# تشبيك مستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ

حليمة أخلاقي[1]

**خلاصة البحث**

إنَّ الفضاء السيبرانيّ أو المجازيّ هو مساحةٌ كبيرةٌ وأداةٌ قويّةٌ قد تجاوزت العديد من الحدود؛ حيث يقوم الكثير من المستخدمين بأنشطة مختلفة، من جملتها أنشطة تتعلّق بالعالم الإسلاميّ، لكن مدى حضور المستخدمين من العالم الإسلاميّ لا يلبّي الحاجات المتنوعة لهذه المساحة، فيتمثّل الإجراء الأكثر إستراتيجيّة وحيويّة وأساسيّة في ربط المستخدمين شبكيًّا للانتفاع بالموارد والفرص والأسواق والقدرات المتعدّدة، ومعالجة القيود والأخطار.

والغرض من هذه الدراسة هو التشبيك بين مستخدمي الفضاء السيبرانيّ أو المجازيّ في العالم الإسلاميّ وذلك بالإجابة على سؤال أنّه (كيف يمكن تشبيك مستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ؟).

تمّ الاعتماد في جمع بيانات الدراسة على الطريقة الوثائقيّة والمكتبيّة، وأمّا تحليل البيانات فقد تمّ من خلال النهج الكيفيّ؛ حيث أُستخدم بشكل استقرائيّ سلسلة من الإجراءات المنهجيّة لإنشاء نظريّة حول الظاهرة قيد الدراسة، وتتكوّن عمليّة التشبيك لمستخدمي الفضاء السيبرانيّ في العالم الإسلاميّ من مجموعة الأوضاع

---

١. دكتوراه في التفسير المقارن من مجمّع الشهيدة بنت الهدى للتعليم العالي: h.akhlaqi@yahoo.com

السببيّة والمعترضة والإطار والظاهرة والإستراتيجيّات والنتائج التي أسفرت عن نمط التشبيك لمستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ.

**المفردات الرئيسة**: التشبيك، مستخدمو الفضاء السيبرانيّ المجازيّ، النشاط الشبكي، العلاقات المستقرة، معرفة الشبكات، الهويّة الإسلاميّة للشبكات

## المقدمة

لقد كَسر الفضاءُ المجازيّ العديد من الحدود الزَّمَكانيّة والهيكليّة والإقليميّة والثقافيّة، وخلق عالمًا جديدًا بإحداثياته الخاصّة، هذه المساحة هي أقوى أداة في عالمنا اليوم، والتي جلبت فرصًا وإمكانيات جديدة بجانب بعض المخاطر، وأنَّ للفضاء الإلكترونيّ العديد من المستخدمين ويتزايد عددهم في كلّ لحظة، ويلعب المستخدمون دورًا ديناميكيًّا ونشطًا وتساهميًّا في إنشاء هذه المساحة؛ فإنّ مستخدمي هذه المساحة يستخدمونه أو ينتجون محتواه ويشاركونه وفقًا لمعلوماتهم وبصيرتهم وتوجهاتهم وأذواقهم واهتماماتهم، فهناك أشخاص يستخدمون هذه المساحة لغرض تسليط الضوء على الإسلام إيجابًا أو سلبًا، وقد تمّ اليوم إنشاء أكثر من ألف موقع وقناة وجماعات معادية للإسلام يتواصلون لغرض نشر الإسلاموفوبيا في العالم للتشكيك في حقانيّة الإسلام عن طريق تحريف التعاليم الإسلاميّة والتأويل المعكوسة للمفاهيم الإسلاميّة، وإلقاء الشبهات وزرع الشكوك وإلحاق الضرر الكبير بالأمّة الإسلاميّة، فمن ناحية أحدث هذا الجو العديد من التغييرات في معتقدات المستخدمين من المجتمع الإسلاميّ ومواقفهم وسلوكياتهم، ومن ناحية أخرى يسعى المستخدمون المهتمّون إلى إظهار الحقيقة السامية للإسلام والدفاع عن الهويّة الإسلاميّة، وإنتاج محتوى إسلاميّ ونشره، وإطلاق أنشطة قائمة على التعاليم الإسلاميّة بهدف تعميمها في الفضاء المجازيّ، ومع ذلك فإنّ هذه الأنشطة لا تكفي لتلبية حاجات الإنسان اليوم؛ لأنَّ هؤلاء المستخدمين مشتتون ومتفرّقون في هذا الفضاء كجُزُر منفصلة، وفقًا لاهتماماتهم ونوع النسيج الثقافيّ والإقليميّ والوطنيّ والعائليّ لهم، بينما إذا كانت لديهم شبكة منسقة وفعّالة ومستقرّة وملتزمة وقويّة، فيمكنهم من خلال الأنشطة واسعة النطاق ومصمّمة خِصّيصًا لحاجات المستخدمين أن يلعبوا دورًا نشطًا في هذا

الفضاء، حينئذ يبدو واضحًا، أنّ أيّ مجموعة من هذه المجموعات للمستخدمين يمكنها إظهار حقيقة الإسلام للعالم، هل المجموعة المغرضة التي تلقي الشبهات، أم المجموعة الباحثة عن الحقّ والحقيقة؟

تظهر الأبحاث أنّ من أهمّ الطرق للخروج من فراغ الحضور الفعّال والمؤثّر والمفيد والمحدَّث والملائم لحاجات المستخدمين في مجال التعاليم والهويّة الإسلاميّة، هو (التشبيك (التوصيل للشبكة)[1] لمستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ) بُغية استخدام الموارد والفرص والأسواق والقدرات المتعدّدة، فلا يتمّ تحقيق هذا الهدف إلّا عن طريق التشبيك بإنشاء اتصالٍ قِيَمي والتزام طويل الأمد والمستقر عبر شبكة، فقد أصبح إنشاء الشبكات إحدى الاستراتيجيّات الرئيسة والأكثر حيويّة للمنظمات للتعامل مع قيود الموارد وأيضًا مشاركة مخاطر التسويق في العقد الماضي؛[2] لذلك فإنّ الإجراء الأكثر إستراتيجيّة للاستفادة من مواردٍ وفرصٍ وأسواقٍ وقدرات المستخدمين والتعامل مع الأضرار والقيود والمخاطر هو التشبيك بين مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ، تسعى الدراسة الحاليّة للإجابة على سؤال أنّه كيف يمكن ربط مستخدمي الفضاء المجازيّ شبكيًّا في العالم الإسلاميّ؟ لهذا الغرض جمع هذا البحث البيانات المرتبطة وقدّم نموذجًا للتوصيل الشبكي لمستخدمي الفضاء المجازيّ أو السيبرانيّ.

## الأسئلة

والسؤال الرئيس في الدراسة: كيف يمكن تشبيك مستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ؟

أمّا الأسئلة الفرعيّة: فللإجابة على السؤال الرئيس يتمّ طرح الأسئلة الفرعيّة التالية:

1. Networking.

٢. مقصودي كنجه وآخرون، ١٣٩٨: ١٣٥٢.

١. ما الظاهرة في تشبيك مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ؟

٢. ما الأوضاع السببية لتشبيك مستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ؟

٣. ما إطار التشبيك بين مستخدمي الفضاء السيبرانيّ أو المجازيّ في العالم الإسلاميّ؟

٤. ما الشروط المعترضة لتشبيك مستخدمي الفضاء السيبرانيّ والمجازيّ في العالم الإسلاميّ؟

٥. ما إستراتيجيات التشبيك لمستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ؟

٦. ما نتائج التشبيك لمستخدمي الفضاء السيبرانيّ والمجازيّ في العالم الإسلاميّ؟

## المحطة المفاهيميّة

### ١. الفضاء السيبرانيّ (المجازيّ)

إنَّ الفضاء السيبرانيّ أو السايبريّ (space) مشتقٌّ من كلمة سيبرنيتيك (Cyberspace)، وقد أُستخدم الفضاء السيبرانيّ (الافتراضي) كمجموعة من التفاعلات البشريّة من خلال أجهزة الكمبيوتر وتقنيّات الاتصال الجديدة، بغضّ النظر عن "الزمان" و"المكان"، من قبل فيليام جيبسون، مؤلّف رواية الخيال العلميّ "نورومونسر" في عام ١٩٨٤ م، وربّما يكون مفهوم جيبسون أقرب إلى حدّ ما إلى الذكاء الاصطناعي والروبوتي الآلي ممّا يعرف الآن باسم "الفضاء الإلكترونيّ"،[1] ثمّ أصبح هذا المفهوم تدريجيًّا أساس الخطاب الفلسفيّ في مجال الإنترنت ولم يستغرق المجال السيبرانيّ وقتًا طويلًا حتّى أُعتبر حقلًا مستقلًا أو مختبريًّا، بل عالمًا مستقلًا،[2] ويركز مفهوم الفضاء السيبرانيّ على الفضاء الوهميّ والخياليّ للواقع الافتراضيّ والإنترنت،

1. Brier,2010:14.

٢. بيل، ١٣٨٩: ٢٤.

والذي يدخل الإنسان من خلاله ساحة الواقع الافتراضيّ.[١]

فمن ناحية كان الفضاء الإلكترونيّ محور اهتمام مهندسي الحاسوب والاتصالات، ومن ناحية أخرى كان محطّة تركيز كتّاب الخيال العلميّ ثمّ علماء الاجتماع بما في ذلك علوم الاتصال وعلم الاجتماع وعلم النفس وعلم النفس الاجتماعيّ والأنثروبولوجيا والفلسفة،[٢] يتعامل النهج التكنولوجي للفضاء السيبرانيّ مع مكوّنات مثل الأجهزة والبرامج وجودة نقل البيانات وتفاعل الشبكة كمًّا وكيفًا. في حين أنَّ النهج النفسيّ لفروع مثل الفضاء الذهني، ونمط السلوك البشري تجاه الحاسوب، وقوة الخيال، والهوية، والشخصيّة، يولي اهتمامًا للحدود بين الواقع والخيال وما شابه ذلك.[٣] وإنَّ وجهات النظر الاجتماعيّة حول الفضاء الإلكترونيّ تعتبر مهمّة أيضًا بسبب تركيزها على المجتمعات عبر الإنترنت والشبكات الاجتماعيّة السيبرانيّة والتأثيرات الاجتماعيّة للتفاعل بين الإنسان والحاسوب.

ومن المهمّ الالتفات إلى وصف مايكل بنديكت للفضاء السيبرانيّ؛ حيث قال: «الفضاء السيبرانيّ هو عالم جديد؛ عالمٌ متوازٍ تمّ إنشاؤه والحفاظ عليه بواسطة خطوط الاتصال وأجهزة الكمبيوتر في العالم؛ عالمٌ تتشكّل فيه الحركة العالميّة للمعرفة، والرموز، والقياسات، والمؤشرات، وأنواع التسلية، والعاملية البشريّة الأخرى، وحتّى الآن، لم يُرَ قطّ على الأرض أنّ المشاهد والأصوات والمساهمات تزدهر في ضوء إلكترونيّ ضخم كهذا».[٤] والفضاء السيبرانيّ عالمٌ متعدّد الأبعاد،[٥] وقد أثر بأبعاده ومكوّناته المختلفة، على مجتمعات اليوم في شتّى مجالات الاقتصاد والصناعة والأعمال



١. خانيكي وبابائي، ١٣٩٠: ٧٧.

٢. معهد أبحاث العلوم والثقافة الإسلاميّة، ١٣٧٨: ٢.

3. Suler, 2004.

٤. بيل، ١٣٨٩: ٢٢-٢٣.

٥. خانيكي وبابائي، ١٣٩٠: ٧٨ .

والخدمات العامّة والعلاقات الاجتماعيّة،[1] ويرى رامسي وآخرون بأنّ الشركات يمكن أن تقلّل من تكاليف المعاملات، وجمع البيانات وتوزيعها، ومراقبة المخزون، ومراقبة الجودة باستخدام الفضاء الإلكترونيّ.[2]

**٢. أدوات الاتصال في الفضاء السيبرانيّ**

لقد وفَّرت تقنيات الاتصال الحديثة من خلال الإنترنت، بيئة لا تشمل تفاعلات وسائل الإعلام التقليديّة والاتصالات فحسب، بل تُزيل أيضًا قيود الجمهور الأحادي الجانب والمنفعل سلبيًّا، فيمكن تجربة (التزامن) في مؤتمرات الفيديو وأنظمة الدردشة، ويمكن تجربة التفاعل (متعدّد الأبعاد) في مجموعات المناقشة والقوائم البريدية والدردشة،[3] وقد أصبح التفاعل في الفضاء الإلكترونيّ ممكنًا من خلال آليات جديدة مثل الشبكات الاجتماعيّة والمدوَّنات والبريد الإلكترونيّ والمواقع الإلكترونيّة وغرف الدردشة والمؤتمرات عبر الفضاء المجازيّ وأنظمة المراسلة الفوريّة والقوائم البريديّة ومنتديات المناقشة والبودكاست. فكلّ من آليات الاتصال هذه حسب ميزاتها، توفّر مستوى معيّنًا من التفاعل، وأمّا آلية الاتصال فيتمّ اختيارها وفقًا للغرض من التفاعل وحاجات محيط البرامج ومتطلباته، وقد تختلف نتائج التفاعل من خلالها.[4]

**٣. مستخدمو الفضاء المجازيّ وأنواعهم**

إنّ مستخدمي الفضاء السيبرانيّ أو المجازيّ هم العاملون في هذا الفضاء، ويوفّر الفضاء السيبرانيّ للمستخدمين مجموعةً متنوّعةً من القدرات والتسهيلات التي لا يستخدمها المستخدمون بنفس المستوى وبذات المدى نفسهما، فيسمح الفضاء

1. OECD,2009.
2. Ramsey, 2003: 64-250.

٣. خانيكي وبابائي، ١٣٩٠: ٨٠.

٤. المصدر نفسه، ١٣٩٠: ٨١.

