

۳۸. طوسی، ابوجعفر محمد بن حسن بن علی، *الخلافا*، انتشارات اسلامی وابسته به جامعه مدرسین، قم، ج ۲، ۱۴۱۱ق.

۳۹. _____، *النهایه فی مجرد الفتوی*، انتشارات قدس، قم، بی تا.

۴۰. طوسی، محمد بن حسن، *المبسوط*، المكتبه المرتضویه، نهران، ج ۳، بی تا.

۴۱. غزالی، ابوحامد محمد بن محمد بن محمد، *الوسیط فی المذهب*، دارالسلام، قاهره، ۱۴۱۷ق.

۴۲. قرافی، شهاب الدین احمد بن ادريس، *الدخیره*، دارالغرب، بیروت، ج ۶، ۱۹۹۴م.

۴۳. کرکی، علی بن حسین (محقق ثانی)، *جامع المقاصد*، مؤسسه آل البيت، قم، ج ۹، ۱۴۱۰ق.

۴۴. مالکی، ابوالحسن، *الكفايه الطالب الرباني لرساله ابي زيد القيرواني*، دارالفکر، بیروت، ج ۲، ۱۴۱۲ق.

۴۵. مغنیه، محمدجواد، *الفقه علی المذاهب الخمسه*، منشورات مؤسسه الصادق علیه السلام، تهران، ۱۴۱۴ق.

۴۶. نجفی، محمدحسن، *جواهر الکلام فی شرح شرایع الإسلام*، دار احیاء التراث العربی، بیروت، ۱۹۸۱م.

۴۷. نوبهار، رحیم، *سیمای مسجد*، چاپخانه علامه طباطبایی، قم، ج ۱، ۱۳۷۲ش.

۴۸. نووی، یحیی بن شرف، *المنهاج*، بی تا، بی جا، بی تا.

۴۹. _____، *صحیح مسلم*، دارالفکر، بیروت، ج ۱۱.

۵۰. وزاره الأوقاف و الشؤون الإسلامیه، *الموسوعه الفقهیه الكويتیه*، دارالسلاسل، کویت، ج ۶، بی تا.



جهانی شدن، اسلام و فضای سایبر

ابوالفضل کاوندی کاتب^۱

میشم میرزایی^۲

چکیده

با فروپاشی نظام دو قطبی و پایان دوران موسوم به جنگ سرد، جهانی شدن به صورت جدی مطرح شد و جایگاه ویژه‌ای در میان مباحث مربوط به سیاست، روابط بین الملل، ژئوپلیتیک و جامعه‌شناسی پیدا کرد. این پدیده به دنبال ایجاد جهانی یک‌دست با حاکمیت الگویی خاص در زمینه‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی و با محوریت تفکر لیبرال دموکراسی غرب است. در این راستا قدرت‌های مسلط، برای ترویج و نهادینه کردن جهانی شدن، از ابزارهای تبلیغی مختلفی بهره می‌گیرند. یکی از مهم‌ترین این ابزارها فضای سایبر است. فضای سایبر با در اختیار نهادن امکانات ارتباطی سریع، ارزان و جذاب، مرزهای جغرافیایی را در نوردیده و با سرعتی بالا در حال گسترش میان جوامع مختلف است. اسلام به عنوان یک هویت مستقل فرهنگی - تاریخی، جهانی شدن را چالشی مهم از جانب غرب برای خود می‌داند و درصدد است تا در مقابل تأثیرات آن مقاومت کرده و مانع از نفوذ آن در جوامع خود شود و هم‌زمان با بهره‌گیری از ابزارها برای جهانی کردن ارزش‌های خود نیز گام بردارد. با توجه به افزایش تعداد کاربران اینترنتی در کشورهای اسلامی فضای سایبر می‌تواند هم تهدید و هم فرصتی در این راستا باشد. مقاله حاضر با روش تحلیلی - توصیفی و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای و اینترنتی، درصدد بررسی و تبیین ابعاد گوناگون جهانی شدن و نقش فضای سایبر به عنوان ابزار مهم آن در تأثیرگذاری بر جهان اسلام از دیدگاه ژئوپلیتیک می‌باشد. در این چارچوب، سؤال اصلی این است که جهانی شدن چه تأثیراتی بر فرهنگ جهان اسلام داشته است.

واژگان کلیدی: جهانی شدن، اسلام، فضای سایبر، ژئوپلیتیک و فرهنگ.

۱- محقق و نویسنده.

۲- محقق و نویسنده.

مقدمه

اصطلاح جهانی شدن، پس از دوران جنگ سرد در بین اندیشه‌های ژئوپلیتیک جایگاه ویژه‌ای یافت و به صورت گفتمان مسلط در تبیین و تشریح تحولات و مناسبات جهانی تجلی پیدا کرد. ریشه‌های روند جهانی شدن را باید در وضعیت نوین اقتصادی ناشی از صلح پس از سال ۱۹۴۵، فتح بازارهای بین‌المللی توسط آلمان و ژاپن از فردای جنگ جهانی دوم، ظهور قدرت ژئواستراتژیک شوروی و نیز سلطه ایالات متحده آمریکا بر جهان جست‌وجو کرد. جهانی شدن نظام اقتصادی بازار آزاد که از دهه ۱۹۸۰ آغاز شد، با فروپاشی شوروی و سقوط نظام جهانی دوقطبی در دهه نود به اوج خود رسید. این حرکت در سایه ایجاد جهانی واحد و یا یک GLOBE در ساختار نظام سلسله مراتب جهان و از سوی ایالات متحده رهبری می‌شود.

توسعه تجارت و اقتصاد، رقابت‌های جهانی را از بعد ایدئولوژیک خارج نموده و به آن جنبه‌ای ژئواکونومیک بخشید. رقابت‌های اقتصادی و جهانی شدن اقتصاد، اثرگذاری‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی نیز در سطح جوامع جهان در پی داشت که ابعاد جهانی شدن را به شکل پیچیده‌ای مطرح کرد. بدون شک ابزار اصلی این تأثیرگذاری‌ها، استفاده از فضای مجازی یا فضای سایبر است؛ فضایی که از دهه نود میلادی، هم‌زمان با آغاز جهانی شدن، وارد زندگی بشر شد. فضای سایبر با در اختیار نهادن امکانات ارتباطی پرسرعت، مرزهای جغرافیایی را در نوردیده و به انتقال آزاد اطلاعات و سهولت دسترسی به آنها از سوی بشر کمک کرد. تأثیرگذاری این روند بر جوامع بشری به حدی گسترده است که امروز، از کم‌رنگ شدن مرزهای جغرافیایی و تغییر فرهنگ‌ها و آداب و رسوم در نقاط مختلف جهان، سخن به میان می‌آید که واکنش منفی جوامع فرهنگی در کشورهای با ساختار ایدئولوژیک برای مقابله با این پدیده نوظهور و تأثیرگذار را برانگیخته است.

جهان اسلام به عنوان یک هویت مستقل فرهنگی - تاریخی، جهانی شدن اقتصادی را پذیرفته است اما در مقابل تأثیر این پدیده بر فرهنگ و به تبع آن، سیاست و اجتماع خود مقاومت می‌کند و آن را چالشی از جانب غرب برای خود می‌داند. هرچند که عده‌ای معتقدند جهانی شدن، فرآیندی طبیعی و اجتناب‌ناپذیر در زندگی بشر امروز است و مقاومت در مقابل آن، بی‌فایده است.

پیدایش مفهوم جهانی شدن

جهانی شدن هم اکنون به چالشی‌ترین بحث در میان علوم و به خصوص علوم انسانی تبدیل شده است. ریشه‌های روند جهانی شدن را می‌توان تا وضعیت نوین اقتصادی ناشی از صلح پس از سال ۱۹۴۵ م و سلطه نسبی آمریکا ردیابی کرد (میر، ۱۳۷۹، ص ۴۰۳)؛ از آن هنگام که آلمان و ژاپن

فتح بازارهای بین‌المللی را در فردای جنگ جهانی دوم آغاز کردند و از هنگامی که شوروی پیشین اندکی پس از پایان جنگ توانست بر فراز موانع جغرافیایی پلی استراتژیک بسته و حضور نظامی قدرت‌مندی در اقیانوس‌های پهناور گیتی پیدا کند و تئوری سرزمین‌های قلبی و سرزمین‌های پیرامونی سرهالفورد مکیندر کارایی خود را از دست دهد (مجتهدزاده، ۱۳۸۱، ص ۲۶۳). از همین دوران بود که سرزمین‌گرایی و توجه به گسترش فضایی کشور و قدرت‌ها، جای خود را به اقتصاد داده و ژئواکونومیک نقش خود را در سیاست‌های جهانی آغاز و جهانی شدن نظام اقتصادی بازار آزاد از سال ۱۹۸۰ خودنمایی کرد.

با فروپاشی شوروی سابق در دهه ۱۹۹۰ م و پایان گرفتن بازی‌های قدرتی میان دو قطب ایدئولوژیک، جهانی شدن به عنوان الگوی جدید ژئوپلیتیک با کارکردهای اقتصادی اوج گرفت و به گفتمان غالب جهانی تبدیل شد. البته این فرآیند صرفاً به بعد اقتصادی محدود نشده و تمام ابعاد سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، ارتباطی، اطلاعاتی و در نهایت، ژئوپلیتیک را نیز در بر می‌گیرد و قدرت‌مندان با کنترل اقتصاد جهانی، بر سیاست‌ها و در نهایت، کشورها، مناطق و جهان کروی (GLOBE) مسلط خواهند شد.

