



شورای عالی حوزه علمیه قم

مرکز مدیریت حوزه های علمیه

معاونت پژوهش

عنوان:

بررسی نقش تبلیغی حوزه های علمیه در فضای مجازی (چالش ها و فرصتها)

استاد راهنما:

حجت الاسلام والمسلمین حبیب رضا ارزانی

استاد مشاور:

حجت الاسلام والمسلمین سید موسی موسوی

نگارنده

سید محسن اسدالهی

پاییز ۱۳۹۳

تعهدنامه اصالت اثر

اینجانب سید محسن اسدالهی تعهد می‌کنم که مطالب مندرج در این پلن نامه حاصل کار پژوهشی اینجانب است و به دستاوردهای پژوهشی دیگران که در این نوشته از آن استفاده شده است مطابق مقررات ارجاع گردیده است. این پلن نامه پیش از این برای احراز هیچ مدرک هم سطح ک بالاتر ارائه نشده است.

کلّه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به شورای عالی حوزه علمیه قم می‌باشد.

نام و نام خانوادگی دانشجو:

سید محسن اسدالهی

امضاء

سپاسگزاری

سپاس خداوندی را سزاست که به من فرصت بودن و آموختن داد، فرصت داد تا در جایگاه مقدس فرهیختگان از محضر علم و ادب بسیاری از اساتید گرانقدر بهره گرفته و جرعه های از چشمه علم و ادب ایشان بنوشم. جای دارد تا خالصانه ترین مراتب قدرداری خود را، نسبت به لطف این بزرگ اندیشان به پاس رهنمودهای ارزنده شان تقدیم دارم.

بهترین سپاس ها، تقدیم به دو استاد بزرگوارم **حجت الاسلام والمسلمین حبیب رضا ارزانی** که همواره با ژرف نگری و عنش عمیق خود همراه و راهنمای من بودند و **حجت الاسلام والمسلمین سید موسی موسوی** که با مشاوره های راهگشا و ارزشمند خود همیشه نور من بودند.

با تشکر و سپاس فراوان از تمام دوستانی که در تهی این پژوهش راهنما و پشتوانه ما بودند، توفیق روزافزون را برایشان از خداوند منان خواستارم.

باشد که این خردترین، بخشی از زحمات آنان را سپاس گویم

و من الله توفیق

سید محسن اسدالهی

فهرست مطالب

عنوان	صفحه
مقدمه تحقیق	
بیان مسأله	۲
سوالات تحقیق	۳
فرضیه تحقیق	۳
اهداف و فواید تحقیق	۴
پیشینه تحقیق	۵
کاربرد نتایج تحقیق	۸
ضرورت تحقیق	۸
روش پژوهش	۹

فصل اول: مفاهیم و کلیات

۱- مفهوم شناسی واژگان کلیدی	۱۱
۱-۱- حوزه علمیه	۱۱
۱-۱-۱- تغییر نظام آموزشی	۱۴
۱-۱-۲- تحصیلات حوزوی	۱۴
۱-۱-۳- حوزه‌های علمیه و رسالت جهانی	۱۶
۲-۱- تبلیغ	۱۸
۱-۲-۱- تبلیغات در دوران باستان	۱۹
۲-۲-۱- تبلیغات در قرن حاضر	۱۹
۳-۲-۱- واژه تبلیغ در قرآن	۲۰
۴-۲-۱- تبلیغ، آموزه قطعی اسلام	۲۱
۵-۲-۱- جایگاه تبلیغ در روایات	۲۱
۳-۱- فضای مجازی	۲۲
۲- ضرورت تبیین و شناخت فضای مجازی در حوزه‌های علمیه	۲۶

- ۳- ضرورت حضور حوزه در عرصه تبلیغ در فضای مجازی..... ۳۰
- ۳-۱- گزینش نیروی تبلیغی..... ۳۱
- ۳-۲- پژوهش تبلیغ..... ۳۱
- ۳-۳- آموزش تبلیغ رسانه ای..... ۳۲
- ۳-۴- عملیات تبلیغ فضای مجازی..... ۳۳
- ۴- نحوه ورود و بهره برداری طلاب در این عرصه..... ۳۵
- ۵- استقبال مخاطبین از ورود طلاب در عرصه فضای مجازی..... ۳۷

