

Conceptual and Functional Typology of Cyberspace in Preparing the Ground for Mahdism¹

Mohammadali Shokoohian Rad¹ 

Kazim Fouladi Ghaleh² 

1. Senior Researcher, Cyber Space Research Laboratory, University of
Tehran, Tehran, Iran (**Corresponding Author**).cm@shokoohian.ir

2. Assistant Professor, Department of Computer Engineering, Faculty of Engineering,
Farabi Campus, University of Tehran, Qom, Iran.kfouladi@ut.ac.ir



Abstract

The advent of the Promised Savior, Imam Mahdi, is contingent upon the realization of certain factors known as the components that prepare the ground for Mahdism. All such components require explanation and propagation so that different nations may become familiar with the discourse of Mahdism and the lofty goal of the Promised Savior, allowing the aspiration for his advent to gradually take root in their hearts. Although these components remain constant across eras and historical periods, the requirements for realizing them depend on the conditions of the time. In the present age, which is deeply influenced by the expansion and intensification of cyberspace in the daily life of individuals, a new ecosystem has emerged—one shaped by information-based existence. Therefore, clarifying the opportunities and threats of cyberspace, both in its essential

-
1. Shokoohian Rad, M. A., & Fouladi Ghaleh, K. (2025). Conceptual and Functional Typology of Cyberspace in Preparing the Ground for Mahdism. *Mahdavi Society*, 6(1), pp. 222-251.
<https://doi.org/10.22081/jm.2025.72734.1121>

■ **Type of article:** Research Article * **Publisher:** Islamic Sciences and Culture Academy

■ **Received:** 2025/04/25 • **Revised:** 2025/06/22 • **Accepted:** 2025/07/27 • **Available Online:** 2025/09/01

© 2025

authors retain the copyright and full publishing rights



(ontological) dimension and its functional dimension, is necessary for preparing the ground for fulfilling the ideals of Mahdism. Accordingly, this study employs library research for data collection and a qualitative–descriptive approach for data analysis. In the functional dimension, the findings indicate that the current global cyber infrastructure—due to content-policy structures influenced by the opposing front—has shifted away from neutrality and, in practice, operates unilaterally against the discourse of Mahdism. For this reason, cyberspace should be used as an extension of in-person explanatory and missionary activities so that if content is censored or removed, the core efforts of promoting the discourse of Mahdism remain uninterrupted. In the essential (ontological) dimension, the analysis shows that contemporary cyberspace presents two opportunities and one threat for the process of preparing the ground for Mahdism. The opportunities include: (1) familiarizing humanity with information-based social and civilizational construction grounded in the induction of understanding, and (2) enabling acceptance of the possibility of establishing a unified global governance. The threat, however, is the numbing of human interpretive capacity and independent analytical ability in the cyber-immersed individual, making the task of explanation more challenging than in the pre-cyber era.

Keywords

Cyberspace; Preparing the Ground for Mahdism; Conceptual and Functional Typology; Opportunities and Threats of Cyberspace; Cybernetic Descent.

نسبت‌شناسی ماهوی و کارکردی فضای سایبر

در بسترسازی مهدویت^۱



کاظم فولادی قلعه^۲

محمدعلی شکوهیان‌راد^۱

۱. پژوهشگر، آزمایشگاه پژوهشی فضای سایبر، دانشگاه تهران، تهران، ایران (نویسنده مسئول).

cm@shokoochian.ir

۲. استادیار، گروه مهندسی کامپیوتر دانشکده مهندسی دانشکده‌گان فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران.

kfouladi@ut.ac.ir

چکیده

ظهور منجی موعود، حضرت مهدی علیه السلام، مشروط به تحقق عواملی است که با عنوان مؤلفه‌های بسترساز مهدویت شناخته می‌شوند. همه مؤلفه‌های بسترساز مهدویت به تبیین و تبلیغ نیاز دارند تا دیگر ملت‌ها با گفتمان مهدویت و هدف والای منجی موعود آشنا شوند و طلب ظهور به تدریج در قلبشان تجلی یابد. از سوی دیگر، باوجود آنکه مؤلفه‌های ظهور در عصرها و دوره‌های مختلف تغییر نمی‌کند؛ اما لوازم تحقق آنها به شرایط زمانه وابسته است. عصر حاضر، متأثر از بسط و تعمیق فضای سایبر در زندگی فرد انسان‌ها، با زیست‌بوم نوینی آمیخته شده که زیست اطلاعات محور را رقم زده است؛ ازاین‌رو تبیین فرصت‌ها و تهدیدهای فضای سایبر، هم در بعد ماهوی و هم بعد کارکردی، در راستای بسترسازی برای تحقق آرمان‌های مهدویت، امری ضروری به نظر می‌رسد. به همین منظور، در پژوهش حاضر، برای جمع‌آوری اطلاعات از روش مطالعات کتابخانه‌ای و با هدف تحلیل اطلاعات از روش پژوهش

۲۲۴

جامعه‌مهدی

سال ششم، شماره اول، ۱۴۰۴

۱. شکوهیان‌راد، محمدعلی؛ فولادی قلعه، کاظم. (۱۴۰۴). نسبت‌شناسی ماهوی و کارکردی فضای سایبر در بسترسازی مهدویت. جامعه مهدوی، ۶(۱)، صص ۲۲۲-۲۵۱.

<https://doi.org/10.22081/jm.2025.72734.1121>

▣ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.

▣ تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۲/۰۵ • تاریخ اصلاح: ۱۴۰۴/۰۴/۰۱ • تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۵/۰۵ • تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۶/۱۰

© ۲۰۲۵ «نویسندگان دارنده حق مؤلف مقاله خود بدون محدودیت هستند»



کیفی - توصیفی استفاده شده است. در بُعد کارکردی، چنین نتیجه‌گیری می‌شود که زیرساخت‌های فعلی فضای سایبر جهانی، به واسطه سیاست‌گذاری‌های محتوایی تحت نفوذ جبهه رقیب، از حالت خنثی و بی‌طرف خارج شده است و در عمل، به صورت یک‌سویه در تقابل با گفتمان مهدویت قرار گرفته است. به همین دلیل استفاده از آن باید به صورت امتدادبخشی به فعالیت‌های تبیینی و تبلیغی میدانی و حضوری باشد تا در صورت حذف و سانسور محتوا، اصل فعالیت‌های ترویج گفتمان مهدویت منقطع نشود. همچنین در بُعد ماهوی، تحلیل‌ها نشان می‌دهد فضای سایبر فعلی، درباره فرایند بسترسازی مهدویت، دو فرصت و یک تهدید را رقم زده است؛ به گونه‌ای که فرصت‌های آن شامل «آشنایی بشر با جامعه‌سازی و تمدن‌سازی اطلاعات محور و مبتنی بر القای فهم» و «پذیرش امکان شکل‌گیری حاکمیت یکپارچه جهانی» است و تهدید آن «تخذیر قوه فهم و توان تحلیل مستقل انسان سایبری شده» است؛ به طوری که امر تبیین دشوارتر از عصر پیش از سایبر شده است.

کلیدواژه‌ها

فضای سایبر، بسترسازی مهدویت، نسبت‌شناسی ماهوی و کارکردی، فرصت‌ها و تهدیدهای فضای سایبر، هبوط سایبرنتیکی.

مقدمه

آرمان انسان موحد در عصر کنونی، اتصال جامعه جهانی به منجی است که در همه ادیان سماوی مطرح شده است. به عبارت دیگر، اعتقاد به ظهور منجی و مصلح جهانی، ایده‌ای فراگیر و همگانی است (ربانی گلپایگانی، ۱۳۸۴). در این میان، نگاه جامع و کامل به مسئله منجی، در مکتب تشیع دوازده‌امامی تبلور یافته است؛ مکتبی که این موضوع را در قالب عنوانی کلی و بنیادین، یعنی «مهدویت» معرفی می‌کند. این نام‌گذاری برگرفته از باور شیعه به حضرت مهدی علیه السلام است؛ همان منجی موعود جهانی که از نسل حضرت رسول اکرم صلی الله علیه و آله است. بر این اساس، بر طبق باورهای صحیح و مستند شیعه، حضرت مهدی علیه السلام، امام دوازدهم شیعیان، فرزند بلافصل امام حسن عسکری علیه السلام است و در نیمه شعبان سال ۲۵۵ قمری متولد شدند. پس از شهادت یازدهمین امام، ولایت امام دوازدهم آغاز شده و تاکنون، عالم در محضر و بر مدار ولایت بقیه الله علیه السلام است؛ اما حضور شناسا در اجتماع عام مردم ندارند تا زمانی که ظهور محقق شود؛ از اینرو حد فاصل آغاز غیبت کبری تا زمان ظهور با عنوان «عصر غیبت» شناخته می‌شود.

