



چالش‌ها و راهکارهای اعتبارسنجی احادیث در پیام‌رسان‌های موبایلی

محمد مصطفی حسینی *

چکیده

همگانی شدن استفاده از پیام‌رسان‌های موبایلی، با وجود ایجاد آسان‌سازی در ابعاد زندگی انسان، چالش‌هایی را نیز متوجه زندگی وی ساخته است. انتشار شایعه و عدم دقت افراد در بازنشر مطالب ناصحیح و جعلی بودن برخی محتواها، از جمله این چالش‌هاست. علاوه بر این روش، اعتبارسنجی این محتوا نیز برای عموم کاربران روشن نیست. نقل احادیث، یکی از مصادیق محتواهای منتشر شده در پیام‌رسان‌هاست که با مشکل انتشار احادیث جعلی، ناقص و یا با برداشت ناصحیح مواجه بوده و اعتبارسنجی نیز در آن با معضلاتی همچون تخصصی بودن اعتبارسنجی و در دسترس نبودن منابع برخط روبه‌روست. به نظر می‌رسد که استفاده از راهکارهای فنی نظیر ارائه منابع جامع برخط حدیثی به همراه راهکارهای آموزش عمومی و سواد رسانه‌ای، و همچنین بسیج رسانه‌ها در اصلاح فرهنگ مواجهه با حدیث، در بین عموم مخاطبان پیام‌رسان‌ها می‌تواند برطرف کننده چالش‌های ذکر شده باشد.

کلیدواژگان: پیام‌رسان، اعتبار حدیث، اعتبارسنجی حدیث، فضای مجازی.

مقدمه

در سال‌های اخیر، استفاده از پیام‌رسان‌های موبایلی در میان اقشار مختلف جامعه با سطوح اطلاعات مختلف افزایش داشته است. از جمله مشکل‌هایی که استفاده‌کنندگان از این ابزارها با آن مواجه هستند، تولید و نشر محتوای غیرصحیح و نامعتبر در این پیام‌رسان‌هاست. از سوی دیگر، با افزایش مدت‌زمان استفاده از این ابزارها، برخی کاربران از پیام‌رسان‌های موبایلی به عنوان تنها راه کسب اطلاع استفاده می‌نمایند. به مرور زمان و در نتیجه منطقی این اتفاق، اطلاعات منتشر شده در پیام‌رسان‌های موبایلی که همواره ممکن است ناصحیح، غلط یا جعلی باشد، منبع مورد مراجعه برخی مخاطبان قرار گیرد.

با توجه به رویکرد مذهبی مردم ایران که گفتار پیامبر عظیم الشان اسلام (ص) و اهل بیت (ع) را همواره به عنوان منبع مهم و مورد اعتمادی برای کسب دانش و آگاهی می‌شناخته‌اند، صحت و اعتبار احادیث نقل شده از ایشان در این فضا، از اهمیت ویژه‌ای

* پژوهشگر مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور).

برخوردار شده است. این نوشتار، سعی دارد با بررسی ابعاد این مسئله، پیشنهادهاتی را در خصوص صیانت از گفتار معصومان(ع) و جلوگیری از ترویج برداشت‌های نادرست از کلام ایشان ارائه نماید.

پیام‌رسان‌های موبایلی

پیام‌رسان، در واقع گونه‌ای از خدمات ارتباطی برخط است که امکان اتصال بین کاربران را - اعم از اینکه از پیش یکدیگر را می‌شناسند یا نه - فراهم می‌نماید و از نظر دسته‌بندی نیز در ذیل خدمات گپ برخط (online chat) تعریف می‌گردد. قدمت پیام‌رسان‌ها، حتی از اینترنت نیز بیشتر است و به سال ۱۹۶۰ بازمی‌گردد (پایگاه ویکی‌پدیا، مدخل پیام‌رسانی فوری)؛ اما به موازات رشد استفاده از شبکه‌های رایانه‌ای و شکل‌گیری و توسعه بستر اینترنت، پیام‌رسان‌ها نیز هر روز با امکانات بیشتر و در قالب‌های جدیدتر عرضه شده‌اند. یکی از پراقبال‌ترین گونه‌های پیام‌رسان‌ها که در سال‌های اخیر ابعاد تازه‌ای نیز به زندگی افراد بشر داده است، پیام‌رسان‌های فوری برای تلفن‌های هوشمند هستند. امروزه اخبار و اطلاعات متفاوتی از میزان استفاده‌کنندگان این پیام‌رسان‌ها منتشر می‌شود؛ ولی گفته شده که محبوب‌ترین پیام‌رسان در تلفن‌های هوشمند، بیش از ۱,۵ میلیارد کاربر را جذب خود نموده است (www.statista.com).

