



جمهوری اسلامی ایران

مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح ۳

# اصول، مبانی و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی

راهنما: استاد سید امیر سخاوتیان

مشاور: استاد حبیب الله مکوندی

محقق: عباس رحیم آبادی

سال تدوین: ۱۳۹۸

## تقدیر و تشکر

سپاس بی‌کران پروردگار یکتا را که هستی‌مان بخشید و به طریق علم و دانش رهنمونمان شد و به همنشینی رهروان علم و دانش مفتخرمان نمود و خوشه‌چینی از علم و معرفت را روزی‌مان ساخت.

قدردانی می‌کنم از فرشتگان زندگیم:

پدرم که عالمانه به من آموخت تا چگونه در عرصه زندگی، ایستادگی را تجربه نمایم.

مادرم، دریای بی‌کران فداکاری و عشق که وجودم برایش همه رنج است و وجودش برایم همه مهر.

همسرم، غم‌خوار و غم‌گسار زندگیم، پناه خستگی و امید بودنم که با قلبی آکنده از عشق و معرفت، محیطی سرشار از سلامت و امنیت و آرامش و آسایش را برای من فراهم نمود.

و با تقدیر و تشکر شایسته از استاد فرهیخته حجت الاسلام و المسلمین سید امیر سخاوتیان که با راهنمایی‌های ارزنده خویش مرا در پیش‌برد اهداف و سامان‌دهی پژوهش پیش رو یاری و همراهی نمودند، و هم‌چنین از زحمات استاد مشاور حجت الاسلام و المسلمین حبیب‌الله مکوندی و همراهی تمامی دوستان گرامی کمال تشکر را دارم.

از خداوندگار منان، توفیقات و سعادت روزافزون همه آن عزیزان را خواستارم.

## تقدیم:

به مولایم حضرت ولی عصر (عجل الله تعالی فرجه الشریف)  
و نائب بر حق ایشان، فرمانده معظم کل قوا حضرت آیت الله العظمی امام خامنه‌ای (حفظه الله)  
و روح امام (قدس سره الشریف) و شهدای انقلاب و جنگ تحمیلی  
به ویژه شهدای روحانیت و شهدای مدافع حرم اهل بیت (علیهم السلام)

## چکیده

فضای مجازی عرصه‌ای است که در کنار زندگی حقیقی، زندگی دوم را برای همه انسان‌ها رقم می‌زند. در این فضا همه سطوح زندگی اعم از مبنا و بنا در سه لایه بینشی، گرایشی و کنشی در جهان کنونی دچار تحوّل گردیده است. از سوی دیگر دین مبین اسلام به عنوان پرچم‌دار هدایت بشریت نمی‌تواند در برابر این تحولات سکوت اختیار نماید. لذا همان‌گونه که برای مدیریت جامعه در رسیدن به غایت مطلوب و قرب الهی، برنامه‌های حقیقی و میدانی ارائه می‌نماید، در هدایت و مدیریت بشر که زندگی در فضای مجازی را برگزیده است، نیز برنامه‌های حقیقی و میدانی را ارائه می‌نماید. لکن همان‌گونه که فهم برنامه‌های دین مبین اسلام در جهان حقیقی با روش استنباط مبتنی بر اصول و مبانی الهی صورت می‌پذیرد، فهم برنامه‌ها و آموزه‌های قرآنی در زمینه زندگی در فضای مجازی مخصوصاً مدیریت آن در لایه اجتماعی نیز مبتنی بر اصول، مبانی و بایسته‌ها با رویکرد دینی و برخاسته از متن آموزه‌های الهی آن است. پژوهش حاضر با هدف استخراج اصول، مبانی و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی صورت گرفته است و با مطالعه کتابخانه‌ای به جمع‌آوری اطلاعات اقدام و به بررسی توصیفی - تحلیلی آن‌ها پرداخته است. بر اساس مبانی هستی‌شناسی، انسان‌شناسی و اخلاقی دین مبین اسلام، اصول مدیریت افکار عمومی استخراج و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در سه سطح راهبردی، تاکتیکی و تکنیکی مشخص گردیده است.