شکی نیست که ظهور حضرت حجت علیه السلام محقق می‌شود؛ همان‌طور که حضرت رسول اکرم صلی الله علیه و آله فرمودند: «اگر حتی یک روز از عمر دنیا باقی بماند، خداوند مردی از خاندان مرا برمی‌انگیزد تا جهان را پر از عدل و داد کند، چنان‌که پیش از آن، ظلم و جور فراگیر شده بود» (حاکم نیشابوری، ۱۴۳۵ق، ج ۴، ص ۶۰۰). اما مهم آن است که بدانیم تحقق امر ظهور منجی، تصادفی نیست. در نتیجه انتظار فرج نیز بدین معنا نیست که انسان منفعل باشد و هیچ اقدامی نکند و هیچ اصلاحی را وجهه همت خود قرار ندهد (عزیزی و ماهروزاده، ۱۳۹۹)، بلکه ظهور و فرج منجی کاملاً به تلاش و جهاد مؤمنان وابسته است؛ به گونه‌ای که بتوانند زمینه‌های ظهور حضرت را محقق کنند. جامعه‌ای که برای ظهور تلاش می‌کند با عنوان «جامعه منتظر» شناخته می‌شود که ویژگی‌های مشخصی دارد. از همین رو، در آموزه‌های مهدویت، مبحث انتظار و جامعه منتظر زمینه‌ساز، از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. بدین سان، انتظار و زمینه‌سازی ظهور دو مفهوم ژرف و

بنیادین در اندیشه مهدویت به شمار می‌آیند که نقش تحقق‌بخش آرمان‌های متعالی حکومت الهی را ایفا می‌کنند (گنج‌خانی، ۱۴۰۳). منظور از زمینه‌سازی ظهور، فراهم آوردن مقدماتی و شرایطی است در پرتو آن، جهان به‌ویژه جامعه انسانی برای پذیرش حاکمیت جهانی توحید توسط حضرت مهدی علیه السلام آماده شود؛ از این‌رو اصول و مؤلفه‌های بسترسازی ظهور در گذر زمان تغییر نمی‌کند؛ اما شیوه‌های انجام آنها و استمرارشان بر اساس شرایط زمانه، متغیر است.

عصر حاضر که متأثر از مرجعیت اطلاعات مؤلفه‌های کنترل‌کننده جوامع است، با عنوان‌هایی همچون عصر سایبرنتیک،^۱ اطلاعات و فضای سایبر شناخته می‌شود. این عصر تغییرات بی‌بدیلی را در قیاس با تمامی دوره‌های تاریخ بشر ایجاد کرده است؛ تحولاتی همچون: ۱. عمیق است و تالایه‌های فلسفی، نظری و ادراکی انسان را در بر می‌گیرد؛ ۲. جهانی است و تقریباً همه ملت‌ها را در گستره تأثیر خود قرار داده است؛ ۳. پویا و پرسرعت است و سیر تحولات را به سرعتی بی‌سابقه رسانده است؛ و ۴. از حیث معرفتی خنثی نیست؛ زیرا در اختیار و مالکیت صهیونیسم جهانی است؛ همان‌گونه که امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) نیز بیان داشته‌اند: «شاید بتوان گفت که همه این دستگاه‌های مهم و اثرگذار دنیا دست سرمایه‌دارهای مهم و عمدتاً صهیونیست‌هاست. آنها هستند که خبرگزاری‌ها را اداره می‌کنند، خبر تولید می‌کنند و به همه دنیا می‌فرستند و تلویزیون‌ها را همان‌طور که خودشان می‌خواهند، اداره می‌کنند. حالا هم که این روش‌های ارتباطی جدید، این سایت‌های اینترنتی و فعالیت‌های رفت‌وآمد سریع اطلاعات در اختیار آنها است» (امام خامنه‌ای، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵)؛ از این‌رو در این دنیای جدید، ضروری است جامعه منتظر به فرصت‌ها و تهدیدهای حاصل از فراگیری فضای سایبر آگاهی داشته باشد؛ زیرا محتوای این فضا اغلب سوگیری ضدتوحیدی دارد. مهم‌تر از آن، این آگاهی باید فراتر برود و به تهدیدها و فرصت‌های فلسفی و ماهوی فضای سایبر با بسترسازی مهدویت معطوف شود. تنها از این طریق است که

1. Cybernetic

جامعه منتظر می تواند عملیاتی سازی مؤلفه های بستر سازی ظهور را پیش ببرد؛ از این رو مسئله اصلی این است که چه نسبتی میان فضای سایبر از دو حیث ماهوی و کارکردی با مهدویت وجود دارد.

در پژوهش حاضر، برای جمع آوری اطلاعات از روش مطالعات کتابخانه ای و با هدف تحلیل اطلاعات از روش پژوهش کیفی - توصیفی استفاده شده است؛ زیرا هر چند نسبت شناسی ماهیت فضای سایبر در بستر سازی مهدویت ممکن است نتیجه نوینی به ارمغان آورد، اما اصالت و استحکام آن وابسته به تعمیق و واکاوی دقیق متون علمی موجود است.

با وجود اینکه انتشار پژوهش های علمی در حوزه منجی و منجی گرایی به زبان های مختلف انجام شده است، زبان اصلی تولید محتوای علمی در این موضوع، زبان فارسی است. این امر دلایل مهمی دارد: از یک سو، به لطف خداوند متعال، گفتمان مهدویت در جهان حاضر مبتنی بر بسط و تعمیق انقلاب اسلامی، در حال احیا و گسترش است. از سوی دیگر، کانون مکتب شیعه که منجی گرایی اصیل و صحیح را در بر دارد، ایران اسلامی است.

احمدوند و همکاران (۱۴۰۳) به بررسی ارتباط فضای سایبر با زمینه سازی ظهور پرداخته اند. آنها یکی از مهم ترین مؤلفه های ظهور را همگرایی منتظران در نظر گرفته و سپس بر این مبنای، فضای سایبر را بستری مناسب برای حصول همگرایی می دانند؛ زیرا از ظرفیت های بالایی نظیر تسریع در انتقال اطلاعات، دسترسی آسان، و وسعت مخاطبان برخوردار است. در مقاله ذکر شده چنین نتیجه گرفته شده است که فضای سایبر از دو جهت مثبت و منفی می تواند سبب همگرایی یا واگرایی منتظران شود. بدین صورت که دغدغه مندان برقراری حکومت مصلح جهانی می توانند با استفاده از ظرفیت فضای سایبر، امکان همگرایی منتظران منجی را از طریق اشاعه فرهنگ آینده پژوهی، تبیین وظایف منتظران، تبلیغات دینی و ... فراهم کنند. همچنین فضای سایبر می تواند با تردید افکنی به واسطه مشتبه کردن حق و باطل، ایجاد ناامنی های اخلاقی و ... سبب به تأخیر افتادن همگرایی منتظران و واگرایی آنها شود. پژوهش

حاضر ضمن پوشش دادن محتوای پیشینه ذکر شده ذیل عنوان نسبت‌شناسی کارکردی فضای سایبر، ارتباط فضای سایبر را با تعداد بیشتری از مؤلفه‌های بسترساز ظهور بیان کرده است.

حسن‌بیگی و همکاران (۱۳۹۰) نقش رسانه‌های جمعی در بسترسازی ظهور را بررسی کرده‌اند. در مقاله ذکر شده، مسئله اصلی این است که چگونه می‌توان از طریق کارکردهای رسانه ملی، بر ضعف‌ها و ناکارآمدی‌های ناشی از نوع و یا شکل اجماع نخبگان کشور فائق آمد. نویسندگان این پژوهش، خلأ اصلی در این حوزه را نبودن راهبردی کلان برای ایجاد انسجام و اجماع میان نخبگان از طریق رسانه ملی می‌دانند. راه‌حل پیشنهادی آنها، ایجاد یک رسانه مهدوی است که با ایفا کردن نقشی روشنگرانه درخصوص ضرورت‌های زمینه‌سازی، به اجماع نخبگان دولت زمینه‌ساز ظهور کمک کند. پژوهش حاضر، وجه کارکردی رسانه را از منظر فضای سایبر بررسی کرده و به ابعاد رسانه ملی نپرداخته است.

شفیعی سروستانی (۱۳۸۶) نقش رسانه‌های جمعی را از دو منظر تبلیغ مهدویت و تخریب مهدویت بررسی کرده است. وی ابتدا به پررنگ شدن ناگهانی مباحث آخرالزمانی در رسانه و سینمای غرب پرداخته، و عرضه ده‌ها اثر با موضوعاتی چون نبرد آخرالزمان، رویدادهای آخرالزمان، ظهور مسیح به عنوان منجی موعود آخرالزمان، و حوادث و رویدادهای پیش از ظهور را در قالب برنامه‌های نمایشی و مستند مورد توجه قرار داده است. سپس دیدگاه‌های مختلف را درباره دلایل رشد و گسترش مباحث آخرالزمانی در رسانه‌های غربی بیان کرده است. یکی از مهم‌ترین این دلایل، توسعه دامنه نفوذ فرهنگی و سیاسی جریان مسیحیت بنیادگرا (یا مسیحیت صهیونیستی) در سال‌های اخیر است که هدف آن، مقابله با آموزه‌های آخرالزمانی اسلام و ارائه چهره‌ای نامناسب از منجی موعود مسلمانان است. این در حالی است که صداوسیما جمهوری اسلامی ایران در ورود به موضوع مهدویت با تأخیری قابل ملاحظه، حدود ده تا پانزده سال کندتر عمل کرده است؛ از این رو انتظار می‌رود رسانه ملی نیز همگام با مردم، توجه خود را به موضوع مهدویت افزایش دهد تا بتواند نیازهای فرهنگی

روزافزونی که در این زمینه وجود دارد، پاسخ دهد. وجه تمایز پژوهش حاضر با این پیشینه، تمرکز ویژه بر ابعاد ماهوی و کارکردی فضای سایبر است و رسانه ملی را مد نظر ندارد.