الإلكترونيّ بأدواته للناس بالتعبير الأفضل عن ميولهم الفرديّة والاجتماعيّة والسياسيّة والدينيّة، وبعض أنشطة المستخدمين في الفضاء السيبرانيّ هي: إنشاء العلامة التجارية، وبناء الشخصيّة، وتأسيس حلقات مكوّنة من الأصدقاء والجماهير، والمشاركة، والتعبئة والتنظيم، والصداقة، والثقة، والاستناد والتعميم، واستخدام الوسائط المتعددة، والدردشة، والنقد القاسي، والمتابعة المتبادلة، ونشر ملاحظات قصيرة وطويلة على المدونات الكبيرة والصغيرة، وإنتاج محتوى الفضاء الإلكترونيّ ونشره، والاشتراك في غرف الدردشة المختلفة، وتحميل الصور والصوت والفيديو الشخصيّة، وإنشاء صفحات للمؤيّدين، والتسلية، وتعزيز رأس المال الاجتماعيّ، والحراك الاجتماعيّ، والإبداع والابتكار، كما أنه يوفر العديد من الإمكانيات الأخرى التي للمستخدمين.

ويمكن تصنيف المستخدمين بأشكال مختلفة بناء على نوع تعاملهم مع هذه المساحة، فإحدى هذه التصنيفات هي دراسة موقع أندرسون أناليتيكس (Anderson Analytics) لمستخدمي الشبكات الاجتماعيّة الأمريكيين عبر الإنترنت، والتي تركّز على أربع شبكات اجتماعيّة: تويتر (Twitter)، وفيسبوك (Facebook)، ولينكد إين (LinkedIn)، وماي سبيس (MySpace)، وبالطبع، يمكن تعميم هذا البحث إلى مجتمعات أخرى.

لقد تمّ تصنيف مستخدمي الفضاء المجازيّ في الدراسة، إلى سبع مجموعات، أمّا المجموعات الأربع لأعضاء هذه المواقع، فهي:

١) **المستخدمون المحترفون**: المستخدمون الأكثر أهميّةً، ونشاطًا، وحرفيًّا، وربحًا، وتواصلًا.

٢) **المستخدمون في أوقات الفراغ**: إنّهم منفعلون نسبيًّا، ويتأقلمون مع الفضاء السيبرانيّ ببطء، ومتواصلون مع الأصدقاء والأسرة.

السنة الثانية – العدد الثالث؛ خريف – شتاء ٢٠٢٢م/ ١٤٤٣هـ

٣) **المستخدمون الهُواة**: يستخدمون الشبكات الاجتماعيّة كهواية؛ بدافع الترفيه والتفاعل مع الأصدقاء والعائلة، والذين ينضمون تدريجيًّا إلى مجموعة المستخدمين المحترفين.

٤) **المستخدمون التجاريّون**: يستخدمونه استخدامًا هادفًا ومسؤولًا وعقلانيًّا، فهم يدركون قيمة الشبكات الافتراضيّة وفوائدها وتطبيقاتها المفيدة في حياتهم وأعمالهم التجاريّة.

ولكن هناك مستخدمو الإنترنت غير المهتمين بالانضمام إلى الشبكات الاجتماعيّة بحيث لا يستخدمونها في أنشطتهم عبر الإنترنت، فيتمّ تقسيم هؤلاء من مستخدمي الشبكات غير الاجتماعيّة أيضًا إلى مجموعات ثلاث، وقد ذكروا أنّ سبب عدم استخدام هذه المواقع هو عدم توفر الوقت الكافي، والشعور بعدم الأمان، واعتبار النشاط في مثل هذه الشبكات حماقةً، وهي كالتالي:

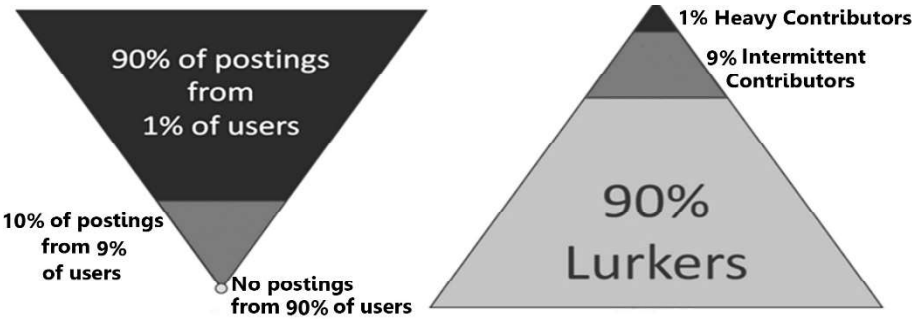
١) **المستخدمون المحتاطون**: لديهم نظرة سلبيّة لوسائط الإعلام، ويوشكون على الانضمام إلى الشبكات الافتراضيّة والتحول إلى المستخدمين التجاريين.

٢) **المستخدمون القلقون**: يهتمون بأمنهم وخصوصيتهم، ويمكن تحوّلهم إلى مستخدمين في أوقات الفراغ من خلال دعوة الأصدقاء.

٣) **المستخدمون المتشائمون**: لديهم نظرة سلبيّة للشبكات الاجتماعيّة؛ إذ يجدونها غير مجدية. طبعًا بعض هؤلاء يُعدّون من المستخدمين المحترفين لأدوات التكنولوجيا والإنترنت الأخرى.

ثمّة تصنيف آخر للمستخدمين من حيث مستوى النشاط وعدمه، فهناك العديد من المستخدمين يتراوح تصنيفهم من النشط إلى المنفعل في الفضاء السيبرانيّ، فهم يحضرون في هذه المساحة بأهداف وأنشطة معيّنة، فمثلًا بالنسبة إلى إنتاج المحتوى ونشره واستهلاكه في الفضاء الإلكترونيّ، يضطلع المستخدمون بأدوار ومسؤوليات

مختلفة، ولكن وفقًا للتحليلات المنشورة، فإنّ القائمين على الفضاء الإلكترونيّ الذين ينتجون المحتوى وينشرونه لا يشكلون سوى ١٪ من المستخدمين؛ ففي هذه المساحة، يشعر المستخدمون أنّهم ينشرون محتوى، بينما لا يرى أحد المحتوى الخاصّ بهم؛ ففي تحدّي "دلو الجليد" – مثلًا – كان عدد مشاهدات أفلام الناس العاديين أقل من مئة بينما كانت مشاهدة أفلام المشاهير أكثر من بضعة آلاف. ويوضح الرسم البياني أدناه أنّه في الشبكات الاجتماعيّة، تسعون بالمئة من المستخدمين يشاهدون فحسب، وتسعة بالمئة يعيدون نشر الآخرين، وواحد بالمئة ينتجون المحتوى.[١]




وكذلك تواجد مستخدمي الفضاء السيبرانيّ من العالم الإسلاميّ، أي أولئك الذين يستخدمون المحتوى الإسلاميّ سواء إنتاجًا أم نشرًا أم استهلاكًا، فهم ليسوا مستثنين من هذه القاعدة، ونظرًا لتعاليم الإسلام المتعالية، وعدد السكان المسلمين وعدد الدول الإسلاميّة، لا يتمتّع المستخدمون النشطون في هذا الفضاء بحضور قوي ونشط كما ينبغي، وتشير الدراسات إلى أنّ إحدى الطرق المهمّة للخروج من فراغ الحضور النشط، والتسريع في تقديم التعاليم الإسلاميّة وتسهيلها، هو تطوير عمليّة التشبيك لمستخدمي الفضاء الإلكترونيّ بُغية استخدام العديد من الموارد والفرص والأسواق

١. حاجي هاشمي، ١٣٩٥: ١٦٧.

والقدرات. ولا سبيل لتحقيق هذا الهدف إلا التواصل الشبكي القائم على علاقات قيميّة والالتزام طويل الأمد والمستقر.

**٤. التشبيك (إيجاد شبكة)**

إنّ عمليّة التشبيك التي تشير إلى السلوك الهادف في التواصل مع الآخرين، هي إستراتيجيّة إداريّة مهمّة في خلق فرص العمل، وإدارة المسار الوظيفيّ والمهنيّ؛ لأنّ هذا الإجراء يزيد من وصول الناس إلى الموارد،[١] ويضع فرصًا وموارد وأسواقًا وإمكانيات جديدة أمام المنظمة ويزيد من إمكانيّة الوصول إلى المعرفة الجديدة والمكمّلة،[٢] كما يؤدّي إلى خلق ميزة تنافسيّة، وتحسين أداء المنظمات.

ففي تعريف شامل لشبكات الأعمال، يمكننا القول إنّها عبارة عن شبكة معقدة من العلاقات بين الأفراد والشركات والجامعات والوكالات الحكوميّة والمنظّمات الأخرى لإنشاء وتبادل المعرفة والقدرات والموارد لتسريع عمليّة الابتكار والتسويق الناجحة وإنشاء ميزة تنافسية،[٣] وإنّ شبكات الأعمال تربط الشركات ذات ممتلكات وقدرات وفرص وكفاءات مختلفة لخلق فرص جديدة.[٤] وبالإضافة إلى ذلك تسهّل شبكات الأعمال وصول الشركة إلى القدرات الجديدة،[٥] وإنّ التشبيك القوي يكشف عن العلاقات القائمة على الثقة والمشاركة في المجتمعات. وبعبارة أخرى يتمّ التعبير عن الهيكل الشبكي كمصدر محتمل وفعلي مُتاح، مما يمكن الوصول إليه من خلال شبكة علاقات فرد مع وحدة،[٦] كما يمكن اعتبار السلوك الشبكي والحفاظ عليه واستخدام العلاقات لتسهيل الأنشطة المتعلقة بمهنة الأشخاص وتوقعها وتحقيق الحد الأقصى من



١. حكاك وفعلي، ١٣٩٩: ١٩١–٢٢٠.

٢. سخدري، ١٣٩٤: ١٥٩– ١٧٤.

3. Öberg, C. , 2018: 124-128.
4. McGrath ,et al,2018,214-227.
5. Najafi-Tavani, et al,2018:193-205.
6. Thompson, 2010:145-161.

مزاياها،[1] وأمّا مُنشئ الشبكة فهو شخصٌ ذكيٌّ وعلى دراية بأساليب تطوير شبكته ومراجعتها. وهناك إستراتيجية فعّالة لإدارة المسار الوظيفي للأفراد في مجال الشبكات، ألا وهو تطوير العلاقات الشخصية والحفاظ عليها، والتي تسهّل تبادل الموارد المتعلقة بالعمل.[2]

وبشكلٍ عامٍّ يوجد نوعان من شبكات الاتصال بين المنظمات وداخلها: شبكات الاتصال الرسميّة وغير الرسميّة، شبكة الاتصالات الرسميّة تعني البنية الواعية للأدوار في منظّمة أو بين العديد من المنظّمات التي يتمّ تنظيمها وتحديدها رسميًّا،[3] كما تتموقع شبكة العلاقات غير الرسميّة في قلب التنظيم الرسميّ وتؤثّر عليها في الوقت نفسه.[4]

ولا يمكن للأفراد أو المنظمات الخاصّة إنتاج محتوى إسلاميّ أو إعادة نشره أو الترويج له على المستوى الوطنيّ أو الدوليّ بمفرده؛ لأنّ الأفراد والمنظمات مسؤولة إقليميًّا، ومحليًّا في المجتمع المستهدف، فلا يمكن أن تكون كاملة وشاملة بمفردها، فيمكن لشبكة الاتصالات العالميّة أن تساعد في الخروج من هذا الفراغ.

### ٥. أنواع التشبيك

يتمّ تعريف التشبيك من خلال ثلاث طرق:

١. التشبيك الصغير[5] المبتني على الأفراد.

٢. التشبيك المتوسط[6] المبتني على المنظمات.

٣. التشبيك الكبير،[7] من خلال إنشاء شبكات كبيرة جدًّا تتكوّن من شبكات بشريّة وتنظيميّة.[8]

---

1. Forret, M. L., & Dougherty, T. W., 2004: 419-437
2. Forret, M. L., & Dougherty, T. W., 2001: 283-311

٣. السيد جوادين،١٣٨٣.

٤. حداديان وقرباني، ١٣٩٤: ١١٩-١٤٤.

5. Micro Networking.
6. Meso Networking.
7. Mega Networking.

٨. ذوالفقاري، زند حسامي، ١٣٩٥: ٥٩؛ آراني وآخرون، ١٤٠٠: ٢٠٥.

تتمّ عمليّة التشبيك أو إيجاد الشبكات في محيط الأسرة، والأصدقاء، والزملاء، والمعارف، والجمعيّات، والمنظّمات الخيريّة، والعروض التجارية، ووسائل الإعلام، والدورات التدريبيّة، والعلاقات الإلكترونيّة، وما إلى ذلك.

أمّا التشبيك بين مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ يعني: التواصل الشبكي بين المستخدمين من المسلمين وغير المسلمين الذين يعيشون في العالم والفضاء الإسلاميّ، أي أنّهم على اتصال بالمسلمين، أو لديهم اهتمامات قِيمِيّة، أو يستخدمون محتوى إسلاميّا أو ينتجونه أو يعلّمونه وينشرونه ويروّجون له، أو لديهم تجارب حول الإسلام ويحملون هم المسلمين ونشر التعاليم الدينيّة، فيريدون أن يدرك العالم في الراهن الصورة الحقيقيّة للإسلام والمسلمين.

وأمّا المجتمع المستهدف من التشبيك في هذه الدراسة، فهم مستخدمو الفضاء السيبرانيّ الذين يعيشون في العالم الإسلاميّ وفضاء المحتوى الإسلاميّ.

**الحاجة إلى التواصل الشبكي**

إنَّ خلاص الإسلام وازدهاره من ناحية، وانتشار الإسلاموفوبيا على نطاق واسع في جميع أنحاء العالم، والهجمات العديدة ضدّ الإسلام وتوسّع مشاكل العالم الإسلاميّ من ناحية أخرى، بجانب استخدام أدوات قويّة مثل الفضاء الإلكترونيّ، قد منحت هذه المساحة قيمة كبيرة وأهمّيّة خاصّة، فيبثّ بعض المستخدمين من الإسلاموفوبيا عبر هذه المساحة، ويستخدمها البعض للتعريف بالإسلام ونشر تعاليمه، وبالرغم من تفرّق هؤلاء المستخدمين كجُزُر منفصلة، إلّا أنّه يمكن أن يكون لديهم تواجد واسعٌ وفعّالٌ ومؤثّر ونشطٌ وقويٌّ متناسب مع حاجات مستخدمين اليوم من خلال التواصل الشبكي؛ فمن الضروري سدّ الثغرات عن طريق إنشاء الشبكات؛ لذلك، تتمّ مراجعة فوائد التشبيك بين مستخدمي الفضاء السيبرانيّ وضرورته في العالم الإسلاميّ كما يلي:

١. مرافقة الأصدقاء الكرام: إنّ التشبيك يبعث على الشعور بوجود أصدقاء جيدين وأصحاب متشابهين فكريًّا ممّن لديهم ميول إسلاميّة قيميّة؛ هذا هو الأخوّة الدائمة بعينها: ﴿إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ﴾.[١] والتي تنشأ في مثل هذا النوع من التواصل، كما يعزّز التواصل الشبكي الثقة بالنفس ومبدأ التآزر بين المستخدمين المعنيّين ويضمن عدم الإهمال أو الارتباك في العالم المعاصر المتطوّر، وهكذا من خلال صنع الهويّة الإسلاميّة، يحوّل رأس المال الفردي للمستخدم إلى الدعم ورأس المال الاجتماعي للمستخدمين.