فصل دوم: مبانی نظری تحقیق

- ۱- نظریات جامعه شناسان در خصوص فضای مجازی و تبلیغ در آن..... ۴۰
- ۱-۱- ارزیابی تأثیرات اجتماعی فضای مجازی..... ۴۲
- ۱-۱-۱- تاثیر فضای مجازی در نارضایتی های خانوادگی..... ۴۲
- ۱-۱-۲- اعتیاد به اینترنت..... ۴۳
- ۱-۱-۳- بحران هویت و اختلال در شکل گیری شخصیت..... ۴۴
- ۱-۱-۴- تعارض ارزشها..... ۴۵
- ۱-۱-۵- گسترش ارتباطات نامتعارف میان جوانان..... ۴۶
- ۱-۱-۶- شکاف نسلیها..... ۴۶
- ۱-۱-۷- سوء استفاده جنسی..... ۴۷
- ۱-۱-۸- انزوای اجتماعی..... ۴۸
- ۲-۱- امپریالیسم تبلیغی..... ۴۹
- ۳-۱- شگردهای تبلیغی - هنری برای نفوذ..... ۵۱
- ۲- نظریات اندیشمندان سیاسی در خصوص فضای مجازی..... ۵۲
- ۲-۱-۱- حاکمیت دولت ها..... ۵۲
- ۲-۱-۲- تحول مفهوم حاکمیت..... ۵۴
- ۲-۲- تحدید حاکمیت دولت ها و جنگ نرم در فضای مجازی..... ۵۴
- ۳-۲- فضای جدید..... ۵۷

- ۵۸..... جنگ سایبری، ۴-۲
- ۶۱..... استراتژی های جنگ نرم در فضای سایبری، ۵-۲
- ۶۱..... راهبردهای پاکسازی، ۱-۵-۲
- ۶۲..... راهبردهای آگاه سازی، ۲-۵-۲
- ۶۲..... راهبردهای حضور در شبکه های اجتماعی و مقابله به مثل، ۳-۵-۲
- ۶۳..... قدرت در فضای مجازی، ۶-۲
- ۶۴..... مقایسه جنگ در دنیای واقعی و فضای مجازی، ۷-۲
- ۶۶..... نظریات روانشناسان در خصوص بهره گیری از فضای مجازی، ۳
- ۶۷..... کم رنگ شدن ارزش های مترقی، ۱-۳
- ۶۸..... تضعیف فرهنگ های کم حضور، ۲-۳
- ۷۰..... تضعیف اعتقادات و گسترش شبهات فکری، ۳-۳
- ۷۰..... رواج سطحی نگری فکری، ۴-۳
- ۷۱..... ایجاد سر درگمی، ۵-۳
- ۷۱..... گسترش اباحه گری عملی، ۶-۳
- ۷۱..... به خطر افتادن حقوق مادی و معنوی مولفین، ۷-۳
- ۷۲..... گسترش محصولات فرهنگی فرهنگ های منحط (به ویژه فرهنگ غربی)، ۸-۳
- ۷۲..... انحرافات اخلاقی (جنسی)، ۹-۳

فصل سوم: فرصت های حوزه علمیه در عرصه تبلیغ در فضای مجازی

- ۷۸..... فرصت های فراروی حوزه های علمیه در عرصه ی فراملی، ۱
- ۷۹..... فرصت های محیطی (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی)، ۱-۱
- ۸۱..... فرصت ها در حوزه ی فناوری، ۲-۱
- ۸۱..... فرصت های اختصاصی حوزه علمیه در فضای مجازی، ۲
- ۸۱..... ایجاد پایگاه های اطلاع رسانی شیعه، ۱-۲
- ۸۲..... ساماندهی تحقیقات و جلوگیری از تحقیقات موازی، ۲-۲
- ۸۲..... تقویت ارتباطات دو سویه حوزه با جهان اسلام و علاقمندان تشیع، ۳-۲