مفهوم جهانی شدن

تا کنون اتفاق نظر جامعی در مورد تعریف دقیق جهانی شدن و تأثیر آن بر زندگی و رفتار ما در بین دانشمندان حاصل نشده است. برخی از دانشمندان کوشیده‌اند جهانی شدن را به عنوان مفهومی اقتصادی تعریف کنند، در حالی که جمعی دیگر به تبیین این مفهوم در چارچوب کل تحولات فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و زیست محیطی پرداخته‌اند (مالک، ۱۳۸۲، ص ۲۵).

- آنتونی گیدنز در ساده‌ترین تعریف، جهانی شدن را هم‌بستگی می‌داند؛ یعنی زندگی کردن در دنیای جهانی‌تر، زندگی در دنیای به هم وابسته‌تر که در آن رخداد‌های یک سوی جهان به طور مستقیم بر وقایع سوی دیگر آن تأثیر می‌گذارد (گیدنز، ۱۳۸۴، ص ۵۸).

- مجتهدزاده جهانی شدن را گسترش یا انتشار پدیده و یا پدیده‌هایی در سطح جهان می‌داند که با شیوه زندگی بشر در محیط، ارتباط نزدیک دارد (مجتهدزاده، ۱۳۸۱، ص ۲۶۳).

- حافظ‌نیا جهانی شدن را انتشار کروی پدیده‌ها می‌داند. وی با نگرشی ژئوپلیتیک به موضوع، جهانی شدن را توسعه حوزه نفوذ یک یا چند پدیده در مقیاس کروی توسط دولت یا اشخاص حقیقی و حقوقی دارنده آن تعریف می‌کند (حافظ‌نیا، ۱۳۸۵، ص ۶۶).

- دیوید هاروی در تعریفی از جهانی شدن، از آن با عنوان فشردگی زمان و مکان و یا زمان و فضا یاد می‌کند (شکویی، ۱۳۸۴، ص ۳۱).

- رابرتسون نیز جهانی شدن و سیاره‌ای شدن جهان را مفهومی می‌داند که به تراکم جهان، تشدید آگاهی درباره جهان به مثابه یک کل، وابستگی متقابل در قلمرو جهان و هم‌آگاهی از یک‌پارچگی جهانی در قرن بیستم اشاره دارد. در واقع، نگرش به جهان، به مثابه یک کل و وابستگی متقابل (وارتز، ۱۳۷۹، ص ۱۲).

در مجموع، با توجه به تعریف‌های بالا و همچنین تعریف‌های دیگر، آنچه که از مفهوم جهانی شدن به ذهن متبادر می‌شود، سرعت انتقال است که در مدت زمان کوتاهی، حجم عظیمی از اخبار و اطلاعات با کمک تکنولوژی انتقال می‌یابد. این عامل در کنار جهانی شدن اقتصاد به برداشتی از کره زمین به صورت یک دهکده جهانی و در ورای مرزهای جغرافیایی و سیاسی انجامیده است که به چندگانه بودن موضوع جهانی شدن تأکید دارد. فرآیند جهانی شدن، ابعاد مختلفی را شامل می‌شود که مهم‌ترین آنها جهانی شدن اقتصاد، جهانی شدن فرهنگ، جهانی شدن سیاست و محیط زیست می‌باشد. در این بخش به یکی از مهم‌ترین و شاخص‌ترین ابعاد آن، یعنی بعد فرهنگی، پرداخته خواهد شد.

جهانی شدن فرهنگ

تا کنون تعریف‌های متعددی از جهانی شدن فرهنگ ارائه شده است. جهانی شدن فرهنگ عبارت است از شکل‌گیری و گسترش فرهنگی خاص در عرصه جهانی که موجی از هم‌گونی فرهنگی را در جهان پدید آورده و هم‌زمان فرهنگ‌های دیگر را به چالش می‌طلبد. از این نظر، جهانی شدن از اراده معطوف به هم‌گون‌سازی فرهنگی جهان و یا جهانی کردن یا به عبارتی غربی کردن جهان، سخن می‌گوید (گل محمدی، ۱۳۸۳، ص ۱۰۱). در مقابل این دیدگاه، آنتونی گیدنز بر این عقیده است که فرآیند جهانی شدن، فرآیندی همگن‌ساز نیست بلکه فرآیندی تفکیک‌ساز بوده که همه چیز را به صورت یک‌دست توسعه نداده و پیامدهایش نیز به هیچ‌وجه خطرناک نیست و در عین حال از آنها هم‌گریزی نیست (سعیدی، ۱۳۸۵، ص ۱۴). مجتهدزاده بر این عقیده است که جهانی شدن‌های کنونی، بار عظیمی از غربی شدن و در رأس آن آمریکایی شدن‌ها را به همراه دارد. این دگرگونی‌های بنیادین در جهان ژئوپلیتیک، هویت‌ها و استقلال فرهنگی - هویتی همه ملت‌ها را به چالش می‌کشد. از سوی دیگر، همین چالش است که بازگشت به هویت ملی و روی آوردن به استقلال‌خواهی‌های ملی را در سراسر جهان تحریک می‌کند (مجتهدزاده، پیشین، ص ۲۶۴).

با در نظر گرفتن نگرش‌های یاد شده می‌توان به سه دیدگاه در مورد جهانی شدن فرهنگ اشاره کرد: ۱- دیدگاه مبتنی بر عام‌گرایی و یکسان‌سازی فرهنگی جهان، که معتقد است جهان تنها به دنبال یک فرهنگ غالب با محوریت آمریکا بوده و سایر فرهنگ‌ها تحت‌الشعاع آن قرار گرفته است.

این دیدگاه را افرادی چون هانتینگتون با ارائه نظریه «برخورد تمدن‌ها» و فوکویاما با مطرح کردن فرضیه «پایان تاریخ» طرح کرده‌اند و اظهار می‌کنند که هم‌اکنون سرنوشت جوامع به سوی لیبرال دموکراسی و حقوق بشر یا آمریکایی شدن در حرکت است.

۲- دیدگاه خاص‌گرایان که در آن فرهنگ‌های خاص در نواحی و مناطق گوناگون در تعامل با یک‌دیگر رشد یافته و اثرپذیری کمتری از فرهنگ‌های غالب جهانی پیدا خواهند کرد. خاص‌گرایی فرهنگی، مقاومت و واکنشی بومی در قبال جهانی شدن و هم‌گون و یک‌دست‌سازی جهان فرهنگی است. در این راستا، افراد و گروه‌ها برای برون‌رفت از چالش‌های جهانی شدن به راه‌کارهایی متوسل می‌شوند که خاص‌گرایی فرهنگی در قالب‌های قومی و دینی یکی از آنهاست (گل محمدی، پیشین، ص ۱۲۲).

۳- دیدگاهی ژئوپلیتیکی به جهانی شدن فرهنگی. در این نگرش، فرهنگ‌های عام و خاص و خاص و خاص در تعارض با یک‌دیگر سعی در گسترش حوزه‌های نفوذ خود داشته و به دنبال اشاعه فرهنگ خود هستند. در چنین شرایطی، عناصر فرهنگی مختلف از بستر و سرزمین معین جدا و در فضای مجازی معلق می‌شوند و فضای مجازی مکانی برای حضور و برخورد فرهنگ‌های گوناگون در می‌آید. این برخوردها و کنار هم قرارگیری گاه به هم‌زیستی فرهنگی (عام‌گرایی) منجر شده و غالباً نیز به ستیز و خاص‌گرایی فرهنگی می‌انجامد (پیشین، ص ۱۳۲).

جهانی شدن فرهنگ متضمن جریان آزاد عقاید، دیدگاه‌ها، اطلاعات و دانش‌هاست. گسترش تکنولوژی‌های جهانی در خدمت به این پدیده، موجی از اطلاعات خرد و کلان را در اختیار شهروندان جهان قرار می‌دهد. این مهم به کمک منابع و ابزارهای اطلاعاتی و به ویژه فضای سایبر ایجاد شده، به گونه‌ای که اینترنت هم‌اکنون مهم‌ترین ابزار در تحقق فرآیندهای جهانی شدن و به خصوص جهانی شدن‌های فرهنگی است که کشورها، ملت‌ها، گروه‌ها، قومیت‌ها، ادیان و تمام خاص و عام‌های فرهنگی جهان، توانایی دسترسی به آن و معرفی خود را پیدا کرده‌اند. این فرآیند در شرایطی در حال انجام است که کانونی قدرت‌مند با توان بالای تولید، انتشار و کنترل منابع، تسلط بالایی بر رسانه‌ها، فضای سایبر و امکانات مادی و معنوی حاصل از آن دارد و در این چارچوب، رقابتی نابرابر را شکل داده است.

ابزارهای جهانی شدن

هم‌چنان که اشاره شد، یکی از موضوعات مهم و تأثیرگذار جهانی شدن، موضوع سرعت است؛ سرعت در انتقال سرمایه، کالا، اطلاعات، انسان و... که عملی شدن این مهم نیاز به ابزار دارد.