اضافه‌شدن امکاناتی نظیر: گروه با امکان مدیریت اعضا، کانال، بازنشر محتوا، اشتراک‌گذاری در سایر سرویس‌ها، امکان برچسب‌گذاری، دسترسی به فهرست دوستان، تماس صوتی و تصویری در پیام‌رسان‌های تلفن‌های هوشمند، سبب شده است که بین این خدمات و شبکه‌های اجتماعی رابطه بسیار نزدیکی ایجاد شود؛ به گونه‌ای که حتی عده‌ای به خطا پیام‌رسان‌های موبایلی را گونه‌ای از شبکه‌های اجتماعی می‌دانند. همین مسئله سبب شده است که برخی از ویژگی‌های شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی، مشترک باشند.

در سال‌های اخیر، استفاده از پیام‌رسان‌های موبایلی در میان اقشار مختلف جامعه با سطوح اطلاعات مختلف افزایش داشته است. از جمله مشکل‌هایی که استفاده‌کنندگان از این ابزارها با آن مواجه هستند، تولید و نشر محتوای غیرصمیمی و نامعتبر در این پیام‌رسان‌هاست. از سوی دیگر، با افزایش مدت‌زمان استفاده از این ابزارها، برخی کاربران از پیام‌رسان‌های موبایلی به عنوان تنها راه کسب اطلاع استفاده می‌نمایند

ویژگی‌های پیام‌رسان‌های موبایلی

پیام‌رسان‌های موبایلی، در واقع، تلفیقی از سه دستاورد مهم بشری، یعنی: تلفن‌های هوشمند همراه، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها هستند. از این‌رو، برای شناخت ویژگی‌های پیام‌رسان‌های موبایلی لازم است که ویژگی‌های مربوط به ابزارهای موبایلی، شبکه اجتماعی و پیام‌رسان‌ها را مورد بررسی قرار داد. برای پیام‌رسان‌های موبایلی، ویژگی‌های متعددی ذکر شده است؛ از جمله:

۱. همراه بودن

از جمله ویژگی‌های پیام‌رسان‌های موبایلی، این است که همیشه و همه‌جا همراه کاربر بوده و کاربران می‌توانند در هر شرایطی، حتی در محل کار یا منزل نیز از آن استفاده نمایند. شاید همین ویژگی را بتوان مهم‌ترین دلیل محبوبیت این خدمات و مهاجرت مخاطبان شبکه‌های اجتماعی به آن دانست (www.shara.ir).

قرآن و حدیث



۲. تعاملی بودن

برخلاف ارتباطات سنتی در رسانه‌های متداول که ارتباط یک‌سویه و انتشار محتوا فقط از جانب مالک رسانه صورت می‌پذیرفت و کاربر صرفاً استفاده‌کننده محض محتوا بود، پیام‌رسان‌های موبایلی نیز مانند شبکه‌های اجتماعی، امکان ارتباط دوطرفه را فراهم نموده است.

۳. اشتراک‌گذاری در لحظه

برعکس شبکه‌های اجتماعی قدیمی، کاربران پیام‌رسان‌های موبایلی این امکان را دارند که محتوای مورد نظر خود را بلافاصله و حتی به صورت زنده با سایر کاربران به اشتراک بگذارند.

۴. فعال بودن کاربران

در این سرویس‌ها، کاربران نه تنها به عنوان مصرف‌کننده، بلکه به عنوان تولیدکننده نیز نقش ایفا می‌کنند. همین خصوصیت، باعث شده تا در این نوع رسانه، هزینه‌های تولید و نشر محتوا برای مالکان پیام‌رسان‌های موبایلی، به دلیل تولید محتوا توسط کاربران بسیار ناچیز بوده و صرفاً در مقاطعی که نیاز به مداخله احساس شود، هزینه نه چندان قابل توجه در نظارت بر محتوا وجود داشته باشد.

۵. جایگزینی خدمات

پیام‌رسان‌ها، جایگزینی برای خدمات ارسال پیام کوتاه محسوب می‌شوند و از آنها می‌توان برای ارسال پیام رایگان به دوستان استفاده کرد؛ البته پیام‌رسان‌های موبایلی، کاربردی فراتر از پیام‌رسانی صرف دارند. از طریق این ابزارها می‌توان فایل‌هایی مثل: کلیپ‌های صوتی و تصویری، عکس و دیگر فایل‌های رایانه‌ای را برای سایر کاربران ارسال نمود. علاوه بر این، برخی پیام‌رسان‌ها قابلیت برقراری تماس صوتی و تصویری را نیز در اختیار کاربران خود قرار می‌دهند. خدمات مبتنی بر مکان و ایجاد امکان پرداخت نیز بر حجم پاسخگویی یکجا به نیازهای کاربران در این ابزارها افزوده است.

۶. محوریت برقراری ارتباط

در پیام‌رسان‌های موبایلی، برخلاف شبکه‌های اجتماعی، محوریت با برقراری ارتباط بین کاربران است و نه صرفاً محور بودن خود کاربر. همین مسئله، سبب شده تا بیشتر شبکه‌های اجتماعی تلاش ویژه‌ای را در گسترش اتصالات و آسان‌سازی ارتباطات بین کاربران و نیز ارائه ابزارهایی که بتواند این ضعف را جبران نماید، به انجام رسانند.

