

تبیان، الگوی تبلیغ در فضای مجازی

یکی از جهاتی که دگرگونی و تحول در نظام تبلیغات دینی را ایجاد می‌کند، وجود عرصه‌های جدید و بسیار تأثیرگذار تبلیغاتی است که ما کمتر توانسته‌ایم در آنها، حضوری مبتکرانه و فعال داشته باشیم. بی‌شک، دنیای هزار تو و رنگارنگ اینترنت، یکی از این عرصه‌های جدید است.

نظام تبلیغات دینی ما، نمی‌تواند نسبت به این غول رسانه‌ای، بی‌تفاوت باشد؛ چرا که این آخرین ارمغان تکنولوژی رسانه‌های ارتباط جمعی، قابلیت‌ها و ظرفیتهای بسیاری را در خود جای داده که هیچ‌یک از ابزارهای ارتباط جمعی، نمی‌تواند نتایج کلانی مثل استفاده از اینترنت را برای ما داشته باشد؛ البته اینترنت، به همان نسبتی که واجد فرصتهای بی‌ظنیری برای ماست، تهدیدات شکننده‌ای را هم برای پیکره دینداری و آرمانها و ارزشهای دینی و فرهنگی ما، در درون خود جای داده است که ضرورت توجه به آن را صد چندان می‌کند.

۱) یکی از ارکان مورد توجه در شیوه‌های مختلف تبلیغی، بررسی کمی و کیفی مخاطبین است. آگاهی از تعداد مخاطبین، میانگین سنی آنان و درصد نفوذ و گرایش در مناطق مختلف، در میزان موفقیت یک رسانه، نقش بسزایی دارد.

آمارهای رسمی و به ثبت رسیده در «پایگاه آمار جهانی اینترنت»، تعداد کاربران جهانی اینترنت را در طول سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۸ میلادی، بیش از یک میلیارد و چهارصد و شصت میلیون نفر نشان می‌دهد که این تعداد، با ضریب نفوذ ۲۱/۹ درصد در جهان، با ۳۰۵ درصد رشد، همراه بوده است. در ایران نیز تعداد کاربران، به رقم قابل توجه ۲۳ میلیون نفر رسیده است. این آمار که در طول ۸ سال مذکور، با ۹۱ برابر رشد همراه بوده، بیش از ۵۴ درصد جمعیت کاربران خاورمیانه را تشکیل می‌دهد.

داستان برخورد ما با اینترنت، به عنوان آخرین تحفه و ارمغان رسانه‌ای غرب، تکرار همان قصه اجدادش، رادیو و تلویزیون است. امروز که ضریب نفوذ اینترنت، تنها پس از دو دهه از عرضه عمومی آن، به مرز ۲۲ درصد در جهان رسیده و در همین ایران خود ما، جدیدترین آمارها، رقم اعجاب‌برانگیز ۲۳ میلیون کاربر را نشان می‌دهد، دیگر چه کسی می‌تواند قدرت نفوذ و اقتدار بی‌چون و چرای این جوان‌ترین و یاغی‌ترین رسانه ارتباط جمعی را انکار کند؟

از سوی دیگر، استفاده هوشیارانه دشمنان از این ابزار، باعث شده تا این رسانه پرمخاطب، عامل ترویج فساد و بی‌بندوباری و القاء شبهات، در میان نسل جوان باشد. جاذبه‌های فراوان، دسترسی آسان و عدم آشنایی والدین، این رسانه را به پناهگاهی امن برای نفوذ در خانواده‌ها و ابزاری مناسب برای انحراف جوانان، تبدیل کرده است. آمار نگران‌کننده و رو به رشد تعداد سایتها و وبلاگهایی که از طریق شبهه‌افکنی در تمام اصول و فروع دین، انحراف عقاید یا تبلیغ فرقه‌های ضاله و ادیان ساختگی و ترویج خرافه‌گویی، مخاطبان بسیاری را به خود جذب کرده‌اند، بیانگر همین معناست. افزایش گرایش به شیطان‌پرستی و هم‌جنس‌بازی و ... نتیجه فعالیت گروه‌هایی است که از داخل و خارج کشور، با تبلیغات گسترده در سایتها

و وبلاگها، دختران و پسران بسیاری را به عضویت گروه‌های خود درآورده‌اند. حضور فعال در دنیای مجازی - که اینترنت، بخشی از آن، و البته بخش عمده آن است - از دو جهت برای ما ضرورت دارد:

۱. آلودگی دنیای مجازی از جهات مختلف؛ که آن را عملاً به یک تهدید جدی برای باورهای دینی، ارزشهای فرهنگی و اخلاقی و سلامت اجتماعی و سیاسی جامعه ما تبدیل کرده‌است.
۲. قابلیت‌ها، ظرفیتها و توفیق بی‌نظیر آن در تسخیر.