- ۲-۴- ارسال دروس حوزوی برای متقاضیان..... ۸۳
- ۲-۵- گسترش کمی و کیفی سایت های شیعه..... ۸۴
- ۲-۶- کاربرد اینترنت در اعزام مبلغ..... ۸۴
- ۲-۷- تبیین جایگاه واقعی اینترنت برای عموم طلاب و محققین در فضای مجازی... ۸۴
- ۲-۸- معرفی سایت های شیعه در سطح جهانی..... ۸۵
- ۳- فرصت های عمومی حوزه علمیه در فضای مجازی..... ۸۵
- ۳-۱- دسترسی به منابع اطلاعاتی متنوع و فراوان..... ۸۵
- ۳-۲- تبلیغ اسلام..... ۸۶
- ۳-۳- مقابله با تهدید اینترنتی دشمن..... ۸۷
- ۳-۴- تاثیر بیشتر..... ۸۷
- ۳-۵- ارتباط با مخاطبین فراوان..... ۸۸
- ۳-۶- هدفگیری دقیق مخاطبان..... ۹۰
- ۳-۷- اطلاع رسانی کامل و سریع..... ۹۱
- ۳-۸- هزینه کم..... ۹۱
- ۳-۹- نظارت و ارزیابی دقیق و بدون واسطه..... ۹۱
- ۳-۱۰- فرصتی برای پاسخ به شبهات سایت های سکولار..... ۹۲
- ۳-۱۱- فضای مجازی بستری برای نشر مفاهیم دینی..... ۹۳

فصل چهارم: چالش های پیش روی حوزه علمیه در عرصه تبلیغ در فضای مجازی

- ۱- چالش های محیطی (اجتماعی، اقتصادی و سیاسی)..... ۹۸
- ۲- تهدیدها در حوزه فناوری..... ۹۹
- ۳- مهمترین چالش های حوزه در فضای مجازی..... ۱۰۰
- ۳-۱- عدم شناخت کافی طلاب از فضای مجازی..... ۱۰۰
- ۳-۲- عدم وجود شاخه درسی تبلیغ در فضای مجازی در حوزه علمیه..... ۱۰۱
- ۳-۳- عدم آسیب شناسی تبلیغ در فضای مجازی..... ۱۰۲

- ۳-۴- نبود تأسیس نهادی در راستای تبلیغ دین در فضای مجازی.....۱۰۳
- ۳-۵- نبود تدوین سند ملی قرآن و فضای مجازی.....۱۰۳
- ۳-۶- اتخاذ رویکرد سلبی حوزه نسبت به فضای مجازی.....۱۰۴
- ۳-۷- عدم شناخت کافی از نوع حجه و تبلیغات سوء دشمن علیه نظام و دین اسلام.....۱۰۴
- ۳-۸- نبود نگاه فرصت طلبانه حوزه و طلاب به این عرصه.....۱۰۵
- ۳-۹- حضور غیر هدفمند و سازماندهی نشده طلاب در این عرصه.....۱۰۶
- ۳-۱۰- حضور غیر کارشناسانه، سطحی و غیر عمیق در باب ورود طلاب به این عرصه.....۱۰۶
- ۳-۱۱- القا شبهات دینی در فضای مجازی توسط دشمنان اسلام.....۱۰۷

فصل پنجم: نتیجه گیری (ارائه راهکار ها)

