



جمهوری اسلامی ایران

مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح ۳

آسیب‌های تبلیغی حوزه‌های علمیه در فضای مجازی و راه کارهای مقابله با آن

استاد راهنما: حجت‌الاسلام و المسلمین محمد کهوند

محقق: سید محمد مصطفوی

آبان ماه ۱۳۹۹

چکیده:

امروز تبلیغ دین، تفاوت‌های اساسی با دوره‌های پیشین انقلاب پیدا کرده است. این تفاوت منحصر در محتوای تبلیغی نمی‌باشد، بلکه شامل روش‌ها و حتی محیط‌های تبلیغی نیز می‌باشد. در حال حاضر محیط‌های نوپدید پیش روی مبلغان و قائمان دین خدا می‌باشد. بدون تردید، یکی از مهمترین عرصه‌ها، فضای مجازی است که روز به روز گسترده‌تر و جذاب‌تر و نیز مخاطبان بیشتری را به سمت خود جلب می‌نماید.

هم اکنون مبلغان فضای مجازی با آسیب‌های گسترده‌ای در فضای مجازی جهت امر تبلیغ دین رو به رو هستند. وجود این آسیب‌ها موانع بسیاری جدی را جهت انتقال پیام‌های دینی به مخاطبان فراهم نموده است. در این پژوهش تلاش شده است که آسیب‌های تبلیغی به صورت جامع در حد توان برشمرده و سپس راهکارهای لازم برای برون رفت از آسیب‌ها بیان شود.

رساله حاضر در پنج فصل طراحی شده است. در فصل اول به اهمیت تبلیغ دینی در فضای مجازی پرداخته شده و در ضمن آن پیش نیازهای تبلیغ دین نیز بیان شده است. فصل دوم به بیان اصول و مبانی تبلیغ دینی در فضای مجازی اختصاص داده شده است.

اما در فصل سوم در قالب پنج محور آسیب‌های فردی، آسیب‌های تبلیغی، آسیب‌های مبلغ در تبلیغ دین در اینترنت، آسیب‌های مخاطب تبلیغ دین در اینترنت، چالش‌های اینترنت برای پیام دینی به صورت مفصل به چالش‌هایی که تبلیغ دینی را در فضای مجازی تهدید می‌کند پرداخته شده است.

یکی از بهترین راه‌هایی که می‌توان به واسطه آن، چالش‌های موجود در تبلیغ دینی در فضای مجازی را برطرف نمود، شناخت عواملی است که زمینه ساز ایجاد این آسیب‌ها شده است. از این روی در فصل چهارم عوامل گوناگونی همچون سلطه دشمنان در فضای مجازی، مدیریت غیر شرعی و غیر عقلی فضای مجازی در کشور و... که بستر نمایان شدن بسیاری از این آسیب‌ها شده است، به طور مبسوط و مستند بیان شده است.

بدون تردید بیان آسیب‌ها، بدون ارائه راهکارهای علمی و عملیاتی مشکلی را حل نخواهد کرد. لذا صفحات فصل پنجم، راهکارهای مربوط به مسئولین حاکمیتی، حوزه‌های علمیه و نهادهای تبلیغی و در نهایت نخبگان تبلیغی را در خود جای داده است. به کارگیری این راهکارها به صورت زمان بندی شده و عملیاتی گره گشای بسیاری از چالش‌های پیش روی مبلغان بوده و تهدیدهای این پدیده نوظهور را به فرصتی برای گسترش اندیشه اسلام ناب تبدیل خواهد نمود.

کلیدواژه: آسیب‌های تبلیغی - فضای مجازی - حوزه علمیه - تبلیغ دین - مبلغ دین

فهرست

۱	مقدمه
۱	۱- بیان مسأله و تعیین قلمرو آن:
۲	۲-۱- سؤال اصلی
۲	۲-۲- سؤالات فرعی
۲	۳- فرضیه تحقیق
۲	۴- اهداف و فوائد تحقیق
۲	۵- پیشینه تحقیق و امتیاز این پژوهش
۳	۶- روش تحقیق
۳	۷- ضرورت این انتخاب و انجام تحقیق
۵	فصل اول: مفاهیم و کلیات
۵	مقدمه
۵	گفتار اول: مفاهیم
۶	۱-۱-۱- فضای مجازی
۶	۱-۱-۲- تبلیغ
۷	۱-۱-۳- دین
۸	۱-۱-۴- تبلیغ دینی
۹	۱-۱-۵- حوزه های علمیه
۹	۱-۱-۶- آسیب
۹	گفتار دوم: کلیات
۹	۱-۲-۱- اهمیت تبلیغ دین از دیدگاه اسلام
۱۰	۱-۱-۲-۱- قرآن کریم
۱۱	۲-۱-۲-۱- روایات

