإلكتروني من خلال تمهيد مبحثن تناول في التمهيد التعريف في الفضاء الإلكتروني ومصاديقه اولا وبيان معنى الحوار كمفهوم وعلاقته مع مفاهيم اخرى مقارنة له وأما في المبحث الأول فقد ذكر الباحث جذور ومنابع الحوار في القرآن الكريم ومصاديقه في المدونة النصية التي جاء بها القرآن الكريم بمطلبين.

١- محاضر في لجنة علوم القرآن، كلية التربية للعلوم الإنسانية، جامعة المشنى، المشنى، عراق،

salamhussain670@gmail.com

٢- الطالب في لجنة علوم القرآن والحديث، جامعة المصطفى ﷺ المفتوحة، قم، ايران،

alsimawi@yahoo.com

والمبحث الثاني ذكر دور الفضاء الإلكتروني في التقريب بين الأديان وتثبيت أركان الحوار ومن ثم خاتمة ذكر فيها جملة من النتائج أهمها ان الحوار أصلاً ثابتاً في الحضارة الإسلامية وهو من مبادئ أسس القرآن الكريم وأسس الشرع الحنيف ولقد سار على هذا النهج أوصياء النبي بعد النبي ﷺ كون الحوار أسلوب من أساليب الأنبياء ومصاديقهم الإلهية الى الإنسان وايضاً توصل الباحث من خلال النصوص الى ان الشريعة الإسلامية أكدت على ضرورة اقامة الحوار والتزام الموضوعية وعدم الخروج عن الموضوع كما بين الباحث على أسلوب خاتم الأنبياء ﷺ في حوار مع اصحابه وكذلك مع المشركين وحملة الأديان الأخرى.

الكلمات المفتاحية: الفضاء الإلكتروني، الفضاء الإلكتروني في التقريب، الحوار بين الأديان

أصل الحوار ومراتبه

قبل بيان أصل الحوار ومراتبه وما يرتبط به لا بد من معرفة معنى الحوار وإستعمالاته في كلمات علماء اللغة.

- الحوار لغة

من مادة «حَوَّرَ» بضم أوله وتشديد ثانيه وبالراء المهملة موضع بالشام^١، والحوار فيمن كسره المحاوره وهو مراجعة الكلام^٢، وذكر المناوي في كتابه:

الحور التردد بالذات أو بالفكر: وتردد في الحال بعد الزيادة فيها، والمحاوره والحوار، المراددة في الكلام ومنه التحاوور.^٣

والحوَرُ، الرجوع عن الشيء وإلى الشيء، حار إلى الشيء وعنه حَوْرًا ومحارًا ومحاورَةً وحَوْرًا رجع عنه واليه.^٤

وفي كتاب «العين»:

الحوَرُ الرجوع إلى الشيء وعنه، والمحاوره مراجعة الكلام.^٥

١. البكري الأندلسي، ١٤٠٣، ج١، ص. ٤٧٨.

٢. الحموي، ١٣٩٩، ج٢، ص. ٣١٤.

٣. المناوي، ١٣٩٩، ج١، ص. ٢٩٩.

٤. ابن منظور، ١٤١٤، ج٤، ص. ٢٦٤.

٥. الفراهيدي، ١٤٠٩، ج٣، ص. ٢٨٨.

والمناظرة، ومن مصاديق الحوار المحاججة وكثير ما جاءت في الأحاديث والروايات ويفهم من خلال ما ذكر إن المعنى اللغوي للحوار هو المراجعة في الكلام لغرض البيان بشكل أوضح ومنه التحوار في الفكر الشامل لكل أبعاده.

- الحوار إصطلاحاً

هنالك مجموعة من التعاريف للحوار إصطلاحاً ذكرها أهل الفن بمختلف توجهاتهم وهي شاملة لما يتناول الحديث طرفان أو أكثر عن طريق السؤال والجواب بشرط وحدة الموضوع أو الهدف، فيتبادلان النقاش حول أمر معين وقد يصلان إلى نتيجة وقد لا يقنع الآخر، ولكن السامع يأخذ العبرة ويكون لنفسه موقفاً.^٢

وعلى هذا الأساس هناك تقارب بين المعنى اللغوي والإصطلاحى من حيث تناول كلا المعنيين لمادة الحوار ويتناقش الطرفان قوة وصحة لهذا الطرف عن ذلك، لذا عدت بعض أفراد المحاور المناظرة باعتبار نقاشهما حول مادة الحديث المواد إثباتها أو العكس.

والأصل الشرعي في الحوار مع أهل الأديان الدعوة إلى الله وعقيدة التوحيد ورد الباطل بالأدلة الصحيحة، قال تعالى:

«وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنَّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ»^٣.

وغيرها، وهذا الأصل الشرعي مأخوذ من بيان الله تعالى لدعوة الرسل الكرام لأقوامهم وقد كان أقوامهم على مذاهب مختلفة ومتباينة، إذ يقول تعالى:

«وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ»^٤.

١. حوار بين شخصين أو فريقين يسعى كل منهما إلى إعلاء وجهة نظره حول موضوع معين والدفاع عنها بشتى الوسائل العلمية والمنطقية واستخدام الأدلة والبراهين على تنوعها محاولاً تنفيذ رأي الطرف الآخر وبيان الحجج الداعية للمحافظة عليها أو عدم قبولها أو هي: النظر بالبصيرة من الجانبين في النسبة بين الشيتين إظهاراً للصواب فالمناظرة هي من الحوار من حيث مادته إلا أن فيه تنفيذ لرأي الطرف الآخر وإظهار الحقيقة على نحو إعجاز لدليل هذا الطرف. (الجرجاني، ١٤٠٥، ج١، ص. ٢٦٠)

٢. النحلاوي، ١٤٢٨، ص. ٢٠٦.

٣. فصلت، ٣٣.

٤. النحل، ٣٦.

فإن اختلاف الناس في أديانهم وعقائدهم سنة قدرها وقضاها رب العالمين لحكمة عظيمة وغاية جلييلة وهي الإبتلاء والإختبار وأعمق خلاف بين الأديان هو الخلاف الواقع بين المسلمين وأهل الكتاب- اليهود والنصارى- على وجه الخصوص وقد نشأ كلام عند اتباع المسيح وبالتحديد منذ منتصف القرن الماضي بعد المجمع الفاتيكاني الثاني (١٩٦٢-١٩٦٥م) إلى شيوع فكرة التنصير والتبشير وهو التنصير تحت عباءة الحوار والتقارب وتفاهم الآخر والإعتراف به والتعاون على القضايا المشتركة بين الأديان وهو مفروض طبعاً جملة وتفصيلاً.

وهذا التطور في الديانة النصرانية من أبرز التطورات بعد مجمع نيقية الذي عقد في سنة ٣٢٥م، الذي قرروا فيه عقيدة التثليث وأعلن دينا رسمياً للدولة الرومانية بعد اعتناق قسطنطين للنصرانية.

فالحوار بين الأديان منشؤها الأصلي من الكنيسة الكاثوليكية وأكثر جمعيات الحوار ومؤتمراتها منها وهذا في حد ذاته مؤشر للأهداف الخبيثة فيه وهذا مرفوض بحد ذاته، فبعد مفاوضات مرثونية طويلة ومملة لم يتوصل الإسلاميون المشاركون فيها إلى الإعتراف من النصارى بأن نبينا من الأنبياء ﷺ وقد جاءت فكرة الحوار بين الأديان عند الكنيسة الكاثوليكية وتوسيع مفهوم الخلاص ليشمل النوع الإنساني بأكمله، وتبرئة اليهود من دم المسيح، والتعاون بين فرق النصرانية المختلفة- الأرثوذكس، والبروتستانت- ومع ذلك فهي تلتقي في الدعوة العامة للإسلام لأصل التوحيد، وقد قام عدد من علماء الأزهر بمعارضة فكرة الحوار بين الأديان معارضة شديدة.^١

ولهذا تكونت لجنة الحوار بين الأديان في الأزهر^٢ بعد طلب من الفاتيكان للحوار أكثر من مرة ورُفضت في بداية الأمر من شيخ الأزهر الدكتور عبدالحليم محمود وقَبِل المشاركة بخطاب بعد ضغط من السادات ثم تم تشكيل اللجنة مؤخراً عندما تكرر الطلب من الفاتيكان في الحوار، فتم توقيع اتفاقية بين المؤسستين في مايو عام ١٩٩٨م.

١. وقد تزعم هذه المعارضة جبهة علماء الأزهر وخاصة الدكتور يحيى إسماعيل الأمين العام للجبهة سابقاً. (انظر: البيان الإماراتية، ١٤٢٢)

٢. المصدر نفسه، ج٤، ص. ١٥٤٣/ج١، ص. ٣٤٣.

وهذه اللجنة وفكرتها لم تكن موضع ترحيب من علماء الأزهر ولهذا رفضت الكليات الدينية وخاصة كلية أصول الدين استقبال مؤتمر حوار الأديان الذي يُراد عقده في نوفمبر (٢٠٠٠م).^١

فالفكرة الموجودة لعقد المؤتمرات لم تكن في الأصل بمبادرة إسلامية ولم ترسم أهدافها وخطتها في بلاد المسلمين، بل جاءت بطلب من الفاتيكان وعليه لم يكن لدى العلماء المسلمين سابقا في التعامل مع الأديان إلا الدعوة أو الجهاد بحسب الشروط الموضوعية والأحوال المتغيرة في التعامل مع أهل الأديان المختلفة التي واجهوها، ولم يكن هناك ثمة رأي يرى الحوار مع الأديان لتحقيق مصالح مشتركة مع الإهمال الكامل للدعوة وإقامة الحججة وبيان الحق وإبطال الشرك،^٢ ولأن مهمة المفاوضات الدنيوية ليس لها علاقة بوصف الأديان فهي متعلقة بالحكومات السياسية وليس بالأديان والمذاهب والأفكار.

ولهذا فإن من العدل والإنصاف عند الحكم على المفهوم العام الإستفصال والتفريق بين الأنواع المختلفة وإعطاء كل ذي حق حقه ووزن كل نوع على حدة ليتميز عن غيره، وقبل الحكم لابد من معرفة المنهج الشرعي في الحوار بين الأديان وتميزه عن المناهج المنحرفة فيه.

فليس في المنهج الرباني تحاور مع الأديان بمعنى التقارب فضلا عن الوحدة، ومع هذا قام المنهج الشرعي في حوار الأديان عموما وأهل الكتاب خصوصا على أربع مراتب متنوعة وهي تلتقي في الدعوة العامة للإسلام، وهذه المراتب هي:

١. مرتبة الدعوة

يقول تعالى :

«قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ»^٣

١. انظر: «الأبعاد السياسية للحوار بين الأديان»، سامر أوريان.

٢. حيدر عبدالأمير رشيد، ٢٠١٢، ص. ٦٥.

٣. آل عمران، ٦٤.

فما دام منبع الأديان واحد وهو الله عز وجل فلا بد أن تكون الدعوة إلى التوحيد كذلك.

٢. مرتبة المجادلة

والمجادلة تتضمن أمرين:

- إقامة البرهان والدليل القاطع على صدق الحق وصحته،
 - والرد الصحيح على الشبهات المانعة من قبول الحق.
- وقد وردت آيات كثيرة في النهي عن الجدل وذمه، كقوله تعالى:
- «وَجَادِلُوا بِالْبَاطِلِ لِيُدْحِضُوا بِهِ الْحَقَّ»^١.

٣. مرتبة المباهلة

قال تعالى:

«فَمَنْ حَاجَّكَ فِيهِ مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَكَ مِنَ الْعِلْمِ فَقُلْ تَعَالَوْا نَدْعُ أَبْنَاءَنَا وَأَبْنَاءَكُمْ وَنِسَاءَنَا وَنِسَاءَكُمْ وَأَنْفُسَنَا وَأَنْفُسَكُمْ ثُمَّ نَبْتَهِلْ فَنَجْعَلْ لَعْنَةَ اللَّهِ عَلَى الْكَاذِبِينَ»^٢.

والإبتهال هنا أي: التضرع في الدعاء باللعن.^٣

وهذه الرتبة في الحوار مع أهل الأديان إنما تكون لمن يجادل بالباطل أو اتضح له الحق وقامت عليه الحجة وأعرض عنها، يقول ابن القيم:

أن السنة في مجادلة أهل الباطل إذا قامت عليهم حجة الله ولم يرجعوا بل أصروا على العناد أن يدعوهم إلى المباهلة وقد أمر الله سبحانه بذلك رسوله ولم يقل: إن ذلك ليس لأمتك من بعدك.^٤

١. غافر، ٥.

٢. آل عمران، ٦١.

٣. ذكرت كتب السيرة والتاريخ مباهلة النبي ﷺ ونصارى نجران عن ابن عباس أن وفد نجران قدموا فنزلت آية المباهلة فقالوا أخرنا ثلاثة أيام فذهبوا إلى بني قريظة والنضير فاستشاروهم فأشاروا عليهم أن يصلحوه ولا يلاعنوه وهو النبي الذي نجاه في التوراة والانجيل فصالحوه على الفي حلة. (السيوطي، ١٤٠٥، ج ٢، ص ٤٠)

٤. ابن قيم الجوزية، ١٩٨٧، ج ٣، ص ٦٢٣.

ولها فائدة عظيمة من جهتي إظهار التحدي وتخويف المعاند باللعن من الله.^١

٤. مرتبة المفاصلة والبراءة

المفاصلة والبراءة بين المسلمين والكفار بكل أصنافهم ثابتة قبل الحوار، ولكن المراد بها هنا نوعا خاصا هو بمنزلة البيان الختامي للحوار الذي يتولى ويعرض فيه المحاور عن الحق، كما قال تعالى:

«قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ»^٢.

وبهذا يتبين أنه بعد الدعوة والبيان التام وكشف الشبهة وإقامة الحجة فإن المحاور يتحدد موقفه: إما الإسلام وإما التولي، وحينئذ فلا بد من الحجة والإعلان والإشهاد بعد المحاورات والمفاوضات المنتهية بالتولي والإعراض: بأنا مسلمون ومن سوانا ليسوا كذلك.^٣

فالفكرة الموجودة الآن التي تعقد المؤتمرات لها لم تكن في الأصل بمبادرة إسلامية ولم ترسم أهدافها وخطتها في بلاد المسلمين بل جاءت بطلب من الفاتيكان، وعليه لم يكن لدى العلماء المسلمين سابقا في التعامل مع الأديان إلا الدعوة أو الجهاد بحسب الشروط الموضوعية والأحوال المتغيرة في التعامل مع أهل الأديان المختلفة التي واجهوها، ولم يكن هناك ثمة رأي يرى الحوار مع الأديان لتحقيق مصالح مشتركة مع الإهمال الكامل للدعوة وإقامة الحجة وبيان الحق وإبطال الشرك لأن مهمة المفاوضات الدنيوية ليس لها علاقة بوصف الأديان، فهي متعلقة بالحكومات السياسية وليس بالأديان والمذاهب والأفكار.

١. البيان الإماراتية، ج ٤، ص. ١٥٧٦.

٢. آل عمران، ٦٤.

٣. أبونمر وآخرون، ٢٠١٣، ص. ٦٧.

ولهذا فإن من العدل والإنصاف عند الحكم على المفهوم العام الإستفصال والتفريق بين الأنواع المختلفة وإعطاء كل ذي حق حقه ووزن كل نوع على حدة ليتميز عن غيره، وقبل الحكم لابد من معرفة المنهج الشرعي في الحوار بين الأديان وتميزه عن المناهج المنحرفة فيه، وهناك معان للحوار يفترض ملاحظتها وهي:

١. الحوار، حديث شفهي يجري تبادلته بين أكثر من فرد سواء في شارع، بيت، متنزه، مدرسة، جمعية أو منتدى،^١ فهو محادثة بين طرفين أو أكثر من غير أن تكون بينهما خصومة وتعصب.
٢. مراجعة الكلام بين طرفين أو أكثر دون وجود خصومة بينهم بالضرورة.^٢
٣. المحادثة بين طرفين أو أكثر وهذا كما لو تحدث شخص مع شخص آخر أو كما تحدث بين شخص مع نفسه، ففي الحالتين هناك طرفان يتم تبادل الحديث بينهما سواء كان الطرف شخصا واحداً أو أكثر كما إن الأطراف الحوارية قد تكون متعددة كما لو كان هناك ثلاثة أشخاص أو أكثر يتحدثون فيما بينهم.^٣
٤. التجاوب والمراجعة التي تحدث بين طرفي الحوار أي المتكلم والمخاطب ويراد منه تبادل المعلومات المستمر بينهما.^٤
٥. مراجعة الكلام وتداوله بين طرفين وعرفه بعضهم بأنه نوع في الحديث بين شخصين أو فريقين يتم فيه تداول الكلام بينهما بطريقة متكافئة فلا يستأثر أحدهما دون الآخر ويغلب عليه الهدوء والبعد عن الخصومة والتعصب.^٥
٦. مراجعة الكلام وتبادلته بين طرفين متخالفين ينتصر كل منهما لرأيه ويقدم دليله على معتقده رغبة في أن يظهر الحق.^٦

١. الشيخلي، ١٤١٣، ص. ١٢.

٢. تركستاني، ج ١، ص. ٩.

٣. البستاني، ١٤٢٧، ص. ٢٦٦.

٤. الكناني، ١٤٢٦.

٥. القاسم، ١٤٢٣، ص. ١٥.

٦. المسير، ١٤١٨، ص. ١٣.

والظاهر من التعريفات جميعا باستثناء التعريف الأخير متفقة على كون الحوار هو مراجعة ومحادثة بين جهتين أو فردين على نحو بيان المعنى المراد من ذلك الحوار. أما التعريف الأخير يبين رأي كل جهة من خلال الأدلة التي يقدمها كل طرف والإنحياز لها، وهو إن لم نقل متباين كلياً عنها فهو بينهما عموم وخصوص من وجه، فالتعريف الأخير وإن اشترك بكونه مراجعة وتبادل للكلام بين الطرفين إلا إن فيه نوع من الانتصار وإلغاء للطرف الآخر بنحو يكون معدوماً وبهذا يكون قد اختلفت عن بقية التعريفات. والمحصل مما ذكر، إن هناك تقارب بين هذه المعاني لا القسم الأخير ففيه نوع من الإحتجاج لطرف بقوة الأدلة والانتصار لها وتفنيد أداءه بعد ضعفها وعدم مقاومتها للطرف الأقوى وإلغاء للطرف الآخر حيث كانت أدلة هذا الطرف أقوى من الآخر بحيث كانت نتيجتها الإلغاء.

ومع ذلك هناك حوارات يرافقها تهديد ووعيد طالما بقي الطرف الآخر متمتعاً ومتعصباً لرأيه مع كونه غير صائباً ومن دون شبهة له، ولكنه عناداً وتزمتاً برأيه الزائغ عن الحق ففي هذه الحالة يرافقها التهديد والوعيد كما هو الحال في الحوار التهديدي أحد نماذج الحوار الذي يقع بين الحق سبحانه وتعالى وبين الكافرين المنحرفين عن جادة الحق والصواب.

الفضاء الإلكتروني ومصاديقه

تعد ظاهرة الفضاء الإلكتروني من أهم الظواهر العلمية التي برزت في عالم الإنترنت وتعتبر عن أشهر ما عرف في عصر المعلومات لعالمنا المعاصر الذي حمل معه جملة من المتغيرات التي أهمها تنامي ظاهرة العولمة والإرتباط بين دول العالم خصوصاً وأنه يتميز بغياب الحدود الجغرافية وزيادة عملية التدفق الحر للمعلومات والفضاء الإلكتروني عبارة عن مجال طبيعي ومادي ويرى آخرون أنه ذا طابع إفتراضي^٢ وحيث أن لكل ظاهرة أدواتها العلمية والمعرفية فكذلك الحال بالنسبة لظاهرة الفضاء الإلكتروني من إستخدام

١. عادل عبدالصديق، ٢٠٠٨.

الإلكترونيات والمجال المغناطيسي لتخزين وتعديل أو تغيير البيانات عن طريق النظم المتصلة والمرتبطة بالبنية التحتية الطبيعية للتعبير والاتصال وتجاوز الحدود المكانية وضاعف من القنوات لتدوير المعلومات والأفكار وللتعبير عن المهتمين إقتصاديا كالفقراء أو دينيا كالأقباط والشيعية ويكون الفضاء الإلكتروني وسيطا في صنع القرار والرأي العام عبر العمل من خلال أجهزة الكمبيوتر وشبكات الإتصال ويعمل وفق قوانين فيزيائية مختلفة عن قوانين الفضاء الخارجي، فامتدت أدوات الرأي والرسائل النصية والمدونات ونشر المقالات واستطلاع الرأي العام عبر المواقع وغيرها.

هذا وقد اتخذت كافة مجالات الحياة طابعا رقميا في فلك الفضاء الإلكتروني ورافقت التطور المعرفي للمجتمع المبني على ثورة المعلومات والمعرفة، فكان الإنترنت رمزا حيا فعلا في إنتشار المعلومات سواء في مجال إقتصاد السوق أو مجال الأفكار أو المعتقدات أو القيم المعرفية لكل أمة ومجتمع، بل لكل فئة وقرية مما أربك الثقافات السياسية التقليدية ب بروز ظاهرة الرأي الحر ومناقشة نظريات الدولة بمختلف أنظمتها.

وقد قطف المجتمع الدولي ثمار هذه الثورة التكنولوجية على كافة الميادين ومنها: حوار الأديان والحضارات وتوفر مكان خصب لتلاقح الأفكار وإمكان صياغة فكر إنساني مشترك يسوده الوئام والمحبة وصفاء القلوب، فازدادت أهميته فبرز عواقب الصراع على البشرية ومواجهة الخلافات عن طريق الحوار بدلا من العنف والحرب، فأقام الفضاء الإلكتروني تحالفات جديدة في صور شبكات الكترونية بين أفراد المجتمع المدني والمنظمات الدولية والقطاع الخاص، فسادت الشفافية في نشر المعلومات والتعبير عن الآراء والإتجاهات الفردية والمجتمعية مما يسأهم على دعم فكرة السلام على حساب فكرة الحرب مقابل عمل الإنترنت الذي عمل على تفتت المجتمعات القومية والهويات الثقافية والدينية وانتشار جرائم الإنترنت والإرهاب والقرصنة فأحدث تغيرات في بنية المجتمع في حين حاكى الفضاء الإلكتروني البيئة الإجتماعية الطبيعية من جراء وجود مجتمعات افتراضية وتجمهرات رقمية على شبكة الإنترنت فظهر ما يعرف بمجتمع المعلومات وأهم ما يعد نشاطا لها ما يلي:

٢. نقل الأخبار،
٣. المشاركة في إستطلاعات الرأي الإلكتروني،
٤. إنشاء مجتمعات بريدية أو غرف الدردشة،
٥. موقع الفيس بوك،
٦. إنشاء مدونات علمية ثقافية تربوية.

