



جمهوری اسلامی ایران  
مرکز مدیریت حوزه های علمیه  
مدیریت حوزه علمیه استان قم  
رساله ی علمی سطح ۴

عنوان:

# بررسی و تحلیل تبشیر مسیحیت در فضای مجازی و راههای مواجهه‌ی با آن

راهنما: استاد حجة الإسلام

**دکتر مرتضی صانعی**

مشاور: استاد حجة الإسلام

**دکتر عبدالله متقی زاده**

محقق:

سید سیف اله هاشمی کروئی

۱۳۹۸

## چکیده

تبشیر از مهم‌ترین آموزه‌های مسیحیت است. این آموزه فرایند طولانی را در حیات مسیحیت سپری کرده است. در دوره جدید، تبشیر در فضای مجازی نیز از اهمیت خاصی برخوردار شده و در این زمینه مسیحیت، موفقیت‌هایی نیز داشته است. این رساله با هدف بررسی فعالیت‌های تبشیری مسیحیت در فضای مجازی، با روش توصیفی - تبیینی به این مهم پرداخته است. به نظر می‌رسد با بررسی و مطالعه در زمینه فضای مجازی، مسیحیت در این خصوص نیز تلاش فراوانی را انجام داده است تا خلاءهای تبشیر در فضای حقیقی را پوشش دهد. در این راستا از شیوه‌ها و ابزارهای گوناگونی استفاده کرده است. در بخش شیوه‌ها مسیحیت از روش‌های گفتگوی اینترنتی، اخلاق سایبری، آموزش مجازی و دفاع اینترنتی بهره برده است که جامعه اسلامی باید به تناسب آن، راهکارهای لازم نظیر توجه به این فضا در حوزه‌های علمیه و آشنایی مبلغان دینی با فضای سایبری و روش‌های اتخاذ شده از سوی مسیحیت، و طبقه‌بندی مبلغان این فضا به تناسب نیازها و آسیب‌هایی که روش‌های تبشیری مسیحیت در فضای مجازی ایجاد کرده است را فراهم نماید. در بخش ابزارها نیز راه اندازی شبکه‌های اجتماعی گسترده در جهان، سایت‌ها و وبلاگ‌های تبشیری هدفدار در مناطق هدف، بازی‌های رایانه‌ای جهت دار و راه اندازی رادیو و تلویزیون اینترنتی مسیحیت فعالیت گسترده‌ای کرده است که ضمن ارائه برنامه‌های آن در رساله، راهکارهای مواجهه‌ای لازم نظیر راه اندازی شبکه‌های اجتماعی بومی در حوزه‌های علمیه، سایت‌ها و وبلاگ‌های بومی تبلیغی در مناطق گوناگون جهانی و ابزارهای متقابل نیز ارائه شده است.

## فهرست مطالب

۱	فصل اول: کلیات و مفاهیم .....
۲	۱،۱. کلیات .....
۲	۱-۱-۱- تبیین مساله: .....
۳	۱-۱-۲- ضرورت تحقیق .....
۴	۱-۱-۳- اهداف تحقیق .....
۷	۱-۱-۵- سؤالات تحقیق .....
۷	أ- سؤال اصلی: .....
۸	ب- سؤال های فرعی: .....
۸	۱-۱-۶- روش تحقیق .....
۸	۱-۱-۷- ساختار تحقیق .....
۹	۱-۲- مفاهیم .....
۹	۱-۲-۱- تبلیغ .....
۹	تبلیغ: .....
۱۰	تبشیر: .....
۱۲	۱-۲-۲- مسیحیت .....
۱۸	مسیحیت سستی: .....
۱۸	مسیحیت صهیونیسم: .....
۱۹	مسیحیت کاریزماتیک .....
۲۰	مسیحیت نوین: .....
۲۱	۱-۲-۳- فضای مجازی .....
۲۱	فضای سایبری: .....
۲۳	اینترنت: .....
۲۴	۱-۳- ابزار .....
۲۵	۱-۴- شیوه .....

۲۶	فصل دوم: جایگاه تبلیغ در فضای مجازی
۲۸	۲-۱- ماهیت تبلیغ در فضای مجازی
۳۰	۲-۲- قلمرو تبلیغ در فضای مجازی
۳۳	۲-۳- دیدگاه‌ها در مورد تبلیغ در فضای مجازی
۳۷	۲-۴- مقایسه فضای حقیقی و فضای مجازی
۳۹	۲-۵- آسیب‌های تبلیغ در فضای مجازی
۳۹	۲-۵-۱- آسیب‌های هجمه:
۳۹	۲-۵-۱-۱- آسیب‌های عام:
۴۰	یک. آسیب‌های روانشناسانه و رفتاری:
۴۲	دو. آسیب‌های اعتقادی
۴۴	۲-۵-۱-۲- آسیب‌های خاص مبتنی بر تبشیر:
۴۵	۲-۵-۲- آسیب‌های دفاع:
۴۷	فصل سوم: اصول کلی حاکم بر تبلیغ مسیحیت در فضای مجازی
۴۸	۳-۱- شناسایی نقاط ضعف جریان‌های اسلامی و تعمیق باورهای مسیحیت در توده مردم
۵۲	۳-۲- ترویج ایمان و معنویت مسیحی در فضای مجازی
۵۶	۳-۳- فرهنگ سازی آموزه‌ها، آیین‌ها، شعائر و اعتقادات مسیحیت در فضای مجازی
۵۸	فصل چهارم: ابزارهای تبلیغ مسیحیت در فضای مجازی
۶۰	۴-۱- ابزارها
۶۴	تونس:
۶۵	مصر:
۶۵	عربستان سعودی:
۶۶	قطر:
۶۶	کویت:
۶۶	عراق:
۷۰	۴-۲- سایت‌ها:
۷۲	دفاعیات مسیحی (۱۵۴)

۷۸	۳-۴- رادیوهای اینترنتی
۸۵	شبکه‌های رادیویی ایران
۸۷	۴-۴- شبکه‌های اجتماعی
۹۲	ترجمه:
۱۰۲	فیس بوک:
۱۱۳	اینستاگرام:
۱۲۳	تلگرام:
۱۳۰	۵-۴- بازی‌های رایانه‌ای
۱۳۰	۱-۵-۴- تبشیر مسیحیت از طریق بازی:
۱۳۴	۲-۵-۴- پویا نمایی (انیمیشن):
۱۳۶	خلاصه داستان ارنست:
۱۳۸	۳-۵-۴- تبلیغات تجاری
۱۴۱	۴-۵-۴- خانه مشاوره‌ای و...
۱۴۱	<b>فصل پنجم: شیوه‌های تبلیغ مسیحیت در فضای مجازی</b>
۱۴۴	۱-۵- اخلاقی:
۱۴۶	گونه‌های محبت در مسیحیت:
۱۵۵	۳-۵- آموزشی
۱۶۲	۴-۵- گفتگو (چت):
۱۶۴	۵-۵- دفاعی (پاسخ به اشکالات) و...
۱۶۴	<b>فصل ششم: راهکارهای مواجهه با تبلیغ مسیحیت در فضای مجازی</b>
۱۶۸	۱-۶- اخلاقی
۱۷۱	جمع بندی: أهم راهکارها
۱۷۲	۲-۶- تبلیغی - فرهنگی
۱۷۴	أهم راه کارها
۱۷۵	۳-۶- علمی - آموزشی
۱۷۷	جمع بندی: أهمراه کارها

۱۷۸.....	۶-۴- اجتماعی
۱۸۰.....	جمع بندی: اهم راه کارها
۱۸۲.....	۶-۵- دفاعی
۱۸۳.....	جمع بندی: اهم راه کارها
۱۸۳.....	۶-۶- گفتگو و.....
۱۸۴.....	جمع بندی: اهم راه کارها
۱۸۳.....	فصل هفتم: جمع بندی و خاتمه
۱۸۹.....	فهرست منابع:
۱۹۰.....	منابع فارسی
۱۹۵.....	منابع نرم افزاری و سامانه‌های رایانه ای



فصل اول:

کلیات و مفاهیم



## ۱.۱. کلیات

### ۱-۱-۱- تبیین مساله:

مسیحیت دارای آموزه های فراوانی است که تبلیغ این اعتقاد در رأس آموزه های آنها قرار دارد. تبشیر مهمترین تلاش مبشران مسیحی می باشد. آن‌ها در رسیدن به اهداف خویش در طول سده ها از طریق فضای حقیقی و تبلیغ چهره به چهره به این وظیفه عمل می کردند و با محدودیت های زیادی روبرو بودند ولی با به وجود آمدن فضای بسیار مناسب مجازی، به فضای حقیقی که دارای کاستی هایی بوده بسنده نکرده و به فضای مجازی به شکل گسترده ورود کرده اند. فضایی که مجموعه فراوانی از ارتباطات درونی انسان‌ها بدون در نظر گرفتن جغرافیای مادی است و به دلیل دارا بودن دانش زیاد، نفوذ عمیق در جامعه دارد. در این فضا از قوانین مرسوم مانند زمان، مکان و مسافت خبری نیست. در نتیجه به راحتی قابل دستیابی است و در آن با هویت متفاوت و صراحت بیشتری می شود انتقاد کرد و پیام خود را با هویتی نامعلوم به کاربران بی شمار و ناشناخته انتقال داد. برای به راه انداختن جنگ نرم در جامعه هدف از پیشرفت و تکنیک های روز استفاده می شود و فضای مجازی و اینترنت مهمترین ابزار برای ایجاد تردید و عملیات روانی در ذهن‌ها و دل‌هاست. مبشران مسیحی در این جنگ نرم قصد دارند که قالب‌های ماهوی باورها و اعتقادات و ارزش‌های دینی جامعه هدف را تغییر داده تا مدل‌های رفتاری جدید به گونه‌ای شکل گیرد که به جای رفتارهای حمایتی از ساختارهای درست سیاسی و دینی، رفتارهای چالشی جایگزین شده و به سمت ساختار شکنی پیش رود. در این پژوهش هدف ما این است که فعالیت های تبشیری مبشران مسیحی در فضای مجازی را با روش توصیفی-تبیینی بررسی کرده و در صددیم که ابزار و شیوه‌های تبلیغی آن‌ها را به شکل علمی و دقیق شناخته و نقد کنیم از جمله ابزاری که آنها در مسیر دستیابی به اغراضشان بهره می برند، رادیوهای اینترنتی، شبکه های اجتماعی مانند فیسبوک، واتساب، اینستاگرام، تلگرام و... برنامه هایی مثل بازی های رایانه ای، پویانمایی (انیمیشن)، تبلیغات تجاری و خانه های مشاوره ای است و از شیوه های اخلاقی (محبت)، فرهنگی، گفتگو (چت) و... برای القای پیام های شبیه

انگیزانه و دین‌گريزانه و اسلام ستيزانه‌ی خود استفاده می‌کنند. به نظر می‌رسد با توجه به کوشش‌های زیاد مسیحیت در زمینه تبشیر در فضای مجازی آنها قصد دارند تا کاستی‌های تبشیری خود در فضای حقیقی را جبران کنند. نیز قصد داریم به راهکارهای مناسب و تاثیرگذاری را در شش شماره اشاره کنیم. از این راهکارها در مواجهه با تبلیغات ویرانگر مبشران مسیحی استفاده می‌شود تا به چالش‌های بزرگی مانند دین‌گریزی و تهاجم فرهنگی - اجتماعی دچار نشویم.

### ۱-۱-۲- ضرورت تحقیق

هجوم سنگین مسیحیت تبشیری و افراطی علیه مسلمانان به صورت گسترده و مدیریت شده در جریان است و ضرورت این پژوهش را دو چندان کرده است. بعلاوه ضرورت آشنایی با این حوزه برای مبلغان اسلامی بر کسی پوشیده نیست و همین مساله موجب شده است تا با بررسی همه جانبه پیرامون مسیحیت تبشیری در فضای مجازی این خلا، پوشش داده شود. چنانچه مقوله ارائه راهکارهای مناسب برای ایمن سازی چارچوب‌های فکری و اعتقادی مسلمانان که وظیفه ذاتی عالمان دین است باعث شده تا این پژوهش ضرورت تدوین پیدا کند. شاید به این دلیل که آنان به وسیله فضای حقیقی و کلیساهای موجود نتوانستند به اهداف رهنانه‌ی خویش برسند و کلیساهای خانگی و غیرقانونی، قانعشان نکرده، به فضای سایبری رو کرده‌اند. ازینرو با توجه به راه اندازی شبکه‌های اجتماعی و آسانی شبهه افکنی و آسیب پذیری افراد کم اطلاع و تاثیرهای زود هنگام این فضا بر مخاطبان بی بصیرت، این رساله علاوه بر این که برای این مواجهه راهکار ارائه می‌کند، قصد دارد با جلب توجه متولیان حوزه پژوهش و اندیشه دینی به این موضوع خطر آفرین، آنها را به تلاش مناسب بیش از پیش وادارد. باید با طرح این مساله در محافل آکادمیک و فضای حاکم بر آن را در این حوزه غالب کرد و همین نکته نیز باز ضرورت کار را نشان می‌دهد.

### ۳-۱-۱- اهداف تحقیق

اهداف این پژوهش عبارتند از:

۱. شناسایی تبلیغ مسیحیت در فضای مجازی
۲. شناخت شیوه و ابزار آن‌ها در فضای مجازی
۳. شناخت نقاط ضعف و قوت شیوه‌ها و ابزار تبلیغ در فضای مجازی
۴. ارائه راهکارهای مناسب در مواجهه با تلاش آن‌ها در دنیای مجازی

### ۴-۱-۱- پیشینه تحقیق

#### پیشینه عام

در جستجوهای متفاوت در حوزه ی فضای مجازی و درباره ی تبشیر مسیحیت به صورت دقیق با عنوان این رساله، کتاب یا مقاله ای یافت نشد ولی در حوزه هایی که تا حدودی هم خوانی داشته باشد می توان به بعضی از کارهای پژوهشی اشاره کرد که به عنوان سابقه ی این پژوهش مورد توجه قرارگیرد مانند کتاب عصر مجازی، تأملی بر کارکردها و رویکردهای جامعه مجازی اثر دو پدید آورنده آقایان رضا هاشمی زاده و بنیامین انصاری نسب می باشد. در این نوشته که مفصل درباره فضای مجازی و مبانی نظری و انواع کارکردهای آن مطالبی ذکر شده است نویسندگان معتقدند که دنیا مجازی برای جوانان و کاربران خود نوعی هویت اجتماعی و روزمره ی مدرن به ارمغان می آورد در این کتاب اظهار نظرهای زیادی درباره مجازی های گوناگون می خوانیم از جمله هنر مجازی، گردشگری مجازی، خانواده و جامعه مجازی، یعنی یک رویکرد اجتماعی و خانوادگی را به ظهور می رساند و از کاستی های این کتاب بی توجهی به رویکرد دینی در فضای مجازی است.

کتابی دیگر از دیوید بل با ترجمه مسعود کوثری و حسین حسینی با عنوان درآمدی بر فرهنگ های سایبر این کتاب راهنمایی است برای فهمیدن اشکال، اعمال و معانی عمده ی حوزه ی فرهنگ های سایبر که به سرعت در حال رشد هستند. باز در این کتاب اثری از مباحث تبلیغ مجازی در حوزه دین نیست.

ظرفیت های فرا روی جهان اسلام در فضای مجازی عنوان کتابی است از دکتر علی مرشدی زاد که در پنج بخش تالیف شده است. بخش اول از معنا و مفهوم و ویژگی های فضای مجازی نوشته است و در دو بخش دیگر ظرفیتهای فضای مجازی را با زیر مجموعه هایی مانند کتابخانه ی مجازی، آموزش و دانشگاه مجازی، سفرها، نمایشگاهها، مؤسسات خیریه، فروشگاهها مجازی و تجارت و جنبه هایی از دولت الکترونیک و اتاق های گفتگو (چتروم) بررسی کرده و فضای مجازی را زندگی دوم برای بشر توصیف و سایتی به همین نام را معرفی می کند که توسط شرکت لیندن لب در سال ۲۰۰۰ ساخته شد و طراحان این سایت عقیده دارند که زندگی دوم چیزی فراتر از یک بازی است و نیز مؤلف بر استفاده ی جهان اسلام از اینترنت تاکید کرده است. و در قسمت پایانی آسیب شناسی و علت یابی موانع موجود بر سر راه استفاده از فضای مجازی در جهان اسلام را بحث کرده و آسیب های فرهنگی و روانی سیزده گانه ای را در قالب سخن منتقدان می نویسد. این مؤلف علاوه بر اینکه سهم مسلمانان از فضای مجازی و امکانات آن را بررسی کرده کاستی های موجود در سهم جهان اسلام و نیز آسیب های حاصل از فضای مجازی را با اعتقاد به فواید فراوان آن تبیین می کند. و نیز چهار ویژگی را برای فضای مجازی این گونه «۱. جهانی و فرامرزی بودن آن ۲. دست یابی آسان به آخرین اطلاعات ۳. جذابیت و تنوع ۴. آزادی اطلاعات و ارتباطات» می شمرد. این کتاب هم نسبت به تبشیر مجازی ساکت است.

دانشگاه تهران در سال ۱۳۸۵ کتابی با عنوان *ارزیابی فضای مجازی ایران که در آن مجموعه مقالاتی را از دانشجویان دانشکده ی ارتباطات و علوم اجتماعی دانشگاه تهران که در رشته مطالعات فرهنگی رسانه در مقاطع کارشناسی و کارشناسی ارشد تحصیل می کردند با مقدمه ی دکتر سعید رضا عاملی چاپ کرده است. پدیدآورندگان در این مقالات سایت هایی اعم از*

۱) in d e n L a b L(

۲) S e c o n d L i f e(

خبری و علمی چه دولتی و چه غیر دولتی را با همتایان خارجی آنها مقایسه و ارزیابی کردند. مؤلف این کتاب نیز از تبشیر سخنی به میان نیاورده است.