**کلمات کلیدی:** اصول، مبانی، بایسته، مدیریت افکار عمومی، فضای مجازی، رویکرد دینی

## فهرست

مقدمه .....	۱
۱- بیان مسأله .....	۱
۲- ضرورت و اهمیت تحقیق .....	۲
۳- اهداف تحقیق .....	۲
۴-۱ هدف اصلی: .....	۲
۴-۲ اهداف فرعی: .....	۲
۴- سوالات تحقیق .....	۳
۵-۱ سؤال اصلی: .....	۳
۵-۲ سوالات فرعی: .....	۳
۵- پیشینه تحقیق .....	۳
۶- روش تحقیق .....	۳
۷- فرضیه تحقیق .....	۳
۸- ساختار تحقیق .....	۴
بخش اول: مفاهیم و کلیات .....	۵
فصل اول: مفهوم شناسی .....	۶
۱- مبانی. ۶ .....	۶
۱-۱ معنای لغوی .....	۶
۲-۱ تعریف اصطلاحی .....	۶
۲- اصول ۷ .....	۶
۱-۲ معنای لغوی .....	۷
۲-۲ تعریف اصطلاحی .....	۷
۳- مدیریت .....	۷
۱-۳ معنای لغوی .....	۷
۲-۳ تعریف اصطلاحی .....	۸
۴- افکار عمومی .....	۸
۱-۴ معنای لغوی: .....	۸
۲-۴ تعریف اصطلاحی .....	۹
۵- فضای مجازی .....	۱۰
۱-۵ معنای لغوی: .....	۱۰
۲-۵ تعریف اصطلاحی .....	۱۱
۶- رسانه ۱۲ .....	۱۱
۱-۶ معنای لغوی .....	۱۲
۲-۶ تعریف اصطلاحی .....	۱۳

۱۳	۷. جنگ روانی .....
۱۳	۷-۱ معنای لغوی .....
۱۴	۷-۲ تعریف اصطلاحی .....
۱۸	فصل دوم: ادبیات نظری پژوهش .....
۱۸	۱- ماهیت فضای مجازی .....
۱۹	۲- ویژگی‌های فضای مجازی .....
۲۱	۳. گستره فضای مجازی .....
۲۲	۴. اهمیت فضای مجازی .....
۲۴	۵. رویکرد دینی در فضای مجازی .....
۲۵	۶. عملیات روانی و مدیریت افکار عمومی .....
۲۷	۷. جنگ شناختی و مدیریت افکار عمومی .....
۳۱	۸. اهمیت مدیریت افکار عمومی .....
۳۳	۹. فضای مجازی و پژوهش‌های دینی .....
دینی	بخش دوم: مبانی و اصول و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد
۳۷	.....
۳۸	فصل اول: مبانی مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی .....
	در آمد..... ۳۸
۳۸	۱- مبانی هستی شناختی فضای مجازی برای مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی .....
۴۱	۲- مبانی اخلاقی مدیریت افکار عمومی .....
۴۲	۲-۱ دین مداری .....
۴۳	۲-۲ خدامحوری .....
۴۳	۲-۳ سعادت طلبی .....
۴۳	۲-۴ ظلم ستیزی .....
۴۴	۳- تعامل انسان و فضای مجازی در مدیریت افکار عمومی .....
۴۹	فصل دوم: اصول مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی .....
۴۹	درآمد.....
۴۹	۱- اصل ارزشگذاری اخلاقی .....
۴۹	۱-۱ تعریف ارزش و انواع آن .....
۵۰	۲-۱ تأثیر ارزش گذاری اخلاقی در استفاده از فضای مجازی .....
۵۲	۳-۱ لوازم ارزش گذاری اخلاقی .....
۵۲	۴-۱ ارزشهای اخلاقی در فضای مجازی .....
۵۳	۱-۴-۱ صداقت و راستگویی .....
۵۴	۲-۴-۱ حفظ آبروی دیگران .....
۵۴	۳-۴-۱ عدم کتمان حق .....
۵۵	۴-۴-۱ رازداری و امانتداری .....
۵۵	۵-۴-۱ حسن خلق .....