٢. اكتشاف المستخدمين ومواهبهم الجديدة والتعرف عليها وجذبها وإبرازها في العالم الإسلاميّ.

٣. الحصول على معلومات وفرص جديدة؛ حيث يشكّل منظورًا جديدًا، ويفتح نافذة لتوليد الأفكار وإنتاج معرفةٍ جديدةٍ من أجل أسلمة المحتوى المصمم خصيصًا لحاجات المستخدمين على مختلف المستويات.

٤. تبادل الأفكار بين المسلمين والمجتمع البشري: الشبكة هي جسر لتبادل الأفكار، حيث يتمّ إنشاء أفكار مختلفة بعد علاقة طويلة الأمد وملتزمة بين المستخدمين، من خلال معرفتهم المتبادلة ومعلوماتهم بعضهم عن بعض.

٥. إستراتيجيّات وأساليب جديدة: في التواصل الشبكي، يتمّ إدخال أساليب جديدة للتعريف بالإسلام وتعاليمه في مختلف اللغات والمجتمعات.

٦. زيادة التأثير: تزيد عمليّة التشبيك من تأثير الإسلام، ذلك من خلال خلق فرصٍ جديدةٍ حسب البيئة الإقليمية والثقافيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة والسياسيّة للمستخدمين.

٧. التأكيد على ثقة النفس وتقييمها وزيادتها لدى المستخدمين: التواصل الشبكي يسلط الضوء على المستخدمين ويقيّم قدراتهم، فإذا كانت مهارات المستخدمين

١. الحجرات: ١٠.

وخدماتهم متميزة مع إمكانيّة إنشاء شبكة قويّة على المستوى المطلوب وبناء علاقات جيّدة مع الآخرين، فسوف يخلقون - حينئذٍ - فرصًا أوسع للتعاون، فالتشبيك أداة للنمو في الأنشطة المبتكرة التي تعزّز الثقة بالنفس واحترام الذات، كما يمكن أن تساعد الثقة بالنفس، التي يتمّ بناؤها بمرور الوقت ومن خلال التواصل مع الأشخاص ذوي التفكير المماثل في مجال نشاط الفرد، على وضع نفسه في مكانة إيجابيّة.

٨. يعمل التشبيك على تنشيط كيفيّة استجابة الإسلام لمتطلبات الإنسان الحديث؛ لأنّه مع تشتّت الآراء يسلّط الضوء على الإسلام ويكتشف كنوز الإسلام الخفيّة.

٩. بناء الفرص: التشبيك القائم على المبادئ هو باب تفتتح من خلاله فرص جديدة، فرص كلقاء المستخدمين المثاليين، ومقابلة شخصيّات عالميّة مهمّة، وتقييم التعاليم العلمية للإسلام في المختبرات، ودحض الشبهات حولها، والعصف الذهني، والتآزر، وما إلى ذلك.

١٠. استخدام الموارد والمعلومات المحدَّثة: إنّ التواصل الشبكي يوفّر للمستخدمين مصادر ومعلوماتٍ جديدةٍ وحديثة يمكنهم استخدامها عند الحاجة.

١١. الدعم: إنّ التشبيك يجلب للمستخدمين الدعم من الأفراد رفيعي المستوى، فيكون دعمًا عند صعوبات محتملة مثل فقدان الإمكانيات أو نقص الدعم المالي، فهؤلاء الأشخاص من خلال نقل خبرتهم أو إنشاء جسر بين المستخدمين والمساعدات المالية المناسبة، يمكنهم تقديم الدعم في إدارة التحدّيات على النحو الأمثل.

١٢. العلاقات طويلة الأمد: تساعد عمليّة التشبيك على بناء علاقات وتفاعلات طويلة الأمد؛ أي سدّ الفجوة التي يواجهها المستخدمون في العالم الإسلاميّ بالفعل، فيمكن أن تشكّل هذه العلاقة المتبادلة علاقة قويّة وملتزمة.

١٣. إنتاج محتوى إسلاميّ حديث ومناسب للمستخدمين: في التواصل الشبكي، يتمّ تشكيل الأفكار وإنتاج المحتوى من قبل المستخدمين، ويعتمد المحتوى القائم على

تعاليم الإسلام حسب الأذواق والحاجات المحليّة والثقافيّة والاقتصاديّة والاجتماعيّة والسياسيّة للمستخدمين وبمشاركتهم، فمن المهمّ بالطبع سرعة إنتاج المحتوى المشترك ونطاقه، فوفقًا لتقدير على وسائل التواصل الاجتماعيّ، في كلّ دقيقة، يشارك مستخدمو الفيسبوك ٢٤٦٠٠٠ قطعة من المحتوى، وتغرّد مستخدمو تويتر ٢٧٧٠٠٠ مرّة...،[1] ولا يمكن إنتاج هذا الحجم من المحتوى الإسلاميّ إلّا عن طريق ربط المستخدمين شبكيًّا،[2] بالإضافة إلى ذلك، في الفضاء العامّ للشبكات الاجتماعيّة أصبح تحديث المحتوى أمرًا مهمًّا جدًّا لدرجة أنّه إذا أُطلق عنوان المكرَّر على المحتوى فذلك سيُسقطه فعلًا من حَيّز الانتفاع.

١٤. يُغنِي التوصيل الشبكي للمستخدمين من العمل الموازي والمكرّر، أي المشكلة المتفشّية التي يواجهها المستخدمون المسلمون هي القيام بأعمال مكررة ومستهلكة دون مراعاة أسلوب الجاذبية في الفضاء الإلكترونيّ وحاجات المجتمع المستهدف.

١٥. يُلغِي التواصل الشبكي الحاجة إلى الدِّعاية المُكلفة.

لذلك فإنَّ الطريقة الأكثر فاعليّةً والأقل تكلفةً والأسرع نتيجةً، هي ربط مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ شبكيًّا في العالم الإسلاميّ.

**الخلفيّة البحثيّة لتشبيك الأنشطة الإسلاميّة**

هناك مصادر حول إنشاء شبكة للمسلمين وتوصيلهم شبكيًّا، نذكر بعضها فيما يلي:

كتاب "بناء شبكات للمسلمين المعتدلين" ( Building Moderate Muslims Networks): ينقسم هذا الكتاب إلى عشرة فصول بناءً على بحثٍ أجراه معهد راند، فوفقًا لوجهة نظر المؤلّفين العامّة هي أنّ الولايات المتّحدة يجب أن تستخدم شبكة من المعتدلين لمواجهة تهديد الإرهاب الجهادي وعنف المسلمين التقليديين، وتقديم

1. Taylor, 20145.

٢. نمذجة إدراك الحضارة الإسلاميّة الجديدة، ١٣٩٤: ٤٧.

حلول حتّى تتمكّن الولايات المتحدة من التغلّب على التحدّيات القائمة المجتمعات الإسلاميّة وتجنّب تهديداتها كما فعلت خلال الحرب الباردة، والهدف الرئيس هو إنشاء شبكات واسعة النطاق وتقديم الدعم الفكريّ والماليّ للمعتدلين من خلال إستراتيجيات محدّدة.

يتناول هذا البحث مواضيع مختلفة مثل تجربة الحرب الباردة، وأوجه التشابه بين مؤيّدي الحرب الباردة والتحدّيات في العالم الإسلاميّ الحالي، وخارطة طريق التشبيك للعناصر المعتدلة في العالم الإسلاميّ، والطابور الأوروبي، وجنوب شرق آسيا والشرق الأوسط، وشبكات المسلمين العلمانيين، بجانب بعض نصائح تشمل القضايا الإستراتيجيّة.

ومقال "نقد بناء شبكات للمسلمين المعتدلين" لغلام رضا خسروي: يصف هذا المقال كتاب بناء شبكات للمسلمين المعتدلين، ويبحث بشكل نقدي في قضايا مثل دور السياسة الأمريكيّة في تعزيز ودعم الإرهاب في العالم الإسلاميّ وانعدام الشفافيّة في عمليّة تؤكد على التواصل الشبكي الأمريكي.

واجتماع لتبادل الخبرات العلميّة والتكنولوجيّة حول "التواصل الشبكي بين العلماء المسلمين": يعقد اجتماع لتبادل الخبرات العلميّة والتكنولوجية في البلدان الإسلاميّة كلّ عام بهدف خلق جوّ من التعاون والتفاعل بين الخبراء والعلماء في الدول الإسلاميّة في معهد المصطفىﷺ للعلوم والتكنولوجيا؛ حيث أصبحت منبرًا عرف باسم "اجتماع حول تبادل الخبرات العلميّة والتكنولوجيّة للدول الإسلاميّة"؛ فهذه المنصة أثناء شرحها لخطاب العلم والتكنولوجيا وتطوير شبكة الاتّصال لعلماء العالم الإسلاميّ في شكل إقامة أحداث دوليّة، تُرسي الأساس لخلق التآزر وتطوير التعاون العلمي، وتوفّر الأرضيّة لتوسعة الأنشطة العلميّة والتكنولوجيّة في البلدان الأعضاء في منظمة التعاون الإسلاميّ، كما تسعى إلى تعزيز التفاعلات العلميّة على

المستوى الدولي من خلال تقديم الدعم الماليّ في مجال البحث التطبيقيّ وربط الباحثين والأساتذة في العالم الإسلاميّ بشبكة من العلماء البارزين.

كتاب "الشيعة في الفضاء السيبرانيّ" من تأليف معهد العلوم والثقافة الإسلاميّة: يشير المؤلف من خلال دراسة خلفيّة الحضور الفاعل للشيعة في الفضاء الإلكترونيّ إلى التنظير الاجتماعيّ للفضاء السيبرانيّ الشيعيّ وقواعد الإعلام في هذا المجال، كما يدرس جوانب مختلفة من تطوّر الفضاء السيبرانيّ الشيعيّ كموجة محوريّة النصّ، وموجة محوريّة المؤسّسات، وموجة محوريّة المناسك والسلوك، وموجة المخاصمة الجهاديّة، وموجة محوريّة الحوار، وموجة محوريّة التجمع أو الاجتماعات، وموجة محوريّة التعليم، إلى جانب أداء بعض المواقع الحوزويّة والشيعيّة.

أمّا إستراتيجيّاته المقترحة فهي كالآتي:

١) الاهتمام بمحتوى الفضاء السيبرانيّ الشيعي "تجنّب العمل الموازي المستهلك وحُسن الاستفادة من فرص الفضاء السيبرانيّ".

٢) الاهتمام بالأبعاد التواصليّة والتفاعليّة.

٣) الاهتمام بالنهج الجامع والاجتماعي.

٤) الاهتمام بالأبعاد الدولية للفضاء السيبرانيّ الإسلاميّ.

مقال "انعكاس الدراسات الشيعيّة في الفضاء السيبرانيّ" لحميد رضا كهاني: محيط الويب المتشابك في مجال العلوم الإنسانيّة والديانات وإقبال المستخدمين، يضاعف الحاجة لوجود التيّارات الفكريّة الشيعيّة. تبحث هذه الدراسة في بيئة الويب باللغة الإنجليزيّة لغرض الإجابة على الأسئلة التالية: ما هي المواقع التي تعرّف الشيعة؟ وما هو المحتوى الذي تستخدمه؟ وما هي الأجواء التي سيواجهها شخص أجنبي للمدرسة الشيعيّة، في التعرّف على المعتقدات الشيعيّة من خلال البحث على الإنترنت؟ وهل يمكن التوقع أنّ محتوى مواقع الإنترنت لتبيين التشيّع يخلق عقليّة صحيحة

السنة الثانية – العدد الثالث؛ خريف – شتاء ٢٠٢٢ م/ ١٤٤٣ هـ

ومنسجمة مع عقائد الشيعة في عيون الجماهير غير الشيعيّة؟ فهو يعدّد ستة عشر موقعًا تقدم معلومات عن الشيعة.

مقال "الشبكات المسلمة، المسلمون في الفضاء الإلكترونيّ: الإسلام في المجال العام ما بعد الحداثي ( Muslim Networks, Muslim Selves in Cyberspace: Islam in the Post-Modern Public Sphere)، " بقلم جون دبليو أندرسون من الجامعة الكاثوليكية الأمريكية: تبحث هذه المقالة في كيفيّة ظهور الحضور الإسلاميّ على ساحة الإنترنت، مع التركيز على بعض السمات الرئيسة لكيفيّة تقاطع الديناميكيات الاجتماعيّة وتطوّر الإنترنت وتأثيرها على الديناميّات الاجتماعيّة للمجالات العامّة الإسلاميّة في ثلاث مراحل: متخصصي التكنولوجيا، والنشطاء الرسميين، وظهور الإسلام المعتدل عبر الإنترنت:

**أ. متخصصو التكنولوجيا**: أعرب خبراء التكنولوجيا لأوّل مرّة عن اهتماماتهم كمسلمين من خلال عرض النصوص الأصليّة للإسلام على الإنترنت، في وقت كانت الإنترنت لا تزال وسيلة علميّة وبحثيّة في الدرجة الأولى.