- ۱- ضرورت هماهنگی بین دستگاه‌های تبلیغاتی.....۱۱۱
- ۲- تبیین سیاست تبلیغی واحد و منسجم در کشور در حوزه فضای مجازی.....۱۱۱
- ۳- عمق بخشیدن به فرایند تبلیغ و فعالیت مبلغان در فضای مجازی.....۱۱۲
- ۴- تعمیم عرصه‌های تبلیغ.....۱۱۳
- ۵- شناسایی و تقویت ظرفیتهای جدید تبلیغی.....۱۱۳
- ۶- جمع جهانی حوزه ها و مراحل تدوین سیاست های راهبردی رسانه ای در فضای مجاز . . . ۱۱۴
- ۶-۱- تدوین راهبردها۱۱۴
- ۶-۲- اجرای راهبردها۱۱۴
- ۶-۳- ارزیابی راهبردها.....۱۱۵
- ۷-۱- تبلیغ در حوزه رسانه های سنتی.....۱۱۵
- ۷-۲- تبلیغ در حوزه رسانه های مدرن.....۱۱۶
- ۷-۲-۱- وبلاگ ها.....۱۱۸
- ۷-۲-۲- پخش ویدیوئی.....۱۱۹
- ۷-۲-۳- خوراک های خبری.....۱۱۹
- ۷-۲-۴- اطلاعات رفتاری کاربران.....۱۲۰

۱۲۰ویکی ها
۱۲۳نتیجه گیری
۱۲۴فهرست منابع و مآخذ

چکیده

یکی از برجسته ترین عناصر حوزه های علمیه در احیای آموزه های دینی و نشر اسلام، عنصر تبلیغ است که میراثی گرانبها از گذشتگان و پیشینیان حوزه می باشد . اما امروزه تبلیغ از انحصار روشهای سنتی خارج شده و با فناوری های نوظهور در جوامع بشری شکل جدیدی به خود گرفته است. یکی از این فناوری ها گسترش فضای ارتباطی بین جوامع در قالب فضای مجازی است. فضای مجازی بعلت گستردگی ،اقشار مختلفی از مردم را در خود جای داده است . همچنین در این فضا حاوی انواع اطلاعات است که گروههای

متنوعی از جمله گروه‌های فکری و اعتقادی از این ابزار جهت نشر افکار و عقاید خود بهره می‌گیرند. بر این اساس ضرورت استفاده از فضای مجازی جهت انتشار و تبلیغ دین آشکار می‌گردد. بنابراین نگارنده، متن پیش رو را با محوریت نقش حوزه های علمیه در امر تبلیغ در فضای مجازی بررسی نموده و بر این باور است که اولاً اهمیت ورود حوزه های علمیه در این عرصه بصورت جدی، سازماندهی شده و هدفمند و همچنین آموزش طلاب جهت چگونگی استفاده از فناوری ارتباطات و اطلاعات و استفاده از تکنولوژی مدرن برای مقابله با تهاجم دشمن ضرورت دارد. و ثانياً حوزه در این مهم فرصت ها و چالش هایی را پیش رو دارد که تحقیق حاضر به بررسی تفصیلی آن پرداخته است. روش تحقیق بکارگرفته شده در این تحقیق توصیفی - تحلیلی می باشد .

واژگان کلیدی:

حوزه علمیه، تبلیغ، فضای مجازی، فرصت ها و چالش ها،

مقدمه تحقیق

۱ بیان مسأله

بی شک تبلیغ یکی از مهمترین شئون حوزه علمیه است و پیشینه حوزه های علمیه نشان می دهد که عنصر تبلیغ برجسته ترین نقش را در احیای آموزه های دینی و نشر اسلام داشته است.

از طرفی امروزه در جنبه اجتماعی زندگی بشر تحولی شگرف اتفاق افتاده است و زندگی مردم امروزه متأثر از فناوریهای نو و جدید می باشد. یکی از این فناوری ها، گسترش ارتباطات بین جوامع در قالب محیط های مجازی است و این محیط آمیخته از چالشها و فرصتهاست.