۵۶	۲- اصل نظارت .....
۵۶	۲-۱- تعریف نظارت و انواع آن .....
۵۷	۲-۲- تأثیر نظارت در مدیریت فضای مجازی .....
۵۷	۲-۲-۱- نظارت و مدیریت نیاز .....
۵۷	۲-۲-۲- نظارت و مدیریت زمان .....
۵۸	۲-۲-۳- نظارت و مدیریت ابزار .....
۵۸	۲-۲-۴- نظارت و مدیریت مکان .....
۵۹	۲-۲-۵- نظارت و مدیریت محتوا .....
۵۹	۳- اصل مسئولیت پذیری .....
۵۹	۳-۱- تعریف مسئولیت پذیری .....
۶۰	۳-۲- تأثیر مسئولیت پذیری در مدیریت فضای مجازی .....
۶۰	۳-۲-۱- مسئولیت پذیری و پاسخگویی .....
۶۱	۳-۲-۲- مسئولیت پذیری و خیرخواهی .....
۶۱	۳-۳- مسئولیت پذیری رسانه .....
۶۱	۳-۴- مسئولیت پذیری خانواده .....
۶۴	۴- اصل شناسایی تهدیدات .....
۶۴	۴-۱- کاهش ارتباطات انسانی .....
۶۴	۴-۱-۱- احساس تنهایی .....
۶۵	۴-۱-۲- فرار از مشکلات .....
۶۵	۴-۱-۳- افزایش استرس .....
۶۶	۴-۱-۴- برآوردن نیازهای طبیعی از راه‌های غیرطبیعی .....
۶۷	۴-۲- اعتیاد اینترنتی .....
۶۷	۴-۳- اتلاف وقت و کاهش بهره‌وری .....
۶۹	۴-۴- خیانت و طلاق .....
۶۹	۴-۴-۱- ازدواج‌های ناپایدار .....
۶۹	۴-۴-۲- دامن زدن به حساسیت‌های زناشویی .....
۷۰	۴-۴-۳- اختلاط نامناسب بین زنان و مردان .....
۷۰	۴-۵- تهاجم فرهنگی .....
۷۰	۴-۶- افزایش رفتارهای ضد اجتماعی .....
۷۱	۴-۷- کاهش حساسیت‌ها و افزایش شبهات .....
۷۲	۴-۸- بی بند و باری و فساد اخلاقی .....
۷۳	۴-۹- سلطه غرب و آسیب‌های امنیتی .....
۷۴	۵- اصل شناسایی فرصتها .....
۷۴	۵-۱- فرصت‌های آموزشی .....
۷۴	۵-۱-۱- سرعت و تسهیل در تبادل اطلاعات .....
۷۵	۵-۱-۲- آموزش از طریق فضای مجازی .....

