

۴۹



جمهوری اسلامی ایران

مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح (۳)

اینترنت و مهدویت

فرصت‌ها، تهدیدها، و راهکارها

استاد راهنما:

حجت‌الاسلام و المسلمین دکتر غلامرضا بهروزی لک (زید عزّه)

استاد مشاور:

حجت‌الاسلام و المسلمین خدامراد سلیمیان (زید عزّه)

محقق:

عبدالحسین حاجی ابوالحسنی نرگانی

۱۶۳۴

سال ۹۱ - ۱۳۹۰ شمسی

چکیده

این رساله می‌کوشد تا در جهت تبیین جایگاه فن‌آوری اطلاعات در ساختار کنونی جوامع علمی و پژوهشی گامی مفید بردارد. از اینرو با تعریفی اجمالی از اینترنت و مهدویت؛ نخست ماهیت و بازشناسی زوایای فرصت‌زای اینترنت و چگونگی به‌کارگیری آن در جهت ارائه داده‌های مهدویت در گستره جهانی تبیین شده است، سپس بازشناسی نقاط تهدیدزا شامل مراکز، اشخاص، و جریان‌های انحرافی وابسته به موضوع مهدویت صورت گرفته. در همین راستا از آمار و تحلیل‌های مستند استفاده شده و تلاش شده فراگرد اطلاعات مهدوی را با ذکر مدل‌های ارتباطی گوناگون بیان کند. سپس فرصت‌های ترویج فرهنگ مهدویت و امکان اشتراک اطلاعات در این زمینه تبیین گردیده. در ادامه تهدیدهای موجود مانند شبهه پراکنی، جریان‌های انحرافی، و فقدان مراکز ناظر گوشزد شده است. در پایان راهکارهای ابزاری، شکلی و محتوایی در جهت به‌کارگیری فرصت‌های مهدوی و فراهم ساختن زیر ساخت اشتراک اطلاعات مربوطه بیان شده است. و چنین نتیجه‌گیری شده که ورود مباحث مهدویت به عرصه اینترنت امری ضروری است و رمز فایق گشتن بر پیش‌آمدهای تهدیدزا بهره‌وری بهینه از ابزارهای اطلاع‌رسانی به ویژه از اینترنت در حوزه مهدویت است.

کلیدواژه‌ها: اینترنت، مهدویت، آینده‌پژوهی، هزاره‌گرایی، پیش‌گویی، منجی‌گرایی، فرجام‌گرایی، متمهدیان.

فهرست مطالب

۱	مقدمه پژوهش
۱	بیان مسأله
۵	اهمیت موضوع
۶	پیشینه تحقیق
۶	سوالات اصلی
۷	بخش اول: کلیات و مفاهیم
۸	چیستی مهدویت
۹	معنای لغوی مهدویت
۱۰	اینترنت چیست؟
۱۱	تاریخچه اینترنت
۱۳	فرصت
۱۴	تهدید
۱۶	بخش دوم: مهدویت و اینترنت
۱۷	مهدویت و اینترنت
۱۸	اهمیت موضوع ارتباط
۲۰	فراگرد ارتباط مهدوی
۲۰	مدل‌های ارتباط
۲۲	بررسی آماری وضعیت فرهنگ مهدویت در اینترنت
۲۳	آفریقا
۲۳	ایران
۲۴	آمار پایگاه‌های اطلاع‌رسانی
۲۵	گستره وبسایت‌ها
۲۶	گستره وبلاگ‌ها