فضای مجازی بنابر اقتضائات خود شرائطی را برای درج عقاید مختلف فراهم کرده و آن مکتب و فرهنگی در این جبهه موفق است که به علاوه بر بهره گیری از امکانات، هوشمندانه نیز عمل نماید و از این حیث هم فرصت تلقی می شود و هم تهدید. فضای مجازی به علت گستردگی اش اقبال مختلفی را در خود جای داده است؛ از مردم عادی گرفته تا دانشجویان و اساتید و طلاب و نخبگان و ... همه به اندازه نیازی که دارند از آن استفاده می کنند، چرا که در فضای مجازی همه نوع اطلاعات یافت می شود؛ از اطلاعات عادی گرفته تا اطلاعات تخصصی و حتی گروه های فکری و دینی بسیاری هستند که برای نشر افکار و دین خود از این ابزار بهره می گیرند.

بر این اساس ضرورت استفاده از این ابزار برای نشر مذهب تشیع آشکار می شود و حوزه علمیه نیز باید نقش راهبردی برای طلاب داشته باشد و بایستی بستر سازی مناسبی در این فضا انجام دهد و از این فرصت آماده جهت تبلیغ دین مبین اسلام استفاده کامل، بهینه و نظام مند را بنمایند. ضمن اینکه ورود به این عرصه چالش هایی را نیز در پی خواهد داشت آنچه که مشاهده می شود حضور کمرنگ و غیر موثر حوزه های علمیه در این عرصه است. بنابراین عدم حضور سازماندهی شده حوزه های علمیه در عرصه تبلیغ در فضای مجازی، از مهمترین دغدغه های پژوهش حاضر می باشد. البته حضور غیر سازماندهی (شخصی) و انفعالی حوزه سبب گردیده است تا دشمن از خلع موجود بهترین استفاده را ببرد. اهمیت این موضوع زمانی آشکار می گردد که اثرات مخرب تهاجم فرهنگی و جنگ نرم دشمن به وضوح در جامعه قابل رویت است. لذا این رساله

در صدد است نقش تبلیغی حوزه علمیه را در دو بعد چالش ها و فرصت ها در شبکه های مجازی بررسی و تبیین نماید.

۲- سوالات تحقیق

۲-۱- سؤال اصلی:

فرصتها و چالشهای فراروی نقش تبلیغی حوزه در فضای مجازی کدامند؟

۲-۲- سوالات فرعی:

- ۱- تبلیغ چیست و جایگاه آن در حوزه های علمیه کدام است؟
- ۲- فضای مجازی چیست و ویژگی های آن کدام است؟
- ۳- تبلیغ در فضای مجازی از چه ویژگی هایی برخوردار است؟
- ۴- چه راهکارهایی برای برون رفت از چالشهای فضای مجازی برای حوزه های علمیه می توان ارائه داد؟

۳- فرضیه تحقیق:

۳-۱- فرضیه اصلی:

فعالیت حوزه علمیه در فضای مجازی می تواند نقشی مهمی در قالب جذب و آموزش نیروهای متخصص، سازماندهی و حمایت های مادی و معنوی برای طرح اندیشه دینی، تبلیغ دین و مقابله با جنگ نرم داشته باشد.

۳-۲- فرضیات فرعی:

- نظریات متعددی در خصوص استفاده از امکانات و تکنولوژی های جدید وجود دارد، در این بین استفاده از فضای مجازی را می توان به عنوان یکی از برجسته ترین و کاربردی ترین وسایل جهت ارتباطات دانست. حال سخن از این به میان

- می آید که در نهاد حوزه و دیگر نهادهای فرهنگی و مذهبی چ ه نظراتی در خصوص استفاده از فضای مجازی وجود دارد.
- به نظر می رسد حوزه های علمیه در معرفی و سازماندهی فعالیت های تبلیغی در فضای مجازی با توجه به هجمه گسترده ضد دینی حضوری فعال و موثر نداشته است.
 - قطعا در دنیای کنونی و با پیشرفتهای علم و تکنولوژی ارتباطات، اگر حوزه علمیه به عنوان مبلغ اصلی دین و مذهب می خواهد همچنان نقش خود را حفظ کند باید به شکل وسیعی در این حیطه نقش آفرینی نماید و در این راستا از فرصت بسیار ایده آل و مطلوب فضای مجازی حداکثر استفاده را بنماید.
 - با توجه به چالشهایی مانند: ۱. عدم سازماندهی و نظام مندی در امر تبلیغ در فضای مجازی، ۲. احتمال انحراف های اعتقادی سیاسی اخلاقی و .. ۳. نیز فعالیت های پراکنده و غیر هدفمند طلاب در این زمینه و با در نظر گرفتن فرصتی که فضای مجازی در اختیار مبلغین قرار می دهد، شایسته است حوزه علمیه با تدبیر و آینده نگری ژرف به این مبحث به صورت نظام مند ورود پیدا کند.