عرفان (۱۳۹۲) این نگرانی را مطرح می‌کند که در رسانه‌ها اغلب به جای تمرکز بر مسئله‌یابی و دغدغه‌مندی در حوزه اثربخشی معارف مهدوی، بر موضوعات عوامانه تأکید می‌شود. وی راهکارهای غلبه پیام مهدوی بر محتوای عامه‌پسند را توجه به مخاطب‌شناسی پویا در عرصه فعالیت‌های مهدوی در رسانه، همسویی با تغییرات و مقتضیات زمانی در انتقال مفاهیم مهدوی، تعمیق نگاه برون‌نگر به آموزه مهدویت، و بازپیرایی پیام مهدوی در رسانه‌ها برشمرده است. این مقاله به بررسی جنبه‌های ایجابی و کلیت رسانه در نسبت با بسترسازی ظهور و ترسیم محتوای مطلوب پرداخته؛ درحالی که پژوهش حاضر به وضعیت‌شناسی دقیق کارکرد فضای سایبر متمرکز است.

سمیعی اصفهانی و همکاران (۱۳۹۰) ضمن اشاره به این نکته مهم که ناب‌ترین و اصیل‌ترین تفسیر از ظهور موعود در اندیشه مهدویت شیعه شکل گرفته است، رسانه‌های دنیای کنونی غرب را در پرداختن به موضوعات آخرالزمانی با تفاسیر مادی‌گرایانه و به راه انداختن پروژه‌های پایان تاریخ، فعال‌تر از رسانه‌های وابسته به شیعه می‌داند. این در حالی است که رسانه‌های عمومی، مهم‌ترین ابزار تبلیغاتی عصر مدرن شناخته می‌شوند و غرب از همین ابزار برای انحراف حقیقت بهره می‌برد. درنهایت، نویسندگان پس از تأکید بر نقش محوری حوزه و دانشگاه در تولید محتوای لازم برای مقابله با تحریف مهدویت توسط غرب و معرفی صحیح موعودگرایی به مخاطبان، راهکارهایی برای تثبیت و نهادینه‌سازی فرهنگ مهدویت و مقابله با ابزارهای رسانه‌ای غرب - که معطوف به تضعیف مبانی ارزش‌های اسلامی است -، ارائه داده‌اند. بااین حال، دو تفاوت عمده با پژوهش حاضر وجود دارد: اول اینکه، رسانه به مثابه موضوع اصلی در نظر گرفته نشده، بلکه یک مؤلفه فرعی است. دوم اینکه، آن مقاله به رسانه‌های سنتی نظیر تلویزیون و مطبوعات پرداخته است؛ درحالی که پژوهش حاضر به طور ویژه بر رسانه‌های مبتنی بر فضای سایبر تمرکز دارد.

۱. ادبیات مفهومی و نظری پژوهش

مهدویت، انتظار و مؤلفه‌های بسترساز ظهور

در معنای لغوی انتظار، امید به آینده و آینده‌نگری نهفته است و در فرهنگ دینی از انتظار به معنای آرزوی غلبه صالحان و حاکمیت موحدان در آینده جهان تعبیر شده است (کارگر، ۱۳۸۷، ص ۸۶). بر این اساس، منظور از جامعه منتظر، جامعه‌ای است که در سیر تاریخی و حرکت اجتماعی خود، چشم‌اندازی را ترسیم کند که به سوی حاکمیت الهی و ارزش‌های انسانی قدم بردارد و برای تحقق آن برنامه‌ریزی و اقدام کند (گنج‌خانی، ۱۴۰۳). به معنای تفصیلی‌تر، جامعه منتظر، جامعه‌ای است که با فراهم آوردن الزامات ظهور و عمل کردن به وظایف خود در عصر غیبت کبری، امید به ظهور منجی عالم بشریت حضرت مهدی (عج) و تشکیل حکومت عدل جهانی و جهانی‌سازی دین اسلام داشته باشد و ضمن حفظ خود از آسیب‌ها، بر اساس شاخصه‌هایی که برای جامعه منتظر در ابعاد مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، علمی و ... ضرورت دارد، در حرکت باشد (عباسی، ۱۴۰۱). تنها چنین جامعه‌ای است که می‌تواند بسترساز ظهور حضرت مهدی (عج) باشد.

بسترسازی که مترادف زمینه‌سازی و تمهید مقدمات است (وب‌سایت آبادیس، ۱۴۰۴، واژه بسترسازی)، در زبان فارسی به معنای فراهم آوردن مقدمات و ضروریات برای منظوری مشخص است که قرار است در آینده واقع شود. بر این اساس، بسترسازی ظهور به معنای فراهم‌سازی و ایجاد مقدمات و اسباب ظهور، به گونه‌ای است که شرایط برای تحقق ظهور حضرت مهدی (عج) مهیا و هموار شود تا ایشان حرکت خود را آغاز کنند و حاکمیت جهانی را تحقق بخشند (پورسیدآقایی، ۱۳۸۸، ص ۲۰). بنابراین هر مجموعه‌ای از اقدامات که به تحقق ظهور کمک کند، در حکم بسترسازی ظهور است. این بسترسازی طیف گسترده‌ای از اقدامات شامل موارد زیر را در بر می‌گیرد: اقدامات علمی، آگاهی‌بخشی و بصیرت‌افزایی معرفتی، آمادگی روحی برای پذیرش عدالت، فسادستیزی، اصلاح مبانی شکل‌گیری جامعه، بهبود معیشت مردم،

برنامه‌ریزی‌های فرهنگی، ارتقای توان نظامی و دفاعی، و همچنین افزایش اشراف اطلاعاتی بر دشمنان.

۲. نسبت‌شناسی فضای سایبر و بسترسازی مهدویت

فضای سایبر در حال حاضر، از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی برای نظام‌های سیاسی است که می‌تواند نقش اساسی در گسترش یک نظام ایفا کند (ایزدخواستی، ۱۴۰۲). این پدیده از دو بُعد ماهوی و کارکردی، در نسبت با مهدویت و بسترسازی برای ظهور حضرت مهدی علیه السلام قابل بررسی است.

۲-۱. نسبت‌شناسی کارکردی فضای سایبر و بسترسازی مهدویت

از حیث کارکردی، فضای سایبر و اینترنت را می‌توان نخستین حوزه عمومی برای جامعه دانست؛ یعنی عرصه‌ای برای شکل‌گیری، گسترش و تقویت روابط و مناسبات افراد با یکدیگر، و تقویت و شفاف شدن هنجارها و قواعد رفتاری که البته آثار مثبت و منفی خاص خود را دارد (زارع، ۱۴۰۲). بر این اساس، کارکرد فضای سایبر را می‌توان در انتقال اطلاعات میان مخاطبان از طریق بستری نوین، جهانی و سریع دانست؛ بستری که یکی از ابداعات تحول‌آفرین عصر جدید، ساختار ارتباطات انسانی و نظام اطلاع‌رسانی جهانی را دگرگون کرده است.

مؤلفه‌های کلان بسترساز ظهور حضرت مهدی علیه السلام در حوزه‌های اعتقادی و معرفتی (ربانی گلپایگانی، ۱۳۸۴)، علمی، هنری (گنج‌خانی، ۱۴۰۳)، اخلاقی و تربیتی (عباسی، ۱۴۰۱)، سیاسی، اجتماعی (رحمانی، ۱۳۹۶) و اقتصادی قابل دسته‌بندی است که ذیل هر عنوان، چندین مصداق وجود دارد. با بررسی مؤلفه‌های بسترساز ظهور می‌توان دریافت که از حیث ماهیت، این مؤلفه‌ها به دو طیف انتزاعی و عملیاتی تقسیم می‌شوند؛ برای مثال «درک حضور امام»، از جمله مؤلفه‌های معرفتی و انتزاعی است؛ بدین معنا که اساس آن، درون انسان را متحول می‌کند؛ گرچه بروز بیرونی و رفتاری نیز دارد. در مقابل،