۲۷	تفاوت وب‌گاه و وبلاگ
۲۹	ضریب نفوذ اینترنت
۳۳	ابعاد تاثیر رسانه اینترنت بر مخاطبان
۳۳	وضعیت زبان مخاطبان اینترنتی
۳۴	اهمیت اطلاع‌رسانی اینترنتی
۳۶	بخش سوّم: فرصت‌ها و ظرفیت‌ها
۳۸	ظرفیت‌های فرهنگی در عصر اینترنت
۳۹	فصل اوّل: ترویج فرهنگ مهدویت
۴۰	فصل دوّم: اشتراک اطلاعات و یافته‌های پژوهشی
۴۱	تکنیک‌های اشتراک اطلاعات
۴۲	تکنیک‌های برقراری ارتباط با مخاطبین
۴۳	شیوه انتقال داده‌ها به کاربران
۴۳	اف تی پی
۴۴	فصل سوّم: افزایش ضریب نفوذ مهدویت در اینترنت
۴۴	فصل چهارم: ایجاد تعامل اینترنتی بین الادیانی
۴۶	فعالان مهدوی در کشورهای اسلامی
۴۶	پایگاه‌های اینترنتی علمی و پژوهشی مهدویت
۴۸	مرکز تخصصی مهدویت
۴۹	فعالیت‌های مرکز تخصصی مهدویت
۴۹	مرکز تخصصی حضرت ولی عصر <small>علیه السلام</small>
۴۹	موسسه آینده روشن (پژوهشکده مهدویت)
۵۰	دستاوردهای موسسه آینده روشن
۵۰	اجلاس (دوسالانه) حضرت مهدی <small>علیه السلام</small>
۵۱	موسسه فرهنگی موعود <small>علیه السلام</small>
۵۱	پایگاه‌های اینترنتی نشریات مهدوی
۵۱	پایگاه‌های اینترنتی، تبلیغی، ارشادی

۵۲ پایگاه‌های اینترنتی دانشجویی و دانش‌آموزی
۵۴ موعودگرایی
۵۵ موعودگرایی و مهدویت
۵۶ انجمن احمدیه اشاعه اسلام لاهور
۵۷ ضد مسیح
۶۱ مسیحای ادیان
۶۱ ۱. مسیحا در دین یهود
۶۲ مسیحا باوری صهیونیستی
۶۳ ۲. مسیحا در دین مسیحیت
۶۳ فرقه مسیحیان صهیونیستی
۶۴ مسیحیت صهیونیستی (تعبیر اول)
۶۵ مسیحیان صهیونیستی (تعبیر دوم)
۶۵ صهیونیسم مسیحی (تعبیر سوم)
۶۵ صهیونیسم
۶۶ ۳. مسیحا در غرب
۷۰ غرب و هزاره‌گرایی
۷۱ مرکز مطالعات هزاره‌گرایی
۷۳ غرب و آینده‌گرایی
۷۵ بخش چهارم: تهدیدها
۷۷ شبهه‌افکنان و بستر اینترنت
۷۹ پایگاه‌های (انحرافی) وابسته به وهابیان
۸۱ فعالیت‌های انحرافی شیعی
۸۱ اختلاف در مهدویت یا مخالفت با مهدویت
۸۲ جریان انحرافی بایبه
۸۳ جریان انحرافی بهائیه
۸۷ بازشناسی پایگاه‌های انحرافی مهدویت
۹۲ بخش پنجم: راه‌کارها

۹۳	فصل اول: راه کارهای ابزاری
۹۶	فصل دوم: راه کارهای شکلی
۹۶	پویاسازی اطلاعات مهدوی
۹۶	فعال سازی اتاق های گفتگو
۹۷	آموزش مجازی مهدویت
۹۷	فصل سوم: راه کارهای محتوایی
۹۷	تولید متون دیجیتالی مهدویت
۹۸	طبقه بندی ابعاد فرهنگی، علمی، و پژوهشی مهدویت
۹۸	تقویت نظارت علمی مراکز حوزوی و دانشگاهی
۹۹	روزآمد کردن داده های اینترنتی مهدوی
۱۰۰	آموزش متون درسی مهدیت
۱۰۰	فصل چهارم: مدیریت سامان دهی اطلاع رسانی
۱۰۰	نقش مدیریتی دولت
۱۰۱	نقش مدیریتی حوزه علمیه
۱۰۲	نقش مدیریتی دانشگاه ها
۱۰۲	نقش مدیریتی احزاب و جریان های سیاسی و فکری
۱۰۳	نقش مدیریتی نخبگان و شخصیت ها
۱۰۵	خاتمه
۱۰۷	منابع و مأخذ
۱۱۱	منابع و مأخذ اینترنتی