در همین راستا مقاله ای از آقای محمد مهدی فجری در مجله ی ماهنامه ی اطلاع رسانی ، پژوهشی، آموزشی مبلغان شماره ۱۹۸ در تاریخ دی - بهمن ۱۳۹۴ تحت عنوان فضای مجازی، فرصتها و آسیبها چاپ شده است در این مکتوب مؤلف بعد از آن که از تاریخ چهار دهه انقلاب اسلامی و رویاروی های آن با دشمنان سخن به میان آورده و جنگ نرم را از انواع تقابل ها شمرده و به فضای مجازی پرداخته و چند خصوصیت آن را نام برده است و درباره ی موتورهای جستجو و مشکل آنها قلم زده و فعالیت اپراتورها را در حوزه های فرهنگ، اقتصاد، اجتماع، علم و تفکر، سلامت روح و روان بر شمرده ولی از کارکرد اینترنت پیرامون تبشیر قلم فرسایی نکرده است.

رساله دکتری آقای دکتر صانعی بررسی تطبیقی دعوت اسلامی و تبشیر مسیحی و راهکارهای عملی دعوت اسلامی به مباحث حوزه تبشیر مسیحیت پرداخته است. گرچه بخش مفهوم شناسی، شیوه ها و ابزارها برای این رساله مفید بوده است و از آن بهره گرفته شده است لیکن وارد فضای مجازی نشده است.

مقاله ای علمی - پژوهشی با نام تبشیر مسیحی خروج از سنت و سیره ی حضرت عیسی علیه السلام از دکتر مرتضی صانعی چاپ شده است که در این مقاله پدید آورنده ی محترم تبشیر را از مهم ترین وظایف کلیسا دانسته و ریشه ی آن را به فرمان عیسی علیه السلام پس از رستاخیز بر می گرداند که به حواریون گفت: بروید و امت ها را به ملکوت خدا بشارت دهید. به این دلیل مسیحیان به صورت فردی یا جمعی به تبشیر ملکوت خدا می پردازند. این نوشتار در ضمن تبیین مفهوم تبشیر به این نتیجه رسیده است که دستور حضرت مسیح فقط به کار تبشیر در بین بنی اسرائیل بوده و حواریون هم این آموزه را رعایت می کردند ولی این فرمان در فرایند تاریخ دستخوش تغییر شده و به خارج از محدوده ی بنی اسرائیل نیز تسری پیدا کرده است.

و از همین پژوهشگر مقاله‌ی دیگری تحت عنوان *تأملی بر رویکرد تبشیر کاتولیکی در جوامع اسلامی در مجله‌ی معرفت* چاپ شده است که توجه مؤلف در این نوشتار به فعالیت تبشیری مبشران در اشکال گوناگون در بین مسلمانان عطف شده است. و مواضع تبشیری واتیکان را به نگارش در آورده است. و این ادعا که کلیسا با رویکردهای گوناگون به تلاش تبشیری در جوامع اسلامی پرداخته را بررسید. و نیز این پژوهش مسیر گفتگوی بین ادیان به ویژه بین اسلام و مسیحیت را حساس و پیچیده نشان داده است.

باز کار دیگری از این پدیدآورنده در مجله‌ی معرفت ادیان تحت عنوان *سنجی روشی تاثیر فرقه‌های مسیحی در مواجهه با مسلمانان* به زیور طبع آراسته شد که در این مقاله مواجهه مسیحیت با برخی از آموزه‌های عمیق اسلامی در عرصه‌های متفاوت را چالش آفرین دانسته و بررسی ادعای مواجهه‌ی تبشیری برخی از فرقه‌های مسیحی با مسلمانان را هدف پژوهش خویش قرار داده است. و مؤلف در این کوشش خود با روش تحلیلی- انتقادی تأثیر روشی فرقه‌های مسیحی بر مسلمانان را مورد ارزیابی قرار داده و معتقد است مبشران اهل کلیسا علی‌رغم هزینه‌های مادی و معنوی در رسیدن به هدف خویش یعنی تغییر باور ایمانی مسلمانان توفیق چندانی کسب نکردند. نویسنده در سه مقاله‌ی فوق از فضای مجازی بحثی نکردند.

در خصوص پیشینه‌ی خاص اثری یافت نشد.

*امتیاز این پژوهش، شناخت شیوه‌های تأثیر گذار مبشران مسیحی در فضای مجازی و راه کارهای مناسب و کاربردی برای مواجهه و خنثی سازی تبلیغ آنان خواهد بود.*

## ۵-۱-۱- سوالات تحقیق

أ- سؤال اصلی:

مبلغان مسیحی در فضای مجازی از چه شیوه‌ها و ابزارهایی برای تبشیر مسیحیت استفاده

می‌کنند و راه‌های مواجهه‌ی با آن کدام است؟

**ب- سؤال‌های فرعی:**

- ۱- جایگاه تبشیر مسیحیت در فضای مجازی چیست؟
- ۲- چگونه می‌شود تأثیر فضای مجازی در گسترش مسیحیت را ارزیابی کرد؟
- ۳- ابزارهای تبشیر مسیحیت در فضای مجازی کدامند؟
- ۴- شیوه‌های تبشیر مسیحیت در فضای مجازی کدامند؟

**۶-۱-۱- روش تحقیق**

روش پژوهش: توصیفی - تبیینی.

روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها: اسناد نوشتاری و سامانه‌های رایانه‌ای.

روش داده پردازش: تحلیلی و انتقادی.

**۷-۱-۱- ساختار تحقیق**

این رساله با عنوان «تحلیل و بررسی تبشیر مسیحیت در فضای مجازی و راههای مواجهه ی با آن» به بررسی فضای مجازی حوزه تبشیر پرداخته، و با فصل‌های گوناگون نوشته شده است. در این رساله تلاش شده است تا با نگاه منطقی به مساله تبشیر در مسیحیت و تأثیرات آن بر جامعه اسلامی در ابتدا مفاهیم کلیدی و اساسی پیرامونی را نظیر تبلیغ و تبشیر و همچنین فضای مجازی و سایبری واژگان اساسی رساله را برای خوانندگان ترسیم کرده و در ادامه به اندازه‌ای از تبشیر مسیحیت در فضای مجازی با تکیه بر وسعت قلمرو و جغرافیای این فضا سخن به میان آمده و در هفت فصل سامان یافته است.

فصل اول به بیان مقدمات بحث و مفهوم شناسی «تبلیغ» و «تبشیر» و... پرداخته است.

در فصل دوم بعد از بیان جایگاه و ماهیت تبلیغ در فضای مجازی به قلمرو تبلیغ در فضای مجازی و بیان دیدگاهها در این زمینه اشاره شده است. و نیز تبلیغ در فضای حقیقی و مجازی

مقایسه شده و از آسیب های فراوان در این عرصه سخن به میان آمده است در ادامه با توجه به ضرورت فهم دقیق تبشیر مجازی مسیحیت در.

فصل سوم، اصول حاکم بر تبشیر در این فضای بیکران و تلاش مبشران بر تعمیق باورهای مسیحیت در توده ی مردم و ترویج معنویت مسیحی و فرهنگ سازی آموزه ها، شعائر و اعتقادات کلیسایی را بحث کرده است.

فصل چهارم، در همین چارچوب به ابزارهای گوناگون تبشیر در اینترنت و... اشاره دارد و با گستردگی ابزار تبشیر و مهمترین آنها مانند شبکه های اجتماعی در کشورهای اسلامی سخن رفته است آشنا می شویم. چنانچه به تناسب ابزارهای تبشیری اهمیت و فهم آن ها.

در فصل پنج، شیوه های فریبا و گوناگون تبشیری ماموران کلیسای مسیحیت در فضای مجازی و نیز در بخش دیگر رساله نشان داده شده که این فضای غیر پاسخگو را به رشته ی تحریر در آورده است.

در پایان نیز در فصل ششم، راهکارهای مواجهه با تبشیر را در قالب های گوناگون با عنوان های اخلاقی، فرهنگی - تبلیغی، علمی - آموزشی، اجتماعی، دفاعی و گفتگو بر شمرده و مطرح کرده است.

در نهایت فصل هفتم به جمع بندی بحث ها پرداخته است.

## ۲-۱- مفاهیم

پرداختن به معنی و مفهوم لغوی و اصطلاحی واژه های تشکیل دهنده ی عنوان یک تحقیق، اعم از مقاله یا یک رساله باعث شناخت بیشتر موضوع توسط خواننده می شود.