**ب. نشطاء رسميّون (علماء ومؤسّسات رسميّة)**: قد ظهرت هذه المرحلة استجابةً للمرحلة الأولى تقريبًا، لخلق فرص إنشاء قنوات اتّصال بديلة مع الناس والدعوة للتحرّك على الساحة الدوليّة، وقد نشأ ناطقون باسم المؤسّسات (المنظّمات الإسلاميّة)، والجامعة الإسلاميّة العالميّة (منظّمة المؤتمر الإسلاميّ)، وعدد كبير من المنظّمات الوطنيّة ومدارس العلماء للتعريف بالإسلام وتفسيره بشكل صحيح، إذ كانت تركز بشدّة على الحفاظ على الحدود، وقد تناولت بشكلٍ منهجيّ الاهتمامات العمليّة للمسلمين، مثل مواقع المساجد، والجزار الحلال[1]، والمدارس في الدول الغربيّة؛ حيث تهتمّ بالحاجات الدينيّة للمسلمين ومبدأ الدعوة، وركّزت على كيفيّة تشكيل حياة

1. Halal Butcher.

المسلمين من الناحية التعليميّة، وعلى المعلومات بشكلٍ متزايد؛ فقد وفّرت المشاريع في قم والمدن الدينيّة الأخرى نصوصًا أوسع للتعليم الدينيّ والتفسير في التسعينيات، وكان الأزهر ينشر محتوى على الإنترنت باللغتين الإنجليزية والعربيّة حتّى عام ١٩٩٩، عبر صفحات ويب مثل أي جامعة أخرى وكمصدر للتوجيه الدينيّ الموثوق به من المؤسسات الدينيّة، فقد سهّلت هذه المرحلة مجموعة واسعة من الشبكات، وعمليّاتها وعاداتها ومنتجيها ومستهلكيها، وموضوع الهويات بشكلٍ عامّ، مع تطوير تقنية شبكة الويب العالميّة سهلة الاستخدام.

**ج. ظهور الإسلام المعتدل عبر الإنترنت**: يشمل خط الاعتدال، من حيث الاتساع، نطاقًا أوسع من وجهات النظر الوسطيّة، ومن حيث التغيير، يتعامل مع الخطاب والتواصل لمواءمة الدين والحياة، وخاصّة تكييف الإسلام مع خطوط الحياة الحديثة، والعديد من اهتمامات جبهة الاعتدال وأساليبها المهنيّة في الشرق الأوسط تمتد إلى ما وراء الحدود الوطنية، وهي تقوم بالتشبيك بين المناطق المحليّة وما وراء الوطنيّة في جميع أنحاء العالم الإسلاميّ.

وما ظهرت في هذه المرحلة من صفحات الإعلام الإسلاميّ على الويب، يعود بعضها إلى المرحلة الأولى، مثل موقع فتوى، بواسطة شاب مسلم تلقّى تعليمه في جامعة كاثوليكية، للحديث عن تجارب أناس مثله. ويواصل بعض المواقع في اتخاذ أدوار فاعلة في المرحلة الثانية، مثل موقع حزب الله أو مواقع المدارس والمؤسسات الدينيّة في إيران والسعوديّة وماليزيا والأزهر، لكنَّ هناك آخرين يعكسون جمهورًا أوسع وأكثر تنوّعًا، مثل الإسلام أون لاين (Islam Online)، الذي يستخدم أحدث تقنيات الويب باللغتين العربية والإنجليزية بشكل محترف، وهناك بوّابات إسلاميّة أخرى مماثلة.

مقال "استخدام المسلمين للإنترنت (Muslim usage of the internet)،" لموسى وودوارد (Steven (Musa) Woodward Furber, 2017): فقد أكّد المؤلف - ردًّا على

الكيفيّة التي يسعى بها المسلمون للإجابة على الأسئلة الدينيّة باستخدام مصادر المعلومات القائمة أو غير القائمة على الإنترنت - أنّ استخدام الإنترنت يرتبط ارتباطًا وثيقًا بما إذا كانوا من ضمن الأقلّيّة المسلمة أم الأغلبيّة المسلمة، ذلك من خلال التحليل الإحصائي.

مقال "المسلمون في الفضاء الإلكترونيّ: استكشاف العوامل المؤثّرة في التفاعلات الدينيّة عبر الإنترنت في ماليزيا ( Muslims in cyberspace: exploring factors influencing online religious engagements in Malaysia) " بقلم عظيماتون عبد الرحمن، ونور هازلينا هاشم، وحسرينا مصطفى ( Azimaton Abdul Rahman, Nor Hazlina Hashim & Hasrina Mustafa): فمن وجهة نظر المؤلّفين، قد تطوّر ظهور الإسلام والمجال العامّ للمسلمين في الفضاء السيبرانيّ متزامنًا مع تطور تكنولوجيا المعلومات والاتصالات؛ فإن المسلمين، كأتباع سائر الأديان، حريصون على مشاركة عقيدتهم ومعتقداتهم وقيمهم بنقرة زر واحدة.

تسعى هذه الدراسة إلى فهم أفضل للعوامل التي تؤثّر في المشاركة في الأنشطة الدينيّة عبر الإنترنت بين المسلمين، وكانت المتنبّئات الخمسة للتفاعل الدينيّ عبر الإنترنت هي: رؤى وتصوّرات قائمة على الإنترنت، والمعايير الذهنية للمجتمع المسلم، والكفاءة الذاتيّة للإنترنت، ومستوى التديّن بين المسلمين، والاستخدام خارج وسائل الإعلام لأغراض دينيّة.

وينبغي التنويه إلى إطلاق شبكات التواصل الاجتماعي الخاصّة بالمسلمين؛ فقد أنشأ المسلمون شبكات اجتماعيّة لخلق بيئةٍ آمنةٍ ذات محتوى دينيّ، للرد على الشكوك، والتعرّف على الإسلام وتعليمه وتعريفه بشكل صحيح للمسلمين والبشريّة جمعاء، وتصفية المحتوى الذي يتعارض مع المعتقدات الدينيّة؛ من خلال شبكات مثل تاج الإسلام (على غرار الفيسبوك)، وشبكة Tutlub الاجتماعيّة، والدردشة الشيعية ( Shia

Chat)، وشبكة مدينة الاجتماعيّة، و Muxlim، و Muxlim PAL، وفور ويزيت (http://4visit.com)، ومجتمع نصر الافتراضي، وحماة الولاية، وشبكة الشباب المسلم الإلكترونيّة (www.muslimyouth.net).

كما تُظهر خلفيّة البحث، أنّه لم يتمّ إجراء أيّ بحثٍ حول "التشبيك" و"مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ"؛ لذلك من الضروري سدّ هذه الفجوة البحثيّة، وتحقيقًا لهذه الغاية، تتناول هذه الدراسة كيفيّة تشبيك مستخدمي الفضاء السيبرانيّ في العالم الإسلاميّ.

## طريقة البحث

تمّ جمع البيانات - بناءً على الطريقة الوثائقيّة وتقديم المعلومات - من خلال المصادر وفقًا للنظريّة المجذّرة للتشبيك بين مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ، هذه النظريّة مبنيّة على نموذج شامل يتضمّن الأوضاع السببيّة والمعترضة والإطار والظواهر والإستراتيجيات والنتائج التي قدمها "استراوس"، والنهج القائم على البيانات هو نهج كيفي يستخدم بشكل استقرائي سلسلةً من الإجراءات المنهجيّة لإنشاء نظريّة حول الظاهرة قيد الدراسة،[١] ولقد حظيت هذه الطريقة بأهمّيّة أكثر ونال إقبالًا واسعًا بعد صدور الكتاب المؤثر لـ: "بارني جلاسر وأنسيلم استراوس"، وأمّا البيانات التي يجمعها مُنظِّر معالجة البيانات لوصف العمليّات، فتتضمّن أنواعًا عديدة من البيانات الكيفيّة، منها: الملاحظات والمحادثات والمقابلات والمستندات الحكوميّة...[٢]

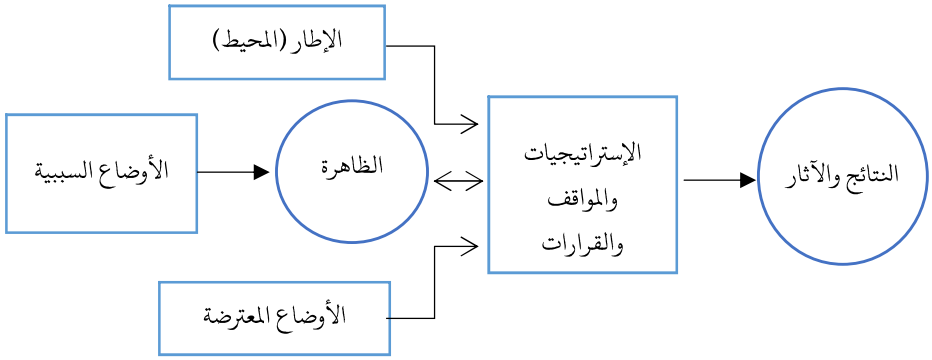


١. استراوس وكوربين، ١٣٩٠.

٢. حكاكي وفعلي ١٣٩٩: ٢٠٢.

## النموذج المقترح للتشبيك بين مستخدمي الفضاء المجازيّ في العالم الإسلاميّ

بعد جمع البيانات ودراسة المقابلات والمقالات والكتب والنشرات الإخباريّة، يُقترح النموذج المفاهيمي التالي على ضوء النظريّات حول شبكات مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ في العالم الإسلاميّ؛ إذ إنّ كلّ شبكة تتكوّن من هذه المكوّنات الستة:



**الأوضاع السببيّة**: تؤدّي هذه الأوضاع إلى ظهور أو تطوّر ظاهرةٍ ما، والأوضاع السببيّة هي الحاجات والدوافع التي يتواصل معها الفرد أو الأفراد والمنظمات، أمّا الأوضاع السببيّة لتشبيك مستخدمي الفضاء السيبرانيّ في العالم الإسلاميّ فهي:

| الترميز المحوري | الترميز المفتوح | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| الأوضاع السببيّة | الحاجة للسلطة | ضرورة تضامن الأمة الإسلاميّة للتحول إلى قوة عالميّة |
| | الحاجات الماديّة | الوصول إلى الموارد الماليّة |
| | الحاجات التواصليّة (الاجتماعيّة والعاطفيّة) للمستخدمين | – التفاعل الديناميكيّ والحديث والاجتماعيّ للمستخدمين<br>– بناء الهويّة الإسلاميّة<br>– العلاقة القِيميّة للمستخدمين |
| | الحاجات المعنويّة | – منح الحياة معنًى يرتكز على التوحيد<br>– أداء المناسك والشعائر العباديّة فيما يتعلّق بالمسلمين |
| | الحاجات المعلوماتيّة والمعرفيّة | – ضرورة معرفة الإسلام معرفة صحيحة ونشر التعاليم الإسلاميّة بمختلف اللغات. |
| | الدفاع عن الإسلام والهويّة الإسلاميّة | – الدفاع عن الإسلام<br>– التعرف والرد على الشبهات والاعتداءات على الإسلام<br>– الدفاع عن الهويّة الإسلاميّة ضد الإسلاموفوبيا |
| | خلق فرص وابتكارات جديدة | – خلق فرص جديدة لإنتاج المحتوى الإسلاميّ ونشره واستخدامه<br>– الابتكار للتعريف بالإسلام<br>– إنتاج ونشر محتوى إسلاميّ يناسب حاجات المستخدمين |
| | الاستجابة الإسلاميّة للحاجات | – الاستجابة الإسلاميّة للاحتياجات الفرديّة والوطنيّة والعالميّة لمستخدمي الفضاء السيبرانيّ الملائمة لحاجات اليوم |

ومن الأوضاع السببيّة للتشبيك هو وجود الدافع، ومن دوافع التشبيك الحاجة إلى تضامن الأمّة الإسلاميّة وتحولّها إلى قوّة عالميّة، ونظرًا إلى حاجة الأفراد والمؤسّسات لموارد ماليّة لأنشطتهم الافتراضيّة، فهم يسعون إلى التواصل مع الأفراد والمؤسّسات ذوي التفكير المماثل، وأمّا حاجات المستخدمين من حيث التواصل (الاجتماعيّة والعاطفيّة) والتفاعل فهو أحد أسباب التشبيك.

ووفقًا لأندرسون، تفعيل الشبكات الإسلاميّة هي بمثابة تفاعل الديناميكيات الاجتماعيّة المتجذرة في خصائص الشبكات والهويّات الإسلاميّة من ناحية، والتركيز على التكنولوجيا المنظمة اجتماعيًّا من ناحية أخرى (Anderson, Jon W,2001). في الواقع يبني المستخدمون المسلمون هويّاتهم الإسلاميّة ويحمونها من خلال التضامن في الفضاء الإلكترونيّ، ومن أجل تلبية الاحتياجات الروحيّة للمستخدمين، فإنّهم يعطون معنًى لحياتهم التوحيديّة فيما يتعلّق بأشخاص متشابهين لهم في التفكير ويشاركون طقوسهم وسلوكياتهم العباديّة من خلال خلق جوٍّ روحي متّحد ومتواصل مع المسلمين، ويتواصل الأفراد أو المنظّمات، من أجل معرفة الإسلام والتعريف به بشكل صحيح، بلغات مختلفة لتلبية حاجاتهم المعلوماتيّة والمعرفيّة حول الإسلام؛ فيجب على المسلمين بناء شبكة قويّة وملتزمة وفعّالة لتحديد جميع أنواع الإسلاموفوبيا والشكوك والاعتداءات على الإسلام والرد عليها والدفاع عن هويّتهم الإسلاميّة، وإن خلق فرص وابتكارات جديدة للتعريف بالإسلام وإنتاج محتوى إسلاميّ فعّال ومؤثّر هي متطلّبات أخرى لمستخدمي الشبكات في العالم الإسلاميّ؛ وأخيرًا من الأسباب المهمّة للتشبيك هي الاستجابة الإسلاميّة للحاجات الفرديّة والوطنيّة والعالميّة لمستخدمي الفضاء الإلكترونيّ.