۷. تمرکززدایی در کنترل

برخلاف رسانه‌های جمعی که نظارت و مقررات‌گذاری به طور سازمانی و متمرکز در آن اعمال می‌شود، در رسانه‌های اجتماعی و به خصوص پیام‌رسان‌های موبایلی، کنترل به صورت غیرمتمرکز انجام می‌پذیرد و ساختارهای حاکمیتی و دولتی نمی‌توانند نقش چندان در آن ایفا نمایند.

۸. مشارکت فعال

در پیام‌رسان‌ها با پدیده خروج از وضعیت انفعالی و کنش‌پذیری کاربران مواجه هستیم. کنترل جریان اطلاعات، تا حدی بر عهده کاربر است و اوست که تعیین می‌کند چه اطلاعاتی را برای چه کسانی منتشر کند. به همین جهت، زمینه برای تولید و انتشار محتواهایی که از اتقان کافی برخوردار نبوده و یا اصلاً صحت ندارند، فراهم شده است. از این رو، لازم است تا کاربران این سرویس‌ها با در نظر گرفتن این ویژگی، از پذیرفتن هر مطلبی در این فضا خودداری کنند و پیش از بازنشر آن، به سنجیدن اعتبار آن اقدام نمایند.

اعتبارسنجی

وقتی در این نوشته از اعتبارسنجی سخن به میان می‌آید، منظور اصطلاح خاص مورد استفاده در علم حدیث نیست؛ بلکه اعتبار به معنای عمومی آن است که شامل قابل اعتماد و اتکا بودن حدیث نقل شده است. در مورد معتبر بودن یک روایت، مباحث بسیاری وجود دارد و علم حدیث بر همین مبنا شکل گرفته است؛ اما باین حال، اگر بخواهیم به صورت مختصر احادیث معتبر را معرفی کنیم، می‌گوییم: هرگونه خبر و حدیثی که از قراین خارجی یا داخلی، علم به صدور آن حاصل شده باشد، حجت و معتبر می‌باشد (بی‌آزار شیرازی، پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه).

شرایط اعتبار علمی

با توجه به اینکه دوران دریافت حدیث از معصومان (ع) گذشته و دسترسی مستقیم به ایشان وجود ندارد، روایاتی از دیدگاه شیعه معتبر هستند که:

- روایت در کتب محدثان و علمای شیعه نقل شده باشد؛
- کتاب معتبر بوده و انتساب کتاب به صاحب کتاب قطعی باشد؛
- نویسنده کتاب در نقل خبر ثقه (مورد اعتماد) و در گردآوری آن دقیق باشد؛
- سلسله روایان روایات ذکر شده به معصوم (ع) متصل باشد و رجال آن تا معصوم (ع)، مشخص و پیوسته باشند؛
- همه افراد (رجال) موجود در سند روایت، به گونه‌ای در نقل روایت ثقه یا مورد اعتماد باشند.

با توجه به اینکه در روایات فقهی برای رسیدن به حقیقت، هیچ مرجعی جز همین روایات در دسترس نیست، دقت فراوانی در سند این روایات می‌شود. هر روایت بر اساس سند، به اقسام مختلفی از قبیل: صحیح، حسن، موثق، ضعیف، مسند، مرسل، معنعن، مرفوع، واحد، متواتر، مستفیض، شاذ، مقطوع و غیره تقسیم می‌شود و در صورت مقایسه یک روایت با دیگر، روایات به اقسام دیگری مانند: عام و خاص، مطلق و مقید، مجمل و مبین تقسیم می‌گردد؛ اما در روایات غیرحکمی، به دلیل عدم نیاز به عمل تعبدی، به سند آنها توجه چندانی نمی‌شود؛ مانند روایات اخلاقی که عقل بر آن گواه است و یا روایات پزشکی که باید تجربه آن را ثابت نماید (تلیکانی، ۱۳۹۴).

ویژگی‌های متنی و دلالت حدیث

در اعتبارسنجی احادیث، صحت سند حدیث، به‌تنهایی موجب پذیرش آن نمی‌شود؛ چنان‌که اثبات ضعف سند حدیث نیز معیار کافی برای کنارگذاشتن حدیث نیست. بنابراین، علاوه بر نقد سند به روش‌های

پیام‌رسان‌ها، جایگزینی برای
فدماات ارسال پیام کوتاه ممسوب
می‌شوند و از آنها می‌توان برای
ارسال پیام رایگان به دوستان
استفاده کرد؛ البته پیام‌رسان‌های
موبایلی، کاربردی فراتر از پیام‌رسانی
صرف دارند. از طریق این ابزارها
می‌توان فایل‌هایی مثل: کلیپ‌های
صوتی و تصویری، عکس و دیگر
فایل‌های رایانه‌ای را برای کاربران
ارسال نمود

دیگری نیز نیاز است که یکی از آنها، ادله عقلی است و منظور از ادله عقلی، عقل و سایر قرائنی هستند که به نوعی عقلایی محسوب می‌شوند.

