



مروری بر دیدگاه‌های کارشناسان حوزوی

در موضوع حوزه‌های علمیه و فضای مجازی؛ اندیشمندان، صاحب‌نظران، مدیران و کارشناسان مختلف انواع تعاریف و نقد و تحلیل‌های مختلفی ارائه کرده‌اند. به منظور شناخت بهتر آسیب‌های پیش رو و شناخت و کسب مهارت‌های مورد نیاز طلاب در این زمینه، پیشنهادات و پاسخ‌های آنان به شرح ذیل می‌باشد؛ امیدواریم که راه‌گشای طلاب و روحانیون ارجمندی باشد که در این زمینه گام برمی‌دارند.

● آسیب‌شناسی تبلیغ دین در فضای مجازی

بیشترین ضعفی که در کشور داریم در حوزه کارها و فعالیت‌های ایجابی است؛ به

این معنا که باید بتوانیم همان محتوای فاخری را که در کشور تولید می‌شود به کاربران ارائه کنیم، که متأسفانه این اتفاق نیفتاده است. اگر طلاب بتوانند وارد فضای مجازی شوند، دیگر نیازی نیست که با صرف هزینه و زمان بسیار برای تبلیغ دین به راه‌های دور سفر کنند و به امر تبلیغ بپردازند.

طبیعی است که در فضای مجازی، به دلیل گستردگی آن به معرفی دین ناب اسلام بپردازیم؛ به این معنا که بحث تبلیغ را افزون بر فضای

فیزیکی، رسانه منبر مدنظر قرار دهیم؛ بنابراین روزه‌روز، تعداد کاربران فضای مجازی از طرق مختلف؛ همچون تلفن همراه و رایانه بیشتر می‌شود و طبیعتاً در این فضا به دلیل گستردگی که دارد؛ باید تبلیغ بیشتری از دین و مفاهیم قرآنی داشته باشیم.

● ضرورت تأسیس نهادهای در راستای تبلیغ دین در فضای مجازی

در حوزه تبلیغ دین در فضای مجازی؛ باید واحد یا نهادی تأسیس شود، تا سیاست‌ها؛ به گونه‌ای اجرایی شود، که هیچ غیرمتخصصی وارد این حوزه نشود و همه

تبلیغات کارشناسانه پیش رود. این حوزه نیازمند فرماندهی با اعتبارات مناسب است که همه اقشار جامعه؛ باید در حوزه تبلیغ دین در فضای مجازی وارد شوند و طلاب در این حوزه استثنا هستند و هرکسی در این حوزه سهمی دارد و به وظایف خود عمل کند.

همچنین تأسیس نهاد و واحدی در راستای نظارت و اجرایی‌کردن برخی اقدامات در حوزه تبلیغ دین، در فضای مجازی می‌تواند سبب تقویت این حوزه و تأثیر آن بر کاربران شود. به نظر می‌رسد ورود اقشار مختلف جامعه از طلاب تا دانش‌آموز در حوزه تبلیغ دین در فضای مجازی ضرورت

دارد و هر کاربری بر اساس دانش و تجربیات خود می‌تواند، به این امر بپردازد.

● مهم‌ترین رسالت شورای عالی فضای مجازی و تبلیغ دین در فضای مجازی

یکی از مهم‌ترین رسالت شورای عالی فضای مجازی، عملکرد مناسب در راستای تبلیغ مناسب دین، در فضای مجازی است؛ بنابراین بیشترین ضعفی که در کشور داریم، در حوزه کارها و فعالیت‌های ایجابی است؛ به این معنا که باید بتوانیم همان محتوای فاخری را که در کشور تولید می‌شود، به کاربران ارائه کنیم، که متأسفانه این اتفاق نیفتاده است.

در حوزه تبلیغ دین در فضای مجازی؛ باید واحد یا نهادی تأسیس شود، تا سیاست‌ها؛ به گونه‌ای اجرایی شود، که هیچ غیرمتخصصی وارد این حوزه نشود و همه تبلیغات کارشناسانه پیش رود. این حوزه نیازمند فرماندهی با اعتبارات مناسب است که همه اقشار جامعه؛ باید در حوزه تبلیغ دین در فضای مجازی وارد شوند و طلاب در این حوزه استثنا هستند و هرکسی در این حوزه سهمی دارد و به وظایف خود عمل کند.