**الإطار:** يمثّل مجموعة خاصّة من الأوضاع التي تؤثّر في إستراتيجيّات الفعل والتفاعل.

| المقولة المحوريّة | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| الإطار | الخصائص الفرديّة | – الجهود الفرديّة لتوسيع العلاقات مع المستخدمين والحفاظ عليها<br>– وجود علاقات عامّة قويّة<br>– وجود دافعٍ فرديّ لإنشاء شبكة من المستخدمين<br>– الإيمان بالعقائد والقيم الإسلاميّة<br>– الميل إلى القيم والالتزام بالمعايير الإسلاميّة |
| | خصائص القائد (المدير) | – القدرة على النفوذ<br>– خلق التنسيق في الشبكة |
| | الخصائص الوظيفية (نشاط افتراضي) | – التفاعل في الأنشطة المشتركة<br>– الاهتمام والخبرة في مجال الأنشطة في الفضاء السيبرانيّ |
| | الخصائص الثقافيّة المعياريّة | – الجذب المتبادل للأفراد والمنظمات لبعضها البعض<br>– وجود أوجه تشابه في المواقف والقيم والوضع الاجتماعي وخصائص شخصيّة أخرى<br>– الخصائص اللغويّة والعرقيّة المشتركة<br>– الخصائص الدينيّة (الإسلاميّة)<br>– العزيمة على مساعدة الآخرين |
| | البنية التحتية | – البنية التحتيّة التكنولوجية<br>– أدوات ومعدّات الشبكات |
| | الميزات البيئيّة | – الخصائص الفرديّة والجماعيّة والتنظيميّة والإقليميّة والوطنيّة والعالميّة |

إنّ الجهود الفرديّة لتأسيس أو توسيع أو الحفاظ على العلاقات مع مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ، والعلاقات العامّة القويّة، والدافع الشخصي لإنشاء شبكة من المستخدمين، والإيمان بالمعتقدات الإسلاميّة، والميل إلى القيم والامتثال لمعاييرها، هي من الخصائص الفرديّة لصانع الشبكة في العالم الإسلاميّ.

أمّا التأثير والتنسيق هما السمات المميّزة لقيادة الشبكة، والتفاعل بين الأعضاء ومسؤول الشبكة يلعب دورًا مكمّلًا لكلا الطرفين؛ إذ يمكن لمسؤولي الشبكات الذين يضعون معايير متبادلة وجو الثقة بين أعضاء الشبكة تعزيز استقرار الشبكة؛ ووجود بنية تحتية مشتركةٍ تُنسق مصالح مختلف الشركاء، هي مسألة مهمّة؛ إذ يمكن لمسؤول الشبكة زيادة تنسيق الهدف بين أعضاء الشبكة بل الشبكة بأكملها من خلال تدريب أعضاء الشبكة وإحضارهم حول طاولة مشتركة، والذي بدوره له تأثير إيجابي على أداء الشبكة،[1] «ومن أجل تعزيز الاستقرار الداخلي للشبكة، يُنشئ مسؤولو الشبكة بيئة للتفاعل الجيّد والمفيد؛ فهم يقوّون المشاركات، ويعزّزون تبادل المعلومات، ويحافظون على التنسيق، ويبتكرون طرقًا للتعامل مع التعقيدات الإستراتيجيّة والعمليّاتيّة»؛[2] لذلك فإنّ خصائص قائد الشبكة ومديرها واهتمام الأعضاء وخبرتهم وتفاعلهم في مجال أنشطة الفضاء السيبرانيّ هي شروط مؤثّرة في التشبيك.

والخصائص الثقافيّة المعياريّة للمستخدمين مؤثّرة أيضًا في إيجاد الشبكة أو التشبيك، وممّا يؤثّر في التشبيك أيضًا هي الجاذبيّة المتبادلة للأفراد والمنظّمات لبعضها البعض، ووجود أوجه تشابه في المواقف والقيم والحالة الاجتماعيّة والخصائص الفرديّة الأخرى للمستخدمين، والخصائص اللغويّة والعرقيّة المشتركة للمستخدمين، كما إذا كان الأفراد أو المنظمات ينتمون إلى نفس الطائفة أو الدين، مثلا كانوا عَربًا أو تُركًا، فتؤثّر في الانجذاب نحو التواصل الشبكي، وكذلك الخصائص الدينيّة والإسلاميّة للمستخدمين مؤثّرة في التشبيك، فيشارك المستخدمون المتشابهون في التفكير مع الاهتمامات الدينيّة في الشبكة نفسها، وهكذا تعدّ الرغبة في مساعدة الآخرين مكونًا مهمًّا وفعّالًا للتواصل الشبكي، فلن يتمكّن الأشخاص الذين ليس لديهم هذه الميزة من المشاركة في الشبكات، ولا يمكن النشاط في الفضاء السيبرانيّ من دون توفير البنية التحتيّة التكنولوجيّة

1. Mandell, M. and Keast, R., 2008: 715-731.
2. Turrini, A.,2010, 528-550.

المناسبة والتزّود بالأدوات والمعدّات اللازمة، وأمّا الخصائص البيئيّة والتنظيميّة هي عوامل أخرى مؤثّرة في عمليّة التشبيك. وأخيرًا فإنّ ماهيّة البيئة الاجتماعيّة والسياسيّة والثقافيّة والاقتصاديّة والدوليّة التي تعمل فيها المنظمة والأفراد، وبالتالي متطلّباتها واقتضاءاتها؛ فهي من الأمور التي تؤثّر في نوع التشبيك وأهدافه وإستراتيجيّاته.

**الشرائط المعترضة** (المؤثّرة): وهي تشمل الشرائط والأوضاع العامّة والوسيطة التي تؤثّر في إستراتيجيات والمواقف؛ وبالتالي تُسهِّل هذه الشرائط الأوضاع أو تَحدُّ من العوامل الأخرى.

| المقولة الأصليّة | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| الشرائط والأوضاع المعترضة | التفاعل والمشاركة بين المستخدمين | – مدى مشاركة المستخدمين والتفاعل بينهم<br>– التفاعل الاجتماعي المتبادل<br>– تبادل التفضيلات (الصداقة والاهتمامات والمعلومات) |
| | مصالح المستخدمين | – مدى النتائج والعوائد المتوقّعة من قبل المستخدمين |
| | السمات الهيكليّة لشبكات المستخدمين | – حجم الشبكة<br>– تنوّع الشبكة<br>– مرونة الشبكة |
| | استجابة سريعة للحاجات | – مدى الاستجابة السريعة للحاجات |
| | موارد شبكة المستخدمين | – علميّة وتربويّة ومحتوائيّة<br>– تواصليّة<br>– ماليّة |
| | أصحاب السلطة في الشبكة | – أعضاء الشبكة الأقوياء |

ينضمّ المستخدمون إلى شبكة ما، بناءً على النقاط والأهداف المشتركة ويعتبر التفاعل الديناميكي والتبادل بين الأعضاء من عوامل التسهيل للشبكة، وكلّما كان هذا التفاعل ومشاركة الأعضاء أكثر ديناميكيّة، زادت الشبكة رونقًا، وكلّما زادت نسبة التفاعل الاجتماعي واستعداد الأعضاء لتبادل التفضيلات (الصداقة والاهتمامات والمعلومات) زاد نمو الشبكات وتسهيلها، وكلّما زاد عدد الموارد التي يمتلكها المستخدم على الشبكة زادت إيجابيّة إجراءات الشبكة وتفاعلها واستراتيجيتها؛ كما أنّ مقدار النتائج والعوائد التي يتوقّعها المستخدمون من الشبكة يؤثّر إيجابًا في الإستراتيجيّة وتحقيق أهداف الشبكة.

إنّ الذي يسهل أو يحدّ من تحقيق إستراتيجيّة التشبيك، هو كيفيّة توفير الموارد الماليّة والمعلوماتيّة والتواصليّة لشبكة المستخدمين، ومدى قوّة وشهرة المستخدمين للشبكة وامتلاكهم للقدر الأكبر من المعلومات أو التواصل؛ فإنّ ضرورة ردٍّ سريع ومحدَّث للإسلاموفوبيا والهجمات على الإسلام تحدّ من التفاعلات أو تسهلها؛ كما تؤثّر مرونة الشبكة وحجمها وتنوّعها أيضًا في الحلول والإستراتيجيّات، ويمكن للشركات استخدام هياكل شبكاتها لتحسين أداء الشبكة، بالإضافة إلى ذلك، فإنّ الهياكل المناسبة لشبكات الأعمال من خلال توفير الفرص والموارد الشبكية التي تنشأ من تنوع الشركاء بخصائص مختلفة، يمكن أن تزيد من عمليّة التتجير والتسويق،[1] ورغم أنّ الهياكل المتنوّعة لشبكات الأعمال توفّر الوصول إلى موارد وفرص جديدة، إلّا أنّها لا تضمن الاستيعاب الفعّال والمؤثّر لهذه الموارد والفرص واستخدامها، كما تُظهر الأبحاث أنّ تقوية التواصل الشبكي تعمل على تحسين تأثير هياكل شبكات الأعمال على الأداء الشبكي.[2]



---

١. مقصودي كنجه، خاني، عالم تبريز، ١٣٩٨: ١٦٤.

2. Mu, J. 2014: 599-609.

**محورية الظواهر**: وهي الصورة الذهنية للظاهرة التي هي أساس العمليّة،[١] ولكي يتمّ الاختيار يجب أن يكون المقولة المحوريّة بحيث: ١) يمكن أن ترتبط بها جميع الفئات المحوريّة الأخرى. ٢) ويجب أن يظهر بشكل متكرّر في البيانات. ٣) وأن يكون التفسير الذي ينمو تدريجيًّا من خلال ارتباط الفئات ببعضها البعض، تفسيرًا منطقيًّا ومتقنًا. ٤) وأن يكون المفهوم قادرًا على شرح التغييرات بقدر ما هو قادر على شرح لُبّ البيانات.[٢]

إنّ تشكيل شبكات مستخدمي الفضاء الإلكترونيّ من خلال المقولة المحوريّة يشتمل على أبعاد مختلفة كما يلي:

| المقولة المحوريّة | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| التشبيك (أبعاده) | إدارة التصوير لجذب المستخدمين | - الترويج الذاتي<br>- المراقبة الذاتيّة<br>- السمعة الإيجابيّة |
| | إدارة العلاقات الشبكيّة | - تكوين علاقة شبكيّة<br>- توسيع العلاقات الشبكيّة والحفاظ عليها واستخدامها<br>- إنهاء علاقة شبكيّة |
| | التعلّم الشبكي (إدارة المعرفة الشبكيّة) | - المعرفة المكتسبة من تجارب علاقات المستخدمين<br>- المعرفة المكتسبة من كيفيّة العلاقات الشبكيّة<br>- المعرفة بالمحتوى الذي تمّ مشاركته |
| | البحث عن مستخدمين نشطين جدد | - رصد المستخدمين الجدد<br>- تقييم المستخدمين الجدد |

١. استرواس، ١٣٩٠.

٢. المصدر نفسه.

**١. إدارة التصوير هو أحد أبعاد التشبيك**؛ والقدرة على جذب أمرٍ مهمّ لتحقيق المشاركات والعلاقات الشبكية الجديدة، بالإضافة إلى ذلك، فإنّ استخدام تقنيات إدارة التصوير يبني الثقة في جميع أبعاد العلاقات ما بين المؤسسات؛ حيث تُظهر الأبحاث أنّ بناء الثقة هو أحد العوامل المحفّزة لتوفير المعرفة والمعلومات في التعاون ضمن السلوك الانتهازي لكلا الطرفين،[١] كما تعد إدارة التصوير أحد الحلول الأساسية لحل تعارضات الشبكة الداخليّة أثناء العلاقات بين الشركات؛ لذلك ينبغي في إنشاء الشبكات إيلاء اهتمام خاص للتقنيات الأربع لقدرات إدارة التصوير (المراقبة الذاتية، والترويج الذاتي، والإطراء الذاتي، والسمعة الإيجابيّة)[٢].[٣]

ويشمل التصوير المناسب للتشبيك بين المستخدمين ما يلي:

**أ. الترويج الذاتي**: كلّما زاد عدد الأفراد أو المنظّمات التي تروّج لأنفسها وتلعب دورًا أكثر حيويّة في فهم الإسلام وزيادة الوعي به، وإنتاج أو نشر المحتوى الإسلاميّ في الفضاء الإلكترونيّ، زاد تحمّس سائر الأفراد أو المنظمات على التواصل الشبكي معها فضلًا عن تسهيل التواصل الشبكي فيما بينهم.

**ب. المراقبة الذاتية**: المراقبة الذاتية ورصد الشبكة المنتمي إليها لغرض تحقيق الأهداف والبرامج، فتؤدّي إلى جذب أكبرٍ وأكثر فاعليّة.

**ج. السمعة الإيجابيّة**: كلّما كان الأفراد أو المنظّمات يتمتّعون بسمعة إيجابيّة أكثر في ظهور العلوم الإسلاميّة وانتشارها وإنتاج محتوى فعّال ومحدَّث ثمّ نشره، زاد مدى جذبهم للأشخاص الأكثر نفوذًا.

**٢. إدارة العلاقات الشبكيّة**: يشير التشبيك إلى قدرة الفرد على إنشاء أو تطوير أو الحفاظ على العلاقات مع الآخرين الذين لديهم القدرة على المساعدة في وظيفة أو

١. سخدري، ١٣٩٤: ١٥٩– ١٧٤.

2. Self monitoring; Self-promotion; Self flattery; Positive Reputation.

٣. زاهدي، ١٣٩٦: ٧٩–١٠٤.

مهنة.[1] ويساعد التشبيك على ربط مجموعة واسعة من الأفراد والمنظمات التي تتعاون على تحقيق الأهداف المشتركة وتحقيق المزيد من النجاح، ويرمي التشبيك إلى التواصل طويل الأمد والمستقرّ والملتزم بين الأفراد والمنظّمات؛ بحيث أنّ الأعضاء يعرفون بعضهم البعض ويساعدون بعضهم البعض، ويتّخذ المستخدمون التواصل الشبكي كسياسة واستراتيجيّة، فيمكن اعتبار التشبيك على أنّه إنشاء العلاقات والحفاظ عليها واستخدامها لتسهيل الأنشطة المتعلّقة بوظائف الأشخاص وتعظيم فوائدهم.[2]

وأمّا محاور إدارة العلاقات فهي:

**أ. إنشاء علاقة جديدة**: نظرًا لديناميكيّات المحيط وظهور واختفاء الفرص بمرور الوقت؛ فإنَّ رُوّاد الأعمال (المصممين على التواصل الشبكي) بالإضافة إلى الاضطرار إلى الحفاظ على علاقاتهم الموجودة بالفعل والاستفادة منها على أفضل وجه، يجب أن يبحثوا باستمرار عن علاقات جديدة في شبكتهم وعدم الاكتفاء بعلاقاتهم القديمة فقط؛ فإنّ العلاقات الجديدة تجعل رواد الأعمال يحددون الفرص والتهديدات بشكلٍ أفضل، وبالتالي يتمتّعون بأداء أفضل،[3] والعلاقة الجديدة تزود الشبكة بالموارد والفرص وأحدث المعلومات، ففي شبكة المستخدمين في العالم الإسلاميّ، يضيف كلّ مستخدم جديد قيمة للشبكة.