مقدمه پژوهش

بیان مسأله

سپاس خداوند حکیمی را که جانشینی، خلافت^۱، و هدایتش را با نبوت آغازید و استمرارش را با امامت وانهاد. رسالت اول با آدم برآمد^۲ و با خاتم^{صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ} ماندگاری یافت. چنانچه وصایتش با نور علی^{عَلَيْهِ السَّلَام} سرزد و با مهدی موعود^{عَلَيْهِ السَّلَام}^۳ مَهر پایان خواهد خورد. و اکنون ولایت عام حضرتش پرچمدار زمینه‌سازی ظهور آن موعود راستین هستی است.

از دنیای امروز به‌عنوان دستاورد مدرنیسم و عصر رشد و پیشرفت اطلاعات در فضای دهکده جهانی یاد می‌شود که عرصه‌های فرهنگی و اجتماعی جوامع را در چمبره خود آورده است. و این تحول تکنولوژیک نتیجه غیر قابل انکاری بر باورها و جهت‌دهی افکار در راستای تثبیت یا انحراف آن داشته است. در این میان فرهنگ مهدویت از جمله حوزه‌هایی است که به‌لحاظ وفاق مبنایی با پیروان ادیان دیگر در «موعود» از اهمیت فرامذهبی برخوردار است و با ورود حجم عظیم اطلاعات مهدوی به‌دامنه ایترنت امکان استفاده بدون محدودیتی فراهم است، و در هر شرایطی می‌توان خود را مخاطب ذخایر غنی مهدوی دانست هرچند چنین دسترسی همه‌جانبه کاربرد دوگانه برای «موافقان و مخالفان مهدویت» داشته است.

بی‌شک مهدویت فصل مشترک ادیان آسمانی و عصاره آموزه‌های وحیانی است. بدون توجه به مهدویت رسالت ادیان ابتر و تلاش انبیای الهی بی‌ثمر خواهد بود. مهدویت هدف غایی ادیان است. همه ادیان سابق بر دین اسلام به‌آمدن دین کامل بشارت دادند و این دین کامل یعنی اسلام^۴ به‌آمدن منجی آخرالزمان وعده

۱. نور(۲۴)، ۵۵: «خداوند وعده داده است به کسانی از شما که ایمان آورد و کارهای نیکو و شایسته بکنند هر آینه آن‌ها را در روی زمین خلافت بخشد چنان‌که در باره پیشینیان کرده است و آنان را قادر خواهد ساخت بر این‌که دین خداپسند خویش را بپا دارند و اندیشه و هراسشان را مبدل به امنیت خواهد نمود تا این‌که مرا پرستش نموده و چیزی را برای من شریک قرار ندهند.
۲. بقره(۲)، ۳۰. من می‌خواهم در زمین خلیفه قرار دهم.

۳. شیخ صدوق، محمدبن علی، ابن بابویه، اکمال الدین و اتمام النعمه، ج ۲، باب ۳۶. امام جواد^{عَلَيْهِ السَّلَام} می‌فرماید: قائم ما همان مهدی^{عَلَيْهِ السَّلَام} است. او کسی است که در زمان غیبتش، واجب است انتظار کشیده شود و هنگامی که ظهور کرد، اطاعتش کنند. او سومین فرزند از فرزندان من است. قسم به آن خدایی که محمد^{صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ} را به نبوت مبعوث گردانید و ما را به امامت انتخاب نمود، اگر از عمر دنیا فقط یک روز باقی مانده باشد، خداوند آن روز را چنان طولانی گرداند تا اینکه قائم ما در آن روز خارج شده و ظهور نماید. پس با ظهورش جهان را از عدل و داد پر کند، چنانکه از ظلم و ستم پر شده است. قصص(۲۸)، ۵.