۷۵	..... ۳-۱-۵	ارایه قالب‌های متنوع آموزشی
۷۵	..... ۴-۱-۵	ایجاد تعامل و تسهیل ارتباط
۷۷	..... ۵-۱-۵	دسترسی همگانی
۷۷	..... ۶-۱-۵	سایر فرصتها
۷۸	..... ۲-۵	فرصت های فرهنگی
۷۸	..... ۱-۲-۵	برآوردن نیازهای کاربران
۷۸	..... ۲-۲-۵	تبلیغ و ترویج دین
۷۹	..... ۳-۲-۵	آشنایی با دیگر مکاتب
۸۰	..... ۳-۵	فرصت های اجتماعی
۸۰	..... ۱-۳-۵	همدردی و تعامل
۸۰	..... ۲-۳-۵	تفریح، سرگرمی و فراغت
۸۰	..... ۳-۳-۵	توسعه مشارکت اجتماعی
۸۱	..... ۴-۳-۵	شکل‌گیری و تقویت خرد جمعی
۸۱	..... ۴-۵	فرصت های خدمات عمومی و سازمانی
۸۱	..... ۱-۴-۵	ایجاد اتوماسیون اداری
۸۲	..... ۲-۴-۵	ایجاد دولت الکترونیک
۸۳	..... ۳-۴-۵	خدمات قضایی الکترونیکی
۸۴	..... ۵-۵	فرصت های اقتصادی کسب و کار در فضای مجازی
۸۴	..... ۱-۵-۵	ایجاد فرصت‌های تجاری جدید
۸۵	..... ۲-۵-۵	افزایش شعبه‌های تجاری و توسعه در بازارهای فرامنطقه‌ای
۸۵	..... ۳-۵-۵	حذف واسطه‌ها
۸۵	..... ۴-۵-۵	کاهش هزینه‌های تبلیغاتی
۸۵	..... ۵-۵-۵	کسب و کار اینترنتی
۸۵	..... ۶-۵-۵	رفع محدودیت مکانی
۸۶	..... ۷-۵-۵	رفع محدودیت زمانی
۸۶	..... ۸-۵-۵	کم هزینه بودن
۸۶	..... ۹-۵-۵	سرعت قابل ملاحظه
۸۶	..... ۱۰-۵-۵	کاهش قیمت محصول
۸۶	..... ۱۱-۵-۵	سفارشی‌سازی
۸۸	.....	فصل سوم: بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی
۸۸	.....	درآمد
۸۹	..... ۱-	بایسته‌های راهبردی مدیریت افکار عمومی
۸۹	..... ۱-۱	خدماتمحوری
۸۹	..... ۱-۱-۱	ضرورت خدماتمحوری در فضای مجازی
۹۱	..... ۲-۱-۱	راهکارهای تحقق خدماتمحوری در فضای مجازی
۹۳	..... ۲-۱	هدایت‌گری



۹۴	۳-۱ تکلیف‌گرایی و وظیفه‌گرایی
۹۵	۴-۱ تقوا و خودمراقبتی
۹۵	۱-۴-۱ ضرورت تقوا
۹۶	۲-۴-۱ راهکارهای خودمراقبتی
۹۸	۵-۱ استقلال
۹۸	۱-۵-۱ ضرورت استقلال
۹۸	۲-۵-۱ مراحل تحقق استقلال
۱۰۰	۶-۱ پایبندی به مصالح نظام اسلامی
۱۰۱	۷-۱ تقویت اتحاد و هویت ملی
۱۰۲	۲. بایسته‌های تاکتیکی مدیریت افکار عمومی
۱۰۲	۱-۲ مخاطب شناسی
۱۰۳	۲-۲ زمان شناسی
۱۰۴	۳-۲ نفوذ و مقبولیت اجتماعی
۱۰۴	۴-۲ بستر سازی و فراهم سازی شرایط تحول
۱۰۵	۵-۲ تربیت نیروهای متخصص حزب اللهی
۱۰۶	۶-۲ بالا بردن سطح سواد رسانه‌ای
۱۰۶	۷-۲ اعطای بینش و آگاهی به مخاطب
۱۰۷	۸-۲ الگودهی، اسوه سازی و الگوسازی
۱۰۸	۹-۲ مسئله مداری و ایجاد روحیه پرسشگری
۱۰۸	۱۰-۲ زمینه سازی و آماده سازی مخاطبان
۱۱۰	۱۱-۲ حضور خلاقانه در فضای مجازی
۱۱۱	۱۲-۲ جایگزینی نیاز به خدمات خارجی
۱۱۲	۱۳-۲ هدایت و جهت‌دهی به مصرف
۱۱۳	۱۴-۲ مدیریت زمان
۱۱۳	۳. بایسته‌های تکنیکی مدیریت افکار عمومی
۱۱۳	۱-۳ تقویت تعهد و وفای به عهد
۱۱۴	۲-۳ استدلال و روشنگری
۱۱۵	۳-۳ تعقل و تفکر در مواجهه با شبهه
۱۱۵	۴-۳ توجه به افکار و احساسات درونی
۱۱۶	۵-۳ تنظیم ضوابط و مقررات
۱۱۶	۶-۳ احترام به حریم خصوصی
۱۱۹	۷-۳ استفاده حداکثری از ظرفیت نهادهای قانونی
۱۱۹	۸-۳ رژیم گرفتن در استفاده از رسانه
۱۲۰	۹-۳ کاربرد فعالیت‌های جایگزین
۱۲۱	۱۰-۳ تکرار پیام و تنوع شیوه‌ها
۱۲۱	۱۱-۳ تکنیک تمرین متضاد

