

- Motahhari, M. (1996). *The Complete Human* (14th ed.). Tehran: Sadra. [In Persian]
- Motahhari, M. (n.d.). *Collected Works Vol. 23*. Electronic Library. [In Persian]
- Nelson, J. M. (2009). *Psychology, Religion and Spirituality*. New York: Springer, 8.
- Sadr al-Din Shirazi, M. (2001). *Al-Asfar al-Arba'ah* (1st ed.) (M. Khajavi, Trans.). Tehran: Molla. [In Arabic]
- Shakernezhad, A. (2018). *New Spiritualism* (1st ed.). Qom: Islamic Sciences and Culture Academy. [In Persian]
- Sheldrake, P. (2007). *A Brief History of Spirituality*. Wiley-Blackwell, 2.
- Tolle, E. (2007). *The Joy of Presence or the Power of Now* (D. Ghahraman & F. Heydari, Trans.). Tehran: Sokhan. [In Persian]
- Tolle, E. (2009). *A New Earth* (M. Mo'tazed, Trans.). Alborz. [In Persian]
- Tolle, E. (2014). *The Power of Now* (G. Ramazani, Trans.). Tehran: Vania. [In Persian]



**The Prerequisites for Spiritual Conduct in
Interaction with the Digital Space**
(A Qur'anic-Hadith Analysis Based on the Examination of the Mystical
Letter No. 13 of Ayatollah Saadat Parvar on the Mystical
Management of Modern Digital Communications)¹



Mostafa Hamedani¹ 

1. PhD in Culture and Communications, Baqir al-Olum University, Qom, Iran
Email: ma13577ma@gmail.com

Abstract

The digital space receives, stores, retrieves, and processes vast amounts of data with speed and precision, creating phenomena such as electronic government, e-learning, and e-commerce, among others, to enhance human welfare in the modern era. The positive aspects and advantages, along with the pollution and distractions this space offers, compel any ethical individual to strive to understand both its positive and negative aspects. They must then re-create a proper normative model for interacting with this space. In doing so, one can constructively use this opportunity for matters like learning and spiritual training while avoiding the spiritual harms it can cause. This study, using religious texts and the educational thoughts of Ayatollah Saadat Parvar, investigates how a mystic should interact with the digital space based on Qur'anic and Hadith

۱۴۹
مجله

الزّمانات سلوك معنوی در تعامل با فضای دیجیتال

1. **Cite this article:** Hamedani, M. (2024). The prerequisites for spiritual conduct in interaction with the digital space. *Islamic Spirituality Studies*, 3(5), pp. 149-190.
<https://doi.org/10.22081/jsr.2025.69479.1092>

* **Publisher:** Islamic Propagation Office of the Seminary of Qom (Islamic Sciences and Culture Academy, Qom, Iran). ***Type of article:** Research Article

Received: 2024/07/20 • Revised: 2025/02/12 • Accepted: 2025/02/14 • Published online: 2025/05/04

© The Authors



analyses, focusing on Saadat Parvar's mystical letter no. 13, which he asserts is comprehensive and instructive. The results of this study indicate that a mystic should, with moderation, utilize the positive applications of the digital space in daily life, especially for spiritual education and communication with fellow believers and the spiritually accomplished. However, they should avoid five elements: committing digital sins, neglecting obligatory digital duties, associating with inappropriate digital companions, neglecting self-awareness and being consumed by digital messages, accumulating useless and meaningless digital messages, and forwarding such irrelevant digital messages.

Keywords

Digital space, internet, digital sins, digital negligence, digital silence, spiritual conduct in digital space, Saadat Parvar.

الزامات سلوک معنوی در تعامل با فضای دیجیتال^۱ (تحلیلی قرآنی - حدیثی بر پایه بازخوانی نامه عرفانی شماره ۱۳ آیت الله سعادت‌پرور در راستای مدیریت عرفانی ارتباطات مدرن دیجیتال)

مصطفی همدانی^۱ 

۱. دکتری فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم علیه السلام، قم، ایران.

Email: ma13577ma@gmail.com



چکیده

فضای دیجیتال، انبوه داده‌ها را با سرعت و دقت دریافت، ذخیره، بازیافت و پردازش می‌کند و پدیده‌هایی چون دولت الکترونیک، آموزش الکترونیک و اقتصاد الکترونیک و امثال آن را در راستای رفاه بشر در عصر مدرن رقم زده است. نقاط مثبت و مزیت‌ها و البته آلودگی‌ها و غفلت‌زایی‌هایی که این فضا فراروی کنشگران خود می‌گشاید، هر انسان اخلاق‌جویی را وامی‌دارد که بکوشد با شناخت مقتضیات مثبت و منفی آن و بازآفرینی الگوی هنجاری صحیحی در استفاده از این فضا، ضمن استفاده سازنده از این فرصت در راستای امور یادشده و نیز آموزش و تربیت معنوی خود، از آسیب‌های معنوی ناشی از آن نیز محفوظ بماند. تحقیق فرارو با استفاده از نصوص دینی و نیز طبق اندیشه تربیتی استاد سعادت‌پرور این پرسش را کاویده است: طبق تحلیل‌های قرآنی و حدیثی و با عطف به اندیشه سلوکی استاد با تاکید بر نامه عرفانی شماره ۱۳ استاد که به تصریح ایشان جامع و رساننده است، تعامل سالک با فضای دیجیتال چگونه باید باشد؟ نتایج تحقیق نشان داده است سالک ضمن اعتدال در استفاده

۱. **استاد به این مقاله:** همدانی، مصطفی. (۱۴۰۳). الزامات سلوک معنوی در تعامل با فضای دیجیتال. معنویت‌پژوهی اسلامی، ۳(۵)، صص ۱۴۹-۱۹۰.

<https://doi.org/10.22081/jsr.2025.69479.1092>

□ نوع مقاله: پژوهشی؛ ناشر: دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم (پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران) © نویسندگان

□ تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۳۰ □ تاریخ اصلاح: ۱۴۰۳/۱۱/۲۴ □ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۱/۲۶ □ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۴۰۴/۰۲/۱۴



از کاربردهای مثبت این فضا در امور روزمره خصوصاً آموزش‌های معنوی و ارتباطات مومنانه در این فضا با اهل کمال و معنویت، از پنج عنصر باید پرهیز کند: ارتکاب حرام‌های دیجیتال فقهی و ترک واجبات دیجیتال فقهی، همنشینان دیجیتالی ناشایست، غفلت از خود و اشتغال ذهن و قلب به پیام‌های دیجیتال، انباشت پیام‌های دیجیتالی بی‌فایده و لغو، نشر فروارد پیام‌های دیجیتالی بی‌فایده و لغو.

کلیدواژه‌ها

فضای دیجیتال، اینترنت، گناهان دیجیتال، غفلت دیجیتال، سکوت دیجیتال، سلوک معنوی در فضای دیجیتال، سعادت پرور.

مقدمه

با ظهور رایانه و سپس اینترنت و در نهایت، شبکه‌های اجتماعی، سخن از زندگی دوم^۱ می‌رود که همان شکل‌گیری تعامل‌ها و ارتباطات و کسب و کارها بر بستر اینترنت است. اکنون دو جهان مادی فراروی عموم انسان‌ها از جمله سالکان معنویت است: فضای سنتی است که همین فضای حضور فیزیکی تن او و تعامل‌های آن است؛ و فضای دیجیتال^۲ که با تسامح، فضای مجازی^۳ هم نام می‌گیرد (و حال آنکه این جهان هم واقعی است) که همان فضای نرم مبتنی بر فیبر نوری و محصولات سیلیکونی و تراشه‌ها و ترانزیستورها در یک ابرشاهراه اطلاعاتی است که چون تور گسترده جهانی همه انسان‌ها را در جامعه‌ای شبکه‌ای به هم وصل کرده و اینترنت نام دارد.^۴

از طرف دیگر سلوک معنوی و الگوهای تربیت عرفانی رایج، ناظر به تعاملات سالک در ارتباط با خدا، خود، دیگر انسان‌ها و طبیعت در جهان سنتی و مقتضیات آن تدوین شده و آفات سلوکی بیان‌شده توسط استادان نیز ناظر به همان فضا است و به یقین ارتباط با فضای دیجیتال و چالش‌ها و فرصت‌های آن، نیازمند بازخوانی همان الگوها و برنامه‌ها به زبان جدید و در تعامل با فضای جدید است و تحقیق فرارو در همین راستا نوشته شده است. از آنجاکه از آیات قران و نیز بیانات استادان معنویت، الگوی مستقیمی در این زمینه در دست نیست، به ناچار باید با اجتهاد براساس اصول و راهبردهای موجود، الگوی مدیریت ارتباط سالکان معنویت با فضای دیجیتال را استخراج کرد. این تحقیق، مبتنی بر آیات و روایات است؛ اما برای اتقان برداشت‌های نویسنده و نیز استفاده

1. Second Life

۲. برخی افراد چون فرانک وبستر از این جهان دوم با عناوینی چون جامعه اطلاعاتی و برخی چون کاستلز از جامعه شبکه‌ای استفاده می‌کنند. نگارنده در تحقیقی توضیح داده است که چرا از اصطلاح «فضای دیجیتال» استفاده کرده و آن را جایگزین بهتری برای اصطلاحات موجود برای این ساحت جدید از زندگی انسان مدرن می‌داند.

3. Virtual space

۴. اینترنت بارزترین مصداق و بلکه فعلاً تنها مصداق ابرشاهراه اطلاعاتی (Information Super Highway) است (محسنی، ۱۳۸۶، ص ۱۹؛ ابو، ۱۳۸۵، ص ۲۰).

بهتر مخاطب متن، آثار عرفانی استاد سعادت‌پرور با تأکید بر نامه عرفانی شماره ۱۳ ایشان را محور تحلیل قرار داده و پرسش اصلی آن چنین است: براساس تحلیل‌های قرآنی و حدیثی و با عطف به نامه شماره ۱۳ استاد سعادت‌پرور، تعامل سالک با فضای دیجیتال چگونه باید باشد؟ دلیل انتخاب ایشان، جامعیت علمی و عملی آن بزرگوار به عنوان میراث‌دار مکتب عرفانی نجف و مرحوم علامه طباطبایی است که هم از چارچوب نصوص دینی خارج نشده و هم مرحوم علامه نیز کمالات معنوی او را تایید فرموده است. دلیل انتخاب یک نامه خاص نیز جامعیت آن نامه از زبان خود ایشان است که در معرفی نامه بیان خواهد شد.

۱. معرفی مؤلفه‌های هویتی فضای دیجیتال

در این بخش از تحقیق سعی شده در ضمن فشردگی، مباحثی کامل و همه‌جانبه ارائه شود تا علاوه بر استفاده از آن در بخش سوم تحقیق، نوعی آورده دانشی در حیطه سواد اطلاعاتی (که سواد لازم در جامعه معاصر است) آن هم با تأکید بر رویکرد اخلاقی و معنوی (یعنی توجه به ابعاد تماس یا تعارض این فضا با هنجارهای معنوی) را نیز برای مخاطب داشته باشد. مؤلفه‌های یادشده در پنج بند به شرح زیر است:

۱-۱. گونه‌شناسی ارتباط و جایگاه ارتباطات دیجیتال

گونه‌های ارتباط را در انواع بسیار متنوعی می‌توان تحلیل کرد و آنچه در تحقیق فرارو کاربرد دارد به شرح زیر است:

ارتباطات سنتی، بر پایه باورها، تاریخ، فرهنگ و عقاید عمومی جامعه شکل گرفته و آنها را نیز ترویج و تقویت می‌کند. این ارتباطات غالباً میان فردی و چهره‌به‌چهره است و دریافت بازخورد و عکس‌العمل مخاطب در آنها، سریع و آنی است و ارتباط دوسویه متقابل نیز به راحتی برقرار می‌شود (فرقانی، ۱۳۹۲، ص ۷۴). ارتباطات مدرن، در برابر ارتباطات سنتی و عبارت است از ارتباطاتی که با انقلاب صنعتی و ایجاد مدرنیته خصوصاً از سال ۱۷۹۰ که با رشد روزنامه و تلفن و تلگراف و دیگر رسانه‌های جمعی،

عامه مردم ناگهان در زندگی مدرن وارد شدند، به وجود آمده است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۲۲). برخی از صاحب‌نظران، ارتباطات قبل از صنعت چاپ را شفاهی و سنتی و ارتباطات بعد از صنعت چاپ را مدرن می‌دانند (فرقانی، ۱۳۹۲، صص ۱۸-۲۰). اگر ارتباط شفاهی را مساوی با سنتی و چهره‌به‌چهره بدانیم، ارتباطات الکترونیکی مدرن معاصر که همان ارتباطات دیجیتال است و بر پایه وب و اینترنت (مانند ایمیل، پیامک، شبکه‌های اجتماعی و...) است، همواره به صورت غیرشفاهی است؛ زیرا مدرن‌شدن ارتباط به واردشدن وسائل ارتباطی برای تغییر در مفهوم زمان و مکان است؛ همان‌طور که نظریه پردازان متعدد مدرنیته چون گیدنز و دیگران، به این عنصر جوهری در تعریف مدرنیته تصریح کرده‌اند و رابرتسون، وضعیت زندگی مدرن را فشردگی جهان، هاروی آن را فشردگی زمان - مکان و گیدنز آن را جدایی زمان از مکان نامیده‌اند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۱۹-۲۰).