باید دانست با اطمینان کافی نمی‌توان ضعف سند حدیث را مستمسکی برای ردّ مطلق آن حدیث قرار داد؛ به عبارت دیگر، کنار گذاشتن یک حدیث، آن هم صرفاً با استناد به ضعف سند حدیث، عقلایی نیست و دلیلی کافی به نظر نمی‌رسد؛ چنان‌که صحت سند حدیث نیز به‌تنهایی موجب حصول قطع و یقین نسبت به صدور حدیث از ناحیه معصومان(ع) نخواهد بود؛ یعنی در صورت صحت سند حدیث نیز نمی‌توان صرفاً با استناد به صحت سند، صدور آن را از ناحیه معصومان(ع) قطعی دانست (فتح الهی، ۱۳۹۴).

بنابراین، علاوه بر شرایطی که برای اعتبار علمی احادیث ذکر شد، انتساب یک روایت به معصومان(ع) به‌تنهایی کافی نیست و برای آنکه بتوانیم حدیثی را مبنای علم و عمل قرار دهیم، لازم است دارای یک سری ویژگی‌های متنی نیز باشد؛ از جمله ویژگی‌هایی نظیر: حدیث ذکر شده از روی تقیه نبوده، معصوم(ع) در صدد بیان حکم واقعی بوده باشد. البته حمل روایات بر تقیه، قاعده‌های خاصی دارد و نمی‌توان هر روایتی را که موافق نظر ما نیست، حمل بر تقیه کرد.

- دلالت متن حدیث بر موضوع مورد نظر، درست باشد؛ یعنی هم معنای روایت را درست



متوجه شویم و هم مواظب باشیم گرفتار قیاس و مانند آن نشویم.

- حدیث با قرآن مخالفت نداشته باشد. در صورتی که حدیثی با معنای بین آیات قرآن مخالف بود، آن را کنار می‌گذاریم و به آن عمل نمی‌کنیم.

- حدیث با سنت قطعیه پیامبر(ص) و سایر معصومان(ع) مخالف نباشد. بنابراین، اگر حدیثی با سنت معصومان(ع) اختلاف داشته باشد، آن را رها می‌کنیم.

- روایت با مسلمات عقلی مخالفت نداشته باشد یا حداقل بتوان برای آن توجیه عقلی مناسبی پیدا کرد و اگر چنین نبود، تا زمان ظهور امام(ع) که تکلیف آن را مشخص نماید، آن را ترک می‌کنیم؛ چراکه عقل، مبنا و معیار شناخت حق از باطل است. روایت با علوم اثبات شده در تضاد نباشد. البته ممکن است که به لحاظ علمی بعضی از روایات با توجه به دستاوردهای علمی فعلی، صحیح به نظر نرسد؛ اما با گسترش علوم، معنا و مفهوم آن برای افراد بشر روشن گردد؛ باین‌حال، روایاتی که با علوم اثبات شده مخالفت دارند، به آن عمل نمی‌شوند.

اعتبارسنجی عمومی (غیر علمی)

نقل حدیث، فقط مختص به فضای علمی و میان خبرگان علم حدیث نبوده، با توجه به اهمیتی که احادیث در مباحث علمی دارند، از سوی غیرمختصان حدیث‌شناسی نیز به صورت گسترده مورد استفاده قرار می‌گیرد. به صورت عمومی، نقل این احادیث را از سه جنبه می‌توان اعتبارسنجی نمود که عبارت‌اند از:

الف. صحت در نقل: یکی از مواردی است که برای اعتبارسنجی عمومی احادیث نقل شده و از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. سنجیدن این است که آیا روایت ذکر شده، در منابع حدیثی وجود دارد؟ و اینکه آیا ارجاع صحیح بین حدیث و منبع آن برقرار است؟ چنین اعتبارسنجی، از گسترش احادیث فاقد سند و جعلی جلوگیری خواهد نمود.

ب. دقت در نقل: گاهی در نقل احادیث دیده می‌شود که شخص نقل‌کننده حدیث با وجود ارجاع صحیح به منبع، از دقت کافی در نقل آن برخوردار نبوده و بخش‌هایی از حدیث را به اشتباه نقل کرده و واژه‌ها را جابه‌جا ذکر کرده است و کلمات مشابه را به جای واژه اصلی به کار برده و یا کلمه یا عبارتی را جا انداخته است. همین موارد، موجب ایجاد اشتباه در نقل‌های بعدی یا برداشت

از حدیث می‌گردد. در اعتبارسنجی عمومی، تحفظ بر نقل عین روایت از منبع اصلی، جلوی چنین اشتباهاتی را خواهد گرفت. ج. دقت در برداشت: فهم صحیح حدیث، جزء مهارت‌هایی است که با ممارست و تلاش طولانی مدت در روایات به دست می‌آید. از این رو، فراوان دیده می‌شود که افراد ناآشنا با شرایط فهم حدیث، روایات را در غیرموضوعات و مقصود معصومان (ع) مورد استفاده قرار می‌دهند؛ اما باین حال، در بسیاری موارد با اندک تأمل می‌توان متوجه خطای برداشت فرد نقل‌کننده شد.