مهم‌ترین ابزارها برای تحقق جهانی شدن که در قالب آن، پدیده‌ها، محتوی‌ها و ارزش‌ها در سطح گروی به گردش درآمده و منتشر می‌شود عبارت است از:

- ۱- شبکه‌های ارتباطی عینی؛ مانند خطوط و ابزارهای حمل و نقل زمینی، دریایی، هوایی و فضایی؛
 - ۲- شبکه‌های الکترونیکی؛ مانند رادیو، تلویزیون، تلفن، تلکس، اینترنت، پست الکترونیکی، تجارت الکترونیکی، ماهواره و غیره؛
 - ۳- شبکه‌های ارتباطی مکتوب؛ مانند سازمان‌های انتشاراتی، کتاب‌ها، نشریات، روزنامه‌ها، پست و ارتباطات؛
 - ۴- شبکه‌های اقتصادی بین‌المللی؛ مانند بانک‌ها، بیمه، صندوق‌های پولی و مالی، شرکت‌های چندملیتی، شبکه‌های قاچاق و غیره؛
 - ۵- شبکه‌های اجتماعی و بین‌المللی؛ مانند سازمان‌های بین‌حکومتی، سازمان‌های حکومتی، کنوانسیون‌های بین‌المللی، اجلاس‌ها و نشست‌های بین‌المللی، نهادهای بین‌المللی هم‌چون سازمان ملل، شورای امنیت، سازمان تجارت جهانی، بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول و سازمان‌های بین‌المللی و بین‌قاره‌ای و غیره؛
 - ۶- شبکه‌های علمی و آموزشی؛ مانند دانشگاه‌های بین‌المللی، مؤسسات پژوهشی، شبکه‌های مدرسه‌ای بین‌المللی، سازمان‌های آموزشی دینی و مذهبی بین‌المللی، کنوانسیون‌ها و کنگره‌های علمی بین‌المللی و غیره (حافظ‌نیا، پیشین، ص ۶۷).
- در میان ابزارهای یاد شده، فضای سایبر مهم‌ترین ابزار برای تحقق فرآیند جهانی شدن به حساب می‌آید که توانسته است بسیاری از ابزارهای دیگر را تحت‌الشعاع خود قرار دهد.

فضای سایبر و مفهوم آن

اصطلاح فضای سایبر از ترکیب دو واژه «سایبر» و «فضا» تشکیل شده است که برای درک بهتر این اصطلاح، هریک از واژه‌ها جداگانه بررسی می‌شود.

سایبر از لغت یونانی (Kybernetes) سایبرنتیک به معنای سکاندار یا راهنما مشتق شده است. نخستین بار اصطلاح «سایبرنتیک» توسط ریاضیدانی به نام «نوربرت وینر» در کتابی با عنوان «سایبرنتیک و کنترل در ارتباط بین حیوان و ماشین» در سال ۱۹۴۸ به کار برده شده که بر سیستم‌های کنترلی تکنولوژی‌های رایانه‌های به‌هم‌پیوسته و واقعیات مصنوعی با راهبردهای دستیابی و کنترل سیستمی دلالت دارد.

اصطلاح «فضای سایبر» را نخستین بار «ویلیام گیسون» نویسنده کانادایی داستان علمی - تخیلی در کتاب «نورومونس» در سال ۱۹۸۴ به کار برد (www.hccmr.com/news-494). برای وی، فضای سایبر، فضایی تخیلی است که از اتصال رایانه‌هایی پدید آمده که تمامی انسان‌ها، ماشین‌ها و منابع اطلاعاتی در جهان را به هم متصل کرده است. این معنا به طور تقریبی مشابه معنایی است که امروزه از کاربرد لفظ فضای مجازی وجود دارد. در واقع، فضای مجازی برای توصیف تمام انواع منابع اطلاعاتی ایجاد شده از طریق شبکه‌های رایانه‌ای به کار برده می‌شود. اندرسون واقعیت مجازی را «واقعیت خلق شده توسط رایانه» می‌داند؛ واقعیتی که از آن رو مجازی یا مصنوعی است که در دنیای واقعی محیط مادی، مکانی را اشغال نکرده و در اذهان کاربران در نتیجه تعامل با واسط الکترونیکی وجود دارد. به عبارت دیگر، واقعیتی است که وجود فیزیکی نداشته و توسط نرم‌افزار تولید می‌شود.

اما مفهوم فضا باید در مقایسه با مفهوم مکان، تعریف شود. فضا در مقایسه با مکان، مفهومی انتزاعی است که درک آن بدون واسطه درک مکان غیرممکن است. فضا بر همه جا و مکان بر جایی معین دلالت می‌کند. مکان دارای محتوا اما فضا نوعی خلأ است. مکان دارای دو بعد است، در حالی - که فضا، مفهومی سه بعدی است. مکان مفهومی مرزپذیر و قابل محدود شدن است اما فضا مفهومی مرکز و تا حدودی نامتناهی است. مکان همواره به تثبیت و تصلب گرایش دارد ولی فضا به سیالیت و رهاشدگی.

خصوصیات ذکر شده را می‌توان ویژگی فضای مجازی دانست، البته فضایی فاقد موقعیت جغرافیایی، فیزیکی یا محدوده سرزمینی خاص. جهان واقعی با خصایصی مانند داشتن بعد جغرافیایی، نظام سیاسی خاص، محدود بودن و طبیعی بودن، از جهان مجازی و جهان مجازی نیز با خصیصه - هایی مانند بی‌مکانی، فرازمان بودن، تکثر داشتن، و قابل دسترس بودن، هم‌زمان از جهان واقعی به‌طور نسبی جدا می‌شود. (www.tebyan.net /2005/11/10/14047).

تاریخچه و کاربردهای فضای سایبر

شکل‌گیری فضای سایبر و اینترنت، ریشه در دوره جنگ سرد دارد. در این دوره، به دنبال پرتاب ماهواره اسپوتنیک یک در چهارم اکتبر ۱۹۵۷ از سوی شوروی، بخش دفاع ایالات متحده آمریکا برای مقابله با تهدیدات احتمالی این اقدام، آژانس طرح‌های تحقیقاتی پیشرفته (آرپا) را تشکیل داد. یکی از برجسته‌ترین طرح‌هایی که آژانس از آن حمایت کرد، بررسی مهارت‌ها و فناوری‌ها در مورد انواع مختلف شبکه‌های رایانه‌ای بود، که بر همین اساس، شبکه آرپانت در سال ۱۹۶۹ تأسیس شد.

تأسیس این شبکه، منشأ پیدایش اینترنت و فضای سایبر بود که در ادامه، این پدیده نوظهور روز به روز پیشرفته‌تر و پرکارتر از گذشته شده و می‌شود (اسلوین، ۱۳۸۰، ص ۲۷).

در توصیف اینترنت و بیان ویژگی‌ها و اهمیت آن از مفاهیمی مانند شبکه شبکه‌ها، تار عنکبوت الکترونیک، فضای مجازی، فضای سایبرنتیک و... استفاده می‌شود. اینترنت، گروهی متشکل از هزاران شبکه‌ای است که از مجموعه پروتکل (مقاوله‌نامه) واحدی استفاده می‌کنند و در جهت عرضه مجموعه اطلاعاتی واحد به کاربران یا مشتریان خود مشارکت دارند. این پدیده را از دیدگاه جامعه-شناسی می‌توان جامعه الکترونیکی دانست که از عناصر اصلی تولیدکنندگان (سایت‌ها و شبکه‌های مرتبط)، واسطه‌ها (توزیع‌کننده‌ها) و مصرف‌کنندگان (کاربران) تشکیل شده است (محسنی، ۱۳۸۰، ص ۷۲).

در مورد ارائه خدمات فضای سایبر به کاربران باید اشاره کرد که در دنیای امروز، اینترنت و فضای سایبر خدمات فراوانی به کاربران خود ارائه می‌دهد که برجسته‌ترین آنها را می‌توان طراحی پست الکترونیکی، ایجاد محیط‌های گفت‌وگو، انتقال اطلاعات، طراحی موتورهای جست‌وجوگر برای دستیابی به اطلاعات گوناگون، ایجاد فضا برای فعالیت انواع رسانه‌های تصویری، صوتی و نوشتاری و... دانست. در حال حاضر، در فضای سایبر، انواع مختلف رسانه‌ها بیش از پیش با هم ترکیب شده و هزاران ایستگاه رادیویی و تلویزیونی در محیط وب برای کاربران خود، برنامه ارائه می‌کنند (اسلوین، پیشین، ص ۳۶-۳۷). در مجموع، خدمات و فعالیت‌های ارائه شده در فضای سایبر را می‌توان در قالب موضوعات فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، تجاری، دفاعی و امنیتی قرار داد. البته باید توجه داشت که هر یک از موضوعات ذکر شده، ممکن است فعالیت‌های دیگر را نیز شامل شود (حسن-بیگی، ۱۳۸۴، ص ۳۹).

فضای سایبر ابزار جهانی شدن

فضای سایبر به عنوان پدیده‌ای نوظهور، حوزه جدیدی از جهانی شدن را در برداشته و مهم‌ترین چالش جوامع فرهنگی و به خصوص جهان اسلام در حرکت به سوی آینده به شمار می‌رود. بهره-گیری از فضای سایبر در میان جوامع با سرعت قابل توجهی در حال گسترش بوده و طی دهه اخیر به خوبی توانسته است بسیاری از برنامه‌های روزانه مردم جهان را متأثر از خود کند.

بر اساس جدیدترین آمارهای مربوط به سال ۲۰۰۹ م World Internet Users Statistics از سال ۲۰۰۴م تا ۲۰۰۹م به طور میانگین ۳۸۰٫۳ درصد کاربران فضای سایبر و اینترنت در سطح جهان، رشد داشته است، به گونه‌ای که هم‌اکنون از هر چهار نفر در جهان یک نفر به اینترنت دسترسی داشته و از کاربران آن به حساب می‌آید.