یکی از مهم‌ترین نیازهای امروز حوزه، نیاز به تحول در بخش تبلیغ است. برای رسیدن به این مهم، می‌بایست مؤلفه‌های تأثیرگذار در امر تبلیغ را به درستی شناخت و از بهترین امکانات در جهت تحول در این عرصه استفاده کرد. یکی از پایه‌های اساسی این تحول، بازنگری در اصول بهره‌گیری از رسانه است؛ انتخاب رسانه‌ای قدرتمند و استفاده مناسب از آن، قدم بزرگی در راه تحول در عرصه تبلیغ است. امروزه، نقش مؤثر و بی‌بدیل رسانه‌های ارتباط جمعی، بر کسی پوشیده نیست و بسیاری از حکومتها و ادیان انحرافی، با استفاده از همین ابزار، توانسته‌اند بر افکار عمومی دنیا، تسلط پیدا کنند.

در میان گونه‌های مختلف رسانه، اینترنت، جایگاه ویژه‌ای دارد. شناخت و آگاهی کامل نسبت به خصوصیات این رسانه توانا، می‌تواند در بهره‌گیری هر چه بهتر از آن در زمینه‌های تبلیغی، مؤثر باشد. در اینجا، ضمن آشنایی با برخی از ویژگی‌های دنیای مجازی، به مقایسه با تعدادی از مؤلفه‌های تأثیرگذار در امر تبلیغ، می‌پردازیم.

جمعیت بالای مخاطبین در اینترنت و روند رو به رشد آن در سراسر جهان و به خصوص ایران، زمینه مناسبی را برای حضور مؤثر در دنیای مجازی، فراهم کرده‌است. همچنین در میان گروه‌های مختلف سنی، بیشترین تعداد مخاطبین را، نسل جوان جامعه تشکیل می‌دهند. توجه به این نکته، ضرورت اهتمام مسئولین را در جهت برخورد فعال با این رسانه، چندین برابر می‌کند.

۲) از دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار در مهندسی تبلیغ، توجه به ظرفیت و توانایی ابزار مورد استفاده است. یک رسانه برتر، می‌تواند در قدرت انتقال مطالب، گسترش دامنه پیام‌رسانی در سطح مخاطبین، بالابردن عمق نفوذ و میزان ماندگاری پیام، تأثیر فراوانی داشته‌باشد.

در گذشته‌ای نه چندان دور، برای رساندن پیام به اقصی نقاط جهان، با مشکلات فراوانی روبه‌رو بودیم؛ حتی در بسیاری از مناطق جهان، به دلیل عدم پوشش رسانه‌ای، هنوز این امر، ممکن نشده‌است. رادیو و تلویزیون نیز، علی‌رغم صرف هزینه‌های گزاف برای ساخت و تولید، رسانه‌ای جهانی و فراگیر نبودند.

در حالی که امروزه، هر کسی در خانه خویش می‌تواند بدون صرف هزینه و در کمترین زمان، هر گونه اطلاعات و پیامی را، به آسانی از طریق اینترنت، به سراسر دنیا ارسال کند. دسترسی آسان و سرعت بالای نقل و انتقال اطلاعات در اینترنت، ظرفیت بالایی را برای ارتباط با مخاطب، به وجود آورده‌است. همچنین گستردگی پوشش جغرافیایی و شکستن مرزهای ارتباطی گذشته، باعث شده تا اینترنت، از دیگر رسانه‌های ارتباط جمعی، با سرعت بالایی، پیشی بگیرد.

بدیهی است نهادهای تبلیغی حوزه، برای تحول در انتقال آموزه‌های دینی و جهانی‌کردن فرهنگ اسلام، می‌بایست با شناخت کامل و برنامه‌ریزی دقیق، به این سلاح کارآمد، مجهز شوند.

۳) از نکات مهم در سامان‌دهی شیوه‌های تبلیغی، توجه به قابلیت‌های ذهنی مخاطب است. ذهن انسان برای دریافت و ثبت مطالب، از راه‌های مختلفی استفاده می‌کند. بهره‌گیری از روش‌های متنوع برای انتقال مفاهیم و تحریک ذائقه سمعی و بصری مخاطب، در تثبیت ذهنی مطالب، تأثیر زیادی دارد.

از این‌رو، اینترنت را می‌توان رسانه‌ای چندوجهی نامید؛ چرا که از یک‌سو، خصوصیات یک رسانه مکتوب را دارد که آثار ماندگار و پرمحتوای آن، مانند کتاب، قابلیت استفاده و مراجعه در بلندمدت را دارد و مطالب خبری یا اطلاعات هفتگی و روزانه آن - که اعتباری کوتاه‌مدت دارند - نیز، نفوذ ماندگاری‌شان همانند مطبوعات و مجلات است؛ با این تفاوت که همیشه، امکان استفاده از آرشیو این مطالب، همراه با امکانات جست‌وجو و دسته‌بندی، وجود دارد.

اینترنت، از سوی دیگر هم، رسانه‌ای صوتی و تصویری به حساب می‌آید. فایلهای صوتی، فیلم و عکس، همواره از پُرطرفدارترین بخشهای اینترنت بوده‌اند. یکی از عوامل برتری دنیای مجازی نسبت به نمونه‌های مشابه خود (سینما، رادیو و تلویزیون)، اینست که کاربران اینترنت، به طور هم‌زمان می‌توانند ارتباطی فعال و دوسویه با این رسانه داشته‌باشند. استفاده از این قابلیت، کاربر را از یک مصرف‌کننده خالص، به یک مخاطب فعال و مؤثر تبدیل می‌کند؛ لذا چندبُعدی بودن این رسانه، علاوه بر ایجاد جاذبه‌های فراوان، در القای پیام و مدیریت ذهن مخاطب نیز، نقش مؤثری دارد.