چالش‌های اعتبارسنجی احادیث در پیام‌رسان‌ها

بنا بر نظر اندیشمندان، انتشار احادیث ضعیف یا جعلی و بی‌سند، خطرهای فراوانی دارد که از جمله آن می‌توان به: بی‌اعتمادی افکار عمومی به گفتار معصومان (ع)، ایجاد انحراف فکری، خطر تساهل و تسامح دینی و یا ایجاد بدبینی در بین اقشار مختلف، اشاره نمود.

گاهی برخی جملات شهرت می‌یابند که ادعا می‌شود ترجمه احادیث نقل شده از معصومان (ع) است و حتی فحوائی آن نزدیک به تعالیم اسلامی است؛ اما آمیخته به افکار التقاطی و منحرف است. این موضوع، هم‌اکنون در فضای مجازی تبدیل به یک آسیب بزرگ شده است؛ به عنوان مثال، جمله‌ای معروف که در کل فضای مجازی و به‌ویژه پیام‌رسان‌ها بسیار شهرت یافت جمله‌ای بود که در عین مضمون ظاهراً صحیح آن، به‌غلط به امیر مؤمنان (ع) منسوب شده بود؛ درحالی‌که این جمله، در هیچ یک از منابع حدیثی وجود ندارد؛ «ای مالک! اگر شب‌هنگام کسی را در حال گناه دیدی، فردا به او به آن چشم نگاه مکن. شاید سحر توبه کرده باشد و تو ندانی.» این حدیث غیرمعتبر و احتمالاً ساختگی، به‌قدری در فضای مجازی بازنشر شد که حتی در صدا و سیما نیز مورد استفاده قرار گرفت؛ بدون اینکه اعتبارسنجی لازم در مورد آن انجام پذیرفته باشد. از این رو، اعتبارسنجی احادیث در فضای مجازی و به‌ویژه پیام‌رسان‌ها، اهمیت بسیار بالایی دارد؛ اما همین مهم نیز با مشکلاتی چند مواجه است؛ از جمله:



۱. نداشتن توانایی لازم تشخیص احادیث معتبر

یکی از معضلاتی که کاربران پیام‌رسان‌ها با آن مواجه هستند، نداشتن مهارت کافی در تشخیص احادیث معتبر، و همچنین عدم توانایی کافی برای منبع‌یابی و اعتبارسنجی احادیث است. برای بیشتر کاربران این فضاها، مواجهه با احادیث نقل شده به این صورت است که کسی با انتشار محتوایی مدعی می‌شود که این متن، از فرمایش‌های یکی از حضرات معصومین (ع) است و کاربران بدون هیچ تلاشی، آن را می‌پذیرند. برای عده دیگر هم که هوشمندانه با مسئله مواجه می‌شوند و سعی می‌کنند قبل از پذیرش، تحقیق کافی را انجام بدهند، نداشتن تخصص لازم مانع از اعتبارسنجی و یافتن حقیقت است.

۲. مکان جست‌وجوی منابع حدیثی

فقدان منابع در دسترس یا عدم آشنایی مخاطبان برنامه‌های پیام‌رسان موبایلی یا ابزارهای اینترنتی که با استفاده از آنها به سرعت بتوانند صحت حدیث و درست‌بودن منبع آن را بیابند، از جمله معضله‌هایی است که گریبانگیر مخاطبان پیام‌رسان‌هاست.

۳. ارجاع به اصل حدیث

فراهم‌نبودن و یا سخت‌بودن ارجاع به اصل متن احادیث در منابع روایی برخط و در دسترس نبودن آن برای عموم کاربران نیز از دیگر مشکلات اعتبارسنجی است. این مسئله برای کاربران پیام‌رسان‌ها که ارجاع در آنها به منابع وبی در شرایط سخت‌تری انجام می‌گیرد، پیچیده‌تر هم می‌شود.

راهکارهای جلوگیری از نشر احادیث نامعتبر

با توجه به اشکال‌هایی که دامن‌گیر نقل و نشر احادیث در فضای مجازی و پیام‌رسان‌های موبایلی است، راهکارهایی جهت جلوگیری از نشر احادیث نامعتبر پیشنهاد می‌گردد که در چند حوزه: فنی، آموزشی، سواد رسانه‌ای و رسانه‌ای ارائه می‌شود.