از نظر منطقه‌ای در سطح جهان، میزان رشد دسترسی و استفاده از فضای سایبر متفاوت است. خاورمیانه با ۱۶۴۸٫۲ درصد بالاترین و آمریکای شمالی با ۱۳۴ درصد کمترین رشد را طی این سال‌ها داشته‌اند. در سایر مناطق جهان نیز این رشد بسیار چشم‌گیر بوده است، به گونه‌ای که آفریقا ۱۳۹۲٫۴ درصد، آسیا ۵۴۵٫۹ درصد، اروپا ۲۹۷٫۸ درصد، آمریکای لاتین و کارائیب ۸۹۰٫۸ درصد و استرالیا و اقیانوسیه ۱۷۵٫۲ درصد طی سال‌های مذکور در تعداد کاربران فضای مجازی رشد داشته‌اند.

با توجه به آمارهای ارائه شده، آفریقا با آمار به ازای هر پانزده نفر یک کاربر اینترنتی، کمترین تعداد کاربر را به خود اختصاص داده است. در سایر مناطق نیز به ترتیب، آسیا از هر پنج نفر، خاورمیانه، آمریکای لاتین و حوزه کارائیب از هر سه نفر و اروپا از هر دو نفر یک نفر با اینترنت آشنایی دارند. البته در مقابل باید توجه داشت که آمریکای شمالی با ۷۴ درصد جمعیت کاربر اینترنتی پرکارترین حوزه جغرافیایی از نظر دسترسی کاربران به اینترنت می‌باشد که پس از آن، اروپا با ۶۰ درصد کاربر اینترنتی در رتبه دوم جهانی قرار دارد. (جدول شماره ۱)

جدول شماره ۱: آمار جمعیت و کاربران اینترنتی جهان

مناطق جهان	جمعیت (۲۰۰۹)	کاربران اینترنتی ۲۰۰۰	کاربران اینترنتی ۲۰۰۹	نسبت کاربر به جمعیت کل	میزان رشد ۲۰۰۹-۲۰۰۰	درصد کل
آفریقا	۹۹۱,۰۰۲,۳۴۲	۴,۵۱۴,۴۰۰	۶۷,۳۷۱,۷۰۰	۶.۸٪	۱,۳۹۲.۴٪	۳.۹٪
آسیا	۳,۸۰۸,۰۷۰,۵۰۳	۱۱۴,۳۰۴,۰۰۰	۷۲۸,۲۵۷,۲۳۰	۱۹.۴٪	۵۴۵.۹٪	۴۲.۶٪
اروپا	۸۰۳,۸۵۰,۸۵۸	۱۰۵,۰۹۶,۰۹۳	۴۱۸,۰۲۹,۷۹۶	۵۲.۰٪	۲۹۷.۸٪	۲۴.۱٪
خاورمیانه	۲۰۲,۶۸۷,۰۰۵	۳,۲۸۴,۸۰۰	۵۷,۴۳۵,۰۴۶	۲۸.۳٪	۱,۶۴۸.۲٪	۳.۳٪
آمریکای شمالی	۳۴۰,۸۳۱,۸۳۱	۱۰۸,۰۹۶,۸۰۰	۲۵۲,۹۰۸,۰۰۰	۷۴.۲٪	۱۳۴.۰٪	۱۴.۶٪
آمریکای لاتین و کارائیب	۵۸۶,۶۶۲,۴۶۸	۱۸,۰۶۸,۹۱۹	۱۷۹,۰۳۱,۴۷۹	۳۰.۵٪	۸۹۰.۸٪	۱۰.۳٪
استرالیا و اقیانوسیه	۳۴,۷۰۰,۲۰۱	۷,۶۲۰,۴۸۰	۲۰,۹۷۰,۴۹۰	۶۰.۴٪	۱۷۵.۲٪	۱.۲٪
مجموع جهانی	۶,۷۶۷,۸۰۵,۲۰۸	۳۶۰,۹۸۵,۴۹۲	۱,۷۳۳,۹۹۳,۷۴۱	۲۵.۶٪	۳۸۰.۳٪	۱۰.۰٪

Source: Internet Usage and World Population Statistics are for September 30, 2009

بر اساس آمارهای موجود در جدول آماری دیگری، بیست کشور نخست از نظر برخورداری از تعداد کاربر بالا در جهان، رتبه‌بندی شده‌اند. در این رتبه‌بندی چین با ۳۶۰ میلیون کاربر اول است. در حالی که آمریکا با ۲۲۸ میلیون کاربر و دسترسی ۷۴ درصدی جمعیت آن به اینترنت در رتبه دوم قرار دارد. نکته جالب در این رده‌بندی حضور سه کشور مسلمان ایران، اندونزی و ترکیه در فهرست بیست کشور دارای بالاترین میزان تعداد کاربران اینترنت است، که به ترتیب در رتبه‌های ۱۱، ۱۳ و ۱۶ جهانی قرار دارند. ایران با رشد ۱۲۷۸۰ درصد طی سال‌های ۲۰۰۰م تا ۲۰۰۹م در استفاده از

اینترنت هم‌اکنون دارای ۳۲ میلیون نفر کاربر اینترنتی است که ۴۸٪ از جمعیت آن را شامل می‌شود. اندونزی و ترکیه نیز به ترتیب با رشدی برابر با ۱۴۰۰ درصد و ۱۲۲۵ درصد و ۱۲،۵ درصد و ۳۴،۵ درصد از جمعیت خود را تحت پوشش شبکه‌های اینترنتی و برخوردار از فضای سایبر قرار داده‌اند. (جدول شماره ۲).

جدول شماره ۲: بیست کشور دارای بالاترین میزان تعداد کاربران اینترنت

نام کشور	جمعیت در سال ۲۰۰۹	تعداد کاربران اینترنتی	درصد کاربران	نرخ رشد از ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۹	کاربران نسبت جهانی
۱ چین	۱,۳۳۸,۶۱۲,۹۶۸	۳۶۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۶.۹٪	۱,۰۰۰٪	۲۰.۸٪
۲ ایالات متحده	۳۰۷,۲۱۲,۱۲۳	۲۲۷,۷۱۹,۰۰۰	۷۴.۱٪	۱۳۸.۸٪	۱۳.۱٪
۳ ژاپن	۱۲۷,۰۷۸,۶۷۹	۹۵,۹۷۹,۰۰۰	۷۵.۵٪	۱۰۳.۹٪	۵.۵٪
۴ هند	۱,۱۵۶,۸۹۷,۷۶۶	۸۱,۰۰۰,۰۰۰	۷.۰٪	۱,۵۲۰.۰٪	۴.۷٪
۵ برزیل	۱۹۸,۷۲۹,۲۶۹	۶۷,۵۱۰,۴۰۰	۳۴.۰٪	۱,۲۵۰.۲٪	۳.۹٪
۶ آلمان	۸۲,۲۲۹,۷۵۸	۵۴,۲۲۹,۲۲۵	۵۵.۹٪	۱۲۶.۰٪	۳.۱٪
۷ انگلستان	۶۱,۱۱۳,۲۰۵	۴۶,۶۸۳,۹۰۰	۷۶.۴٪	۲۰۳.۱٪	۲.۷٪
۸ روسیه	۱۴۰,۰۴۱,۲۴۷	۴۵,۲۵۰,۰۰۰	۳۲.۳٪	۱,۳۵۹.۷٪	۲.۶٪
۹ فرانسه	۶۲,۱۵۰,۷۷۵	۴۳,۱۰۰,۱۳۴	۶۹.۳٪	۴۰۷.۱٪	۲.۵٪
۱۰ کره جنوبی	۴۸,۵۰۸,۹۷۲	۳۷,۴۷۵,۸۰۰	۷۷.۳٪	۹۶.۸٪	۲.۲٪
۱۱ ایران	۶۶,۴۲۹,۲۸۴	۳۲,۲۰۰,۰۰۰	۴۸.۵٪	۱۲,۷۸۰.۰٪	۱.۹٪
۱۲ ایتالیا	۵۸,۱۲۶,۶۱۲	۳۰,۰۳۶,۴۰۰	۵۱.۷٪	۱۲۷.۵٪	۱.۷٪
۱۳ اندونزی	۲۴۰,۲۷۱,۵۲۲	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۲.۵٪	۱,۴۰۰.۰٪	۱.۷٪
۱۴ اسپانیا	۴۰,۵۲۵,۰۰۲	۲۹,۰۹۳,۹۸۴	۷۱.۸٪	۴۴۰.۰٪	۱.۷٪
۱۵ مکزیک	۱۱۱,۲۱۱,۷۸۹	۲۷,۶۰۰,۰۰۰	۲۴.۸٪	۱۱۷.۵٪	۱.۶٪
۱۶ ترکیه	۷۶,۸۰۵,۵۲۴	۲۶,۵۰۰,۰۰۰	۳۴.۵٪	۱,۲۲۵.۰٪	۱.۵٪
۱۷ کانادا	۳۳,۴۸۷,۲۰۸	۲۵,۰۸۶,۰۰۰	۷۴.۹٪	۹۷.۵٪	۱.۴٪
۱۸ فیلیپین	۹۷,۹۷۶,۶۰۳	۲۴,۰۰۰,۰۰۰	۲۴.۵٪	۱,۱۰۰.۰٪	۱.۴٪
۱۹ ویتنام	۸۸,۵۷۶,۷۵۸	۲۱,۹۶۳,۱۱۷	۲۴.۸٪	۱۰,۸۸۱.۶٪	۱.۳٪
۲۰ لهستان	۳۸,۴۸۲,۹۱۹	۲۰,۰۲۰,۳۶۲	۵۲.۰٪	۶۱۵.۰٪	۱.۲٪
جمع بیست کشور برتر	۴,۳۷۴,۵۷۷,۵۸۳	۱,۳۲۵,۴۳۷,۴۲۲	۳۰.۳٪	۳۵۹.۹٪	۷۶.۴٪
سایر کشورها	۲,۳۹۳,۳۲۷,۶۲۵	۴۰۸,۵۵۶,۳۱۹	۱۷.۱٪	۴۶۱.۵٪	۲۳.۶٪
مجموع جهانی	۶,۷۶۷,۹۰۵,۲۰۸	۱,۷۳۳,۹۹۳,۷۴۱	۲۵.۶٪	۳۸۰.۳٪	۱۰۰.۰٪