**ب. توسيع العلاقات والحفاظ عليها واستخدامها**: يحاول روّاد الأعمال (المتواصلون شبكيًّا) الحفاظ على العلاقات الموجودة وتوسيعها، ويرجع ذلك إلى الميزة التنافسيّة التي يكتسبونها من تلك العلاقة،[4] والحفاظ على علاقة شبكية يقوي تنسيق الشبكة وتوقيتها والالتزام بها، علاوة على ذلك، يعد التنسيق داخل منظمة وما بين المنظمات أمرًا ضروريًّا لتحقيق الاستقرار في العلاقات القائمة.[5]



---

1. Forret & Dougherty, 2001:2.
2. Forret & Dougherty, 2004; Wolff et al., 2008.

٣. نقابي وآخرون، ١٣٩١ :٣٩.

٤. نقابي، ١٣٩١: ٣٩.

5. Parida & Westerberg, 2017: 20.

إنهاء العلاقات الشبكيّة: يجب على الشركات (الشبكات) إنهاء العلاقات غير المربحة في الوقت المناسب.[١] كما اعتبر الباحثون القدرة على إنهاء العلاقات الشبكيّة جزءًا مهمًّا من القدرة على إدارتها،[٢] ويصبح إنهاء العلاقات ضروريًّا عندما تتصرّف الشبكة أو أعضاؤها بما يتعارض مع القيم الإسلاميّة أو أهداف الشبكة.

**٣. التعلّم الشبكي (إدارة المعرفة الشبكيّة)**: يشير التعلّم الشبكي إلى قدرة المنظمّة على تطبيق الخبرة المكتسبة من العلاقات السابقة لبدء علاقات أكثر فائدة وإدارة العلاقات القائمة بشكلٍ أفضل.

ويجب على الشركات أيضًا كمنظمة تعليميّة أن تسعى دائمًا إلى التعلّم من المواهب والقدرات ونقاط القوّة لدى شركائها أثناء إقامة العلاقات الشبكيّة، وإدارة المعرفة المكتسبة من شركاء الأعمال أثناء العلاقات الشبكيّة ونقلها إلى جميع موظفيها.[٣]

**٤. البحث عن مستخدمين نشطين جدد**: العثور على المستخدمين أمرٌ ضروريٌّ لتحسين أداء شبكي، والنقطة المهمّة في القدرة على العثور على شركاء هي أن يتعرّف المدراء على الفجوات المعرفيّة لشركائهم، وبالتالي يعتبرون كلّ رابط بين المنظمات بمثابة قناة لملء فجوة المعلومات لديهم، هذا لا يقلّل من إمكانية تكرار العمل وتشكيل مجموعات غير ضروريّة فحسب، بل يزيد أيضًا من إمكانيّة استخدام مرافق شبكة الأعمال بأكملها.[٤]

**الإستراتيجيّات**: إنّ إستراتيجيّات الفعل والتفاعل تعبّر عن سلوكيّات وأنشطة وتفاعلات هادفة يتمّ اتخاذها كإجابة على المقولة المحورية، تحت تأثير الأوضاع المعترضة.[٥]



---

١. مقصودي كنجه، خاني، عالم تبريز، ١٣٩٨: ١٥١–١٨٠.

2. Ritter, T., & Geersbro, J. 2011:988-993.

٣. مقصودي كنجه، خاني، عم تبريز، ١٣٩٨: ١٦٤.

٤. سخدري، ١٣٩٤: **١٥٩– ١٧٤.**

٥. حكاك وفعلي، ١٣٩٩: ١٩١– ٢٢٠.

| المقولة المحورية | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| إستراتيجيّات الفعل والتفاعل | الإجراءات الشبكيّة للتخطيط الإستراتيجي | - النوايا الصادقة<br>- تحديد الأهداف<br>- تحديد المجتمع المستهدف<br>- تحديد مجال النشاط<br>- تحديد خصائص مستخدمي الشبكة<br>- تحديد هيكل الشبكة |
| | الإجراءات الشبكيّة للتصوير (الترويج الذاتي، والمراقبة الذاتية والسمعة الإيجابيّة) | - الصدق في التصوير<br>- عقد اجتماعات دوريّة لعرض التقارير وشفافيّة الأداء في الشبكات الافتراضيّة<br>- حضور فعّال في المؤتمرات والمعارض والاجتماعات الرسميّة وغير الرسميّة الداخليّة والخارجيّة |
| | الإجراءات الشبكيّة لجذب مستخدمين جدد (الرصد والتقييم) | - مراقبة المستخدمين الجدد بناءً على الميزات المطلوبة في الوسائط المتصلة وغير المتّصلة بالإنترنت<br>- حضور المؤتمرات والمعارض والمهرجانات الثقافيّة والإسلاميّة والفضائية وغيرها.<br>- تقييم المستخدمين الجدد من خلال وضع معايير ومؤشّرات للمستخدمين المؤهّلين |
| | الإجراءات الفرديّة للمستخدمين لبناء العلاقات | - الإخلاص في العمل<br>- استثمار المستخدمين لإنشاء العلاقة فيما بينهم والحفاظ عليها وتوسيعها<br>- إقامة تعاون قائم على الثقة |

| المقولة المحورية | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| | وتوسيعها والحفاظ عليها وإنهائها | - التواصل المستقرّ<br>- الاهتمام بأبعاد المستخدمين الشخصية للتواصل (القدرة على التكيف، والانبساط، والتجريبية)<br>- زيادة الثقة من خلال إنشاء العلاقات والحفاظ عليها والتعاون مع المستخدمين الآخرين<br>- دعوة زميل فعّال إلى مجتمع أو نشاطٍ مهني؛<br>- التواصل مع متخصّص لاكتساب المعرفة والمعلومات<br>- التواصل مع المستخدمين التفاعليين<br>- التواصل مع أشخاصٍ أقوياء<br>- الالتزام بالمبادئ الأخلاقيّة والقيميّة الإسلاميّة<br>- التركيز على مشتركات المستخدمين<br>- اكتشاف اهتمامات مستخدمي الشبكة<br>- طلب المساعدة من المستخدمين الجدد لترقية أنشطة الشبكة<br>- تحسين مهارات التواصل لدى المستخدمين وخاصّة الاستماع الفعّال<br>- التشاور بين المستخدمين حول خبراتهم<br>- الاتصال التفاعلي الديناميكي والتبادل بين المستخدمين<br>- توسعة العلاقات مع المستخدمين المحترفين وذوي الكفاءات، والحفاظ عليها<br>- تفاعل وثيق مع المستخدم المحترف لخلق وتوسيع علاقات أعمق معه<br>- مساعدة المستخدمين لبعضهم البعض بديناميكية<br>- تحسين مهارات الاتّصال لدى المستخدمين وخاصة |

| المقولة المحورية | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| | | الاستماع الفعّال<br>- عقد اجتماعات دورية لتحسين قدرات التواصل لدى المستخدمين<br>- المتابعة والتواصل الدائم مع المستخدمين وعدم إهمالهم<br>- إرسال منشور للمستخدمين على منصّة شبكيّة<br>- تبادل الرسائل في المناسبات الشخصيّة بين المستخدمين<br>- إنهاء العلاقات على أساس المعايير |
| | الإجراءات الشبكيّة للتعلّم الشبكي (إدارة المعرفة الشبكيّة) | - إدارة المعرفة على أساس تجارب علاقات المستخدمين وكيفية تكوينها<br>- جمع المعلومات ومعالجتها وتحويلها إلى المعرفة الشبكيّة<br>- العرض والطلب، وتوسيع المعلومات المعرفيّة للشبكة<br>- تداول المعرفة والتواصل في الشبكة والحصول على التغذية الراجعة منها<br>- مشاركة المحتوى المُنتَج وتقييمه وتحويله إلى معرفة |

إستراتيجيّات التشبيك للمستخدمين، هي عمليّة تواصل ديناميكي تتطّلب سلسلة من الإجراءات الفرديّة للمستخدمين وسلسلة من الإجراءات الشبكيّة.

بناءً على الأوضاع والظروف الفعّالة والمؤثّرة، فإنّ الإجراءات وإستراتيجيّات التشبيك لمستخدمي الفضاء السيبرانيّ هي:

**أ.** تتمثّل الإستراتيجيات الشبكيّة للتخطيط الإستراتيجي كأولى خطوة، في الأمور التالية:

**١- النيّة الصادقة**: إنّ العنصر الأهمّ في أي نشاط إسلاميّ، افتراضيًا كان أم مادّيًّا، هو النيّة الصادقة وليس التباهي، أو الاستعلاء على الآخرين وما شابه ذلك؛ إذن، يجب

في النشاط الافتراضي وشبكات المستخدمين أيضًا أن يكون لدى المستخدمين إخلاص في النية والتوكل على الله.

٢- **تحديد الهدف**: يعد تحديد الهدف من أهم الإستراتيجيات الشبكية؛ الغرض من تشبيك المستخدمين هو تزويدهم باتّصالات واسعة وتفاعلية ومستقرة حول الإسلام وتعاليمه، من خلال دعم بعضهم البعض، بغية خلق مساحة تفاعلية ونشطة لاستخدام المحتوى الإسلاميّ وإنتاجه ونشره، ولمشاركة خبراتهم مع الآخرين. ولكل تشبيك أهداف مختلفة وفقًا لأوضاعه السببية وإطاره؛ لذلك فلا بدّ لكلّ تشبيك أن يحدد أهدافه الطويلة المدى والقصيرة المدى، وأن يؤمن بطريقته الخاصة ويسعى جاهدا لتحقيق ذلك.

٣- **تحديد المجتمع المستهدف**: ما هي الجماعة التي تركّز عليها أنشطة المستخدمين؟ وما هو المجتمع المستهدف، والشبكة، والأسرة؟ هل هم الأطفال، أم المراهقون، أم البالغون، أم طلاب جامعة، أم عامّة الناس؟ أ هُم من المسلمين أم غير المسلمين؟ ومن أي جنسيّة أو عرق أو أمّة؟ ومن أي لغة؟ وما إلى ذلك، تحدد الإجابة على هذه الحالات ماهيةُ المجتمع المستهدف والمجموعات المنتمية للشبكة.

٤- **تحديد نطاق النشاط**: في أيّ مجال سيتمّ عمل الشبكة؟ أهو في مجال إنتاج محتوى إسلاميّ، أم التثقيف والتوعية حول الإسلام، والرد على الشكوك، أو الدفاع عن الإسلاموفوبيا، أو إطلاق حملات بمحتوى إسلاميّ مثل "حملة حجاب"، و"الحسين يجمعنا"، "who is Hossain?" وما شابه ذلك.

٥- **تحديد خصائص أعضاء الشبكة**: من يمكنه الحضور في الشبكة؟، وما هي سماته؟ فهذا يحتاج إلى معايير ومؤشّرات يجب تحديدها، على سبيل المثال، لا يمكن التواصل الشبكي مع المستخدمين المعادين للإسلام أو المنافقين في إنتاج أو نشر محتوى إسلاميّ.

**٦- تحديد هيكل الشبكة**: ما هو نوع التشبيك؟ فإنَّ نوع الشبكة يحدد كيفيّة رصد وتقييم المستخدمين المتواصلين شبكيًا؛ إذ يتمّ التشبيك من النوع الصغير والأشخاص الحقيقين، بواسطة مستخدمين نشطين وأشخاص أقوياء وذوي مصادر وخبراء، ويمكن أن يكون نوع الشبكة متوسطًا، فعندئذ يتم التشبيك مع المنظمات النشطة في المجال الإسلاميّ، كجامعة المصطفىﷺ العالميّة، والجامع الأزهر، وجامعة القاهرة، وجامعة السودان للقرآن والعلوم الإسلاميّة، وكلّيّة القرآن بطنطا (مصر)، والجامعة الإسلاميّة العالميّة، والإسلام أون لاين، وجامعة المدينة المنورة، والجامعة الأسمرية (ليبيا)، والمعهد الأعلى التونسي لأصول الدين، والمعهد الأعلى الأردني للدعاية وأصول الدين، وجامعة غزة، والجامعة الإسلاميّة العالميّة في ماليزيا، وجمعيّة الهداية والإرشاد القرآنيّة اللبنانيّة، وأكاديميّة فلوريدا المركزيّة الإسلاميّة، والأكاديميّة الإسلاميّة السعودية (في أمريكا)...

والحدّ الأدنى من التواصل الشبكي مع هذه المنظمات هو وضع روابط بين الجامعات ومراكز العلوم الإسلاميّة ومنتجي المحتوى الإسلاميّ على موقع هذه المنظمات، وأقلّ فائدته أنّه إذا كان المستخدم يبحث عن طائفة سنية معينة _ مثلا _، فيمكنه الاتصال بها من خلال رابط مركز الطائفة الإسلاميّة نفسها والحصول على المعلومات مباشرة، وكذلك للبحث حول الشيعة يمكنه الاتصال بمعهد المصطفىﷺ للأبحاث، وهكذا، يتمكّن هؤلاء المستخدمون بشكل مباشر ودون تصفية المعلومات، من الوصول إلى الحقيقة بعيدًا عن الإشاعات والأكاذيب، وكم من اتهاماتٍ ومفاهيمَ أو وجهاتِ نظرٍ خاطئة حول الأمّة الإسلاميّة يمكن أن تختفي حينئذٍ، ويون المجتمع الإسلاميّ على بعد خطوة من وحدة الأمّة الإسلاميّة.

وإذا كان هيكل الشبكة ضخمًا وكلّيًا وعالميًا تنشط فيه المنظمات والأفراد، فإنّه يؤثّر على العمليّات وصياغة استراتيجيات التشبيك بطريقة مختلفة. وإن إنشاء شبكة

السنة الثانية – العدد الثالث؛ خريف – شتاء ٢٠٢٢ م/ ١٤٤٣ هـ

قويّة ومستقرّة وتفاعلّيّة، مثل مؤتمر الدول الإسلاميّة، يتطلب إمكانيّات وتمهيدات تشمل على الأقل الأقسام التالية:

١) معرفة الإسلام وتعاليمه بمختلف لغات العالم بناءً على القواسم المشتركة بين المسلمين.

٢) قسمٌ خاصٌّ بالمسلمين الجدد ومشاركة خبراتهم.

٣) تبادل الخبرات الإسلاميّة وغير الإسلاميّة في مواجهة تعاليم الإسلام والمسلمين..