- ۱۲-۲-۱- اهمیت تبلیغ دین از دیدگاه اندیشمندان اسلامی ۱۲
- ۱۲-۲-۱-۱- امام خمینی (ره) ۱۲
- ۱۲-۲-۲- علامه شهید مرتضی مطهری (ره) ۱۳
- ۱۲-۲-۲-۳- آیت الله خامنه‌ای (مدظله العالی) ۱۳
- ۱۲-۲-۳- ضرورت تبلیغ در فضای مجازی ۱۴
- ۱-۲-۳-۱- کثرت مخاطبان ۱۵
- ۱-۲-۳-۲- کثرت شبهات ۱۵
- ۱-۲-۳-۳- دسترسی آسان به مخاطبان ۱۷
- ۱-۲-۳-۴- عدم محدودیت زمانی و مکانی برای تبلیغ ۱۷
- ۱-۲-۳-۵- هجوم دشمن از طریق فضای مجازی ۱۷
- ۱-۲-۳-۶- مطالبه مقام معظم رهبری ۲۰
- ۱-۲-۴- پیش نیازهای تبلیغ دین ۲۰
- ۱-۲-۴-۱- پیش نیازهای شناختی تبلیغ دین ۲۰
- ۱-۲-۴-۱-۱- خودشناسی ۲۰
- ۱-۲-۴-۱-۲- تبلیغ شناسی ۲۱
- ۱-۲-۴-۱-۳- محیط شناسی ۲۱
- ۱-۲-۴-۱-۴- مخاطب شناسی ۲۲
- ۱-۲-۴-۱-۵- علوم و معارف اسلامی ۲۲
- ۱-۲-۴-۲- پیش نیازهای اخلاقی و رفتاری تبلیغ دین ۲۳
- ۱-۲-۴-۲-۱- بردباری ۲۳
- ۱-۲-۴-۲-۲- کظم غیظ ۲۴
- ۱-۲-۴-۲-۳- پرهیز از تمسخر ۲۴
- ۱-۲-۴-۲-۴- توجه به سختی کار ۲۵

۲۵ ۱-۲-۴-۲-۵ سعه صدر
۲۵ ۱-۲-۴-۲-۶ کیاست
۲۶ ۱-۲-۴-۳-۱ پیش نیازهای مهارتی تبلیغ دین
۲۶ ۱-۲-۴-۳-۱ سخنوری
۲۷ ۱-۲-۴-۳-۲ کلاسداری
۲۷ ۱-۲-۴-۳-۳ برقراری ارتباط با مخاطب
۳۰ فصل دوم: اصول و مبانی تبلیغ در محیط مجازی
۳۰ گفتار اول: مبانی تبلیغ دین در محیط مجازی
۳۰ ۱-۲-۱-۱ تمسک به آموزه‌های اصیل اهل بیت
۳۱ ۱-۲-۱-۲ توجه به قواعد فقهی
۳۲ ۱-۲-۱-۲-۱ قاعده نفی سبیل
۳۳ ۱-۲-۱-۲-۲ قاعده «حرمت اعانت بر اثم»
۳۴ ۱-۲-۱-۳ توجه به قواعد عقلی
۳۴ ۱-۲-۱-۴ توجه به اصول کار فرهنگی
۳۵ ۱-۲-۱-۵ پرهیز از اجتهاد به رأی
۳۶ ۱-۲-۱-۶ رعایت تقوای الهی
۳۶ گفتار دوم: اصول تبلیغ دین در محیط مجازی
۳۶ ۱-۲-۲-۱ کسب مهارت‌های لازم برای تبلیغ دین
۳۷ ۱-۲-۲-۲ توجه به مبانی تبلیغ دین در محیط مجازی
۳۷ ۱-۲-۲-۳ هدفمند بودن تبلیغ
۳۸ ۱-۲-۲-۴ توجه به عنصر زمان
۳۹ ۱-۲-۲-۵ توجه به عنصر مکان
۴۰ ۱-۲-۲-۶ توجه به زمین بازی و توابع آن