Source: World Internet User Statistics 2009

جهانی شدن و اسلام

اسلام به عنوان نظامی دینی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی از آغاز پیدایش خود و بنا به تعالیم و آموزه‌های قرآن و پیامبر اسلام ﷺ، خود را آیین و دینی جهانی و برای همه اعصار و برخوردار از جهت‌گیری‌هایی جهانی دانسته است. با کنکاشی در آیات قرآن کریم، می‌توان نمونه‌هایی را مشاهده کرد که بر جهانی بودن تعالیم اسلام تأکید داشته و با بهره‌گیری از آنها خصیصه جهانی بودن این آیین، در فلسفه سیاسی آن نهادینه شده است که در زیر به چند نمونه از آیات اشاره می‌گردد:

«يا أَيُّهَا النَّاسُ اتَّقُوا رَبَّكُمُ الَّذِي خَلَقَكُمْ مِنْ نَفْسٍ وَاحِدَةٍ؛ ای مردم، تقوای خدا پیشه کنید که شما را از نفسی واحد آفریدیم...» (نساء/۱)
 «إِنَّ هَذِهِ أُمَّتُكُمْ أُمَّةً وَاحِدَةً وَأَنَا رَبُّكُمْ فَاتَّقُونِ؛ این امت واحد شماست و من خدای شما هستم پس تقوای خدا پیشه کنید...» (مؤمن/۵۲)
 «قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا؛ بگو ای مردم من فرستاده خدا به سوی همه شما هستم...» (اعراب/۱۵۸).

با شروع فرآیند جهانی شدن و چرخش غرب از شوروی به سوی اسلام، تعارضات فرهنگی غرب و اسلام رنگ بوی جدیدی به خود گرفت. هجمه عظیم تبلیغات ضد دینی و اسلامی و برخوردهای نامناسب با مسلمانان در جوامع غربی که حتی به درگیری و جنگ‌هایی در دو کشور مسلمان عراق و افغانستان منجر شد پدیده بنیادگرایی انحرافی و طالبانیسم را در برخی جوامع اسلامی گسترش داد. در واقع در این برهه از زمان، جهان اسلام به جنگ سردی وارد شد که طرف مورد منازعه، پدیده جهانی شدن یا به عبارتی آمریکایی شدن بود.

در این راستا، نظام لیبرال دموکراسی با بازتعریف ارزش‌هایی چون آزادی، عدالت، نفی ظلم، مساوات، رعایت حقوق بشر و ... در چارچوب اهداف مورد نظر، سعی در تحمیل ارزش‌های خود با بهره‌گیری از دستگاه‌های تبلیغاتی، در گستره جهانی دارد (افروغ و دیگران، ۱۳۸۸، ص ۳۸۷). تبلیغات با برنامه نظام لیبرال دموکراسی، موجبات آن را فراهم ساخت تا جوامع اسلامی، جهانی شدن و نتایج حاصل از آن را منفی و ضد دینی قلمداد کرده و آن را پروژه‌ای طراحی شده، نه یک فرآیند طبیعی، برای خود بدانند. بسیاری از کشورهای اسلامی در حال حاضر از سطح توسعه کافی برخوردار نیستند و میزان ناچیزی از تولیدات علمی، تکنولوژیک، خبری و رسانه‌ای جهان را در اختیار دارند که با توجه به قدرت برتر غرب در این زمینه، می‌توان رقابت نابرابر میان این دو جریان را مشاهده کرد.

جهان اسلام در راستای اشاعه فرهنگ اسلامی در سایر مناطق جهان، بر شاخص‌ها و معیارهای فرهنگی تأکید کرده است که مهم‌ترین آنها را می‌توان به شرح زیر بیان کرد:

- ۱- وحدت کلمه امت اسلامی؛
- ۲- التزام عملی به دین اسلام؛
- ۳- ترویج فرهنگ ایثار و شهادت؛
- ۴- حفظ و احیای معنویات و اخلاق اسلامی و نفی مادی‌گرایی و تفکر اومانیستی؛
- ۵- حفظ کیان خانواده؛
- ۶- پای‌بندی به روابط شرعی میان زن و مرد؛
- ۷- پای‌بندی به شعائر فردی و اجتماعی دین اسلام؛
- ۸- اعتقاد به خدا و روز جزا؛

۹- حفظ و احیای هویت دینی و مبارزه با تهاجم فرهنگی بیگانه؛

۱۰- تأکید بر جایگاه زنان در جامعه.

با توجه به شاخص‌های فرهنگی بیان شده، سلطه قدرت‌های برتر جهانی با رویکردی مخالف اندیشه‌های اسلامی، در حوزه رسانه، ارتباطات و فضای سایبر در عرصه جهانی شدن، امکان شکل‌دهی به افکار عمومی در جهت مخالف را در کشورهای اسلامی فراهم ساخته و در پاره‌ای از آنها با گسترش نفوذ خود، مبانی و اندیشه‌های نشأت‌گرفته از دین در حوزه فرهنگی ملت‌ها را با چالش جدی روبه‌رو کرده است که از جمله مهم‌ترین این چالش‌ها می‌توان بر موارد زیر تأکید کرد:

۱- چالش‌های هویتی: چالش‌های هویتی به این شکل ایجاد می‌شود که با نفوذ بیشتر ارزش‌های لیبرال دموکراسی غرب در جوامع اسلامی و شکل‌گیری تعارضات هویتی در نتیجه آن، از خودبیگانگی در میان شهروندان تقویت شده و با کم‌رنگ کردن ارزش‌های اسلامی، ارزش‌های مورد تأکید غرب به مرور جای‌گزین فرهنگ اسلامی می‌شود. در این راستا شاخص حفظ و احیای هویت دینی و مبارزه با تهاجم فرهنگی بیگانه تهدید شده است.

۲- رشد و تقویت قوم‌گرایی و تأکید بر هویت‌های ملی به جای هویت اسلامی و خلق و گسترش ستیز در درون جوامع اسلامی: با آغاز روند جهانی شدن، خاص‌گرایی‌های فرهنگی تقویت شده و حرکت‌های قومی و احساسات ملی و ناسیونالیستی افزایش یافت. اسلام، محور اتحاد را پای‌بندی به ارزش‌های اسلامی و تأسی به آیه «وَ اعْتَصِمُوا بِحَبْلِ اللَّهِ جَمِيعاً وَ لَا تَفَرَّقُوا» می‌داند. اما تبلیغات منفی علیه اسلام روند وحدت جهان اسلام در آینده را دچار مشکل خواهد کرد که در این میان شاخص وحدت کلمه امت اسلامی دچار چالش است.

۳- ارائه تصویر نامطلوب از اسلام در میان جوامع جهان: تبلیغات ضد دینی با بهره‌گیری از ابزار تکنولوژی در قالب استفاده از ابزار رسانه‌های صوتی و تصویری و فضای سایبر، تنها به درون جوامع اسلامی محدود نبوده بلکه این حرکت، به ارائه تصویری نامطلوب از اسلام و مسلمانان در سایر جوامع نیز انجامیده است. مسائلی از قبیل ترور، عدم رعایت حقوق بشر و حقوق زنان، تهدید، خشونت، عقب‌ماندگی، بربریسیم و ابتر بودن، نمونه‌هایی از تفسیر وحشت‌آفرین و تخریبی علیه مسلمانان در رسانه‌ها، فیلم‌های غربی و فضای سایبر است (پیشین، ص ۴۵۹). اندیشه‌های لیبرال دموکراسی غرب شاخص‌هایی از قبیل ترویج فرهنگ ایشار و شهادت در جهان اسلام را با تصویری نامطلوب و در راستای اشاعه ترور و دامن زدن به اقدامات تروریستی و خشونت‌طلبانه برای شهروندان مختلف جهان ارائه می‌دهد. عدم رعایت حقوق زنان در جوامع اسلامی نیز موضوعی بوده که شاخص تأکید بر جایگاه زنان در جامعه اسلامی را بارها زیر سؤال برده است.

۴- ترویج مباحث و موضوعات غیراخلاقی در میان جوانان در جهان اسلام و اجرای پروژه دین‌زدایی در این چارچوب: امروزه هزاران سایت در سطح گسترده‌ای ترویج دهنده انواع هرزه‌نگاری‌ها، تصاویر و

فیلم‌های مستهجن می‌باشد که دسترسی به آنها به راحتی امکان‌پذیر است. نتایج یک کار پژوهشی نشان می‌دهد که برای نمونه کاربران ایرانی در فضای سایبر، عمدتاً جوان، کم‌تجربه، مذکر و مجرد هستند. بر اساس یافته‌های این پژوهش، در چند سال اخیر، همواره «کلمات پورنو» در لیست مهم‌ترین کلمات جست‌وجو شده کاربران ایرانی بوده است (<http://mouood.org/8678/3>). ترویج این موضوعات در فضای سایبر در چارچوب اجرای پروژه دین‌زدایی است که شاخص‌هایی از قبیل التزام عملی به دین اسلام، حفظ و احیای معنویات و اخلاق اسلامی و نفی مادی‌گرایی و تفکر اومانیستی، پای‌بندی به شعائر فردی و اجتماعی دین اسلام و اعتقاد به خدا و روز جزا را به چالش کشیده است.