٤) إنتاج محتوى إسلاميّ ينسجم مع الحاجات الفرديّة والوطنيّة والعالميّة.

٥) إقامة معارض للمنتجات الإسلاميّة وربطها بمثل هذه المعارض حول العالم.

٦) تقديم نماذج دينيّة ومحدَّثة للعيش وفق المعايير الدينيّة.

٧) إطلاق حملات ذات محتوى إسلاميّ باستخدام الشباك (أي الهشتاق) # ودعم حملات كهذه، فعلى سبيل المثال: تطلق النساء المسلمات المحّجبات حملة على وسائل التواصل الاجتماعي باستخدام وسم #hijabtome (الحجاب لي) لمكافحة المفاهيم الخاطئة حول الحجاب.

**ب.** يتمّ عمل تصوير الشبكة لجذب المستخدمين والمؤسّسات باستخدام تقنيات الترويج الذاتيّ والمراقبة الذاتيّة والسمعة الإيجابيّة، مثل الصدق في التصوير والشفافيّة في أداء الشبكة، وهو مبدأ مهمّ ويؤدّي إلى ثقة المستخدمين وتعاونهم، ومن الأساليب الأخرى عقد اجتماعات دوريّة لتقديم تقرير عن الأداء وشفافيّته في الشبكات الافتراضيّة، والمشاركة النشطة في المؤتمرات والمعارض والاجتماعات الرسميّة وغير الرسميّة في الداخل والخارج، فبالإضافة إلى خلق فرص لتعريف الشبكة للآخرين، تؤدّي أيضًا إلى التعلّم من الآخرين؛ لأنّ أفضل الفرص المتاحة للشبكة يتمّ إنشاؤها من خلال حضور المَعارض والندوات والمؤتمرات، والهدف منها هو جذب عددٍ كبير من الأشخاص ذوي التفكير المماثل.

ج. هناك تقنيات لجذب مستخدمين نشطين جدد ومراقبتهم وتقييمهم، فقد أظهر بحث قام به "تجويدي وكرمي" أنّ التواجد النشط في وسائل التواصل الاجتماعيّ المتصلة بالويب (آبارات، وفيسبوك، ويوتيوب، وإنستغرام، ولينكد إن) وغير المتصلة (كالإذاعة والتلفزيون والمعارض والمهرجانات) يمكن أن يساعد على مراقبة الشركاء المحتملين، والعثور على شركاء جدد، وتحسين أداء الشركات، ويمكن القيام بقسط كبير من الأنشطة المتعلقة بمراقبة الشركاء المحتملين عن طريق وسائل التواصل الاجتماعي،[1] كما ينبغي النظر في استخدام معايير مثل امتلاك موارد مالية كافية، وقدرات مكمِّلة، وأهداف مشتركة، وثقافة تنظيمية،[2] والوجود النشط في الفضاء الإلكترونيّ لإنتاج أو نشر المحتوى الإسلاميّ مع معايير مثل الاهتمام بالقيم الإسلاميّة والدعم المادي والروحي لها، وإنّ أفضل مكان لتكوين هذه الروابط والشبكات هو المشاركة في المهرجانات والمؤتمرات والمحاضرات والحملات والنشاطات العلميّة والإسلاميّة مثل الحجّ والأربعينية ومؤتمرات الدول الإسلاميّة.

د. تعدّ الإجراءات الفرديّة للمستخدمين لإدارة العلاقات من أجل إنشاء العلاقات بين المستخدمين وتوسيعها وصيانتها وإنهائها واستخدامها من ضروريات التواصل الشبكي، الإخلاص هو أهمّ عنصر في النشاط الفرديّ لمستخدمي الفضاء السيبرانيّ، ومن الضروريّ أيضًا الالتزام بالمبادئ الأخلاقيّة والإسلاميّة والاهتمام بأبعاد شخصيّة المستخدمين (القدرة على التكيف، والانبساط، والتجريبية)، كما يلزم طلب العضويّة والمساعدة من المستخدمين الجدد لترقية أنشطة الشبكة، والتشبيك ليس مجرّد نشاط بدوام جزئيّ ولكن يجب أن يكون لدى المستخدمين استثمارًا طويل الأجل وهو ملتزم في علاقاتهم مع المستخدمين الآخرين، وهي علاقة

١. مقصودي كنجه، خاني، عالم تبريز، ١٣٩٨: ١٦٤.

2. Alves, J., & Meneses, R., 2015:23-35 .

ثقة مستقرّة؛ لذلك يؤدّي الاتصال التفاعلي والتبادل بين المستخدمين إلى ديناميكيّة الشبكة، ومن هنا فإنّ أهمّ مبدأ في التواصل الشبكي هو تقديم الخدمات والمساعدة للآخرين قبل تلقي أيّ مساعدة منهم؛ لذلك يجب أن يتمّ تعميم المساعدة بين المستخدمين ديناميكيًّا، ولكي تصبح عمليّة التشبيك أقوى وأكثر تمكّنًا، يجب أن يتمّ التواصل مع أفراد ومؤسّسات أقوياء ومستخدمين تفاعليين يرغبون في تقاسم مواردهم (الوقت والطاقة والمال والمعرفة والخبرة) مع الآخرين عند الحاجة.[١]

ولا يخفى أنّ دعوة مستخدم فعال إلى اجتماع أو نشاط تجاري، هو أمرٌ يعمّق التواصل، كما أنّ التركيز على مشتركات المستخدمين واكتشاف اهتماماتهم يوسّع العلاقات، والتواصل مع خبير لاكتساب المعرفة والمعلومات من أجل إكمال الأنشطة الافتراضيّة يوسّع العلاقات بين الشبكات، ويعدّ تحسين مهارات الاتصال، وخاصّة الاستماع الفعّال للمستخدمين، مهارة مهمّة لاستقرار الشبكة، كما تؤدّي التشاورات بين المتخصّصين والمهنيين إلى نموّ العلاقات وتوسيعها، ويعدّ التفاعل الوثيق وتطوير العلاقات مع المستخدمين المحترفين والمؤهّلين أحد تدابير التواصل الشبكي المهمّة، ويعتبر إنشاء تواصل دائم وبناء العلاقة على أساس الثقة من أهم إجراءات التواصل الشبكي، ويعدّ الالتزام بالمبادئ الأخلاقيّة مثل الصدق والتعهّد بالقيم الدينيّة أحد أهمّ إجراءات في التشبيك الإسلاميّ، وممّا يوسّع العلاقات أيضًا هو عقد اجتماعات دوريّة لتعزيز قدرات المستخدمين التواصليّة، كما يؤدّي إرسال منشور إلى المستخدمين عبر نظام متّصل بالشبكة إلى نشوء علاقة تفاعلية مع المستخدمين، وتؤدّي الرسائل العرضيّة التي يتمّ تخصيصها بين المستخدمين إلى الالتزام وتعميق علاقات مستخدمي الشبكة؛ لذلك لا ينبغي إهمال المستخدمين وأعضاء الشبكة، بل يجب إنشاء اتصال

١. باكدامن، شبكه سازى: ٢٢.

ديناميكي ودائم فيما بينهم، أمّا إذا كانت العلاقة القائمة على معايير المستخدمين وخصائصهم توصف بأنّها ضارة، فيجب إنهاؤها.

**هـ.** الإجراءات الشبكيّة لغرض التعلّم الشبكي (إدارة المعرفة الشبكيّة): يجب أن تتحرّك إدارة المعرفة باستمرار في الشبكة، ويجب أن تستند إدارة المعرفة إلى خبرة علاقات المستخدم وكيفية تكوين العلاقات، ويعدّ جمع المعلومات ومعالجتها وتحويلها إلى معرفة شبكيّة من أجزاء عمليّة إدارة المعرفة في الشبكة كمّا يؤدّي العرض والطلب، وزيادة معلومات الشبكة المعرفيّة بين المستخدمين إلى القضاء على الأعمال المتوازية والمتكررة. ويساعد تدفّق المعرفة والاتّصال في الشبكة والحصول على التغذية الراجعة منها على توسيع إدارة المعرفة للشبكة، كما تساعد مشاركة المحتوى الذي تمّ إنشاؤه وتقييمه وتحويله إلى معرفة للشبكة في تشكيل إدارة المعرفة الشبكيّة، فعلى سبيل المثال: كان إنتاج محتوى عن التوحيد في وقت من الأوقات حاجة ماسّة للمسلمين الغربيين، أو في وقت آخر تمّ انتقاد أسلوب الذبح الإسلاميّ من قبل المدافعين عن حقوق الحيوان، وقس على هذا، وقد تمّ إجراء البحث العلميّ في هذا الصدد، وتمّ تقديم الردّ عليه، وقد لفت بحث خاصّ انتباه المستخدمين إليه؛ فإنّ إدارة هذا النوع من المعلومات تمنع المستخدمين من أداء مهامّ مكرّرة ومتوازية.

**الآثار والنتائج:** هي المُخرَجات الناتجة عن تطبيق الإستراتيجيّات؛ فهذه المخرجات تؤدّي إلى التطوّر والتميز.

| المقولة المحورية | المقولة الفرعيّة | المفاهيم الأساسيّة |
|---|---|---|
| نتائج التشبيك (تميّز الشبكة) | زيادة تأثير الشبكة وكفاءتها | – تفاعل وتبادل منتظم ومنسّق بين المستخدمين<br>– زيادة مهارات وقدرات المستخدمين ذوي التفكير المماثل<br>– زيادة مستخدمي الشبكة في إنتاج أو نشر المحتوى الإسلاميّ<br>– التنسيق بين مستخدمي الشبكة<br>– كفاءة أنشطة مستخدمي الشبكة وتأثيرها<br>– قرارات مؤثرة في مجال التشبيك<br>– إنتاج محتوى متنوع ومحدَّث ومنسجم مع حاجات المستخدمين<br>– توفير الحاجات العباديّة والاجتماعيّة والروحية للمستخدمين<br>– توفير المعلومات والحاجات التعليميّة للمستخدمين<br>– زيادة تأثير أنشطة الشبكة<br>– إنشاء الهويّة الإسلاميّة وتنميتها |
| | تحسين العلاقات الشبكيّة | – زيادة التعاون والتواصل بين المستخدمين<br>– تعميق العلاقات المستقرّة والوطيدة<br>– بناء العلاقات على الثقة والصدق<br>– تكوين رأس المال الاجتماعي |
| | العواقب السلبيّة | – الصراع بين مستخدمي الشبكة |

وقد ذكر "جيبسون" وآخرون، بناء على العوامل المؤثّرة على عمليّة التشبيك وآليتها ونتائجها، أنّ الشبكات تؤدّي إلى اكتساب القوّة والتقدّم الوظيفي وتقدير الذات والنجاح المهني.[1]

1. Gibson, C., et al, 2014: 146-161.

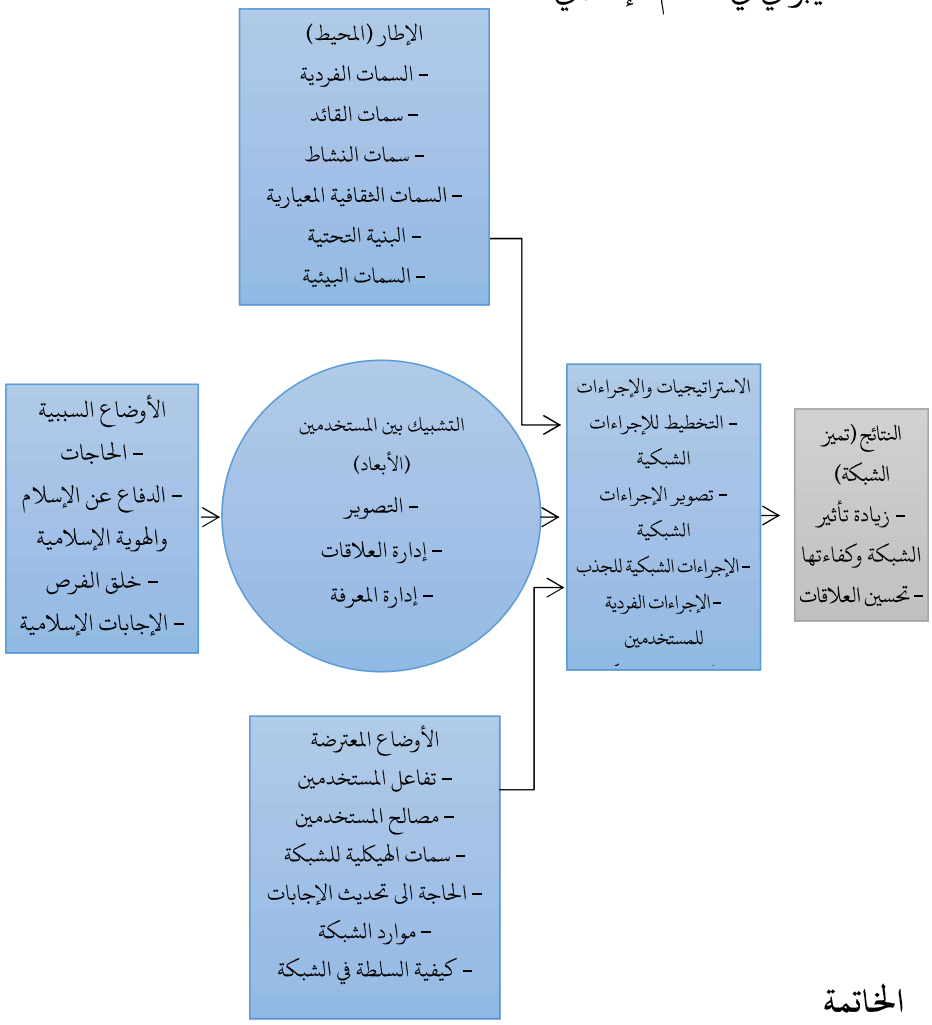
ولتشبيك مستخدمي الفضاء السيبرانيّ نتائج وآثار، فمن النتائج الإيجابيّة تحسين العلاقات وزيادة فعّاليّة الشبكة وكفاءتها، ومن خلال التشبيك العلميّ واتّخاذ الخيارات الصحيحة، فإنّ المعايير والخصائص الموضوعة تؤدّي إلى تكوين رأس مال اجتماعي قائم على الهويّة الإسلاميّة والقيم الأخلاقيّة، كما أنّ التشبيك يزيد من نسبة تعاون المستخدمين وتبادل الاتصالات بينهم، وهذه العلاقات مستقرّة وقويّة؛ لأنّها تقوم على الهويّة الإيمانيّة للمستخدمين، والتشبيك يعزّز مهارات المستخدمين وقدراتهم، وبما أنّ موارد المعلومات والاتصالات الخاصّة بالشبكة تتداول بين المستخدمين ناهيك عن التفاعل المنتظم والمرن فيما بينهم، يحصل التآزر في الإنتاج، فضلًا عن توسيع ونشر المحتوى الإسلاميّ الحديث والمتنوع المصمم خصيصًا لحاجات المستخدمين، وتصبح بذلك الأنشطة فعّالة ومنسجمة مع أهداف الشبكة ومقارنة مع الموارد الماليّة والمعلوماتيّة والتواصليّة على المستوى المطلوب، ومن الآثار الإيجابيّة للتواصل الشبكي أيضًا خلق الهويّة الإسلاميّة القائمة على القيم الإسلاميّة وتنميتها.