بسیاری از کارشناسان مخالف وجود شبکه‌های اجتماعی هستند؛ بنابراین اگر شبکه‌های اجتماعی بتوانند در راستای اهداف دینی و اسلامی گام بردارند، نه تنها ضرری برای کاربران ندارد؛ بلکه ما را در تحقق اهداف مان کمک بیشتری خواهند کرد؛ برای مثال شبکه‌های اجتماعی؛ همچون چارباغ یا تبیان از جمله شبکه‌های اجتماعی هستند، که تا کنون عملکرد موفق‌تری داشته‌اند؛ بنابراین تقویت این شبکه‌ها امری ضروری است.

● راه‌های تبلیغ دین در فضای مجازی

اکنون امکاناتی در فضای مجازی فراهم شده است، تا کاربران از طریق فضای مجازی و نرم‌افزار حضور خود را در اماکن مذهبی حس کنند و در آن حال و هوا قرار گیرند؛ بنابراین همه این‌ها نیاز دارد، که ما از این ابزارها و زمینه‌های ارتباطی، به امر تبلیغات بپردازیم.

زیارت مجازی، که توسط بخش خصوصی، با حمایت مرکز گسترش فناوری اطلاعات و رسانه‌های دیجیتال، می‌تواند این امکان را فراهم کند، تا کاربر در هر زمان و شرایطی، که دلش هوای حرم‌های شریف را می‌کند، پشت سیستم بنشیند و به صورت مجازی با

در عصر کنونی، شاهد تولید نرم‌افزارهای بسیاری در حوزه دین و قرآن هستیم؛ ولی چند درصد از این محصولات به دست کاربران می‌رسد. متأسفانه نبود توزیع مناسب محصولات از مشکلاتی است، که باید در این حوزه مرتفع شود؛ هم‌چنین اتخاذ سیاست‌های مناسب شورای عالی فضای مجازی برای تولید محتوا در این حوزه می‌تواند اثربخش باشد.

● ضرورت تبلیغ دین در شبکه‌های اجتماعی

طلاب می‌توانند با وارد شدن به شبکه‌های اجتماعی، با کاربران ارتباط برقرار کنند و به تبلیغ بپردازند؛ چرا که کاربر، ظاهر فرد را نمی‌بیند و به راحتی می‌تواند در جایگاه یک دوست اینترنتی ارتباط برقرار کند؛ ولی همه این موارد در صورتی محقق خواهد شد، که مفاهیم دینی را به زیرکی و متناسب با نیاز روز انتقال دهد.

بیشترین ارتباطات، در فضای مجازی صورت می‌گیرد؛ بنابراین، این جنبه‌ها باید مورد توجه قرار بگیرد، اگر طلاب بتوانند وارد فضای مجازی شوند، دیگر نیازی نیست، که با صرف هزینه و زمان بسیار برای تبلیغ دین، به راه‌های دور سفر کنند و به امر تبلیغ بپردازند.

ضعف‌های تبلیغ دین در فضای مجازی، تا اندازه‌ای فاصله طلاب و علما با مدرنیته را نمایان کرده، که سبب ایجاد ضعف‌هایی در تبلیغ دین در فضای مجازی شده است؛ یعنی ما از زندگی مدرن کمی فاصله داریم؛ البته تلقینی در ذهن طلاب وجود دارد، که اگر طلبه‌ای بیشتر با اینترنت کار کند، ممکن است با تقوای الهی منافات داشته باشد. چنین تلقین‌ها و فضاهایی سبب شده است، تا این گروه از جامعه کمتر با وسایل ارتباطی نوین ارتباط برقرار کنند.

همان رواق‌ها و کتیبه‌ها ارتباط برقرار کند. نوین ارتباط برقرار کنند؛ بنابراین فضای

مجازی شبیه سینماست و مجازی برای علما سخت می‌باشد، تا با این فضا ارتباط برقرار کنند؛ همچنان که این نگاه سطحی است و علما؛ باید به فضای مجازی و سینما ورود یابند و با کمال اقتدار و کارشناسانه برخورد کنند، تا موارد منفی را نقد و نفی و موارد مثبت را تقویت کنند.