وكذلك ساهم الإنترنت في الترويج للأجندة الدولية لحقوق الإنسان مما ساهم في الضغط على النظم السياسية القائمة لتلبية مطالب شعبها، وأثر الإنترنت على كفاءة التنظيم السياسي من خلال سرعة الإستجابة للأحداث السياسية، وكذلك ساهم في زيادة التعارف بين الشباب ومناقشة قضايا هامة كقضية الفقر وغيرها وانتقل الأمر من حالة الرأي إلى إثارة الحوار والنقاش حول القضايا العامة ومن ثم ظاهرة التعبير عن الرأي، ومن ثم تحقيق الأهداف والمساهمة في تقوية مؤسسات المجتمع المدني وكشفه للقضايا التي تتفاعل مع الشارع وتعكس إهتمامات الحياة اليومية^١ فوجدت العديد من منظمات المجتمع المدني التي أصبحت لها بوابة على الإنترنت.

فكرة الفضاء الإلكتروني والمعلومات في الفكر الإسلامي

ظهرت فكرة الإنترنت في بداية الستينات في أميركا خدمة للأغراض العسكرية وفي السبعينات اخترع البريد الإلكتروني وانتشرت فوائد الإنترنت في تعزيز عملية تشكيل الشبكات الاقمية وتحرير الاتصالات ودعم ثقافة النقاش المفتوح والدعوى إلى التعايش ونبد العنف والتعريف بالإسلام الحقيقي وبيان محاسنه والرد على الشبهات التي تثار ضده، وكذلك الحركات التي حسبت على الإسلام وشريعته ومحاربة البدع والتصدي لدعاتها وبيان أوضاع المسلمين وأحوالهم ومعرفة الدراسات العلمية التي تظهر والانفتاح على تفكير العالم وغيرها من الإيجابيات.

وهذا لا يعني أن فيه بعض المواقع فيهما فيها من تشويه وزعزعة العقائد ونشر الكفر والفساد والإلحاد وغواية الأطفال وإضاعة مستوى التعليم والتعرف على أساليب الإرهاب والتخريب وغيرها وهذا كله من خلال نشرها في المواقع أو غرف الدردشة أو البريد الإلكتروني والمنتديات والرسائل الإلكترونية.

وانتشر على مستوى العالم في بداية التسعينات مما وسع من ظاهرة ثقافة النقاش المفتوح لنقد الثقافات السياسية الطاغوتية المستبدة التي يعجز أحيانا الفرد عن إبراز رأيه في رفضه لهذا النظام أو ذاك المستبد أو نقده لظاهرة معينة غزت العالم وخصوصا العالم الاسلامي حيث يعد مسرحا لكل نظرية وتجربة لكل سلاح سواء كان ذلك السلاح فكري ظالم أو مادي مدمر مما ساهم في تدمير شعوب بكاملها وما في عالمنا اليوم^١ من مجازر تحتاج الى وقفة جماعية تجاه هذه الحركات وبكل قوة للحد من هذا الظاهرة وهذا الإستعباد، بل على العكس من ضرورة إبراز الفكر الإسلامي كدين حضاري مسالم يمكن التعايش معه والتحاور معه لحفظ الإنسان وكرامته خصوصا وأن خاتم الأنبياء محمد ﷺ وأوصيائه عليه السلام وأتباعه المؤمنين كثيرا ما يلتزمون بضرورة التعايش السلمي مع الآخرين في ظل مجتمع إنساني تجمعه روابط الإنسانية والدم وحفظ كرامة الإنسان.

فالأوامر والنواهي العقلانية الصادرة من المشرع- القوانين الدائرة بينهم- تستعقب آثارا جميلة حسنة على امثالها وآثارا سيئة على مخالفتها والتمرد منها كالحيلة التي يحتالون بها إلى العمل بها، فجعل الشرع الجزاء الحسن للإمتثال إنما هو ليكون مشوقا للعامل والجزاء السيئ على المخالفة ليكون العامل على خوف وحذر من التمرد.

فالموجودات الخارجية والحوادث المكتنفة بها- التي لا تختلف حالها بغنى وفقر وعز وذل ومدح وذم- كالأرض وما يخرج منها والموت والحياة والصحة والمرض والجوع والشبع والظمأ والري وغيرها، فهذا كله ما عند العقلاء من أهل الإجتماع يخضع لقانون سماوي واحد عند الشرع والله سبحانه جاراننا في كلامه مجاراة بعضنا بعضا فقلب سعادتنا التي يهدينا إليها بدينه في قالب السنن الإجتماعية، فأمر ونهى، ورغب وحذر، وبشر وأندر، ووعد بالثواب وأوعد بالعقاب، فصرنا نتلقى الدين على أسهل الوجوه التي نتلقى بها السنن والقوانين الإجتماعية، ولم يهمل سبحانه أمر تعليم النفوس المستعدة

١. كما في عالمنا الإسلامي سابقا فالحجاج صنيعه أيدي الأمويين فإنه اقترف من الجرائم البشعة ما يشعر لها جبين الإنسانية، فهل يمكن أن نعد عصر الأمويين خير القرون وقد خضبوا وجه الأرض بدماء الأبرياء وقتلوا سبط النبي ﷺ في كربلاء عطشاناً وذبحوا أولاده وأصحابه، فهتكوا حرمة الكعبة؟

لإدراك الحقائق، فأشار في آيات من كلامه إلى أن وراء هذه المعارف الدينية التي تشتمل عليها ظواهر الكتاب والسنة أمرا هو أعظم، وسرا هو أنفس وأبهي، فقال تعالى:

«وَمَا الْحَيَاةُ الدُّنْيَا إِلَّا لَعِبٌ وَلَهْوٌ وَلَلدَّارُ الْآخِرَةُ خَيْرٌ لِلَّذِينَ يَتَّقُونَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ»^١.

وهي الدار الآخرة وسعادة الإنسان الدائمة التي لها حقيقة الحياة، فالعزة النفسية هي إحساس الإنسان برفعة شخصيته، وأن يكون في نفسه محترما لنفسه من خلال الثورة على أئمة الظلم والباطل، الذين أجبروا الناس على الخضوع لهم والسير في ركابهم بما استعملوه من صور مخيفة تنذر المعارضين لسياستهم بالقتل والتشريد قد جاء في المأثور عن أمير المؤمنين عليه السلام أنه قال:

استغن عنمن شئت تكن نظيره^٢ في تحقيق كرامة الإنسان وعزته والتي طالما كانت سيرة أمير المؤمنين عليه السلام زاخرة بأمثلة عديدة من التعامل الإنساني مع الآخر وفي مختلف الأوضاع والظروف، فهي بحق -بعد رسول الله صلى الله عليه وآله وسلم أفضل مثال وقدوة تحتذي خصوصا وإن حضور هذا البعد في حياته هو الذي جعل من شخصيته شخصية إنسانية خالدة على مستوى البشرية كلها وليس في تاريخ المسلمين وحدهم.

وما صدر من ديوان شعر في بيروت لمسيحي ماروني هو- جوزيف الهاشم- حول الإمام علي عليه السلام وتحت عنوان «علوبات» وكتاب «الإمام علي صوت العدالة الإنسانية» للأديب المسيحي- جورج جرداق- فهو موسوعة رائعة أخذت موقعها في مكتبة الثقافة والأدب العربي، وأيضا ملحة عيد الغدير لبولس سلامة المسيحي، وغير ذلك من الأعمال الأدبية والتاريخية والفكرية التي تنبئ عن مكانة الإمام علي عليه السلام المستوى الإنساني في تحقيق التعايش والسلام بين أفراد عند الديني الآخر.

من جهة أخرى فإن الإسلام كغيره من الشرائع السماوية يحرص أول ما يحرص على محاربة الإلحاد والوثنية ويعطي المئات من الأدلة والبراهين التي تسد على الملحدين والجاحدين طرق الضلال والتشكيك، ويقيم العشرات من البراهين التي لا تقبل الجدل في ظل الحوار.^٣

١. الأنعام، ٣١.

٢. تميمي أمدي، ١٣٦٦، ج١، ص. ٢٤٨.

٣. مغنية، ١٣٩٩، ج١، ص. ٢١.

هذا وقد استخدمت الفضاء الإلكتروني للتعبير عن الانترنت عام ١٩٩١ ثم توسع فشمّل كل الإتصالات والشبكات ومواقع الحوار كالبالتوك وغيره وأصبحت بنية النظام الإلكتروني تعني المكان ذا الطبيعة الافتراضية الرقمية الإلكتروني من خلال كابلات الإتصالات والموجات والشبكات الإلكترونية التي تحتوي على كم هائل من المعلومات ومما ساهم في تحصيل المعلومة كثرة وتزايد الشبكات وقوة الكومبيوتر مما ساهم في سرعة تناقل البيانات فضلا عن المعالجات للبيانات ضمن البيئة الإلكترونية.

الحوار والتواصل في الشريعة الإسلامية

١. الأنبياء وعقيدة التوحيد

أشار الطباطبائي في تفسيره^١ إلى طرف من قصص الأنبياء والأمم لتظهر به سنة الله في عباده ويعتبر به من شملته العناية ووفق للكرامة وتتم به الحججة على الباقيين.

ومن ذلك ما فصله في قصة نوح عليه السلام في ست من السور القرآنية وهي سورة الأعراف وسورة هود وسورة المؤمنون وسورة الشعراء وسورة القمر وسورة نوح وأكثرها تفصيلا سورة هود التي ذكرت قصته فيها في خمس وعشرين آية ٤٩-٢٥ في بعثه وإرساله:

حيث كان الناس بعد آدم عليه السلام يعيشون أمة واحدة على بساطة وسذاجة وهم على الفطرة الإنسانية حتى فشا فيهم روح الاستكبار وآل إلى إستعلاء البعض على البعض تدريجيا واتخاذ بعضهم بعضا أربابا وهذه هي النواة الأصلية التي لو نشأت واخضرت وأينعت لم تثمر إلا دين الوثنية والإختلاف الشديد بين الطبقات الاجتماعية بإستخدام القوي للضعيف واسترقاق العزيز واستدراجه للذليل وحدوث المنازعات والمشاجرات بين الناس، فشا في زمن نوح عليه السلام الفساد في الأرض وأعرض الناس عن دين التوحيد وعن سنة العدل الإجتماعي وأقبلوا على عبادة الأصنام وقد سمى الله سبحانه منها ودا وسواها ويغوث ويعوق ونسرا^٢ وتباعدت الطبقات فصار الأقوياء بالأموال والأولاد يضيعون حقوق الضعفاء والجبابرة يستضعفون من دونهم ويحكمون عليهم بما تهواه

١. الطباطبائي، ١٣٧٧، ج ١٠، ص ٣٤.

٢. انظر: سورة نوح.

أنفسهم، فبعث الله نوحاً ﷺ وأرسله إليهم بالكتاب والشريعة يدعوهم إلى توحيد الله سبحانه وخلع الأنداد والمساواة فيما بينهم^١ بالتبشير والإنذار.

فكان يدعوهم إلى توحيد الله سبحانه ورفض الشركاء- كما يظهر من جميع قصصه القرآنية- والإسلام لله،^٢ والأمر بالمعروف والنهي عن المنكر،^٣ والصلاة،^٤ والمساواة، والعدالة وأن لا يقربوا الفواحش والمنكرات وصدق الحديث والوفاء بالعهد، وكان يدعو قومه إلى الإيمان بالله وآياته ويذل في ذلك غاية وسعه، فيندبهم إلى الحق ليلا ونهارا وإعلانا وإسرارا، فلا يجيبونه إلا بالعناد والإستكبار، فلبث في قومه ألفا إلا خمسين عاما يدعوهم إلى الله سبحانه فلم يجيبوه إلا بالهزاء والسخرية حتى استنصر ربه، فدعا عليهم بالتيار والهلاك وأن يطهر الله الأرض وأوحى إلى نوح ﷺ أن اهبط إلى الأرض بسلام منا وبركات عليك وعلى أمم ممن معك فلا يأخذهم بعد هذا طوفان عام ومنهم أمم سيمتعهم الله بأمثلة الحياة ثم يمسهم عذاب أليم وتوارثت ذريته الأرض وجعل الله ذريته هم الباقين.^٦

وهو أول من فتح باب التشريع وأتى بكتاب وشريعة وكلم الناس بمنطق العقل وطريق الإحتجاج مضافا إلى طريق الوحي، فهو الأصل الذي ينتهي إليه دين التوحيد في العالم، فله المنة على جميع الموحدين إلى يوم القيامة، ولذلك خصه الله تعالى بسلام عام لم يشاركه فيه أحد غيره.

أما هود ﷺ فهو من قوم عاد وثاني الأنبياء الذين انتهضوا للدفاع عن الحق ودحض الوثنية ممن ذكر الله قصته وما قاساه من المحنة والأذى في جنب الله سبحانه وأثنى عليه بما أثنى على رسله الكرام وأشركه بهم في جميل الذكر عليه سلام الله.^٧

١. البقرة، ٢١٣.

٢. كما يظهر من سورتي نوح ويونس وسورة آل عمران، ١٩.

٣. كما يظهر من سورة هود، ٢٧.

٤. كما يظهر من سورة النساء، ١٠٣ وسورة الشورى، ٨.

٥. كما يظهر من سورة الأنعام، ١٥٢-١٥١.

٦. انظر: سورتي هود والصفات.

٧. الطباطبائي، ١٣٧٧، ج ١٠، ص ٣٠٧.

وكان صالح عليه السلام من قوم ثمود ثالث الأنبياء المذكورين في القرآن بالقيام بأمر الله والنهضة للتوحيد على الوثنية يذكره الله تعالى بعد نوح وهود ويحمده ويشي عليه بما أثنى به على أنبيائه ورسله، وقد اختاره وفضله كسائرهم على العالمين عليهم السلام واتخذ إبراهيم عليه السلام خليلا ونبيا واماما وفي ذلك، قال الإمام الصادق عليه السلام:

«إن الله تبارك وتعالى اتخذ إبراهيم عبدا قبل أن يتخذه نبيا وإن الله اتخذ نبيا قبل أن يتخذه رسولا وإن الله اتخذ رسولا قبل أن يتخذه خليلا وإن الله اتخذه خليلا قبل أن يجعله إماما، فلما جمع له الأشياء قال»: ^٢
«إني جاعلكَ لِلنَّاسِ إماماً».^٣

فهذه جملة مما منحه الله سبحانه من المناصب الإلهية ومقامات العبودية ولم يفصل القرآن الكريم في نعوت أحدهم والأنبياء والرسل المكرمين وكراماتهم من حيث دين التوحيد فينتهي إليه أينما كان وعند من كان، لذا فالديانة اليهودية يفترض أن يكون التوحيد هو دينهم وينتهي إلى الكليم موسى بن عمران عليه السلام وينتهي نسبه إلى إسرائيل يعقوب بن إسحاق بن إبراهيم عليه السلام، ودين النصرانية وينتهي إلى المسيح عيسى بن مريم عليه السلام وهو من ذرية إبراهيم عليه السلام، ودين الإسلام والصادق به هو محمد رسول الله صلى الله عليه وسلم وينتهي نسبه إلى إسماعيل الذبيح بن إبراهيم الخليل عليه السلام وقد جاء في الإصحاح الثامن عشر من سفر التكوين وإبراهيم يكون امة كبيرة وقوية ويتبارك به جميع امم الأرض.

ورسالته إنقاذ الإنسان من ضياعه وتيهه والوصول به الى أعلى درجات الكمال وهي من وظائف الرسل والأنبياء ومن هنا يفترض أن يكون المنبع لهذه الرسالة واحد والهدف كذلك، لذا كانت الإيدنولوجية متحدة لكل الأديان السماوية، فالأسس والقواعد العامة ومدى سعتها وواقعيتها وعمق منطقيتها وكل البنى الفوقية والأنظمة التي تنشأ منها هي

١. إبراهيم خليل الله: مشتق من الخلة، فأما الخلة فإنما معناها الفقر والفاقة، وقد كان خليلا إلى ربه فقيرا وإليه منقطعا وعن غيره متعففا معرضا.

٢. المتقي الهندي، ١٣٩٩، ح ٣٢٢٨٨.

٣. البقرة، ١٢٤.

مصدرها هو المشرع الإلهي، فيفترض أن تكون واضحة ولكن البعد الزمني وطمع البعض من حمل هذا التراث السماوي، ونيات السوء للبعض وتداخل هويات مختلفة تحمل أفكار سلبية وقراءات مخالفة ومباينة.

لهذا التراث فظهرت غمامة سوداء أودت به لأن يصاب بمرض خبيث يحتاج الى علاج الكي،^١ ولذلك قالت العرب في أمثالها آخر الدواء الكي،^٢ لينظف ويطهر للإسلام الحنيف أصيب بمرض عضال ظهر فيه التطرف والظلم والإضطهاد وهكذا غيره من الأديان، فضلا عن التيه الفكري والانحراف العقائدي والإيدولوجي مما ساهم في تفشي الجريمة والفساد والتعدي على الحقوق الخاصة وعليه لابد من توضيح النظم التي تستقي روحها من تلك العقيدة الأصل الصافية التي منبعها إبراهيم عليه السلام وتستمد واقعيتهما من علم مشرعهما الواسع بواقع الكون وقوانينه والنظر الى واقع الإنسانية وكيفية الإنسجام مع ذلك الواقع في السلوك والتطبيق والعمل.

والتي يتمتع فيها الإنسان بغض النظر عن دينه بكامل حقوقه والمنزلة الإنسانية وبمستوى معيشي كاف ولا بد أن تتوفر لهم الحياة الآمنة المستقرة، لذا راعت الشرائع وخصوصا شريعة الإسلام مصالح الفرد وعالجتها بصورة تدريجية من خلال تدرج الأحكام في التشريع^٣ من جهة، ومن جهة أخرى المساواة بين المسلمين وأهل الذمة في المحاكم وأهل القانون، ولذلك تصدى الإسلام وبشدة لكل ما يهدد أمن غير المسلمين فقد ورد في الحديث:

«وسألت عن المسلم هل يقتل بأهل الذمة وأهل الكتاب؟»

قال لا، إلا أن يكون معتادا لذلك».^٤

فالإسلام ينظر اليهم نظرة إنسانية ويحميهم ويرأف بهم بغض النظر عن الانحراف العقائدي والسلوكي فالشأن الإنساني يقتضي الدفاع عن أرواح البشر وعدم هدر دمائهم.^٥

١. فعن أمير المؤمنين عليه السلام: «وإذا لم أجد بُدًّا فأخِر الدواء الكي». (المجلسي، ١٩٨٣، ج ٣١، ص. ٥٣١)

٢. النمازي، ١٤١٣، ج ١، ص. ٢٠٤.

٣. الشهيد الأول، ١٣٧٠، ج ١، صص. ١٤٤-١٤١، ٦٤-٦٠، ٣٨/٢، ص. ١٣٨.

٤. الحر العاملي، ١٣٩١، ج ٢٩، ص. ١٠٧.

٥. الفيومي، ١٤٠٦، ص. ٦٤.

وهذا الكلام مبني على واقع الأطروحة السماوية في تكاملها الإنساني وكونها فوق الأهواء وبعيدة عن الطمع والمصالح الخاصة وكونها قادرة على العلاج الجذري لكل المشاكل الاجتماعية ومعرفة نقاط القوة والضعف في الساحة البشرية، ولعل ما قدمه السيد محمد باقر الصدر في كتبه مثال لهذه الأطروحة الشاملة^١ في علاج المشكلة الاقتصادية^٢ من خلال طرح النظامين الماركسي والرأسمالي وناقشهما، ثم عرض وجه الإسلام الناصع المستوعب لكل جوانب الحياة وفقا لما جاء به القرآن الكريم ونظريته في التعايش الإنساني من جهة، وبما جاء به من إعجاز مضموني شامل وبما أحاط به من معرفة للسنن التي تتعلق بوجود الإنسان ومجتمعه بحيث تعطي بمجموعها إنطبعا كاملا عن رؤية القرآن وحضارته في أصوله الرئيسية.

وقد قدم السيد الصدر منظومة إقتصادية وإجتماعية وسياسية متكاملة تسد حاجة الإنسان في خصوص طرح المذهب الإقتصادي في الإسلام.^٣

٢. مفهوم التواصل في الإسلام

إزداد التواصل^٤ بين الناس والمجتمعات في الزمان الحالي وكثر التواصل بكافة عناوينه وكل ما يؤدي هذا المعنى ومنها في الجانب الإجماعي كصلة الرحم والتواصل مع الرحم والرفق والعناية به، والتعايش والتقارب ومنه الإحسان إلى الأقارب من ذوي النسب والأصهار والعطف عليهم وغيرها إلا أن المراد في المقام من التواصل إصطلاحا مفهومان:^٥

- مفهوم يبين العلاقة المتينة بين طرفي العلاقة بين الطرفين،

١. الصدر، ١٤٠٠.

٢. المصدر نفسه، ١٤٠١، ص. ٣٧٦.

٣. الصدر، ١٤٠١، صص. ٤٢٩-٣٧٧.

٤. الأصل وصل حيث الواو والصاد واللام أصل واحد يدل على ضم شيء إلى شيء، والوصل للشيء بالشيء يصله وصلا والوصل ضد الهجران، والتواصل ضد التصارم ومنه ما جاء في الحديث من أنه: «لعن الله الواصلة والمستوصلة والواشمة والمتوشمة»، وعليه إستنادا للمعنى اللغوي فيراد من التواصل.

٥. عصام سليمان الموسى، ٢٠٠٩.