۳- اهداف و فوائد تحقیق

۴-۱- اهداف علمی:

بررسی نقش حوزه در فضای مجازی
شناخت فضای مجازی و نحوه ورود به آن و بهره برداری در حوزه های علمیه
بررسی فرصت ها و چالش های فعالیت های تبلیغی حوزه در فضای مجازی
تبیین جایگاه واقعی اینترنت برای حوزویان (عموم طلاب)

۴-۲- اهداف کاربردی:

در صورتی که به چگونگی ارتباط معنایی، عملی و روند تاثیر گذاری مولفه ها و متغیرهای فوق پردازیم به خوبی خلاء کاربرد عملی و نحوه بکارگیری موارد فوق آشکار می گردد لذا با توجه به اینکه هر پژوهشی می بایست از ابعاد عملی نیز مورد بررسی قرار گیرد و راهکارهایی را برای این مهم ارائه کند؛ این پژوهش از بعد عملی در پی آن خواهد بود که به تقویت ارتباطات دو سویه حوزه علمیه با جهان اسلام و علاقه مندان تشیع پردازد و نیز به سازماندهی و معرفی قابلیت های حوزه در عرصه تبلیغ در فضای مجازی پرداخته و تلاش در ایجاد مجموعه ای توانمند جهت فعالیت عمیق، منظم و هدفمند در برابر فعالیت های تخریبی دشمن در فضای مجازی نماید.

۴ - پیشنهاد تحقیق

تا کنون در خصوص جنگ نرم؛ فعالیت ها، شیوه ها و راه کار های مقابله با آن تقریرات و تحقیقات بسیاری صورت گرفته است. اما در خصوص فعالیت حوزه علمیه در یکی از حوزه های جنگ نرم یعنی فضای مجازی تحقیق و پژوهشی علمی صورت نگرفته است. تنها نویسندگان اندکی به این مبحث پرداخته اند به عنوان نمونه:

- سید قاسم حسینی در مقاله ای تحت عنوان " کاربردهای اینترنت در حوزه علمیه " که در مجله مبلغان شماره ۱۸ به چاپ رسیده است، ضمن اشاره به پیشنهاد استفاده از اینترنت در حوزه علمیه اشاراتی به کاربردهای اینترنت در حوزه علمیه دارد و در پاسخ به سوال فرضی که { حوزه علمیه چگونه می تواند از این ابزار جهت نشر معارف دینی بهره برداری کند؟} به چند مورد اشاره می کند: «لزوم ایجاد پایگاه های اطلاع رسانی شیعه، ساماندهی تحقیقات و جلوگیری از تحقیقات موازی، تقویت ارتباطات دو سویه حوزه علمیه با جهان اسلام و علاقه مندان تشیع». در تحقیق حاضر از این مقاله در خصوص بررسی نقش تبلیغی حوزه در فضای مجازی استفاده گردیده و تاثیر بسزایی در اخذ نتیجه برای محقق این پژوهش به همراه داشته است.