## ۱-۲-۱- تبلیغ

تبلیغ:

تبلیغ به معنای "رساندن" است. و ریشه در زندگی اجتماعی انسان ها دارد. و تنها راه ارتباط بین مبلغ و جامعه ی هدف نیز می باشد. بعضی از ادیبان فارسی زبان تبلیغ را در برابر (Propaganda)



دانستند<sup>۱</sup>. در حالی که این واژه نمی‌تواند معادل رسایی برای "تبلیغ" باشد. زیرا پروپاگاندا به معنی جوسازی برای ایجاد پذیرش در مردم است نسبت به موضوعی که از ماهیت آن خبر ندارند.<sup>۲</sup>

امروزه واژه تبلیغات در فارسی، به دلیل عدم معادل گذاری دقیق، معادل سه اصطلاح متمایز انگلیسی *Mission, Propaganda* و *Advertising* به کار می‌رود.<sup>۳</sup> بار معنایی تبلیغ در فارسی بیشتر در حوزه علوم و معارف دینی به کار می‌رود. همچنین در عرف فارسی مفهوم «تبلیغ» در مفاهیم غیر از حوزه دین، بیشتر با معادل «تبلیغات» بیان می‌شود.<sup>۴</sup>

در اصطلاح تبلیغ به رساندن مجموعه اطلاعات به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا بر ضد یک موضوع گفته می‌شود.<sup>۵</sup> بنا بر این اصطلاح تبلیغ در تمام موضوعات اعم از سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، دینی و... قابل اطلاق است. اما مفهوم اصطلاحی مدنظر در پژوهش حاضر تبلیغ در حوزه علوم و معارف دینی و تقریباً معادل «تبشیر» در مسیحیت است.<sup>۶</sup>

#### تبشیر:

مبلغان مسیحی فارسی زبان، در بحث و انتشار تعالیم مسیحیت در هر دو فضای حقیقی و مجازی از واژه‌ی تبشیر به جای تبلیغ بهره می‌گیرند.

«تبشیر به معنای «بشارت دادن» است. از همان ابتدای مسیحیت این مسئله مورد توجه بوده است. عیسی مسیح در رأس بشارت دهندگان بود و در طول حیات خودکار تبشیری می‌کرد. این آموزه ریشه در کتاب مقدس دارد و مسیحیان بر این مبنا کار تبشیری می‌کنند. مراد از تبشیر مسیحی بشارت دادن به ملکوت خدا است و مراد از

---

۱. علی اکبر شعاری نژاد، فرهنگ علوم رفتاری، تهران ۱۳۶۴ ش، ذیل *Propaganda*. و امیر حسین آریانپور، زمینه جامعه شناسی، تهران ۱۳۵۳ ش، ص «ز»، ۱۸۴ و محسن خندان، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، تهران ۱۳۷۴ ش، ص ۱۵ - ۱۷

۲. [resalaat.ir](http://resalaat.ir)

۳. محسن خندان، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، تهران ۱۳۷۴ ش، ص ۱۷ - ۴۵.

۴. همان، «تبلیغ از دیدگاه روحانیان»، مسجد، سال ۳، ش ۱۳، فروردین و اردیبهشت ۱۳۷۳، ص ۴۶ - ۵۳.

۵. دانشنامه جهان اسلام، موسسه دائرة المعارف الفقه الاسلامی، ذیل واژه تبلیغ، محسن الویری، جلد ۱، ص ۳۲۵۱.

۶. دائرة المعارف اسلام، ذیل واژه دعوة، نویسنده مقاله: [s.v.dawa.E۱۲,M.canard](http://www.v.dawa.E۱۲,M.canard)

ملکوت خدا حاکمیت عیسی مسیح است، پس تبشیر مسیح بشارت به تحقق حاکمیت عیسی مسیح است. قبل از آن که این آموزه‌ی موجود در انجیل محقق شود حضرت عیسی مسیح علیه السلام از میان مردم رفت<sup>۱</sup> در انگلیسی به جای واژه تبشیر از کلمه «Mission» استفاده می‌شود و به مبلغ مسیحی، میسیونر می‌گویند. واژه «میسیون» از ریشه زبان لاتین و کلمه «Mission-em» است. این کلمه از ریشه «Mitt ere» مشتق شده و به معنی فرستادن، روانه کردن، گسیل داشتن یا اعزام کردناست. این واژه در قالب فعل به معنی «اعزام به مأموریت» یا «اداره یک هیئت مذهبی در بین مردم یا در یک ناحیه» می‌باشد و در قالب اسم<sup>۲</sup> به مفاهیم زیر به کار می‌رود:

۱. اجازه‌ای که از سوی خداوند یا کلیسا برای موعظه اعطاء می‌شود.

۲. گروهی که از سوی انجمنی مذهبی برای تغییر کیش و آیین کفار به سرزمین‌های دیگر اعزام می‌شوند.

۳. کوشش‌های سازمان‌یافته‌ای که مستلزم آماده‌سازی و تجهیز گروهی است.

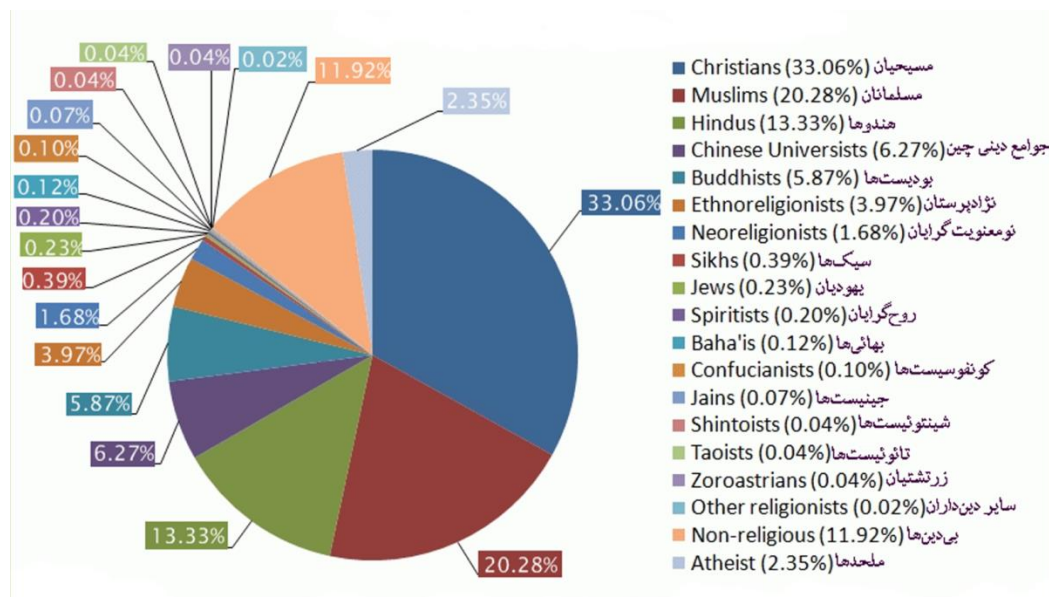
۴. سازمانی شامل کلیسا و مؤسسات نیمه‌محلی برای تبلیغ و ترویج دین مسیح علیه السلام یا انجیل، تعالیم معنوی یهود و اصلاح اخلاق یا تعمیم دادن عامه مردم.<sup>۳</sup>

از آن جایی که در طول تاریخ مسیحیت، بسیاری از فعالیت‌های استعماری در قالب میسیونری انجام می‌شده است، لذا گاهی این واژه به مفهوم طرح یا گروه اعزامی به کشورهای خارجی برای ایجاد مناسبات سیاسی اقتصادی نیز به کار رفته است.<sup>۴</sup>

۱. مرتضی صانعی، (۱۳۹۰) «تبشیر مسیحی؛ خروج از سنت و سیره‌ی حضرت عیسی»، معرفت ادیان، ش ۴، ص ۷۱-۹۱.  
 ۲. Oxford University Press. (۲۰۱۵) mission - definition of mission in English from the Oxford dictionary:  
 Retrieved September ۰۱, ۲۰۱۶, from http://www.oxforddictionaries.com/definition/english/mission  
 ۳. مرتضی میرزایی و داود میرزایی مقدم. (۱۳۸۷) پژوهش دین، میسیون، میسیونری و تبلیغ مسیحیت در ایران:  
 /Retrieved September ۰۱, ۲۰۱۶, from http://www.pajohe.ir/articles/categories/search/۳۸۴  
 ۴. به نقل از فرهنگ لغت دهخدا: دهخدا. (۱۳۹۵)، ذیل واژه میسر

## ۲-۲-۱- مسیحیت

مسیحیت یکی از ادیان سه گانه ابراهیمی است که بر محوریت شخصیت حضرت مسیح علیه السلام و آموزه‌ها و شعائری همچون تثلیث، فدا، تصلیب، عشای ربانی، تعمید و... بنا شده است. پیروان مسیحیت بر اساس آماری که در سال ۲۰۰۵ ارائه شده است، به طور کلی شامل ۳۳ درصد از کل جمعیت دنیا می‌شده است:

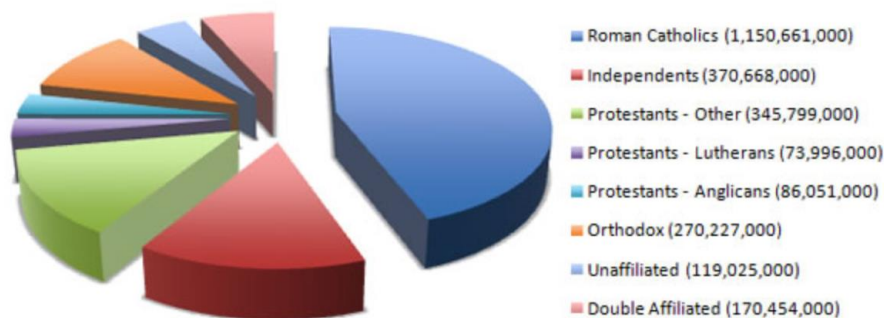


نمودار شماره ۱۱ آمار جمعیتی مسیحیت (کلیه فرقه‌ها) در مقایسه با دیگر ادیان<sup>۱</sup>

مسیحیت خود متشکل از فرقه‌های گوناگونی است که مشهورترین آن‌ها عبارتند از: کاتولیک، ارتدوکس و پروتستان. رشد جمعیتی این فرقه‌ها به نحو یکسانی نیست. با توجه به سابقه دیرینه‌ای که در امر تبشیر در بین مسیحیان کاتولیک وجود داشته است، در حال حاضر از میان فرقه‌های موجود، مسیحیت کاتولیک پراکندگی جمعیتی بیشتری دارد.

<sup>۱</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>

### World Christianity 2010



نمودار شماره ۲ درصد جمعیتی فرقه‌های مشهور مسیحی بر اساس آمار سال ۲۰۱۰ میلادی<sup>۱</sup>

مسیحیان کاتولیک در نقاط مختلف دنیا اعم از آمریکا، آسیا، آفریقا و حتی شرق آسیا، گسترده شده‌اند.

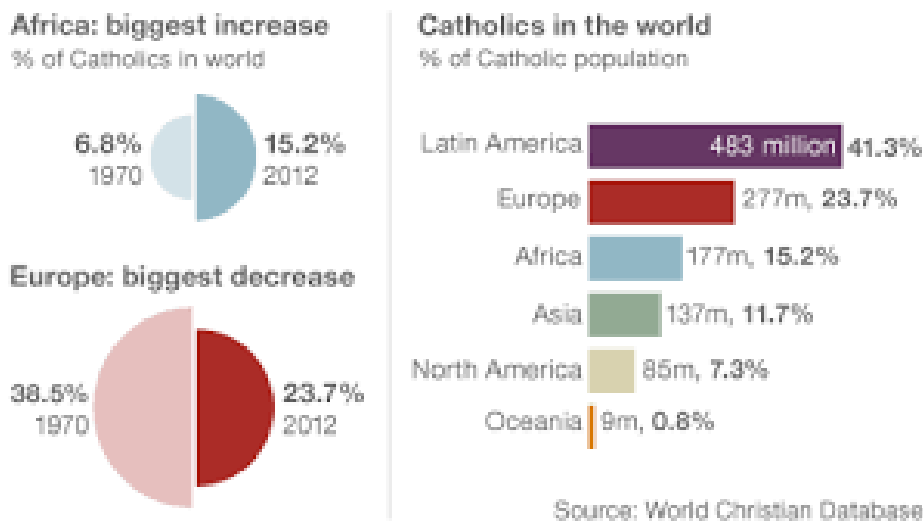


نمودار شماره ۳ پراکندگی جمعیتی مسیحیان کاتولیک در نقاط مختلف دنیا<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>

<sup>۲</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>

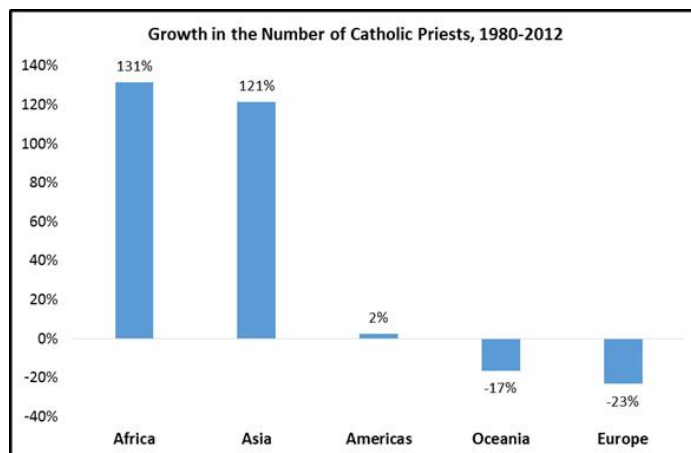
اما با توجه به رویکردهای متفاوتی که در بین فرقه‌های مسیحی به وجود آمده است، مانند گسترش مسیحیان اوانجلیست، پنطیکاستال و جنبش‌های کاریزماتیک مسیحی، آمار کاتولیک‌های جهان به شدت در حال کاهش است. گرچه به صورت موضعی در برخی مناطق دنیا مانند قاره آفریقا شاهد افزایش جمعیتی کاتولیک‌ها هستیم.



نمودار شماره ۴ کاهش معنی دار جمعیت مسیحیت کاتولیک در اروپا و افزایش معنی دار آن در آفریقا<sup>۱</sup>

بدیهی است بین تعداد مبشران مسیحی و افزایش یا کاهش جمعیت مسیحیت ارتباط تنگاتنگی وجود دارد و این موضوع بر مساله تبلیغ و تبشیر مسیحیت که مساله مورد بحث ما در این رساله است تأثیر به سزایی دارد. هر چند نمی‌توان مساله تبلیغ و تبشیر مسیحیت را تنها در کشیش‌های مسیحی منحصر دانست، اما نهاد روحانیت مسیحی، به عنوان مهمترین نهاد تبلیغ مسیحیت محسوب می‌شود که این امر بیشتر توسط کشیشان مسیحی اتفاق می‌افتد. آمار کشیشان مسیحی امروزه در برخی از مناطق دنیا مانند قاره اروپا و اقیانوسیه به طور قابل توجهی در حال کاهش است. در قاره اروپا تعداد مبشران مسیحی در سال ۲۰۱۲ نسبت به سال ۱۹۸۰ میلادی، ۲۳ درصد کاهش پیدا کرده است.

<sup>۱</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>



نمودار شماره ۵ میزان کاهش و افزایش میسران مسیحی در پنج قاره دنیا<sup>۱</sup>

اما این آمار در مناطقی همچون قاره آسیا و آفریقا در حال افزایش است که نشان می‌دهد برای تبلیغ مسیحیت در این مناطق سرمایه گذاری ویژه‌ای صورت می‌گیرد.

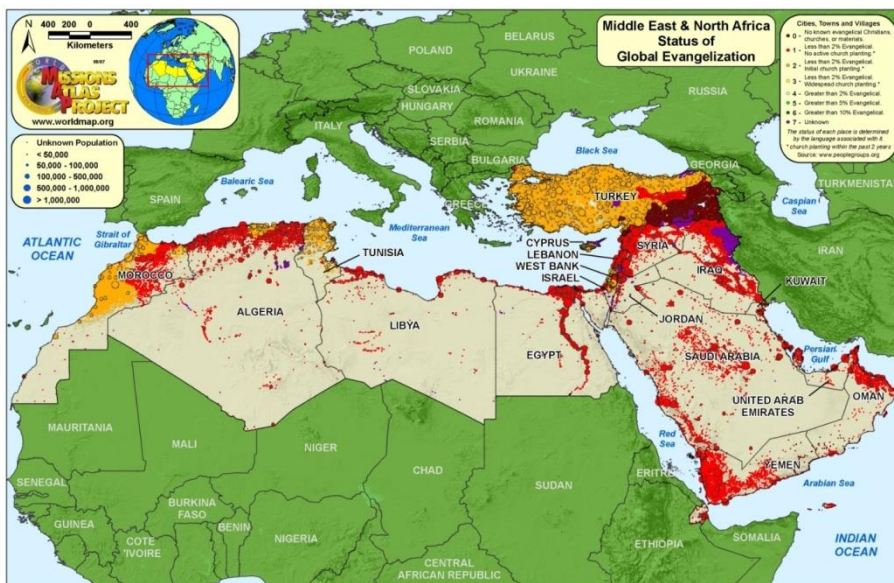
Priests					
	1980	1990	2000	2010	2012
Africa	17,346	20,399	27,165	37,527	40,133
Americas	120,132	118,882	120,841	122,607	122,924
Asia	27,136	33,855	43,566	57,136	60,042
Europe	243,319	224,606	208,659	190,150	186,489
Oceania	5,667	5,431	4,947	4,816	4,725
World	413,600	403,173	405,178	412,236	414,313

نمودار شماره ۶ شمار میسران مسیحی در قاره‌های مختلف جهان<sup>۲</sup>

تحلیل‌های آماری فوق‌گرفته برای بسیاری از محققین خوش‌بینانه به نظر می‌رسد اما حقیقت این است که از تبشیر مسیحیت در خاورمیانه نه تنها کاسته نشده است، بلکه تنها در مسیحیت کاتولیک شاهد افزایش ۱۲۱ درصدی تبلیغ مسیحیت طی سه دهه اخیر هستیم. این در حالی است که عمده‌مبشرین و تبلیغ‌مسیحیت در ایران و به‌طور کلی خاورمیانه و آسیا، توسط جریان‌های غیر کاتولیک مانند مسیحیان پروتستان و جریان‌های وابسته به آن مانند کاریزماتیک‌ها و پنطیکاستال‌ها صورت می‌گیرد.