- إنفتاح الذات على الآخر في علاقة حية لا تنقطع حتى تعود من جديد.
ومفهوم التواصل في الإسلام هو خلق التفاهم مع الآخر باستعمال حواس التواصل اذ
قال تعالى:

«يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ
أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ»^١

فالمراد من الآية الكريمة فيها تذكير للناس بوحدة أصلهم، وقد ذكر الألوسي من أن
المراد من جعل الناس شعوبا وقبائل هو التعارف أي ليعرف بعضهم بعضا فتصلوا
الأرحام،^٢ وورد في تفسير القرطبي بقوله:

خلق الله الخلق بين الذكر والأنثى أنسابا وأصهارا وقبائل وشعوبا وخلق لهم منها
التعارف وجعل بها التواصل للحكمة التي قدرها.^٣

وإن إتصال الناس ببعضها البعض سلوك فطري وحاجة حيوية تقتضيها نزعة التعارف
وضرورات العيش والإتصال يتضمن التعريف والتوضيح والإقناع وإزالة اللبس وسوء
الفهم، وكذلك التواصل يشير إلى العلاقة التي تحدث بين الناس داخل نسق إجتماعي
معين أو بين مجموعة إنسان وقد يتم بشكل مباشر أو بشكل غير مباشر.

والإنسان له حاجته الإجتماعية المتمثلة في حاجته للشعور بتقدير الآخرين له وتعبيره
عن تقديره لهم ورغبته في إعتراف الآخرين به لسد إحتياجاته الضرورية.

والتواصل بمفهومه الخاص قديم قدم البشرية مذ خلق الله آدم ﷺ وعلمه الأسماء
كلها ومن هنا كان للتسامح والتحاور والتعايش وجود في نصوص القرآن الكريم والمباني
الكلية للتسامح مع المخالفين ذات مكانة متينة فيه، ولكن ليس مطلقا لأن جعلهم موضع
سر وثقا موطأ للفساد والتاريخ يشهد بذلك، لكن كلامنا في التعايش معهم والتحاور
فذلك أمر مقبول فلهم حقوقهم وعليهم كذلك.

١. الحجرات، ١٣.

٢. الألوسي، ١٤١٥، ج١٣، ص. ٣١٣.

٣. القرطبي، ١٣٨٤، ج١٦، ص. ٣٤٢.

٣. آراء الفقهاء بشأن التعايش مع المخالف الديني

برز الباحث رأيين تبعا للعلاقات مع المخالف مذهبيا ودينيا وأنه للتعددية الدينية مجال وأنه لهم الحق كبقية الأديان في التعايش في المجتمع من خلال السلوك الذي يظهر في التعاملات الطبيعية في الحياة اليومية والرأيان هما:

- ما ذهب إليه البعض من أن الله تعالى لم ينه عن مودة المخالف، ولا مانع من موالاتهم والثقة بهم لقوله تعالى:

«عَسَىٰ اللَّهُ أَن يَجْعَلَ بَيْنَكُمْ وَبَيْنَ الَّذِينَ عَادَيْتُمْ مِنْهُمْ مَوْدَّةً وَاللَّهُ قَدِيرٌ وَاللَّهُ غَفُورٌ رَّحِيمٌ * لَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ أَنْ تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ * إِنَّمَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ قَاتَلُوكُمْ فِي الدِّينِ»^١.

ولقد تمسك صاحب المنار وأستاذه الشيخ محمد عبدة ووافق ابن جرير ذلك حيث يرى المودة أمرا متوقعا وجائزا وأخلاقي من وجهة نظر القرآن فأجاز التسامح والتعامل الطيب معهم مطلقا.^٢

- ما ذهب إليه أغلب المفسرون والمفكرون الإسلاميون مباينة لما سبق لقوله تعالى:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَتَّخِذُوا بِطَانَةَ مَنْ دُونِكُمْ لَا يَأْلُوكُمْ خَبَالًا وَدُّوا مَا عَنِتُّمْ قَدْ بَدَتِ الْبَغْضَاءُ مِنْ أَفْوَاهِهِمْ وَمَا تُخْفِي صُدُورُهُمْ أَكْبَرُ قَدْ بَيَّنَّا لَكُمْ الْآيَاتِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْقِلُونَ»^٣.

حيث يرى القرطبي وغيره أن الآية الكريمة مطلقة في شمولها للكفار وأهل الكتاب،^٤ وقد حذر الله ذلك في التعامل مع الغير في أمور المجتمع الإسلامي حيث تجعل الإسلام عرضة للخطر وعليه رفض القرآن الكريم موالاتهم ولو كانوا ذا قربي^٥

١. الممتحنة، ٩-٧.

٢. محمد رشيد رضا، ١٤١٣، ج ٣، ص. ٢٧٩.

٣. آل عمران، ١١٨.

٤. القرطبي، ١٣٨٤، ج ٤، ص. ١٧٩-السيوطي، ١٢٦٠، ج ٤، ص. ٣٠٠.

٥. هود، ١١٣- آل عمران، ٢٨- المائدة، ٥١- التوبة، ٢٣.

وأن الموالاة محظورة مطلقا، ولكن في هذا الرأي نوع من التصلب والتشدد الذي لا يرتضيه طبيعة الدين الإسلامي خصوصا وسيرة النبي ﷺ وآله ﷺ تخالف ذلك فالبر ورعاية العدالة الإسلامية هما الدعامتان الأساسيتان للتسامح مع المخالف والمودة هي إقامة الروابط والعلاقات العاطفية، لذا لا إشكال في إقامة علاقات اجتماعية ومودة في ظل إيمان الكفار وتغير إعتقاداتهم، وهذا الأمر مجمع عليه خصوصا وأن للتقليد دوره في ترسخ عقيدة الأبناء من آباءهم وقال المحقق القمي:

التخلص من تقليد الآباء لا يخطر في ذهن أكثر الناس، بل غالبا ما يشق على العلماء المجتهدين الظانين لتحررهم من عبء التقليد.^٢

والعداء للكفار هو عدم الموالاة لا بمعنى العنف وعدم التسامح دائما وعليه فلا مانع من جواز المودة مع المخالف الديني ويمكن تقييد النهي في موارد خاصة التي تسبب ضررا على الأمة الإسلامية وفتنة وفسادا،^٣ لذا نجد في زماننا تأييدا مهما على لزوم التسامح مع المخالف الديني في الحالات العادية للمجتمع الإسلامي.^٤

جذور ومنابع الحوار في القرآن الكريم ومصاديقه

١. جذور نصوص الحوار في القرآن الكريم ودلالاتها

أشارت دلالة جملة من النصوص القرآنية على الحوار والتواصل وهي قوله تعالى:

- «قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَلَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئًا وَلَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضًا أَرْبَابًا مِنْ دُونِ اللَّهِ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَقُولُوا اشْهَدُوا بِأَنَّا مُسْلِمُونَ».^٥

حيث تطرح مبدأ الحوار مع الآخرين والإجماع على النقاط المشتركة لتقويتها.

- «وَ أَوْفُوا بِالْعَهْدِ إِنَّ الْعَهْدَ كَانَ مَسْئُولًا».^٦

١. الحويزي، ١٣٨٢، ج٥، ص٣٠٣.

٢. المحقق القمي، ١٣٧٨، ج٢، صص١٦٤ و١٦٥.

٣. الألوسي، ١٤١٥، ج٤، ص٣٧.

٤. البدري، ٢٠٠٧.

٥. آل عمران، ٦٤.

٦. الإسراء، ٣٤.

ومن هنا كان هذا المبدأ عام في مجال المعاهدات الدولية مما يساهم في التقريب والتحاور مع الأديان المختلفة.

- «وَلَنْ يَجْعَلَ اللَّهُ لِلْكَافِرِينَ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ سَبِيلًا»^١.

حيث تمثل هذه الآية أروع قاعدة في مجال التعامل الدولي وغيرها من النصوص. فقد حمل النص القرآني هذه المبادئ وأكد عليها وجعلها من الحقوق التي يلزم بها النظام الإسلامي توفرها للمواطن بنحو من التعايش المشترك في إطار المواطنة الحقة بعيدة عن التعصب والعصبية الدينية، بل وحتى المذهبية وذلك لكون المرجع واحد وكون الجميع مصبوغون بحضارة واحدة هي ملة إبراهيم عليه السلام بل هم مصبوغون بصيغة الإسلام كما جاء في القرآن الكريم:

- «وَمَا جَعَلْ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ مِلَّةَ أَبِيكُمْ إِبْرَاهِيمَ هُوَ سَمَّاكُمُ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ»^٢.
- «إِذْ حَضَرَ يَعْقُوبَ الْمَوْتُ إِذْ قَالَ لِبَنِيهِ مَا تَعْبُدُونَ مِنْ بَعْدِي قَالُوا نَعْبُدُ إِلَهَكَ وَإِلَهَ آبَائِكَ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ وَإِسْحَاقَ إِلَهًا وَاحِدًا وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ»^٣.

وهذا لا يعني من أنه هناك خروقات لهذا المبدأ العام وهو التعايش، ولكن القاعدة الكلية هي تحقق هذا المبدأ العام بين البشر وهذا مما يجعل لطبيعة الحوار مجالاً واسعاً ولأسسه ومكوناته حيزاً كبيراً سواء كان ذلك في المنتديات التي عقدت من أجله أو كثرة الكتب التي نشرت في أرجاء العالم وبشتى اللغات.

ومع هذا كله إلا أنه مازال الخط العام للحوار وطبيعته بين بني البشر على اختلاف عقائدهم وأفكارهم وتوجهاتهم يتسم بالعقم خصوصاً وأنه يتجه البعض لجعل من منتدى الحوار وسيلة لأغراض ونوايا محضنة للحكومات وما للأغلبية السياسية للحوار المسيحي- الإسلامي يتأثر من حيث السعة والضيق بحجم وعدد الأطراف الداعية والمشاركة التي أحياناً تجعل من أهدافها غير المعلنة كطريق لتحقيق ما تبغي إليه

١. النساء، ١٤١.

٢. الحج، ٧٨.

٣. فاطر، ١٣٣.

ويفترض في مقام الحوار أن يتجنب المحاور عن نواياه السياسية، فالبعد الحضاري الديني للأديان أعظم من أن يختزل بالبعد السياسي الإستراتيجي والهدف غير المعلن، بل أن البعض لا يرى للدين موضوعا وما للمؤتمرات التي عقدت أخيرا نجد أن بعض من حضرها يحمل أحقادا ويطلق شعارات ضد هذه الفئة أو تلك وما أحداث البوسنة وتصفية المسلمين عنك ببعيد.

وهذا منطوق مرفوض لأن الصراحة في البواعث والأهداف وكشف المحاور لنواياه هي من أهم ما يطلب في الحوار الجاد الحقيقي.

وعودة على رؤية القرآن لطبيعة الحوار مع أصحاب الأديان السماوية الأخرى نرى أنه قد التزم بمبدأ التنزيه لكل ما يسبب طعن أو شتيمة أو منحدر للأنبياء وأوصياءهم، ولهذا تجده ارتفع بعيسى ومريم عليهما السلام عن المنحدرات السحيقة التي هوت إليها بعض الكتابات حولهما، وكذلك إلتزم بعض من أصحاب الحوار الجاد في هذا التنزيه وما كتاب «مريم والمسيح في القرآن» وكتاب «التوضيح في بيان ما هو الإنجيل ومن هو المسيح» للعلامة محمد حسن كاشف الغطاء الا مثال يحتذى به في بيان حقيقة، وموقف القرآن الكريم من «روح الله»، «كلمته»، «أمه العذراء» فنزتهما من كل ما يشين إليهما عن منحدرات الهبوط التي رموها بها.

فوصف القرآن الكريم المسيح باثنتين وعشرين خصلة من مقامات¹ الولاية ورفع قدره فكانت صفات العبودية والقرب والصلاح وغيرها وبالمقابل يظهر موقف عيسى المسيح عليه السلام تلقاء ربوبية ربه وتجاه الناس وأعمالهم فهو بالنسبة إلى ربه عبدا لا شأن له إلا الإمتثال، لا يرد إلا عن أمر ولا يصدر إلا عن أمر ولم يؤمر الا بالدعوة الى عبادة الله وحده ولم يقل لهم الا ما أمر الله به:

١. المقامات هي: عبدالله وكان نبيا (مريم، ٣٠) وكان رسولا (آل عمران، ٤٩) من الخمسة أولي العزم وصاحب كتاب (الأحزاب، ٧- الشورى، ١٣- المائدة، ٤٦) والمسيح (آل عمران، ٤٥) وكلمه الله وروحا منه (النساء، ١٧١) وكان إماما (الأحزاب، ٧) ومن شهداء الأعمال (النساء، ١٥٩- المائدة، ١١٧) وكان ميثرا برسول الله محمد صلى الله عليه وآله (الصف، ٦) وكان وجهيا في الدنيا والآخرة (آل عمران، ٤٥) ومن المصطفين (آل عمران، ٣٣) وكان من المجتبيين ومن الصالحين (الأنعام، ٨٧-٨٥) وكان مباركا أينما كان وكان زكيا وبارا بأمه وكان مسلما (مريم، ٣٣-١٩) وكان ممن علمه الله كتابا والحكمة (آل عمران، ٤٨).

«مَا قُلْتُ لَهُمْ إِلَّا مَا أَمَرْتَنِي بِهِ أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ رَبِّي وَرَبَّكُمْ»^١.

وفي مجال الإهتمام والتبجيل بالمسيح ومريم عليهما السلام فقد ورد ذكرهما ١١٦ موردا متنوعا وما هذا الإهتمام الا لأجل بيان قداستهما ووجاهتهما في نظر الحق سبحانه وتعالى في تبجيل مريم وعيسى عليهما السلام.

٢. صفات المحاور ومصاديق الأنبياء عليهم السلام في القرآن الكريم كنموذج للتعايش

- صفات الموحد في حواراته

طبيعة الحوار مع الأديان الأخرى مبني على التصور التوحيدي والأطروحة التطبيقية الشاملة المبتنية عليه من جهة أخرى، فهما الحل الأعمق والأكثر واقعية للحد من ظلم الإنسان لأخيه الإنسان، فهناك جملة من النقاط الأساسية التي يفترض أن يتحلى بها الموحد مع غيره الموحد المختلف اطروحة زمانية،^٢ وهي:

- المحور العقائدي والفكري والثقافي الذي جاءت بها الأنبياء والرسل،
- ملاحظة الإنسان في بيئته وملاحظة واقعه التعايشي الحياتي،
- التصور الديني للتاريخ وسننه وقوانينه وواقع الإنسان واحساسه ومكوناته،
- وضع الحلول لكل المشاكل الاجتماعية الرئيسة في حياة البشرية والتنافس بين المصالح الاجتماعية والمصالح الفردية بما يوحد بينهما دون الإبتعاد عن الواقع أو أن يغرق صاحبه في الخيال،
- المنع من أن يقع الإنسان ضحية للمجتمع وأهواء الفرد وسحق كرامته الإنسانية وبين وجوده الفردي ودوره فيه كراع أو مسؤول عن رعيته.

وقد عملت الشريعة إلى هداية الأنشطة الاقتصادية إلى مصالح عموم الناس ومنافعهم وإلى تأمين الحياة المناسبة للمجتمع ورفاهيته المادية على نحو تحقيق حصوله للفرد والمجتمع من

١. المائدة، ١١٧.

٢. ونعني بها الفترة الزمنية التي جاء بها النبي بدعوته، ومن ثم تتبع إطرورحته ونظريته السماوية، وبغض النظر عما أصابها من تحريف أو زيغ أو ملاسبات.

غير أن تكون هذه الأنشطة مقوية وداعمة لإستحكام الشرك وقدرة الظالمين المترفين مع إزالة جذور الفساد الإقتصادي والمالي لها مع تأمين حاجات المعيشة لأحد الناس من خلال المحافظة على حقوق الإنسان وتأمين وسائل المعيشة والحياة وحفظ السلامة الجسدية والفكرية والمعنوية للفرد والمجتمع،^١ وهذا ما بينته الآية الكريمة:

«يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُمْ مِنْ ذَكَرٍ وَأُنْثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ».^٢

وهذه الأسس وغيرها مما اتفقت فيها الأديان واتحدت من أجلها ونادى بها الأنبياء والأوصياء على مر التاريخ وخلال المسيرة الإجتماعية مقابل الأنظمة الأرضية التي هي من النتاج البشري الفكري الوضعي التي ترتبط بتطور وسائل الإنتاج وغيرها مما يوفر للبشرية عامة سيرها التكاملية المتصاعد عبر القواعد العامة ومنطقة الفراغ التشريعي^٣- حيث تعد عاملا مهما من عوامل المرونة في الشريعة الإسلامية- وعبر الإشعاع الثابت للجوانب الفطرية الثابتة في حياة الإنسان العامة مما يخلق إنسانا متكاملا تجمع صيغته ونظام عام على أساس حفظ الحقوق الإنسانية والطبيعية وإحترام العهود والمواثيق.

لذا صدر من منظمة المؤتمر الإسلامي بما يرتبط بالحقوق والواجبات إعلانا رسمياً إيماناً منها بالله رب العالمين خالق كل شيء ومنها خلقه للإنسان بأحسن تقويم وكرمه، وجعله خليفة في الأرض ووكّل إليه عمارتها وإصلاحها بأن البشر جميعاً أسرة واحدة جمعت بينهم العبودية لله والبنوة لأدم ﷺ وأن جميع الناس متساوون في أصل التكليف والمسؤولية وأنهم كلهم عيال الله وأن الحياة هبة الله وهي مكفولة لكل إنسان ولكل إنسان حرمة.

١. الصدر الحسيني، ١٤٢٧، صص. ٩٩-١١٦.

٢. الحجرات، ١٣.

٣. نظرية أصولية فقهيّة تطبيقية يلجأ إليها الفقيه في موارد غياب النص الشرعي فيلجأ الفقيه في هذه الموارد إلى تطبيق الكلبيات والأدلة التشريعية العليا على هذه الموارد لمعرفة الحكم المذكور فيها.

٤. ظهرت فكرة هذا الإعلان عام ١٩٧٧ في المؤتمر العاشر لوزراء الخارجية ولإعداد لائحة بحقوق الإنسان وتطور لاحقاً الى عام ١٩٨٩ حيث أعد الصيغة النهائية له في طهران وتمت الموافقة عليه في المؤتمر التاسع عشر في القاهرة. (التسخيري، ١٤٣٣، ص. ١٤٣)

وهذا الإعلان قد نهجه الإمام علي عليه السلام في حكمه سواء كان ذلك على المستوى التربوي والنفسي والعقدي أو على المستوى القانوني التشريعي فقد عمد إلى تعميق العقيدة في النفوس بحيث يتحول الوجود الإنساني إلى وجود موحد مطيع لله تعالى و«نهج البلاغة» مليء بمثل هذه التربية العقائدية، فبرزت مفاهيم إجتماعية أثرت في مسير الحياة الإجتماعية من أمثال مفاهيم خلافة الإنسات لله والأخوة الإسلامية- وغيرهما فذم أمور ومدح أخرى ومنها يقول الإمام علي عليه السلام للعلاء بن زيد الحارثي:

«مَا كُنْتَ تَصْنَعُ بِسَعَةِ هَذِهِ الدَّارِ فِي الدُّنْيَا وَأَنْتَ إِلَيْهَا فِي الآخِرَةِ كُنْتَ أَحْوَجَ وَ
بَلَىٰ إِنْ شِئْتَ بَلَغْتَ بِهَا الآخِرَةَ تَقْرِي فِيهَا الصَّيْفَ وَ تَصِلُ فِيهَا الرَّجْمَ وَ تَطْلُعُ
مِنْهَا الْحُقُوقَ مَطَالِعَهَا فَإِذَا أَنْتَ قَدْ بَلَغْتَ بِهَا الآخِرَةَ»^١

وكذلك فإن «نهج البلاغة» مليء بالتعليمات التي ترشد الإنسان لنظرة طريقية للجوانب المادية في هذه الحياة بغض النظر عن هويته وانتمائه فقال:

«وَمَنْ أَبْصَرَ بِهَا بَصْرَتَهُ وَمَنْ أَبْصَرَ إِلَيْهَا أَعْمَتَهُ»^٢

وفي ذلك قال الشريف الرضي:

وإذا تأمل المتأمل قوله عليه السلام «من أبصر بها بصرته» وجد تحته من المعنى العجيب والغرض البعيد ما لا تبلغ غايته ولا يدرك غوره ولا سيما إذا قرن إليه قوله: «ومن أبصر إليها أعمته» فإنه يجد الفرق بين أبصر بها وأبصر إليها واضحا نيرا وعجيبا باهرا.^٣

ومن هنا فإن الدولة الإسلامية في إيران أعطت الحرية الكاملة لليهود والمسيح والزرادشت في إقامة المراسم الدينية ضمن القانون وكذلك تعاملت مع الأشخاص غير المسلمين بالأخلاق الحسنة والقسط والعدل ومراعاة الحقوق إمتثالا لقوله تعالى:

«لَا يَنْهَاكُمُ اللَّهُ عَنِ الَّذِينَ لَمْ يُقَاتِلُوكُمْ فِي الدِّينِ وَلَمْ يُخْرِجُوكُمْ مِنْ دِيَارِكُمْ أَنْ
تَبَرُّوهُمْ وَتُقْسِطُوا إِلَيْهِمْ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ»^٤

١. الحجرات، ١٣.

٢. نهج البلاغة، الخطبة ٢٠٩.

٣. الشريف الرضي، في الخطبة ٨١.

٤. الممتحنة، ٨.

لذا فالحوار مع هذه الفئات والطوائف أمر ميسور لو تنازل البعض عن أنانيته وعنصريته حتى عرف بنظام العلاقات الدولية.

٣. الحوار في كلمات الأنبياء ﷺ

ركز القرآن الكريم على الحوار في كلمات الأنبياء ﷺ باعتبار أنه الوسيلة الأوفق عقلا لكسب الإنسان أو على الأقل الحد من أذاه، لذا نجده ركز على هذا الطريق في قيادة النبي ﷺ لاتباعه ومن ثم توصيتهم بذلك. وما في شخصية إبراهيم ﷺ في قيادته وريادته وعلاقته مع أتباعه وأعدائه إلا مثالا لمن يحمل الخصائص الحضارية للفرد الداعية المغير للقرآن الكريم صور لنا إبراهيم ﷺ من خلال جملة من النقاط المهمة للداعية الحق وهي:

- صور الشخصية الحضارية والداعية الى التعايش والتسامح بين بني الإنسان،
- برز علاقة الأمة الإسلامية بإبراهيم ﷺ من خلال جملة من الأساليب من الأسوة الحسنة إلى الإجابة للدعاء الى كونه أبا ومتبعا وغيرها من النصوص التي عبرت عن هذه المعاني وهي:

«فَدَ كَانَتْ لَكُمْ أَسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ»^١،
«رَبَّنَا وَابْعَثْ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْهُمْ يَتْلُو عَلَيْهِمْ آيَاتِكَ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ
وَيُزَكِّيهِمْ إِنَّكَ أَنْتَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ»^٢،
«وَمَا جَعَلْ عَلَيْكُمْ فِي الدِّينِ مِنْ حَرَجٍ مَلَةٌ أَيْكُمْ إِبْرَاهِيمَ هُوَ سَمَّاكُمْ الْمُسْلِمِينَ مِنْ قَبْلُ»^٣،
«ثُمَّ أَوْحَيْنَا إِلَيْكَ أَنْ اتَّبِعْ مِلَّةَ إِبْرَاهِيمَ حَنِيفًا وَمَا كَانَ مِنَ الْمُشْرِكِينَ»^٤،

وغیرها من النصوص التي تظهر الترابط بين ابراهيم ﷺ والدور الحضاري للأمة وبالتالي أولى الناس به هم أتباعه والنبي الكريم محمد ﷺ والمؤمنون «إِنَّ أَوْلَى النَّاسِ بِإِبْرَاهِيمَ لِلَّذِينَ اتَّبَعُوهُ وَهَذَا النَّبِيُّ وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاللَّهُ وَلِيُّ الْمُؤْمِنِينَ»^٥، مبتداء بأروع

١. الممتحنة، ٤.