۴. آل عمران(۳)، ۱۹. «همانا دین پسندیده نزد خدا آیین اسلام است».

داده که برای اتمام و اکمال رسالت انبیای سلف در هنگام فراهم آمدن شرایط مناسب ظهور خواهد کرد^۱ و رسالت جهانی خویش (عدالت‌گستری) را به بهترین وجه انجام خواهد داد^۲

رسالت منجی موعود ادیان الهی یعنی امام مهدی علیه السلام پیوند پیروان ادیان به‌دین حق و خاتم ادیان یعنی اسلام خواهد بود و شاید همراه بودن حضرت عیسی علیه السلام با امام مهدی علیه السلام هنگام ظهور^۳ نیز نشانه‌ای بر نزدیک بودن پیروان مسیح به این دعوت و هم‌گرایی است^۴. بر این اساس ایمان اهل کتاب به حضرت مسیح علیه السلام در زمانی روی می‌دهد که عیسی علیه السلام پشت سر حضرت مهدی علیه السلام نماز بگزارد و با اقتدا کردن به حضرت مهدی علیه السلام پیروان خود را به یاری حضرت مهدی علیه السلام و ایمان آوردن به آیین اسلام ناب محمدی صلواته و علیہ و آله هدایت می‌نماید.

هدایت و دعوت به‌دین و آموزه‌های دینی و شناساندن هر حقیقتی به مخاطب نیاز به ابزار دعوت و تبلیغ دارد. چون رسالت تبلیغی حضرت مهدی علیه السلام رسالت جهانی است^۵، تبلیغ در گستره جهانی نیازمند ابزاری فراتر از رسانه‌های محدود است^۶. در میان رسانه‌های موجود بشری اینترنت از جمله ابزارهای اطلاع‌رسانی

۱. انبیاء (۲۱)، ۱۰۵. «و ما بعد از تورات در زیور داود نوشتیم (و در کتب انبیاء سلف وعده دادیم) که البته بندگان نیکو کار من ملک زمین را وارث و متصرف خواهند شد.»

۲. استرآبادی، علی، تأویل الآیات الظاهرة فی فضائل العترۃ الطاهرة، محقق: استاد ولی، حسین، انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین قم، ص ۳۶۵؛ کفایة الأثر، ص ۱۶۲؛ کمال‌الدین، ج ۲، ص ۵۷۷، ح ۵۴. (از جمله روایات متواتری که به ظهور "مهدی موعود علیه السلام" وعده داده، حدیث معروف نبوی صلواته و علیہ و آله است که فرمود: «اگر از عمر دنیا یک روز بیش باقی نمانده باشد، خداوند آن روز را طولانی کند تا مردی از امت و خاندان من که نامش نام من است ظاهر شود، و زمین را از عدل و داد پر کند چنان‌که از ظلم و ستم پر شده باشد.)

۳. جوینی خراسانی، ابراهیم بن محمد، ۱۳۹۸ ق، ۱۹۷۸ م، فرائدالسمطین فی فضائل المرتضی و البتول و السبطین و الانمة من ذریتهم علیهم السلام، بیروت، موسسه محمودی، ج ۲، ص ۳۱۲؛ از عبدالله بن عباس نقل شده است که گوید: رسول خدا صلواته و علیہ و آله فرمودند: «سوگند به آن کس که مرا به حق به عنوان بشیر مبعوث فرمود، اگر از دنیا جز یک روز باقی نمانده باشد خدای تعالی آن روز را آن قدر طولانی می‌فرماید تا در آن روز فرزندم حضرت مهدی علیه السلام ظهور کند پس عیسی بن مریم علیه السلام فرود آمده پشت سر او نماز می‌گزارد..