- ۴۲..... ۷. عدم انحصار تبلیغ دینی به شبکه‌های اجتماعی صهیونیستی و غیر بومی
- ۴۴..... **فصل سوم: آسیب‌های تبلیغ دین در فضای مجازی**
- ۴۴..... گفتار اول: آسیب‌های فردی
- ۴۴..... ۳-۱-۱-۱-۱. انحرافات اخلاقی
- ۴۴..... ۳-۱-۱-۱-۱-۱. قرار گرفتن در معرض هرزه نگاری
- ۴۵..... ۳-۱-۱-۲-۱. ارتباط بانامحرم
- ۴۶..... ۳-۱-۲-۱. انحرافات اعتقادی
- ۴۷..... ۳-۱-۲-۱-۱. کاهش حساسیت نسبت به شبهات اعتقادی
- ۴۸..... ۳-۱-۲-۲-۱. تضعیف اعتقادات و باورهای دینی
- ۴۸..... ۳-۱-۳-۱. انحرافات سیاسی
- ۵۰..... ۳-۱-۴-۱. انحرافات فرهنگی
- ۵۰..... ۳-۱-۴-۱-۱. ادبیات نامناسب
- ۵۱..... ۳-۱-۴-۲-۱. تضعیف فرهنگ‌های بومی
- ۵۱..... ۳-۱-۴-۳-۱. تغییر در منابع مطالعاتی
- ۵۲..... ۳-۱-۴-۴-۱. به خطر افتادن حقوق مادی و معنوی مؤلفان
- ۵۳..... گفتار دوم: آسیب‌های تبلیغی
- ۵۳..... ۳-۲-۱-۱. تبدیل تبلیغ به ضد تبلیغ
- ۵۴..... ۳-۲-۲-۱. گم شدن اولویت‌های تبلیغی
- ۵۵..... ۳-۲-۳-۱. عوام زدگی
- ۵۷..... گفتار سوم: آسیب‌ها و چالش‌های مخاطب تبلیغ دین در اینترنت
- ۵۷..... ۳-۳-۱-۱. عدم انجام مناسک واقعی
- ۵۹..... ۳-۳-۲-۱. تقویت حوزه فردی
- ۶۰..... ۳-۳-۳-۱. احساس اشباع دینی

- ۶۰..... ۳-۳-۴- فراوانی شبهات
- ۶۱..... ۳-۳-۵- مواجهه با پیام‌های متعارض
- ۶۲..... ۳-۳-۶- عرفی شدن
- ۶۳..... ۳-۳-۷- مواجهه شدن با محتواهای غیراخلاقی
- ۶۶..... ۳-۳-۸- تأثیر اقتضائات ذاتی اینترنت
- ۶۷..... ۳-۳-۹- فضای غالب سرگرمی
- ۶۸..... ۳-۳-۱۰- امنیتی شدن فضا
- ۶۹..... ۳-۳-۱۱- پنهان بودن هویت کاربر
- ۷۰..... ۳-۳-۱۲- مشخص نبودن سطح علمی مبلغ
- ۷۰..... گفتار چهارم: چالش‌های اینترنت برای پیام دینی
- ۷۰..... ۳-۴-۱- معنا زدایی از جهان واقعی
- ۷۱..... ۳-۴-۲- پایین آمدن سطح تبلیغ دین
- ۷۲..... ۳-۴-۳- مخلوط شدن پیام درست و نادرست
- ۷۲..... ۳-۴-۴- غیردینی بودن ابزار پیام
- ۷۳..... ۳-۴-۵- هژمونی دولت‌ها
- ۷۳..... ۳-۴-۶- وجود تبلیغات غیردینی در کنار مطالب دینی
- ۷۴..... ۳-۴-۷- عدم جداسازی سطح سنی
- ۷۴..... ۳-۴-۸- مشکل انتقال پیام
- ۷۷..... **فصل چهارم: عوامل بروز آسیب‌های تبلیغی در فضای مجازی**
- ۷۷..... مقدمه
- ۷۷..... گفتار اول: سلطه دشمنان بر فضای مجازی
- ۷۷..... ۱-۱-۴- وضع قوانین و مقررات
- ۸۰..... ۲-۱-۴- طراحی ساختار فناوری‌های نوین ارتباطی