ما در فضای مجازی دچار مشکلات جدی هستیم؛ زیرا اختراع فضای مجازی از ناحیه غرب صورت گرفته و تکنولوژی غربی، به این بازدهی و به

این نوع ایجاد ارتباط در میان آحاد بشر رسیده است. در حکومت اسلامی، علما؛ باید به نیازمندی‌های مردم توجه کنند و با کمال صراحت، حکم خدا را آنچه هست، بیان کنند. اوج هنر روحانیت و مجتهدان و محققان انقلابی این است، که تلفیقی بین واقعیت‌های روز و احکام الهی ایجاد کنند؛ یعنی به گونه‌ای باید عمل کنیم، تا مردم با کمال صراحت و شفافیت وارد مقتضی روز شوند، تا پیام انقلاب، قرآن و اهل بیت (علیهم‌السلام) را در فضای مجازی به گوش همگان برسانیم.

● **ضرورت راه‌اندازی رشته «تبلیغ مجازی دین» در حوزه و دانشگاه**

گسترش روزافزون ظرفیت‌های فضای

در حکومت اسلامی، علما؛ باید به نیازمندی‌های مردم توجه کنند و با کمال صراحت، حکم خدا را آنچه هست، بیان کنند. اوج هنر روحانیت و مجتهدان و محققان انقلابی این است، که تلفیقی بین واقعیت‌های روز و احکام الهی ایجاد کنند؛ یعنی به گونه‌ای باید عمل کنیم، تا مردم با کمال صراحت و شفافیت وارد مقتضی روز شوند، تا پیام انقلاب، قرآن و اهل بیت (علیهم‌السلام) را در فضای مجازی به گوش همگان برسانیم.

رسانه‌های دیجیتال، وسعت بسیار بیشتری می‌تواند داشته باشد.

● **ورود علما به مقوله فضای مجازی؛ زمینه‌ساز تلقیق مدرنیته و دین**

ضعف‌های تبلیغ دین در فضای مجازی، تا اندازه‌ای فاصله طلاب و علما با مدرنیته را نمایان کرده، که سبب ایجاد ضعف‌هایی در تبلیغ دین در فضای مجازی شده است؛ یعنی ما از زندگی مدرن کمی فاصله داریم؛ البته تلقینی در ذهن طلاب وجود دارد، که اگر طلبه‌ای بیشتر با اینترنت کار کند، ممکن است با تقوای الهی منافات داشته باشد. چنین تلقین‌ها و فضاهایی سبب شده است، تا این گروه از جامعه کمتر با وسایل ارتباطی

ابزارهای سنتی جایگاه خاص خود را دارند؛ اما ابزارهای نوین برای قشر جوان یک ضرورت است، اکنون کسانی که از تربیون‌های مجازی استفاده می‌کنند، به طور معمول ضریب نفوذ پیامشان بیشتر است؛ زیرا فضا، جغرافیا و عنصر مرز برداشته شده و از طریق یک تربیون مجازی می‌توان صدا را به دل مسلمانان فراتر از مرزها رساند. شاید مخاطبان مسجد در بهترین حالت ممکن به حداقل پنجاه هزار نفر برسد؛ ولی عمق نفوذ تبلیغات مذهبی از طریق

مجازی ایجاب می‌کند، که مسئله تبلیغ دین در فضای سایبر، در قالب رشته‌ای تخصصی پی‌گیری شود. اکنون فضای غیررسمی، در فضای مجازی حاکم است، که با استفاده از ابزارهای جدید، آن را باید رسمی کنیم؛ هم‌چنین رشته‌های دانشگاهی و رشته‌های حوزوی؛ باید به صورت جدی وارد بحث فضای مجازی شوند، تا به تقویت این

حوزه پردازند. هر زنگ تلفن همراه، یک پیام تبلیغاتی و فرهنگی است؛ بنابراین می‌توانیم از ایجاد ملودی‌های خوب برای تلفن همراه آغاز کنیم و تا بارگذاری کلمات قصار، در پایگاه‌های اینترنتی و پیامک‌های دینی و قرآنی ادامه دهیم، حتی می‌توان

پایگاه‌های اطلاع‌رسانی تفسیر قرآنی یا جست‌وجو در قرآن را بیش از پیش گسترش داد؛ هم‌چنین با هر کاربری؛ باید به زبان خودش صحبت کرد و زبان امروز دنیا؛ به ویژه در قشر فرهیخته، زبان نرم و سایبری است و متأسفانه، تا اندازه‌ای فضای دینی و حوزه‌ها، نسبت به دستاوردهای جدید فضای فناوری دیر عکس‌العمل نشان داده‌اند، به همین دلیل عقب افتاده‌ایم.