الف. راهکارهای فنی

قرارگرفتن پیام‌رسان‌های موبایلی در مسیر تقاطع ارتباط عمومی و فناوری اطلاعات، سبب شده که ارائه راهکارهای فنی برای حل چالش‌های پیش روی این ابزارها، از اهمیت حیاتی برخوردار باشد. از این‌رو، برای حل مشکل اعتبارسنجی احادیث در پیام‌رسان‌های موبایلی، پیشنهادات فنی ذیل پیشنهاد می‌گردد:

۱. ایجاد بانک جامع برخط منابع حدیثی

بانک جامع برخط منابع حدیثی، به مجموعه‌ای از احادیث که به صورت منظم و ساختارمند ارائه گردیده‌اند، اطلاق می‌شود. در این بانک‌های سعی می‌شود با پوشش‌دادن جوامع و کتب حدیثی، بر جامعیت این بانک افزوده گردد و همچنین، ارائه ساختارمند محتوای حدیثی در قالب‌هایی مانند: انتساب به کتاب، انتساب به معصوم (ع)، دوره تاریخ، موضوع‌بندی و برچسب‌گذاری استفاده محتوای حدیثی برای مخاطبان، آسان‌تر شود. پایگاه‌های جامع‌الاحادیث (www.noorhadith.ir) و کتابخانه احادیث شیعه (www.hadithlib.com)، دو نمونه موفق از این بانک‌های جامع برخط منابع حدیثی به شمار می‌آیند.

از جمله ویژگی‌های پایگاه جامع‌الاحادیث، ارائه حدود ۲۰۰ عنوان کتاب و جامع حدیثی به همراه ۱۲۱ ترجمه و ۲۰ شرح برای احادیث در قالب بیش از ۳۹۳ هزار حدیث به ارائه محتوا پرداخته است. از قابلیت‌های این پایگاه، موتور جست‌وجوی قدرتمند آن است که در بین احادیث با دقت و سرعت بالا به جست‌وجوی می‌پردازد. احادیث ارائه‌شده در این وبگاه، بر مبنای منبع، معصوم (ع)، حجم حدیث (چندخطی‌بودن) و دوره زمانی آن، قابل محدودسازی (فیلترشدن) می‌باشد. در کنار هر حدیث، ترجمه‌ها و شرح‌های آن به همراه احادیث هم‌نشانی، احادیث مرتبط، اطلاعات سندی (و حتی بازسازی سند)، حدیث در کتب، ترجمه حدیث در کتب و حدیث در مقالات نیز قابل دسترسی است.

از ویژگی‌های پایگاه کتابخانه احادیث شیعه، ارائه ۱۱۱ عنوان کتاب و مجموعه حدیثی است که در قالب بیش از ۴۵ هزار حدیث به ارائه محتوا در این زمینه می‌پردازد. این پایگاه، همچنین احادیث را با دسته‌بندی انتساب به معصومان (ع) ارائه نموده است. این وبگاه حدیثی، دو ابزار برای ارائه حدیث روزانه جهت وبلاگ‌ها و پایگاه‌ها آماده نموده و در اختیار علاقه‌مندان قرار داده است. یکی از مواردی که مسلماً در عمومی‌شدن استفاده از احادیث معتبر می‌تواند مؤثر باشد اعلام وصف احادیث از جهت معتبربودن در کنار هر حدیث در بانک جامع برخط حدیثی است. گرچه این امر به علت اختلاف نظر علمی و روشی حدیث‌پژوهان در معتبربودن یا نبودن احادیث، آسان و دقیقاً روشن نیست، اما حداقل می‌توان وصف حدیث را بر مبنای روش‌های مشهور حدیث‌شناسان در کنار احادیث ذکر نمود.

۲. ایجاد قابلیت ارجاع پذیری در منابع حدیثی

یکی از خصوصیات فنی که در راستای هموارنمودن اعتبارسنجی احادیث در فضای مجازی می‌توان به آن اتکا نمود، ایجاد

راه‌اندازی پویش سراسری در بین رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و فضای مجازی در فصول ملزم نمودن رسانه‌ها به رعایت بایسته‌های نقل حدیث، همچون: ذکر منبع و ارجاع، نقل احادیث معتبر، دقت در برداشت از احادیث، با دو رویکرد رعایت این اصول در تولیدات این رسانه‌ها و ترویج آن در بین مخاطبان، می‌تواند اثربخشی بسیار بالایی در توسعه فرهنگ صمیمی نقل حدیث داشته باشد

قابلیت ارجاع‌پذیری در منابع حدیثی است. بدین منظور، لازم است پیش از آن، یک ساختار استاندارد در ارائه احادیث به‌وجود آید و احادیث به صورت منظم و با داشتن یک کد شناسایی منحصر به فرد، قابلیت ارجاع‌پذیری بیابند. بانک‌های جامع حدیثی، نظیر جامع‌الاحادیث و کتابخانه احادیث شیعه، واجد این شرایط می‌باشند.

همچنین، در گام بعد برای ایجاد امکان نقل مستقیم از منبع معتبر برخط حدیثی، اختصاص پیوند کوتاه به هر حدیث و در دسترس قراردادن آن جهت استفاده کاربران شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی، از امکانات فنی است که در این زمینه راهگشا خواهد بود.