۴. قندوزی، سلیمان بن ابراهیم، ینابیع المودة لذو القربی، محقق: اشرف حسینی، علی جمال، دار الاسوه للطباعة و النشر، ج ۳، ص ۲۳۷. (عیسی پیش از روز قیامت، به دنیا فرود می‌آید و اهل هیچ ملتی باقی نمی‌ماند، مگر این‌که پیش از مرگشان به حضرت مسیح علیه السلام ایمان می‌آورند و حضرت عیسی علیه السلام پشت سر حضرت مسیح علیه السلام نماز می‌گذارد.

۵. انبیاء (۲۱)، ۱۰۵.

۶. مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی، بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار، دار احیاء التراث العربی، ج ۵۲، ص ۳۲۹. امام باقر علیه السلام فرمودند: «مؤمن در زمان قائم علیه السلام در حالی که در مشرق است، برادرش را که در مغرب است می‌بیند، همچنین کسی که در مغرب است، برادرش را در مشرق می‌بیند. وجود وسایل ارتباط جمعی گوناگون ایجاد این شرایط را به طور کامل ممکن می‌سازد. امام باقر علیه السلام فرموده‌اند: «اگر قائم ما قیام کند، خداوند به گوش‌ها و دیده‌های شیعیان کمک می‌رساند تا اینکه میان شیعیان و امام علیه السلام نامه‌رسانی نباشد. امام با آن‌ها سخن می‌گوید و آن‌ها سخن امام را (بلافاصله) می‌شنوند و ایشان را می‌بینند، در حالی که امام در جای خود است. کافی، ج ۸، ص ۲۴۰، ح ۳۲۹.

جهانی است که مرزهای متعارف در خصوص تبلیغ را که به‌عنوان محدود کننده به حساب می‌آیند درنوردیده است. اینترنت ابزاری فرامرزی برای «اشتراک»^۱، «ارتباط»^۲، و «انتقال»^۳ اطلاعات «محتوا یا یک پیام»^۴ به کاربران سرتاسر جهان برشمرده می‌شود. ابزاری که برای کاربران همه امکانات مورد نیاز را تا اندازه‌ای فراهم ساخته است. هر کس به «زبان» خودش از آن بهره گرفته، هر کس در «مکان» مورد نیاز خودش از آن استفاده می‌کند، و به‌اندازه «توان» خویش از منابع موجود اینترنتی سود می‌برد. هیچ مخاطبی به‌خاطر موقعیت «مکانی و زمانی و توانش» محروم از بهره‌وری از امکانات اینترنت نیست و از اینرو می‌توان از «اینترنت» به‌عنوان یک «رسانه جامع^۵ و روزآمد» نام برد. پدیده اینترنت کرسی‌های اندیشه و ابراز عقیده را به همدیگر نزدیکتر کرده است و هر صاحب نظری قادر است فارغ از ارزش‌گذاری و اعتبار سنجی اندیشه خود را به‌دیگران عرضه کند. حجم داده‌ها و اطلاعات عرضه شده در اینترنت چیزی نیست که به‌راحتی به‌سنجه ابزار موجود اندازه‌گیری درآید و قابل کنترل و سنجش باشد و از این جهت لازم نیست به‌دنبال کشف مقدار این داده‌ها باشیم تنها کار معقول و مطلوب این است که کالای معتبر و اصیل و گرانسنگ مهدویت و موعودگرایی در این بازار به‌وفور و اتقان و به‌طور شایسته عرضه شود تا تشنگان حقیقت که به‌دنبال دستیابی به ناب‌ترین آموزه‌های بشری و سازنده‌ترین درس‌های مکتبی مانند اسلام هستند به‌راحتی به این بازار و این نوع از کالاهای ارزنده دسترسی داشته باشند.

از عمده‌ترین منابع پژوهش‌گران و محققین تاکنون آثار مکتوب بوده که به‌صورت کتاب، نشریات، مجموعه مقالات، و دایره‌المعارف‌ها مورد استفاده قرار می‌گرفته است؛ اما همان کار به‌شیوه دسترسی به منابع مکتوب در این زمان به‌صورت (الکترونیکی، دیجیتالی و مجازی) انجام می‌شود که سرعت بهره‌برداری کاربران را نیز افزایش داده است.