<sup>۱</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>

<sup>۲</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>



نمودار شماره ۷ پراکندگی مسیحیان اوانجلیکال و تبشیری پروتستان در خاورمیانه و شمال آفریقا<sup>۱</sup>

اگر تبشیر و رشد مسیحیت کاتولیک در آفریقا از سال ۱۹۰۰ تا ۲۰۰۵، ۱۵ درصد و برابر با ۱۴۷ میلیون نفر بوده، این رشد نسبت به مسیحیان پروتستان ۲۶ درصد و برابر با ۲۵۳ میلیون نفر بوده است.

#### CHRISTIANITY IN AFRICA

	1900		1970		1990		2005	
	In millions	As % of total population	In millions	As % of total population	In millions	As % of total population	In millions	As % of total population
Christians	10	9%	144	40%	276	45%	411	46%
Catholics	2	2	45	13	91	15	147	17
Protestants, Anglicans and Independents	2	2	53	15	162	26	253	29

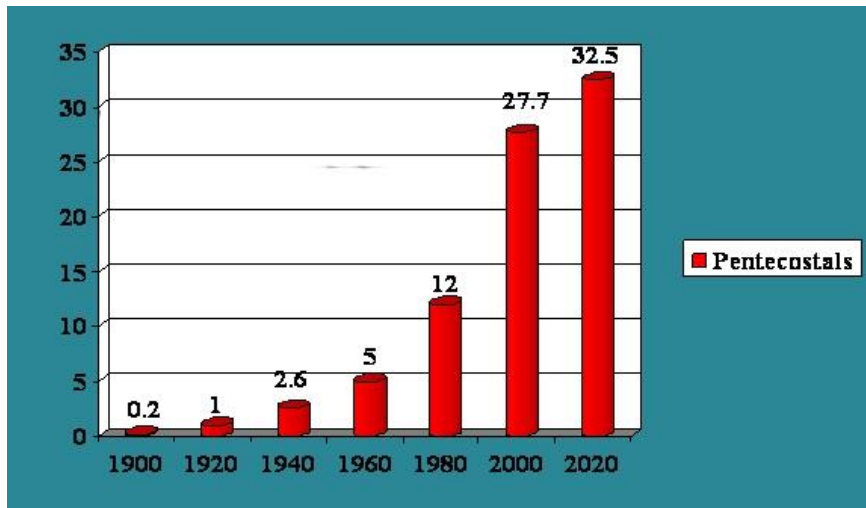
Source: World Christian Encyclopedia (2001) and World Christian Database (2006)

نمودار شماره ۸ موفقیت بیشتر مسیحیان پروتستان در تبشیر نسبت به مسیحیت کاتولیک<sup>۲</sup>

<sup>۱</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>

<sup>۲</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki>

بنابر این در بررسی مساله تبليغ مسيحيت نبايد صرفاً به مسيحيت کاتوليك بسنده نمود. به ويژه آن که برخي از جريانات درون پروتستان مانند مسيحيت پنطيكاستي رشد تصاعدي و غير قابل تصوري نسبت به ساير جريانات مسيحي دارند:



نمودار شماره ۹ درصد رشد مسيحيان پنطيكاستال و پيش بيني اين رشد تا سال ۲۰۲۰ ميلادي<sup>۱</sup>

در حال حاضر مجموع مسيحيان در جمهوري اسلامي ايران بين ۲۵۰۰۰۰ نفر<sup>۲</sup> و ۳۷۰۰۰۰ نفر (آمار اعلامي مسيحيان) مي باشند. سازمان اوپن دورز (درهاي باز) که يکي از برجسته ترين سازمان هاي تبشيري جهاني است، در گزارشي اعلام کرده است که ساليانه ۵۰۰۰۰ مسلمان به مسيحيت مي پيوندند و اين افراد تحت عنوان نوکيشان مسيحي شناخته مي شوند.<sup>۳</sup> اکنون ۱۱۷۰۰۰ مسيحي ارمني، بين ده تا بيست هزار مسيحي آشوري و ده هزار مسيحي پروتستان در ايران زندگي مي کنند.<sup>۴</sup>

با توجه به تحليل آماري مختصري که ارائه شد، منظور ما از تبليغ مسيحيت بايد به خوبي روشن باشد که کدام يک از جريانات و فرقه هاي مسيحي مدنظر است. بنا بر اين در اینجا به

۱. <https://fa.wikipedia.org/wiki>

۲. نتايج منتشره سرشماری مرکز ملی آمار ايران در سال هاي ۱۳۸۵ و ۱۳۹۰:

<https://www.amar.org.ir>

۳. <https://www.opendoors.org>

۴. مرکز آمار ايران.



معرفی مختصری از اقسام جریان‌های مسیحی می‌پردازیم. مسیحیت را به طور کلی می‌توان به چهار جریان کلی تقسیم کرد:

#### مسیحیت سنتی:

این جریان مسیحی که شامل همان مسیحیان کاتولیک و ارتدوکس است، در دوره‌هایی از تاریخ مانند زمان جنگ‌های صلیبی و... بیشترین هجمه و حمله‌ها را علیه اسلام داشتند. بیشترین تاریخچه و سابقه تبلیغ مسیحیت در کشورهای اسلامی به همین جریان باز می‌گردد. این جریان امروزه به عنوان یک جریان کاملاً دینی شناخته می‌شوند. نکته قابل توجه درباره کاتولیک‌ها و ارتدوکس این است که هر چند امروزه نیز فعالیت‌هایی تبشیری را علیه تشیع دارند، اما با توجه به سایر جریان‌ها به عنوان تهدیدی که در اولویت نخست قرار بگیرند، تلقی نمی‌شوند.<sup>۱</sup>

#### مسیحیت صهیونیسم:

به زبان ساده باید گفت که صهیونیسم به جنبش ملی برای حضور یهودیان در فلسطین و حق حاکمیت یهود بر تمام این سرزمین اطلاق می‌شود. این جنبش در سال ۱۸۹۷ م به طور رسمی سازماندهی شد. و خواستار استقرار مجدد یهود در فلسطین بود. این حرکت در باطن خود دارای ماهیتی سکولار بود. با این وجود، جنبش صهیونیستی طرفدارانی در ستهای یهودی و احزاب به دست آورد. این حمایت از جنبش صهیونیستی در میان بسیاری از مسیحیان، به خصوص پروتستانها نیز آشکار شد. مسیحیانی که فعالانه از ادعای یهودیان برای بازگشت به فلسطین حمایت می‌کنند مسیحیان صهیونیست شناخته می‌شوند.<sup>۲</sup>

جریان مسیحیت صهیونیسم با توجه به شاخصه‌هایی که در شناخت آنان وجود دارد، بیشترین جریان سیاسی است تا جریان دینی. مسیحیت صهیونیسم از چشمه آلوده پروتستانیزم<sup>۳</sup> جوشیده و از دین برای افزایش سلطه صهیونیسم بر جهان اسلام استفاده می‌کند.

---

۱. "موعود"، خرداد ۱۳۹۲، ش ۱۳۹، ۱۴۰، hawzah.net

۲ ماهنامه "موعود"، ۱۳۸۲، ش ۴۰، hawzah.net

فعالیت‌های عمده‌ای که در عرصه داخلی و نیز بین‌الملل علیه اسلام ناب وجود دارد از سوی این جریان طراحی می‌شود. میسیونری هم به مفهوم مذهبی و هم به مفهوم سیاسی آن بر این جریان قابل انطباق است. برخی از فعالیت‌های تبشیری این جریان عبارت است از: شبکه‌های ماهواره‌ای متعدد، بیش از ده‌ها سایت و وبلاگ فارسی علیه تشیع، تبلیغ رخ به رخ، کلیساهای خانگی، قرآن‌سوزی، توهین به پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله و سلم با ساخت فیلم موهن یا کاریکاتور و...، حمله نظامی به کشورهایی همچون عراق، افغانستان و...، طراحی سناریوهای بین‌المللی امنیتی همچون طراحی داعش و....