مؤلفه‌هایی همچون عدالت اجتماعی و ایجاد رفاه اجتماعی در زمره مؤلفه‌های عملیاتی و تعیینی قرار می‌گیرند؛ زیرا تحقق آنها منوط به اجرا و نهادینه‌سازی در ساختار اجتماعی و نظام حکمرانی است. بر اساس دسته‌بندی ذکرشده، مؤلفه‌های انتزاعی به‌طور معمول ماهیتی تبیینی و تبلیغی دارند و از طریق برقراری ارتباط مؤثر با انسان‌ها و انتقال مستمر علم و هنر مهدوی به آنها محقق می‌شوند؛ اما مؤلفه‌های عملیاتی برای تحقق یافتن، ابتدا نیازمند تبیین و تبلیغ هستند تا به‌صورت نظری، به‌باور مردم تبدیل شوند و سپس، از طریق مشارکت جمعی اجرا شوند؛ ازاین‌رو همه مؤلفه‌های ضروری در فرایند بسترسازی ظهور، نیازمند تبیین و تبلیغ هستند و تحقق این امر، وابسته به استفاده از روش‌ها و زیرساخت‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی است؛ زیرا تنها از طریق این ابزارها می‌توان گفتمان مهدویت و مؤلفه‌های بسترساز آن را متناسب با زبان، فرهنگ و نیازهای متنوع مخاطبان در سراسر جهان تبیین، ترویج و نهادینه کرد. بنابراین بسترهای ارتباطی نوین نقشی جدی و منحصربه‌فرد دارند که فضای سایبر به‌دلیل آنکه گسترده‌ترین، سریع‌ترین، اثرگذارترین و اجتماعی‌شده‌ترین نوع رسانه در عصر حاضر است، در رأس اقسام رسانه قرار دارد. این بدان معنا است که فضای سایبر، مستعدترین ابزار برای تبیین و تبلیغ مؤلفه‌های بسترساز مهدویت است و می‌توان از آن برای معرفی جهانی منجی بهره‌مند شد. بر این اساس، جامعه منتظر وظیفه دارد در همه عرصه‌های علمی، فرهنگی و رسانه‌ای، با تکیه بر دانش مهدوی و الزامات معرفتی آن، به تولید و توزیع محتوای فاخر در قالب‌های متنوعی چون متن، تصویر، صوت و فیلم بپردازد. چنین رویکردی، به‌تدریج سبب افزایش جمعیت جامعه منتظر در میان ملت‌های گوناگون می‌شود و زمینه تحقق انتظار جهانی موعود را فراهم می‌کند؛ اما با توجه به اینکه فضای سایبر بین‌المللی از حیث جهت‌گیری محتوایی، خنثی و رها نیست و جریان باطل همواره در تلاش است تا بتواند کلام حق و حقیقت را سانسور، حذف، تخریب و بی‌اثر کند، آیا تبلیغ گفتمان مهدویت از طریق فضای سایبر، به‌سادگی قابل انجام است؟ به‌عبارت دیگر، آیا صرف تأمین و تولید انواع محتوای مطلوب به زبان‌های مختلف برای جوامع هدف، می‌توان

توزیع آن را از طریق فضای سایبر در بسترهایی که مخاطب هر محتوا حضور دارد، انجام داد؟

۱-۱-۲. فضای سایبر زیرساخت رسانه‌ای برای بسترسازی مهدویت

انتظار اولیه بر این است که زیرساخت جهانی و سریع ارتباطی که فضای سایبر به جوامع بشری عرضه کرده است بتواند در امر تبلیغ کلام حق و انگاره‌های دین مبین اسلام، ظرفیت‌های ویژه و بسیار مؤثری ارائه کند تا با استفاده از آن، تبلیغ فراگیر محقق شود. اگر تنها ماهیت فضای سایبر را یک بستر فنی برای انتقال هر پیام از هر فرستنده‌ای به هر گیرنده‌ای در نظر بگیریم، چنین نگاهی تا حدودی درست است؛ اما واقعیت آن است که اساساً فضای سایبر برای ارسال هر گونه اطلاعات و محتوایی ایجاد نشده است و مبدعان آن - آمریکا و انگلیس -، از همان بدو مطالعات نظری در دانش سایبرنتیک تا عملیاتی‌سازی نظریات تولیدشده که فضای سایبر را ایجاد کرد، اهداف مشخصی از منظر حکمرانی جهانی داشتند. نوربرت وینر، بنیانگذار دانش سایبرنتیک و الگوی حکمرانی از طریق کنترل اطلاعات، تصریح کرده است: «دریافتن جامعه فقط از راه بررسی پیام‌ها و وسایل ارتباط‌گیری که به پیام‌ها تعلق دارند، ممکن می‌شود و نیز آنکه در گسترش آتی این پیام‌ها و وسایل ارتباط‌گیری، پیام‌های بین انسان‌ها و ماشین‌ها، بین ماشین‌ها و انسان‌ها و بین ماشین‌ها و ماشین‌ها، قادر به ایفای نقشی هستند که سهمش روزه‌روز افزایش می‌یابد ... فرمان‌هایی که ما از طریق آنها، کنترل خود را بر محیط عملی می‌کنیم، نوعی از اطلاعات هستند که ما به محیط انتقال می‌دهیم» (وینر، ۱۳۶۶، ص ۳)؛ از این رو فضای سایبر به‌طور کامل، کنترل‌شده و ذیل سیاست‌گذاری‌های محتوایی مبدعان آن مدیریت می‌شود. بنابراین در واقعیت چنین نیست که مکتب تشیع بتواند آزادانه و بدون زحمت از امکانات فضای سایبر برای ترویج و تعمیق گفتمان مهدویت و منجی موعود در جهان بهره‌مند شود؛ گزاره‌ای که بیشتر فعالان تبیینی و تبلیغی در فضای سایبر به حسب تجربه مکرر بسته‌شدن حساب کاربری، حذف مطالب دینی و انقلابی، تعلیق دسترسی‌های چندرسانه‌ای و ... تأیید می‌کنند. با این اوصاف در یک بررسی کلی،

وجه کارکردی فضای سایبر برای بسترسازی ظهور، چنین است که فرصت‌ها و تهدیدهایی را به صورت هم‌زمان دارد؛ هرچند تهدیدهای آن، به دلیل سیاست‌گذاری‌های صهیونیسم جهانی، بیشتر و محتمل‌تر است. مهم‌ترین فرصت‌های فضای سایبر برای امر تبیین و تبلیغ مهدویت به شرح زیر است:

- استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های فوری پایگاه ترویج معارف مهدویت؛
 - ارتباط دو سویه شیعیان و علاقه‌مندان به مهدویت در سراسر جهان؛
 - هماهنگی برای فعالیت‌های بسترساز ظهور در ابعاد معرفتی، علمی و هنری، تربیتی و اخلاقی، سیاسی، اجتماعی و اقتصادی؛
 - پاسخگویی به شبهات مهدویت در فضای سایبر؛
 - تولید و نشر محتوای نقض‌کننده ادعاهای ضد‌مهدوی؛
 - بسترسازی تمدنی برای ارتقای فهم و بصیرت ملت‌ها درباره تمدن نوین اسلامی؛
 - ارائه دشمن‌شناسی بر اساس آموزه‌های مهدوی در ملت‌ها؛
 - امتدادبخشی به فعالیت‌های تبیینی و تبلیغی میدانی از طریق فضای سایبر.
- در عین حال، مهم‌ترین تهدیدهای کارکردی فضای سایبر علیه بسترسازی مهدویت شامل موارد زیر است:
- نشر مطالب غیرمستند و غلط درباره مهدویت؛
 - نشر مطالب باطل، خرافه و ... درباره امام زمان (عج)؛
 - بهره‌مندی تقریباً آزادانه گروه‌های منحرف از بستر تبلیغی فضای سایبر؛
 - طراحی و انجام مستمر انواع تهاجم‌های فرهنگی علیه مهدویت؛
 - تولید محتواهای تضعیف‌کننده باور مهدویت روش‌های مختلف نظیر مدعیان جعلی، مخوف جلوه دادن دنیای پس از ظهور و ...؛
 - تبلیغات غلیظ و مستمر سیاسی علیه اندیشه ظهور؛
 - ترویج انواع شبهات علیه وجود حضرت مهدی (عج)، عصمت ایشان و ... همراه جعل اسناد برای واقعی جلوه دادن شبهات.

۲-۲. نسبت‌شناسی ماهوی فضای سایبر و بسترسازی مهدویت

آنچه درباره بررسی نسبت کارکرد فضای سایبر با بسترسازی مهدویت بیان شد و جنبه‌های فرصت‌آفرین و تهدیدزای ابعاد رسانه‌ای این فضا در قیاس با گفتمان منجی‌گرایی مشخص گردید، رایج‌ترین دیدگاه به فضای سایبر است و عموم پژوهش‌ها بر ظرفیت‌های ابلاغی و تبلیغی فضای سایبر تمرکز کرده‌اند؛ اما آنچه از اهمیت بیشتری برخوردار است و باید با مهدویت سنجیده شود، ماهیت فضای سایبر است که حامل دیدگاه معرفتی مشخصی است. تمرکز اصلی باید بر ماهیت بنیادین فضای سایبر باشد، نه صرفاً کارکردهای عملیاتی و ابزاری آن. به عبارت دیگر، باید خود هستی‌شناسی سایبر بررسی شود، نه خدماتی که این بستر ارائه می‌دهد. به تعبیر گوردن گرام، «درحالی‌که این واقعیتی است که از فضای سایبر می‌توان به‌عنوان منبع اطلاعاتی مانند دایره‌المعارفی بزرگ و وسیله‌ای برای تبلیغات استفاده کرد، اما سایبر به‌مراتب بیش از اینهاست. کوتاه سخن اینکه نه تنها می‌توان دنیای اینترنت را مشاهده نمود، بلکه می‌توان در آن زیست و فعالیت نمود. این واژه‌ای که با عنوان فضای سایبر طرح شده که فضای کاملاً نوینی است، نشأت گرفته از سایبرنتیک است، بُعدی که می‌توان در آن حضور زنده داشت» (گرام، ۱۳۹۳، ص ۴۳). اینکه فضای سایبر زیستگاه نوینی برای انسان است و قواعد و شرایط خاص خود را دارد، حاصل ماهیت متفاوتی است که این فضا با دیگر پدیده‌های ارتباطی و رسانه‌ای داراست؛ ازاین‌رو بررسی نسبت میان ماهیت فضای سایبر و بسترسازی مهدویت، از اهمیت ویژه برخوردار است.