۱۲۲	.....	۱۲-۳ تصویر سازی
۱۲۲	.....	۱۳-۳ چینش خبری
۱۲۵	.....	جمع بندی و نتیجه گیری
۱۴۱	.....	منابع و مأخذ

## مقدمه

جهان کنونی منشأ تحولات شگرفی است که هر روز خبری تازه از آن به گوش می‌رسد؛ و بشر نیز با این تحولات سریع انس گرفته است و بر خلاف دوران سنت‌گرایی، از این شگفتی‌ها دچار تعجب نمی‌گردد بلکه خود را برای زندگی با آن آماده می‌سازد. یکی از این عرصه‌های جدید، رسانه و فضای مجازی است که ابزاری برای مدیریت جامعه انسانی شده است. مدیریت جامعه انسانی نیز با دو ساختار هدایت و اغواء صورت می‌پذیرد که استکبار با هدف استثمار مسیر دوّم را برگزیده و در مقابل جبهه حق صف‌آرایی می‌کند. جبهه حق، خواهان هدایت جامعه انسانی به سعادت حقیقی است اما اغواگری جبهه باطل، رهنز انسان‌ها گردیده و این امر در حال شیوع و گسترش است. پیدایش رسانه‌های دیجیتال و به تبع آن فضای مجازی فراگیر، سبب صف‌آرایی جدید جبهه حق و باطل شده است به گونه‌ای که جریان طاغوت با تمام قدرت در فضای مجازی آرایش نظامی به خود گرفته است. از این رو تجهیز و مسلح شدن جریان حق به سلاح پیشرفته و اثرگذار در دفع حملات دشمن و اقدامات متقابل ضروری است که در نظام اسلامی، باید با رویکرد دینی همراه باشد.

### ۱- بیان مسأله

پس از پیروزی انقلاب اسلامی به رهبری امام خمینی رحمت‌الله‌علیه و استقرار نظام جمهوری اسلامی در ایران، نمایش تصویر حکومت قرون وسطایی کلیسا از نظام اسلامی، در فضای مجازی نوین نفوذ بیشتری یافت. در این میان، جوانان نواندیش و حتی اندیشمندان مسلمان با تأثر از فضای رسانه‌ای و مجازی و مبانی فکری حاکم بر آن، به دلیل فهم ناتمام از دین و آموزه‌ها و گستره آن، با غفلت از ماهیت پویا و نو شونده اندیشه دینی اسلام و تفاوت بنیادین آن با تعالیم تحریف شده دیگر ادیان، به این آتش گرفتار و یا موجب شعله ور تر شدن آن شدند. حمله فرهنگی در فضای مجازی به ویژه در شبکه‌های اجتماعی بستری را فراهم آورده که گویا دین از سیاست جداست و تفکیک این دو عرصه از یکدیگر، شبهات دینی و عقیدتی، همبستگی و پیوند با فرقه‌های نوظهور و تصاویر برهنگی غرب را به نمایش درمی‌آورد.

نبرد گفتمان‌های معارض با گفتمان دینی نبرد نامتقارن است؛ گفتمان‌های معارض از ابزارهایی برای تبلیغ باورهای غلط خویش در فضای مجازی بهره می‌برند که گستردگی دامنه، به روز بودن و بهره‌مندی از جاذبه‌های مادی از ویژگی‌های آنهاست. بر این اساس، مروّجان گفتمان اسلام ناب نیز در این تقابل فرهنگی، باید از ابزار و عناصری برخوردار شوند که ضمن مقابله با ابزار دشمن، در عملکرد خود، مبتنی بر اصول، مبانی و بایسته‌های دینی و اسلامی باشد؛ تا از این طریق بتواند مدیریت افکار عمومی را به دست گیرد.