-حجت الله بیات در مقاله ای تحت " حوزه علمیه و ضرورت آینده نگری و تحول فکری " که در نشریه مبلغان شماره ۱۰۰ به چاپ رسیده است ، بر اساس دیدگاهها و نظریات مقام معظم رهبری ضرورت تحول تبلیغی حوزه را تحلیل نموده و اشاره می کند: «از ضروری ترین رسالتهای حوزه علمیه در عصر رسانه تحول در همه عرصه ها و به ویژه در نظام تبلیغی سنتی و رسانه ای است، این تحول هم می تواند در جهت سخت افزاری باشد و هم در جهت نرم افزاری» این مقاله همچنین با اتکاء به سخنان مقام معظم رهبری ضرورت تحول حوزه در عرصه نرم افزار را تبیین می نماید که در این پژوهش از مقاله مذکور استفاده بسیاری شده است.

-آقای علی روح الهی خراسانی در مقاله ای تحت عنوان " حوزه علمیه و لزوم ایجاد پارک علمی علوم اسلامی " که در نشریه اطلاع رسانی آموزشی و مطالعات رایانه ای علوم اسلامی ره آورد نور شماره ۲۲ به چاپ رسیده است ، ضمن تبیین و تشریح اجمالی و ذکر تاریخچه پارکهای علمی، ضرورت ایجاد یک پارک علمی با محوریت علوم اسلامی را بیان می نماید و به این مطلب اشاره می کند که با غنایی که اسلام و علوم اسلامی دارند، باید برای ایجاد یک پارک علمی علوم اسلامی با هدف تمرکز بر تقویت باورهای دینی و استفاده از علوم اسلامی بر تعالی روح بشر استفاده کرد.

-آقای محمد سمیعی در مقاله ای با عنوان " باز تحلیلی بر حضور فناوری اطلاعات در حوزه علمیه قم " که در ماهنامه کتاب ماه ، مهر و آبان ۱۳۸۴ به چاپ رسیده است، اشاراتی به این مطلب نموده که : در دو دهه گذشته در دو عرصه اطلاع رسانی و ارتباطات، بسته های نرم افزاری و سایتهای بسیاری ارائه شده است.

در قسمت اول در عرصه اطلاع رسانی و مدیریت علمی و پژوهشی علوم اسلامی است و در اصطلاح به آنها مراجع یا رفرنس دهی می گویند . و در عرصه دوم یعنی ارتباطات از نرم افزار و اینترنت به عنوان یک رسانه بهره می گیرد.

در این مقاله سپس به فرصت ها و آسیب های این دو برای مخاطب خود بررسی تفصیلی دارد که در بررسی های آسیب ها و فرصت های پژوهش اینجانب کمک شایانی از این مقاله گرفته شده است.

- حجت الاسلام والمسلمین دکتر خسرو پناه در مصاحبه ای که در فصلنامه علمی پژوهشی سفیر، پیش شماره اول پاییز ۱۳۸۳ با موضوع "خیزش جنبش نرم افزاری در حوزه علمیه به کجا انجامید؟" مطالبی را بیان می کند:

وقتی مقام معظم رهبری پیامی را در خصوص جنبش نرم افزاری داشتند، بنابر وظیفه رهبری شان ضرورتها را شناسایی و ابلاغ کردند. معظم له اهمیت ورود جدی در عرصه های جدید و ورود نرم افزاری در این حیطه ها با حفظ هویت فرهنگی و علمی گوشزد نمودند. در این پژوهش از این مصاحبه ایشان کمک بسزایی جهت تبیین ضرورت ورود حوزه علمیه در عرصه فضای مجازی گرفته شده است.

آقای عیسی جهانگیر در کتابی با عنوان « شیعه در فضای سایبری»، نخست به بحث در مورد واکاوی مفهومی فضای سایبر شیعی پرداخته شده و سپس از منظری جامعه شناختی به تحلیل عملکرد فضای سایبر شیعه در ایران پرداخته است. نویسنده ضمن ارایه پیشینه ای تاریخی در مورد مطالعات مربوط به فضای سایبر دینی، اسلامی و شیعی و تاریخچه ای از اینترنت و گسترش آن در جهان و ایران، به کارکردهای فضای سایبر در حوزه دین و مذهب اشاره کرده و پیشینه حضور فعال شیعه در فضای سایبر و اینترنت و مطالعات اجتماعی در این زمینه را مورد بحث و بررسی قرار داده است.