مجموعه این توانمندی‌ها، اینترنت را به قدرتی انکارناپذیر در عرصه ارتباطات، تبدیل کرده‌است. توجه به این موضوع، مسئولیت نهادهای تبلیغی را برای حضور فعال در دنیای مجازی، چندین برابر می‌کند. متأسفانه

در سالهای گذشته، غفلت مسئولان حوزه از این رسانه، باعث دورماندن حوزه از حرکت پُرشتاب جامعه شده و بیشترین خسارتهای فرهنگی را برای جامعه، به همراه داشته‌است. در مقابل، نهادهای فرهنگی و در رأس آنها حوزه علمیه، بسیاری از فرصتها را برای شناساندن چهره حقیقی اسلام و پاسخ‌گویی به سؤالات اساسی جوانان از طریق این رسانه، از دست داده‌اند.

متأسفانه، برخورد انفعالی و تردیدآمیز و بهتر بگوییم سلبی و انکارآمیز با تمام تکنولوژی‌های ارتباط جمعی که در آن سوی مرزهای اقتدار سیاسی و فرهنگی ما تولید شده‌اند، دیگر برای ما به یک سنت تاریخی تبدیل شده‌است و همواره تا گارد دفاعی ما در مقابل هجوم بی‌امان این تکنولوژی‌ها باز شود، تمام مرزهای دیدنی و نادیدنی ما در مقابل هیمنه این رسانه‌ها، دست به سینه فرو می‌ریزد و تازه، آن هنگام از سر ناچاری، به وجودشان ایمان می‌آوریم!

داستان اینترنت نیز به عنوان آخرین تحفه و ارمغان رسانه‌های غرب، تکرار قصه اجداد پیرش، رادیو و سینما و تلویزیون است. دیگر چه کسی می‌تواند قدرت نفوذ و اقتدار این رسانه جوان و یاغی را انکار کند؟ البته چون مانند همیشه، در آخرین لحظات، تسلیم این چنین واقعیتی می‌شویم، دشمنان ما به قدر کافی فرصت می‌یابند تا از این دستاوردها، علیه ما استفاده کنند و بعد، قوانین استفاده از آن را طوری تنظیم می‌کنند که وقتی خواستیم وارد میدان مبارزه شویم، به راحتی نتوانیم آن را مدیریت کنیم!

● آغاز مطلب

با این حال، علی‌رغم تمام غفلتها در بهره‌گیری از این ابزار، در گوشه و کنار، افراد و گروه‌ها و سازمانهای هوشیاری نیز بوده‌اند که با درک درست موقعیت اینترنت، برخورد فعال داشته‌اند؛ به گونه‌ای که امروز با وجود تمام کمبودها، می‌توان آماري از ابتکار عمل را در این عرصه مشاهده کرد. در میان سایت‌های اسلامی که در طول سالهای گذشته، برای نشر معارف دینی و سالم‌سازی فضای اینترنت راه‌اندازی شده‌اند، «پایگاه اینترنتی تبیان»^۲ را می‌توان از بهترین‌ها دانست؛ ایده مبارکی که این پایگاه، بر اساس آن شکل گرفت، امروز تنها با گذشت ۶ سال، به ثمر رسیده‌است.

تبیان را با توجه به گستردگی و تنوع فعالیت‌هایش و خدمات گوناگونی که به کاربران ارائه می‌دهد و مجهز بودن به شبکه اینترنت در ۱۰۷ شهر کشور، می‌بایست «دولت‌شهر اینترنتی» نامید؛ چرا که توانسته با اقتدار، رکورد بسیاری از سایت‌های پُرچادبه دیگر را بشکند و به رده ۲۷ در بین کاربران ایرانی برسد.

برای پایگاهی که با محتوایی دینی و فرهنگی، پا به عرصه تبلیغ اینترنتی گذاشته، این رکورد بسیار موفقیت‌آمیز است. توفیق این پایگاه یا شهر اینترنتی، آن هم تا این اندازه، سند قاطعی است برای اثبات این مطلب که اگر ما برای اهداف خود، خردمندانه برنامه‌ریزی و تلاش کنیم، حتی در چنین عرصه‌ای که در آن نه مبتکر بوده‌ایم و نه پیشرو، می‌توانیم جای پای محکمی پیدا کنیم. بدون تعارف، باید تبیان را الگوی تبلیغ در فضای مجازی دانست و از تجربه موفق آن در این مرحله، الهام گرفت.