۵- ترویج الگوی زندگی غیراسلامی و در معرض تهدید قرار گرفتن بنیان خانواده در جهان اسلام: اسلام بر تشکیل خانواده و ارضای غرایز در چارچوب آن تأکید بسیار داشته و در این راستا، بر قانون‌مند شدن روابط زن و مرد در چارچوب ارزش‌های اسلامی توجه زیادی دارد. اما تفکر لیبرال دموکراسی غرب، بر اندیشه‌ای غیر از این تأکید کرده و در جهت مخالف آن عمل می‌کند. امروز فضای سایبر، زمینه‌ای را فراهم آورده که ارزش‌های مدنظر اسلام در مورد خانواده و روابط زن و مرد را زیر سؤال می‌برد. یکی از بارزترین این موارد در کنار منابع مکتوبی که تبلیغ می‌شود فعالیت در اتاق‌های گفت‌وگو یا به عبارتی چت‌روم‌هاست که امروزه موجبات آشنایی و برقراری روابط نامشروع دختران و پسران جوان و یا حتی مردان و زنان متأهل را در جهان اسلام فراهم آورده که در موارد متعددی وقوع جرم و جنایات و از هم پاشیدگی بنیان خانواده‌ها را در پی داشته است. در این چارچوب شاخص‌هایی هم‌چون حفظ کیان خانواده و پای‌بندی به روابط شرعی میان زن و مرد در جهان اسلام مورد چالش واقع شده است.

فضای سایبر و جهان اسلام

هم‌چنان‌که ذکر شد، رسانه‌های گروهی و فضای سایبر اصلی‌ترین ابزار تحقق جهانی شدن در حوزه فرهنگی است. دین مبین اسلام از ابتدای گسترش خود بر رسانه‌های سنتی مانند منبر، مسجد، مجالس وعظ و عزاداری، استوار بوده است (افروغ و دیگران، پیشین، ص ۸۱). هم‌اکنون نیز این رسانه‌ها، کارکرد خود را حفظ کرده اما در مقابل رسانه‌های جدید ارتباطی و تبلیغی به چالش کشیده شده است. آمارهای مربوط به تعداد کاربران اینترنتی در کشورهای اسلامی موقعیت نامناسب جهان اسلام در این حوزه مهم رسانه‌ای و شبکه‌ای را نشان می‌دهد. جدیدترین آمارهای مربوط به تعداد کاربران اینترنتی در کشورهای اسلامی در سال ۲۰۰۹ م، نشان می‌دهد که جمعیت مسلمانان جهان در این سال ۱،۵۳۷،۲۲۸،۵۵۷ نفر می‌باشد که از این تعداد جمعیت ۲۰۹،۳۲۴،۶۰۰ نفر به اینترنت دسترسی دارند؛ یعنی ۱۳،۷ درصد از مجموع جمعیت مسلمانان و یا به عبارتی، از هر هفت مسلمان یک نفر به اینترنت دسترسی دارد که نسبت به میانگین جهانی آن (به ازای هر چهار نفر یک کاربر)، مقدار کمتری را نشان می‌دهد. بر اساس آمارهای ارائه شده، سیرالئون کم‌کاربرترین و مالزی پرکاربرترین کشورهای

جهان اسلام به لحاظ نسبت کاربر به کل جمعیت به حساب می‌آیند. جدول شماره ۳ وضعیت کشورهای اسلامی را در سال ۲۰۰۹م نشان می‌دهد.

جدول شماره ۳: کشورهای مسلمان، تعداد کاربران و شناسه‌های اینترنتی آنها

ردیف	نام کشور	شناسه	جمعیت (۲۰۰۹)	کاربران اینترنتی	درصد کاربران
۱	افغانستان	AF	۲۸,۳۹۵,۷۱۶	۵۰۰,۰۰۰	۱,۸
۲	آذربایجان	AZ	۸,۲۳۸,۶۷۲	۱,۴۸۵,۱۰۰	۱۸,۰۰
۳	آلبانی	AL	۳,۶۳۹,۴۵۳	۷۵۰,۰۰۰	۲۰,۶۰
۴	اتیوپی	ET	۸۵,۲۳۷,۳۳۸	۳۶۰,۰۰۰	۰,۴۰
۵	اردن	JO	۶,۳۶۹,۲۸۵	۱,۵۰۰,۵۰۰	۲۳,۹۰
۶	الجزایر	DZ	۳۴,۱۸۷,۱۸۸	۴,۱۰۰,۰۰۰	۱۲,۰۰
۷	امارات متحده عربی	AE	۴,۷۹۸,۴۹۱	۲,۹۲۲,۰۰۰	۶۰,۹۰
۸	اندونزی	ID	۲۴۰,۲۷۱,۵۲۲	۳۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۲,۵۰
۹	اوگاندا	UG	۳۲,۳۶۹,۵۵۸	۲,۵۰۰,۰۰۰	۷,۷۰
۱۰	ایران	IR	۶۶,۴۲۹,۲۸۴	۳۲,۲۰۰,۰۰۰	۴۸,۵۰
۱۱	بحرین	BH	۷۲۸,۷۰۹	۴۰۲,۹۰۰	۵۵,۳۰
۱۲	برونئی	BN	۳۸۸,۱۹۰	۲۱۷,۰۰۰	۵۵,۹۰
۱۳	بنگلادش	BD	۱۵۶,۰۵۰,۸۸۳	۵۵۶,۰۰۰	۰,۴۰
۱۴	بنین	BJ	۸,۷۹۱,۸۳۲	۱۶۰,۰۰۰	۱,۸۰
۱۵	بورکینافاسو	BF	۱۵,۷۴۶,۳۳۲	۱۴۰,۰۰۰	۰,۹۰
۱۶	بوسنی و هرزگوین	BA	۴,۶۱۳,۴۱۴	۱,۴۴۱,۰۰۰	۳۱,۲۰
۱۷	پاکستان	PK	۱۷۴,۵۷۸,۵۵۸	۱۸,۵۰۰,۰۰۰	۱۰,۶۰
۱۸	تاجیکستان	TJ	۷,۳۴۹,۱۴۵	۶۰۰,۰۰۰	۸,۲۰
۱۹	ترکمنستان	TM	۴,۸۸۴,۸۸۵	۷۵۰,۰۰۰	۱,۵۰
۲۰	ترکیه	TR	۷۶,۸۰۵,۵۲۴	۳۶,۵۰۰,۰۰۰	۳۴,۵۰
۲۱	تونس	TN	۱۰,۴۸۶,۳۳۹	۲,۸۰۰,۰۰۰	۲۶,۷۰
۲۲	چاد	TD	۱۰,۳۳۹,۲۰۸	۱۳۰,۰۰۰	۱,۳۰
۲۳	سنگال	SN	۱۲,۷۱۱,۵۹۷	۱,۰۲۰,۰۰۰	۷,۴۰
۲۴	سودان	SD	۴۱,۰۸۷,۸۲۵	۴,۲۰۰,۰۰۰	۱۰,۲۰
۲۵	سوریه	SY	۲۱,۷۶۲,۹۸۷	۳,۵۶۵,۰۰۰	۱۶,۴۰
۲۶	سومالی	SO	۹,۸۳۲,۰۱۷	۱۰۲,۰۰۰	۱,۰۰
۲۷	سیرالئون	SL	۵,۱۳۲,۱۳۸	۱۳,۹۰۰	۰,۳۰
۲۸	عراق	IQ	۲۸,۹۴۵,۵۶۹	۳۰۰,۰۰۰	۱,۰۰
۲۹	عربستان سعودی	SA	۲۸,۶۸۶,۶۳۳	۷,۷۰۰,۰۰۰	۲۶,۸۰

۳۰	عمان	OM	۳,۴۱۸,۰۸۵	۴۶۵,۰۰۰	۱۳,۶۰
۳۱	فلسطین	PS	۲,۴۶۱,۲۶۷	۳۵۵,۵۰۰	۱۴,۴۰
۳۲	قرقیزستان	KG	۵,۴۳۱,۷۴۷	۸۵۰,۰۰۰	۱۵,۶۰
۳۳	قطر	QA	۸۳۳,۲۸۵	۴۳۶,۰۰۰	۵۲,۳۰
۳۴	کامرون	CM	۱۸,۸۷۹,۳۰۱	۷۲۵,۰۰۰	۳,۸۰
۳۵	کوزوو	KV	۱,۸۰۴,۸۳۸	۳۷۷,۰۰۰	۲۰,۹۰
۳۶	کومور	KM	۷۵۲,۴۳۸	۲۳,۰۰۰	۲,۹۰
۳۷	کویت	KW	۲,۶۹۲,۵۳۶	۱,۰۰۰,۰۰۰	۳۷,۱۰
۳۸	گابن	GA	۱,۵۱۴,۹۹۳	۹۰,۰۰۰	۵,۹۰
۳۹	گامبیا	GM	۱,۷۷۸,۰۸۱	۱۱۴,۳۰۰	۶,۴۰
۴۰	گینه استوایی	GN	۱,۰۰۵,۹۷۵	۹۰,۰۰۰	۰,۹۰
۴۱	گینه استوایی	GQ	۶۳۳,۴۴۱	۱۲,۰۰۰	۱,۹۰
۴۲	لبنان	LB	۴,۰۱۷,۰۹۵	۹۴۵,۰۰۰	۲۳,۵۰
۴۳	مالزی	MY	۲۵,۷۱۵,۸۱۹	۱۶,۹۰۲,۶۰۰	۶۵,۷۰
۴۴	مالی	ML	۱۳,۴۴۳,۲۳۵	۲۰۰,۰۰۰	۱,۵۰
۴۵	مراکش	MA	۳۱,۲۸۵,۱۷۴	۱۰,۳۰۰,۰۰۰	۳۲,۹۰
۴۶	مصر	EG	۷۸,۸۶۶,۶۳۵	۱۲,۵۶۸,۹۰۰	۱۵,۹۰
۴۷	موریتانی	MR	۳,۱۲۹,۴۸۶	۶۰,۰۰۰	۱,۹۰
۴۸	نیجریه	NG	۱۴۹,۲۲۹,۰۹۰	۱۱,۰۰۰,۰۰۰	۷,۴۰
۴۹	یمن	YE	۲۲,۸۵۸,۲۳۸	۳۷۰,۰۰۰	۱,۶۰
	جمع کشورهای اسلامی	۱,۵۳۷,۲۲۸,۵۵۷	۲۰۹,۳۲۴,۶۰۰	۱۳,۰۱
	مجموع جهانی	۶,۷۶۷,۸۰۵,۲۰۸	۱,۷۳۳,۹۹۳,۷۴۱	۲۵,۶۰