٢. البقرة، ١٢٩.

٣. الحج، ٧٨.

٤. النحل، ١٢٣.

٥. آل عمران، ٦٨.

صورة لهذا الربط يوم الحج ورفعه للقواعد من البيت الى النداء التاريخي مناديا كل فصائل التوحيد لتطوف حول البيت الحرام بما يحمله عليه السلام من النقاء والإيمان، وعمقه في النفس والتسليم المطلق لله في جملة ما الآيات المباركة التي تنطوي تحت صفة الحنيفية^١ والتي أكد عليها جميع الأنبياء لكونها تمثل مقتضى المسير الفطري السليم حيث يعتبر القرآن الكريم ملة ابراهيم هي الطريق السليم ويعتبر شريعته الصراط المستقيم.

فالحنيفية هي سر الوجود الحضاري الفاعل والذي تشترك فيه جميع الرسالات السماوية وأهم ما يمكن إبرازه في شخصية ابراهيم عليه السلام وبقية الأنبياء هو التعقل والتدبر والتفكير بالأمور وإظهار ذلك عن طريق الحجاج الفطري السليم في مجال الدعوة الى الله ومنهج التوحيد، وما محاججته مع قومه وأبيه في بيان حقيقة التوحيد إلا صورة للحوار المشرق والسليم بعيد عن المهاترات والشتائم ففي قوله تعالى:

«وَلَقَدْ آتَيْنَا إِبْرَاهِيمَ رَشْدَهُ مِنْ قَبْلُ وَكُنَّا بِهِ عَالِمِينَ * إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ وَقَوْمِهِ مَا هَذِهِ التَّمَاثِيلَ الَّتِي أَنْتُمْ لَهَا عَاكِفُونَ * قَالُوا وَجَدْنَا آبَاءَنَا لَهَا عَابِدِينَ... وَتَاللَّهِ لَأَكِيدَنَّ أَصْنَامَكُمْ بَعْدَ أَنْ تُوَلُّوا مُدْبِرِينَ»^٢.

وغيرها^٣ التي تؤكد على الإهتمام بالمسيرة الإنسانية والصراع الفكري والعملية ضد الأصنام وكيفية الحوار وعدم التخوف من الشرك وتهديداته والإرتقاء بالإنسان نحو إمتلاك الصفات الإنسانية العالية ونبذ كل الأطروحات المادية التي سلبتها وجودها الإنساني الأصيل ومقامها المكرم، وذلك رغم ما طرحته من شعارات براءة خادعة كالحرية والديمقراطية والضمان والإشترابية وما إلى ذلك، وما هي في الواقع الى جسور لتحقيق المطامع الجشعة لأرباب الكارتلات النفطية وشركات الإحتكار العالمية ومؤسسات النقد الدولية الجاثمة على صدور الشعوب الضعيفة.

في حين يفترض في الداعية المحاور أن يضع في عينيه النظم الحياتية- التربوية والإقتصادية والحقوقية وغيرها- ويوظفها باطار أخلاقي إساني رفيع يعتمد عناصر الثبات الفطرية

١. البقرة، ١٣٨ و١٣٠- النساء، ١٢٥- الأنعام، ١٦١- النحل، ١٢٣ و١٢٠.

٢. الأنبياء، ٥٧-٥١.

٣. البقرة، ١٣٣-١٢٧/ الصافات، ٩٦-٨٣/ مريم، ٤٤-٤١/ العنكبوت، ١٧-١٦.

ويتجه نحو الكمال المطلق بفلسفة شاملة تركز على خصائص الإنسان الأصلية- التعقل، الإندفاع المتحرك دائما نحو الكمال، الإرادة الواعية- والحضارة، وإذا فقدت هذه العناصر فقدت روحها وسارت بالبشرية الى وديان العذاب والدموع وعليه الى حياة القرآن الكريم ندعو كل الشعوب وعلى أساس الحوار الموضوعي البناء يسير المحاور.

وكل ذلك يتم من دون تهئية دعاة مقتدرين على خوض عباب هذا البحر من التحديات والثقافات المختلفة وتوفير الوسائل الحديثة في تقديم افضل ما لدينا من أفكار وقيم وشعارات إسلامية هادفة تقوم على أساس المنطق والعدل والحق وتخالف الفطرة والعقل السليم أبدا.

ابراهيم ﷺ النموذج الإنساني والداعية للحوار

امتلك ابراهيم ﷺ الصفات الإنسانية العليا باعتباره خليفة الله في الأرض وكذلك غيره من الأنبياء والرسل ومن هنا فلا مجال للخلاف بعد الإتفاق على كونه ممثل الله في خلقه فهو النموذج الإنساني والداعية الحضارية الكامل، وأنه المحور الذي يجب أن تجتمع حوله الأديان وتتوحد وتلتقي وتتجاوز وتتجادب لا تتنافر وتتعدى وتتقاتل وعليه لا بد من السير في ظله محققة هدفه وهدف الأنبياء ممن جاء بعده ونادى بأهدافه وتحقيق الهدف الأسمى وهو تعبيد الإنسانية لله وحده والصراع ضد الطاغوت والإستكبار إذ قال تعالى:

«وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنِ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ»^١.

فالآية تدعو الى رفع مستوى الإنسان ونبذ كل ما يحط من شأنه وكرامته وكذلك تبين الآية الكريمة إلى ضرورة نبذ كل الأطروحات المادية المرتبط بالشیطان والغرض منها إهانة الإنسان والحط منه، وما من شعارات براقية ما هي إلا جسور لتحقيق مطامع الإستعمار والظلمة ويعني بالطاغوت في الآية الكريمة الشيطان و كل داع يدعو إلي الضلالة^٢، وبمعناها الواسع تعني الإبتعاد عن كل أشكال الشرك والظلم وعبادة الأصنام وهوى النفس والشیطان، ومنه تجنب الإنصياع والإستسلام للحكام المتجبرين الطغاة على مر التاريخ يحذر من الركون إلى الطاغوت والميل إليه، فضلا عن طاعته وتسليم المقدرات إليه.

١. النحل، ٣٦.

٢. الطبرسي، ١٤١٣، ج٦، ص. ١٣٦.

فالقرآن الكريم يندد بالذين يتحاكمون إلى الطاغوت رغم ادعائهم الإيمان بالكتب السماوية.

ويا للأسف فهل سلك مجتمعنا الإسلامي في القرن الأخير غير هذا الطريق الوبيل، وهل اتبع غير الأنظمة البشرية، وحل مشكلاته ومنازعاته إلا وفق القوانين الطاغوتية التي ما أنزل الله بها من سلطان؟^١

ومما يتصف به إبراهيم عليه السلام وذكرها القرآن الكريم هي:

١. الحجاج الفطري السليم والحوار العقلاني في مجال الدعوة الى الله:

«وَإِنَّ مِنْ شِيعَتِهِ لِإِبْرَاهِيمَ * إِذْ جَاءَ رَبَّهُ بِقَلْبٍ سَلِيمٍ * إِذْ قَالَ لِأَبِيهِ وَقَوْمِهِ مَاذَا تَعْبُدُونَ * أَنْفَكَ آلِهَةً دُونَ اللَّهِ تُرِيدُونَ * فَمَا ظَنُّكُمْ بِرَبِّ الْعَالَمِينَ * فَظَنَرَ نَظْرَةً فِي النُّجُومِ * فَقَالَ إِنِّي سَقِيمٌ * فَتَوَلَّوْا عَنْهُ مُدْبِرِينَ * فَرَاغَ إِلَى آلِهَتِهِمْ فَقَالَ أَلَا تَأْكُلُونَ * مَا لَكُمْ لَا تَنْتَفِعُونَ... قَالَ أَنْعَبُدُونَ مَا تَنْحِتُونَ * وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ وَمَا تَعْمَلُونَ»^٢.

وغيرها،^٣ حيث تبين هذه الآيات توضيح طبيعة حوار النبي إبراهيم عليه السلام مع أهله وقومه وطريقة محاججته وحواره السليم.

٢. حد اليقين والتفكر والتعقل والتأمل في دعوته وبشئى الوسائل في الدعوة الى

الله ونبذ الشرك وإقامة التوحيد:

«عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَى كَوْكَبًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَا أُحِبُّ الْآفِلِينَ * فَلَمَّا رَأَى الْقَمَرَ بَازِغًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَئِن لَّمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ»^٤.

١. السبحاني التبريزي، ١٤٢٣، ج١، ص. ٢٢.

٢. الصفات، ٩٦-٨٣.

٣. الأنبياء، ٦٤-٥١ / مريم، ٤٥-٤١ / الشعراء، ٧٧-٦٩ / العنكبوت، ١٧-١٦.

٤. الأنعام، ٧٧-٧٦.

٣. التسليم المطلق لله تعالى والإنقياد له في كل الأوقات والأزمنة:

«مَا كَانَ لِلنَّبِيِّ وَالَّذِينَ آمَنُوا أَنْ يَسْتَغْفِرُوا لِلْمُشْرِكِينَ وَلَوْ كَانُوا أُولِي قُرْبَىٰ مِنْ بَعْدِ مَا تَبَيَّنَ لَهُمْ أَنَّهُمْ أَصْحَابُ الْجَحِيمِ * وَمَا كَانَ اسْتِغْفَارُ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ إِلَّا عَنْ مَوْعِدَةٍ وَعَدَهَا إِيَّاهُ فَلَمَّا تَبَيَّنَ لَهُ أَنَّهُ عَدُوٌّ لِلَّهِ تَبَرَّأَ مِنْهُ إِنَّ إِبْرَاهِيمَ لَأَوَّاهٌ حَلِيمٌ»^١.

٤. الإهتمام بالمسيرة الإنسانية جميعها والدعوة إلى هدايتها وبكل الوسائل في سبيل تحقيق الرقي الفكري والعملية من خلال محاورته مع قومه بشأن عبادته للأصنام وعدم التخوف من الشرك وآلهته المزيفة وتهديداته:

«وَحَاجَهُ قَوْمَهُ قَالَ أَتُحَاجُّونِي فِي اللَّهِ وَقَدْ هَدَانِ وَلَا أَخَافُ مَا تُشْرِكُونَ بِهِ إِلَّا أَنْ يَشَاءَ رَبِّي شَيْئًا وَسِعَ رَبِّي كُلَّ شَيْءٍ عِلْمًا... فَأَيُّ الْفَرِيقَيْنِ أَحَقُّ بِالْأَمْنِ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ»^٢.

وغيرها، ومن هنا عد إبراهيم النموذج الإنساني الكامل والداعية الحضارية للحق ومحور الأديان وتسير في ظله محققة هدف الأنبياء والرسول في الكون في هدفة الحق سبحانه ونداءه التوحيدى وتحرير الإنسان من كل ألوان الظلم والإضطهاد بالمقابل فالأوساط الدينية في الغرب يفترض بها أن تنظر لبني البشر بأنهم وجودات للحق سبحانه وتجلي من تجلياته وعلى البشرية أن تخلي الرسائل السماوية من الموسوية واليعيسوية والمحمدية وغيرها، لأن جميعها هدفها احياء الإنسان لدوره ورحلته وما يصدر من البعض المتشدد، فهو ناشئ من عنصر الأسطورة غير المعقولة والتناقضات في رسالة العهدين القديم والجديد.

لذا نجد أن الدين الإسلامى التفت الى هذا الأمر في التناقض فعد عنصر الأسطورة منافيا للعقل، فنفى القرآن الكريم الأساطير الشائعة التي نسجت حول الأصنام وغيرها وأثبت أمور منها موارد تكلم طفل أو طول عمر أنسان أو إحياء ميت وهذا يفسر بوضوح

١. التوبة، ١١٤-١١٣.

٢. الأنعام، ٨١-٨٠.

قدرة الله تعالى الخارقة والتي لا تتنافى مع المسلمات العقلية، لذا اعتبر عنصر السند ضروري في معرفة النص وصحته ودقته ومن ثم الإعتماد عليه وكذلك الحال بالنسبة للإنجيل حيث يجمع المسيحيون على عدم كون نصوصهم منتسبة إلى تعالى وإن تصوروا أن الأناجيل كتبت بإلهام من الله.

المنهج العقلاني ومسايرته للفطرة في تصور الإسلام

إذا تأملنا في طبيعة الأفكار الإسلامية والمنهج العقلاني في تصور الإسلام للمشاكل الإنسانية نرى أنه اتجه منهجا متوازنا مرنا يسير مع الفطرة ويراعي الفهم العرفي والتعايش السلمي بين الناس بمختلف فئاته وعلى اختلاف طبقاته وتوجهاته ثم أنه يتسم التعبير الإسلامي كما هو حال منهجه ونداءات أتباعه على مر العصور بصفة التوازن بين الوضوح والعمق.

لذا لزاما على الداعية الإسلامي أن يتصور كل أجزاء الكون بما فيه من موجودات أنما وجدت لتحقيق الهدف الذي نادى به إبراهيم عليه السلام ومن بعده من الأنبياء والرسل بما يتفق مع الفطرة السليمة وهدف الخلق كله في تحقيق الهداية التشريعية للإنسان والتي نادى بها جميع الأنبياء والمرسلين، لذا فهناك جملة من الأمور والعناصر يجب توافرها في الداعية فضلا عن الاستعدادات النفسية والإدراكية متناسبة مع الطرح والظرف وبما تقتضيه الحكمة والفطرة والعقل السليم وبعيدا عن التطرف وأذية الإنسان وإستعباده جسديا أو عقليا أو إقتصادي والتجرد عن العاطفة الجامحة والعصبية المقيتة والفهم غير المنطقي البعيد عن حقيقة الدين وهدفه مما يظهر صورة بشعة لو تمسكنا بهذه الأمور فيخرج داعشيا متطرفا محب للدماء وحاقدًا على كل ما يخالفه وإن كانت المخالفة جزئية وهذه الأمور مهمة في مجال التفاوض والتلاقي بين الأديان لو تمسكنا بها لعادت الحياة إلى برجها وبانت البسمة على شفاه التي ذبلها طغيان بني البشر وجشعهم وهي:

١. العقلانية في طرح العناوين وكيفية علاجها،
٢. المنطقية في العرض ومنطق الوسطية والتوازن في علاقات بني البشر،
٣. تصور الحلول لمشاكل الإنسان ونشر السماحة والمحبة وطلب الخير للجميع،

٤. التمييز بين دعاوى الخير والشر والإرهاب والأمن والبغضاء والمحبة والتمدن والتوحش والتوحيد والشرك والاعتدال والهمجية.
٥. العمل على إشاعة الأمل والخير وروح الإنفتاح الواعي على الحاضر وعدم الإنجاس في الماضي، نعم الأخذ منه العبر والإستفادة منها بما يرقى الإنسان فهذا شيء حسن والإفلا،
٦. التأكيد على أن كل الحضارات والأديان متحدة في منبعها وهو الفطرة السليمة التي لا زيف فيها،
٧. ضرورة الإحساس الإنساني المشترك بخطورة كل ما ينافي التعايش والتحاب وملاحظة الأخطار التي تهدد البشرية وعدم الفرق بين حضارة وحضارة وقومية وأخرى وفئة دون فئة،
٨. تثقيف المجتمع من خلال التأكيد على أن مصالح الأمم مرتبطة بما يحققه الحوار والدعاوى الصادقة ومن خلال تعميق الروح الموضوعية الإنسانية لمحو الروح الإستعلائية العنصرية وزرع القيم الحضارية الناصعة ومراعاة مشاعر الناس وقيمهم التي يؤمنون بها.
٩. الإعتقاد على منهج الخطاب العلمي في الحوارات والمنتديات العامة والتوعية الحقة المبنية على أسس الحوار والمرونة والتسامح وبعيدا عن التشنج والغضب مع من يحاوره ولذا فإنه لما سمع المفضل - وهو أحد تلامذة الإمام الصادق عليه السلام - من ابن أبي العوجاء بعض ما رشح منه من الكفر والإلحاد لم يملك غضبه، فقال:

يا عدو الله! أهدت في دين الله وأنكرت الباري جلّ قدسه، إلى آخر ما قال له.
فقال ابن أبي العوجاء: يا هذا! إن كنت من أهل الكلام كلفناك فإن ثبت لك حجة تبغناك وإن لم تكن منهم فلا كلام لك وإن كنت من أصحاب جعفر بن محمد الصادق فما هكذا يحاطبنا ولا بمثل دليلك يجادلنا ولقد سمع من كلامنا أكثر مما سمعت فما أفتحس في خطابنا ولا تعدّي في جوابنا وإنه للحليم الرزين العاقل الرصين لا يعتربه خرق ولا طيش ولا تزق وسسمع كلامنا وبلغنا وبلغنا وبلغنا حتى استقر غنا ما عندنا ووطننا أنا قد قطعناه أدحص حجتنا بكلام يسير وخطاب قصير يلزمنا به الحجة ويقطع العذر ولا نستطيع لجوابه ردّا فإن كنت من أصحابه فحاطبنا بمثل خطابه.^١

وبالنسبة لخطاب المحاور مع غير المسلمين فلا بد من التعريف بحقائق الرسالة واتحادها مع رسالة المسيحية والموسوية وغيرها من الأديان مادام المشرع الله تعالى معززة بالحجج والبراهين وفي إطار الحوار السليم والمنطقي،^١ لذا يقول الإمام الصادق عليه السلام:

«مَا تَكُونُ مِنْهُ تَمَرُّجُ الْحَقِّ بِالْبَاطِلِ وَ قَلِيلُ الْحَقِّ يَكْفِي عَنْ كَثِيرِ الْبَاطِلِ».^٢

وجاء في كلمات فقهاء أهل العامة أن الإحتيال على المحاور بتوجيه كلامه إلى وجوه محتملة من خلال المغالطات والسفسطة في المنهج من أساليب الإبهام التي يفترض الإبتعاد عنها في المحاور.^٣

معالم الحوار الناجح

من عوامل نجاح الحوار هو تحديد نقاط الخلاف والإختلاف وتحديد موضوع الخطاب والحوار وأن يكون له مقدمات موضوعية ويسير وفق أسس علمية ولا يتحقق هذا الجانب دون تخصص المتخاطبين في موضوع الخطاب وأحاطتهم الكافية بحقائقه فضلا عن العلمية والمعرفة بحقيقة الموضوع دون الخروج عنه، بل أن القرآن الكريم أكد على ذلك بقوله تعالى:

«وَمِنَ النَّاسِ مَن يُجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّبِينٍ».^٤

والتحلي بالسلوكية الصحيحة بعيدة عن الغضب والتهرج والتشنج والإستكبار عن سماع الحق وما نراه اليوم في بعض المنتديات وفي غرف البالتوكو غيرهما من عدم الهدوء وعدم ضبط النفس وعدم اللين والمرونة وغيرها من العوامل التي ترفع من حدة الصراع وعدم التوافق والتفاهم وبالتالي يشبط الآخرين من مواصلة الحوار والتأثير في التعايش السلمي الذي هو هدف الأنبياء والرسل إذ جاء عن الحق تعالى ما يدعو إلى التشاور والتحاو مع الآخرين بأسلوب هادىء وحتى مع من أساء الى دعاة الحق من الأنبياء والأوصياء بعد العفو والإستغفار منها قوله تعالى:

١. الصدر، ١٤٠١، ج١، ص. ٢٧٥.

٢. المجلسي، ١٩٨٣، ج٤٨، ص. ٢٠٥.

٣. الجويني، ١٩٧٩، صص. ٥٤٨-٥٤٢.

٤. الحج، ٨.

«أَذْهَبَا إِلَى فِرْعَوْنَ إِنَّهُ طَغَى * فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى»^١.

لأن الهدف الأكبر هو اكتشاف الحقيقة والتعرف عليها متى وجدها وهي ضالة المؤمن كما ورد في الحديث الشريف قال أمير المؤمنين علي بن أبي طالب عليه السلام:
«الْهَيْبَةُ خَيْبَةٌ وَالْفُرْصَةُ خُلْسَةٌ وَالْحِكْمَةُ ضَالَّةُ الْمُؤْمِنِ فَاطْلُبُوهَا وَلَوْ عِنْدَ الْمُشْرِكِ تَكُونُوا أَحَقَّ بِهَا وَأَهْلَهَا»^٢.

ويفترض ملاحظتها من جميع الجوانب والتي منها عدم تغليب أي طرف إلا في الحق إذ القصد من المحاوراة أصابة الحق وطلب ظهوره كيف اتفق ويكون شاكرًا متى ما وجدها كما يجب أن يتكون المحاوراة في نطاقها وأن لا تستخدم وسائل الإنفعال والإستفزاز من الشتيمة والمسبة التي نراها اليوم في المنتديات الأدبية ومحاور الفضاء الإلكتروني وعليه لا بد من التأكيد على الهدف الأسمى من خلال المنهج الصحيح دون لبس أو تورية وعدم الخلط بين الحق والباطل ما دام الغرض أخذ الحكمة، ولذا ورد:

«حُذِيَ الْحِكْمَةُ مِمَّنْ أَتَاكَ بِهَا وَ انْظُرْ إِلَى مَا قَالَ وَ لَا تَنْظُرْ إِلَى مَنْ قَالَ»^٣.