حال، ببینیم چرا تبیان را الگوی تبلیغ در دنیای مجازی می‌دانیم؟

مؤسسه فرهنگی و اطلاع‌رسانی تبیان، در سال ۱۳۸۰ از سوی سازمان تبلیغات اسلامی، با هدف نشر وسیع فرهنگ اسلامی در سطح جهان از یک موضع فعال، تأسیس شد. کسانی که ایده راه‌اندازی چنین مرکزی را مطرح کردند، در حقیقت معتقد بودند که تبلیغات فرهنگی، همواره با یک آسیب جدی روبه‌روست و آن، موضع دفاعی و انفعالی مبلغان این عرصه است؛ لذا مؤسسه تبیان، با ایده برخورد تهاجمی در صحنه تبلیغات دینی و فرهنگی، پا به عرصه وجود گذاشت.

این مؤسسه، کار خود را با تولید نرم‌افزارهای اسلامی آغاز کرد؛ اما آنچه توانست تبیان را به یک مرکز اسلامی منحصر به فرد تبدیل کند، راه‌اندازی پایگاه اینترنتی تبیان بود؛ به گونه‌ای که امروزه، تبیان را بیشتر به عنوان یک پایگاه اینترنتی می‌شناسند. مؤسسه تبیان، هر چند در سایر فعالیت‌های خود نیز، موفق ظاهر شده؛ اما آنچه این مؤسسه را بر قلّه توفیقات تبلیغی نشانده، فعالیت‌های مربوط به دنیای مجازی بود.

تبیان، با یک برنامه‌ریزی همه‌جانبه و دقیق و راه‌اندازی سرویس‌های متنوع، توانست بسیاری از سایت‌های پُربرازید در ایران را پشت سر گذاشته و عملاً به پُررفت‌وآمدترین سایت فرهنگی در سراسر ایران، تبدیل شود. عضویت ۵۰۰ هزار نفر در یک پایگاه اسلامی و بازدید روزانه بیش از ۴۰۰ هزار نفر و رقم بالای ۲۴۸ میلیون بازدید^۳ در طول فعالیت سایت، نشان‌دهنده موفقیت بالای آن، در جذب مخاطب بوده‌است. این در حالی است که این آمار و ارقام، هر روز با سرعت و شتاب، رو به افزایش است.

تبیان در حال حاضر، ۱۲ بخش کلی و ۵۰ زیربخش را در قالب ۵۰۰ گیگابایت (معادل بیش از ۷۰۰ سی‌دی) اطلاعات، به کاربران خود ارائه می‌کند؛ اما شاید یکی از کارهای بدیع و بسیار زیبای تبیان که نمود عینی برخورد فعال آن محسوب می‌شود، راه‌اندازی اینترنت تبیان، با قدرت اتصال به ۲۰۰ پایگاه مذهبی و فرهنگی در ۲۸ استان کشور است که به زودی، با پوشش دادن تمام کشور، به یک شبکه ملی



مقام معظم رهبری

امروز،
در جامعه ما،
آن کسانی که
بتوانند با زبانهای
زنده دنیا
صحبت کنند و
معارف الهی و
پیشرفتهای فکری و
فرهنگ اسلامی را برسانند،
خیلی کم هستند
و این خلأ،
باید به گونه‌ای
پر شود.

کتاب نظام آموزشی حوزه از نگاه عالمان، ص ۲۹



تبدیل می‌گردد. تنوع خدمات اینترنتی تبیان، به گونه‌ای است که تمام نیازمندی‌های مخاطبین خویش را پوشش می‌دهد؛ تجهیز آن به ۷ زبان زنده دنیا - که به زودی، ۶۳ زبان دیگر نیز به آن اضافه می‌شود - به واقع، تبیان را به یک «کلان‌شهر اینترنتی» مبدل ساخته‌است.

بیشترین مخاطبین و اعضای سایت تبیان، جوانان هستند. هدف این مرکز نیز همین بوده که سایتی مطابق سلیقه و نیازهای واقعی جوانان، طراحی شود. مدرسه اینترنتی، انجمنهای تخصصی، بخش ورزشی شامل صفحه اول روزنامه‌های ورزشی پرتیراژ کشور، اخبار مهم ورزشی ایران و جهان، مصاحبه با ورزشکاران، آنالیز گل‌های لیگ برتر، ایران‌شناسی، تست‌های روان‌شناسی، آموزش آشپزی، اطلاعات مربوط به بورس، امور خانواده و مسائل تربیتی و ... همه و همه، بخشی از مطالب ارائه‌شده در سایت تبیان را تشکیل می‌دهند.

ویژه‌نامه‌های مناسبی، بخشی دیگر از مطالب تبیان را تشکیل می‌دهند؛ ویژه‌نامه، مجموعه‌ای از مقالات، کتاب، تصویر، فیلم و کلیه مطالب مربوط به یک رویداد است که در قالب یک مجموعه الکترونیکی، تهیه و ارائه می‌شود.^۴

یکی دیگر از جاذبه‌های این سایت، کتابخانه اینترنتی آن است که متن ۶۰ هزار کتاب و مقاله در زمینه‌های مختلف علمی، آموزشی، ادبی، اعتقادی، تاریخی، هنری و ... را با دسته‌بندی‌های تخصصی، در اختیار کاربران گذاشته‌است. دسترسی‌های و موضوعی به عنوان کتابها

و امکان جست‌وجوی آسان، از امکانات این کتابخانه است. همچنین کاربران می‌توانند با ایجاد یک کتابخانه شخصی، کتابهای مورد نظرشان را برای استفاده‌های بیشتر، جدا کرده و در فضایی جداگانه قرار دهند.