Source: World Internet User Statistics 2009

آمار و اطلاعات مربوط به پراکندگی زبان کاربران اینترنت نیز نتیجه مشابه را تأیید می‌کند. زبان عربی به عنوان زبان اول جهان اسلام رقمی در حدود ۲,۹ درصد از فضای سایبر را در اختیار خود دارد. این زبان به عنوان پنجمین زبان زنده دنیا، جایگاه هشتم در فضای سایبر را به خود اختصاص داده است. در فاصله سال ۲۰۰۰م تا ۲۰۰۹م زبان عربی از نظر میزان استفاده در فضای سایبر از ۱۹,۰۷,۶ درصد رشد کاربری برخوردار بوده است (جدول شماره ۴). این مهم نشان از آن دارد که کشورهای مسلمان، فعالیت‌هایی را برای بهبود وضعیت خود در این عرصه، آغاز کرده‌اند. در همین حال باید توجه داشت که کشورهای اسلامی آموزه‌های غربی و جهانی‌شدن - که امروزه به راحتی در غالب فضای مجازی به اقصى نقاط جهان منتقل می‌شود - را تهدیدی اساسی

برای خود تلقی می‌کنند که در این راستا، بهره‌گیری از فضای سایبر برای آنها، کارکردی دوگانه پیدا کرده که هم می‌تواند ابزار تهدید و هم ابزاری فرهنگی و تقویت کننده در راستای مقابله با تهدیدات و ترویج اندیشه‌ها و آموزه‌های اسلام باشد.

رشد چشم‌گیر ۱۹۰۰ درصد زبان عربی در فضای سایبر و همچنین رشد ۱۶۴۸ درصد تعداد کاربران اینترنتی در خاورمیانه نشان می‌دهد که حکومت‌های حاکم بر کشورهای مسلمان، از ضرورت توجه به فضای سایبر به عنوان ابزاری در جهت توسعه فرهنگ بومی و اسلامی و همچنین دستیابی به اطلاعات روز دنیا غافل نیستند و در مقابل از تهدیدهای این پدیده نوظهور در ایجاد تبعات منفی برای جوامع خود نیز احساس خطر می‌کنند که برای مقابله با این تهدیدات، شاهد افزایش فیلترینگ در این کشورها هستیم.

جدول شماره ۴؛ پرکاربرترین زبان‌ها در اینترنت

ردیف	زبان	تعداد کاربران	نقوذ زبانی اینترنت	درصد رشد (۲۰۰۹ تا ۲۰۰۰)	نسبت جهانی کاربران	جمعیت تخمینی زبان در جهان
۱	انگلیسی	۴۷۸,۴۴۲,۳۷۹	۳۷.۹٪	۳۳۷.۰٪	۲۷.۶٪	۱,۳۳۳,۸۳۰,۹۷۶
۲	چینی	۲۸۲,۶۵۰,۷۱۳	۲۲.۹٪	۱,۰۸۷.۷٪	۲۲.۱٪	۱,۳۳۳,۸۵۹,۷۷۴
۳	اسپانیایی	۱۳۶,۵۴۴,۰۶۳	۱۰.۶٪	۶۵۰.۹٪	۷.۹٪	۴۱۱,۶۳۱,۹۸۵
۴	ژاپنی	۹۵,۹۷۹,۰۰۰	۷.۵٪	۱۰۳.۹٪	۵.۵٪	۱۲۷,۰۷۸,۶۷۹
۵	فرانسوی	۷۸,۹۷۲,۱۱۶	۶.۲٪	۵۴۷.۴٪	۴.۶٪	۴۲۵,۶۳۲,۸۵۵
۶	پرتغالی	۷۳,۰۵۲,۶۰۰	۵.۸٪	۸۶۴.۳٪	۴.۲٪	۲۴۷,۲۲۳,۴۹۳
۷	آلمانی	۶۴,۵۹۳,۵۳۵	۵.۱٪	۱۳۳.۲٪	۳.۷٪	۹۶,۳۸۹,۷۰۲
۸	عربی	۵۰,۴۲۲,۳۰۰	۴.۰٪	۱,۹۰۷.۹٪	۲.۹٪	۲۹۱,۷۹۸,۷۴۳
۹	روسی	۴۵,۲۵۰,۰۰۰	۳.۵٪	۱,۳۵۹.۷٪	۲.۶٪	۱۴۰,۰۴۱,۲۴۷
۱۰	کره‌ای	۳۷,۴۷۵,۸۰۰	۲.۹٪	۹۶.۸٪	۲.۲٪	۷۱,۱۷۴,۳۱۷
	جمع ۱۰ زبان	۱,۴۴۴,۳۶۲,۵۰۶	۱۱.۵٪	۳۶۳.۵٪	۸۳.۳٪	۴,۴۴۸,۶۵۱,۷۷۱
	سایر زبان‌ها	۲۸۹,۶۳۱,۲۳۵	۲۳.۰٪	۴۸۷.۱٪	۱۶.۷٪	۲,۳۱۹,۱۵۳,۴۲۷
	مجموع جهانی	۱,۷۳۳,۹۹۳,۷۴۱	۳۴.۵٪	۳۸۰.۳٪	۱۰۰.۰٪	۶,۷۶۷,۸۰۵,۲۰۸

فیلترینگ و وضعیت آن در جهان اسلام

فیلتر اینترنتی (internet filter) یا نرم‌افزار کنترل محتوا (content-control software) یا سانسور افزار (censorware) به مفهوم کنترل محتوا در فضای سایبر می‌باشد که به نرم‌افزارهای کنترل محتوای مورد تقاضای کاربران اطلاق می‌شود. نرم‌افزار کنترل محتوا، ابزاری است که تعیین می‌کند کدام کاربر اجازه مشاهده چه محتوایی را دارد. فیلترینگ می‌تواند در مواردی از قبیل دسترسی افراد به اطلاعات طبقه‌بندی شده در شرکت‌ها، سازمان‌ها، ادارات، دسترسی hacker ها، cracker ها به اطلاعات، دسترسی کاربران به محتویات

غیراخلاقی، دسترسی به مطالبی در زمینه ترویج خشونت، استعمال مواد مخدر، الکل، قمار و...، دسترسی کارمندان یک اداره به اطلاعات یا برنامه‌های غیرضروری در محیط کار، دسترسی به مطالب سیاسی، دینی یا ضد دینی، امنیتی و... قابل استفاده باشد.

(http://forum.omegapars.com =13938)

کشورهای مختلف جهان برای اعمال فیلترینگ در نظام جامع شبکه‌ای و فضای سایبر، سیاست‌های متفاوتی در پیش گرفته و هر یک بنا به ملاحظات خاص، خط قرمزهایی نامشخص را در این فضا اعمال کرده و مکانیسم‌های تعیین شده‌ای برای شهروندان ارائه نمی‌دهند. در رتبه‌بندی جهانی که از سوی سایت DAILYBITS طی سال‌های ۲۰۰۴م تا ۲۰۰۹م اعلام شد، نام ده کشور جهان که بیشترین میزان فیلترینگ را اعمال می‌کنند برده شده است که طی آن، کشورهای چین، ایران، عربستان سعودی، امارات متحده عربی، کوبا، سوریه، کره شمالی، یمن، برمه و پاکستان به ترتیب در مقام‌های اول تا دهم قرار دارند که بنا به دلایل گوناگون، فیلترینگ را بر شهروندان خود اعمال می‌کنند. نکته قابل توجه در اطلاعات ارائه شده این است که در میان ده کشور برتر در اعمال فیلترینگ، شش کشور آن در ردیف کشورهای اسلامی قرار دارند که نشان می‌دهد کشورهای اسلامی تهدیدات ناشی از جهانی شدن و مقابله با فضای سایبر را جدی دانسته و ضمن فراهم کردن ابزارهای توسعه اینترنت و رشد جامعه شبکه‌ای و نظام اطلاعاتی در جامعه اسلامی، محدودیت‌های خود را نیز در ورود و خروج اطلاعات اعمال می‌کنند.