۲-۱. خاستگاه سیاسی- اقتصادی- فرهنگی فضای دیجیتال

یونسکو گرچه از اوایل دهه ۱۹۸۰ به بعد مفهوم توسعه فرهنگی^۱ را مطرح کرده است؛ اما این توسعه و چندگانگی فرهنگی هرگز با حضور همه‌ی فرهنگ‌ها رخ نداده بلکه در حال حاضر، جامعه‌شناسان توسعه بر این باورند که مصرف کالاهای فرهنگی در سراسر جهان به سمت ایجاد یک «فرهنگ جهانی» یعنی همان فرهنگ غربی بوده است (لهستانی‌زاده، ۱۳۸۸، ص ۸۱) که همان امپراتوری فرهنگی است و کشورهای جهان سوم به ویژه در برابر آن آسیب‌پذیرند؛ زیرا منابع لازم را برای حفظ استقلال فرهنگی خود در اختیار ندارند (گیدنز، ۱۳۷۷، ص ۵۸۶). فضای دیجیتال موجود نیز در چنین بستری فعالیت می‌کند؛ زیرا سازندگان، طراحان و مرکز ذخیره و نگهداری و بازیافت و پردازش داده‌های اینترنت در دست حاکم طاغوتی جهان یعنی امریکا است که با رویکرد ماتریالیستی (ماده‌گرایی)، امپریالیستی (خودکامگی جهانی)، لیبرالیستی (آزادی‌گرایی بی‌حد و مرز)، کاپیتالیستی (سرمایه‌محوری خودکامه) به فرهنگ، معمولاً در خدمت

1. Cultural development

نفس اماره و پرورش خواسته‌های آن است و اصول فرهنگی برآمده از این مبانی، نه تنها با مفاهیمی چون یاد خدا و آخرت، توجه به فطرت معنوی، پرورش نفس مطمئنه، استفاده معتدل از غرائز، مجاهده با نفس اماره، دوری از غفلت و ... که از بنیادهای تربیت عرفانی هستند، آشنا نیستند، بلکه آمیختگی قدرت و سیاست با این پدیده، گردانندگان این صنعت را واداشته است سعی کنند فرهنگ مادی و غریزه‌گرا و منفعت‌جو که در راستای منافع اقتصادی بیشتر اوست را به همه‌جای جهان تزریق کنند تا هم درآمد بیشتری کسب کنند و هم از روش شکل‌دادن به افکار عمومی، جهان را از نظر بینشی، نگرشی و گرایشی بیشتر به فرهنگ خود وابسته کنند تا باز هم مصرف‌کننده کالاهای اقتصادی و فرهنگی ایشان باشند.^۱

۱-۳. ظرفیت قدرتمند رسانه‌های مدرن برای درگیری همه ادراکات انسان

رسانه‌های صوتی - تصویری مدرن را مالتی مدیا^۲ می‌نامند که در زبان فارسی، به معنای آمیخته‌ای از چند رسانه است (آریان‌پور، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۱۴۹۳) و فوق رسانه‌ها^۳ هم نام دارد (ذوفن، ۱۳۸۶، ص ۲۲۱). مک لوهان معتقد است قاب‌های کوچک تصویری رسانه‌های جدید این قابلیت را ایجاد کرده است که نه فقط چشم (مثل کتاب) و گوش (مثل رادیو) مخاطب بلکه همه حواس او را به خود مشغول و درگیر کرده‌اند (دادگران، ۱۳۸۴، صص ۹۱-۹۳). او رسانه‌های صوتی - تصویری را دارای قدرت نفوذ فوق‌العاده

۱. جیمز پتراس، استاد جامعه‌شناسی دانشگاه ایالتی نیویورک معتقد است: «امپریالیسم فرهنگی امریکا دو هدف مهم دارد: یکی اقتصادی و دیگری سیاسی. هدف اقتصادی آن تسخیر بازارها برای کالاهای فرهنگی است و هدف سیاسی آن وابستگی حکومت هاست». او می‌گوید: «درصد فزاینده‌ای از ثروتمندان افراد امریکای شمالی ثروت خود را از رسانه‌ها به دست می‌آورند. در میان ۴۰۰ امریکایی ثروتمندتر، درصد کسانی که ثروتشان را از رسانه‌ها به دست می‌آورند از ۹/۵ درصد در سال ۱۹۸۲ به ۱۸ درصد در سال ۱۹۸۹ افزایش یافت. امروزه در میان ثروتمندترین افراد امریکای شمالی، از هر پنج نفر یک نفر ثروت خود را از رسانه‌ها کسب می‌کند. امپریالیسم فرهنگی، همچون یکی از منابع ثروت و نفوذ، در امریکا جایگزین تولید صنعتی شده است» (توکلی خمینی، ۱۳۸۹، ص ۲۰۶).

2. Multi Media

3. hypermedia

در تحریک هیجان‌ها و عواطف می‌داند (دادگران، ۱۳۸۴، ص ۹۹). این قدرت رسانه‌های مدرن ناشی از خصلت مالتی مدیا در این رسانه‌ها است که ترکیب متن و صوت و تصویر و فیلم است و بدون تردید چند بعدی و چند حسی هستند و از این رو توانایی زیادی برای درگیر ساختن استفاده‌کنندگان دارند (کراملیش، ۱۳۷۸، ص ۱۲۹؛ ذوفن، ۱۳۸۶، ص ۲۱۵).

۱-۴. کارکردهای مثبت رسانه‌های دیجیتال اینترنتی

دسته‌بندی‌های متعددی از کارکردهای رسانه‌ها ارائه شده است که عمده‌ترین محورهای کاربرد رسانه‌های دیجیتال با محوریت اینترنت به شرح زیر است:

۱. تامین نیازهای عاطفی (تجارب عاطفی، لذت بخش یا زیبایی‌شناسانه)
۲. تامین نیازهای اجتماعی (ارتباطات اجتماعی و تقویت اعتبار، اعتماد، ثبات و پایگاه و ایجاد حس همبستگی و انتقال میراث اجتماعی و فرهنگ به نسل بعد با آموزش)
۳. تامین نیازهای گریز از تنش (تفریح و فراغت و آسایش) (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶، ص ۴۲۶).
۴. اعمال حاکمیت دولت دیجیتال و اداره الکترونیک جامعه با استفاده از فناوری اطلاعات برای جنبه‌های گوناگون چون تدوین قوانین و ابلاغ به شهروندان و مطالبات دوسویه دولت و مردم از همدیگر (فتحیان و مهدوی‌نور، ۱۳۸۹، صص ۱۷۴ - ۱۷۸).
۵. اقتصاد دیجیتال و کسب و کارهای اینترنتی که روزبه‌روز در حال توسعه است و قسمت اعظم آن بر پایه‌ی فناوری‌های دیجیتال شامل شبکه‌های ارتباطی، رایانه‌ها، نرم‌افزارها و سایر فناوری‌های اطلاعاتی است (فتحیان و مهدوی‌نور، ۱۳۸۹، صص ۶۲ - ۶۳).
۶. تامین نیازهای شناختی (کسب اطلاعات، آگاهی و شناخت و دانش مورد نیاز): اینترنت اولاً فراتر از کتاب و فیلم، انواع داده‌های ترکیبی شامل متن، صوت و تصویر را در خود جای داده و با حافظه‌های چندین ترابایتی، هزاران کتاب نه

بلکه کتابخانه را در خود ذخیره کرده و با سرعت و دقت در ذخیره و بازیافت، کاوش در میلیاردها سند اطلاعاتی در سراسر جهان با صدها زبان و در ده‌ها فرمت از متن و صوت و تصویر و گرافیک را برای کاربر فراهم کرده است؛ و ثانیاً همه فعالیت‌ها خود را با سرعت سرسام‌آور و دقت فوق‌العاده انجام دهد؛ و ثالثاً دارای تعامل یعنی دوسویه است؛ زیرا استفاده‌کننده «فعال» است و می‌تواند برحسب تمایل خود اقدامات خاصی را به عمل آورد و در هر شاخه‌ای از داده‌ها و اطلاعات که خواسته باشد به مرور پردازد (محسنی، ۱۳۸۶، ص ۱۴۰).

۱-۵. کارکردهای رسانه‌های دیجیتال

کارکردهای منفی که توسط محققان ارتباطات برای رسانه‌ها بیان شده به شرح زیر است:

۱-۵-۱. جهانی‌سازی فرهنگ مادی

هربرت شیلر می‌گوید ما در جهانی زندگی می‌کنیم که صفت بارز آن ترویج امپریالیسم فرهنگی آمریکایی‌مآبی و همگن‌سازی است که از آن طریق فرهنگ ایالات متحده و سبک زندگی غربی به همراه ایدئولوژی‌های بازار آزاد به بقیه‌ی جهان صادر می‌شود و خرده‌فرهنگ‌های محلی را در خود هضم می‌کند (شیلر، ۱۳۹۲، صص ۶۳ و ۷۱). او کسی بود که با هوشمندی تمام در توصیف ارتباط تجاری شاه ایران با آمریکا که میلیاردها دلار اسلحه و نیز یک سیستم ارتباطات دور (ماهواره بین‌المللی اسدآباد همدان) از آمریکا خریده بود گفت: این سیستم زیربنای کنترل فیزیکی اوضاع ایران و سلطه فرهنگی آمریکا بر ایران بوده است (شیلر، ۱۳۹۲، ص ۷۸).

از کارکردهای بسیار مهم رسانه‌ها سلطه فرهنگی آنان بر مخاطب است که تصویری خاص از دنیا که باب میل ذی‌نفعان سیاسی و اقتصادی در پشت رسانه است را به

۱. همه‌ی جلوه‌های فرهنگی، از بدترین تا بهترین، و از نخبه‌گراترین تا مردمی‌ترین، در این جهان دیجیتالی گرد هم می‌آیند، جهانی که در ابرمتنی غول‌آسا و غیرتاریخی جلوه‌های گذشته و حال و آینده‌ی ذهنی را که برقرارکننده‌ی ارتباط است به یکدیگر پیوند می‌دهد (کاستلز، ۱۳۸۹، ج ۱، ص ۴۳۱).

مخاطب القا کنند و در او احساس رضایت از وضع موجود یا برتری وضعیتی خاص ایجاد کنند. ادوارد هرمان و نوام چامسکی در کتاب تولید رضایت، الگویی از پروپاگاندا ترسیم کردند که مبین کارکرد مهم رسانه‌های جمعی یعنی ارائه علایق هژمونیک مسلط گروهی قدرتمند مانند حکومت و شرکت‌های چند ملیتی است تا صدای مخالف را به حاشیه برانند و در میان مردم تولید رضایت کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۱۹۳). این سلطه از جنس هژمونی است که آنتونیو گرامشی متفکر مارکسیست و نویسنده ایتالیایی آن را ابداع کرد و دلالت بر تسلط و استیلای همه‌جانبه اقتصادی، اجتماعی، سیاسی و ایدئولوژیک طبقه مسلط دارد که نگرش خاص او به جهان و انسان و روابط اجتماعی، باروش‌های تبلیغی (پروپاگاندا) و به کمک رسانه‌ها به عنوان ایدئولوژی مسلطی چنان همه‌گیر می‌شود که به صورت «عقل سلیم» در می‌آید و آنانی که زیر تسلط هستند این نگرش را همچون پاره‌ای از «نظم طبیعی» جهان می‌پذیرند (هارت، ۱۳۹۲، ص ۲۸۶؛ آشوری، ۱۳۸۷، ص ۸۷).

این وجهه از دست‌اندازی جهانی رسانه‌های حامل فرهنگ خاص به سایر فرهنگ‌ها را امپریالیسم فرهنگی می‌نامند. امپریالیسم فرهنگی به شیوه‌هایی اشاره دارد که طی آن محصولات فرهنگی چون سبک زندگی و مد و ... از کشورهای فرادست به کشورهای فرودست منتقل می‌شود و به ایجاد الگوهای خاص مصرف و تقاضا می‌انجامد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۲۱۱). در این فرایند، کشورهای فرادست، تصورات و ارزش‌ها و هنجارها و سبک زندگی خود را بر کشورهای دیگر تحمیل می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۲۱۲). تحلیل امپریالیسم یادشده را مطالعات پسااستعماری یا استعمار فرانوی می‌نامند. این مطالعات در پی افشای چگونگی پیدایش و عمل گفتمان استعماری فرانوی است. در این دوران، استعمارگران به جای بررسی اشغال نظامی مرزهای جغرافیایی تسط استعمارگران خارجی، با سلطه فرهنگی و رسانه‌ای بر محور دو شیوه یعنی مالکیت امکانات رسانه‌ای و شیوه‌های تولید چون هالیوود و صدور آن به اطراف جهان و نیز بازنمایی اقلیت‌های فرودست شرقی در قالب مفاهیم و تصورات کلیشه‌ای، آن جوامع را تصرف می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۲۱۰).