شاخصه بارز جریان تبلیغی مسیحیت صهیونیسم در مواجهه با اسلام، مبتنی بر حذف فیزیکی و خشونت و البته با شعار محبت است.

### مسیحیت کاریزماتیک

مسیحیت کاریزماتیک یا پنطیکاستی جریانی بر بستر پروتستانیزم است که به سه دسته تقسیم شده اند و اساس فعالیت فرقه‌های زیر مجموعه این جریان، الهیات کاریزماتیک یا جذبه‌ای است. این فرقه‌ها که عمده‌ترین شبکه‌های ماهواره‌ای فارسی زبان را اداره می‌کنند، بیشتر به مباحثی همچون عطایای نه گانه روح، تکلم به زبان‌ها، شفا، معجزه، نبوت یا پیشگویی و امثال آن می‌پردازند. مبشرین این جریان شومن‌های قهاری هستند که با اجرای برنامه‌های جذاب سعی در جذب اعضای بیشتر برای کلیساهای خود دارند. یکی از فرقه‌های مشهور این جریان که در ایران نیز فعالیت‌های تبلیغی گسترده‌ای دارد، فرقه جماعت ربانی است. این گروه اعتقاد دارد که مسیحیت کاریزماتیک (یا مسیحیت سرشار از روح معنوی) شکلی از ایمان مسیحی است که معتقد به عطیه‌ها و هدیه‌های معنوی روح القدس و معجزات زندگی مدرن به عنوان بخشی از زندگی روزمره ی یک ایمان دار مسیحی است.<sup>۱</sup>

<sup>۱</sup> <https://fa.wikipedia.org/wiki/>.

## مسیحیت نوین:

این جریان که در سال‌های اخیر شکل گرفته و مورد غفلت پژوهشگران و نهادها واقع شده است، در حقیقت یک جریان مسیحی سکولار است. خطر این جریان به صورت کامل نرم و خزنده و به اندازه جریان مسیحیت صهیونیسم است. مسیحیت صهیونیسم از خشونت برای رسیدن به آرمان‌های صهیونیسم بین‌الملل بهره می‌گیرد. مسیحیت نوین از محبت برای رسیدن همان آرمان استفاده می‌کند. به عنوان مثال مسیحیت صهیونیسم با تشویق به نبرد فیزیکی و تهدید، مردم را به صلح با اسرائیل دعوت می‌کند. اما مسیحیت نوین با حمله به خشونت‌های آمریکا، مردم را به کنار گذاشتن تمام خشونت‌ها و به صلح جهانی می‌خواند. اما صلحی که پایتخت آن اورشلیم است. در دهه اخیر جریان مسیحیت نوین بیشترین نفوذ را در عرصه تبلیغ مکتوب در داخل کشور داشته است. از آثار تبلیغی این جریان، در عرصه نشر مکتوب، فقط ده میلیون کتاب در کشور به فروش رفته است. یکی از جریان‌های وابسته به مسیحیت نوین به جنبش تفکر نوین یا *new thought* مشهور است. از شخصیت‌های برجسته این جریان می‌توان به نام این افراد اشاره کرد: نیل دونالد والش<sup>۱</sup>، کاترین پاندر<sup>۲</sup>، باربارا دی آنجلیس<sup>۳</sup>، فلورانس اسکاول شین<sup>۴</sup>، و... روش تبلیغ و نوع رویکرد و مخاطب شناسی در مبشران فرقه‌ها تحت جریان‌های چهارگانه فوق با یکدیگر متفاوت است. جریان مسیحیت سنتی در فضای مجازی تبلیغ آن چنانی ندارد. در محیط فارسی زبان به جز سایت‌های رسمی برخی کلیساها نمی‌توان از این جریان تبلیغ و تبشیر خاصی را یافت. جریان مسیحیت صهیونیسم بیشتر در حوزه مسائل سیاسی و بعضاً مواجهه با مساله مهدویت فعالیت می‌کند. این جریان در فضای مجازی فعالیت قابل توجهی دارد. جریان سوم یعنی مسیحیت کاریزماتیک نسبت به سایر جریان‌ها بیشترین فعالیت را در حوزه فضای مجازی دارد. در حال حاضر شبکه‌های ماهواره‌ای بیشتر به این جریان اختصاص دارد. جریان چهارم یا مسیحیت نوین در قالب تبلیغی نشر مکتوب فعالیت

---

۱. Neale Donald Walsch

۲. Catherine Ponder

۳. Barbara De Angelis

۴. Florence Scovel Shinn

می‌کند. بیش از ده میلیون از آثار این جریان در ایران به زبان فارسی ترجمه و منتشر شده است. البته بدیهی است که در فضای مجازی این آثار را در دسترس عموم قرار داده‌اند و این خود نوعی تبلیغ در فضای مجازی محسوب می‌شود. طبیعی است راهکاری که نسبت به این نوع فعالیت در فضای مجازی داده می‌شود باید نسبت به سایر روش‌ها متفاوت باشد. خلاصه این که ما با چهار جریان متفاوت مسیحی مواجه هستیم. با توجه به نکاتی که گفته شد، علی‌رغم تصور عمومی از این که مسیحیت را در مسیحیت سنتی یعنی مسیحیت کاتولیک و ارتدوکس منحصر می‌کنند و بیشترین فعالیت‌های مجازی را نسبت به مسیحیت سنتی تصور می‌کنند، در حوزه پژوهش ما اساساً مسیحیت سنتی جایگاهی ندارد. بلکه جریاناتی که تبلیغ‌های مجازی بیشتری دارند در اولویت بررسی و تحلیل‌های ما قرار می‌گیرند.

### ۳-۲-۱- فضای مجازی

فضای مجازی عنوانی است که امروزه بیشتر معادل مفهوم اینترنت به کار گرفته می‌شود. اما این معادل، مفهومی ناقص از فضای مجازی را عرضه می‌کند. برای شناخت فضای مجازی لازم است تعریف صحیحی از فضای سایبری، فضای مجازی و اینترنت و تفاوت آن‌ها با یکدیگر ارائه گردد.

#### فضای سایبری:

فضای سایبر به مجموعه‌هایی از ارتباطات درونی انسان‌ها از طریق رایانه و وسائل مخابراتی بدون در نظر گرفتن جغرافیای فیزیکی گفته می‌شود.<sup>۱</sup> واژه فضای سایبر را برای نخستین بار

---

۱. هلن صدیق بنای، همشهری آنلاین، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ای روزنامه همشهری. (۲۸ شهریور ۱۳۸۵)  
فضای سایبر چیست؟، بازیابی (September ۰۲, ۲۰۱۶)، پیوند: (<http://hamshahrionline.ir/details/۴۴۱۱>).

ویلیام گیبسون<sup>۱</sup> نویسنده داستان علمی تخیلی در کتاب نورومنسر<sup>۲</sup> در سال ۱۹۸۴ به کار برده است.<sup>۳</sup>

اصطلاح فضای سایبری یک جنبه فنی دارد و یک جنبه روانشناختی.

از حیث واژگانی واژه سایبر از لغت یونانی (Kybernetes-κυβερνητική) به معنی سکاندار یا راهنما اخذ شده است. نخستین بار اصطلاح «سایبرنتیک»<sup>۴</sup> توسط ریاضیدانی به نام نوربرت وینر<sup>۵</sup> در کتابی با عنوان «سایبرنتیک و کنترل در ارتباط بین حیوان و ماشین» در سال ۱۹۴۸ بکار برده شده است.<sup>۶</sup> بنا بر این سایبرنتیک به علم مطالعه و کنترل مکانیزم‌ها در سیستم‌های انسانی و ماشینی (رایانه‌ها) گفته می‌شود. از این واژه ترکیبات گوناگونی ساخته شده است مانند: فضای سایبر<sup>۷</sup>، شهروند سایبر<sup>۸</sup>، پول سایبر<sup>۹</sup>، فرهنگ سایبر<sup>۱۰</sup>، تجارت سایبر<sup>۱۱</sup>، شبکه سایبر<sup>۱۲</sup> و....