۱. Data share

۲. Communication

۳. Transfer data

۴. عبدالله خانی، علی، ۱۳۸۳ش، جنگ نرم (۳) نبرد در عصر اطلاعات، موسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران،

ص ۴۴ به نقل از کتاب: Richard Szafranski (Colonel), USAF, "A Theory of Information Warfare: Preparing for ۲۰۲۰", Airpower Journal Spring ۱۹۹۵

۵. Super Media

در موقعیت زمانی که کتابخانه‌های نسخه خطی بزرگ جهان اسلام مانند: آیت الله العظمی مرعشی نجفی رحمته الله، سلیمانیه ترکیه^۲ و قاهره مصر^۳ با همدیگر مرتبطند و کتابخانه‌های نامدار جهان مانند کتابخانه ملی ایران^۴، کتابخانه بزرگ آستان قدس رضوی^۵، بریتانیا^۶، آلمان^۷، کنگره آمریکا^۸، کتابخانه ملی فرانسه^۹ و هزاران مرکز اسناد علمی و مرکز نگهداری نسخه‌های خطی جهان و نیز بانک‌های اطلاعات علمی و نرم افزاری در سرتاسر دنیا^{۱۰} سعی در نشر اندوخته‌های علمی کشور خویش برای دسترسی کاربران^{۱۱} خود در سرتاسر جهان را به شیوه‌های متنوع فهرست نویسی^{۱۲} و یا حتی به گونه تمام متن^{۱۳} دارند جایی برای تردید نسبت به استفاده از اینترنت در جهت ابلاغ رسالت شناساندن موعود امم و ادیان الهی به جهانیان نیست.

اینترنت فرصت مغتنمی برای حوزه مهدویت فراهم آورده که می‌تواند نقش پیش‌برنده سریعی باشد که توان سدکردن قدرت تخریب مخالفین و معاندین را دارد و حتی می‌تواند با ارایه روزآمد اطلاعات لازم در زمینه مهدویت از بروز شبهات مخرب نیز پیشگیری نماید. هر چند ابعاد کاربرد اینترنت در عرصه مهدویت در فصول آینده این نوشتار تبیین خواهد شد.

۱. کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی رحمته الله www.marashilibrary.Com

۲. کتابخانه ملی ترکیه www.mkutup.gov.tr

۳. کتابخانه اسکندریه مصر WWW.BIBALEX.ORG/HOME/DEFAULT_EN.ASPX

۴. سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران /www.nlai.ir

۵. کتابخانه مرکزی آستان قدس رضوی www.aqlibrary.org

۶. کتابخانه ملی بریتانیا /www.bl.uk

۷. آلمان کتابخانه ملی www.d-nb.de

۸. کتابخانه کنگره آمریکا Congress Library of

۹. Bibliothèque nationale de France National Library of France www.bnf.fr/fr/acc/x.accueil.html

۱۰. (کتابخانه ملی کنگره آمریکا ۱۸۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه ملی چین ۱۹۰۹،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه آکادمی علوم روسیه ۱۷۱۴،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه ملی کانادا ۱۹۵۳،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه ملی آلمان ۱۹۹۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه بریتانیا ۱۷۵۳،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ موسسه اطلاعات علمی علوم اجتماعی آکادمی علوم روسیه ۱۹۶۹،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه دانشگاه هاروارد ۱۶۳۸،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه ملی علوم ورنادسکی اوکراین ۱۹۱۹،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰؛ کتابخانه عمومی شهر نیویورک ۱۸۹۵،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰، کتابخانه ملی فرانسه بیشتر از ۲۰/۰۰۰/۰۰۰، کتابخانه آیت الله مرعشی نجفی رحمته الله نسخه‌های خطی بیشتر از ۶۰/۰۰۰ و در مجموع ۱/۲۰۰/۰۰۰، کتابخانه ملی ایران، کتابخانه آستان قدس رضوی رحمته الله ۱۲/۸۱۵/۸۳۲) « برگرفته از ویکی پدیا wikipedia.org = کتابخانه آستان قدس و مرعشی رحمته الله را از خودشان پرسیدم.