۲-۵-۱. خبرسازی و تحریف واقعیت به نفع قدرت و ثروت

سه عنصر دروازه‌بانی خبر (گزینش و تغییر در خبر) و سانسور اخبار و برجسته‌سازی اخبار همگی بر ضد ادعای جریان آزاد اطلاعات و عینیت در اخبار و امثال آن است (بلیک و هارولدسن، ۱۳۹۷، صص ۱۳۴-۱۴۰). گروه رسانه‌ای گلاسگو و نیز مارک فیشمن^۱ با نگاه جامعه‌شناسانه به تولید خبر معتقدند: خبر چیزی است که روزنامه‌نگاران آن را می‌سازند. طبق این دیدگاه، خبر جهان را منعکس نمی‌کند؛ بلکه به جهان شکل می‌دهد، و نه تنها به انعکاس بیطرفانه‌ی واقعیت اجتماعی و حقایق تجربی نمی‌پردازد، بلکه در ساخت اجتماعی واقعیت مداخله می‌کند (شکرخواه، ۱۳۸۵، صص ۶-۷ و ۱۲۲-۱۲۳). تحقیقات کورت لوین^۲ روانشناس، و استوارت هود^۳ جامعه‌شناس ارتباطات و نوآم چامسکی و ادوارد اس. هرمن^۴ در کتاب معروف رضایت آفرینی^۵ نشان داده است هر رویدادی که به خبر تبدیل می‌شود از دروازه‌های متعدد می‌گذرد و حاصل چندین انتخاب است که توسط طیفی از دروازه‌بانان (گزینش‌گران)^۶ انجام شده است؛ که پیشینه‌ی دروازه‌بانان از نظر طبقه و لایه‌ی اجتماعی، روزآمدی، سطح تحصیلات و طرز تلقی آنان از جهان، ارزش‌ها، هنجارها و برداشت سازمانی که دروازه‌بانان برای آن کار می‌کنند همگی در گزینش آنان نقش دارند و کار آنان بیشتر «اختراع واقعیت» و «تولید رضایت» در خدمت قدرت حاکم است (شکرخواه، ۱۳۸۵، صص ۹۶-۸۹ و ۱۰۷).

۳-۵-۱. تبلیغات فریبنده

در متون علوم ارتباطات رسماً روش‌ها و شگردهای تبلیغی برای نفوذ دادن افکار و اندیشه‌ها و مطالب و کالاهای بیان می‌شود. بلیک و هارولدسن هفت شگرد را بیان

1. Mark Fishman
2. Kurt Lewin
3. Stuart Hood
4. Edward s. Herman
5. Manufacturing consent
6. Gate Keepers

کرده‌اند (ر. ک: بلیک و هارولدسن، ۱۳۹۷، ص ۸۶). رسانه‌ها با دستکاری شناخت‌ها (بینش‌ها). احساسات و عواطف (گرایش‌ها). و سپس آمادگی رفتاری (کنش‌ها) به این اهداف می‌رسند (بلیک و هارولدسن، ۱۳۹۷، صص ۹۰-۹۱). تحقیقات نشان داده است این شگردها بیشتر در راستای تغییر ذائقه و ذوق و آداب و رسوم و علایق و سلايق مخاطب برای مصرف کالاهای تجاری بنگاه‌های اقتصادی است (بلیک و هارولدسن، ۱۳۹۷، ص ۱۱۲).

۱-۵-۴. جلوه‌گری‌های تصویری فاقد معنا

دانیل بورشتاین، با طرح مفهوم شبه رویداد (Event -Pesudo) می‌گوید انقلاب گرافیکی در اواخر قرن بیستم به انتشار گسترده تصاویر در رسانه‌ها انجامیده و رسانه‌ها واقعیت را گزارش نمی‌کنند بلکه چیزهای کاذب یعنی شبه‌رویدادها را منعکس می‌کنند که با طراحی قبلی ایجاد شده است. بودریار در تفسیر سخن او گفته است جهان رویدادها و تاریخ و فرهنگ از تجربه واقعی ایجاد نمی‌شود بلکه محصول فریبکاری فنی رسانه‌ها است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۳۰۰). گوی دور هم مفهوم «نمایش» را پرداخته است که عبارت است از مجموعه‌ای از انگاره‌های بصری که در جریانی فراگیر با هم ترکیب می‌شوند و جهانی ساختگی پیرامون تولید و مصرف تصویر و کالاها و خدمات نمایشی پدید می‌آورند که به کلی از مناسبات اجتماعی زندگی واقعی جداست. دور، موفقیت اقتصاد نمایش را تولید مداوم «شبه‌نیاز» می‌داند. داگلاس کلنر، فرهنگ نمایش را در همه حوزه‌های زندگی از چهره‌سازی و شهرت و سرگرمی و ورزش و مد و آرایش و معماری و موسیقی و غذا و صنعت گسترده می‌داند که ابزارهای خود را از طریق سازوکارهای مصرف، اوقات فراغت، خدمات و سرگرمی بسط می‌دهد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۳۰۲-۳۰۴).

ژان بودریار معروف‌ترین و پرچندال‌ترین نظریه‌پرداز پست مدرنیته است که با الهام از بورشتاین و دور با وضع مفهوم وانمایی (شبه‌سازی) به محوشدن مرز میان واقعیت و تصویر اشاره دارد. از نظر وی، رسانه‌ها دیگر نمی‌توانند آینه واقعیت باشند؛ زیرا خود واقعیت، مملو از تبلیغات بازرگانی، فیلم، بازی‌های ویدئویی و تصاویر تلویزیونی است.

در مرحله وانمایی، با وجود آنکه جهان بیش از حد از اطلاعات آکنده می‌شود، از معنی عاری و تهی می‌شود و واقعیت توسط «نشانه‌های تهی» واژگون می‌شود. پیشرفت عصر مدرن به سوی وانمایی در سه مرحله صورت گرفته است (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۲۹۲-۲۹۷):

مرحله	نوع	توصیف
اول	دلالت (نشانه‌هایی که شبیه واقعیات هستند)	واقعیت از طریق بازنمایی ساخته می‌شود؛ مانند نقشه‌ها و نقاشی‌ها
دوم	بازتولید (نشانه‌ها به نشانه‌هایی که شبیه چیزهای واقعی هستند اشاره می‌کنند)	بازنمایی واقعیت به وسیله تکنولوژی‌های مکانیکی مانند فیلم و عکس
سوم	وانمایی (نشانه‌ها چیزهای واقعی را بازنمایی نمی‌کنند بلکه به مثابه ماسک غیبت واقعیت عمل می‌کنند)	بین واقعیت و بازنمایی ارتباط وجود ندارد بلکه ما با فراواقعیت سروکار داریم

بودریار در سال ۱۹۸۷ در سخنرانی «عفریت پلید تصویر»، با طرح کردن پیشی گرفتن تصاویر بر امر واقعی، می‌گوید: ما در انبوهی نشانه‌ها گرفتار شده‌ایم که دلالت بر چیزی ندارند و تنها جهان را به تالار آینه‌ای تبدیل کرده است. وی این وانمایی‌های مشمئز کننده را جنون ارتباطات می‌نامد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۲۹۷-۲۹۹).

۱-۵-۵. انباشت پیام بی‌فایده و و حرص بر دانلود و ذخیره

حجم وسیع اطلاعات و اخبار، کاربر را گیج و بی‌حواس کرده است. او در گذشته با مرور کتب و مجلات، پیام‌ها را به تدریج دریافت و پردازش و ذخیره می‌کرد و زمان کافی برای بررسی و تحلیل آنها را داشت و در نتیجه پیامها در ذهن ماندگار می‌شدند؛ اما امروزه استفاده بیش از حد از اینترنت و شبکه‌ها منجر به استحاله فکری، خستگی ذهن و فراموشی شده و هیوکامپ و کورتکس مغز که وظیفه یادگیری و حفظ دارند، به

دلیل استفاده از مطالب حاضر و آماده در شبکه‌ها و قابل دسترس، تا حدود زیادی بی‌استفاده شده و فراموشی غلبه کرده است (رزاقی، ۱۳۹۹، صص ۱۹، ۲۸-۲۹)؛ همچنین انسان نیاز دارد مطالب را با فرصت کافی گزینش کند و آنچه با دستگاه فکری حقانی منطبق است برگزیند و پس از انتخاب، آنها را در عمل پیاده کرده در خود نهادینه کند و از دانش، به بینش و گرایش و توانش تبدیل کند؛ اما جستجوی مداوم و معرضیت انبوه پیام‌های مفید و غیرمفید و صحیح و غلط و نیز حرص در انباشت داده‌های بی‌استفاده (گرچه مفید باشند). این فرصت‌ها را از دستگاه ادراکی انسان می‌گیرد.

۱-۵-۶. تغییر نگرش‌ها و بینش‌ها و کنش‌ها

هربرت ای. شیلر^۱ استاد دانشگاه کالیفرنیا کار وسایل ارتباط جمعی آمریکا را دستکاری در مغزها و قلب‌ها می‌داند (شکرخواه، ۱۳۸۵، ص ۹۸). جریان‌سازی اجتماعی و تغییر در افکار عمومی و احساسات جمعی یکی از الگوهای فعالیت این رسانه‌ها در سطح جهان است (بلیک و هارولدسن، ۱۳۹۷، صص ۱۲۷-۱۲۸). رسانه‌ها با فنون روان‌شناختی اجتماعی و نیز با کمک دانش‌های حاصل از تحقیقات علوم شناختی و تمرکز بر نقاط ضعف ادراکی و تحلیلی انسان‌ها خصوصاً با استفاده از قدرت تخیلی او، به تزریق داده‌ها و افکار و اندیشه‌ها و منش‌ها و سبک‌زندگی موردنظر خود می‌پردازند و این کار را چنان نامحسوس و آرام پیش می‌برند که مخاطب هرگز احساس نمی‌کند چیزی از بیرون به او تحمیل شده بلکه با نفوذ در لایه‌های بنیادین بینشی و نگرشی، ابتدا افکار و اندیشه‌ها و جهان‌بینی‌ها و به تبع آن علایق و سلايق و عواطف و تمایلات او را در جهت موردنظر خود دستکاری می‌کنند و در نتیجه رفتارها و کنش‌های او نیز در همان راستا خواهد بود و نظریه‌های برجسته‌سازی گلا دیس انگل لنگ و کورت لنگ و نیز کاشت جرج گربر، نظریه سوزن تزریقی و ماریپیچ سکوت نوئل نثومان در همین راستا هستند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶، صص ۳۲۴-۳۵۵؛ ۳۸۷-۳۸۹؛ ۳۹۰-۳۹۳؛ ۳۹۷-۳۹۸).

1. Herbert I. schiller

۶-۱. تضعیف منطق و عقل و شتاب‌دهی به احساس و عجله و بی‌حوصلگی و تغییرات منفی

روان‌شناختی

ارتباطات دیجیتال بر پایه ارتباط تصویری شکل گرفته‌اند و همان‌طور که اسکات لش گفته است، در دلالت گفتمانی، غلبه با منطق و عقلانیت و استدلال و گفتگو است و در دلالت تصویری، ابزارهای تصویری و فرهنگ احساسی پست مدرن غلبه دارد (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۳۱۷-۳۱۸). در همین راستا، فانکاوری و شاو بر این باور بودند که تلویزیون و کامپیوتر با دستکاری و تنظیم مجدد محتوا و فرایندهای تجربه ارتباطی، بر درک و فهم مخاطب از واقعیت اثر می‌گذارند. فنونی چون تغییر سرعت حرکت، نمایش مجدد یک عمل، پرش آنی از یک صحنه به صحنه دیگر، گلچین کردن و کنار هم نهادن رویدادها مجزا در زمان و مکان و ... از این دست است (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶، ص ۳۹۵). رسانه‌های مدرن و اینترنت قدرت تمرکز و تعمق و دقت و حافظه را کم می‌کنند و بیشتر شتاب و سرعت و سطحی‌نگری را یاد می‌دهند (هریس، ۱۳۹۹، صص ۴۹-۵۲) و در نتیجه آثاری چون تحمل کم و بی‌حوصلگی، گرایش زیاد به کمال و عملکرد سطح بالا، انتظار حل مشکلات به طور سریع و مرتب، درک نادرست رویدادهای فیزیکی و اجتماعی، تماس محدود با محیط و دید سطحی به آن داشتن ایجاد می‌کنند که با همین تأثیرات بسا کلیت جهان‌بینی فرهنگی فرد را تغییر دهند (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶، ص ۳۹۶).

۱-۶-۱. شیفتگی به لذات آنی و جلوه‌گری جنسی

فناوری‌های ارتباطی و تبلیغاتی مدرن، با تحریک مداوم نیازهای لذت‌طلبانه شهروندان را تبدیل به مصرف‌کنندگانی کرده‌اند که تقاضای مردم فزاینده‌ای برای انواع کالاهای و ابزار تفریحی و مصرفی داشته‌اند که محرک آن‌ها لذات آنی است، تا مرتباً در تقاضا برای محصولات تازه و جدید، تغییراتی بی‌وقفه ایجاد کنند و با خطوط تولید مرتباً متغیر و با میدان‌دادن به هوس‌ها و مدهای جدید، گردش چرخ‌های مصرف‌گرایی و سرمایه‌داری را هم‌چنان ادامه دهند (اسمیت، فلیپ، ۱۳۸۷، صص ۳۵۱ و ۳۵۵).