۲-۲-۱. فضای سایبر عطف معرفتی در ادراکات و اختیارات انسان

اشاره شد که نسبت میان فضای سایبر و گفتمان مهدوی، چیزی فراتر از آن است که تنها محدود به برقراری ارتباطات جهانی شود. این ایده که بستر گسترده ارتباطات می‌تواند پیام منجی‌گرایی را به سراسر عالم برساند، در نگاه اول فریبنده است؛ اما با دقت و تعمق در فلسفه وجودی و ماهیت نظری فضای سایبر مشخص می‌شود که اساساً انسان امروز، در عصری زیست می‌کند که حاصل یک عطف معرفتی است و فضای سایبر،

امتداد عملیاتی این عطف معرفتی در زندگی فرد فرد انسان‌های جهان است تا آنجا که زیست‌بومی نوین و منحصر به فرد ایجاد شده و مفهوم «زندگی دوم»^۱ رقم خورده است. بر این اساس، اینکه زیست‌بوم نوین اطلاعات محور، درنهایت، سبب تعمیق و تکثیر گفتمان مهدویت شود یا با آن مقابله کند و در میان فرصت‌ها و تهدیدهایی که برشمرده شد، کدام دسته بر دیگری غلبه یابد، بستگی به پاسخی دارد که برای دو پرسش فلسفی ذیل ارائه می‌کنیم:

۱) زیست‌بوم نوین فضای سایبر، باعث رشد انسان می‌شود یا هبوط دیگری را بر سر راه ابنا آدم قرار می‌دهد؟

۲) تعالی یا هبوط انسان در عصر سایبرنتیک، مبتنی بر ذات و ماهیت فضای سایبر است یا به اصول و اهداف حکمرانان جهانی فضای سایبر بستگی دارد؟

۲-۱-۲-۲. ماهیت‌شناسی فلسفی فضای سایبر

پاسخ به پرسش‌های بالا، به خصوص پرسش نخست، نیازمند شناخت ماهیت فلسفی فضای سایبر است که بارها توسط فلاسفه این حوزه مطرح و واکاوی شده است. هیوبرت درایفوس،^۲ اندیشمند فلسفه سایبرنتیک، درباره ماهیت فضای سایبر و اینترنت می‌گوید: «من فیلسوف قصد ندارم به تحریم برخی کاربردهای اینترنت و ستایش بعضی دیگر پردازم. سؤال من نظری‌تر است! چه خواهد شد اگر اینترنت در زندگی ما نقش اصلی را ایفا کند؟ چه خواهد شد اگر همان‌گونه که ژوزف نای^۳ می‌گوید «اینترنت، فرهنگ ناگزیر جایگزین» شود؟ آنگاه ما که بخش اعظم زندگی خود را در فضای سایبر سر می‌کنیم، فرابشر خواهیم شد یا فروبشر؟» (درایفوس، ۱۳۸۹، ص ۱۰).

آنچه دغدغه فیلسوفی نظیر درایفوس است، دیگر فلاسفه سایبرنتیک نیز بیان کرده و

1. Second life

2. Hubert Dreyfus

3. Joseph S. Nye

تحولات ماهوی انسانِ پسا‌سایبر را با نگرانی تفسیر کرده‌اند. لوچیانو فلوری‌دی،^۱ یکی از مهم‌ترین فلاسفه این حوزه، شرایط امروزی زیست بشر را با واژه «سیلِ اگزا»^۲ توصیف می‌کند و معتقد است که این سونامی بایت‌ها در حال غرق کردن دنیا است (فلوری‌دی، ۱۳۹۶، ص ۱۹)، نگرانی او دربارهٔ انسانِ متأثر از عطف معرفتی سایر، در این سخن وی خلاصه می‌شود: «فناوری‌های سایبری، خطرات قابل توجهی نیز به همراه دارند و محظورها و پرسش‌های عمیقی راجع به ماهیتِ واقعیت و شناخت ما از آن، پیشرفت علوم متمرکز بر اطلاعات، سازمان‌دهی جامعه، مسئولیت‌ها و الزامات ما در قبال نسل‌های فعلی و آینده، فهم ما از دنیای جهانی‌شده و دامنهٔ تعاملات بالقوهٔ ما با محیط پدید می‌آورند» (فلوری‌دی، ۱۳۹۶، ص ۲۰). تصریح فلوری‌دی بر تغییر ماهیت واقعیت توسط سایر، گزاره‌ای بسیار عمیق و درخور تأمل نظری است. پیش از این، انسان مدرن به دلیل آنکه فهم را در دایرهٔ مادی‌گرایی محصور کرده بود، تشخیص واقعیت را مبتنی بر حس‌گرایی و تجربه‌گرایی در نظر می‌گرفت و بر این اساس، میان واقعی و غیرواقعی، مرز مشخص قرار می‌داد و بر اساس آن، هرچیزی را در پهنهٔ هستی تجزیه و تحلیل می‌کرد.

از منظر مطالعات فلسفی، فهم خودِ واقعیت یک انگارهٔ فلسفی است، و همچنین فهم دیگر پدیده‌های هستی مبتنی بر واقعیت آنها، انگارهٔ فلسفی دیگری است. حال که ماهیت خودِ واقعیت تغییر کرده است، چه اتفاقی برای فهم انسان مدرن رقم می‌خورد؟ انسان مدرن امروز با یک تضارب فلسفی در فلسفی مواجه است؛ بدین معنا که ضمن آنکه همچنان به دنبال فهم چیستی و چرایی پدیده‌های عالم است تا واقعیت آنها را بشناسد، هم‌زمان با تغییر ماهیت خود واقعیت مواجه شده است! این بدان معنا است که خود شاخص و سنجه‌ای که تاکنون در نقش عیار برای مطالعات ماهیت‌شناسی پدیده‌ها مورد استفادهٔ انسان مدرن بوده است، دچار تغییر شده و کارکرد گذشته را از دست داده

1. Lociano Floridi

2. Exaflood

است؛ برای مثال پیش از این، برای آنکه متوجه شویم در محیط پیرامونی، میوه هندوانه وجود دارد، یکی از روش‌های اثبات آن بود که حس بویایی انسان، وجود بوی هندوانه را تأیید کند. این فرایند از حیث علوم اعصاب چنان است که هر بویی در تحریک اعصاب بویایی، واکنش منحصربه‌فردی در بخش متناظر مغز ایجاد می‌کند که از سویی، باعث فهم وجود بو در محیط، و از سوی دیگر، سبب تشخیص تمایز بوها از یکدیگر است و صرف استشمام یک بو در هر محیط، به معنای حضور ماده منشأ آن در محیط تلقی می‌شود؛ از این رو آن ماده واقعاً وجود دارد. اما در عصر سایبرنتیک که اطلاعات مبنای محیط‌سازی است، انسان موفق شده است در رشته‌های جدید علمی متأثر از سایبرنتیک مانند نورو ساینس،^۱ اعصاب بویایی را از طریق محرک‌های متفاوت مانند امواج الکترومغناطیسی به گونه‌ای تحریک کند که مغز، پالس متناظر با یک بوی خاص (مانند بوی هندوانه) را فعال کند. در این صورت، انسان واقعاً بوی هندوانه را احساس می‌کند، بی‌آنکه هندوانه‌ای در محیط وجود داشته باشد.

آنچه بیان شد، همان تغییر ماهیت واقعیت است که فلوریدی متأثر از سایبر به آن اشاره کرد. اکنون می‌توان دریافت منظور فلوریدی از «تغییر فهم انسان از دنیای جهانی شده» چیست. این گزاره بسیار مهم و در عین حال نادیده گرفته شده درباره آثار عمیق سایبر بر جهانی مدرنیته، همان نقطه عطف معرفتی است که انسان مدرن به دلیل بازتعریف واقعیت در عصر پساسایبر با آن مواجه شده است.

اکنون جای دارد پرسش نخست را بررسی کنیم مبنی بر اینکه انسان پساسایبر متأثر از کارکرد فعلی فضای سایبر به سوی تعالی رفته یا دچار هبوط شده است یا به تعبیر درایفوس، انسان‌ها از طریق سایبر، فرابشر شده‌اند یا فروبشر.