با نگرشی کلی به تحقیقات و نگاشته های پیشین در این زمینه، این مطلب بخوبی قابل دریافت است که هر یک از این تحقیقات به جنبه ای از کلیات بحث مورد نظر پرداخته اند و احساس نیاز می شود که جمع بندی و نتیجه گیری هدفمندی صورت گیرد تا بتوان تا از مجموع مباحث مطروحه اولاً ضرورت فعالیت در این حیطه را اثبات نمود و ثانیاً راهکارهای عملی و منتج به نتیجه ی مطلوب را ارائه کرد. لذا اینگونه به نظر می رسد که تحقیق اینجانب یکی از کارهای علمی و روشمند در خصوص فعالیت حوزه در فضای مجازی باشد.

۵ - کاربرد نتایج تحقیق

با نگرشی کلی به موضوع این تحقیق نتایج کاربردی ذیل را می توان استنباط

نمود:

- تلاش در جهت ایجاد پایگاه های مجازی برای پاسخگویی به مسائل شرعی و مشکلات اعتقادی
- تامین نیازهای تبلیغی مبلغین و رایزنی های فرهنگی خارج از کشور
- گسترش کمی و کیفی سایت های شیعه

بنابراین می تواند در مراجع ذیل مورد استفاده قرار گیرد :

دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، مرکز تخصصی تبلیغ و امور کاربردی حوزه علمیه قم، مراکز جذب و اعزام مبلغ در نهادهای مختلف، سازمان تبلیغات، سازمان حوزه ها و مدارس علمیه خارج از کشور و سایر مراکز تبلیغی

۶ - ضرورت تحقیق:

حوزه های علمیه شیعه علی رغم این که بهترین گوهرها و قابلیت ها را در خود پرورش داده و دارا هستند. در معرفی و سازماندهی این توانمندی ها در ابعاد جهانی چندان موفق نبوده اند و این مسئله هر دلیل موجه یا غیرموجهی که داشته باشد باعث رکود و در انزوا قرار گرفتن حوزه ، در برخی از زمینه ها -از جمله فضای مجازی شده است چنانکه وقتی شبکه های ماهواره ای الجزیره یک گزارش اجمالی از قم و حوزه علمیه و سایت های اینترنتی آن ارائه می کند با انبوه تماس های تلفنی مواجه می شود که از وجود چنین فضاهایی در حوزه علمیه بی خبر بوده و در صدد کسب اطلاعات بیشتر و برقراری ارتباط اینترنتی با حوزه علمیه قم بوده اند. بنابراین نباید به هر دلیل موجه یا ناموجهی در امر تبلیغات و معرفی جایگاه حوزه در جامعه کوتاهی کرد و یکی از قابلیت های حوزه که در جامعه داخلی و خارجی همچنان ناشناخته باقی مانده است سامانه های اینترنتی و کاربردهای مختلف آن است . از یک سو بسیاری از طلاب و

محققین علوم اسلامی به دلیل پراکندگی و نبود سازماندهی مناسب و حمایت های واقعی به صورت شخصی و با ایجاد وبلاگ هایی در صدد امر تبلیغ و مبارزه با جنگ نرمی که علیه مبانی اسلامی آغاز شده است پرداخته اند و آنچه مسلم است این است که فعالیتهای پراکنده و سلیقه ای جوابگوی نیازهای جامعه ی جهانی نخواهد بود، بنابراین ضرورت بررسی این موضوع مشخص می گردد که حوزه های علمیه چه نقشی می توانند در امر تبلیغ در فضای مجازی داشته باشند.

۸-۱- روش پژوهش:

- آمیزه ای، تلفیقی

۸-۲- روش گردآوری اطلاعات و داده ها:

- اسناد نوشتاری

- سامانه های یارانه ای

- نرم افزارهای علمی

۸-۳- روش داده پردازی:

- توصیفی تحلیلی

- تحلیلی انتقادی