ریچارد هوگارت فرهنگ تولیدشده توسط رسانه‌ها را سرگرمی مدرن می‌نامد که سیراب کننده روح نیست؛ بلکه تجارت زده است و ضد زندگی، پر از زرق و برق و دارای جاذبه‌های سوء و فاقد مسئولیت اخلاقی هستند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۴۳). اف. آر. لیویس مشخصه فرهنگ توده‌ای رسانه‌های مدرن را همسان‌سازی علایق و سلاقی و دلهره‌های عاطفی مبتذل دانسته و راه مقابله با آن را اتکا بر فرهنگ اقلیت نخبه که دارای بصیرت و شادابی و سرزندگی و بهره‌مند از تجربیات عالی انسانی پیشین است می‌داند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۴۲).

مک لوهان معتقد است قاب‌های کوچک تصویری رسانه‌های جدید این قابلیت را به هنرپیشه‌ها و مجریان داده است که بر خلاف صحنه‌های تئاتر، همواره کاربرد ظریف اداهای سر و صورت و بدن خود را زیباتر جلوه دهند تا مخاطب را به خود جذب کنند ضمن اینکه همه حواس مخاطب و نه فقط گوش چشم (مثل کتاب) یا (مثل رادیو) او بلکه همه را به خود مشغول و درگیر کرده‌اند (دادگران، ۱۳۸۴، صص ۹۱-۹۳). او رسانه‌های صوتی-تصویری را دارای قدرت نفوذ فوق‌العاده در تحریک هیجان‌ها و عواطف می‌داند (دادگران، ۱۳۸۴، ص ۹۹). لورا مالوی معتقد است سینما با الهام از ایدئولوژی مردسالارانه «نگاه شدگی به زن»، نگاه کردن مردان به زنان و نگاه شوندگی زنان را تولید و بازتولید می‌کند و مخاطب باید این نگاه شهوانی را درک کند. او می‌نویسد: زنان روی پرده اصولاً ظاهرشان برای قوی‌ترین تأثیر بصری شهوانی رمزگذاری شده است و به طور ضمنی دلالت بر «قابل نگاه بودن» دارند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۱۶۱-۱۶۲).

۷-۱. سلب‌ریتی‌های دیجیتال (شخصیت‌های ساخت رسانه‌ای) در جایگاه مربیان تربیتی و

معنوی

دونالد هورتون و ریچارد وهل با الهام از کارهای اولیه گافمن می‌نویسند: بازیگران رسانه‌ها در اثر ارتباط مداوم با مخاطب به واسطه لفاظی، تصویری نادرست و ساختگی از یک رابطه صمیمانه یک‌سویه را با دقت زیاد برای مخاطب خلق می‌کنند. در این میان گاهی فرد آن چنان با یک شخصیت تلویزیونی یکی می‌شود که احساسات مشابهی به

وی دست می‌دهد و رابطه‌اش با واقعیت را از دست می‌دهد. پدیده‌ای که بسا به گم‌گشتگی هویت و وابستگی غیرضروری به رسانه‌ها بینجامد. از نظر هورتون و هل، این شخصیت‌ها با انواع ترفندها مانند درآمیختن با مخاطبان حاضر در استودیو و بیان احساسات قلبی و آمیختن صداقت با شوخی استفاده می‌کنند و این محرک‌های صمیمیت به ویژه در مخاطبانی که احساس تنهایی می‌کنند و مورد علاقه دیگران نیستند پذیرفته می‌شود (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، صص ۱۳۶-۱۳۷).

رسانه‌ها اتکای مردم به تعاملات رودررو را کمتر و کمتر کرده و فهم آنان از خویشتن و ساخت هویت خود، از طریق منابع نمادین رسانه‌ها دریافت می‌شود تا ارتباطات رودررو (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۱۴۱). تانیا مولدسکی و جانیس رادوی می‌نویسند: زنان در زندگی واقعی خود بسیاری از آمال و آرزوهای خود را نمی‌یابند بنابراین با روآوردن به سریال‌های آبکی و رمان‌های عاشقانه به شکل ناخودآگاه از این تلخی‌ها فرار کرده و برای خود یک خوشی خیالی ترسیم می‌کنند (مهدی‌زاده، ۱۳۹۲، ص ۱۶۳).

۱-۷-۱. بی‌خودکردن انسان و غفلت از خود

سوزان گرینفیلد، استاد دانشگاه آکسفورد در رشته داروشناسی سیناپسی می‌گوید: فناوری‌های رایج از حالت وسیله به هدف تغییر کاربری داده‌اند. در این زمانه انگار این ابزار [اینترنت] به صورت غایت خود و در خود درآمده است (هریس، ۱۳۹۹، ص ۲۸). مایکل هریس در کتاب پایان غیاب معتقد است: انسان معاصر با اینترنت، «خود» را گم کرده و تا زمانی که گم نشده‌ایم، یا به عبارتی تا زمانی که جهان را گم نکرده‌ایم به یافتن خود کمر همت نمی‌بندیم و در نمی‌یابیم که کجا هستیم و حد و حدود مشخص روابطمان کجاست (هریس، ۱۳۹۹، ص ۳۱). رنه گنون مشهورترین خصلت دوران جدید را نیاز به اضطراب و تحرک پیوسته و تغییر مداوم و سرعت روزافزون می‌داند و آن را مساوی تفرقه و پراکندگی ارزیابی می‌کند؛ زیرا ماده ذاتاً اقتضای تشت و تفرقه و دارد و در نتیجه هرچه از آن ناشی شود نیز جز منازعات و مشاجرات نیست و آدمی هرچه بیشتر در ماده غرق شود بیشتر متفرق می‌شود و عوامل تضاد در وجود او فزونی می‌یابد و

هرچه بیشتر به سوی وحدت و معنویت برود، بالعکس خواهد شد (گنون، ۱۳۷۸، صص ۵۳-۵۴).

۲. نامه عرفانی شماره ۱۳ از استاد سعادت پرور

نامه نگاری در صورت مسافرت یکی از طرفین ارتباط یا هر دو، از دستورات اسلامی در تعامل مومنان با یکدیگر است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۶۷۰). اجرای این دستور در میان معصومان و پیروانشان^۱ و نیز در بین عالمان دینی در ارتباط با هم^۲ و نیز در ارتباط شاگردان با استادان خویش رایج بوده است.^۳ در همین راستا مرحوم استاد سعادت پرور نیز در سفرهای خود یا شاگردان، نامه هایی به آنان نوشتند که تاکنون ۲۸ نامه در کتاب رسائل عرفانی منتشر شده است.

ایشان در نامه سیزدهم از نامه های عرفانی خود در سیزده بند راهنمایی های سلوکی راهبردی و جامعی ارائه فرموده و در آغاز آن تصریح فرمودند: «لازم دانستم اموری که در سلوک الی الله به نفع سالک است، تذکر دهم؛ در صورت مراعات، ره صدساله، یک ساله طی شود، ان شاء الله» (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۰). همان طور که استاد خود نیز تصریح فرمودند، این نامه حاوی مطالب بسیار مهم و جامعی است^۴ و به همین دلیل محورهای اصلی الزامات معنوی تعامل با فضای دیجیتال نیز از همین نامه استخراج شده است.

۱. تعداد زیاد یاز این نامه ها را مرحوم آیت الله میانجی در دو کتاب مکاتیب الرسول ﷺ و نیز مکاتیب الأئمة علیهم السلام جمع آوری کرده است.

۲. مانند نامه های خواجه نصیر الدینی طوسی و صدرالدین قونوی به هم در کتاب المراسلات بین صدرالدین القونوی و نصیرالدین الطوسی نیز مانند نامه های مبادله شده بین علامه سید عبدالحسین شرف الدین و شیخ سلیم بشری رئیس وقت دانشگاه الأزهر در کتاب شریف المراجعات و نیز مانند نامه های مرحوم سید احمد کربلابی و محقق اصفهانی به همدیگر در کتاب توحید علمی و عینی.

۳. نامه های فراوان مرحوم قطب الدین محمد به شاگردان خود که در شهر «إخوان آباد» از توابع جهرم شیراز ساکن بودند نوشته است و در کتاب مکاتیب قطب جمع آوری شده و نیز نامه های برخی بزرگان معاصر که در کتاب تذکرة المتقین تدوین شده است در همین راستا است.

۴. استاد بزرگوار حضرت حجت الاسلام دکتر وزیری بر این نامه شرحی زیبا و خواندنی نوشته اند که نگارنده پیش از تالیف تحقیق حاضر آن را دیده و از آن استفاده کرده است. شایسته است آن شرح زیبا خوانده شود.

۳. الزامات قرآنی و روایی سلوک معنوی در فضای دیجیتال براساس اندیشه سلوکی استاد با تأکید بر نامه عرفانی ایشان

در این بخش، تحلیلی بر سیزده بند موجود در نامه شماره ۱۳ استاد با کمک اندیشه‌های استاد در همه آثار عرفانی ایشان، و ارتباط مستقیم آنها با فضای دیجیتال که قابلیت دارد الگوی رفتاری و هنجاری تعامل سالک با این محیط را هم تبیین کند ارائه می‌شود:

۱. فعل واجبات و ترک محرمات، پس از آن مستحبات را حتمی‌المقدور به جای آورد و ترک مکروهات کند (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). در روایات متعدد انجام‌دهنده واجبات را بهترین مردم معرفی فرموده و ترک گناهان را کارسازترین وسیله تقرب بیان فرمودند (ر. ک: کلینی، ۱۴۰۷، ج ۲، صص ۸۰-۸۱). استاد نیز همواره تأکید دارند بنیاد اصلی و همیشگی سلوک، انجام واجبات و دوری از گناهان است (سعادت‌پرور، ۱۳۸۳، ص ۴۷۴) و همین عمل، بالاترین ریاضت است (رخشاد، ۱۴۰۰، ص ۶۲). ایشان تأکید دارند همه واجبات و محرمات و مکروهات و مستحبات در گفتار و رفتار انسان اثر تام در رشد معنوی و رجوع به فطرت توحیدی دارند (سعادت‌پرور، ۱۳۸۵، ج ۳، ص ۱۰۲) و انجام واجبات و ترک گناهان، آغاز توجهات معنوی انسان به مراقبت حضور خدای متعال در همه شئون زندگی خود است که هرگز کاری که مخالف این حضور خدای متعال است مرتکب نشود (سعادت‌پرور، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۵۰۰) و اگر کسی واجبات و محرمات آشکار و معلوم و واضح را بیاموزد و به آنها مقید شود، بیش از نیمی از راه سلوک معنوی را رفته است (میرکنی بنادکی، ۱۴۰۱، ص ۷۲).

فضای دیجیتال نیز مانند فضای ارتباطات سنتی، آکنده از انواع محرمات است؛ بلکه برخی محرمات در این فضا پررنگ‌تر و نیز بستر آنها فراهم‌تر و لغزنده‌تر است. از انواع محرمات سمعی - بصری چون نگاه به نامحرم، خلوت با نامحرم (که مصادیقی مانند حضور در فضای خصوصی و به صورت پیام شخصی (P. V = Private Message) دارد که در مواردی می‌تواند مکروه یا حرام باشد). گفتگوی غیرمجاز، نگاه به حریم خصوصی دیگران، تا شنیدن و دیدن سخنان

غیبت و تهمت و شایعه و ... که لازم است از آنها اجتناب شود. محرمات پیچیده‌ای نیز وجود دارد مانند حضور در سایت‌های ضد ارزشی که تعداد بازدید آن را بالا می‌برد و تحلیل‌های آماری نادرستی بر ضد جامعه اسلامی ایجاد می‌کند، همچنین پخش پیام‌های متنی و صوتی و تصویری شامل تهمت‌ها و افتراات و فروارد آنها برای دیگران مصداق نهی شدید قرآن درباره تهمت است (نور، ۱۱). در مقابل این افراد باید به حکم قرآن (نور، ۱۲)، افترا و تهمت بودن آن را بیان کرد و نباید با سکوت خود شریک آن شد، همچنین از پخش و ارسال و فروارد هر پیام غیر یقینی و نادانسته باید جداً دوری کرد همان‌طور که قرآن آن را گناهی بزرگ معرفی فرموده است (نور، ۱۵).

واجبات این فضا نیز می‌تواند تحصیل علم واجب یعنی آموزه‌های دینی اساسی یا انجام کارهایی در راستای اداره معاش و امور اداری که هیچ کدام از راه سنتی میسر نباشد یا دشوار باشد و نیز یا نهی از منکر، امر به معروف و تبیین ارزش‌های الهی و دفاع از آموزه‌های صحیح باشد که از فرصت‌های بسیار خوب فضای دیجیتال است.