از این طریق، حتی می‌توان با جدا کردن بخشی از مطالب کتاب و فیش‌برداری و حاشیه‌نویسی یا تغییر مطالب، به طور کامل از مزایای یک کتابخانه شخصی بهره برد. برای این کار، کتاب یا مقاله مورد نظر را می‌توان به راحتی از روی سایت، به کتابخانه شخصی کپی کرد و سپس از امکانات ویژه در آنجا، استفاده نمود. از این کتابخانه در زمینه کارهای پژوهشی نیز می‌توان بهترین استفاده را کرد؛ چرا که هر کتابخانه شخصی، می‌تواند به طور فردی یا گروهی قابل استفاده باشد؛ یعنی اگر چند نفر در حال پژوهش و تحقیق درباره یک موضوع هستند، می‌توانند کتابها و یا مطالب مورد نظر خود را که تحقیق کرده‌اند، داخل آن کتابخانه گروهی قرار دهند تا دیگر اعضای گروه هم، از آخرین تحقیقاتشان مطلع شوند.

بخش مشاوره که مخاطبان بسیاری هم دارد، هم‌اکنون با همکاری بیش از ۵۰ مشاور و متخصص در زمینه‌های مختلف، پاسخ‌گوی سؤالات کاربران است؛ این مشاوره‌ها که در زمینه مسائل دینی و فرهنگی، سیاسی و اجتماعی، اقتصادی، خانوادگی، بهداشتی، پزشکی و سلامت و ... است، در کوتاه‌ترین زمان روی سایت قرار می‌گیرد تا برای عموم کاربران، قابل استفاده باشد. در موضوعات تخصصی نیز که نیازمند تحقیق و دقت بیشتری است، مشاور مربوطه با ارائه پاسخ کوتاه و مجمل، از کاربر، مدت یک یا دو هفته زمان می‌گیرد تا با پاسخ دقیق و مفصل، نیاز مخاطب را رفع نماید. همچنین بخش استخاره و تعبیر خواب، با بهره‌گیری از فضایی حوزه، پاسخ‌گوی نیاز کاربران است.

از دیگر بخشهای پُرطرفدار این سایت، «گنجینه عمومی سؤالات» است که مجموعه‌ای از سؤالات مختلف و گوناگون را در خود جای داده‌است. تا به امروز، سؤالات بخش عمومی، با زبانهای فارسی و عربی، به بیش از ۳۳۰۰ پرسش و پاسخ رسیده‌است. کلیه سؤالات، دارای طبقه‌بندی موضوعی هستند تا امکان دسترسی به آنها، آسان شود. همچنین این بانک برای دسترسی سریع به موضوعات دل‌خواه، به یک سیستم جست‌وجوگر قوی، مجهز است. در کنار بانک عمومی، «گنجینه فقهی» شامل پرسش و پاسخ از محضر مراجع عظام تقلید نیز، موجود است که در ادامه، به آن اشاره خواهد شد.

این امکانات، تنها بخشی از خدمات متنوعی است که سایت، ارائه می‌دهد. یکی از عوامل پیشرفت تبیان در جذب مخاطب نیز، همین تنوع محصولات است؛ چرا که برای موفقیت در امر تبلیغ، می‌بایست نیازهای مخاطب را به درستی شناخت و برای هدایت سلیقه‌های گوناگون، برنامه‌ریزی کرد.

این مجموعه نیز توانسته‌است با ارائه بخشهای متنوع و مورد پسند نسل جوان و با محتوایی غنی، برنامه‌های فرهنگی-مذهبی را به خوبی عرضه‌کند که با این روش، هم جذابیت بیشتری برای مخاطب ایجاد می‌کند و هم در نفوذ و ماندگاری پیام، تأثیر بسزایی بر جای می‌گذارد؛ چرا که تنوع در خدمات، به نوعی احترام گذاشتن به سلیقه گوناگون است.

همچنین همکاری و مشارکت همه‌جانبه با کاربران، در زمینه تولید و عرضه مطالب، عامل مهمی برای جذب جوانان بوده‌است؛ بدین صورت که سایت، به کاربران خود اجازه می‌دهد با ارسال مطالب در زمینه‌های مختلف، در پُرکردن صفحات، همکاری داشته‌باشند. این مطالب پس از بررسی و تأیید توسط کارشناسان، برای استفاده همگان، با نام فرستنده در سایت قرار می‌گیرد.

یک‌سویه‌بودن ارتباط و نگاه از بالا به پایین، یکی از آفات جدی در سیره تبلیغی ماست که ثمره چنین حالتی، این است که مخاطب عام و به خصوص نسل جوان، خود را تنها یک مصرف‌کننده احساس می‌کند و از همراهی و مشارکت ذهنی، امتناع می‌ورزد و در جذب پیام، با مشکل روبه‌رو می‌شود؛ لذا در عرصه تبلیغ، با به‌کارگیری نیرو و استعداد مخاطب و هدایت آن در جهت صحیح و ایجاد احساس مشارکت و پویایی ذهن جوانان، می‌توان مسیر انتقال پیام را هموارتر کرد.