من أجل الوصول الى الحق إذ أن الحكمة: هي إحكام الرأي والتدبير^٤، ومما يدل على ضرورة أخذ الحكمة ما قاله أمير المؤمنين عليه السلام أنه قال:

«حُذِيَ الْحِكْمَةُ أَتَى كَانَتْ فَإِنَّ الْحِكْمَةَ تَكُونُ فِي صَدْرِ الْمُنَافِقِ فَتَتَلَجَّلَجَلُ فِي صَدْرِهِ حَتَّى تَخْرُجَ فَتَسْكُنَ إِلَى صَوَاحِبِهَا فِي صَدْرِ الْمُؤْمِنِ»^٥.

١. طه، ٤٤-٤٣.

٢. الطوسي، ١٤١٧، ج ٢، ص. ٢١٣.

٣. تميمي آمدي، ١٣٦٦، ج ١، ص. ١٧.

٤. ولها معان أخرى هي أنها تطلق على كل كلام محكم لا مدخل فيه للفساد بوجه أي ضبطه، وأيضا يطلق على كل دليل محكم موضح للحق ومزيل للشبهة، وثالثا على كل فعل محكم متشمل على مصلحة عار عن مفسدة، ورابعا على كل علم يعرف فيه استكمال النفس الإنسانية في جانبي العلم والعمل بالأحكام، ومنه اطلاق الحكمة على علم الشرايع والأحكام.

٥. نهج البلاغة، الحكمة ٧٦.

مصاديق للحوار في عصرنا الحاضر

كثير هي الحوارات التي جرت على مواقع الإتصال وتناولت عناوين مختلفة ومنها:

١. عمل الفضاء الإلكتروني كوسيط في اجراء الإتصالات بين مؤيد الاضراب ومنظميه وخاصة ظهر ذلك في نشر كليات التعذيب للمعتقلين وكيف أثر ذلك على مراجعة أساليب التحقيق ومعاقة المتورطين في سياسة مصر، وكذلك في تنظيم إحتجاج ٦ ابريل والدعوة لإحتجاج ٤ مايو ٢٠٠٨م على الفيس بوك حيث شهد على ذلك أكثر من ٧٠ الف عضو على نقل هذا الإحتجاج.
٢. نقله لمظاهرات الإحتجاج في سبتمبر ٢٠٠٧م في بورما ضد النظام العسكري وكيفية التأثير في ذلك.
٣. إستخدام الرسائل القصيرة عبر الهاتف في حشد الكثير من المواطنين للإحتجاج الجماهيري عام ٢٠٠١م في الفلبين وسقوط الرئيس الفلبيني جوزيف استرادا.
٤. نشره لمسيرة الرهبان وحشد المجتمع الدولي ضد الحكم العسكري وكيف قام القمع العسكري بقمع هذه المظاهرة.
٥. من صور الإحتجاج جمع التوقيعات الإلكترونية للمطالبة بتغيير سياسات أو قرار أو مناهض لقضية مجتمعية أو سياسية أو أخلاقية.
٦. نشره لأفكار الإضرابات أو الإعتصامات عن طريق المجموعات البريدية ورسائل المحمول ومهاجمة المواقع الإلكترونية الحكومية أو مواقع الخصومات والقرصنة وسرقة المعلومات.
٧. إنشاء مواقع لنشر الأفكار والرؤى الخاصة بالإحتجاجات وتحصيل الرأي العام وتجنيد المواليين لفكرة الإحتجاج.^١
٨. كشف الفضاء الإلكتروني عن مجموعة تعرف بقيادة الرأي لهم السيطرة على وجهة النظر السائدة في المجتمع تجاه قضية وهؤلاء يستوعبون المادة

١. علي محمد مرحومة، ٢٠٠٨.

الإعلامية بشكل أسرع من غيرهم وكذلك الأفكار المستحدثة، وهذه تعمل على إحداث التغيير الاجتماعي والثقافي والسياسي داخل المجتمع عن طريق استخدام الفضاء الإلكتروني كوسيط في ذلك.

٩. نشر رسم كاريكتيري مسيء للنبي الأكرم محمد ﷺ في جريدة محلية دنماركية ونشرها على مواقع الإنترنت مما ساهم في حدوث أعمال عنف وشغب في الشرق الأوسط وإفريقيا والعالم الإسلامي مما أدى إلى حرق السفارات ومقاطعة البضائع الدنماركية وقتل ٢٠٠ شخص مما بث الكراهة الدينية بين الشعوب مما ساهم سلبيا في زرع الكراهية بين الناس من جراء الأفكار المتطرفة والرؤى غير الواعية والسطحية خصوصا وأن البعض يساهم في نشر أمور تشكيكية ترتبط بدين الآخر ومعتقداته، ومن جهة أخرى أثر الفضاء الإلكتروني في القيم والأفكار والاتجاهات والسلوك والمعرفة لأفراد المجتمع^١.
١٠. حدوث الأعاصير والزلازل في العالم حيث ساهم نشره إلى حالة من العطف الدولي وجمع التبرعات والمساعدات من مختلف العالم كما هو الحال في اعصار تسونامي في جنوب شرق اسيا.
١١. ساهم الفضاء الإلكتروني على مستوى حوار الأديان والحضارات من خلال تلاقح الأفكار والتفاوض بدلا من إستخدام العنف والحرب، فظهر التفاعل بين الأفراد في معالجة الخلافات وحل الازمات مما أثر على التنظيم الاجتماعي والتفاهم الدولي المشترك وهكذا سادت الشفافية في نشر المعلومات والانفتاح على مصادر المعرفة والثقافات المختلفة ودعم فكرة الاختلاف والتعدد ومن ثم دعم عملية السلام الدولي وحل الصراعات والمصالحة بين بني البشر.
١٢. ظهرت أنواعا مختلفة من حملات التأثير في الرأي العام عبر الفضاء الإلكتروني منها ما نشأ من جراء تأثره بحدث واقعي يرتبط بالقيم والأخلاق المجتمعية لمواجهة التحرش الجنسي تحت عنوان: «إحترم نفسك...

١. حقيقة دور الإنترنت في بث الكراهة الدينية في العالم، ٢٠٠٦.

لسه فيك رجاله يامصر» أو بما يتعلق بمحاولة مواجهة العنف اللفظي ضد المرأة تحت عنوان: «قل لي امرأة ولا تقل مرة» وكذلك حملة «اللجنة القومية لمكافحة أنفلونزا الخنازير» وغيرها من الحملات التي لعب فيها الفضاء الإلكتروني دورا فعالا في إحياءها والتأثير في الرأي العام.

١٣. ومن أبرز المنظرين لها في الوقت الحاضر روجيه جارودي تحت غطاء

«الإبراهيمية» ومفتي سوريا الشيخ أحمد كفتارو وهما يتفقان في الدعوة إلى وحدة الأديان مع إختلافهما في منطلق ذلك، فالأول يدعو للوحدة من منطلق إنساني فهو يسعى لوحدة أديان الإنسانية، ولكنه يرى أن المرحلة الأولى تبدأ بوحدة أديان الملل السماوية الثلاث تحت مسمى «الإبراهيمية»، والثاني من منطلق صوفي وعلى فكرة صوفية وهي الوحدة والاتحاد وهم الذين يرون العالم كله هو الإله وأن أفراده مثل موج البحر متعدد ولكنه من البحر نفسه وبناء على ذلك فكل الأديان صحيحة لأنها صادرة عن الإله تعالى الله عما يقولون علوا كبيرا.

١٤. فكرة «التعايش والتسامح» دعوة فكرية تحمل في طياتها مضامين فكرية

وثقافية وحضارية وإجتماعية وقد تبني هذه الفكرة ونظر لها المنظمة الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة «ايسسكو» حيث أصدرت كتابا بعنوان «مفهوم التعايش في الإسلام» تأليف عباس الجراري، والتعايش والتسامح بهذا المفهوم وعرفه «اليونسكو» في بيان له بأنه إحترام الآخرين وحررياتهم والإعتراف بالإختلافات بين الأفراد والقبول بها والإفتتاح على الأفكار والفلسفات الأخرى بدافع الإطلاع وعدم رفض ما هو غير معروف.

١٥. هناك جملة من الحوارات^١ على مواقع التواصل الإجتماعي منها حوار مسلم مع

نصراني حول حادثة الصلب ونقلتها مواقع الإنترنت في ٢٠٠٩/٧/١٧ حول ألوهية عيسى أو عبوديته فجرى بين المتحاورين حوار موضوعي ابتداءا بخلق الكون الى خلق عيسى ومريم العذراء وإدعاء النصراني ببنوة عيسى ﷺ وتراجعه عن القول بالألوهية،

1. <https://ar.islamway.net/article>

ثم كيفية صلبه واحتجاج المسلم بعبودية المسيح وأنه من خلق الله، ثم نقل المسلم لمقطوعة من سفر «التثنية» ٢١: ٢٣-٢٢ وفي انجيل «لوقا» في ٢٤: ٣٦-٤١ (أن من يصلب فهو ملعون) فكيف يعقل أن يكون عيسى ملعون، وكذلك احتج المسلم بنفس المقولة لبولس «الذي تسموه شاول» وإعترضه عليها بقوله في رسالته لأهالي غلاطية (١٣/٣) من أن المسيح افتدانا من لعنة الشريعة إذ صار لعنة من أجلنا لأنه كتب ملعون كل من علق على خشبة وبهذا أثبت المسلم أن المسلمين أكثر من غيرهم يحبون المسيح ﷺ.

١٦. حوار بين المسلمين والمسيحيين تحت عنوان «كلمة سواء» ووقع عليها ١٣٨ عالم ديني مسلما وحضره مسؤول بارز من الفاتيكان وذكر أن الحوارات قد تزايدت بما يناسب عصر المعلومات وحضره أيضا أحد علماء الكبار من ليبيا عارف علي نايف والدعوة إلى تشكيل شبكة من رجال وعلماء الدين لتعزيز هذا الإتصال والتعارف وأكدوا على ضرورة الحوار.

وفي الختام على المسلم العاقل أن لا يرفض الحوار، فالقرآن الكريم كله حوار من سورة الفاتحة إلى آخر سورة فيه، فمادام الحوار ديني لا سياسي ولا إقتصادي هدفه الأسمى الوصول الى الحقيقة والتقارب على أساسها ونبتذ العنف والشتم والسباب والعيش بأمن وسلام فلا إشكال فيه.

الخاتمة والنتائج

يلعب الفضاء الإلكتروني دورا مهما في الحوار بين الأديان من خلال بيان الوجهة الصحيحة في التفاهم والتواصل دون إستخدام العنف والشدة والشتم ومن هنا جاءت الرسائل السماوية جمعاء إلى ضرورة التحاور وصولا إلى الحقيقة والسلام مبتعدة كل البعد عن الظلم والجور والتسلط والإستبداد، وقد سجل الباحث جملة من النتائج التي لو التزم بها المحاور لرست الحياة الى شاطئ الأمان والطمأنينة وأهمها ما يلي:

١. ركز القرآن الكريم على الحوار في كلمات الأنبياء ﷺ باعتبار أنه الوسيلة الأوفق عقلا لكسب الإنسان أو على الأقل الحد من أذاه، لذا نجده ركز على هذا الطريق في قيادة النبي لأتباعه ومن ثم توصيتهم بذلك وفي ذلك إتفاق بين جميع الرسالات السماوية.
٢. الأصل الشرعي مأخوذ من الشرع المقدس ودعوة الرسل الكرام لأقوامهم وقد كان أقوامهم على أديان مختلفة ومتباينة، فإن إختلاف الناس في أديانهم وعقائدهم سنة قدرها وقضاها رب العالمين لحكمة عظيمة وغاية جليلة وهي الإبتلاء والإختبار وأعمق خلاف بين الأديان هو الخلاف الواقع بين المسلمين وأهل الكتاب ولكن يفترض توجيهه نحو أصل الشريعة.
٣. حملت النصوص القرآنية المبادئ وأكدت عليها وجعلتها من الحقوق التي يلزم بها النظام الإسلامي توفرها للمواطن بنحو من التعايش المشترك في إطار المواطنة الحقة بعيدة عن التعصب والعصبية الدينية، بل وحتى المذهبية وذلك لكون المرجع واحد وكون الجميع مصبوغون بحضارة واحدة هي ملة ابراهيم ﷺ بل هم مصبوغون بصيغة الإسلام.
٤. جاء القرآن الكريم بنظريته في التعايش الإنساني من جهة وبما جاء به من إعجاز مضموني شامل وبما أحاط به من معرفة للسنن التي تتعلق بوجود الإنسان ومجتمعه بحيث تعطي بمجموعها إنطبعا كاملا عن رؤية القرآن وحضارته في أصوله الرئيسة.
٥. الدولة الإسلامية في إيران أعطت الحرية الكاملة لبني البشر من يهود ونصارى وزرادشت وغيرهم في إقامة المراسم الدينية ضمن القانون، وكذلك تعاملت مع الأشخاص غير المسلمين بالأخلاق الحسنة والقسط والعدل ومراعاة الحقوق.
٦. من عوامل نجاح الحوار هو تحديد نقاط الخلاف والإختلاف وتحديد موضوع الخطاب والحوار وأن يكون له مقدمات موضوعية واضحة ويسير وفق أسس علمية رصينة ولا يتحقق هذا الجانب دون تخصص المتخاطبين في موضوع الخطاب وأحاطتهم الكافية بحقائقه، فضلا عن العلمية والمعرفة بحقيقة الموضوع دون الخروج عنه.

7. الحوار الناجح هم ما يمكن له أن يتصور الحلول لمشاكل الإنسان ونشر السماحة والمحبة وطلب الخير للجميع والتميز بين دعاوى الخير والشر والإرهاب والأمن والبغضاء والمحبة والتمدن والتوحش والتوحيد والشرك والإعتدال والهمجية والعمل على إشاعة الأمل والخير وروح الإنفتاح الواعي على الحاضر.
8. وقد قطف المجتمع الدولي ثمار ثورة التكنولوجيا للفضاء الإلكتروني على كافة الميادين، ومنها حوار الأديان والحضارات وتوفر مكان خصب لتلاقح الأفكار وإمكان صياغة فكر إنساني مشترك يسوده الوثام والمحبة وصفاء القلوب فازدادت أهميته.
9. برز الفضاء الإلكتروني عواقب الصراع على البشرية ومواجهة الخلافات عن طريق الحوار بدلا من العنف والحرب، فأقام الفضاء الإلكتروني تحالفات جديدة في صور شبكات إلكترونية بين أفراد المجتمع المدني والمنظمات الدولية والقطاع الخاص فسادت الشفافية في نشر المعلومات والتعبير عن الآراء والإتجاهات الفردية والمجتمعية مما يساهم على دعم فكرة السلام على حساب فكرة الحرب مقابل عمل الإنترنت الذي عمل على تفتت المجتمعات القومية والهويات الثقافية والدينية وإنتشار الجرائم والإرهاب فأحدث تغيرات في بنية المجتمع في حين حاكى الفضاء الإلكتروني البيئة الإجتماعية الطبيعية من جراء وجود مجتمعات إفتراضية تساهم في التحاور والتطور المعرفي.

قائمة المصادر

١. القرآن الكريم.
٢. نهج البلاغة.
٣. الألوسي، محمود بن عبدالله؛ (١٤١٥)، روح المعاني في تفسير القرآن العظيم والسبع المثاني، تحقيق علي عبدالباري، بيروت: دار الكتب العلمية.
٤. ابن قيم الجوزية، محمد بن أبي بكر؛ (١٩٨٧)، زاد المعاد في هدى خير العباد، بيروت: دار الفكر.
٥. ابن منظور، جمال الدين محمد بن مكرم؛ (١٤١٤)، الإفرقي المصري، لسان العرب، بيروت: دار صادر.
٦. أوريان، سامر؛ الأبعاد السياسية للحوار بين الأديان. رسالة ماجستير في الجامعة الأردنية.
٧. أبونمر، محمد؛ خوري، أمل؛ ويتلي، إيملي؛ (٢٠١٣)، الوحدة في الاختلاف حوار في الأديان في الشرق الأوسط، مراجعة وتدقيق محمود الزواوي، ترجمة عبد علي السعيد، عمان: الأهلية للنشر والتوزيع.
٨. البدر، جمال شاكر؛ (٢٠٠٧)، فن السيناريو في قصص القرآن: حوار فكري وحضاري جديد في النص، دمشق: دار صفحات للدراسات والنشر.
٩. البستاني، محمود؛ (١٤٢٧)، دراسات في علوم القرآن، بقيق: مدينة العلم.
١٠. البكري الأندلسي، عبدالله بن عبدالعزيز؛ (١٤٠٣)، معجم ما استعجم من أسماء البلاد والمواضع، ط٣، بيروت: عالم الكتب.
١١. البيان الإماراتية، دعوة التقريب بين الأديان، الأربعاء: ١ شعبان ١٤٢٢ (١٧ أكتوبر ٢٠٠١).
١٢. التسخيري، محمد علي؛ (١٤٣٣)، حول الدستور الإيراني، ط٣، طهران: المجمع العالمي للتقريب بين المذاهب الإسلامية.
١٣. تركستاني، احمد بن سيف الدين؛ الحوار مع أصحاب الأديان مشروعيته وشروطه وآدابه، رياض: نشر ومطبعة كلية الدعوة والإعلام جامعة الإمام سعود.
١٤. تميمي آمدي، عبدالواحد بن محمد؛ (١٣٦٦ش)، غرر الحكم ودرر الكلم، قم: انتشارات دفتر تبليغات اسلامي.

١٥. الجرجاني، علي بن محمد؛ (١٤٠٥)، التعريفات، بيروت: دار الكتاب العربي.
١٦. الجويني، ابواسحاق ابراهيم؛ (١٩٧٩)، الكافية في الجدل، القاهرة: البابي الحلبي.
١٧. الحر العاملي، محمد بن الحسن؛ (١٣٩١)، وسائل الشيعة، بيروت: دار الكتاب العربي.
١٨. حقيقة دور الإنترنت في بث الكراهة الدينية في العالم؛ (٢٠٠٦)، ملف الأهرام الإستراتيجي، مركز الدراسات السياسية بالأهرام، العدد ١٤٤.
١٩. الحموي، ياقوت بن عبدالله؛ (١٣٩٩)، معجم البلدان، بيروت: دار الفكر.
٢٠. حيدر عبدالأمير رشيد؛ (٢٠١٢)، حوار الأديان في الفن الإسلام والمسيحية، مركز حمورابي، بيروت: دار المحجة البيضاء.
٢١. السحاني التبريزي، جعفر؛ (١٤٢٣)، مفاهيم القرآن، تقرير جعفر الهادي، قم: مؤسسة الإمام الصادق عليه السلام.
٢٢. السيوطي، جلال الدين عبدالرحمن أبي بكر؛ (١٢٦٠)، الدر المنثور في التفسير بالمأثور، ط٢، مطبعة مصطفى الحلبي.
٢٣. السيوطي، جلال الدين عبدالرحمن أبي بكر؛ (١٤٠٥)، الخصائص الكبرى، بيروت: دار الكتب العلمية.
٢٤. الشهيد الأول، جمال الدين محمد بن مكي العاملي؛ (١٣٧٠)، القواعد والفوائد، النجف: منشورات المطبعة الحيدرية.
٢٥. الشيخلي، عبدالقادر؛ (١٤١٣)، أخلاقيات الحوار، بيروت: دار الشروق للنشر والتوزيع.
٢٦. الصدر، السيد محمد باقر؛ (١٤٠٠)، فلسفتنا، النجف: المطبعة الحيدرية.
٢٧. الصدر، السيد محمد باقر؛ (١٤٠١)، إقتصادنا، النجف: المطبعة الحيدرية.
٢٨. الصدر الحسيني، السيد علي رضا؛ (١٤٢٧)، الإجتهد والتجديد، العدد ٥، مقاصد الشريعة ومصالح الأحكام في فقه الإمامية.
٢٩. الطباطبائي، السيد محمد حسين؛ (١٣٧٧)، الميزان في تفسير القرآن، طهران: دار الكتب الإسلامية.
٣٠. الطبرسي، الفضل بن الحسن؛ (١٤١٣)، مجمع البيان في تفسير القرآن، قم: المجمع العالمي لأهل البيت.
٣١. الطوسي، محمد بن الحسن؛ (١٤١٧)، الأمالي، تحقيق أحمد حبيب قصير العاملي، طهران: دار الكتب الإسلامية.

دور الفضاء الإلكتروني في الحوار بين الأديان / ٢٧٢

٣٢. عادل عبدالصاوق؛ (٢٠٠٨)، الإحتجاج الإلكتروني والفاعلون الجدد في الحياة السياسية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية، ملف الإهرام الإستراتيجي، العدد ١٦٢.
٣٣. عادل عبدالصاوق؛ (٢٠٠٩)، سلسلة مفاهيم: الديمقراطية الرقمية، المركز الدولي للدراسات المستقبلية والإستراتيجية.
٣٤. العروسي الحويزي، عبد علي بن جمعة؛ (١٣٨٢)، نور الثقلين، تصحيح سيد هاشم رسولبي محلاتي، قم: مطبعة الحكمة.
٣٥. عصام سليمان الموسى؛ (٢٠٠٩)، المدخل في الإتصال الجماهيري، عمان: جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا.
٣٦. علي محمد مرحومة؛ (٢٠٠٨)، علم الإجتماع الآلي، سلسلة عالم المعرفة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب.
٣٧. الفراهيدي، الخليل بن أحمد؛ (١٤٠٩)، العين، تحقيق مهدي المنزومي وإبراهيم السامرائي، قم: دار الهجرة.
٣٨. الفيومي، محمد ابراهيم؛ (١٤٠٦)، رسالة في الحوار الفكري بين العرب والحضارة، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
٣٩. القاسم، عبدالله بن خالد؛ (١٤٢٣)، الحوار في الإسلام.
٤٠. القرطبي، محمد بن أحمد؛ (١٣٨٤)، الجامع لأحكام القرآن (تفسير القرطبي)، تحقيق أحمد البردوني وإبراهيم أطفيش، ط ٢، القاهرة: دار الكتب المصرية.
٤١. الكناني، ابتسام؛ (١٤٢٦)، مقومات الحوار الناجح قراءة في تجربة المراجعات، مجلة المنهاج، السنة ١٠، العدد ٣٨: ٢٦-١٨
٤٢. المتقي الهندي، علاء الدين على بن حسام الدين؛ (١٣٩٩)، كنز العمال في سنن الأقوال والأفعال، بيروت: دار الفكر.
٤٣. المجلسي، محمد باقر؛ (١٩٨٣)، بحار الأنوار، بيروت: مؤسسة الوفاء.
٤٤. المحقق القمي، ميرزا أبوالقاسم؛ (١٣٧٨)، القوانين المحكمة في الأصول المتقنة، قم: مؤسسة الهادي.
٤٥. محمد رشيد رضا؛ (١٤١٣)، تفسير القرآن الحكيم (تفسير المنار)، بيروت: دار المعرفة.
٤٦. المسير، محمد سيد احمد؛ (١٤١٨)، الحوار بين الجماعات الإسلامية، الأزهر: دار الطباعة المحمدية.