با ظهور اینترنت اشیاء و گسترش خارق‌العاده هوش مصنوعی، امکان تصرف در اموال خود و دیگران نیز بیش از وضع حاضر (که فقط در حد جابه جایی و سرقت پول دیجیتال است) فراهم می‌شود در نتیجه عرصه برای انواع وظایف و واجبات و نیز جرم و بزه و گناه بیش از پیش فراهم خواهد شد.

۲. ملازمت استاد و عمل به گفتار ایشان، و ذکر حالات و مقامات و مشاهداتی که پیش می‌آید؛ بلکه اگر خوابی هم باشد بگوید، و اظهار نظر نکردن در نظر استاد (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). اطاعت بی چون و چرا از واسطه فیض الهی و اذن گرفتن از او در کارها از دستورات قرآنی است (نساء، ۶۵؛ آل عمران، ۵۰ و ۳۱؛ نور، ۶۲). آیت الله سعادت پرور در معرفی عالمان بالله یعنی همان استادان تربیتی فرموده است کسی که یا از عالمان نباشد یا به ایشان مرتبط نشود، از راه راست به انحراف و تبعیت از نفس کشیده می‌شود (سعادت پرور، ۱۳۸۵، ج ۴، ص ۳۰۶) و همان‌طور که عقلاً بدون

استاد نمی‌توان بر هیچ یک از علوم مادی آگاهی یافت، سیر و سلوک نیز که فراتر از هر علمی و مشکل‌تر از هر هنری است، بدون راهنما میسر نیست (سعادت‌پرور، ۱۳۶۸، ج ۳، ص ۱۱) و بدون شک سالک آن هنگام به ساعات ابد و گشودن درب معرفت و حیات طیبۀ شهود می‌رسد که مورد قبول اولیای دین، بزرگان از اهل معرفت و مربیان کامل قرار گیرد (رخشاد، ۱۴۰۰، ص ۴۴۷).

همان‌طور که در روزگار کهن، نامه‌نگاری جایگزین ارتباطات حضوری با استاد در موارد ضرورت بوده است، در عصر ارتباطات مدرن نیز ملازمت با جلسات دیجیتال استاد که به صورت صوتی یا صوتی - تصویری و قابل ذخیره کردن نیز هست، به مراتب قوی‌تر از نامه‌نگاری است و سالک نباید این فرصت‌ها را از دست دهد و اگر استاد او کانال یا هر پلتفرم دیجیتال دیگری دارد که جلسات او را بارگزاری می‌کند را گوش دهد و بهره برد. نیز اگر استاد او نیز در فضای دیجیتال حضور دارد، با کسب اجازه، در این فضا به صورت ارتباط مستقیم در پی وی با وی ارتباط بگیرد و البته بدون شک این ارتباط در حال ضرورت است و سالک نباید دنبال جایگزینی آن با ارتباط در فضای حضوری باشد که آثار آن بیشتر است و از طرف دیگر، نفس تنبل است و راحت طلب و مبادا با این بهانه از فیض ارتباط حضوری محروم شود.

۳. از افراط و تفریط در هر امری، احتراز جوید (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). طبق نصوص عدیده، مطلوب در همه کارها همان میانه و اعتدال است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۵۴۱). استاد سعادت‌پرور، فلسفۀ وجودی رهبران الهی را هم همین گسیل انسان‌ها در راه اعتدال دانسته در امور عالم طبع دانسته تا به این وسیله به ملکوت و فطرت توحیدی خویش متوجه شوند و به غرض غایی از خلقت نایل گردند (سعادت‌پرور، ۱۳۸۶، ج ۳، ص ۵۴۹)؛ زیرا اگر انسان بخواهد از اعضا و جوارح خود بیش از اعتدال استفاده نماید، از غرض غایی خلقت باز می‌ماند (سعادت‌پرور، ۱۳۸۶، ج ۲، ص ۸). از منظر استاد، میانه‌روی شامل همه ساحت‌های زندگی مادی و معنوی است و از این رو تأکید دارند سالک باید از افراط و تفریط

در تمام امور^۱ بپرهیزد تا بتواند در هر مقصدی موفق باشد (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۱۸۷). در این میان، ایشان با الهام از فرازهایی از نصوص دینی بر دو رفتار انگیزشی و ارتباطی یعنی «خوردن» و «گفتن» دست گذاشته و اعتدال در آن دو را بسیار مهم می‌دانند و می‌نویسند: اگر انسان گفتن و خوردن را از حد بگذراند، قطعاً سبب دوری از یاد خدا و هدف اصلی خلقت خواهد شد (سعادت پرور، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۳۴۵).

استاد از مرحوم علامه نقل کرده‌اند که اعتدال سبب می‌شود قوا و اعضای متکثر بدن که هریک خواسته و میلی دارند و می‌خواهند در میل خود یکه‌تازی کنند، بر محور وحدت و هم‌سانی جمع شوند و در نتیجه انسان از تشتت آزاد شده و یک‌دست و شبیه بسیط‌الذات [خدای متعال] شود و همان‌طور که آب و گل انسان وقتی به اعتدال رسید قابلیت دریافت روح انسانی یافت، فروغ عالم جان و انوار الهی نیز وقتی به انسان می‌رسد، که بدن انسان در افعال و کردارش در حال اعتدال باشد (سعادت پرور، ۱۳۸۳، صص ۲۹۷-۲۹۶).

این الگو همان‌طور که استاد فرمودند «در هر امر» یعنی فراگیر است و در نتیجه شامل استفاده کمی و کیفی از فضای دیجیتال نیز می‌شود؛ بدین معنا که نه نفی آن درست است و نه غلتیدن در آن بی‌هیچ مهار و برنامه‌ای صحیح است و راه میانه استفاده از آن در چارچوب مشخص و فرصت مشخص است که در دیگر بندهای مقاله فرارو این حدود مشخص شده است؛ و اگر بدون برنامه و با زیاده‌روی باشد، مشمول همان پرگویی است که استاد در بند قبل در نکوهش آن اهتمام فراوان داشتند یا پرشنوی که در بند بعد بیان خواهد شد.

۴. از استماع سخن‌هایی که تفرقه‌ی حواس می‌آورد، ... باید احتراز جست (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). قرآن مومنان را با وصف پرهیز از هر نوع بیهودگی می‌ستاید و در این

۱. استاد از مرحوم علامه نقل کردند که اعتدال در همه امور خوب است مگر در مراقبه که در مراقبه و توجه هرچه بیشتر شود بهتر است. البته گاهی برخی ریاضت‌ها [که به ظاهر خارج از اعتدال است] جنبه دارویی و درمانی دارد مثلاً کسی قدری در تغذیه بر خود سخت بگیرد تا نفس از عادت به پرخوری خارج شود. این مطلوب است (سعادت پرور، ۱۳۹۷، ج ۲، ص ۱۲۴).

میان گفتارهای بیهوده نقش اساسی دارند (مومنون، ۳؛ قصص، ۵۹)؛ همچنین برخی سخنان را سخنان لهُو یعنی غفلت‌زا دانسته است (لقمان، ۶) از منظر استاد، آرامش ذهن جهت تربیت عرفانی دارای اثر مهمی در توجه به فطرت است و تشتت فکر و فراوانی مشغولیت ذهنی^۱ باعث دور شدن یاد خدا و توجه نداشتن به فطرت است (سعادت‌پرور، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۲۱۶؛ ج ۲، ص ۲۳۲)؛ و انسان تا در تفرقه و تشتت و پراکندگی به سر می‌برد، با اهریمن (نفس و شیطان و تعلقات) قرین است (سعادت‌پرور، ۱۳۶۸، ج ۴، ص ۳۱۱). توصیه استاد در این زمینه، دوری از زوائد زندگی از خوراک و سخن و پوشاک و ... است که از اسباب فراغت ذهن هستند (سعادت‌پرور، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۲۳۲؛ ج ۳، ص ۳۴۸). در عصر دیجیتال، بسیاری از کالاهای اطلاعاتی همین سخنان لهُو است. با الغای خصوصیت می‌توان گفت مقصود استاد فقط ارتباطات سمعی و صوتی نیست؛ بلکه هر صوت و سخن و تصویر و صورت و متن تفرقه‌آور که با گوش شنیده شود یا با چشم دیده شود و چه در فضای سنتی یا فضای دیجیتال باشد همه را دربرمی‌گیرد؛ بلکه ارتباطات تفرقه‌آور در فضای دیجیتال بسیار بیشتر از واقعی است که به جهت ماهیت صوتی - تصویری که دارند، ذهن و فکر و حواس را به کلی درگیر می‌کنند. از طرف دیگر، انسان می‌یابد هر فکر و اندیشه‌ای به دهها فکر دیگر متصل است که ربط آنها به هم نیز بسا بر شخص آشکار نباشد و اگر ذهن و خیال رها شوند زنجیره‌وار به صورت تداعی در ذهن مرور می‌شوند و ساعت‌ها انسان را به خود مشغول می‌کنند و سر از جاهایی درمی‌آورد که خود فرد تعجب می‌کند. همین‌طور فضای دیجیتال نیز با صفحات رنگارنگ و لینک‌هایی و فرامتن‌هایی که هر کدام به دهها لینک متصل است، گاه مخاطب را

۱. مقصود استاد، مشغولیت ذهن به امور دنیوی و معاش و دریافت‌های انسان از چشم و گوش و خیال و وهم خود است که همگی اموری جزئی و گذران و ناپایدار و میرا و نامانا هستند و انسان را به شدت به خود جذب و مشغول می‌کنند و از تفکر در امور کلی که نجات انسان در آن است باز می‌دارند. بزرگان معنوی تأکید دارند انسان به جهت سنخیت با امور کلی چون معرفت خدا و صفات بی‌انتهای او و مبدا و معاد و جهان ملکوت، با توجه به همان امور رشد و ترقی می‌کند و دلی که از آن توجهات غافل شود به امور جزئی مادی متوجه می‌شود که اینها هم ریشه‌های شهوات و هوس‌ها و حیوانیت است (قطب بن محیی، مکاتیب، ص ۳۱).

ساعت‌ها به خود مشغول می‌کند که بسا در عالم خیال خود این اندازه مشغله نمی‌توانست بیافریند و همین‌ها دستمایه برای اشتغال ذهنی او در اوقات آفلاین نیز هست! واضح است این اشتغال‌های عنان‌گسیخته حاصلی جز تفرقه ندارد و راهی برای آرامش ذهن نمی‌گذارد. از طرف دیگر، تغذیه ذهن هم مثل جسم است و نباید آشفته و بدون نظم زمانی و بی‌ربط و نجویده و با عجله باشد و در غیر این صورت، همان‌طور که خلط حاصل از آن غذا ناگوار و مایه بیماری و رنج تن است، محصولات ذهنی و خیالی حاصل از انباشت فراوان و بی‌هدف و بی‌کاربرد داده‌ها و تصاویر دیجیتال نیز جذب ذهن و فکر نمی‌شود و به دانایی و اعتقاد تبدیل نمی‌شود؛ بلکه فقط در سبب شلوغی ذهن و غفلت از تفکرات والا می‌شود.

۵. مراوده با سالک مراقب، بسیار خوب است، ولی اگر صاحب عقاید خاص باشد، نسبت به امور سلوکی، نباید جز به آن چه استادش دستور می‌دهد، متوجه باشد، زیرا ایجاد تفرقه می‌کند (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). فضای دیجیتال، دسترسی به همه افکار و اندیشه‌ها از جمله مطالب و روش‌های سلوکی استادان یا مدعیان اخلاق و تربیت را «سریع» و «آسان» کرده است؛ بنابراین، داده‌های متنی و صوتی و تصویری معنوی و سلوکی در فضای دیجیتال مانند جلسات و مواظط عالمان اخلاق و معنویت نیز باید تحت کنترل باشند که سالک باید مواظبت کند اگر از افاضات دیگر عالمان اخلاق بهره می‌برد، مبدا خلاف نظر استاد خود باشد یا مبدا دستورالعمل خود را از آنان بگیرد. به علاوه تشتت آرا و افکار و اندیشه‌های معنوی که در فضای دیجیتال با آن مواجه است تفرقه‌ساز است.

۶. همچنین از مراوده با اشخاص بی‌مبالات در گفتار و رفتار- اگر چه سالک باشد- باید احتراز جست... با اهل دنیا و کسانی که جز هم خوردن و خوابیدن و به سر این و آن زدن همی ندارند، مراوده مضرّ است مگر به قدر ضرورت (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). قرآن کریم، از حسرت‌های اخروی انسان را دوستی با افراد بی‌مبالات معرفی فرموده که او را از یاد خدا بازداشتند (فرقان، ۲۸-۲۹)؛ همچنین دستور داده است از کسانی که تنها به امور دنیوی دلخوش کرده‌اند روگردان

شوید (نجم، ۲۹-۳۰) و در حدیث است همه بدی در همنشینی با بدکاران است (آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۳۴۰) و مانند نسیمی که بر بوی گند بگذرد بوی گند می گیرد، مومن را که چون نسیم لطیف است با تعفن خود آلوده می کنند (آمدی، ۱۴۱۰ق، ص ۴۲۰). از منظر استاد، معاشرت با اینان، سالک طریق الی الله را از توجه به فطرت باز می دارد (راز دل، ۱۳۸۳، ص ۴۲۰)؛ و قطع ارتباطات اجتماعی برای خدا و دوری از معاشرت با فردی که مانع توجه به خدای متعال و سبب توجه به مادیات و فراموشی مبدا و معاد هستند، یک قاعده سلوکی است (سعادت پرور، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۴۰۰؛ سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۱۸۷). در مقابل، برای تقویت تقوا و یقین، باید با اهل حق همراه و همنشین بود (رخشاد، ۱۴۰۰، ص ۵۱۰) و همنشینی با عالمان اهل عمل، باعث استفاده از سخن و رفتار آنان است (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۱۸۶).