این تحقیق به دنبال کشف این اصول، مبانی و بایسته‌ها می‌باشد. و در واقع پاسخگوی به این سؤال اساسی است که از منظر دین مبین اسلام، مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی، بر چه مبانی، اصول و بایسته‌هایی استوار است؟ لذا در این پژوهش، سعی بر این است که پس از توصیف ماهیت حقیقی فضای مجازی، رسانه و افکار عمومی، با بیان مبانی و اصول و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی، راهکارهایی بنیادین برای کنترل فضای مجازی و مدیریت افکار عمومی ارائه گردد. در این نگارش، با تکیه بر

تعالیم دین اسلام و آموزه‌های قرآنی و روایی و بهره‌گیری از آراء اندیشمندان صواب اندیش مسلمان، به تبیین مبانی و اصول مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی پرداخته و بایسته‌های اخلاقی آن در فضای مجازی در سه سطح راهبردی، تاکتیکی و تکنیکی بیان می‌گردد.

## ۲- ضرورت و اهمیت تحقیق

وجود فضای مجازی و گذار از شبکه‌های اجتماعی آفلاین به آنلاین به یک باره جامعه ایرانی را وارد عرصه‌ای نموده که محل نزاع و درگیر با فرهنگ بیگانه است. در این عرصه، نبود سواد رسانه‌ای، نداشتن بنیه اعتقادی محکم برای جوانان، نبود زیر ساخت‌های بومی برای تقابل با فرهنگ بیگانه و حجم وسیع نفوذ اندیشه‌های ناهنجار، قدرت مانور را برای جبهه خودی به حداقل رسانده و مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی را دچار بحران کرده است.

هر چند مسئولان فرهنگی و سردمداران نظام سخنان بسیاری در مورد فضای مجازی بیان کرده اند، اما این موضوع، همچنان مورد نظر اندیشه ورزان بوده که چگونه می‌توان عرصه فضای مجازی را مهار نمود و یا حداقل افکار عمومی را در این فضا به سمت و سوی دینی کشاند؟ با توجه به اهمیت فضای مجازی دشمن در پی آن است که با هزینه میلیاردها دلاری، جوانان مسلمان را در اخلاق، ایمان، پایبندی به شریعت و حیا و عفت دچار طعمه خویش نماید. بر این اساس بی‌تردید کاهلی باورمندان به فرهنگ اسلام ناب در حیطه دانش و پژوهش در فضای مجازی و در عرصه مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی بخشودنی نیست.

دشمن در پی آن است که اگر توانست جوان اندیشمند مسلمان را با انواع شبهه و با حربه‌های گوناگون، از قبیل ترویج آلودگی‌های جنسی و ابتذال، از دین دور کند و یا حداقل دین باوری را در عرصه سیاست و حاکمیت ناکارآمد نماید و گستره آن را تنگ نموده و روحانیت را در مقایسه با اربابان کلیسا در عصر رنسانس نقطه مقابل پیشرفت و رفاه اجتماعی نشان دهد. لذا در میدان جنگ نرم، ورود مجامع علمی با رویکرد دینی جهت مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی و نحوه گفت‌وگو سازی در این فضا امری ضروری است. بر این اساس با توجه به کارآمدی نظری و عملی دین در سطوح کلان و خرد است، به این مهم همت گمارده، تلاش دارد، با تبیینی شایسته از مبانی و اصول و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی گامی هر چند کوچک در این راه بردارد.