● **ضرورت بلوغ بودن ادبیات در تبلیغ دین در**

فضای مجازی

اصلی‌ترین وظیفه کاربران و مسئولان در مقابل فعالیت‌های ضد دینی، شناخت فعالیت‌های سایت‌های ضد دینی است، که با شناخت درست می‌توانیم، به تجزیه و تحلیل پردازیم؛ باید ببینیم، که دشمن از چه چیزی وحشت دارد؛ بنابراین، با شناخت اولین گام می‌توانیم، به واسطه ابزارهای هنر و به‌روز رسانه، گام‌های بعدی را برداریم.

با توجه، به ویژگی‌های بلوغ بودن ادبیات دینی، در فضای مجازی، اگر کاربران باور کامل به دین داشته باشند، همه رفتار و کردارشان، رنگ و بوی دینی خواهد گرفت. نیازی نیست، که در فیلمی نمازخواندن را نشان دهیم؛ چراکه، در فیلم‌های فاسد قبل از انقلاب هم، شاهد نمازخواندن

بودیم؛ بنابراین اولین گام خلوص ایمان مبلّغ است، که اگر از این ویژگی برخوردار باشد، بدون استفاده از نماد و نشانه‌ای، می‌توانیم روح پاک دین را، در فعالیت‌های مان جاری کنیم. فضای مجازی، می‌تواند تأثیر به‌سزایی، در گسترش مفاهیم دینی داشته باشد؛ زیرا مخاطبش جهانی است و اگر مطالبی که در این فضا مطرح می‌کنیم، بر اساس فطرت انسان‌ها باشد، بسیاری از مسائل شناخته می‌شود. فعالیت در فضای مجازی تخصص خود را می‌طلبد و نمی‌توان نگاه سنتی به آن

● فعالیت در فضای مجازی تخصص خود را می‌طلبد و نمی‌توان نگاه سنتی به آن داشت، شاید بتوان از تجربه سنت استفاده کرد؛ اما نمی‌توان گفت، که دقیقاً؛ باید عملکرد این‌چنینی داشت؛ زیرا تأثیر اقدامات به شدت کاهش می‌یابد.

تبلیغ دین از طریق رسانه منبر یا فضای دیجیتال تفاوتی نمی‌کند، مهم شناخت راهکارهای درست است، که بتوانیم آن را به زبان مخاطب ارائه دهیم؛ هم‌چنین تبلیغ دین در فضای مجازی اصلی‌ترین رسالت همه اقشار جامعه است و همه؛ از جمله استاد دانشگاه، روحانی، روشنفکر دینی موظف هستند، تا رسالت تبلیغ دین در فضای مجازی را بر عهده بگیرند. هر فردی که اعتقاد، تعهد و باور دینی دارد؛ باید در این مسیر گام بردارد، حتی هر قشری می‌تواند بر اساس تخصص و علم خود، اقداماتی را در راستای تبلیغ دین انجام دهد؛ نیز روحانیت به کمک

این اقشار بیاید، تا آن‌ها را در این امر مهم یاری دهد.