٤٧. مغنية، محمد جواد؛ (١٣٩٩)، تاريخ الفقه الجعفري، بيروت: دار الفكر.
٤٨. المناوي، محمد عبدالرئوف؛ (١٣٩٩)، التوفيق على مهمات التعاريف، موقع الجامعة الاسلامية، بيروت: دار الفكر.
٤٩. النحلاوي، عبدالرحمن؛ (١٤٢٨)، أصول التربية الإسلامية وأساليبها في البيت والمدرسة والمجتمع، ط٢، دمشق: دار الفكر.
٥٠. النمازي، علي؛ (١٤١٣)، مستدرک سفينة البحار، قم: مؤسسة النشر الإسلامي.

51. <https://ar.islamway.net/article>

52. http://accronline.com/article_detail.aspx

تصميم برنامج محوسب لتقييم مستوى التعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي

الكاتب: علي عبدالحسين الفضل (عراق)^١

قبول: ١٤٣٨/١١/١٢

استلام: ١٤٣٨/٠٧/٢٩

المستخلص

أن ثورة المعلومات التي يشهدها العالم خلقت لنا فرصا جديدة ليس فقط في مجال الأعمال وإنما شملت التعليم وخلقت فرصا جديدة وقربت المسافات، لذا سعينا في هذا البحث للاستفادة من الثورة التكنولوجية وتصميم برنامج محوسب يخدم قطاع التعليم بشكل عام وقطاع التعليم الإلكتروني بشكل خاص حيث تم وضع معايير تخدم متخذي القرار في الجامعات من أجل التقييم المستمر للأداء ومحاولة تقليل الفجوة والاستفادة من الأخطاء لتحقيق أداء أفضل وتم الإعتماد على برامجيات بسيطة ومتاحة للمستخدمين وغير مكلفة وتم الإستعانة بالإستفادة من بعض الأساليب منها وضع اوزان نسبية للمعايير والإستفادة من مقياس ليكرت أخيرا تم التوصل الى مجموعة من النتائج كان ابرزها أن لمعايير تقييم التعليم الافتراضي أوزان مختلفة تختلف تبعاً لدرجة التأثير على سير العملية التعليمية وبالإمكان خلق معايير أكثر دقة وبالإمكان اعطاء اوزان نسبية حتى للأسئلة الفرعية.

الكلمات المفتاحية: مستوى التعليم، برنامج محوسب، الفضاء الإلكتروني الجامعي

المقدمة

في ظل التطورات التي يشهدها العالم على طالب العلم أن يسأل نفسه أين موقعه في هذه الثورة العلمية فما زالت العديد من دول العالم تعمل بأساليب تدريس تقليدية لا تتوافق مع التقدم التقني وتفكير الطالب والمعلم في عصر التكنولوجيا المعاصرة كما أن التعليم التقليدي فيه بعض المؤشرات الإيجابية وأخرى سلبية وإعتماد عليه فقط لا يستطيع مواكبة الفكر العصري الحديث، واليوم العالم يحتاج لنقلة كمية ونقلة نوعية لطلبة العلوم كافة ومنها الدينية.

١. كلية الإدارة والاقتصاد، جامعة الكوفة، الكوفة، عراق، nawafith@outlook.com

لذا وجدت حاجة ملحة إلى الإنصراف نحو تطبيق آليات تعليمية مساندة للتعليم التقليدي والاعتماد على التعليم المجازي- الافتراضي- الذي سياسهم في تحسين ودعم وبناء طلبة متميزين.

أن التعليم الإلكتروني أو ما يسمى بالتعليم الافتراضي^١ هو وسيلة تدعم العملية التعليمية وتحولها من التلقين إلى طور الإبداع والتفاعل المستمر وتنمية المهارات والقدرات ويتضمن التعليم الافتراضي كافة الأشكال الإلكترونية للتعليم والتعلم والاعتماد على الحاسب والإنترنت وتستخدم طرق حديثة في مجالات التعلم باعتماد أجهزة الكمبيوتر ووسائطها التخزينية وشبكاتنا ويعتبر التعليم الإلكتروني الافتراضي أحد الأنماط والأساليب المتطورة لما يسمى التعلم عن بعد والتعليم المعتمد على الحاسوب يسأهم بشكل كبير اليوم في نقل المعارف والمهارات والخبرات متجاوزا المكان والزمان ومن أشهر تطبيقاته التعلم عبر الوب^٢ وغرف التدريس الافتراضية والتعاون الرقمي ويتم تقديم محتوى الدروس للطلبة عبر الإنترنت والأشرطة السمعية والفيديو وعبر الوسائل والأقراص الليزرية.

أهمية البحث

يستمد البحث أهميته من خلال النقاط الآتية:

١. أهمية تقليل الوقت والجهد والتكاليف المتحققة في التعليم الإلكتروني والعمل في ضوء إنتفاء محددات المكان والزمان
٢. امتلاك الدافعية والتحفيز لدى طرفي العملية التعليمية- المعلم والمتعلم- ومواكبة التطور.
٣. إستخدام تكنولوجيا المعلومات- البرامجيات- في دعم الرقابة المستمرة على مستوى نمو التعليم الإلكتروني الجامعي.

مشكلة البحث

التعليم الإلكتروني وسيلة مهمة لتحقيق الأهداف التعليمية الجامعية الجديدة وهي أسلوب لتسريع خطى النمو العلمي وتحقيق الإنتقاله في الأداء الجامعي والقيمة المضافة للطلاب عليه يتطلب بناء نموذج تعليمي إلكتروني من خلال بناء منظومة تعليمية وفقا لنظرية النظم الحديثة التي مكوناتها- المدخلات، المخرجات، المعالجة، التغذية العكسية- وبناء نظام رقابي يعتمد على جملة من المعايير المحوسبة ومما تقدم يمكن اشتقاق التساؤلات التالية لبلورة مشكلة البحث

1. هل تتوفر معايير نموذجية لتقييم مستوى التعليم الجامعي الإلكتروني؟
2. هل بالإمكان تصميم نموذج محوسب لزيادة فاعلية عملية تقييم مستوى العليم؟
3. هل بالإمكان التطوير والتحسين المستمر على معايير التقييم والبرنامج المحوسب بذات الوقت؟

أهداف البحث

- هناك مجموعة من الأهداف وضعها الباحث سيتم السير وفقها وهي كما يلي:
1. تمهيد وتشكيل إطار نظري متقدم للتعليم الإلكتروني الافتراضي.
 2. صياغة وتقييم معايير نموذجية لتقييم مستوى التعليم الافتراضي.
 3. تصميم نموذج محوسب باستخدام أحد برامج "Office" وهو برنامج الإكسل¹.

فرضيات البحث

1. وجود معايير علمية عديدة لتقييم معدل النمو في التعليم الافتراضي.
2. إمكانية جدولة التقييم لفترات زمنية متقاربة لتقليل الفجوة وتحسين الأداء.
3. إمكانية تطبيق تقييم الأداء العلمي وفقا لمنهج نظرية النظم.
4. إمكانية تصميم برنامج محوسب سيساهم بشكل فاعل في دعم التقييم المستمر.

منهجية البحث

إعتمد البحث على منهجية البحث الوصفي النظري الذي يأخذ بالأبعاد العلمية والمعرفية في تثبيت محاور البحث من خلال إجراء المسوحات المكتبية واللقاءات المباشرة بأصحاب الشأن والوقوف على المصادر المتعلقة بموضوع البحث ثم رصد الدراسات والبحوث المكتبية المنشورة بموضوع التعليم الإلكتروني في الجامعات العالمية.

الإطار المفاهيمي المتقدم للتعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي

١. مميزات التعلم الإلكتروني

- وضع كتاب الأدبيات المتخصصة في التعليم الجامعي والتعليم الإلكتروني جملة من المميزات لهذا النوع من التعليم سوف نقوم بالتركيز على أبرزها وليس جميعها وكما يلي:
- التعليم الإلكتروني أكثر مرونة وسهولة.
 - المساهمة في التواصل المستمر والمشاركة فيما بين أعضاء الهيئة التدريسية.
 - يشجع على التعليم التعاوني والتعليم الجماعي وزيادة الروابط.
 - يراعي الفروق العلمية الفردية بين الطلاب.
 - يوفر فرص تعليمية لأشخاص لا يسمح لهم عملهم وظروفهم من تحصيل العلم.
 - تعدد طرق وأساليب التدريس لتلائم الفروق العلمية الفردية ونوع التعلم.
 - من خلال التعليم الافتراضي تحسين واثراء ودعم مستوى التعليم وتنمية القدرات الفكرية للطلاب.
 - اتاحة الفرصة الكاملة للمتعلم للمناقشة والحوار.

٢. الإعتبارات المهمة لفاعلية المقررات الإلكترونية لطلبة العلوم الدينية

- لتحقق فاعلية المقرر الإلكتروني ينبغي الأخذ في الحسبان مجموعة من القواعد وهي كما يلي:
- ضرورة دعم الحاسبات الإلكترونية للغات عدة منها (العربية، الأردية، الفرنسية، التركية، الآذرية) بالإضافة الى اللغة الفارسية

- والإنجليزية وشمول البرامج التي تستخدم في تصميم المقررات الإلكترونية في جميع التخصصات بذات اللغات اعلاه.
- تدريب الأساتذة والطلاب على آليات التعليم الإلكتروني قبل استخدام المقرر الإلكتروني وطرق تصميمه وتعلم مهارات استخدام الحاسب عموماً والقدرة على استخدام وتصميم المقررات التعليمية إحدى متطلبات التخرج
 - إهتمام جامعة التعليم الافتراضي بطرائق التدريس الحديثة وتطويرها.
 - عند تصميم المقررات الإلكترونية هناك عدداً أهمها تحديد الأهداف والواجبات والمناقشات الإلكترونية بوضوح واستخدام الرسائل العامة والخاصة لإعطاء التغذية العكسية على جميع الأهداف والواجبات و الإلتزام بالوقت وتشجيع الطلاب على ذلك وتدريب الطلاب على الإتصال بالإنترنت والدخول إلى المواقع قبل بدء الدراسة واستخدام التقنيات الإضافية للإتصال مثل الهاتف عند الضرورة.

٣. محاور التعليم الإلكتروني

ما يميز التعليم الإلكتروني عن التعليم العادي التقليدي المتعارف عليه هو:

- الفصول الافتراضية.^١
- الندوات التعليمية.^٢
- التعليم الذاتي.^٣
- المواقع التعليمية علي الإنترنت.^٤
- التقييم الذاتي للطلاب.^٥

-
1. Virtual Classes
 2. Video Conferences
 3. E-Learning
 4. Internet Sites
 5. Self-Evaluation

تصميم برنامج محوسب لتقييم مستوى التعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي / ٢٨٠

- الإدارة والمتابعة و إعداد النتائج.
- التفاعل بين المدرسة و الطالب و المعلم.^١
- الخلط بين التعليم والترفيه.^٢

٤. إيجابيات التعليم الإلكتروني

مبررات التعليم الإلكتروني يصعب حصرها، لكن يمكن القول بأن أهم مزايا ومبررات وفوائد التعليم الإلكتروني هي ما يلي:

- زيادة إمكانية الإتصال بين الطلاب فيما بينهم وبين الطلبة و الأساتذة.
- التعبير عن وجهات النظر المختلفة للطلاب بفضل المنتديات الفورية مثل مجالس النقاش وغرف الدردشة والحوار.
- الإحساس بالمساواة: بما أن أدوات الإتصال تتيح لكل طالب فرصة الإدلاء برأيه في أي وقت ودون إحراج.
- سهولة الوصول إلى الأستاذ في وقت قصير وخارج أوقات العمل الرسمية.
- إمكانية تكييف طريقة التدريس: من الممكن تلقي المادة العلمية بالطريقة التي تناسب الطلاب، فالتعليم الإلكتروني ومصادره تتيح إمكانية تطبيق المصادر بطرق مختلفة وعديدة وفقا للطريقة الأفضل بالنسبة للطلاب مما يساهم في مراعاة الفروق الفردية بين الطلبة.
- ملاءمة مختلف أساليب التعليم: التعليم الإلكتروني يتيح للطلاب أن يركز على الأفكار المهمة أثناء كتابته وتجميعه للمحاضرة أو الدرس كل حسب طريقته الخاصة.
- توفر المناهج الدراسية طوال الوقت وفي كل أيام الأسبوع- ٢٤ ساعة في اليوم، ٧ أيام في الأسبوع- أي أن التعلم وقتما تشاء والاستفادة القصوى من الزمن.

1. Interactive Relationship

2. Education and Entertainment

- تقليل الأعباء الإدارية بالنسبة للهيئة التدريسية: يتيح التعليم الإلكتروني إمكانية الإرسال والإستلام عن طريق الأدوات الإلكترونية مع إمكانية معرفة إستلام الطلاب لهذه المستندات.

٥. التحديات التي تواجه التعليم الإلكتروني

هناك تحديات كثيرة نذكر منها على سبيل المثال لا الحصر، المشاكل التقنية والتي تتمثل بصعوبة الوصول للمعلومات وانقطاع الشبكة المفاجئ نتيجة ضعف شبكة الإنترنت ونقص الخبرة لدى الأشخاص القائمين على البرامج التعليمية وعدم التحاقهم بالدورات والمؤتمرات وأحيانا صعوبة تأقلم الهيئات التدريسية والطلاب مع هذا النوع من التعليم بسبب تعودهم على التعليم التقليدي والخوف من التغيير كون الإنسان بطبيعته لا يحب تغيير ما اعتاد عليه، بل يقاوم ذلك بأساليب مختلفة ولا يكون ذلك باتباع سلوك مضاد نحو الإنترنت وإنما الوقوف موقفا سلبيا تجاه هذا التغيير.

معايير تقييم مستوى نمو التعليم في الفضاء الإلكتروني

في ضوء الأدبيات والمصادر المتخصصة في التعليم الإلكتروني قام الباحث بجمع جملة من المعايير التي من شأنها ان تساعد في تقييم مستوى نمو وتطور التعليم الافتراضي والتي سنقوم بإعتمادها كمعايير أساسية في تصميم البرنامج المحوسب من أجل التقييم المباشر للتعليم الافتراضي بلغ عدد المعايير المعتمدة (٥٢) معيارا قابلة للزيادة أو الحذف أو التعديل مع مراعاة التعديل على البرنامج أيضا ان حصل التعديل على تلك المعايير، وهذه المعايير هي موضحة في الجدول رقم (١) وكما يلي:

جدول رقم (١): معايير تقييم مستوى النمو للتعليم الإلكتروني

١	الإنفجار المعرفي والمعلوماتي المستمر ومقدار التجاوب معه من قبل طلبة العلوم الدينية.
٢	الميول النفسية والشخصية تجاه التعليم الإلكتروني على حساب التعليم التقليدي.
٣	مستوى التجاوب من قبل طلبة العلوم الدينية مع التعليم الافتراضي من منطلق توفير للوقت والجهد والتكاليف.
٤	حقق التعليم الافتراضي نسبة تزايد ملحوظة بالمقاييس مع التعليم الحضوري خصوصا لطلبة العلوم الدينية الخارجيين.
٥	رصانة وقوة التعليم الافتراضي عامل جذب ومعيان نمو مهم يستقطب المزيد من طلبة العلوم الدينية.
٦	إنخفاض تكاليف التعليم الإلكتروني على طرفي العملية التعليمية- الجامعة والطلّاب- عامل مهم للنمو.
٧	يحقق التعليم الافتراضي نموا ملحوظا في النمو والتبادل الثقافي بين الأمم.
٨	نشر العلوم الدينية وإزالة الشبهات وإدارة الحوار بين الأديان أسهل في التعليم الافتراضي.
٩	يسمح التعليم الافتراضي بشمول عائلة طلبة العلوم الدينية بمساحة أكبر من الاستفادة من المعلومات الدينية من خلال الإشتراك الغير مباشر بالدرس.
١٠	من أهم مؤشرات النمو التعليمي للعلوم بشكل عام والعلوم الدينية بشكل خاص شمول المناطق النائية والبعيدة بالتعليم الافتراضي.
١١	المصادر والكتب العلمية ذات الإختصاص تكون متاحة والوصول إليها يسير جدا وفي اي وقت ومكان.
١٢	التركيز الحقيقي اليوم في العملية التعليمية هو على مقدار المعرفة التي يكتسبها طالب العلم بغض النظر عن وسيلة إيصالها.
١٣	تزايد اعداد الطلبة وخصوصا الدينية في كمدخلات للتعليم الافتراضي (وفقا لنظرية النظم).
١٤	تزايد اعداد عمليات المعالجة- تدريس واداء الإختبارات والتقييم- للطلبة (وفقا لنظرية النظم).
١٥	تزايد اعداد الطلبة كمرحجات للعملية التعليمية الافتراضية (وفقا لنظرية النظم).
١٦	فاعلية وإستمرار عملية التغذية العكسية والتقييم والتقويم المستمر وكشف الاخفاقات وإصلاحها في العملية التعليمية الافتراضية (وفقا لنظرية النظم).
١٧	يساهم التعليم الإلكتروني بتعزيز روابط الإتصال بين الطلبة والتفاعل والحوار العلمي بشكل أكبر مقارنة بالتعليم التقليدي.
١٨	يساهم التعليم الإلكتروني بتعزيز روابط الإتصال بين الطلبة وأساتذتهم وبدون اي حرج أو تردد في الحوارات العلمية بشكل أكبر مقارنة بالتعليم التقليدي.
١٩	يتيح التعليم الافتراضي لطلبة العلوم الدينية وغيرها الحصول على الخدمات والإستشارات العلمية على مدار اليوم مما يحقق للطلّاب نوعا من الإستقرار والراحة.
٢٠	يقدم التعليم الافتراضي لطلبة العلوم الدينية طرق تدريس متعددة ومختلفة وهو بذلك يراعي الفروق الفردية بين الطلبة.

٢١	التقييم المستمر للمستوى العلمي لطلبة العلوم الدينية عبر التعليم الافتراضي.
٢٢	تحقق حالة الرضا لدى الطلاب وعدم وجود شكاوى وتذمر في التعليم الافتراضي خصوصا فيما يتعلق بالجانب التقني والدعم.
٢٣	تكمال وإرتقاء الأداء بالنسبة للهيئة التعليمية والإدارية في الجامعة الافتراضية.
٢٤	تكمال وإرتقاء الأداء الجامعي بالنسبة للتعليم الافتراضي من خلال تجديد المناهج وتطويرها والرقابة الذاتية المستمرة.
٢٥	تطور قاعدة البيانات الخاصة بالتعليم الافتراضي وسهولة الوصول للبيانات وإستمرار الدعم التقني بما يعزز فاعلية الأداء الجامعي الافتراضي.
٢٦	وجود برامج تدريبية وتطويرية للهيئة التدريسية والإدارية في الجامعة الافتراضية.
٢٧	تواصل الجامعة الافتراضية مع طلبتها وكوادرها التعليمية والإدارية وبث روح الإنتماء للجامعة.
٢٨	تحقق مفهوم القيادة الجامعية وبث روح المثابرة واتباع أسلوب التحفيز المستمر للطلبة والتدريسيين.
٢٩	إدارة العملية التعليمية من قبل رئاسة الجامعة الافتراضية بشكل أمثل وتحقيق بيئة علمية للجميع.
٣٠	وجود خطة إستراتيجية علمية تتضمن دراسة للبيئة التعليمية الافتراضية لاسيما التركيز على تحليل الفرص والتحديات ونقاط القوة والضعف.
٣١	وجود ميزانية تمويلية تتناسب وحجم النشاطات العامة والخاصة للجامعة الافتراضية.
٣٢	امتلاك الجامعة الافتراضية للمرونة المناسبة والمتوازنة في التعامل مع طلبة العلوم الدينية.
٣٣	التركيز على البحث العلمي المستمر والتحسين المستمر للأداء وتقويم الأداء وفي كافة الإتجاهات والمستويات العلمية والإدارية.
٣٤	المستوى العلمي لطلبة العلوم الدينية عبر التعليم الافتراضي ينافس مستوى التعليم الافتراضي.
٣٥	خلق فرص جديدة لإستكشاف الطاقات الطلابية المتميزة عبر التعليم الافتراضي.
٣٦	يساهم التعليم الافتراضي في تحقق القيمة المضافة للطلبة والجامعة بذات الوقت.
٣٧	التطور المستمر لقدرات الهيئة التعليمية الافتراضية وفق معايير محددة مسبقا.
٣٨	جدية وفاعلية الإختبارات العلمية الفصلية والسنوية للطلبة في التعليم الافتراضي.
٣٩	وضع معايير موضوعية ومتعددة لتقييم طلبة العلوم الدينية في الجامعة الافتراضية.
٤٠	الإلتزام العام من قبل الطلبة والأساتذة والموظفين باللوائح والإرشادات العامة للتعليم الافتراضي.
٤١	يحقق البرنامج التعليمي الافتراضي حاجات الطلبة المتقدمين للدراسة وفق هذا المنهج.
٤٢	برمجة توقيتات الدروس الافتراضية ووقت المحصة التعليمية ملائم جدا لطلبة العلوم الدينية.
٤٣	الهيئة التعليمية في التعليم الافتراضي تعد خطة مسبقة للدروس العلمية الافتراضية.
٤٤	وجود نظام رقابي محكم على الهيئة التدريسية في تأدية واجباتها ومدى تحقق أهدافها التعليمية.
٤٥	في التعليم الافتراضي تتكامل العناصر - البشرية والمادية والمعنوية - لتحقيق الأهداف العلمية.
٤٦	سرعة الإستجابة من قبل إدارة المؤسسة التعليمية للمشاكل الفنية والإدارية الطارئة.