واژه «فضای مجازی» یا «Virtualspace» بر خلاف آنچه تصور می‌شود، معادل دقیق و مناسبی برای «فضای سایبری» نیست. چرا که مجاز به دو مفهوم مورد استفاده قرار می‌گیرد. یکی به معنی آنچه در جهان واقعیت وجود ندارد. و دیگری، به مفهوم آنچه در رایانه‌ها از جهان واقعیت شبیه سازی شده است. هم در «فضای مجازی» و هم در «فضای سایبری» مفاهیمی همچون سایبرنتیکس ارگانیزم یا عناصر مجازی با تأثیر فیزیکی (مانند سرعت) یا عناصر مجازی بدون تأثیر فیزیکی، عمر کوتاه یا بلند اشیاء مجازی (سایبرنتیکس ارگانیزم‌ها) و... نیز

---

۱. William Gibson

۲. Neuromancer

۳. Gibson, William. Neuromancer. ACE, July ۱۹۸۴. p. ۲۴۳-۲۴۴.

۴. Cybernetic

۵. Norbert Wiener

۶. Wiener, Norbert (۱۹۴۸). Cybernetics, or Control and Communication in the Animal and the Machine. Cambridge: MIT Press

۷. Cyberspace

۸. Cybercitizen

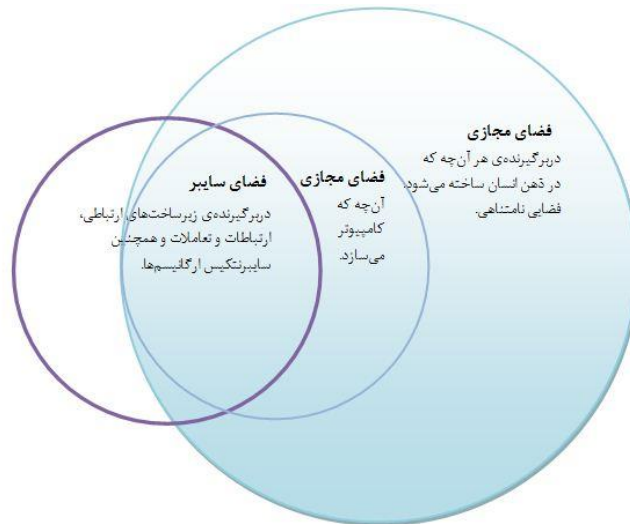
۹. Cybercash

۱۰. Cyberculture

۱۱. Cyberbusiness

۱۲. Cyberchannel

وجود دارد که قابل بررسی است. رابطه فضای مجازی در مقایسه با فضای سایبری، چه در معنی اول و چه در معنی دوم، رابطه عموم و خصوص من وجه است.



اهمیت فضای مجازی و قلمرو ذهنی‌ای که برای انسان‌ها ایجاد کرده تا حدی است که امروزه برخی اندیشمندان صحبت از دو جهانی شدن دنیا معاصر می‌کنند!  
**اینترنت:**

یکی دیگر از خطاهایی که وجود دارد این است که اینترنت معادل همان فضای مجازی یا فضای سایبری تعبیر می‌شود. در حالی که اینترنت را می‌توان بخش کوچکی از فضای مجازی دانست. اینترنت، به مجموعه‌ای جهانی و متصل به هم از سایبرنتیکس ارگانیک‌ها یا عناصر فضای مجازی گفته می‌شود که تحت عنوان شبکه‌های رایانه‌ای، مجموعه‌ای به هم پیوسته و مبتنی بر پروتکل استاندارد (TCP/IP) برای خدمت رسانی و ایجاد ارتباط بین میلیاردها انسان در سراسر جهان است<sup>۱</sup>. بنا بر این اینترنت بخشی از فضای مجازی و فضای سایبری است که، شبکه‌ای است

۱. عاملی، سعید رضا. (۱۳۸۳). جهانی شدن‌ها: مفاهیم و نظریه‌ها. ارغنون، ۲ (۶)، ۵۸-۰.

۲. IPTO -Information Processing Techniques Office, The Living Internet, Bill Stewart (ed) , January ۲۰۰۰. And, The Internet Explained, Vincent Zegna & Mike Pepper, Sonet Digital, November ۲۰۰۵, Pages ۱ - ۷. یعنی قراردادهای رسمی و مصوب.

از میلیون‌ها شبکه محلی یا سراسری مخفی، عمومی، دانشگاهی، تجاری و دولتی و... که باتکنولوژی‌های الکترونیکی، بی‌سیم و نوری به یکدیگر متصل شده‌اند. اینترنت، ارتباطات گسترده‌ای را در شبکه جهانی وب (World Wide Web یا WWW) ایجاد می‌کند که در امر پیام‌رسانی یا همان تبلیغ و تبشیر، نقش موثری را ایفا می‌کند.

از جمله تفاوت‌های فضای مجازی با اینترنت این است که فضای مجازی مفهوم عام‌تری است. به عنوان مثال بازی‌های رایانه‌ای غیر آنلاین، از مصادیق فضای مجازی است. اما اینترنت محسوب نمی‌شود.

امروزه مسیحیت برای تبلیغ خود، از تمام عناصر فضای مجازی و فضای سایبری استفاده می‌کند. اما آنچه در پژوهش حاضر مدنظر ماست، بررسی تبلیغات مسیحیت در اینترنت، به عنوان یکی از مصادیق فضای مجازی است. تبلیغ مسیحیت در گذشته مستلزم مسافرت‌های طولانی، هزینه‌های بسیار و دشواری‌های گوناگون از دچار شدن به بیماری‌ها و اقسام موانع بود. اما امروزه با رشد فناوری‌های مجازی مبتنی بر اینترنت، مفهوم مکان و زمان در تبلیغ دچار دگرگونی شده است. لذا مسیحیت در تبلیغ خود از اینترنت به دلیل سرعت بیشتر، هزینه کمتر و تاثیرگذاری با دوام‌تر، بهره بیشتری می‌گیرد.

### ۳-۱- ابزار

ابزار به وسیله‌ای گفته می‌شود که در فرایند انجام کار یا تولید چیزی اعم از فیزیکی یا مجازی به کاربر آن کمک می‌کند اما خود مصرف نمی‌شود.<sup>۱</sup> گاهی نیز ابزار به مفهوم نرم‌افزاری به کار می‌رود و به معنای یک فرایند برای رسیدن به هدف خاصی است. در اینترنت ابزارهای خاصی برای هدف ارسال پیام وجود دارد. این ابزارها در مجموعه‌های مختلفی دسته‌بندی می‌شوند که برخی از آن‌ها عبارتند از: مرورگرها، مسنجرها یا پیام‌رسان‌ها، سایت‌سازها یا نرم‌افزارهای مدیریت محتوی (CMS)، پلاگین‌ها یا افزونه‌ها و... هر یک از این مجموعه‌ها نیز خود اقسام گوناگونی دارند. به عنوان مثال مرورگرها در قالب‌های مختلفی وجود دارند،

---

۱. ویکی‌پدیا، دانشنامه آزاد.

مانند مرورگرهای مخصوص بازدید صفحات وب همچون اینترنت اکسپلورر، فایرفاکس، گوگل کروم و...؛ مرورگرهای مخصوص شبکه‌های تورنت و... هدف ما در اینجا ورود به زمینه‌ها و اصطلاحات تخصصی در حوزه ابزارهای اینترنتی نیست. اما در پژوهش حاضر با توجه به اولویت، مهم‌ترین ابزارهای اینترنتی مورد استفاده مسیحیت در امر تبلیغ را مورد کاوش و تحلیل قرار می‌دهیم.

#### ۴-۱- شیوه

شیوه یا روش یا method به معنای «در پیش گرفتن راه» است. در یک تعریف می‌توان گفت «شیوه»، عبارت است از مجموعه راه‌هایی که فرد از آن برای رسیدن به مقصودی کمک می‌گیرد. لذا شیوه می‌تواند در معانی زیر مورد استفاده قرار بگیرد:<sup>۱</sup>

۱- شیوه شناخت: معمولاً شیوه‌های شناخت در پنج گستره شیوه تاریخی، نقلی، فلسفی، شهودی و تجربی است.

۲- شیوه استدلال: گاهی شیوه و روش به معنای نوع استدلال به کار می‌رود که می‌تواند قیاسی، استقرایی، لمّی یا انّی و... باشد.

۳- شیوه‌های جمع‌آوری اطلاعات: که می‌تواند مشاهده، پرسش نامه، مصاحبه، نرم‌افزاری یا کتابخانه‌ای باشد.

۴- شیوه تحلیل داده‌ها: که می‌تواند کلاسیک یا آماری باشد.

۵- شیوه نگاه به موضوع: که می‌تواند پدیدار شناسانه یا ساختار گرایانه یا هرمنوتیکی و... باشد.

مراد ما از شیوه در پژوهش حاضر بیشتر به شیوه‌های شکلی و قالب‌های تبلیغی منحصر می‌شود که ممکن است بخشی از شیوه‌های فوق مانند شیوه استدلال را نیز در بر بگیرد. به عبارت دیگر در پژوهش حاضر متدها و شیوه‌های استفاده از ابزارهای تبلیغی توسط مسیحیت

۱. سید صادق حقیقت، «بر حاشیه روش تحقیق در علوم سیاسی»، دانش پژوهان، ش ۱ (نیمسال دوم ۸۱-۸۲) ص ۳۳ - ۴۲.



در نقد و مواجهه با اسلام و مساله تبشیر را مورد تحلیل قرار می‌دهیم و در مقابل راهکارها و شیوه‌هایی را برای مقابله یا خنثی سازی شیوه‌های مسیحیت پیش رو قرار می‌دهیم.