در فضای دیجیتال نیز بسیاری از کسانی که شبانه روز در این محیط پرسه می زنند و به وب گردی و لینک بینی و کانال خوانی و جر و بحث و داد و فریاد و جدال در گروه های دیجیتال اعتیاد دارند و برای اهداف مادی و لذایذ دنیوی و افکار شیطانی خود محتواهایی را بارگزاری می کنند، اهل دنیا هستند و پیام دهی و پیام گیری صمیمانه با آنان در فضای دیجیتال، همگی از جنس معاشرت و دوستی ورزیدن و همان معاشرت دیجیتال است؛ بلکه از جهاتی از معاشرت در فضای سنتی و چهره به چهره بیشتر ضرر دارد؛ زیرا بسا خود را در نقابی موجه پنهان می کنند و نیز پیام هایی که مخابره می کنند باز نمود واقعیت درونی تیره و تاریک خود آنان است و آن را با رنگ و لعاب سخنان جذاب یا انواع روش های تزئین گرافیکی و امثال آن آراسته می کنند. قرآن می فرماید همواره کسانی در برابر جریان حق بوده اند که سخنان نادرست و به ظاهر آراسته را برای هم ارسال می کنند (انعام، ۱۱۲). در زمان ما «سخن»، فقط گفتار کلامی نیست و هر نوع پیام غیر کلامی و تصویر و هر نوع نماد و نمایی و شمایل دیجیتالی که محتوای نادرست را به تزئینات شیطانی بیاراید را شامل است. در اینجا هم باید به قدر ضرورت کاری و شغلی و اداری و اقتصادی و علمی و امثال آن از نیازها با این

فضا و برخی از ساکنانی که در آن هستند و اهل دنیا هستند معاشرت کرد.

۷. سالک باید هم خود را صرف «خود» کند و به «خود» پردازد (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). این توجه به خود، همان توجه به خدای خود است همان‌طور که خداوند فرموده است غافلان از یاد خدا از خود نیز غافل‌اند (حشر، ۱۹)؛ همچنین این غفلت، هر نوع امر غفلت‌زا را دربرمی‌گیرد و در قرآن که هشدار داده است مال و فرزند شما را از خدایتان غافل نکنند (منافقون، ۹)، نمونه است و مال اعم از هر دارایی بی‌جان و فرزند اعم از هر دارایی جان‌دار است به همین دلیل امام در حدیثی فرموده است هر چیز انسان را از یاد خدا غافل کند نوعی قمار است که جان و حقیقت انسان را می‌برد و لذت و خواهشی موقت را می‌دهد و این زیان بزرگی است (طوسی، ۱۴۱۴ق، ص ۳۳۶). از منظر استاد، راهکار محوری برای توجه به «خود»، مراقبه است که عبارت است از جهت‌دادن همه کارهای سالک به سوی خدای متعال تا آرام آرام همه نیات و تمایلات او الهی شود (رخشاد، ۱۴۰۰، ص ۴۰۸)؛ بدین معنا که انسان از خود و اعمالش و انگیزه‌ای که در آن اعمال دارد غافل نباشد و اگر لحظه‌ای از خود غافل شود و نداند کاری که می‌کند چه سمت و سویی دارد این با مراقبه سازگار نیست (وزیری، ۱۳۹۸، ص ۱۳۹). واضح است ارتباط با فضای دیجیتال با توجه به تنوع و جذابیت‌هایی که دارد و انسان را به فضاهایی در سطح جهانی می‌برد، ظرفیت غفلت‌زایی فراوانی دارد و از این‌رو سالک نیازمند مدیریت و مراقبت جدی است که او را از توجه به خود غافل نکند. در اصل اشتغال به «خود» و فهم حقیقت «خود» و تعالی «خود»، محور اصلی سلوک معنوی است که جز با داشتن خلوت‌هایی در طول شبانه‌روز و بلکه فراغت باطن و حضور ذهن در معنویات درحالی که سالک در میان جمعیت و اجتماع است، میسر نیست ولی انسان معاصر به محض فراغت اجتماعی، تازه لاگین می‌شود و دل به شلوغی فضای شبکه‌ای دیجیتال می‌سپرد و جهان شبکه‌ای و اعتیاد اینترنتی، تمام فرصت‌های خلوت او را هم با غوغای خود پر کرده است. یکی از نامه‌های عرفانی استاد (نامه شماره ۱۴). نامه‌ای است در آداب مسافرت که در آغاز آن نوشته‌اند: اساتید، مشایخ و

بزرگان طریقت را نظری نسبت به سالکین الی الله است در امر مسافرت، مگر این که واجب باشد یا جهات مرجحی در بین باشد؛ لذا خوب است سالک از مسافرت نمودن خودداری کند، حتّی المقدور. مثّل سالک، مثّل درختی است که مدتی بی برگ و بار بوده و وجودش را ثمره‌ای نبوده، ولی قوّه‌ی این را داشته که اگر باغبانی خیر به او برسد و کود، پایش بریزد و شاخه‌های زیادی‌اش را قطع نماید، در مدّتی دارای برگ‌های سبز و رشد عجیبی می شود و میوه و ثمره‌ی خود را می دهد؛ به شرط این که از جای خود، به جای دیگر منتقل نشود تا خوب قوّت بگیرد و الا انتظار خرّمی و میوه از او داشتن، مشکل است؛ بلکه ممکن است همین انتقال، موجب خشک شدنش از اصل بشود...؛ لذا لازم است بر فرض لزوم مسافرت، مواظبت بر چند امر: ... (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۲). می توان گفت علت اصلی این هشدارها همان تفرقه ذهن و خروج از توجه به «خویشتن» است که در سفر رخ می دهد. حضور در فضای دیجیتال نیز تا حدودی همان مناط سفر را دارد و بلکه سفرها به اقصی نقاط جهان در این فضا اتفاق می افتد که نیاز به مراقبت و دقت را چند برابر می کند.

۸. عمر خود را به گفتار در عقب این و آن- اگر چه غیبت نباشد- نگذراند. از سخنان بی فایده احتراز جوید. سکوت را شعار خود قرار دهد مگر به قدر احتیاج؛ زیرا بیشتر لغزش‌ها، سببش زبان است (سعادت پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). فریقین روایت کرده اند که مردی از پیامبر ﷺ توصیه خواست. ایشان فرمودند: زیانت را کنترل کن. او تا سه بار این درخواست را تکرار کرد و همان را شنید. در بار سوم پیامبر افزودند: وای بر تو! آیا جز دستاوردهای زبان است که مردم را با بینی در جهنم می افکند؟! (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۱۵؛ ترمذی، ۱۹۹۸م، ج ۴، ص ۳۰۸). این بند از نامه استاد، از دو نوع ارتباط نهی فرموده است: بیهوده یعنی بدون فایده؛ با فایده و مورد نیاز اما در کمیت و کیفیت باید در حد رفع نیاز باشد. این دو قید، مخصوص ارتباطات شفاهی و حضوری و سنتی نیست، بلکه هر نوع ارتباط متنی، تصویری، صوتی و انواع آیکون‌ها و شکلک‌ها و خلاصه فرستادن هر نوع پیام را شامل است؛ همان طور که در احکام فقهی نیز در ذیل نهی قرآن از غیبت، فقیهان آن را

منحصر در غیبت با زبان یا کلمات صریح زبانی نفرموده بلکه هرنوع بدگویی پشت سر دیگران که با زبان یا نوشتار یا کنایه یا اشاره یا حتی رفتار (ارتباط غیر کلامی) باشد را غیبت می‌دانند (شهید ثانی، بی‌تا، ص ۳۰۳؛ اردبیلی، بی‌تا، ص ۴۱۷). نیز سالک معنویت که کاربر این فضا است باید مواظبت کند این پیام‌های دیجیتال بیهوده نباشد یا فراتر از نیاز مبادله نشود و برای انبوه کانال‌ها و گروه‌هایی که گاه در آنها عضو است فکری بکند. مخازنی از داده‌های دیجیتال که بسا مطالب آنها مفید نیست یا اولویت ندارد یا اصلاً وقت نمی‌کند ببیند و اگر هم ببیند این همه داده را نمی‌تواند پردازش کند و در زندگی به کار برد. سالک راه معنویت اگر بخواهد در فضای دیجیتال به این دستور عمل کند باید از پیگیری لینک‌ها و کانال‌ها و سایت‌هایی که نیاز ندارد خودداری کند و مبادا مصداق این حدیث باشد که فرموده است: برخی افراد دنبال‌رو هر صدایی هستند (صدوق، ۱۳۶۲ ش، ج ۱، ص ۱۸۶). قرآن برخی سخنان را سخنان به ظاهر آراسته اما فریبنده نامیده است که منشأ آن نیز القائنات شیاطین جنی و انسی هستند (انعام، ۱۱۲). فضای دیجیتال هم در کنار همه مزیت‌هایی که دارد و عرصه حضور اهل کمال نیز هست، مانند فضای سنتی عرصه حضور شیاطین انسی نیز هست با این تفاوت که انواع پیام‌های مکتوب و غیرمکتوب با رنگ و لعاب‌های سمعی و بصری آراسته شده در این فضا بسیار فریبنده‌تر و نافذتر از پیام‌های فضای سنتی هستند و بسا به گونه‌ای در دستگاه فکری و بینشی و نگرشی کاربر نفوذ می‌کنند و کنش‌های او را به سویی خاص برانگیخته می‌کنند که اصلاً متوجه نشود در مسیر انحراف است. سکوت دیجیتال یعنی، پرهیز از لغویات دیجیتال از نیازهای همه انسان‌های غرق‌شده در فضای دیجیتال است که متخصصان علم ارتباطات در مغرب زمین به آن توصیه می‌کنند.^۱ این ضرورت برای سالک معنویت دوچندان است.

۱. تیفانی شلین در کتاب «24/6 The Power of Unplugging One Day a Week» به صراحت از روزه تکنولوژی و قدرت آفلاین‌بودن سخن گفته و دوری یک شبانه‌روز در هفته از تکنولوژی را مایه سلامت جسم و روان انسان می‌داند.

۹. از خواهش‌های نفسانی - حَتَّى‌المقدور و مع تشخیص - احتراز جوید، در هر امری و با سرکشی نفس استخاره کند که لااقل مرجّحی برای فعلش پیدا شود (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). منظور از خواهش نفس در اینجا، همان تمایلات فراتر از نیاز طبیعی و بر فرض حلال بودن است. استاد تأکید دارند طغیان غریزه‌ها و هوس‌ها و برانگیختن شهوت‌ها و آرزوها می‌شود و در این حال اعضا و فکر و دل و قوای برونی و درونی، بر خلاف هدفی که خداوند آن‌ها را برای آن خلق کرده است، عمل می‌کنند و بنده از حرکت در راه فطرت، رسیدن به هدف خلقت، رستگاری و دستیابی به نعمت‌های مادی و معنوی در دنیا و آخرت منحرف می‌شود (سعادت‌پرور، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۳۴۵). اکنون به فضای بی‌وزنی و سریع و رنگارنگ دیجیتال نگاه می‌کنیم و گستردگی بی‌پایانی از گزینه‌ها که در گسترده بازارهای محلی و منطقه‌ای و فرمانطقه‌ای و جهانی در اختیار کاربر می‌گذارد و می‌تواند همدست با تمایلات تخیلی و سمعی و بصری، کاربر را یکسره در ارضای خواهش‌های نفسانی از لذات مادی و دنیوی و میل به انواع خوردنی و پوشیدنی و خرید تجملات تا تمایلات جنسی غرق کند؛ با اینکه نفس انسان در درون خود به اندازه کافی از آزمندی و صحنه‌سازی ابلیسی نفس و شیطان آسیب می‌بیند؛ همان‌طور که امام علی علیه السلام در دعای صباح فرموده است: وای بر نفس من برای صحنه‌سازی‌های فریبده‌ای که خیالات و آرزوهای دنیوی برایش رقم زد (مجلسی، بحارالانوار، ج ۸۴، ص ۳۴۰) که این ترغیب‌های نفسانی با هیجان‌آفرینی و القائات فضای دیجیتال چندبرابر می‌شود. در جهان پیشادیتال، امام علی علیه السلام از هوای نفس و خواهش‌های مادی که در غرایز انسان وجود دارد و شیطان نیز با خیال‌آفرینی در فکر و ذهن و تزئین‌های آن را در درون انسان زیبا نشان می‌دهد و دست در دست هم او را به گناه می‌کشانند ناله می‌کند (طوسی، مصباح‌المتجهّد، ج ۲، ص ۸۴۶) و در فضای دیجیتال، جلوه‌ها و جذابیت‌ها و تمتعات مادی در دسترس در این فضا و یا در عالم بیرون اما با کمک این فضا که دستیابی به آن را تسریع و آسان کرده است، قدرت اغواگری بسیار بالاتری را ایجاد کرده‌اند که روشن

است مراقبت سالک در برابر این خواهش‌های سبک‌وزن اما بسیار اثرگذار، باید دوچندان شود.