- ۸۰-۱-۳-۴ مهندسی اطلاعات ۸۰
- ۸۰-۱-۳-۴ شبکه‌های اجتماعی ۸۰
- ۸۲-۱-۳-۴ موتورهای جستجو ۸۲
- ۸۳-۱-۴ مهندسی ارتباطات ۸۳
- ۸۳-۱-۴ گفتار دوم: مدیریت غیر شرعی و غیر منطقی فضای مجازی در کشور ۸۳
- ۸۴-۱-۲-۴ پذیرش سلطه ۸۴
- ۸۵-۲-۲-۴ تدبیر نادرست در عرصه تولید و توزیع فناوری ۸۵
- ۸۹-۳-۲-۴ عدم تلاش برای راه اندازی شبکه ملی اطلاعات ۸۹
- ۹۰-۳-۴ ساختار نامناسب ۹۰
- ۹۲-۱-۴-۴ گفتار چهارم: مواجهه نادرست متولیان تبلیغ دین در فضای مجازی ۹۲
- ۹۳-۱-۴-۴ پرورش نخبگان تبلیغی ۹۳
- ۹۳-۱-۴-۴ شرایط ۹۳
- ۹۴-۲-۱-۴-۴ تکالیف: ۹۴
- ۹۴-۲-۴-۴ مدیریت تبلیغات فضای مجازی ۹۴
- ۹۵-۱-۴-۴ گفتار پنجم: کاستی‌های مبلغان فضای مجازی ۹۵
- ۹۸-۱-۴-۴ **فصل پنجم: راهکارهای کاهش موانع و آسیب‌های تبلیغ دین در فضای مجازی** ۹۸
- ۹۸-۱-۴-۴ مقدمه ۹۸
- ۹۹-۱-۴-۴ گفتار اول: راهکارهای کشوری: ۹۹
- ۱۰۰-۵-۱-۱-۴ راهکارهای کوتاه مدت ۱۰۰
- ۱۰۰-۵-۱-۱-۴-۱ آسیب شناسی و شناسایی منشأ به وجود آمدن آسیبها ۱۰۰
- ۱۰۰-۵-۱-۱-۴-۲ شناسایی و حذف فوری افراد نفوذی و صاحبان تفکر نفوذی از مراکز تصمیم گیر و تصمیم ساز فضای مجازی ۱۰۱
- ۱۰۱-۳-۱-۱-۴ استفاده از نیروهای ارزشی و ولایت‌پذیر (در عمل و نه در گفتار) برای اجرایی کردن فرامین مقام معظم رهبری مدظله ۱۰۱