روند کلی تاریخ انسان چنان است که انسان در دنیا، دعوت انبیا را لیک نگفت و روند تاریخی توسعه فناوری را اصیل دانست (شمس‌الدینی، ۱۴۰۱، ص ۴۴). پیامبران الهی،

1. Neuro-cybernetic

ساختار شریعت و طریقت را برای متمرکز کردن توجه انسان بر نفس، در قالب دعا و عبادات و مناسک صورت‌بندی کردند. در بُعد جمعی نیز فناوری‌هایی مانند حج، راهیان نور، اعتکاف، پیاده‌روی‌های مذهبی و ... مأموریت سامان‌دهی جمعی فرایندهای خودسازی و بازگشت از ساحت بدن به ساحت نفس و روح را بر عهده گرفتند؛ اما انسان مادی‌گرا، پس از رنسانس، رویکردی نوین را آغاز کرد که امروزه با نام مدرنیته شناخته می‌شود. این رویکرد ابتدا با مهندسی سازه‌های عضلانی مصنوعی، جهان مکانیک را دگرگون کرد^۱ و در گام بعدی، با بهره‌برداری از الکتریسته به مثابه منبع اصلی انرژی فناوری^۲، با حرکت به سوی ایجاد شبکه‌های جهانی اطلاعات و ارتباطات، عمیق‌ترین تحول تاریخ امانیسم (انسان‌گرایی) را رقم زد که پیامد آن ظهور جهان سایبرنتیک و فضای سایبر است (شمس‌الدینی، ۱۴۰۱، ص ۴۴)؛ از این رو فضای سایبر یک مرتبه وجودی جدید برای انسان، و یک طبقه جدید از هستی در عالم را به وجود آورده است؛ نکته اساسی این است که رخدادها و اتفاقات جاری در این فضا، به شکلی بسیار عمیق بر عامه انسان‌ها و بر ابعاد نفس، روح و جسم آنها اثرگذار است. این اثرگذاری در جوامع برخوردار از تکنولوژی‌های سایبری تا آنجا پیش رفته که فضای سایبر به مهم‌ترین عامل شکل‌دهنده حالات، روحیات و وضعیت‌های افراد تبدیل شده است.

امروزه، به‌ویژه پس از همه‌گیری کرونا که تسریع‌گر ویژه‌ای در سایبری‌تر شدن جوامع بشری بود، انسان در فضای سایبر غوطه‌ور شده است؛ به گونه‌ای که زیست سایبری، به زیست اصلی انسان‌ها بدل شده است. به تعبیری، صرفاً خوردن و خوابیدن و دیگر امور نازله فیزیکی، خارج از فضای سایبر انجام می‌شود تا انسان در چرخه سایبری زیست خود باقی بماند. در این شرایط، انسان دچار هبوط از ارض به سایبر شده است با این تفاوت که دیگر، انسان‌ها نیستند که سوژه مد نظرشان را در جهان پیرامونی تعریف می‌کنند، بلکه این جهان سایبر است که انسان را سوژه خود قرار داده است. با این نگاه،

۱. اشاره به انقلاب صنعتی یکم، حوالی ۱۷۵۰م

۲. انقلاب صنعتی دوم، حوالی ۱۸۷۰م

هرچند روشن است که فضای سایبر سبب افزایش سهولت، دقت، سرعت و شمولیت ارتباطات میان انسان‌ها در سراسر جهان شده است؛ اما مسئله اصلی این است که انسان پس‌اسایبر از حیث هویت و قوه ادراک، انسان پیش‌اسایبر نیست. بر این اساس، درست است که ظرفیت کارکردی فضای سایبر به صورت بالقوه می‌تواند بستری برای تبیین و تبلیغ جهانی مهدویت و بسترسازی گفتمان منجی موعود باشد، اما باید توجه داشت که درک مخاطب امروزی، همان درک مخاطب دهه‌های گذشته نیست و ذهن تحلیلگر از انسان‌های غوطه‌ور در سایبر، سلب شده است.

اما در پاسخ به پرسش دوم، بررسی ذات فضای سایبر چنین می‌نماید که این، خود فضای سایبر نیست که انسان را دچار هبوط کرده است، بلکه نحوه جریان‌سازی و جریان‌مندی اطلاعات در آن بر اساس مبانی معرفتی و جهان‌بینی مدرنیته است که هبوط انسان سایبری شده را رقم زده است. اثبات گزاره ذکر شده آن است که امروزه، بخش چشمگیری از کشورها، از آمریکا، بریتانیا، فرانسه و آلمان در غرب تا چین و روسیه در شرق، در تلاشند تا الگویی برای حکمرانی فضای سایبر تدوین کنند که با نظام ارزشی و مبانی اعتقادی، فرهنگی و اجتماعی آنها متناسب باشد (شکوهیان‌راد، ۱۴۰۴). خروجی این تلاش‌ها در عرصه اجتماعی، ظهور انسان‌های متفاوت است که هر کدام مبتنی بر آنچه فضای سایبر کشورشان ایجاد کرده است، شکل گرفته‌اند؛ از این رو جمهوری اسلامی ایران که کانون انقلاب اسلامی و پرچم‌دار مهدویت در جهان است و همچنین حاکمیتی است که الگویی متفاوت از مبانی مرسوم غرب و شرق ارائه کرده است، باید برای طراحی الگوی حکمرانی فضای سایبر مبتنی بر الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت، به گونه‌ای اقدام کند که انسان متأثر از این الگوی سایبر، انسان متعالی باشد، نه انسان هبوط‌یافته. بنابراین در پاسخ به نگرانی فلسفی درایفوس، دو الگوی کلان از فضای سایبر وجود دارد: اگر در اختیار جریان حق و توحید قرار گیرد، انسان پس‌اسایبر، فراشیر است و اگر در مدیریت جریان باطل و مادی‌گرا باشد، عامه انسان‌ها از حیث معرفت و جهان‌بینی به وضعیت فروبشر تنزل می‌کنند.

در یک کلام، اینکه کارکرد تبلیغی و ابلاغی فضای سایبر بتواند در خدمت تعمیق و

ترویج گفتمان مهدویت قرار گیرد و بر اساس آن بسترسازی برای ظهور فراهم آید، کاملاً وابسته به ماهیت ذاتی فضای سایبر و تأثیری است که این فضا بر وجود انسان‌ها می‌گذارد. اگر ماهیت فضای سایبر، ریشه در مبانی توحیدی و مهدوی داشته باشد، این زیستگاه نوین اطلاعاتی، باعث جهت‌گیری فهم و ادراکات مخاطب در راستای فهم مهدویت و مسئله انتظار می‌شود؛ اما اگر همانند فضای سایبر فعلی که در جهان گسترانیده شده است، ریشه ماهوی این فضا در مبانی غیرتوحیدی شکل گرفته باشد، فهم و ادراک کاربران را مغایر با گفتمان مهدویت رقم خواهد زد.

۲-۱-۲. کارویژه فضای سایبر در بُعد معرفتی از منظر امانیسم

بر اساس آنچه در پاسخ به دو پرسش فلسفی بیان شد، درواقع کارویژه معرفتی فضای سایبر از منظر امانیسم جهان‌گرا، اشاعه نوع و جهت ولایت مد نظر خودشان در میان توده انسان‌هاست؛ به گونه‌ای که ولایت‌الله نفی شود و ولایت طاغوت، بسط یابد. به عبارت دیگر، الگوی فعلی فضای سایبر که جریان باطل مدرن طراحی کرده است، همان بستری است که «يُخْرِجُوهُمْ مِنَ النُّورِ إِلَى الظُّلُمَاتِ» (بقره، ۲۵۷) را به دنبال دارد. اما آیا این بطلان معرفتی، هیچ راه برون‌رفت و مصادره به مطلوب برای جبهه حق ندارد و نمی‌تواند کارکرد معرفتی صحیح یعنی «يُخْرِجُهُمْ مِنَ الظُّلُمَاتِ إِلَى النُّورِ» (بقره، ۲۵۷) را رقم زند؟

۲-۱-۳. تشابه الگوی جامعه‌سازی سایبرنتیکی با مبانی جامعه‌سازی توحیدی

از آنجاکه اساس الگوی جامعه‌سازی توحیدی از زمان حضرت آدم عليه السلام تا پیامبر خاتم صلی الله علیه و آله، مبتنی بر ارائه اطلاعات صحیح و برحق به مردم بنا شده است تا آنها را به‌سوی توحید و ایمان به الله هدایت کند و درحقیقت، انبیای الهی در نقش پیام‌رسان‌ها و بسترهای ارتباطی، پیام خداوند متعال را به مردم می‌رسانند؛ ازاین‌رو الگوی فضای سایبر که جوامع را به‌صورت اطلاعات‌محور مدیریت می‌کند، درواقع بازگشتی به الگوی اصیل الهی در خودسازی، جامعه‌پردازی و تمدن‌سازی است؛ با این تفاوت که