٤٧	اكتشاف الطاقات العلمية الأخرى للطلبة عبر التعليم الافتراضي وتميئها كالتأليف والخطابة والتحقيق وغيرها.
٤٨	تطور إمكانيات الدعم التقني للتعليم الافتراضي وملائمتها لكافة الظروف وانخفاض نسبة المشاكل الإلكترونية.
٤٩	خلق المناسبات الاجتماعية والدينية والترفيهية وتصميم برامج خاصة في المناسبات بشكل افتراضي وإحيانا حضوري.
٥٠	يحقق التعليم الافتراضي الخصوصية للنساء وإحيانا التعليم العائلي وهي ميزة جذابة يفترق لها التعليم الحضوري.
٥١	إنخفاض مستوى الهدر في اعداد طلبة العلوم الدينية المنتمنين للتعليم الافتراضي.
٥٢	تستفيد الجامعة الافتراضية من مخرجات التعليم الخاصة بها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.

المصدر : اعداد الباحث

النموذج المحوسب لمعايير تقييم نمو التعليم الإلكتروني

تم استخدام برنامج الإكسل أحد برامج مجموعة "Office" في تصميم النموذج المحوسب لتقييم مستوى نمو التعليم في هذا النموذج تم إعداد (٥٢) سؤال وكل سؤال أو فقرة امامها تقييم باستخدام تقييم شبيه بمقياس ليكرت^١ يتضمن خمس مستويات هي - ممتاز، جيد، متوسط، مقبول، غير مقبول- يتضمن النموذج معلومات عن- أسم الجامعة، الفصل الدراسي، أسم التدريسي أو أسم المقيم- عند إجراء التقييم يتم وضع رقم (١) امام كل سؤال أو فقرة خاضعة للتقييم في المربع الذي يراه المقيم مناسباً مثلاً في حال إختيار الفقرة الأولى تقييم- جيد- يوضع رقم (١) في الخلية المقابلة ويجب عدم ترك حقلاً فارعاً لتقييم عبارة- جيد- وهكذا بالنسبة لبقية العبارات الـ (٥٢) وتقييم جميع أختيراً إنحصرت هذه الأوزان وفق التوزيع الفقرات الآتي:

١. التقييم- غير مقبول- الوزن النسبي (٠/٠١).
٢. التقييم- مقبول- الوزن النسبي (٠/٣).
٣. التقييم- متوسط- الوزن النسبي (٠/٥).
٤. التقييم- جيد- الوزن النسبي (٠/٨).
٥. التقييم- ممتاز- الوزن النسبي (١).

وبعد إتمام الإجابة على كافة الأسئلة أو الفقرات نستطيع الحصول على نسبة مئوية (%) تعبر عن نسبة ومستوى النمو في التعليم الإلكتروني داخل الجامعة أو الفصل الدراسي وسوف تظهر لنا عبارة نصية إضافة إلى النسبة المئوية تعبر عن مدى قبول أو عدم قبول النسبة وهذه النتائج مفصلة كما يلي:

١. مستوى نمو التعليم الديني غير مقبول، الدرجة النهائية أقل من ٣٩%.
٢. مستوى نمو التعليم الديني ضعيف، الدرجة النهائية أكبر من ٣٩%.
٣. مستوى نمو التعليم الديني مقبول، الدرجة النهائية أكبر من ٤٩%.
٤. مستوى نمو التعليم الديني متوسط، الدرجة النهائية أقل من ٦٩%.
٥. مستوى نمو التعليم الديني جيد، الدرجة النهائية أقل من ٧٩%.
٦. مستوى نمو التعليم الديني جيد جداً، الدرجة النهائية أقل من ٨٩%.
٧. مستوى نمو التعليم الديني ممتاز، الدرجة النهائية بين ٩٠-١٠٠%.

حالة دراسية عن نمو مستوى التعليم الإلكتروني



اسم الجامعة: جامعة المصطفى <small>عليه السلام</small> المفتوحة
الفصل الدراسي: المعارف الإسلامية
أسم التدريسي: حامد نيك نهاد
برنامج تقييم مستوى نمو التعليم الديني في الفضاء الإلكتروني

ت	البيان	ممتاز	جيد	متوسط	مقبول	غير مقبول
١	الإنفجار المعرفي والمعلوماتي المستمر ومقدار التجاوب معه من قبل طلبة العلوم الدينية.	١				
٢	الميل النفسي والشخصية تجاه التعليم الإلكتروني على حساب التعليم التقليدي.		١			
٣	مستوى التجاوب من قبل طلبة العلوم الدينية مع التعليم الافتراضي من منطلق توفير للوقت والجهد والتكاليف.	١				
٤	حقق التعليم الافتراضي نسبة تزايد ملحوظة بالمقاييس مع التعليم الحضوري خصوصا لطلبة العلوم الدينية الخارجيين.		١			
٥	رصانة وقوة التعليم الافتراضي عامل جذب ومعيار نمو مهم يستقطب المزيد من طلبة العلوم الدينية.				١	
٦	إنخفاض تكاليف التعليم الإلكتروني على طرفي العملية التعليمية- الجامعة والطالب- عامل مهم للنمو.	١				
٧	يحقق التعليم الافتراضي نموا ملحوظا في النمو والتبادل الثقافي بين الأمم.		١			
٨	نشر العلوم الدينية وإزالة الشبهات وإدارة الحوار بين الأديان أسهل في التعليم الافتراضي.			١		
٩	يسمح التعليم الافتراضي بشمول عائلة طلبة العلوم الدينية بمساحة أكبر من الاستفادة من المعلومات الدينية من خلال الإشتراك الغير مباشر بالدرس.	١				

				١	من أهم مؤشرات النمو التعليمي للعلوم بشكل عام والعلوم الدينية بشكل خاص شمول المناطق النائية والبعيدة بالتعليم الافتراضي.	١٠
				١	المصادر والكتب العلمية ذات الاختصاص تكون متاحة والوصول إليها يسير جدا وفي اي وقت ومكان.	١١
		١			التركيز الحقيقي اليوم في العملية التعليمية هو على مقدار المعرفة التي يكتسبها طالب العلم بغض النظر عن وسيلة إيصالها.	١٢
			١		تزايد اعداد الطلبة وخصوصا الدينية في كمدخلات للتعليم الافتراضي (وفقا لنظرية النظم).	١٣
		١			تزايد اعداد عمليات المعالجة- تدريس واداء الاختبارات والتقييم- للطلبة (وفقا لنظرية النظم).	١٤
			١		تزايد اعداد الطلبة كمبرجات للعملية التعليمية الافتراضية (وفقا لنظرية النظم).	١٥
				١	فاعلية وإستمرار عملية التغذية العكسية والتقييم والتقويم المستمر وكشف الاخفاقات وإصلاحها في العملية التعليمية الافتراضية (وفقا لنظرية النظم).	١٦
				١	يساهم التعليم الإلكتروني بتعزيز روابط الإتصال بين الطلبة والتفاعل والحوار العلمي بشكل أكبر مقارنة بالتعليم التقليدي.	١٧
		١			يساهم التعليم الإلكتروني بتعزيز رولبط الإتصال بين الطلبة وأسائدتهم وبلدون اي حرج أو تردد في الحوارات العلمية بشكل أكبر مقارنة بالتعليم التقليدي.	١٨
			١		يتيح التعليم الافتراضي لطلبة العلوم الدينية وغيرها الحصول على الخدمات والإستشارات العلمية على مدار اليوم مما يحقق للطلاب نوعا من الإستقرار والراحة.	١٩

تصميم برنامج محوسب لتقييم مستوى التعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي / ٢٨٨

			١	يقدم التعليم الافتراضي لطلبة العلوم الدينية طرق تدريس متعددة ومختلفة وهو بذلك يراعي الفروق الفردية بين الطلبة.	٢٠
		١		التقييم المستمر للمستوى العلمي لطلبة العلوم الدينية عبر التعليم الافتراضي.	٢١
١				تحقق حالة الرضا لدى الطلاب وعدم وجود شكاوى وتذمر في التعليم الافتراضي خصوصا فيما يتعلق بالجانب التقني والدعم.	٢٢
		١		تكمال وإرتقاء الأداء بالنسبة للهيئة التعليمية والإدارية في الجامعة الافتراضية.	٢٣
			١	تكمال وإرتقاء الأداء الجامعي بالنسبة للتعليم الافتراضي من خلال تجديد المناهج وتطويرها والرقابة الذاتية المستمرة.	٢٤
		١		تطور قاعدة البيانات الخاصة بالتعليم الافتراضي وسهولة الوصول للبيانات وإستمرار الدعم التقني بما يعزز فاعلية الأداء الجامعي الافتراضي.	٢٥
	١			وجود برامج تدريبية وتطويرية للهيئة التدريسية والإدارية في الجامعة الافتراضية.	٢٦
		١		تواصل الجامعة الافتراضية مع طلبتها وكوادرها التعليمية والإدارية وبث روح الإنتماء للجامعة.	٢٧
		١		تحقق مفهوم القيادة الجامعية وبث روح المثابرة وإتباع أسلوب التحفيز المستمر للطلبة والتدريسين.	٢٨
			١	إدارة العملية التعليمية من قبل رئاسة الجامعة الافتراضية بشكل أمثل وتحقيق بيئة علمية للجميع.	٢٩
			١	وجود خطة إستراتيجية علمية تتضمن دراسة للبيئة التعليمية الافتراضية لاسيما التركيز على تحليل الفرص والتحديات ونقاط القوة والضعف.	٣٠

		١			وجود ميزانية تمويلية تتناسب وحجم النشاطات العامة والخاصة للجامعة الافتراضية.	٣١
				١	امتلاك الجامعة الافتراضية للمرونة المناسبة والمتوازنة في التعامل مع طلبة العلوم الدينية.	٣٢
				١	التركيز على البحث العلمي المستمر والتحسين المستمر للأداء وتقويم الأداء وفي كافة الاتجاهات والمستويات العلمية والإدارية.	٣٣
		١			المستوى العلمي لطلبة العلوم الدينية عبر التعليم الافتراضي ينافس مستوى التعليم الافتراضي.	٣٤
				١	خلق فرص جديدة لاستكشاف الطاقات الطلابية المتميزة عبر التعليم الافتراضي.	٣٥
				١	يساهم التعليم الافتراضي في تحقق القيمة المضافة للطلبة والجامعة بذات الوقت.	٣٦
				١	التطور المستمر لقدرات الهيئة التعليمية الافتراضية وفق معايير محددة مسبقاً.	٣٧
		١			جدية وفاعلية الاختبارات العلمية الفصلية والسنوية للطلبة في التعليم الافتراضي.	٣٨
		١			وضع معايير موضوعية ومتعددة لتقييم طلبة العلوم الدينية في الجامعة الافتراضية.	٣٩
				١	الالتزام العام من قبل الطلبة والأساتذة والموظفين باللوائح والإرشادات العامة للتعليم الافتراضي.	٤٠
		١			يحقق البرنامج التعليمي الافتراضي حاجات الطلبة المتقدمين للدراسة وفق هذا المنهج.	٤١
				١	برمجة توقيتات الدروس الافتراضية ووقت الحصة التعليمية ملائم جداً لطلبة العلوم الدينية.	٤٢
				١	الهيئة التعليمية في التعليم الافتراضي تعد خطة مسبقة للدروس العلمية الافتراضية.	٤٣
				١	وجود نظام رقابي محكم على الهيئة التدريسية في تأدية واجباتها ومدى تحقق أهدافها التعليمية.	٤٤

تصميم برنامج محوسب لتقييم مستوى التعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي / ٢٩٠

		١			٤٥	في التعليم الافتراضي تتكامل العناصر- البشرية والمادية والمعنوية- لتحقيق الأهداف العلمية.
			١		٤٦	سرعة الاستجابة من قبل إدارة المؤسسة التعليمية للمشاكل الفنية والإدارية الطارئة.
			١		٤٧	اكتشاف الطاقات العلمية الأخرى للطلبة عبر التعليم الافتراضي وتمييزها كالتأليف والخطابة والتحقيق وغيرها.
		١			٤٨	تطور إمكانات الدعم التقني للتعليم الافتراضي وملانمتها لكافة الظروف وانخفاض نسبة المشاكل الإلكترونية.
				١	٤٩	خلق المناسبات الاجتماعية والدينية والترفيهية وتصميم برامج خاصة في المناسبات بشكل إفتراضي وإحيانا حضوري.
				١	٥٠	يحقق التعليم الافتراضي الخصوصية للنساء وإحيانا التعليم العائلي وهي ميزة جذابة يفتقر لها التعليم الحضوري.
١					٥١	إنخفاض مستوى الهدر في اعداد طلبة العلوم الدينية المنتمين للتعليم الافتراضي.
			١		٥٢	تستفيد الجامعة الافتراضية من مخرجات التعليم الخاصة بها سواء بشكل مباشر أو غير مباشر.
٢	٢	١٦	١٧	١٥	مجاميع كل مقياس	
٠,٠١	٠,٣	٠,٥	٠,٨	١	الأوزان النسبية	
٠,٠٢	٠,٥	٨	١٣	١٥	المجموع	
النتيجة من ١٠٠				٦٩,٧٥	مستوى نمو التعليم الديني جيد	

الإستنتاجات

١. في ضوء دراسة المعايير الرئيسة لتقييم نمو التعليم الافتراضي وجدنا إمكانية وضع معايير نتركها للباحثين مستقبلا مع إمكانية الحذف إضافية للتقييم في ضوء تفاصيل أدق والإستحداث والتعديل على تلك المعايير.
٢. يمكن هذا البرنامج رغم بساطته من عمل مفاضلة مستمرة خلال فترة زمنية محددة وتحويل المعايير الوصفية إلى كمية وبالتالي تطبيق البرنامج على فصلين دراسيين مختلفين وإيجاد الفرق في مستوى النمو أو الإنحدار سيعطي لكل فصل دراسي درجة أو قيمة تمكن متخذ القرار من المفاضلة بين البدائل.
٣. المعايير الحالية أعطت تصورا واضحا لمتخذي القرار في الجامعة الافتراضية المعنية وفيما لو إستخدمت ووضعت في برنامج محوسب لأنها حولت المعايير خصوصا الوصفية إلى أرقام قابلة للقياس وتعطي دلالات واضحة لمتخذ القرار بتصحيح مسار العملية التعليمية في التعليم الافتراضي.
٤. لمعايير تقييم التعليم الافتراضي أوزان مختلفة تختلف تبعا لدرجة التأثير على سير العملية التعليمية وبالإمكان خلق معايير أكثر دقة وبالإمكان إعطاء اوزان نسبية حتى للأسئلة والمعايير المطروحة.
٥. يمكن إستخدام التطبيقات البسيطة مثل برنامج مايكروسوفت الإكسل^١ لتصميم البرنامج الحالي ويمكن إستخدام البرامج واللغات البرمجية المتقدمة أيضا مثل فاجول^٢.

التوصيات

١. إعداد دراسة مفصلة لتحديد معايير تفصيلية بعد إستشارة المختصين والمعنيين بالجامعة الافتراضية و تصميم إستمارة إستبيان تتضمن معايير جديدة تعرض على أهل الرأي لإختيار أفضل المعايير وأكثرها ملائمة.

1. Microsoft Excel
2. Visual Basic

تصميم برنامج محوسب لتقييم مستوى التعليم في الفضاء الإلكتروني الجامعي / ٢٩٢

٢. تعميم هذه التجربة والإفادة منها في كافة مفاصل الجامعة الافتراضية وبالإمكان الاستفادة من الفكرة في مواضيع مختلفة تحتاج إلى تقييم إلكتروني كذلك يوفر هذا البرنامج الحل لإختيار الأفضل.
٣. تصميم برنامج متقدم ضمن أنظمة دعم القرار "DSS" أو الأنظمة الخبيرة بالإفادة من المعايير والأوزان التي توصل إليها البحث.

قائمة المصادر

١. طارق عبدالرؤوف عامر؛ (٢٠١٥)، التعليم الإلكتروني والتعليم الافتراضي- إتجاهات عالمية معاصرة، القاهرة: المجموعة العربية للتدريب والنشر.
٢. أمل فتحي عقل؛ (٢٠٠٩)، تطوير معايير التميز في التعليم الجامعي العالي- الأردن نموذجاً، عمان: دار الخليج للطباعة والنشر.
٣. سورنسن، تشارلز دبليو؛ (٢٠٠٦)، التميز في الجودة والتنوعية والأداء في التعليم العالي، ترجمة سمة عبد ربه، الرياض: العبيكان للطباعة والنشر.
٤. صفاء أحمد شحاتة؛ (٢٠١٢)، أسس تقييم اداء المتعلم وقياس فعالية المؤسسة التعليمية- مدخل تقييم القيمة المضافة، جامعة عين شمس جمهورية مصر العربية، المجلة الدولية للأبحاث التربوية، الإمارات العربية المتحدة.
٥. عزة جلال مصطفى؛ (٢٠١٠)، التخطيط الإستراتيجي الناجح لمؤسسات التعليم- دليل علمي، جامعة القاهرة، جمهورية مصر العربية.
٦. عبدالسلام الصياد؛ (٢٠١٠)، التعليم الإلكتروني والتحديات المعاصرة، فلسطين: جامعة بيرزيت، كلية تكنولوجيا المعلومات قسم هندسة أنظمة الحاسوب.

7. https://www.seu.edu.sa/sites/ar/OnlineLearning/Pages/ma_in.aspx

8. <http://www.new-educ.com/quest ce-que le- -learning>

5. Akhlag,
6. To succeed in tableegh,
7. Sabr,
8. Patience in getting elm and doing tableegh,
9. Tawfeeq,
10. Uccess from Allah (swt) in achieving the target (tableegh). As you see from the list, tableegh is something common for all of them.

I have spent 10 years of my life to learn English, procedures and technical stuff to get a well paid job. Now it is time I spend resources granted by Allah (swt) to me to serve him and get his pleasure and blessings.

As you see from the essay, I changed from almost takfirist and become a useful person for the society. This happened because:

1. I started from tazkiyyah,
2. Started going knowledge how I could.
3. Allah (swt) granted me with Al-Mustafa university.
4. Teachers from the university contributed a lot in my behavioral change, But of course al is due to Allah's (swt) will.

References

- **Holy Quran.**

Especially after I have read “Target of the life” from Murtaza Mutahhari, I understood the general purpose of the life and how my role should be in.

Generally the life is a battle of Haqq and Bateel between friends of Allah (swt) and friends of Iblis. Our target is to be servants of Allah (swt) rather than savants of Iblis. In this journey everyone shall ask themselves a question:

- What is my mission?

What can/ shall I do to please Allah (swt) more. Without education it is very hard to find correct answer to the question.

From what I have learnt using virtual education systems I need to follow footsteps of Prophet (sawas) and his Ahlul-Bayt. Actually being Shia means to follow footsteps. Allah (swt) mentions about being Shia in Quran:

«وَإِنَّ مِنْ شِيعَتِهِ لِإِبْرَاهِيمَ».

And, verily, among those who followed his [Nuh's (Noah)] way (Islamic Monotheism) was Ibrahim.¹

- How shall I follow them?

My answer to the question as below:

1. Tazkiyyah,
2. Purification of my nafs before I get elm for tableegh,
3. Elm,
4. Knowledge to understand Quran for tableegh,

1. Safat, 83.

- Allah (swt) talks to prophet (sawas) and says:

«وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ»

And you are of a great moral character.¹

- Allah (swt) describes importance of good akhlag in next verse:

«فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ.»

It is by of grace from God that you were gentle with them.

Had you been harsh, hardhearted, they would have dispersed from around you.²

2. We all need to tune ourselves to Prophet (sawas).

- Allaha (swt) gives us a hint:

«لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا.»

You have an excellent example in the Messenger of God;
for anyone who seeks God and the Last Day, and
remembers God frequently.³

«لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَمَن يَتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ.»

There is an excellent example in them for you—for anyone
who seeks God and the Last Day, But whoever turns away—
God is the Self-Sufficient, the Most Praised.⁴

1. Qalam, 4.

2. Ali 'Imran, 159.

3. Ahzab, 21.

4. Mumtahanah, 6.

In my opinion life of Prophet (sawas) and AhlulBayt (as) were not examined in details by me, where lots of lessons could have been derived from and referred to. Firstly what I learnt:

1. Man kind was looking for Allah (swt) but was misguided by Iblis and shayateen
2. Allah (swt) sends his messengers with the message of Tawheed
3. Messenger propagates tawheed by demonstrating a unique knowledge and akhlag (behavior)
4. Ahlul-Bayt (as) continued mission of the Prophet (sawas) with knowledge and akhlag (behavior)
5. Neither Prophet (sawas) nor Ahlul-Bayt (as) never acted in the behavior to repel anyone.

Conclusion

Allah (swt) wants every soul to be saved from hell fire- hence the messengers:

1. Good akhlag to be exercised to succeed in tableegh
- Proof of Allah's willing to save people from hell fire is:
Number of sent prophets is 124.000 based on famous hadeeth.
Prophets were sent to different tribes (Ad, Samood, Madyan, Ayka etc.)

Here is the proof of requirement for a good akhlag to succeed in da'wah:

I am also using other electronic sources to make some research for my essays. One of the subjects was Ethics and Morale in Islam, so I had to write some essay.

Surely what was provided by the university was enough to write it, however I did some more research. I listened to several more lectures on the subject, referred to some more books (from Kamal Haydari, Xomeyni, Mutahhari etc.).

This helped me to understand the subject more and come up with more quality essay.

Religious Impacts on People's Behavior

Another subject was Perfect Man (from Murtaza Mutahhari) where I had unique chance to see character of a perfect man in sample of Prophet (pbuh) and Ali Ibn Abu Talib, understand in what kind of environment they lived and made tabligh and fought not just against pagans also against ignorance of people, who preferred to stick to the way as their fathers did and did not want to accept the truth.

This is educational part, now let's see how it affected my behavior. I have already described how I used to behave towards people without faith or fasiqoon (sinners).

I could not bear them and tried to avoid them. Later by continuing my education and research on life of Prophet (pbuh) and Ahlul Bayt (as) I gained more information (which was totally new to me) and knowledge on philosophy of their arrival upon humanity and how they behaved within man kind.

I managed to find almost all hadis which Shia scholars were referring to in their books and got more clear vision in what happened after death of Prophet (pbuh) and how ummah dealt with his family and progeny. I read aqaid from Jafar Sobhani and understood what is real belief of Shia.

Meanwhile I was reading other books from Imam Sajjad, Ayatollah Xomeyni, Dastghayib, Murtuza Mutahhari etc.

The more I read the more it was clear to me how the society went astray and it was very painful for me to see people calling themselves Muslim but acting like people of jahiliyyah time.