۳. موتور جست‌وجوی حدیث

در دسترس بودن یک موتور قدرتمند جست‌وجوی حدیثی که به بانکی غنی متصل باشد، از جمله راهکارهای فنی است که به کاربر در اعتبارسنجی احادیث کمک شایانی می‌نماید. این موتور باید قادر باشد مواردی را که اشتباهاتی در تایپ صورت پذیرفته یا برخی از کلمات آن متفاوت هستند، در نتیجه جست‌وجو نمایش دهد. موتور جست‌وجوی جامع‌الاحادیث، از ویژگی‌های ذکر شده برخوردار است و در عمل، پاسخ‌های خوبی را به کاوش حدیثی کاربران ارائه می‌کند.

۴. استفاده از امکانات خدمات‌دهی پیام‌رسان و راه‌اندازی ربات حدیثی

برخی از پیام‌رسان‌ها علاوه بر امکانات متداولی که به کاربرانشان ارائه می‌نمایند، برای توسعه‌دهندگان این امکان را فراهم می‌آورند تا با پیروی از استانداردهای برنامه‌نویسی آن پیام‌رسان، نرم‌افزارهایی را برای خدمات‌دهی به مخاطبان آماده کنند. این نرم‌افزارهای جانبی، به «ربات» مشهور شده‌اند.

آماده‌سازی و توسعه یک ربات حدیثی که با اتصال به یک بانک جامع بتواند در داخل نرم‌افزار پیام‌رسان یاریگر مخاطبان در اعتبارسنجی احادیث باشد، بسیار کاربردی است. این ربات می‌تواند خدماتی نظیر: جست‌وجوی متن حدیث، ترجمه، منبع و احادیث مشابه را به کاربران عرضه نماید.

ب. در دسترس قراردادن آموزش‌های عمومی

با توجه به عمومی بودن نقل حدیث و گسترش آن با عمومی شدن استفاده از پیام‌رسان‌های موبایلی، لازم است تا اندیشمندان حوزه حدیث، با عنایت ویژه در این حوزه، از طریق تولید آموزش‌های کاربردی در زمینه: شناخت حدیث معتبر، شیوه‌های نقل و ارجاع و شیوه‌های فهم حدیث، فضای عمومی را در این خصوص تجهیز نمایند.

ج. راهکارهای سواد رسانه‌ای

از جمله راهکارهای بسیار موثر در رفع چالش‌های اعتبارسنجی احادیث، آگاهی‌رسانی عمومی به مخاطبان در شیوه تعامل با نقل احادیث در پیام‌رسان‌های موبایلی و سایر فضاهای مجازی است. بر همین مبنا، لازم است مخاطبان موارد ذیل را رعایت نمایند:

۱. عدم پذیرش احادیث بدون ذکر منبع و ارجاع

اگر افراد بلافاصله هنگام مواجهه با نقل حدیث از سوی شخصی، از وی درخواست مشخص نمودن ارجاع و منبع آن را نمایند و



این امر به صورت یک فرهنگ عمومی درآید، امکان نقل احادیث صادر نشده و غلط، بسیار کاهش خواهد یافت. بنابراین، این نکته را باید به عنوان یک اصل اولی در مواجهه با احادیث نقل شده پذیرفت که: «نقل حدیث، بدون ذکر منبع و ارجاع آن، امری ناقص و ناصحیح است.» از سوی دیگر، لازم است افراد پیش از بازنشر یک حدیث منتشرشده در فضای مجازی، خودشان با مراجعه به منبع اصلی، به بررسی انتساب حدیث به منبع اقدام نمایند.

۲. اصلاح احادیث ناقص بدون منبع و بدون ارجاع

از دیگر مواردی که به عنوان یک فرهنگ در مواجهه با محتوای حدیثی منتشرشده در

پیام‌رسان‌های موبایلی باید توسط افراد به صورت یک الزام درآید، تصحیح احادیث ناقص، ذکر منبع و ایجاد ارجاع برای احادیثی است که نقل‌کننده آن، کار خویش را به صورت ناقص انجام داده است. دیده می‌شود که بارها افراد متخصص با احادیث ناقص مواجه می‌شوند؛ ولی هیچ اقدامی برای تصحیح و اعلام عمومی آن نمی‌کنند. بدیهی است که این مسئله، اشتباه در نقل احادیث در فضای مجازی را عمیق‌تر می‌نماید.

د. راهکارهای رسانه‌ای

نقش رسانه‌های عمومی، نظیر: خبرگزاری‌ها، صداوسیما، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و صفحات مؤسسات فرهنگی در فضای مجازی، در ترویج فرهنگ نقل صحیح احادیث، انکارناپذیر و بسیار مهم و حیاتی است. این رسانه‌ها می‌توانند از راه‌های ذیل در این خصوص ایفای نقش کنند:

۱. ایجاد پویش ترویج احادیث معتبر در بین رسانه‌ها

راه‌اندازی پویش سراسری در بین رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و فضای مجازی در خصوص ملزم‌نمودن رسانه‌ها به

رعایت بایسته‌های نقل حدیث، همچون: ذکر منبع و ارجاع، نقل احادیث معتبر، دقت در برداشت از احادیث، با دو رویکرد رعایت این اصول در تولیدات این رسانه‌ها و ترویج آن در بین مخاطبان، می‌تواند اثربخشی بسیار بالایی در توسعه فرهنگ صحیح نقل حدیث داشته باشد. همچنین، این رسانه‌ها با توجه ویژه به فضای مجازی و به‌خصوص پیام‌رسان‌های موبایلی، می‌توانند اثر مهمی در این موضوع داشته باشند.