۱۱. همان. جهت کسب اطلاعات بیشتر در زمینه تعداد منابع ذخیره در کتابخانه‌های آمریکا به این سایت مراجعه کنید:

www.libraryspot.com/lists/listlargestlibs.html

۱۲. Catalouge

۱۳. Full Text

اهمیت موضوع

ادعای «نیابت»، «سفارت»، «ولایت»، «وکالت»، «امارت»، «نمایندگی»، «خواب‌نما شدن»، و یا «ماموریت» ویژه‌ای از طرف امام مهدی علیه السلام که موجب سوء استفاده از اندیشه ناب مهدویت در اسلام و سبب ضربه زدن به اعتبار آن شده است توسط برخی با به‌کار گرفتن ابزار اطلاع‌رسانی اینترنت؛ نیز پیدایش فرقه‌های انحرافی و قیام اشخاصی مانند حسنی، سفیانی، یمانی، شعیب ابن صالح، و شخصیت‌های وابسته به زمان ظهور ظاهرا پایان پذیر نیست. در عراق، یمن، ایران، عربستان سعودی، کشورهای اروپایی، هند، و روسیه اشخاصی زیر عنوان حسنی، خراسانی، مهدی موعود، معلم جهان، میتریا، مسیح موعود، ادعای مهدویت و موعود بودن کرده‌اند و نقش رسانه‌های جمعی بخصوص اینترنت را در تبلیغ ادعای این افراد و هماهنگی‌هایی که میان آن‌ها می‌شود نباید نادیده گرفت. ادعای افرادی مانند: سایی بابا^۱ در هند، برزنجی در عراق که مدعی است کتابی به‌عنوان «کلمات الله»^۲ بر او نازل شده است و از طریق اینترنت اشخاصی به او گرایش پیدا کردند^۳، ادعای «ویساریون»^۴ در روسیه، و بنیامین کریمه در انگلستان نیز به‌همین منوال است.

در نتیجه اینترنت در تبلیغ افکار و ایده‌ها مرزها و مشکلات زبان و مسافت جغرافیایی را درنوردیده است و فاصله‌ها را از میان برده و توانسته وسیله و ابزار بسیار مناسبی برای تبلیغ ایده و اندیشه‌های مورد نظر باشد. اینترنت فراگیرترین رسانه‌ای است که در عصر انفجار اطلاعات در حال تبدیل شدن به‌رسانترین رسانه برای جهان بشریت است. اینترنت همان‌گونه که برای مخالفین مهدویت بستری برای شبهه پراکنی است، برای موافقین نیز نقش رسانه‌گویی را دارد که می‌توان بهترین استفاده را از آن در جهت تبلیغ مهدویت انجام داد. از اینرو باتوجه به مواردی که ذکر شد اهمیت نقش اینترنت در به‌کارگیری فرصت‌های مهدوی بسیار ضروری و بدیهی است و نباید از آن غافل شد. تاکید بر اهمیت اینترنت از این جهت است که تبلیغ و ترویج مهدویت و توسعه آن در راستای بهره‌گیری از ابزار رسانه در تبلیغ ایده مهدویت است. به‌بیان دیگر توسعه مهدویت در حال حاضر امری ضروری و لازم است. فراگرد ارتباطی موفق در زمینه ورود مهدویت به عرصه اطلاع‌رسانی سراسری مبتنی بر رسانه برتر و جامع یعنی اینترنت است.

۱. سایی بابا Sai Baba

۲. برزنجی سید مصطفی از مدعیان دروغین مهدویت در کردستان عراق.