۱۰. داخل هر کار و عملی، بدون تأمل-اگرچه مدّتی طول کشد-نشود، و مشورت با استاد و دوستان سالک هم بسیار لازم است (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). قرآن کریم سرشت انسان را آمیخته با عجله معرفی فرموده (انبیاء، ۳۷) و روایتی شگفت فرموده است جز عجله انسانها را نابود نمی‌کند و اگر مردمان درنگ می‌کردند هیچ کس آسیب نمی‌دید (برقی، ۱۳۷۱ق، ج ۱، ص ۲۱۵). فضای دیجیتال به دلیل سرعتی که ذات خود دارد، این خوی عجله را در مخاطب پرورش می‌دهد و او را وامی‌دارد فوراً هر لینکی را دنبال کند و در انبوه سایت‌ها و گروه‌ها و کانال‌ها و صفحات مجازی بگردد و عضو شود و ببیند و بشنود و بپذیرد و معتقد شود و بخرد و اقدام کند و ... سالک باید درباره این رفتارهای خود بسیار تأمل کند و با استاد و دوستان مومن خود مشورت کند.

۱۱. اموری که برای سالک پیش می‌آید، از گفتن به غیر از استاد، باید احتراز کند تا زمانی که نفس او به مرحله‌ی اطمینان نرسیده است (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). رازداری و افشانکردن سر از صفات الهی است (جن، ۲۶) و از منظر استاد، هر عارفی که بخواهد از جمال و کمال محبوب آن‌گونه که مشاهده نموده سخنی بگوید، باد صبا و نفحات قدسی که خود آن اسرار را از جانب محبوب برای او به ارمغان آورده‌اند، با مرگ طبیعی یا محروم ساختن از کمال به گفتار او خاتمه می‌دهد (سعادت‌پرور، ۱۳۶۸، ج ۲، ص ۷۷). مقصود استاد این است که اگر نفس به اطمینان نرسد، نمی‌تواند تشخیص دهد چه رازی را حق اظهار دارد و نیز بسا به شهرت و رذایلی چون خودپسندی مبتلا شود. سالک باید از بیان این امور در فضای دیجیتال بپرهیزد که ضررهای عدم کتمان اسرار در فضای دیجیتال بسیار هم ضرر آن بیشتر از فضای سنتی است و اصلاً قابل کنترل نیست که تا کجا پخش می‌شود و دست چه کسانی می‌رسد و پس از انتشار نیز به راحتی قابل حذف و اصلاح نیست و بسا ناممکن است.

۱۲. از بدبینی نسبت به عبد خدا باید احتراز جست و به فکر اصلاح خود افتاد، و موشکاف در خود شد تا عیوب دیگران، در نظر نیاید. البته مسأله‌ی امر به معروف و نهی از منکر مطلب دیگری است (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). قرآن فرموده است: ای مومنان، به خود پردازید. اگر شما هدایت یافته‌اید، آنان که گمراه مانده‌اند به شما زبانی نرسانند (مائده، ۱۰۵) و فرموده است: به شدت از گمانه‌زنی پرهیزید؛ زیرا پاره‌ای از گمان‌ها در حد گناه است و در کارهای پنهانی یکدیگر جست‌وجو نکنید. و از یکدیگر غیبت مکنید (حجرات، ۱۲). استاد معتقدند اگر کسی مشغول به عیوب مردم شود و از عیوب خود غافل شود، در ارتباط با خود به عُجب و خودپسندی و در ارتباط با مردم به سوء ظن و غیبت و اظهار عیوب آنان مبتلا می‌شود. و در نتیجه افراد جامعه از هم جدا شد و دچار درگیری می‌شوند (سعادت‌پرور، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۱۰۸). فضای دیجیتال پر از اخبار مبتنی بر ظن و گمان و حدس و تخمین و بلکه سوء نیت در تخریب و تهمت و افترا است که بیانات نافذ و آمیخته با تصاویر و احیاناً فیلم‌های واقعی یا مونتاژی و تقطیع‌شده، قدرت و ضریب نفوذ و باورپذیری آن را بسیار بالا می‌رود. پیگیری این اخبار و باور کردن آن و بدتر از آن نشر آنها از مصادیق بارز و برجسته این بند است.

۱۳. چون تمام مجاهدات و زحمات برای آن است که روح تقویت شود و نفس از این عالم طبیعت انقطاع پیدا کند؛ لذا در تقویت آن باید کوشید و تقویتش آن است که به امور مذکوره اهمیت داده شود، به قدر امکان، و از تقویت جهات مادی، بیش از مایحتاج، پرهیزد (سعادت‌پرور، ۱۳۹۰، ص ۲۳۱). بسیاری از جلوه‌های فضای دیجیتال برای پرورش غرائز مادی و خوی دنیاطلبی و افزون‌خواهی و وابستگی به زرق و برق‌های مادی و لذات سمعی - بصری است که انسان را خیره خود می‌کند و همان‌طور که قرآن از شیفتگی به شکوفه‌های زیبای زودگذر دنیا بر حذر داشته،^۱ سالک نباید شیفته این مظاهر شود. انسان در جهان

۱. و هرگز چشمان خود را به نعمت‌های مادی، که به گروه‌هایی از آنان داده‌ایم، مینکن! اینها شکوفه‌های زندگی دنیاست تا آنان را در آن بیازماییم و روزی پروردگار بهتر و پایدارتر است! (طه، ۱۳۱).

پیشاد دیجیتال و سنتی هم به تعبیر استاد، حرص سیری ناپذیری در ارضای غرایز دارد و همه صفات و اخلاق ناپسند و خودخواهی‌ها و هواپرستی‌ها، از حریص بودن نسبت به خواسته‌های بیش از اندازه مادی و غفلت از عالم روحی پدید می‌آید (سعادت‌پرور، ۱۳۸۶، ج ۳، ص ۳۷۸). بشر می‌خواهد با چشم خود به هر چیز نظر کند، و با گوش خود همه چیز را بشنود، و با زبان خود هر سخنی را بگوید، و با دست خود به همه چیز تجاوز کند، و با پای خود به هر کجا برود، و با شکم پر خوری کند و هر حلال و حرام را بخورد؛ و هکذا با شهوت و غضب، و سایر قوا می‌خواهد آزاد باشد، و مجاهده و ترک هوا و عمل به قوانین و اوامر و نواهی حضرت حق سبحانه، و اعتدال و میانه‌روی برای او سخت‌تر از پیمودن راهی است که بر روی شمشیر و مو باشد (سعادت‌پرور، ۱۳۸۳، ص ۲۹۳). روشن است به جهت سیالیت و در دسترس بودن گستره بی‌پایانی از کالا و بازار متنوع و پرننگ و لعاب دنیای دیجیتال، بسیاری از چیزهایی که در عالم بیرون در بستر زمان و مکان باید به آن رسید در اینجا یکجا و با سرعت فراهم است، و در نتیجه آن افزون‌خواهی و حرص در فضای دیجیتال بیشتر بروز می‌کند و از این‌رو سالک برای حضور در این فضا نیازمند مدیریت و مراقبت بیشتری است.

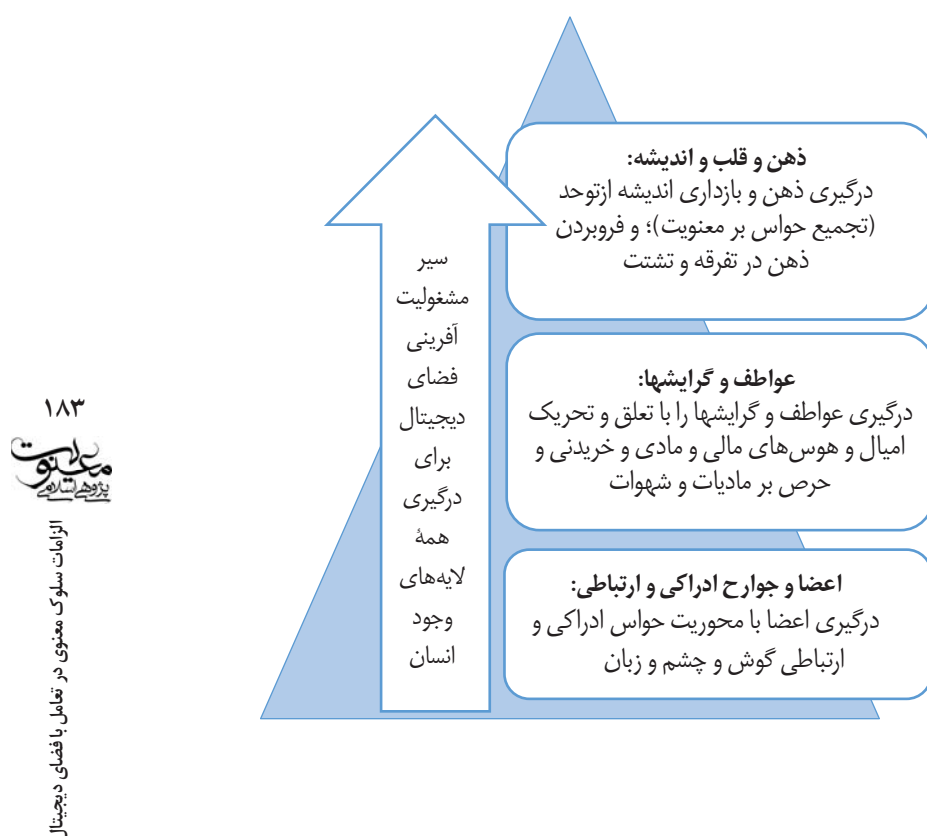
نتیجه‌گیری

استفاده از فضای دیجیتال برای کارهای اداری و اقتصادی و آموزشی و ترویجی و تربیتی بسیار سودمند است که از مزایایی چون دسترسی به انبوه داده‌ها تا سرعت و دقت و آسانی در حمل و جابجایی داده‌ها و تحلیل کارآمد آنها برخوردار است و گاه استفاده از این کارکردها واجب و ضروری است؛ اما تحلیل‌ها نشان داد فضای دیجیتال ضمن آنکه سودهای زیادی برای انسان سالک دارد، می‌تواند قتلگاه مومن و سالک باشد و گناهایی که در این فضا اتفاق می‌افتد بسا بدتر و کشنده‌تر از فضای بیرونی باشد. این گناهان اعم از گناهان جنسی است که تصور عموم بر این است که تنها گناه فضای دیجیتال است. انواع گناهان زبانی که مشترک میان فضای دیجیتال و فضای سنتی است

یا مخصوص این فضای مدرن است تا وب گردی لغو و بی سود و ارتباطات دیجیتالی بی فایده شامل تولید، ذخیره و ارسال داده‌های لغو بالاخص هر نوع غفلت از خود که با مراقبه و خود آگاهی و توجه به هدف به عنوان محور اصلی سلوک معنوی تنافی دارد، در این فضا پررنگ هستند و باید از همه آنها پرهیز کرد. این کار نیازمند آن است که سالک دنبال هر سایت و هر وبلاگ و کانال و گروه و هر متن و عکس و فیلم و لینکی نرود و با هر کس ارتباط نگیرد بلکه با مدیریت دقیق، به وقت نیاز آنلاین شود و در وقتی که واقعاً نیاز ندارد آفلاین باشد و با مراقبت کامل به اندازه ضرورت کاری از فرصت این فضا بهره ببرد و گرفتار جاذبه‌ها و دعوت‌ها و رنگارنگی آن نشود. محورهای اصلی کژکاردهای ارتباط با فضای دیجیتال در سلوک معنوی در نمودار زیر مشخص شده است.



قلب اصلی این کژکارکردها که همان ایجاد مشغولیت در همه لایه‌های وجود انسانی (به عنوان اصلی‌ترین مانع «توجه» به «خود» و معنویت) است، در نمودار زیر ارائه شده است.



طبق این نمودار، ابتدا حواس ظاهری ادراکی و ارتباطی از چشم و گوش و زبان درگیر می‌شوند. درحالی‌که قرآن از چشم‌دوختن و گوش‌سپردن به زرق و برق دنیا منع فرموده است (طه، ۱۳۱)؛ و سپس در اثر این دریافت‌های چشم و گوش، عواطف و گرایش‌ها و تعلقات به سوی همان خواسته‌های دنیوی گسیل خواهد شد یعنی دلخوشی انسان فقط همان خواسته‌ها خواهد شد و دیگر میل و رغبت و علاقه به امور معنوی تضعیف و بالاخره نابود خواهد شد؛ همان‌طور در وصف اهل دنیا قرآن فرموده است

آنان به همان خواسته‌های دنیوی دلخوش و شادمان می‌شدند (انعام، ۴۴؛ رعد، ۲۶؛ قصص، ۷۶) و در نهایت، فکر و اندیشه و بینش و ذهن پر از همین خواسته‌های دنیوی و تفکر در اطراف آنها و برنامه‌ریزی برای دستیابی به لذت‌های دنیوی و خواسته‌های مادی متمرکز خواهد شد و دیگر هیچ جایی و فرصتی برای تأمل در امور اخروی و زندگی ابدی و اعمال خوب و بد و مبارزه با هوس‌ها باقی نخواهد ماند؛ همان‌طور که قرآن فرموده است این خواسته‌های اندک و مادی، نهایت درک و معرفت آنها شده است (نجم، ۲۹ و ۳۰).