بسترسازان ارائه اطلاعات الهی به مردم در طول تاریخ که همان انبیای الهی هستند، بنا را بر دعوت و اتمام حجت قرار داده و اصالت اختیار مخاطب در پذیرش دعوت را هرگز نقض نکرده‌اند. به عبارت دیگر، انبیای الهی دعوت الهی را هرگز به گونه‌ای مطرح نکرده‌اند که مخاطب، ذیل جبر نرم و اطلاعاتی که عامدانه دچار سوگیری است، لاجرم ایمان آورد و قاعده «لَا إِكْرَاهَ فِي الدِّينِ» (بقره، ۲۵۶) همواره برقرار بوده و هست؛ اما رویکرد فعلی جبهه باطل در جامعه‌سازی سایبرنتیکی، مبتنی بر جبر نرم است؛ به گونه‌ای که مخاطب در برابر محتوایی که دریافت می‌کند، به‌طور کامل اختیار خود را از دست می‌دهد تسلیم می‌شود تا جایی که این پندار در او شکل بگیرد که حقیقت، تنها همان است که در فضای سایبر مطرح شده است. این رویکرد باطل، دقیقاً مصداق همان اغواگری است که انسان مؤمن موظف است بر اساس اصل «جاءَ الْحَقُّ وَ زَهَقَ الْبَاطِلُ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا» (اسراء، ۸۱) با آن مقابله کند و با جایگزین کردن کلام حق به جای کلام باطل برای مخاطب، آن را از میان ببرد. بر این اساس، مهم‌ترین وظیفه‌ای که جامعه منتظر در عصر حاضر بر عهده دارد، به ابتدا تکلیفی که از «قَدْ تَبَيَّنَ الرُّشْدُ مِنَ الْغَيِّ» (بقره، ۲۵۶) فهم می‌شود، انجام تبیینی جامع در خصوص همه مسائل مرتبط با مهدویت است؛ به گونه‌ای که این تبیین بتواند کارکرد اغواگری جبهه باطل را خنثی کند. بر این اساس، فضای سایبر کنونی، الگوی جامعه‌سازی مهدوی را بر اساس محوریت اطلاعات در جوامع رقم زده است؛ به‌طوری که این فضا، از جبر نظامی و حقوقی که پیش از این، روش اصلی استثمار و استعمار ملت‌ها بود تا حد بسیاری فاصله گرفته است؛ اما در مقابل، با ارائه اطلاعات باطل و ضد توحیدی، یک جریان اغواگر گسترده جهانی را ایجاد کرده است که مقابله با آن دشوارتر از مبارزه با تفکر باطل در عصر پیشاسایبر است. به همین سبب است که ولی امر مسلمین امام خامنه‌ای (مدظله‌العالی) جهاد تبیین را تکلیف عینی، همگانی و رأس مجموعه جهادهای عصر حاضر اعلام کرده و فرموده‌اند: «جهاد تبیین یک فریضه است. جهاد تبیین یک فریضه قطعی و یک فریضه فوری است و هرکسی که می‌تواند [باید اقدام کند]» (خامنه‌ای، ۱۴۰۰/۱۱/۱۹).

۲-۱-۲. فهم حاکمیت جهانی، مزیت جامعه‌سازی سایبرنتیکی

یکی از دغدغه‌های بنیادین ترویج گفتمان مهدویت در جهان این بوده است که انسان غربی پسامدرنیته که همواره نسبی‌گراست و هیچ درکی از مطلق بودن در مفاهیمی چون انسان، راهبرد، علم، حکمرانی و ... ندارد، اساساً قادر به تصور، درک یا حتی تحلیل فرضی یک انسان مطلق، کامل، بی‌نقص، عالم به همه علوم (فیزیکی، متافیزیکی و ترانس‌فیزیکی) که بتواند ایجاد حاکمیت یکپارچه و بی‌نقص جهانی را برپا کند، نبوده است. به همین دلیل، گفتمان مهدیت در عمل به دلیل بن‌بست فهم غلط و محدود انسان مدرن متوقف شده است؛ اما به واسطه ایجاد و بسط فضای سایر و ارائه مفاهیم نظری پیرامون یکپارچگی و مطلق‌گرایی نظیر تکنیک‌های تکنولوژی،^۱ نظام مالی واحد جهانی مبتنی بر ارز دیجیتال بانک مرکزی،^۲ راهبردهای واحد جهانی مانند اسناد توسعه پایدار^۳ و درنهایت، حاکمیت جهانی^۴ ذیل دیدگاهی که جریان گلوبالیست^۵ به نظم نوین جهانی^۶ دارند، آرام‌آرام این تصور که می‌توان یک حاکمیت جهانی واحد و فراگیر ایجاد کرد، از حالت غیر قابل‌باور به امکان‌پذیر تغییر یافت. هرچند ادبیات، اهداف و اصول بنیادین جریان گلوبالیسم با مبانی و اهداف دین مبین اسلام در تضاد است، اما طرح موضوع جهانی‌سازی از سوی آنها، زمینه‌های فکری «یک جهان، یک حاکمیت» را ایجاد کرد و بن‌بست فکری ذکرشده را تا حد زیادی در دو سطح نخبگان و عامه مردم حل کرد تا بار دیگر اثبات شود «وَمَكْرُواْ وَاللّٰهُ خَيْرُ الْمَاكِرِيْنَ» (آل عمران، ۵۴) و شیطان و طاغوت، هرچه تلاش کنند، درنهایت، از طرح راهبردی الهی برای مدیریت عالم هستی خارج نمی‌شوند.

درمجموع می‌توان چنین در نظر گرفت که فضای سایبر کنونی با مدیریت جریان

1. Technological singularity
2. CBDC: Central bank digital currency
3. Sustainable Development
4. Global Governance
5. Globalist
6. New World Order

گلوبال، دو فرصت و یک تهدید ماهوی و معرفتی را برای بسترسازی مهدویت رقم زده است؛ به گونه‌ای که فرصت‌های آن شامل «آشنایی بشر با جامعه‌سازی و تمدن‌سازی اطلاعات‌محور و مبتنی بر القای فهم» و «پذیرش امکان شکل‌گیری حاکمیت یکپارچه جهانی» است و تهدید آن «تخذیر قوه فهم و توان تحلیل مستقل انسان سایبری شده» است.

نتیجه‌گیری

در پژوهش حاضر، نسبت‌شناسی میان فضای سایبر و بسترسازی برای گفتمان مهدویت، از دو وجه ماهوی و کارکردی مورد بررسی قرار گرفت. هدف این بود که مشخص شود جامعه منتظر که بر اساس تکلیف الهی موظف و مکلف به شناخت و تحقق مؤلفه‌های بسترسازی مهدویت برای ظهور منجی است، در قبال فضای سایبر و جهانی شدن آن باید چه رویکردی داشته باشد. این پژوهش مبتنی بر روش پژوهش کیفی - توصیفی انجام پذیرفته و برای جمع‌آوری اطلاعات به روش مطالعات کتابخانه‌ای استناد شده است.

با توجه به دو گزاره بنیادین «ویژگی‌های ماهوی و معرفتی» و «زیست‌بوم نوین بشر» بودن، فضای سایبر مورد بررسی قرار گرفت که درنهایت، در بُعد کارکردی، مشخص شد که این فضا برای گفتمان مهدویت، هم فرصت‌هایی ارائه می‌کند و هم تهدیدهایی علیه آن ایجاد می‌نماید که ریشه در دیدگاه‌ها و جهان‌بینی مالکان جهانی فضای سایبر که همان جریان گلوبال است، دارد؛ از این رو برای زدودن تهدیدها و تقویت فرصت‌ها ضروری است که قواعد حاکم بر فضای سایبر مبتنی بر الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت تعریف شود؛ اما عمیق‌تر و فراتر از بُعد کارکردی فضای سایبر، بُعد ماهوی این فضا است که آثار معرفتی عمیقی بر درک و جهان‌بینی کاربران دارد که در حوزه بسترسازی مهدویت و منجی‌گرایی، تحلیل و واکاوی شد. بر این اساس، مبانی فلسفی و نظری فضای سایبر فعلی، اول اینکه، ریشه در دانش سایبرنتیک به مثابه دانش پستوانه طراحی و ایجاد فضای سایبر دارد. دوم اینکه، تحت تأثیر نگاه امانیستی و مادی‌گرایانه

انسان مدرن است. بر این اساس، به طور کلی، ذات فضای سایبر به نفع گفتمان مهدویت، امکان مصادره به مطلوب دارد؛ اما مادامی که در اختیار و کنترل جبهه باطل است، مجموع تهدیدهای ناشی از آن بیشتر از فرصتهایی است که برای جامعه منتظر ایجاد می کند؛ از اینرو در شرایط فعلی باید از ظرفیت فضای سایبر در امر ترویج گفتمان مهدویت، به گونه ای استفاده شود که در امتداد فعالیت تبیینی - تبلیغی میدانی قرار گیرد، نه جایگزین آن. به عبارت دیگر، تبلیغ چهره به چهره و رو در رو انجام شود و نتایج حاصل از آن نیز برای جذب مخاطب بیشتر از یک سو، و استمرار ارتباط با همان مخاطبان میدانی از سوی دیگر، در فضای سایبر انتشار یابد. این مطلب نیز مورد تأکید امام خامنه ای (مدظله العالی) قرار گرفته است.

همچنین با توجه به قواعد حاکم بر فضای سایبر، از پروتکل های زیرساخت فنی تا سیاست گذاری های محتوایی، در اختیار جریان گلوبال و جبهه باطل است؛ از اینرو ضروری است که استفاده از فضای سایبر برای مهم ترین مسئله امروز جهان، یعنی موضوع مهدویت، با سطح بالایی از هوشمندی و عقلانیت در همه ابعاد همراه باشد تا بتواند به نتایج مطلوب دست یابد. از جمله

۱. باید به گونه ای فعالیت شود که کمترین میزان ممکن از اطلاعات محرمانه نظیر هویت، اطلاعات شخصی، افراد مرتبط و ... در فضای سایبر بیان شود؛ زیرا حصول چنین اشراف اطلاعاتی برای مالکان جهانی فضای سایبر که دشمن جبهه حق هستند، دست آنها را برای برنامه ریزی تخریبی علیه محتوا و حتی مبلغان مهدویت بازتر می کند.

۲. بهره مندی از انواع ابزارهای هوشمند کمک می کند تا زمان کمتری از مبلغان و تبیین گران برای امور فنی صرف شود و بیشتر زمان خود را بر تولید محتوا متمرکز کنند.