اما یکی از مهم‌ترین و برجسته‌ترین اقدامات ارزشمند تبیان در زمینه توسعه تبلیغ دین در دنیای مجازی، راه‌اندازی حوزه علمیه اینترنتی است. این مجموعه، با ارائه ۲۸ عنوان درسی (از مقدمات تا دروس خارج) و ارائه درس ۲۱ استاد برجسته حوزوی، عملاً گام مؤثری برای نشر معارف دینی در سراسر جهان، برداشته‌است.

حوزه‌های علمیه در مسیر رشد و پیشرفت خود، با مشکلات متعددی روبه‌رو هستند که با استفاده از دنیای مجازی، برخی از این موانع را می‌توان برطرف کرد؛ از جمله این مشکلات، آشنابودن طلاب جدیدالورود با برنامه‌های علمی، مقاطع تحصیلی و مفاد درسی حوزه است. این امر، باعث می‌شود بعضی از طلاب که توانایی لازم برای یادگیری دروس را ندارند، با نگاه دیگری وارد حوزه شوند و پس از چند سال، با روحیه‌ای تضعیف‌شده، از حوزه کناره‌گیری کنند. بررسی آمار طلاب در چند سال اول، بیانگر همین معناست.

از طرف دیگر، بعضی از طلاب هم که از راه‌های دور، قدم به این محیط علمی می‌گذارند، به این دلیل که با فضای حاکم بر حوزه و تفاوت‌های آن با دیگر محیط‌های آموزشی آشنا نیستند، زمان زیادی را صرف سازگاری با

یکی از مهم‌ترین نیازهای امروز حوزه، نیاز به تحول در بخش تبلیغ است؛ برای رسیدن به این مهم، می‌بایست مؤلفه‌های تأثیرگذار در امر تبلیغ را به درستی شناخت و از بهترین امکانات در جهت تحول در این عرصه، استفاده کرد. یکی از پایه‌های اساسی این تحول، بازنگری در اصول بهره‌گیری از رسانه و انتخاب رسانه‌ای قدرتمند و استفاده مناسب از آن است.

شرایط محیطی می‌کنند. چنین ضعف بزرگی، به معنای از دست دادن مقدار زیادی از سرمایه‌های انسانی، اتلاف منابع مالی و کاهش بازدهی علمی حوزه است.

از دیگر نارسایی‌ها، مسیر طولانی و ناهموار جذب طلاب خارجی است؛ از صرف هزینه و زمان برای پرورش نیروهای مسلط به زبان و فرهنگ کشور مقصد، هماهنگی با وزارت‌خانه‌ها و دستگاه‌های مختلف برای اعزام نیرو، صرف هزینه‌های مربوط به رفت و آمد، اقامت و فعالیت نمایندگان حوزه گرفته تا گزینش نامناسب و ناهمگن و در نهایت، ریزش درصدی از همین طلاب به علت نداشتن ذهنیت درست و بازگشت به کشورشان، جاده‌ای دراز و پُر پیچ و خم است که سیل مشتاق شیعیان جهان را برای کسب معارف الهی، در معبری تنگ قرار داده و عطش تشنگان معرفت را در جهان، بی‌پاسخ گذاشته‌است.

پیدایش این قبیل ضعفها، نتیجه نبود رویکرد رسانه‌ای در حوزه و بی‌توجهی مسئولان در شناساندن چهره حقیقی این نهاد مقدس از طریق رسانه‌های ارتباط جمعی و خصوصاً اینترنت است. در حالی که با استفاده از یک حوزه مجازی و با حذف بسیاری از هزینه‌ها و کوتاه‌کردن فاصله‌ها، می‌توان به سادگی، زمینه را برای آشنایی مقدماتی نیروهای مستعد و علاقه‌مند به حوزه در داخل کشور، فراهم کرد تا هر داوطلب قبل از ورود، علاوه بر آگاهی و شناخت نسبی از حوزه، توانایی و استعداد و علاقه خود را نیز مورد توجه قرار دهد.

همچنین می‌توان با برقراری ارتباط با شیعیان جهان، ضمن معرفی اهداف، برنامه‌ها، ویژگی‌های آموزشی و مفاد درسی حوزه، علاقه‌مندان به تحصیل را به طور کامل، شناسایی و قبل از عزیمت، برایشان برنامه‌ریزی کرد تا متقاضی ورود، با شناخت نسبت به دروس حوزه و شرایط زندگی در ایران، بتواند برای ورود به کشور، با آگاهی بیشتری تصمیم بگیرد. امید است حوزه‌های علمیه، با تغییر نگرش نسبت به دنیای مجازی، برخی از ضعفهای موجود را برطرف کنند. در اینجا، قصد داریم با بخشهای مختلف حوزه مجازی تبیان، بیشتر آشنا شویم.