فهرست منابع

* قرآن کریم

- اردبیلی، احمد بن محمد. (بی تا). زبدةالبیان. تهران: المكتبة الجعفرية.
- اسمیت، فلیپ. (۱۳۸۷). درآمدی بر نظریه فرهنگی (مترجم: حسن پویان). تهران: پژوهش های فرهنگی.
- آریان پور، منوچهر (۱۳۸۵). فرهنگ انگلیسی به فارسی. تهران: جهان رایانه.
- آشوری، داریوش. (۱۳۸۷). دانشنامه سیاسی. تهران: مروارید.
- آمدی، عبد الواحد. (۱۴۱۰ق). غرر الحکم. قم: دارالکتاب الاسلامی.
- بدیعی، محمد. (۱۳۹۸). یادنامه عارف و اصل و مربی نفوس آیت الله سعادت پرور. قم: نشر تشیع.
- برقی، احمد بن محمد. (۱۳۷۱ق). المحاسن. قم: دارالکتب الاسلامیه.
- بلیک، رید؛ هارولدسن، ادوین. (۱۳۹۷). طبقه بندی مفاهیم در ارتباطات (مترجم: مسعود اوحدی). تهران: سروش.
- بوسا، ابو (۱۳۸۵). امپریالیسم سایبر (مترجم: پرویز علوی). تهران: ثانیه.
- ترمذی، محمد بن عیسی. (۱۹۹۸م). الجامع الکبیر. سنن الترمذی. بیروت: دارالغرب الاسلامی.
- توکل خیمینی، نیره. (۱۳۸۹). جامعه شناسی صنعتی. تهران: دانشگاه پیام نور.
- دادگران، سید محمد. (۱۳۸۴). مبانی ارتباطات جمعی. تهران: مروارید و فیروزه.
- ذوفن شهناز. (۱۳۸۶). کاربرد فناوری های جدید در آموزش. تهران: سمت.
- رخشاد، محمد حسین. (۱۴۰۰). در محضر ارباب معرفت (اقتباس از حلقات انس عارف عظیم آیت الله سعادت پرور). تهران: جلوه نور علوی.
- رزاقی، افشین. (۱۳۹۹). قرن تنهایی (چاپ اول). تهران: جوینده.
- سعادت پرور، علی. (۱۳۶۸). جمال آفتاب. تهران: موسسه انتشاراتی نور.

- سعادت پرور، علی. (۱۳۹۰). رسائل عرفانی. قم: تشیع.
- سعادت پرور، علی. (۱۳۸۵). سرالاسراء. قم: احیاء کتاب.
- سعادت پرور، علی. (۱۳۹۷). ثمرات حیات. قم: آفتاب فطرت.
- سعادت پرور، علی. (۱۳۸۳). راز دل. تهران: احیاء کتاب.
- سعادت پرور، علی. (۱۳۸۶). نور هدایت تهران: احیاء کتاب.
- ورنر، سورین؛ تانکارد، جیمز. (۱۳۸۶). نظریه‌های ارتباطات (مترجم: علیرضا دهقان). تهران: دانشگاه تهران.
- شکرخواه، یونس. (۱۳۸۵). خبر. تهران: دفتر مطالعات و توسعه رسانه‌ها.
- شهید ثانی، زین‌الدین. (بی‌تا). رسائل‌الشهیدالثانی. قم: بصیرتی.
- شیلر، هربرت. (۱۳۹۲). ارتباطات و سلطه فرهنگی (مترجمان: کاظم معتمدنژاد، رویا وکیل پور و شراره امیرخلیلی). تهران: نشر شهر.
- صدوق، محمدبن علی. (۱۳۶۲). الخصال. قم: جامعه مدرسین.
- طوسی، محمد بن الحسن. (۱۴۱۴ق). الأمالی. قم: دارالثقافة.
- فتحیان محمد؛ مهدوی نور، سیدحاتم. (۱۳۸۹). مبانی و مدیریت فناوری اطلاعات. تهران: دانشگاه علم و صنعت ایران.
- فرقانی، محمد مهدی. (۱۳۹۲). درآمدی بر ارتباطات سنتی در ایران. تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
- قطب بن محیی، مکاتیب، چاپ اول، قم: انتشارات قائم آل محمد عج، ۱۳۸۴ش.
- کاستلز مانوئل. (۱۳۸۹). عصر اطلاعات: اقتصاد، جامعه و فرهنگ (ظهور جامعه‌ی شبکه‌ای) (مترجمان: احد علیقلیان و افشین خاکباز). تهران: طرح‌نو.
- کراملیش کریستین. (۱۳۷۸). اینترنت (مترجم: آرین مهرناز). تهران: تورنگ.
- کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ق). الکافی. تهران: دارالکتب‌الإسلامیه.

- گنون، رنه. (۱۳۷۸). بحران دنیای متجدد (مترجم: ضیاء الدین دهشیری). تهران: امیرکبیر.
- گیدنز آنتونی. (۱۳۷۷). جامعه‌شناسی (مترجم: منوچهر صبوری). تهران: نشر نی.
- لهستانی‌زاده عبدالعلی. (۱۳۸۸). جامعه‌شناسی توسعه. تهران: پیام نور.
- محسنی، منوچهر. (۱۳۸۶). جامعه‌شناسی جامعه‌ی اطلاعاتی. تهران: دیدار.
- مجلسی، بحارالأنوار، دار‌احیاء التراث العربی، بیروت، چ دوم، ۱۴۰۳ق؛
- طوسی، مصباح‌المتنجد، مؤسسة فقه الشیعة، بیروت، چ اول، ۱۴۱۱ ق.
- مهدی‌زاده، سیدمحمد. (۱۳۹۲). نظریه‌های رسانه: اندیشه‌های رایج و دیدگاه‌های انتقادی. تهران: همشهری.
- میررکنی بنادکی، حمیدرضا. (۱۴۰۱). (سرویراستار و محقق). یاد استاد: مروری بر سیره علمی و عملی استاد آیت‌الله حاج شیخ علی سعادت پرور از زبان شاگردان و مصاحبان. تهران: فیض فروزان.
- هارت، هانو. (۱۳۹۲). مطالعات انتقادی ارتباطات (مترجم: سید محمد دادگران). تهران: نشر علم.
- هریس، مایکل. (۱۳۹۹). پایان غیاب (جنگ و صلح با اینترنت، در جستجوی حافظه‌ی از دست رفته). (مترجم: مجتبی ویسی). تهران: نشر خزه.
- Alidina, Shamash. (2010). *Mindfulness For Dummies*, Chichester, John Wiley & Sons, Ltd.
- Fiske, John. (2002). *Introduction to communication studies*; New York: Taylor & Francis e-Library.
- Shlain, Tiffany. (2019). 24/6: The Power of Unplugging One Day a Week.

References

*The Holy Quran

- Abu. (2006). *Cyber Imperialism*. (P. Alavi, Trans.). Thaniyeh. [In Persian].
- Alidina, S. (2010). *Mindfulness for Dummies*. John Wiley & Sons, Ltd.
- Amadi, A. W. (1991). *Ghurar al-Hikam*. Dar al-Kutub al-Islamiyyah. [In Arabic].
- Ardabili, A. b. M. (n.d.). *Zubdat al-Bayan*. Al-Maktabah al-Ja'fariyyah. [In Arabic].
- Aryanpour, F. (2006). *English-Persian Dictionary*. Jahān Rāyāneh. [In Persian].
- Ashuri, D. (2008). *Encyclopedia of Politics*. Morvarid. [In Persian].
- Badi'ī, M. (2019). *Memorial of the Mystic and Mentor Ayatollah Sa'adat-Parvar*. Tashayo' Publications. [In Persian].
- Barqi, A. b. M. (1992). *Al-Mahāsin*. Dar al-Kutub al-Islamiyyah. [In Arabic].
- Blake, R., & Haroldson, E. (1998). *Classification of Concepts in Communication*. (M. Ohadi, Trans.). Soroush. [In Persian].
- Castells, M. (2010). *The Age of Information: Economy, Society, and Culture (The Rise of the Network Society)*. (A. Aligholian & A. Khakbaz, Trans.). Tarh-e-No. [In Persian].
- Dadgaran, S. M. (2005). *Foundations of Mass Communication*. Morvarid & Firouzeh. [In Persian].
- Fathian, M., & Mahdavi-Nour, S. H. (2010). *Foundations and Management of Information Technology*. University of Science & Technology. [In Persian].
- Fiske, J. (2002). *Introduction to Communication Studies*. Taylor & Francis e-Library.
- Forghani, M. H. (2013). *An Introduction to Traditional Communication in Iran*. Center for Media Studies & Research. [In Persian].
- Giddens, A. (1998). *Sociology*. (M. Saburi, Trans.). Ney Publications. [In Persian].
- Guenon, R. (1999). *The Crisis of the Modern World*. (Z. Dehshiri, Trans.). Amir Kabir. [In Persian].

- Harris, M. (2020). *The End of Absence: War and Peace with the Internet, In Search of Lost Memory*. (M. Veisi, Trans.). Khazeh Publishing. [In Persian].
- Hart, H. (2013). *Critical Studies of Communication*. (S. M. Dadgaran, Trans.). Elm Publications. [In Persian].
- Kramlich, C. (1999). *The Internet*. (A. Mehrnaz, Trans.). Torang. [In Persian].
- Kulayni, M. b. Y. (1991). *Al-Kāfi*. Dar al-Kutub al-Islamiyyah. [In Arabic].
- Lahestaei Zadeh, A. (2009). *Development Sociology*. Payame Noor University. [In Persian].
- Mahdizadeh, S. M. (2013). *Media Theories: Common Ideas and Critical Views*. Hamshahri Publishing. [In Persian].
- Mir Rokni Banadaki, H. (2022). *The Legacy of the Master: A Review of the Scientific and Practical Career of Ayatollah Hāj Shaykh 'Ali Sa'adat-Parvar by His Students and Companions*. Feyz-e-Furqān. [In Persian].
- Mohseni, M. (2007). *Sociology of the Information Society*. Didar Publishing. [In Persian].
- Rakhshad, M. H. (2021). *In the Presence of the Masters of Knowledge* (Adapted from the "Halaqat-Uns" of the Great Mystic Ayatollah Sa'adat-Parvar). Jelveh Noor Alavi. [In Persian].
- Razzaqi, A. (2020). *The Century of Solitude*. Jouyandeh. [In Persian].
- Sa'adat-Parvar, A. (2005). *The Secret of the Heart*. [In Persian].
- Sa'adat-Parvar, A. (2018). *Fruits of Life*. Aftab-e-Fitrah. [In Persian].
- Sa'adat-Parvar, J. A. (1989). *The Bright Sun*. Noor Publications. [In Persian].
- Sa'adat-Parvar, N. H. (2007). *The Light of Guidance*. [In Persian].
- Sa'adat-Parvar, R. A. (2011). *Mystical Letters*. Shi'ism. [In Persian].
- Sa'adat-Parvar, S. A. (2006). *Revival of the Book*. [In Persian].
- Sadough, M. b. A. (1983). *Al-Khassal*. Jam'iyyah al-Modarissān. [In Arabic].
- Schiller, H. (2013). *Communication and Cultural Dominance*. (K. Motamednejad & R. Vakilpour, Trans.). Shahr Publications. [In Persian].
- Shaheed Thani, Z. al-Din. (n.d.). *Rasa'il al-Shahid al-Thani*. Basirati. [In Arabic].
- Shlain, T. (2019). *24/6: The Power of Unplugging One Day a Week*.

- Shokr Khah, Y. (2006). *News*. Office for Media Studies & Development. [In Persian].
- Smith, F. (2008). *An Introduction to Cultural Theory*. (H. Pouyan, Trans.). Cultural Researches. [In Persian].
- Sourn Werner, W., & Tankard, J. (2007). *Communication Theories*. (A. Dehghan, Trans.). University of Tehran. [In Persian].
- Tavakoli Khomeini, N. (2010). *Industrial Sociology*. Payame Noor University. [In Persian].
- Tirmidhi, M. b. I. (1998). *Al-Jāmi' al-Kabir - Sunan al-Tirmidhi*. Dar al-Gharb al-Islami. [In Arabic].
- Tusi, M. (1995). *Al-Amāli*. Dar al-Thaqāfah. [In Arabic].
- Zofan Shahnaz. (2007). *Application of New Technologies in Education*. Samt. [In Persian].

۱۹۰



سال سوم، شماره اول (پیاپی ۵)، بهار و تابستان ۱۴۰۳