آماده‌سازی و توسعه یک ربات مدیثی که با اتصال به یک بانک جامع بتواند در داخل نرم‌افزار پیام‌رسان، یاریگر مخاطبان در اعتبارسنجی احادیث باشد، بسیار کاربردی است. این ربات می‌تواند خدماتی نظیر: جست‌وجوی متن حدیث، ترجمه، منبع و احادیث مشابه را به کاربران عرضه نماید

۲. آموزش رسانه‌ها در شیوه و آداب نقل حدیث

از دیگر راهکارهای رسانه‌ای در شیوه نقل حدیث، آموزش متصدیان رسانه‌ها و نیز ارائه آموزش‌های نقل حدیث در این گونه رسانه‌هاست. خوب است که رسانه‌ها با اهمیت قائل شدن به این موضوع مهم، گهگاه با منتشر کردن آموزش‌هایی در خصوص آداب نقل حدیث، شیوه‌های فهم احادیث و سایر آموزش‌های کاربردی، نقش خود را به‌درستی در این زمینه به انجام رسانند.

آداب نقل حدیث

برای نقل احادیث معصومان(ع)، آدابی ذکر شده است که همچون یک آیین‌نامه کاربردی می‌تواند تولیدکنندگان محتوای مذهبی و نقل‌کنندگان احادیث در فضای مجازی نظیر شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌های موبایلی را برای ارائه صحیح احادیث یاری نماید. برخی از این آداب، عبارت‌اند از:

۱. در نقل احادیث، به دنبال روایت احادیث عالی‌السند باشند؛
۲. قبل از نقل احادیث، با دقت و ژرفاندیشی در فهم آن، سعی نمایند احادیث را در موضوع موردنظر معصومان(ع) استفاده نمایند؛
۳. به هیچ وجه برای منافع دنیوی احادیث را نقل نکنند؛
۴. با توجه به اهمیت و تقدس نقل حدیث، احادیث را در مکان مناسب و در جمع افرادی که ارزش آن را می‌دانند، منتشر نمایند؛
۵. در نقل احادیث، به فهم مخاطب و سطح سواد ایشان توجه داشته باشند؛
۶. احادیث ضعیف و روایاتی را که معنای آن به‌آسانی قابل دریافت نیست، یا دلایل عقلی آن در حال حاضر روشن نیست، نقل نکنند؛
۷. با توجه به عمومی بودن فضای پیام‌رسان‌های موبایلی، احادیثی را که برای عموم قابل فهم نیست، منتشر ن سازند؛
۸. حتماً نزدیک و قابل دسترس‌ترین راه برای رسیدن به منبع حدیث، نظیر ایجاد پیوند به منابع اینترنتی را همراه با حدیث نقل‌شده، در دسترس مخاطبان قرار دهند. ●

منابع

۱. آذرشین، سیدامیر. «بررسی میزان باورپذیری پدیده شایعه در پیام‌رسان‌های موبایلی بین مردم شهرستان اهواز با تأکید بر نقش رسانه ملی». مطالعات فرهنگ - ارتباطات، زمستان ۱۳۹۶، ش ۷۲.
۲. بی‌آزار شیرازی، عبدالکریم. «اساس عمل به حدیث». پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه.
۳. تلیکانی، محمد شمس‌الدین. «رویکردی نو در استناد به احادیث پزشکی». دین و سلامت، ۱۳۹۴.
۴. علیمرادی، مصطفی. «اعتبارسنجی محتوای وبسایت‌های دینی». فصلنامه ره‌آورد نور، ش ۴۹.
۵. فتح‌الهی، ابراهیم. «روش‌شناسی نقد حدیث (نقد متن‌محور بر اساس ادله عقلی)». دوفصلنامه مطالعات روش‌شناسی، سال دوم، شماره اول، ۱۳۹۴.
۶. پایگاه اطلاع‌رسانی احتجاج: madras.ehtejaj.com
۷. پایگاه اطلاع‌رسانی حوزه: hawzah.net
۸. شبکه اطلاع‌رسانی روابط عمومی ایران: shara.ir
۹. پایگاه اطلاع‌رسانی مرکز ملی فضای مجازی: majazi.ir
۱۰. دانشنامه حوزوی ویکی‌فقه: wikifeqh.ir
۱۱. دانشنامه مجازی مکتب اهل‌بیت؛ ویکی‌شیعه: fa.wikishia.net
۱۲. ویکی‌پدیای فارسی: fa.wikipedia.org