● حوزه علمیه تبیان

حوزه علمیه تبیان، پایگاه جامع اطلاع‌رسانی و آموزش حوزوی است که کاربران می‌توانند با استفاده از لینک موجود در صفحه اول سایت، به این قسمت دسترسی داشته‌باشند. این حوزه، خود شامل بخشهای متنوعی است که عبارت‌اند از:

۱. دروس متداول حوزه علمیه
 ۲. دروس خارج حوزه علمیه
 ۳. شرح اصطلاحات فقهی
 ۴. شرح اصطلاحات اصولی
 ۵. گنجینه فقهی
 ۶. دروس فشرده حوزه علمیه
 ۷. مدرسه فقهت
 ۸. معرفی و شناخت حوزویان
- بعضی از این بخشها را بررسی می‌کنیم:

۱. دروس متداول حوزه علمیه

دروس متداول حوزه علمیه، از سطح یک تا سطح ده، شامل متن کامل کتابها و صوت اساتید برجسته حوزه علمیه است که با ترکیب متن و صوت و قابلیت استفاده از تطبیق متن توسط استاد و توضیح و شرح آن به صورت جداگانه، در اختیار طلاب محترم و علاقه‌مندان دروس حوزوی قرار گرفته‌است.

علاقه‌مندان می‌توانند درس مورد نظر خود را با تدریس اساتید برجسته حوزه علمیه، انتخاب نمایند. در دروس اصلی، امکان انتخاب از میان دو یا چند استاد، فراهم شده‌است.

طلاب می‌توانند صفحه به صفحه، کتاب را با صوت استاد مطلوب خود، با قابلیت توضیح و تطبیق، در فضایی مشابه کتابهای درسی، مطالعه نمایند.

یکی از عوامل برتری

دنیای مجازی،

نسبت به نمونه‌های

مشابه خود(سینما،

رادیو و تلویزیون)،

اینست که کاربران

اینترنت، به طور هم‌زمان

می‌توانند ارتباطی فعال و

دوسویه با این رسانه

داشته‌باشند. استفاده از

این قابلیت، کاربر را

از یک مصرف‌کننده خالص،

به یک مخاطب فعال و مؤثر

تبدیل می‌کند.

در مجموع، بیش از ۴۲۰۰ ساعت صوت، به حجم ۴۰ گیگابایت و در قالب ۳۸۰۰۰ قطعه صوتی، تولید گردیده و بر روی سایت، قرار گرفته است.

۲. دروس خارج حوزه علمیه

تمام کاربران می‌توانند از دروس برجسته‌ترین اساتید سطوح عالی حوزه، در این سایت استفاده کنند. این دروس، مشتمل بر رشته‌های فقه، اصول، فلسفه، تفسیر و اخلاق است. در این بخش، آثار چند تن از علمای برجسته درس خارج و برخی از علمایی که در قید حیات نیستند تا علمای حاضر، همه به صورت متنی، در این پایگاه قابل استفاده است. همچنین در این بخش، امکان یادداشت‌برداری از متون، جست‌وجوی عبارت در صفحات و سایر امکانات پژوهشی مورد نیاز، بر روی سایت ارائه شده است.

۳ و ۴. شرح اصطلاحات

فقهی و اصولی

برای آشنایی بیشتر کاربران با اصطلاحاتی که در متن دروس وجود دارد یا توسط اساتید در کلاسها ارائه می‌شود، در بخشی جداگانه، به توضیح و تشریح این اصطلاحات پرداخته می‌شود. این توضیحات، در دو بخش «فقهی» و «اصولی» و با زبانی ساده، تعداد زیادی از لغات و اصطلاحات را شامل می‌شود. همچنین امکان جست‌وجو برای یافتن کلمات مورد نظر، فراهم است.

۵. گنجینه فقهی

این بخش، شامل پرسش و پاسخهایی از محضر مراجع عظام

تقلید است. در بخش فقهی، بیش از ۱۴ هزار پرسش و پاسخ از علمای اعلام، در دسترس علاقه‌مندان قرار گرفته است. این مجموعه، شامل استفتائات امام خمینی(ره)، مقام معظم رهبری و آیات عظام فاضل لنکرانی، مکارم شیرازی، نوری همدانی، شاهرودی، سیستانی، تبریزی، اراکی، بهجت، گلپایگانی، مدنی تبریزی، وحیدخراسانی، صافی گلپایگانی، و صانعی است.

عنوان	تعداد
عمومی فارسی همراه با نمایه	۱۹۷۵۶ سؤال و جواب در ۷۶۶ موضوع
عمومی عربی همراه با نمایه	۳۰۰۰ سؤال و جواب
عمومی بدون نمایه همراه با جست‌وجو	۴۰۰۵۴ سؤال و جواب
استفتائات علما	۱۴۰۰۰
مجموع	۷۳۸۱۰



امام خمینی(ره)

پیش‌تر،
احتیاج به زبان،
زبانهای خارجی
نبود؛
امروز، احتیاج است؛
یعنی جزء برنامه
تبلیغات مدارس،
باید زبان [خارجی] باشد؛
زبانهای زنده دنیا،
آنهايي که در همه دنیا،
شایع تر است.