- ۱۰۲-۱-۱-۵- راه اندازی سریع شبکه ملی اطلاعات با خصوصیت سریع، امن، ارزان و سالم ۱۰۲
- ۱۰۲-۱-۱-۵- اصلاح قوانین خصوصا در ساختار جدید پذیرش، تولید، توزیع و مصرف ۱۰۲
- ۱۰۳-۱-۲- راهکارهای میان مدت ۱۰۳
- ۱۰۳-۱-۲-۱- برخورد قاطع با تولید و توزیع کنندگان محتوای غیر اخلاقی و ضد اعتقادی ۱۰۳
- ۱۰۳-۱-۲-۲- برخورد قاطع با تولید و توزیع کنندگان محتوای مروج فرق و ادیان انحرافی، معاندین نظام و همسو با منافع غرب و شرق ۱۰۴
- ۱۰۳-۱-۲-۳- تأسیس کتابخانه غنی در موضوعات مرتبط با فضای مجازی ۱۰۵
- ۱۰۳-۱-۳- راهکارهای بلند مدت ۱۰۶
- ۱۰۳-۱-۳-۱- الزام تمامی نهادها به رعایت احکام شرعی فضای مجازی در ارائه خدمات به مردم ۱۰۶
- ۱۰۳-۱-۳-۲- طراحی و تولید زیرساختهای نرم افزاری ۱۰۷
- ۱۰۳-۱-۳-۳- طراحی و تولید زیرساختهای سخت افزاری ۱۰۸
- ۱۰۳-۱-۳-۴- اصلاح ساختار شورای عالی فضای مجازی به صورت کاملا دینی، علمی و کارآمد ۱۰۸
- ۱۰۳-۱-۳-۵- اصلاح مدیریت فضای مجازی با مدیریت دینی ۱۰۹
- ۱۰۳-۱-۳-۶- استمرار اقدامات اطلاعاتی- امنیتی برای کشف شبکه‌های سازمان یافته جرائم به ویژه جرائم ضد اخلاقی ۱۱۰
- ۱۱۱- گفتار دوم: راهکارهای مرتبط با حوزه‌های علمیه: ۱۱۱
- ۱۱۱-۲-۱- راهکارهای ناظر به درون حوزه های علمیه ۱۱۱
- ۱۱۱-۲-۱-۱- تجمیع تصمیم گیری و مدیریت فضای مجازی مرکز مدیریت حوزه های علمیه ۱۱۱
- ۱۱۱-۲-۱-۲- کنار نهادن فوری روش‌ها و تفکرات منجر به ایجاد وضعیت غیرقابل قبول موجود ۱۱۲
- ۱۱۱-۲-۱-۳- تأسیس مرکز تخصصی دین، رسانه و فضای مجازی حوزوی ۱۱۳
- ۱۱۱-۲-۱-۴- ایجاد حساسیت و تبیین اهمیت موضوع برای مراجع، اساتید حوزه، ائمه جمعه و جماعات ۱۱۴
- ۱۱۱-۲-۱-۵- ایجاد بصیرت رسانه ای در طلاب علوم دینی ۱۱۴
- ۱۱۱-۲-۱-۶- تقویت دروس اخلاق ۱۱۵

- ۱۱۶-۱-۲-۵- بازتولید علوم انسانی مرتبط با حوزه فضای مجازی با تکیه بر آیات و روایات ۱۱۶
- ۱۱۶-۱-۲-۵- راه اندازی فقه ارتباطات، فقه سرگرمی و فقه اطلاعات ۱۱۶
- ۱۱۷-۱-۲-۵- ماهیت شناسی فضای مجازی ۱۱۷
- ۱۱۷-۱-۲-۵- موضوع شناسی فقهی فضای مجازی ۱۱۷
- ۱۱۸-۱-۲-۵- صدور فتوا بر اساس موضوع شناسی فقهی ۱۱۸
- ۱۱۸-۲-۵- راهکارهای کلان و اجتماعی ۱۱۸
- ۱۱۸-۱-۲-۵- کمک به اجرایی ساختن مطالبات مقام معظم رهبری و راهکارهای کشوری ۱۱۸
- ۱۱۹-۱-۲-۵- الزامات گفتمان سازی ۱۱۹
- ۱۲۱-۲-۲-۵- جمع آوری و پاسخ به شبهات گفتمانی و غیر گفتمانی درباره فضای مجازی ۱۲۱
- ۱۲۲-۲-۲-۵- اصلاح ذائقه سرگرمی خواهی ۱۲۲
- ۱۲۲-۲-۲-۵- راهکارهای مرتبط با مبلغان و نخبگان تبلیغی ۱۲۲
- ۱۲۲-۱-۳-۵- حضور تبلیغی در فضای مجازی ۱۲۲
- ۱۲۴-۱-۳-۵- شرایط ۱۲۴
- ۱۲۶-۱-۳-۵- تکالیف ۱۲۶
- ۱۲۸-۲-۳-۵- پاسخ به شبهات دینی ۱۲۸
- ۱۲۹-۳-۵- بالا بردن سواد رسانه ای مردم ۱۲۹
- ۱۳۰-۳-۵- گفتمان سازی درباره نحوه مواجهه اسلامی با فضای مجازی ۱۳۰
- ۱۳۲- نتیجه گیری ۱۳۲
- ۱۳۴- منابع ۱۳۴

مقدمه

۱- بیان مسأله و تعیین قلمرو آن:

طلاب و اساتید حوزه‌های علمیه رسالت‌های متعددی را نسبت به جوامع اسلامی بر عهده دارند؛ اما در این میان تبلیغ دین از جایگاه ویژه‌ای برخوردار می‌باشد. به خصوص در عصر کنونی، پرداختن به این امر مهم، ضرورتی دوجندان یافته است.