۳. لازم به ذکر است پیرو اطلاع از گرایش برخی از افراد از درون کشور اسلامیمان به شیطان بافته‌های برزنجی گروهی از عزیزان مهدی پژوه و کارشناسان مهدویت از قم به غرب اعزام گردیده و در جهت توجیه عقاید باطل چنین افرادی با آن‌ها صحبت شد که با همانگی‌های بیشتر توانستند خود را از گمراهی این سخنان بچ براهانند و با مبانی راستین مهدویت بیشتر آشنا گردند.

۴. فرقه ضاله ویساریون (مسیح جدید) در روسیه Visaryoon

پیشینه تحقیق

در زمینه مهدویت به‌طور عام و یا در ارتباط با مقوله دین منابع بسیار است اما در زمینه ایترنت و مهدویت فرصت‌ها، تهدیدها و راهکارها منابع پژوهشی یافت نشد. از اینرو جهت دسترسی به اطلاعات بیشتر و از جنبه‌های کلی‌تر می‌توان به منابع ذکر شده (در پاورقی) مراجعه کرد.

سوالات اصلی

سوال اصلی در این تحقیق این است که ایترنت در فراگرد اطلاع‌رسانی جهانی مهدوی چه نقشی دارد؟ رابطه «مهدویت» و «ایترنت» در این عرصه کدام است؟ تأثیر ایترنت بر مخاطبان چه مقدار است؟ مقدار تأثیر مثبت (فرصت‌ها) و منفی (تهدیدها) بر مخاطبان مهدوی چگونه است؟ ابعاد تأثیرگذاری مفید ایترنتی در راستای توسعه مهدویت کدام است؟ به چه شیوه‌هایی انتقال داده‌های مهدوی به مخاطبان امکان پذیر خواهد بود؟

از سوالات فرعی این تحقیق چگونگی کاربست فرصت‌ها در راستای توسعه ایترنتی فرهنگ مهدویت است. سوال دیگر بررسی تهدیدهای ایترنتی در جهت مهار آن‌هاست. تبیین راهکارهای کاربست بهینه ایترنت در توسعه فرهنگ مهدویت سوال دیگر این تحقیق است. بیان فرصت‌ها و تهدیدها و شناخت موافقین و مخالفین مهدویت نیز در این راستا مطرح شده است.

۱. منابع جهت مطالعه بیشتر:

- ✓ مریجی، شمس‌الله، رسانه‌های جمعی و نقش آن‌ها در تحکیم و یا تضعیف ارزش‌ها، نشریه: علوم انسانی «معرفت» تیر ۱۳۸۴ - شماره ۹۱ (۱۶ صفحه - از ۱۹ تا ۳۴).
- ✓ بیات، حجت‌الله، تبلیغ رسانه‌ای دین: حوزه علمیه و ضرورت آینده‌نگری و تحول تبلیغی، فقه و اصول «مبلغان» بهمن و اسفند ۱۳۸۶ - شماره ۱۰۰ (۱۰ صفحه - از ۱۳۳ تا ۱۴۲).
- ✓ دین در عرصه رسانه Religion in the Media Age: Stewart M. Hoover, T & F Books UK; ۱ edition (January ۲۹, ۲۰۰۹)
- ✓ بیات، حجت‌الله، ضرورت تبلیغ دین از رسانه‌های نوین: (مبلغان «خرداد و تیر ۱۳۸۶ - شماره ۹۲»).
- ✓ رستگار مقدم گوهری، هادی، کارکرد رسانه‌های جمعی، «اندیشه حوزه» خرداد و تیر ۱۳۷۹ - شماره ۲۲.
- ✓ غراب، ناصرالدین، راهبردهای اطلاع‌رسانی اسلامی، «ره‌آورد نور» زمستان ۱۳۸۳ - شماره ۹.
- ✓ گیویان، عبدالله، دین، فرهنگ و رسانه، «رسانه» بهار ۱۳۸۶ - شماره ۹.
- ✓ اون هارچی، کریستین ساندرز و دیوید دیکسون، ۱۳۸۴، مهارت‌های اجتماعی در ارتباطات میان فردی، ج ۳، انتشارات رشد.