۳. مخاطب شناسی هر پیام رسان و شبکه اجتماعی بسیار ضروری است؛ زیرا به طور معمول، قشر خاصی از عقاید و فرهنگ در هر پلتفرم فعالیت دارد؛ برای مثال نوع زاویه نگاه عمومی به مسئله کلبیدی جنایت های رژیم صهیونیستی علیه فلسطین در

بستر اینستاگرام، با واقعیت‌های میدانی که مظلومیت و ذی‌حق‌بودن فلسطینیان است، مغایرت دارد؛ از این رو باید محتوا در هر پلتفرم بر اساس شناخت نسبی از مخاطب تهیه شود تا بتواند مؤثر واقع گردد.

۴. پیام‌دسنجی اثرگذاری محتوا بر مخاطب بسیار مهم است و مبلغ باید بداند صرف توزیع محتوا در فضای سایر و رساندن آن به مخاطبان، کافی نیست؛ از این رو آشنایی با روش‌های بازخوردگیری و تحلیل کیفی محتوای جمع‌آوری‌شده از داده‌ها بسیار مهم است تا بر اساس آن، محتواهای آتی تولید شوند.

۵. تشخیص راست و دروغ در فضای سایر بسیار سخت است و نیازمند مهارت‌هایی نظیر راستی‌آزمایی^۱ است که تبیین‌گر و مبلغ باید به آن مسلط باشد.

از مهم‌ترین مشکلاتی که پژوهش حاضر را تحت تأثیر قرار می‌دهند، نخست، به عدم وجود دانش سایبرنتیک در مجموعه دانش‌های مصوب دانشگاهی و حوزوی باید اشاره کرد که نبودن آن سبب فنی‌انگاری به نسبت به فضای سایر یا تطبیق این فضا با مبانی نظری فرعی شده است. ضروری است پژوهشگران برای ورود به حیطه تحلیل و واکاوی مسائل عمیق در فضای سایر، ابتدا به دانش پشتوانه و بنیادین آن که دانش سایبرنتیک است، اشراف یابند. دومین مشکل، ضعف نسبتاً چشمگیر مطالعات میان‌رشته‌ای مبانی نظری فضای سایر با دیگر حوزه‌ها، غالباً این چالش را به وجود می‌آورد که مخاطب، به منظومه فکری پژوهشگر مسلط نیست و ممکن است تصور کند که با مطالب غیرعلمی و سلیقه‌ای مواجه است. سومین مشکل در مسیر پژوهش حاضر، اندک بودن منابع اصلی مرتبط با دانش سایبرنتیک و فلسفه اطلاعات در زبان فارسی است که تسلط پژوهشگر به زبان انگلیسی را ایجاب می‌کند.

برای پژوهش‌های آینده در این راستا پیشنهاد می‌شود بر موضوعاتی مانند موارد زیر تمرکز شود:

۱. طراحی الگوی کنشگری مطلوب مبلغان مهدویت در فضای سایر؛

1. Fact Checking

۲. راهبردهای استفاده از فضای سایبر در امتداد تبلیغ میدانی گفتمان مهدویت؛
۳. چگونگی اشراف به مهم‌ترین مسائل و شبهات مردم هر کشور در حوزه منجی گرایی از طریق اشراف اطلاعاتی به وسیله فضای سایبر؛
۴. مهم‌ترین محورهای محتوای باطل فرقه‌های منحرف در فضای سایبر علیه گفتمان مهدویت؛
۵. هماهنگی مبانی معرفتی فضای سایبر با گفتمان مهدویت مبتنی بر الگوی ایرانی - اسلامی پیشرفت.

فهرست منابع

* قرآن کریم

احمدوند، خلیل الله؛ امیری، پگاه؛ و شهبازیان، حمیدرضا. (۱۴۰۳). ظرفیت فضای مجازی در بسترسازی همگرایی منتظران موعود. پژوهشنامه موعود، ۶(۱۱)، صص ۲۷-۵۲.

ایزدخواستی، مریم. (۱۴۰۲). بررسی جایگاه و کارکرد فضای مجازی در بازسازی فرهنگی ساختار انقلاب اسلامی. دومین همایش ملی انقلاب اسلامی و افق تمدنی آینده، تهران: دانشگاه جامع امام حسین (علیه السلام)، صص ۲۴۰-۲۵۳.

پورسیدآقایی، سید مسعود. (۱۳۸۸). تاریخ عصر غیبت. قم: آینده روشن.

خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۸۱/۱۱/۱۵). بیانات در دیدار مسئولان سازمان صدا و سیما. قابل دسترس در:

B2n.ir/pq2121

خامنه‌ای، سید علی. (۱۴۰۰/۱۱/۱۹). بیانات در دیدار فرماندهان و کارکنان نیروی هوایی و پدافند هوایی ارتش. قابل دسترس در:

B2n.ir/hp7018

خامنه‌ای، سید علی. (۱۳۹۶/۰۳/۱۷). بیانات در دیدار جمعی از دانشجویان. قابل دسترس در:

<https://B2n.ir/jq1054>

درایفوس، هیوبرت. (۱۳۸۹). درباره اینترنت (مترجم: علی فارسی نژاد، ویراست دوم). تهران: ساقی.

حاکم نیشابوری، محمد بن عبدالله. (۱۴۳۵ق). المستدرک علی الصحیحین. بیروت - لبنان: دارالتأصیل.

حسن بیگی، ابراهیم؛ عساریان نژاد، حسین؛ حاجی پروانه، عباس علی. (۱۳۹۰). رسانه و نخبگان دولت زمینه ساز ظهور حضرت حجت (عجله الله تعالی فرجه). مطالعات دفاعی استراتژیک، ۱۲(۴۵)، صص ۱۳۱-۱۵۸.

ربانی گلپایگانی، علی. (۱۳۸۴). دکترین مهدویت و حکومت جهانی مهدوی. انتظار موعود، ۱۶(۱)، صص ۱۸۳-۲۰۸.

رحمانی، علی. (۱۳۹۶). مؤلفه‌ها و شاخص‌های زندگی به سبک منتظرانه بر اساس آیات و روایات. مطالعات علوم اسلامی انسانی، ۹(۹)، صص ۱۲۰-۳۰.

زارع، محمدعلی؛ زارع، مهدیار. (۱۴۰۲). تحلیل بر کارکردهای فضای مجازی و اقتضائات حکمرانی نوین. دومین همایش ملی انقلاب اسلامی و افق تمدنی آینده، تهران: دانشگاه جامع امام حسین (ع)، صص ۱۵۷-۱۷۳.

سمیعی اصفهانی، علیرضا؛ کریمی منجرمویی، یعقوب. (۱۳۹۰). جایگاه و نقش حوزه و دانشگاه در زمینه‌سازی ظهور قائم (عجله الله تعالی فرجه). مجموعه مقالات هفتمین همایش بین‌المللی دکترین مهدویت (ج ۳). قم: مؤسسه آینده روشن. صص ۳۳۷-۳۶۶.

شفیعی سروستانی، ابراهیم. (۱۳۸۶). فرهنگ مهدوی و رسانه ملی. رواق هنر و اندیشه، ۱۳(۱)، صص ۲۵-۳۴.

شکوهیان راد، محمدعلی. (۱۴۰۴). ضرورت‌های حکمرانی فضای سایبر از منظر امام خامنه‌ای. مطالعات حکمرانی اسلامی، ۲(۲)، صص ۲۳۹-۲۶۶.

شمس‌الدینی، محمد. (۱۴۰۱). هبوط دوم: نظریه‌ای در آینده‌آنتولوژیک فضای سایبر و گشایش امکان زندگی در لایه چهارم هستی. تهران: نشر صاد.

عباسی، فرج‌الله. (۱۴۰۱). شاخصه‌های جامعه منتظر از منظر آموزه‌های دینی. مبلغان، ۲۷۴(۲)، صص ۳۰-۴۴.

عرفان، امیرحسین. (۱۳۹۲). راهکارهای غلبه پیام مهدوی بر فرهنگ عامه‌پسند رسانه‌ها. انتظار موعود، ۴۳(۴)، صص ۲۹-۴۸.

عزیزی، زینب؛ ماهر وزاده، طاهره. (۱۳۹۹). کارکردهای اخلاقی و اجتماعی جامعه منتظر از دیدگاه حضرت آیت الله خامنه‌ای. موعود پژوهی، (۳)، صص ۶۷-۷۴.

فلوریدی، لوچیانو. (۱۳۹۶). اطلاعات (مترجم: مهدی جوادی). تهران: نشر حکمت سینا.
کارگر، رحیم. (۱۳۸۷). آینده جهان: دولت و سیاست در اندیشه مهدویت (چاپ دوم). قم: بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود علیه السلام.

گرام، گوردن. (۱۳۹۳). جستاری فلسفی در ماهیت اینترنت (مترجم: محمدرضا امین ناصری). تهران: انتشارات کویر.

گنج‌خانی، احمد. (۱۴۰۳). الگوی مطلوب جامعه منتظر و زمینه‌ساز از منظر امام خامنه‌ای. مطالعات اعتقادی سیاسی، (۴)، صص ۱۵۰-۱۶۳.

وینر، نوربرت. (۱۳۶۶). استفاده انسانی از انسان‌ها: سایبرنتیک و جامعه (مترجم: مهرداد ارجمند). تهران: آموزش انقلاب اسلامی.

پایگاه فرهنگ واژگان آبادیس، پیوند <https://abadis.ir/fatofa>