● **تأثیر عملکرد سلیقه‌ای بر اعتقادات کاربران**
امروزه، با وجود اهمیت نقش دین‌داران و مبلغان دینی مؤثر در امر تبلیغ، افرادی هستند که قدرت تأثیرشان پایین‌تر و دایره تأثیرشان محدودتر است؛ ولی انگیزه و دغدغه بالاتری دارند. به تبع، سلیقه‌ها در تبلیغ دین شخصی شده است؛ همان‌گونه که در فضای حقیقی هرکس می‌تواند داعیه‌دار عقیده‌ای باشد، در فضای مجازی نیز هرکسی می‌تواند تفکر خود را رواج دهد و این شاید بزرگ‌ترین آسیب باشد، که تبلیغ دین در فضای سایبر بسیار

داشت، شاید بتوان از تجربه سنت استفاده کرد؛ اما نمی‌توان گفت، که دقیقاً؛ باید عملکرد این‌چنینی داشت؛ زیرا تأثیر اقدامات به شدت کاهش می‌یابد. مردمی‌تر شدن تبلیغ، می‌تواند به تأثیرات آن بیفزاید؛ بنابراین می‌توان اجازه داد، تا گروه‌هایی وارد این حوزه شوند و راهکارهایی را در نظر بگیرند؛ برای مثال طرح «شهر رسانه» تفکر جدید و طرح نوینی بوده، که تاکنون هنوز بازخوردی نداشته است.

● تبلیغ دین در فضای مجازی وظیفه همه اقشار جامعه است

طلبه‌ها؛ باید با شناخت راهکارهای مطلوب، ضمن استفاده از رسانه منبر، وارد

فضای مجازی شوند، تا اثربخشی بسیاری را داشته باشند. متأسفانه سایت‌های لایبیک، ضد دین و سکولار آثار منفی بر جای می‌گذارند، که باید با ارائه راهکارهای مطلوب، با این سایت‌ها مقابله کنیم.

مخاطبان رسانه منبر، با مخاطبان فضای دیجیتال تفاوت است؛ زیرا مخاطبان رسانه منبر، به واسطه علاقه‌ای که دارند، پای منبر می‌نشینند و سراپا به موضوع مورد نظر گوش می‌دهند؛ ولی باید در نظر داشت، که شناختی جزئی، از مخاطب نوعی فضای دیجیتال نداریم؛ به‌گونه‌ای باید عمل کنیم، که شک و شبهه‌ای برایش باقی نماند.

تبلیغ دین از طریق رسانه منبر یا فضای دیجیتال تفاوتی نمی‌کند، مهم شناخت راهکارهای درست است، که بتوانیم آن را به زبان مخاطب ارائه دهیم؛ هم‌چنین تبلیغ دین در فضای مجازی اصلی‌ترین رسالت همه اقشار جامعه است و همه؛ از جمله استاد دانشگاه، روحانی، روشنفکر دینی موظف هستند، تا رسالت تبلیغ دین در فضای مجازی را بر عهده بگیرند.

شخصی، ذوقی، سلیقه‌ای و بدون ضابطه شده است؛ چون، آن افرادی که تأثیرگذاران واقعی هستند، وارد عرصه نمی‌شوند.

تأثیرگذاران و اثرگیرندگان فضای مجازی، همان انسان‌های عرصه حقیقت هستند، که در زندگی روزمره با آن‌ها سروکار داریم و از سویی، نیز این را امروزه مشاهده می‌کنیم، که اقبال به دین‌داری در جامعه بشری زیاد است و در میان جامعه ما نیز به تبع، این امر وجود دارد؛ از این رو، ضرورت فعالیت در فضای مجازی نمایان‌تر می‌شود.

● ضرورت تمرکز در فعالیت‌های

قرآنی در فضای مجازی

باید سعی کنیم، در تمام فضای مجازی، نوعی تمرکز در فعالیت‌های قرآنی و اخبار قرآنی داشته باشیم؛ یعنی باید سایت‌ها و افرادی که کار قرآنی و خبر قرآنی دارند، تمرکزی در آن‌ها ایجاد شود، که اگر هرکس بخواهد خبر خاص قرآن را در فضای مجازی پیدا کند، به سراغ خبرگزاری قرآن بیاید.