ولا تؤدّي شبكات الموظفين إلى نتائج إيجابيّة دائمًا، بل يمكن أن يكون لها أيضًا عواقب سلبيّة، وهذه مشكلة يجب على المنظمة والإدارة الانتباه إليها، كما يمكن أن يكون لتشبيك الموظفين آثار إيجابيّة للمؤسسة مثل حلّ المشكلات والنزاعات، ودعم الأهداف، ومنع الانحراف في الأهداف، وتسهيل أنشطة الإدارة ورصدها، والحفاظ على القيم والهويّة التنظيميّة، وإحداث التكامل والتناسق بين الموظفين...، وفي الوقت نفسه قد حظيت الآثار السلبيّة لهذه الظاهرة على الفرد والمنظمة، باهتمامٍ أقلّ، فمن بين النتائج السلبيّة لهذه الظاهرة في الحياة التنظيميّة هي: التدخل غير اللائق للأفراد في القرارات، وتعطيل وحدة القيادة، وإثارة الشائعات ونشر معلومات كاذبة، والتنازع على مهامّ المنظمات الرسميّة وغير الرسميّة، وما شابه ذلك،[1] وقد تحدث هذه النتائج السلبية

١. حكاك وفعلي، ١٣٩٩: ١٩١-٢٢٠.

في تشبيك المستخدمين أيضًا ومن مصاديقها هو الصراع بين المستخدمين حول المصالح والإجراءات.

ومن خلال ما تقدّم، تمّ الحصول على النموذج التالي للتشبيك بين مستخدمي الفضاء السيبرانيّ في العالم الإسلاميّ.




## الخاتمة

تبيّن أنّ نشاط مستخدمي الفضاء السيبرانيّ والمجازيّ في العالم الإسلاميّ يحتاج ضرورة إلى تشبيك المستخدمين أو إيجاد شبكة تربط بينهم، وقد أظهرت الخلفيّة

البحثيّة أنّه على الرغم من أنشطة المسلمين المهتميّن بالفضاء السيبرانيّ، فإنّ هذه الأنشطة تعمل بالتوازي ولا تستفيد من الفرص الجذابة في الفضاء السيبرانيّ، ولا تلتفت إلى أبعاد التواصل التفاعلي والتبادل مع المستخدمين، ولا تنتج وتنشر المحتوى الإسلاميّ بمشاركة المستخدمين، ولا تهتمّ بالحاجات الإسلاميّة في الأبعاد الفرديّة والوطنيّة والدوليّة، لكن يمكن سدّ هذه الفجوات بتوصيل المستخدمين بعضهم لبعض شبكيًّا تتكوّن كلّ شبكة من مجموعة من الظواهر والإستراتيجيات والأوضاع السببيّة والمعترضة والإطار والظواهر والإستراتيجيات والنتائج، فمن الأوضاع السببيّة لتشبيك المستخدمين هي الحاجات وخلق الفرص والابتكار والدفاع عن الإسلام والهويّة الإسلاميّة والاستجابة الإسلاميّة للحاجات، وأمّا الأطر التي تؤثّر على الإستراتيجيات، فهي السمات الفرديّة والقياديّة [والإداريّة] والأنشطة الإلكترونيّة الثقافيّة المعياريّة والبيئية والبنية التحتيّة، كما يعدّ تفاعل المستخدمين، واهتماماتهم، والميزات الهيكليّة للشبكة، والحاجة إلى ردود الشبكة المحدَّثة ومواردها وقوّتها من بين الأوضاع المعترضة التي تسهل أو تحدّ من استراتيجيات وإجراءات الشبكات.

ومن أبعاد التشبيك المعدّة للظاهرة التي يرتكز عليها البحث، هي إدارة التصوير بجانب إدارة العلاقات والمعرفة، وإيجاد مستخدمين جدد، كما يعدّ التخطيط الإستراتيجي وتطبيق تقنيات التصوير وتقنيات مشاركة المستخدمين والتعلّم الشبكي من الإجراءات الشبكيّة، ومنها: الإجراءات الفرديّة للمستخدمين التي تجلب التميّز الشبكي، وتزيد من فعالية الشبكة وكفاءتها وتحسين العلاقات، ومن العواقب السلبية الصراع بين المستخدمين. وبشكل عامّ، تتكوّن عمليّة التشبيك من هذه العمليّات والعلاقات والمكوّنات، لكن كلّ شبكة تختلف عن الأخرى وفقًا لسياقها وظروفها وظواهرها وإستراتيجياتها؛ فيُقترح أن يتم توطين نموذج كل تشبيك حسب ظروفه.

## المصادر الفارسية

القرآن الكريم

١. باكدامن، حبيب‌الله (بدون تاريخ)، «شبكه سازى» چگونگى ارتباط با مردم در شبكه سازى از ديدگاه اسلام.

٢. بيل، ديويد (١٣٨٩)، درآمدى بر فرهنگ‌هاى سايبر، المترجم: مسعود كوثري وحسين حسني، طهران، منشورات جامعه شناسان.

٣. حاجي هاشمي، محمد أمين (١٣٩٥)، «بررسى مبانى نظرى الگوى ارتباطى شبكه‌هاى اجتماعى مجازى و ارائه الگوى جايگزين براساس مبانى اسلامى»، مجموعة من الأعمال والمقالات المختارة للمؤتمر العاشر لرواد التقدم، بدون مكان، بدون تاريخ.

٤. حدادیان، على رضا، قرباني، مليحة (١٣٩٤)، «تبيين نقش ابعاد شخصيت بر رفتار شبكه‌سازى»، المجلة الفصلية بعنوان مطالعات مديريت (بهبود و تحول)، السنة ٢٤، العدد ٧٩، ١١٩– ١٤٤.

٥. حكاك، محمد؛ فعلي، راضية (١٣٩٩)، «نظريه‌پردازى رفتار شبكه‌سازى كاركنان مبتنى بر نظريه تحليل داده‌بنياد»، المجلة الفصلية بعنوان مطالعات رفتار سازمانى، السنة ٩، العدد ٤ (عدد متتابع ٢٦)، ١٩١– ٢٢٠.

٦. خانيكي، هادي؛ بابائى، محمود (١٣٩٠)، «فضاي سايبر و شبكه‌هاي اجتماعي مفهوم و كاركردها»، المجلة الفصلية بعنوان انجمن ايرانى مطالعات جامعه اطلاعاتى، الدورة ١، العدد ١، ٧١– ٩٦.

٧. ذوالفقاري، عاطفة، زند حسامي، حسام (١٣٩٥)، «چشم‌انداز آينده نقش شبكه‌سازى در افزايش مزيت رقابتى از طريق نوآورى باز در كسب و كارهاى كوچک و متوسط»، المجلة الفصلية المتخصصة بعنوان رشد فناورى، الدورة ١٢، العدد ٤٨، ٥٨– ٦٣.

٨. زاهدي، أمير إحسان، ميرغفوري، سيد حبيب الله، مروتي شرف‌آبادي، علي (١٣٩٦)، «نگاشت نقشه يكپارچه توسعه سطح نوآورى و تجارى‌سازى شركت‌هاى دانش‌بنيان ايران با استفاده از رويكرد تحليل و توسعه گزينه‌هاى استراتژيک»، المجلة الفصلية بعنوان مديريت توسعه فناورى، الدورة ٥، العدد ٣، ٧٩–١٠٤.

٩. ستوده آراني، حسين و همكاران (١٤٠٠)، «واكاوي اثر فرآيندهاي مديريت استعداد بر توانمندي شبكه‌سازي و عملكرد سازمانى مورد مطالعه: شركت‌هاي تعاونى كشاورزي استان اصفهان»، التعاون والزراعة، السنة ٩، العدد ٧٣.

١٠. سخدري، كمال (١٣٩٤)، «قابلیت شبکه‌سازی و عملکرد کارآفرینانه سازمانی: تبیین نقش گرایش‌های راهبردی سازمانی (مورد مطالعه: شرکت های ارائه کننده تجهیزات و خدمات فنی و مهندسی به بخش معدن)»، المجلة الفصلية بعنوان توسعه کارآفرینی و صنایع معدنی إیران، العدد ١، الدورة ٨ ، ١٥٩-١٧٤.

١١. سمسار، حامد، سمسار، محمدصادق؛ کریمي، صدیقة (١٣٩٤)، «مدل‌سازی تحقق تمدن نوین اسلامی به کمک شبکه‌سازی اجتماعی»، المجلة الفصلية بعنوان جامعه‌شناسی سیاسی جهان إسلام، الدورة ٣، العدد ٢، ١٩- ٦٢.

١٢. سید جوادین، سیدرضا (١٣٩٨٣)، مدیریت رفتار سازمانی، طهران، نشر دانش.

١٣. شتراوس، أنسیم وکوربین، جولییت (٢٠١١) (١٣٩٠)، اصول روش تحقیق کیفی: نظریه مبنایی، رویه‌ها و روش‌ها، المترجم: بیوك محمدي، طهران، معهد الدراسات الإنسانيّة والثقافيّة، الطبعة الثالثة.

١٤. مقصودي کنجه، یاسر؛ خاني، ناصر؛ عالم تبریز، أکبر (١٣٩٨)، «توانمندی شبکه‌سازی، ساختار شبکه‌های کسب وکار و عملکرد تجاری‌سازی در شرکت‌های دانش‌بنیان (مورد مطالعه: شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان)»، المجلة الفصلية بعنوان مدیریت توسعه فناوری، الدورة ٧، العدد ٤، ١٥١- ١٨٠.

١٥. نقابي، سعید وآخرون (١٣٩١)، «تبیین نقش رابطه رفتار شبکه‌سازي در رفتار کارآفرینانه (مطالعه موردي: شرکت هاي مستقر در پارك هاي علم و فناوري)»، توسعه کارآفریني، السنة ٤، العدد ١٥، ٢٥- ٤٣.

## المصادر الإنجليزية

1. Alves, J., & Meneses, R. (2015). Partner selection in co-opetition: A three step model. Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship, 17(1), 23–35
2. Anderson, Jon W)٢٠٠١ (, Muslim Networks, Muslim Selves in Cyberspace: Islam in the Post-Modern Public Sphere Prepared for a panel on Public and Private Spheres in Muslim Societies Today: Gender and New Media, Conference of the Japan Islamic Area Studies Project on "The Dynamism of Muslim Societies," Tokyo, October 5-8.
3. Brier, Søren (2010) Cybersemiotics and the question of knowledge. In: Information and Computation. Gordana Dodig-Crnkovic & Mark Burgin (eds). World Scientifi Publishing Co.

4. Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2004). Networking behaviors and career outcomes: differences for men and women? Journal of Organizational Behavior, 25(3), 419-437.(
5. Forret, M. L., & Dougherty, T. W. (2001). Correlates of Networking Behavior for Managerial and Professional Employees. Group & Organization Management, 26(3), 283-311.
6. Gibson, C., H. Hardy III, J., & Ronald Buckley, M. (2014). Understanding the role of networking in organizations. Career Development International, 19(2), 146-161.
7. Mandell, M. and Keast, R., (2008). Evaluating the effectiveness of interorganizational relations through networks: developing a framework for revised performance measures. Public Management Review, 10(6), pp. 715–731.
8. McGrath, H., Medlin, C. J., & O'Toole, T. (2018). A process-based model of network capability development by a start-up firm. Industrial Marketing
Management, 80, 214-227.
9. Mu, J. (2014). Networking capability, network structure, and new product development performance. Ieee Transactions on Engineering Management, 61(4), 599–609.
10. Najafi-Tavani, S., Najafi-Tavani, Z., Naudé, P., Oghazi, P. & Zeynaloo, E.(2018). How collaborative innovation networks affect new product performance: Product jnnovation capability, process Innovation capability, and absorptive capacity. Industrial Marketing Management, 73, 193-205.
11. Organization for Economic Co-operation and Development (OECD) (2009) .Guide to
Measuring the Information Society: 11:
http://www.oecd.org/sti/sci-tech/43281062.pdf
12. Öberg, C. (2018). The role of business networks for innovation. Journal of
Innovation & Knowledge. 4(2), 124-128.
13. Parida, V., Pesämaa, O., Wincent, J., & Westerberg, M. (2017). Network capability, innovativeness, and performance: A multidimensional extension for entrepreneurship. Entrepreneurship and Regional Development, 29(1–2), 94–115.
14. Ramsey, E. , P. Ibbotson, J. Bell, and B. Gray (2003). 'E-opportunities of Service Sector SMEs: an Irish Cross-border Study', Journal of Small Business and Enterprise
Development 10 (3): 250-64.
15. Ritter, T., & Geersbro, J. (2011). Organizational relationship termination competence: A conceptualization and an empirical test. Industrial Marketing Management, 40(6), 988-993.
16. Suler, John (2004). The Psychology of Cyberspace. http://truecenterpoint .com/ce/ index.html

- Taylor, Jake, 2015/04/03, 211 Million: This Is How Much Online Content is Created Every Minute.
17. Turrini, A., Cristofoli, D., Frosini, F. and Nasi, G., (2010). Networking literature about determinants of network effectiveness. Public Administration, 88(2), pp. 528–550.
18. Thompson, D. (2010). "What does social capital mean?" Australian journal of social
Issues, 44(2): 145-161.
19. Wolff, H.-G., & Moser, K. (2009), Effects of Networking on Career Success. Journal of Applied Psychology, 94(1), 196-206.