رهبر معظم انقلاب پیرامون این رسالت بزرگ فرموده‌اند: تبلیغ وظیفه اصلی روحانیون و علمای دین است. درس خواندن ما، فکر کردن ما، تحقیق کردن ما، یافتن نگینها و ذرهای ناب معارف اسلامی از گنجینه متون الهی، همه این کارهای ارزنده‌ای که وظیفه یکایک ماست، مقدمه تبلیغ دین خدا و تبلیغ حق است. (بیانات در دیدار جمعی از روحانیون، ۱۳۷۷/۹/۲۴)

امروز تبلیغ دین، تفاوت‌های اساسی با دوره‌های پیشین انقلاب پیدا کرده است. این تفاوت منحصر در محتوای تبلیغی نمی‌باشد، بلکه شامل روش‌ها و حتی محیط‌های تبلیغی نیز می‌باشد. در حال حاضر محیط‌های نوپدیدی پیش روی مبلغان و قائمان دین خدا می‌باشد. بدون تردید، یکی از مهمترین عرصه‌ها، فضای مجازی است که روز به روز گسترده‌تر و جذابتر و نیز مخاطبان بیشتری را به سمت خود جلب می‌نماید.

تبلیغ مبلغان در محیط مجازی، با چالش‌ها و آسیب‌هایی مواجه گشته است. شناخت چالش‌ها و آسیب‌ها، علاوه بر زمینه سازی ممانعت از گسترش آن، شرایط لازم برای بهینه سازی تبلیغ و افزایش دستاوردهای تبلیغ در محیط مجازی را فراهم می‌آورد. نگارنده در این رساله قصد دارد به حد توان خود، آسیب‌هایی که پیش روی مبلغان می‌باشد را مختصراً بیان نموده و راهکارهای مناسبی را جهت رفع آن‌ها ارائه کند.

۲- سوالات تحقیق

۲-۱- سؤال اصلی

آسیب‌های تبلیغی حوزه‌های علمیه در فضای مجازی و راهکارهای مقابله با آن چیست؟

۲-۲- سوالات فرعی

فضای مجازی چه نقشی در سکولار شدن تبلیغ طلاب دارد؟

فضای مجازی چه نقشی در جو زدگی طلاب در امر تبلیغ دارد؟

فضای مجازی چگونه باعث عوام زدگی طلاب در امر تبلیغ می‌شود؟

آسیب‌های اجتماعی فضای مجازی در امر تبلیغ طلاب چگونه بوجود می‌آید؟

۳- فرضیه تحقیق

از جمله عوامل اصلی که باعث کمترین اثرگذاری تبلیغ مبلغان و آسیب دیدن مبلغان مجازی شده است، سلطه دشمن بر فضای مجازی است.

۴- اهداف و فوائد تحقیق

آشنایی با آسیب‌های تبلیغی طلاب در فضای مجازی

شناسایی عوامل بروز آسیب‌های تبلیغی در فضای مجازی

راه‌های رفع این عوامل آسیب‌زا در امر تبلیغ مجازی طلاب

۵- پیشینه تحقیق و امتیاز این پژوهش

در حوزه آسیب شناسی تحقیقاتی به عمل آمده است؛ اما تقریباً هیچگونه پژوهشی در حوزه تبلیغ فضای مجازی صورت نگرفته است.

۶- روش تحقیق

این پژوهش به روش توصیفی- تحلیلی و با استفاده از منابع کتابخانه ای انجام می شود.

۷- ضرورت این انتخاب و انجام تحقیق

جمع قابل توجهی از طلاب در فضای مجازی به عنوان مبلغ حضور دارند. بنا به دلایل گوناگون، مبلغان در این محیط، به آسیب‌های گوناگونی دچار شده‌اند. از آنجا که تبلیغ مبلغان در محیط مجازی در منظر عموم کاربران فضای مجازی می‌تواند باشد، بروز آسیب‌ها می‌تواند پیامدهای ناگواری برای دینداری مردم داشته باشد. از این رو لازم است آسیب‌ها احصاء شده و ضمن ریشه یابی دلایل بروز آسیبها، راهکارهای متناسب تدوین شود.