نتیجه گیری

پدیده جهانی شدن واقعیتی انکارناپذیر در دنیای کنونی است که ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی و سیاسی را در بر می‌گیرد و پس از جنگ سرد به صورتی جدی در حال پی‌گیری است. قدرت‌های هدایت کننده این پدیده، در جهت تحقق اهداف جهانی شدن، ابزارهای مختلفی را به کار گرفته‌اند که عمده‌ترین و در عین حال مهم‌ترین آنها، فضای سایبر است. این پدیده روز به روز تجلی بیشتری در میان جوامع پیدا می‌کند و انواع گوناگونی از تفکرات، اندیشه‌ها و اطلاعات را در اختیار کاربران خود قرار می‌دهد. آمارهای ارائه شده از افزایش چشم‌گیر تعداد کاربران در جوامع مختلف نشان دارد و پیش‌بینی می‌شود این روند در آینده نیز به صورت گسترده‌تری ادامه یابد. جهان اسلام با اندیشه‌ها و تعالیمی متفاوت و متعارض با اندیشه‌های نظام لیبرال دموکراسی غرب، فرآیند جهانی شدن، به خصوص جهانی شدن فرهنگی، که هدایت‌کنندگان آن قدرت‌های غربی

هستند، را تهدید و چالشی علیه جوامع خود می‌داند. بهره‌گیری از فضای سایبر به عنوان مهم‌ترین ابزار در جهت ترویج ارزش‌های جهانی‌شدن، کشورهای اسلامی را هم بی‌نصیب نگذاشته و آمارهای جهانی از افزایش روزافزون تعداد کاربران در این جوامع حکایت دارد. هر چند در حال حاضر آمار کاربران اینترنتی جهان اسلام در مقایسه با میانگین جهانی آن کم است اما روند کنونی، افزایش تعداد کاربران در کشورهای اسلامی را نشان می‌دهد.

افزایش تعداد کاربران اینترنتی در جهان اسلام، از یک جهت تهدید محسوب می‌شود، زیرا در حال حاضر، هزاران سایت مغایر با ارزش‌ها و تعالیم اسلامی در فضای سایبر در حال فعالیت می‌باشد و روزانه میلیون‌ها کاربر از سراسر جهان و همچنین در جوامع اسلامی به آنها مراجعه می‌کنند. این جریان می‌تواند پدیدآورنده چالش‌هایی برای جهان اسلام باشد. در برخورد با این مسئله، کشورهای اسلامی بیشتر در پی ارائه و اعمال راه‌کارهایی برای مقابله با این چالش‌ها خواهند بود. اعمال سیاست فیلترینگ و فعال‌سازی هکرها در فضای سایبر در همین راستا می‌باشد.

از سوی دیگر، باید توجه داشت که فضای سایبر برای جهان اسلام می‌تواند کارکردی دوگانه داشته باشد؛ یعنی هم‌چنان که تهدیدی جدی در راستای کم‌رنگ کردن ارزش‌های اسلامی به حساب می‌آید، در عین حال می‌تواند فرصتی در اختیار این جوامع قرار دهد تا از طریق آن بتوانند مروج ارزش‌ها، آموزه‌ها و تعالیم این دین آسمانی باشند و در جهت تبلیغ و گسترش آن در سایر جوامع جهان بکوشند.

در پایان تأکید می‌شود که در حال حاضر خواسته یا ناخواسته، جهان اسلام و سایر جوامع در معرض پدیده جهانی‌شدن قرار گرفته و نمی‌توانند فارغ از تأثیرات آن باشند. از این رو در چنین شرایطی در برخوردی منطقی با این واقعیت، می‌توان از فرصت‌هایی که فضای سایبر در اختیار قرار می‌دهد استفاده کرده و با راه‌اندازی سایت‌ها و وبلاگ‌های مختلف اسلامی با موضوعات و مباحث متنوع، به ترویج آیین‌های مناسب و مورد پذیرش جامعه اسلامی در مقابل ترویج بنیادگرایی پرداخت و درصدد مقابله با چالش‌های پیش‌رو برآمد. از سوی دیگر، باید فرهنگ‌سازی را در رأس برنامه‌های خود قرار داده و فرهنگ درست استفاده کردن از امکانات فضای سایبر را به کاربران خود بیاموزیم.

منابع و مأخذ

۱. قرآن کریم
۲. اسلوین، جیمز، *اینترنت و جامعه*، ترجمه عباس گیلوردی و علی رادباوه، نشر کتابدار، تهران، ۱۳۸۰.

۳. افروغ، عماد و جمعی از اندیشمندان اسلامی، *جهانی‌شدن و جهان اسلام*، مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی، تهران، ۱۳۸۸.

۴. حافظ‌نیا، محمدرضا، *اصول و مفاهیم ژئوپلیتیک*، انتشارات پاپلی، مشهد، ۱۳۸۵.

۵. حسن‌بیگی، ابراهیم، *حقوق و امنیت در فضای سایبر*، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر تهران، تهران، ۱۳۸۴.

۶. سعیدی، علی اصغر، *روند پژوهی گفتمان‌های جهانی‌شدن*، فصل‌نامه رشد آموزش علوم اجتماعی، شماره ۴، تابستان ۱۳۸۵.

۷. شکویی، حسین، *فلسفه‌های محیطی و مکتب‌های جغرافیایی*، انتشارات گیتاشناسی، تهران، ۱۳۸۴.

۸. عزتی، عزت‌الله، *ژئوپلیتیک در قرن ۲۱*، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۰.

۹. گل‌محمدی، احمد، *جهانی‌شدن فرهنگ، هویت، نشر نی*، تهران، ۱۳۸۱.

۱۰. گیدنز، آنتونی، *چشم‌اندازهای جهانی*، ترجمه محمدرضا جلایی‌چور، انتشارات طرح نو، تهران، ۱۳۸۴.

۱۱. مالک، محمدرضا، *جهانی‌شدن اقتصاد؛ از رؤیا تا واقعیت*، انتشارات مؤسسه فرهنگی دانش و اندیشه معاصر، تهران، ۱۳۸۲.

۱۲. مجتهدزاده، پیروز، *جغرافیای سیاسی و سیاست جغرافیایی*، انتشارات سمت، تهران، ۱۳۸۱.

۱۳. محسنی، منوچهر، *جامعه‌شناسی جامعه اطلاعاتی*، نشر دیدار، تهران، ۱۳۸۰.

۱۴. مویر، ریچارد، *درآمدی نو بر جغرافیای سیاسی*، ترجمه دره میر حیدر و سید یحیی صفوی، انتشارات سازمان جغرافیایی نیروی‌های مسلح، تهران، ۱۳۷۹.

۱۵. وارترز مالکوم، *جهانی‌شدن*، ترجمه اسماعیل گیوی و سیاوش مرید، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ۱۳۷۹.

16. <http://www.dailybits.com/top-10-countries-censoring-the-web>
17. <http://forum.omegapars.com/showthread.php?t=13938>
18. <http://www.hccmr.com/news-494.aspx>
19. <http://www.internetworldstats.com/stats.htm>
20. <http://www.internetworldstats.com/list2.htm>

21. <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
 22. <http://www.iranculture.org/research/internet/viewpajohesh.php?id=8>
 23. <http://mouood.org/content/view/8678/3>
 24. http://www.tebyan.net/Science_Technology/ComputerMagazine/GeneralArticles/2005/11/10/14047.html



علامه شهید سید اسماعیل بلخی رحمته الله علیه و راهبرد وحدت اسلامی

محمد طاهر اقبالی^۱

چکیده

وحدت اسلامی، هم‌گرایی و هم‌نوایی در جهان اسلام، یکی از راهبردی‌ترین و مهم‌ترین راه بازگشت دوباره مجد و عظمت، قدرت و شکوه اسلامی است، که نظر بسیاری از متفکران مسلمان را همیشه به خود معطوف داشته است. علامه شهید سید اسماعیل بلخی رحمته الله علیه، یکی از این ژرف‌اندیشان وحدت‌نگر است که همواره برای احیای اخوت دینی در افغانستان، تلاش کرده و به صورت گسترده محورها، راه‌کارها، موانع و پیامدهای آن را شفافیت بخشیده و بررسی نموده است.

کلیدواژه‌ها: وحدت اسلامی، اسماعیل بلخی، قرآن، جهان اسلام، افغانستان.

مقدمه

علامه شهید سید اسماعیل بلخی رحمته الله علیه، یکی از متفکران وحدت‌گرا، اندیشمندی عدالت‌خواه و اصلاح‌طلب و استبدادستیز است، که در تاریخ معاصر افغانستان ظهور کرد، و افکار و اندیشه‌های فرهنگی، سیاسی و اجتماعی‌اش در روند و جهت‌دهی تحولات فکری و سیاسی جامعه تأثیر شگرف و عمیق گذاشته است.

این شخصیت فکور، متعهد و متبحر به آفاق علوم اسلامی در برهه‌ای از زمان، به فراگیری، تحقیقات و مطالعات اسلامی پرداخت که از یک سو در افغانستان و جهان اسلام هم‌چنان بی‌امنی، استعمارگرایی، استبدادگری، بی‌عدالتی، بی‌هویتی و بی‌هم‌رنگی بیدار می‌کرد؛ و از سوی دیگر خروش و خیزش نهضت‌ها و جنبش‌های اسلامی رو به افزایش و گسترش بود. این تلاقی و تلازم، فعالیت‌ها، تلاش‌ها و جهت‌گیری‌های شهید بلخی رحمته الله علیه را در ابعاد مختلف فرهنگی و سیاسی ساختارمند نمود. وی حرکت‌های فکری و مبارزات سیاسی خود را علیه استعمار بیرونی و استبداد

۱- دانش‌آموخته کارشناسی ارشد کلام اسلامی، پژوهشگر و نویسنده.