## ۳- اهداف تحقیق

### ۴-۱ هدف اصلی:

هدف اصلی این نوشتار، استخراج رویکرد دین در مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی است که در سه بخش مبانی، اصول و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی تدوین خواهد شد

### ۴-۲ اهداف فرعی:

با توجه به هدف اصلی، اهداف فرعی ذیل مد نظر این تحقیق است:

۱. استخراج نظر اندیشه ورزان در خصوص مبانی دینی مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی؛
۲. ارائه تصور صحیح از اصول برآمده از آموزه‌های دینی در مسئله مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی؛

۳. تشریح و تبیین بایسته‌های اخلاقی مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی؛

۴. هموار کردن راه برای گفتمان‌سازی دین و انقلاب در فضای مجازی و مدیریت بهینه افکار عمومی.

#### ۴- سوالات تحقیق

##### ۱-۵ سؤال اصلی:

از منظر دین مبین اسلام، مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی، بر چه مبانی، اصول و بایسته‌هایی استوار است؟

##### ۲-۵ سوالات فرعی:

سوالات فرعی این تحقیق عبارت است از:

۱. مبانی مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی چیست؟

۲. اصول مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی چیست؟

۳. بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی با رویکرد دینی چیست؟

##### ۵- پیشینه تحقیق

در عرصه فضای مجازی و رسانه و افکار عمومی کتب و بعضاً پایان‌نامه‌ها و رساله‌های متعددی نگاشته شده است. اما این تحقیق بر خلاف سایر منابع موجود، از زاویه خاص و رویکرد متمایزی به تحلیل این مسأله پرداخته است. دو وجه تمایز این تحقیق نسبت به سایر منابع عبارت است:

- جامعیت در ابعاد: در بین منابع موجود، اثری جامع که مبانی و اصول و بایسته‌های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی را مورد نظر قرار داده باشد، یافت نشد.

- رویکرد دینی: در بین منابع موجود، به مدیریت افکار عمومی با رویکرد دینی توجه نشده است.

از این رو، این پژوهش نخستین تحقیق جامع و فراگیر پیرامون عنوان مدنظر شمرده می‌شود و این ویژگی را می‌توان امتیاز ویژه پژوهش حاضر برشمرد.

##### ۶- روش تحقیق

این تحقیق از نوع کاربردی و توسعه‌ای بوده و روش گردآوری داده‌ها در این تحقیق، کتابخانه‌ای و نیز رجوع به سایت‌ها و منابع اینترنتی معتبر است و با توجه به تناسب موضوع اطلاعات یافت شده گزینش گشته و همچنین طبقه‌بندی و تحلیل اطلاعات در این تحقیق، توصیفی - تحلیلی است. و هر یک از داده‌ها توصیف و در راستای پاسخ به سؤال پژوهش تحلیل می‌شوند.

##### ۷- فرضیه تحقیق

اسلام در مدیریت افکار عمومی خصوصاً در فضای مجازی که مورد توجه آحاد جامعه اسلامی است، دارای مبانی، اصول و بایسته‌هایی است که از لحاظ بنیادی با مبانی و اصول مدیریت افکار عمومی غرب که در اکثر رسانه‌های غربی مرسوم است، تفاوت دارد. این تفاوت در غایت و هدف نیز مشهود است. در فضای مجازی، غایت رویکرد دینی بر خلاف رویکرد غربی، نیل به سعادت حقیقی است.

## ۸- ساختار تحقیق

این تحقیق شامل دو بخش «مفاهیم و کلیات» و «مبانی، اصول و بایسته های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی» می باشد. در این سیر پژوهشی در بخش نخست به تعریف مفاهیم کلی و مفاهیم فضای مجازی، افکار عمومی و رسانه پرداخته می شود. و در بخش دوم، مبانی و اصول حاکم بر فضای مجازی برای مدیریت افکار عمومی و بایسته های مدیریت افکار عمومی در فضای مجازی ارائه می گردد. در این بخش ابتدا به مبانی پرداخته شده است که ارتباط تنگاتنگی با مسئله پژوهش دارد و سپس در بحث اصول، اصول مورد نظر از مبانی خاص خود برآمده است. در نهایت نیز بایسته ها از این مبانی و اصول استخراج گردیده است.