کتاب نظام آموزشی حوزه از نگاه عالمان، ص ۱۸

همچنین در بخش «جست‌وجو در گنجینه»، امکان تحقیق دربارهٔ موضوعات گوناگون و مشاهدهٔ تعداد زیادی از پرسش و پاسخهای کاربران به صورت طبقه‌بندی‌شده، وجود دارد.

۶. مدرسهٔ فقاقت

یکی از جالب‌ترین بخشهای حوزهٔ علمیّهٔ تبیان، مدرسهٔ فقاقت است. مدرسهٔ فقاقت، در حقیقت، مدرسه‌ای مجازی برای تدریس دروس خارج است. بهره‌مندی از بهترین امکانات آموزش الکترونیکی در دروس حوزوی، از اهداف این مدرسه است. با استفاده از نرم‌افزار مدرسهٔ فقاقت که در سایت ارائه می‌شود، کاربران می‌توانند به طور زنده و مستقیم، در کلاسهای درس خارج حوزه شرکت کنند. در حال حاضر، دروس آیات عظام سبحانی، مکارم‌شیرازی، نوری‌همدانی و جوادی‌املی (حفظهم الله) هر روز از ساعت ۹ تا ۱۳، از شهر مقدّس قم، به طور زنده برای سراسر دنیا، پخش می‌شود. همچنین درس استاد سیدمحمدعلی موسوی‌جزایری از حوزهٔ علمیّهٔ اهواز و درس استاد محسن مجتهدشستری از حوزهٔ علمیّهٔ تبریز و درس استاد جواد فاضل‌لنکرانی نیز، به طور زنده پخش می‌شود. مدرسهٔ فقاقت، با هدف دسترسی آسان به درسهای حوزهٔ علمیّه و با همکاری مؤسسهٔ تبیان و صدای بهار، طراحی و اجرا شده‌است.

با اتصال به این مدرسه، می‌توان در هر درس، به طور زنده شرکت کرد و تصویر استاد را دید. از دیگر امکانات این مدرسه، اینست که کاربران اینترنتی می‌توانند در حین برگزاری کلاس، اشکال خود را به صورت متنی تایپ کرده و برای اپراتور حاضر در کلاس، ارسال کنند؛ اپراتور که استادیار کلاس است، اشکال کاربر را در کلاس مطرح کرده تا حاضرین در جلسهٔ درس و کاربران دیگر، آن را بشنوند. سپس، استاد، پاسخ را بیان می‌کند. از این طریق، تفاوتی بین حاضرین در کلاس و کاربران در سراسر دنیا، وجود نخواهد داشت.

همچنین تعدادی از دروس، به صورت پخش مجدّد (آفلاین) در این سایت، موجود است. تمام دروس، متناسب با تقویم دروس حوزهٔ علمیّهٔ قم پخش می‌شود. همچنین کاربران می‌توانند با ورود به تالار گفت‌وگو، با دیگر کاربران یا استادیار همان درس، به طور زنده و تصویری، به بحث و گفت‌وگو بپردازند. این نرم‌افزار، امکان ذخیره‌کردن درسها و مباحثات را نیز دارد تا کاربران بتوانند به دفعات مکرر، درس استاد را بشنوند.

● دیگر امکانات حوزهٔ علمیّهٔ تبیان

حوزهٔ علمیّهٔ تبیان، تنها به ارائهٔ دروس نپرداخته؛ بلکه سعی کرده تا دیگر امکانات لازم را برای تحصیل طلاب ایجاد نماید.

یکی دیگر از این امکاناتِ تحسین‌برانگیز، امکان مباحثهٔ دو یا چند نفر از کاربران است. سایت تبیان، در واقع، با راه‌اندازی این بخش، عملاً حوزه‌ای کامل را در اختیار علاقه‌مندان گذاشته تا بتوانند در اقصی نقاط کشور و جهان، مشغول به تحصیل باشند.

البته لازم به ذکر است، از آنجا که حوزهٔ علمیّهٔ تبیان، هنوز پشتیبانی حوزهٔ علمیّهٔ قم را در اختیار ندارد، طبعاً هنوز موفق به برگزاری آزمون و ارائهٔ مدرک به دانش‌آموختگان خود نشده‌است. همین نکته باعث شده تا حوزهٔ علمیّهٔ تبیان، نتواند به یک حوزهٔ مجازی تمام‌عیار، مبدّل گردد.

* پی‌نوشت‌ها:

۱. www.InternetWorldStats.com

۲. www.Tebyan.net

۳. این آمار، مربوط به آبان ۱۳۸۷ است.

۴. علاوه بر زبان فارسی، این سایت به زبانهای انگلیسی، روسی، ترکی، عربی، فرانسه و اردو نیز ارائه می‌شود.

عضویت ۵۰۰ هزار نفر
در یک پایگاه اسلامی
و بازدید روزانه بیش از
۴۰۰ هزار نفر و رقم بالای
۲۴۸ میلیون بازدید
در طول فعالیت سایت،
نشان‌دهندهٔ موفقیت بالای
آن، در جذب مخاطب
بوده‌است.
این در حالی است که
این آمار و ارقام،
هر روز با سرعت و شتاب،
رو به افزایش است.