تبلیغ دین در فضای مجازی به دو صورت کلی و با دو فرمول کلی امکان‌پذیر است؛ نخست، باید محتوای فضای حقیقی را در فضای مجازی بیاوریم و ساماندهی کنیم، که افراد بتوانند به آن مراجعه کنند؛ از سوی دیگر، آگاهی از مفاهیم قرآن و شناخت

فضای مجازی دو مقوله مهم در تبلیغ دین در فضای مجازی است. هر یک از این دو مقوله بدون دیگری نمی‌توانند در این حوزه اثربخش باشند؛ بنابراین مبلغ دین در فضای مجازی، این دو مؤلفه را در نظر می‌گیرد، تا بتواند تأثیر خود را در فضای مجازی داشته باشد؛ یعنی همان‌گونه که مبلغان رسانه منبر، آموزش‌های لازم را دیده‌اند، به همان نسبت؛ باید مبلغان مجازی، آموزش‌های لازم را در این فضای نوین ببینند؛ چرا که فضای نوین، فضای تخصصی است و نمی‌توان

بدون تخصص وارد آن شد، نیز

طلاب از همان ابتدا مباحثی با نام تبلیغ در فضای مجازی را در حوزه‌های علمیه سپری کنند، تا پس از فارغ‌التحصیل شدن بتوانند در محیط مجازی به تبلیغ دین بپردازند.

● مفاهیم قرآنی باید در زندگی

افراد کاربردی شود

در طرح موضوع تبلیغ دینی، بحث تبلیغ و رفتار دینی

مطرح می‌شود؛ بنابراین باید

اقتصاد، فرهنگ، زندگی خصوصی و عمومی، تعاملات مان با یکدیگر، تعهدات مان به قراردادهای دینی باشد، تا بتوانیم شاهد تبلیغ مؤثر مفاهیم دینی در همه رسانه‌ها؛ به ویژه فضای مجازی باشیم. همه اخلاق و خصوصیات، پیوندی از مفاهیم اسلامی، ارزشی و قرآنی است، که اگر آن‌ها را تجزیه

همان‌گونه که در فضای حقیقی هرکس می‌تواند داعیه‌دار عقیده‌ای باشد، در فضای مجازی نیز هرکسی می‌تواند تفکر خود را رواج دهد و این شاید بزرگ‌ترین آسیب باشد، که تبلیغ دین در فضای سایبر بسیار شخصی، ذوقی، سلیقه‌ای و بدون ضابطه شده است؛ چون، آن افرادی که تأثیرگذاران واقعی هستند، وارد عرصه نمی‌شوند.

باشد؛ ولی در مقایسه با حجم اطلاعات و تبلیغاتی که در حوزه‌های ضد دینی و فرهنگی در فضای مجازی روبه‌رو هستیم، بسیار فاصله داریم؛ و عملکردمان ضعیف است؛ باید تلاش کنیم تا به واسطه شیوه‌های مناسب، این خلأها را پر کنیم. سند ملی قرآن و فضای مجازی یکی از اسنادی است، که می‌تواند در راستای کاربردی کردن مفاهیم دینی و قرآنی در کشورمان تأثیرگذار باشد. تدوین این سند سبب می‌شود، تا در فضای مجازی، شاهد تبلیغات مناسبی در این حوزه باشیم؛ به گونه‌ای که مانع پیشرفت فعالیت‌های ضد دینی دشمن شویم.

● به‌یقین تا حد ایدئال فاصله داریم، شاید وضعیت‌مان نسبت به گذشته بهتر شده باشد؛ ولی در مقایسه با حجم اطلاعات و تبلیغاتی که در حوزه‌های ضد دینی و فرهنگی در فضای مجازی روبه‌رو هستیم، بسیار فاصله داریم و عملکردمان ضعیف است؛ باید تلاش کنیم تا به واسطه شیوه‌های مناسب، این خلأها را پر کنیم.

● قرار بگیرد، راهکار مناسبی برای تجمیع تمامی ظرفیت‌هاست.

● ارزیابی تبلیغ دین در فضای مجازی

به‌یقین تا حد ایدئال فاصله داریم، شاید وضعیت‌مان نسبت به گذشته بهتر شده

کنیم، موفق نخواهیم بود؛ به این معنا که به‌گونه‌ای باید عمل کنیم، تا مفاهیم اسلامی، ارزشی و قرآنی در زندگی کاربران کاربردی شود و تا زمانی که این دو مسئله را از یکدیگر تفکیک کردیم، نمی‌توانیم در این حوزه تأثیرگذار باشیم.

سازمان دارالقرآن الکریم، در حال تدوین سند ملی قرآن و فضای مجازی است، که اگر این سند در جایگاه سند ملی