As I already mentioned they were in sin, haram and were insisting in being Shia of Ali. I could not bear this and was thinking of people like they are kuffar (disbeliever), I was treating them as animals (even worse).

Gradually I realized that I was isolated from society. I did not want to have anything common with people who insist on being muslim but not practicing it. Particular role was played by several of my friends who were very aggressive towards people as well. Basically I was under influence of those people. Even though I was wondering if I was doing right things.

In December of 2016 I made a tour to Iran, I visited holy city of Qom and Mashhad. In this trip Allah (swt) granted me with a scholarship in JamiatulMustafa.

So I started my education through virtual systems, receiving electronic books and lectures.

As we know reading Quran is remembering Allah (swt) and abandonment of it will end up in forgetting of Allah (swt).

Allah (swt) warns us not to forget Him in Quran:

«وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ نَسُوا اللَّهَ فَأَنْسَاهُمْ أَنْفُسَهُمْ أُولَٰئِكَ هُمُ الْفَاسِقُونَ».

And do not be like those who forgot God, so He made them forget themselves. These are the sinners.¹

So, to control those who forget Allah (swt) and sin very easy, as they forget themselves (humanity and the reason for hem to be here). When people are to be servants of Allah (swt) they become slave of Taghut, And in this case Islam becomes way how to burry body (hence it was popular like deen for dead people).

The Way is Gone

Once upon a time (about 2 years ago) Allah (swt) awoke me up and I realized that I did not know anything about Islam (till that time I was Ahlu Sunnah vel Camaah) and I started reading and researching about Islam and historical events. Initially I was reading Quran (translation, as I did not know Arabic yet) and Sahih al-Bukhari and Sahih Al-Muslim.

While reading and researching lots of questions arose in my head and I was looking for answers. Later I got electronic version of Kutubi Sittah (six books of hadees collection from Bukhar, Muslim, Abu Dawood, Tirmithi, Nasai and bin Majah) and continued my research in virtual system.

1. Hashr, 19.

This gave extra arrogance (kibr) to Pharaoh and he ended up saying:

«فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى».

He said, “I am your Lord, the most high”.¹
and claimed to be God.

How This Story is Relevant to Socialistic Government?

With the improvement of science they tried hard to disprove existence of God and make people to “wow” with results of scientific results. In order to make people obey they used very similar approach as Pharaoh did.

After getting independence from Soviet Union and getting relationship with Islamic Republic of Iran and Islamic scholars we got chance to receive religious literature and very small amount of people fulfilled the very first order of Allah (swt) which is:

«إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ».

Read in the Name of your Lord who created.²

People were kept away from reading Quran, they were given different other books instead (like Capital of Marks, Communism of Lenin, from Engels, it or Hugo etc.), learning Russian language was more fashionable than study Arabic language.

Basically as it is described in Quran:

«وَقَالَ الرَّسُولُ يَا رَبِّ إِنَّ قَوْمِي اتَّخَذُوا هَذَا الْقُرْآنَ مَهْجُورًا».

And the Messenger will say, My Lord, my people have abandoned this Quran.³

¹. Nazi'at, 24.

². Alaq, 1.

³. Furqan, 30.

People close to Pharaoh advised him following:

«قَالُوا أَرْجِهْ وَأَخَاهُ وَأَرْسِلْ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ * يَا تُوَكُّ بِكُلِّ سَاحِرٍ عَلِيمٍ».

They said, “Put him off, and his brother, and send heralds to the cities. And let them bring you every skillful magician.¹”

At that time magic and seher was very popular, specialized scholars in magic (Professional magicians) were very popular and people liked them, But how this fact was used by Pharaoh to stupefy people.

We need to review more verses from Quran:

«فَالْقَوْمَ حِبَالَهُمْ وَعَصِيَّتَهُمْ وَقَالُوا بِعِزَّةِ فِرْعَوْنَ إِنَّا لَنَحْنُ الْغَالِبُونَ».

So they threw their ropes and their sticks, and said By the majesty of Pharaoh, we will be the winners.²

Then they made a magic:

«قَالَ أَلْقُوا فَلَمَّا أَلْقَوْا سَحَرُوا أَعْيُنَ النَّاسِ وَاسْتَزْهَبُوهُمْ وَجَاءُوا بِسِحْرِ عَظِيمٍ».

He said, “You throw!” And when they threw, they beguiled the eyes of the people, and intimidated them, and produced a mighty magic.³

As a result people saw a magic (not miracle) heppening du to “Pharaoh’s majesty”. This was not the first ime as magic was very popular and Pharaoh used this for his credit, Of couse not educated people would accept it as a will of Pharaoh.

1. Araf, 111-112.

2. Shu’ara, 44.

³. Araf, 116.

How Pharaoh Managed to Oppress Them?

The answer is in Quran:

«إِنَّ فِرْعَوْنَ عَلَا فِي الْأَرْضِ وَجَعَلَ أَهْلَهَا شِيَعًا يَسْتَضِعُّ طَائِفَةً مِنْهُمْ يُدَّبِحُ
أَبْنَاءَهُمْ وَيَسْتَحْيِي نِسَاءَهُمْ إِنَّهُ كَانَ مِنَ الْمُفْسِدِينَ».

Pharaoh exalted himself in the land, and divided its people into factions. He persecuted a group of them (Bani Isra'il), slaughtering their sons, while sparing their daughters. He was truly a corrupter.¹

He singled out Bani Isra'il within Egypt, But how he managed oppress other people? In Quran Allah (swt) talks about Pharaoh and how he gained control over people:

«فَاسْتَحَفَّتْ قَوْمَهُ فَاطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ».

Thus he stupefied his people, and they obeyed him, they were wicked (sinning) people.²

How Could he Manage to Stupefy Them?

The answer is in Quran again. When Hz Musa and Harun (pbut) came to Pharaoh and called him upon releasing Bani Isra'il, which was under his oppression. Hz Musa had his staff as a miracle, he dropped it and it became a real snake:

«فَأَلْقَى عَصَاهُ فَإِذَا هِيَ ثُعْبَانٌ مُبِينٌ».

So he threw his rod, then lo! it was a clear serpent.¹

1. Qasas, 4.

2. Zukhruf, 54.

Where did this Culture and Social Behavior Come from and How Can be Preserved?

Time to go deeper to understand how deep a rabbit hole is...

As you may already know that Azerbaijan was part of Soviet Union and ideology of the entire country was Communism/Socialism which is based on materialism philosophy. Government of any time was fighting against religion openly and closely.

What they were trying to do was to turn pure religion in to shirk and practice jahiliyyah (root of jahiliyyah is jahala, which means to be ignorant or stupid, to act stupidly).

Why were they Trying to do so? Why Someone Wants to Stupefy the Society? What is the Aim on that Act?

We will review this point in Quran. It is clear that the Soviet Union was not the state of Islam rather it was state of Taghut. They made halal things of Allah (swt) haram and haram things halal.

In order to keep people under its control system tried to separate them from Islam and Allah (swt). We can see from history how Pharaoh acted similarly. As we know in the time of Yusuf (pbuh) people of Egypt and pharaoh of that time became muslims.

We know from history that there was a ruler change and one dynasty was replaced by another and the Pharaoh made people obey himself.

«وكثير منهم فاسقون».

and many of them are sinners.¹

Fasiqoon means people who perform act of sin by not obeying to Allah (swt).

How I was observing (I do it now as well) it in the society – people call themselves Muslim but they do not pray salah, they do not fast, they do not give zakat, they consume alcohol, they make wedding party with alcohol, they consume substances made haram in Islam, they are involved in adultery (zina), they gamble, they offend people who really practice Islam and try to be a real follower of the Prophet (pbuh), imam Ali ibn Abu Talib and other imams of Ahlul-Bayt, they go to a tree and beg tree for recovery from illness ask for a child or wealth etc, But yet they call themselves Muslim and Shia of Ali... Very disappointing and to be honest disgusting... I was hating them because of the lie they say and practice.

This hatred increased significantly wen I realized that I spent 35 years of my life in the environment where a little was from Islam but lots of things were from bid'ah (innovation in religion) and shirk (associating a partner with Allah (swt)).

So my behavior towards the society was in prosecuting mode and it was guilty in my mind.

1. Hadid, 4.

Why is this Important?

It is important because we have to know the environment we are part of, what is good and what is bad in the society and what is “accepted culture” in the society. Only then we will be able to define where we were before religious study and where we are or will be as a religious student/graduate.

So, time to review some realities around us... From now on I will describe my thoughts and behavior before study and after I started my study in Al-Mustafa University.

First of all I will tell you how I was behaving and what kind of approach I had towards other people. I was born in a Muslim country and everyone used to call themselves Shia of Ali. I was following the society and accepted this as a normal thing. I never questioned anything and accepted everything as part of ultimate truth. Later I started reading and understood that whatever I witnessed around me is not representing Islam, Of course this heavily affected my behavior towards the society.

As I am religious (I have belief in Allah (swt) and practice Islam) independently from me I was judging people based on their belief and religious practice. Regular reading of Quran was giving me idea about human being and society. A

s I live in the country which is deemed to be a Muslim country, I was expecting all of the people to practice Islam completely but not seeing this in practice made me think of the verse 16 in chapter Al-Hadid:

This will happen due to difference between what person believe is right and what society does. In history we have seen lots of examples when a person opposed against the society and customs and some of them were prosecuted or even executed by people, church or court.

As an examples on this case we can see Hz Nuh, Hz Ibrahim, Hz Zakariyya, Hz Yahya, Hz Ali, Hz Huseyn (including other 8 imams from his progeny), from European scientist we can see Socrate, Kopernik, Galileo etc, But it does not necessarily mean that individual is always right, not at all, this can be wise versa and we can see some examples as well.

For this scenario we can see Qarun (from ummah of Hz Musa), Qabil (son of Hz Adam), Iblis (among all at the throne of Allah) etc.

So, we have already reviewed what is culture and his components like idea, custom and social behavior. Based on the topic we need to review what kind of impact virtual system will have on behavior of religious student.

As the culture already contains social behavior, we have to define status of the society in terms of their knowledge and belief, we just have to (full stop).

So a person will try to come with an idea and act within limits of custom in order to fit within the society (to be accepted by the society) and behave as “normal” (no one wants to seem as abnormal).

This is the case when an individual becomes victim of the society, so that society and social values acts as a generator of his idea and behavior. Every action of the person will be measured against the values adopted by the society and define how he/she behaves in the society.

If it is a good society and person misbehaves, society will identify and correct the person (court, prison, psychiatric hospital, education etc.), But what to do if the society is corrupted or brainwashed and can not realize what is good or bad.

We will look at both cases (with scenarios) soon and will try to examine them in details and understand the consequences.

What Forms “Idea” and “Custom”

As the idea is personal it will take its roots from something personal, for example knowledge, belief or experience. As the custom is social it will depend on social values, historical traditions or religion. Even though person is an individual within the society (part of the society), his/her idea may differ from customs (positively or negatively).

Those acts might be positive and negative (in terms of social criteria and religious perspectives) and depending on that the person will get social value. So, once we are clear with social behavior, it is time to understand what is its relationship with customs and ideas.

Explaining “Custom” and “Idea”

We will review customs first. So again we will have to look to the definition of “custom” and it is defined in dictionary as “a traditional and widely accepted way of behaving or doing something that is specific to a particular society, place, or time”.

As it is clear from the definition, even though it is “widely accepted” it is restricted to the society, place and time, which means that any particular custom will be accepted in specific society, place or time.

So whatever is accepted in China is not necessarily accepted in Russia or vice versa or that was accepted 500 years ago might not be accepted now.

Now we look at “idea” and it is defined as “a thought or suggestion as to a possible course of action”.

Basically idea is a cause of action (so the action is an effect of the idea). It is not material and appears in terms of thought, opinion or suggestion. So this is important that we understand what is generating idea and custom. Idea is something personal when custom is social.

Prior to go into depth of the subject we need to review and comprehend each word and expression of the subject. Meanwhile we need to also classify some of them in order to understand their limits and borders in terms of what is the reality and how good looks like.

So we start with “Culture” and in order to understand what it (really) means we need to give it a definition. Word Culture is noun and it is defined in the dictionary as “the ideas, customs, and social behavior of a particular people or society”.

So culture contains ideas, customs and behavior, it might not be limited to, however we will concentrate on them as they perfectly suits our subject.

Explaining “Social Behavior”

We will start our analysis from social behavior as this is sourced from customs and ideas, But before we move to social behavior we need to understand what is behavior for one and then how it becomes social.

So we need to define behavior first. Dictionary defines it as “the way in which one acts or conducts himself/herself, especially towards others”.

Explaining “Towards Others”

As the definition contains “towards others” it is clear that behavior is social act and person's behavior impacts others in one way or another.

I think everyone who wants to contribute in improvement of Islam in the country should take this opportunity. After we have sufficient knowledge, we should use the same “weapon” as falsehood does (social media) to spread the truth. Here we need to consider lots of things, we need to produce the products accepted by people without resistance, know what they like. For example most of videos viewed the most are within 3 to 5 minutes, use some good background vocal melody, HD recording, cartoon type recording etc. There are some very good channels which I follow (for example “Islamic Pulse”) which does all these stuff in professional manner. As a summary, we need to use the same “weapon” in the same manner to deliver truth against the falsehood. All the praises are due to Allah (swt), due to His will all the good deeds start and finish successfully.

Key Words: Cultural Impacts, Virtual System, Behavior of Religious Studies Students

Introduction

To start with, I have to admit that I am very excited by writing the article on impact of virtual education on behavior of religious studies student as I am one of them. So basically it will be mostly about impact of virtual religious study on my behavior, but not limited to, as I will do my best to share my observations and opinion for people surrounding me and how virtual education could have impacted their behavior as well.

We are living in a strange era now, full of false information, data, different theories and philosophies, And to push through this false representatives of evils uses internet, media and social media. Almost everyone has mobile phone nowadays and using them for social media. From time to time they notice some videos or information which is introduced by falsehood to move them out of Islam. Weak (in terms of knowledge and faith) people (most of people) fall into their trap very easily. In one word we seem loosing the game. What to do to change the situation:

1. Everyone (absolutely everyone) should bear the responsibility to improve his knowledge on the religion.
2. Those who has sufficient knowledge should use every possible ways and especially social media to share their knowledge and deliver the truth.

We should start from ourselves first! We need to get proper education, apply it to our life and then share it with others. Not all the cities has proper Islamic education centers and sometimes there are some barriers which stop us. For example location difference (I live in Baku but Islamic University is in Iran, Qom) and language difference (I speak Azeri, Russian, Turkish and English but don't speak Farsi or Arabic). In the era of internet, there are virtual study systems which remove location barrier and as those studies are held in different languages it removes language barrier as well. At the moment I study in Al-Mustafa University virtually and in Azeri language.

Cultural Impacts of Virtual System on the Behavior of Religious Studies Students

Author: Abed Qafarov (Azerbaijan)¹

Receive: 05/08/2016

Accept: 10/08/2017

Abstract

One thing we learn from Quran is that every prophet came with miracle similar to the tricks famous for the period of time or the region. For example in the time of the Pharaoh, he used to stupefy and manipulate people by use of magicians and their magic: Thus he stupefied his people, and they obeyed him, they were wicked (sinning) people.² When Hz Musa came with his staff and dropped it, it turned to a snake and swallowed their magic. With a naked eye both sides did the same thing, hence they called Hz Musa a knowledgeable magician or another example, when in Arabia poetry was very popular, prophet Muhammad (pbuh) introduced Quran and no one could produce anything similar or close to it even one chapter (surah). We can go further and analyze story of Hz Yusuf, Hz Isa, Hz Saleh etc. What kind of lesson we learn from these stories? Every prophet came with a weapon similar what falsehood had for the specific region. Evil was fought back with the same “type” of weapon but with one difference, weapons of the prophets were from Allah (swt) and was representing, delivering the truth.

1. MA in Department of Islamic Studies, Al-Mustafa Open University, Qom, Iran, abid@bk.ru

2. Zukhruf, 54.

A word from Managing Editor

Research is the artery of life in the realm of insight and science. Its dynamism leads to generation and expansion of knowledge borders and discarding this area, makes knowledge resting and lifeless; and the first achievement of this resting is ignorance. In these very days, we are witnessing the modern ignorance, which roots in absence of sound and lucid research in different areas.

Today research is considered to be a gate for expanding the borders of knowledge, and plays an eminent role in human activities. Exploring Humanities and Islamic areas can enable people to understand the human issues and difficulties to offer solutions for them.

The growing development in different areas of knowledge demands discussions in more scientific areas. Explaining a huge range of Islamic Science areas in global scope is a necessity today.

“**Pure Life**” student journal, with the aim of creating a situation for presenting articles of Al-Mustafa Open University students, is trying to improve the level of student researches in Islamic Science and also grounding an area for expanding the relationships among researchers in humanities and islamic science areas.

“**Pure Life**” is published, every season, in a form of a multilingual, electronic and promotive student journal. This very volume, trying to discuss “**First International Conference of Capacity and Impact of Cyberspace in Promoting Religious Education**” (5), represents the eleven best articles in Three language: Farsi, Arabic and English.

Thanks to Al-Mustafa Journals Commission and Ministry of Culture and Islamic Guidance in Islamic Republic of Iran, “**Pure Life**” journal, as the first scientific journal in Al-Mustafa Open University is ready to publish the students’ journal.

A Word from Chief Editor

“PURE LIFE” will be a window towards man’s eternal life. Al Mustafa Virtual University considers its mission to introduce the divine teachings to ground dwelled man, so that he could be able to establish a fresh living by using the knowledge bestowed upon him by Almighty God in such a manner **that it** brings him worldly peace and eternal prosperity.

“PURE LIFE” is an opportunity for the students and graduates of the university to spread out their scientific and cognitive knowledge on the vast arena of cyberspace and also, with the use of scholarly dialect, reflect religious cognition into various aspects of human life. Hope that through efforts of knowledge seekers, this window may become more magnificent.

Guide for Article Writers

- 1- Articles must include following sections:
title, abstract and keywords, prelude or introduction of the subject, main body of the article, conclusion, references
- 2- Only those articles will be considered which had not been published before and their corresponding authors have not been obliged to publish them elsewhere.
- 3- Responsibility of scientific and legal authenticity of the articles will rest upon the corresponding author.
- 4- The right to accept or reject an article is reserved for the journal. However, the secretariat of the journal is bound to report the final situation of sent articles to their corresponding authors within one month (30 days).
- 5- Final approval for an article to be published in the journal will be made by the editorial board after the recommendation of referees.
- 6- Size of an article must be eight pages at least and 25 pages at most where each page contains 250 words.
- 7- Quotation and adaptation from articles of the journal, with reference to the source, are allowed.
- 8- Persian, English and Arabic abstracts of an article should be 300 words at most.
- 9- To type a Persian article, "B Mitra" font with the size of 14pt should be used.
 - ✓ To type an article in Arabic, "Arabic Typesetting" font with the size of 14pt and in English, "Times New Roman" font with the size of 14pt should be used.
- 10- References should be arranged alphabetically and should be listed as under:
 - ✓ In Case of Book: Surname, Name, (Year of Publication), Title of Book (with "Bold" font style), Name of Translator or Editor (if applicable), Volume, Edition, Place of Publication: Name of Publisher.
 - ✓ In Case of Article: Surname, Name, Title of Article, Translator (if applicable), Name of Publication (with "Bold" font style), Periodicity, Edition, Total Number of Article Pages: (Year of Publication).
- 11- Endorsement of references related to sources in the text should be made in form of (Name of Author, Year of Publication: Page Number) e.g., (Tabatabai, 1376: 89).
- 12- Explanation references of each page, like Latin form of alphabets, Description of terms, etc, should be given in footnote of the same page.
- 13- Author or Authors of an article must endorse their name, surname, academic level, address, cell number and their email along with their articles sent to the University's Secretariat of Research and Production on: (research@almustafaou.com).
 - ✓ As the journal is multilingual, venerable scholars can submit their articles in four languages: Persian, Arabic, English and Urdu.
- 14- After the article is published, the secretariat of journal is bound to email the electronic edition of the journal to the given email address of the author(s).

On the basis of the act approved in the Twenty second meeting of Al-Mustafa publications Council (on 10/03/2014) and 74327 E-Rasaneh's, in Ministry of Culture and Islamic Guidance, this special edition has been designated as at the level of academic- specialized journals with student pivoted approach.

This journal is in the electronic form which after being published will be uploaded to the following addresses:

(and can be downloaded completely)

<http://journals.miu.ir/>

<http://www.magiran.com/maginfo.asp?mgID=4950>

https://www.civilica.com/Journal-JR_PLIFE=%D9%81%D8%B5%D9%84%D9%86%D8%A7%D9%85%D9%87-%D8%AD%DB%8C%D8%A7%D8%AA-%D8%B7%DB%8C%D8%A8%D9%87.html



Academic – Specialized Journal (Multilingual)

PURE LIFE

Special Issue: First International Conference “Capacity and Impact of Cyberspace in Promoting Religious Education” (5)

Vol.5, No.14, September 2018 (Dhu al-Hijjah 1439/ Shahrivar 1397)

Concessionaire: (Al-Mustafa International University)
Al-Mustafa Open University, Secretariat of Research and Production

Chief Editor: Mohsen Qanbari (PhD)

Managing Editor: Abedin Siahat Isfandiari (PhD)

Academic Secretary: Tofiq Asadov (PhD)

Executive Manager: Mohamad Javad Najaflo (Hojjatul Islam)

Editorial Board:

Mohsen Qanbari	Deputy Communications and International, Al-Mustafa International University (Iran)
Abedin Siahat Isfandiari	Research and Production Secretary, Al-Mustafa Open University (Iran)
Tofiq Asadov	Professor at Al-Mustafa Open University (Azerbaijan)
Ghulam Jabir Muhammadi	Professor at Imam Khomeini Specialized University (Pakistan)
Syed Mohammad Ali Aon Naqavi	Professor at Al-Mustafa Open University (India)
Yahya Abdul Hasan Dookhi	Professor at Ahlbyt University (Iraq)
Kadri Yildiz	Professor at Al-Mustafa Open University (Turkey)

Publisher: Al-Mustafa Open University

Address: Qom, Southern Sahili Road, Before Musallah, Between Lanes 4&6

Post Box: 3713913554

Telephone and Fax: 32613875 - 32114175

Number of Pages: 320

Circulation: Electronic Printing

Web: http://journals.miu.ir/content.php?pagename=journal&journal_id=7

Email: research@mou.ir



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

*In the name of God, Most
Gracious, Most Merciful*