



## گزارش عملکردی فعالیت‌های نوآورانه دانشه حوزه علمیه قم در حوزه رسانه و ارتباطات در سده اخیر

عبدالله جالالی<sup>۱</sup>

### چکیده

در اواخر عصر قاجار با ورود حاج شیخ عبدالکریم حائری به شهر قم شاهد حوزه علمیه سامان‌مندی در این شهر هستیم که با مدیریت قوی خود حوزه علمی نیرومندی را به وجود آورد که در طول یک سده منشأ تحولات بزرگ علمی گردید. ممنوعیت و عدم استقبال حاکمیت از رسانه‌ها و بی‌میلی حوزویان به بهره‌مندی و حضور مؤثر در عرصه رسانه‌های جدید در این دوره باعث شده تا در عرصه دانشی وسایل ارتباط جمعی بی‌تحریکی علمی صورت گیرد و تولید دانش و علوم مربوط به رسانه و ارتباطات براساس بنیان‌های اسلامی و ملی در ایران رونق نگیرد. با این حال بررسی عملکردی حوزه و روحانیت در این دوره نشان می‌دهد روحانیت خود را برای ورود به عرصه دانش رسانه و ارتباطات آماده نکرده و از سال ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۷ نوع تعامل حوزه علمیه قم با رسانه‌ها در عرصه دانشی به گونه‌ای است که تنها از منظر فقهی مورد کنکاش علمی قرار گرفته است.

ظهور مسایل نوپیدای اجتماعی در عرصه رسانه‌ها و دانش ارتباطات پس از پیروزی انقلاب اسلامی سبب گردید تا حوزه علمیه و حوزویان بتوانند ظرفیت علمی و پژوهشی خود را به میدان آورده و از منظر دینی در سه عرصه تربیت نیروی انسانی، پژوهشی، و سیاست‌گذاری به بررسی پدیده‌های رسانه‌ای و ارتباطی بپردازند. گرچه حوزه علمیه قم و حوزویان در عرصه علمی و دانشی رسانه و ارتباطات در آغاز راه فعالیت هستند اما تلاش دارند تا بسترهای نوآوری را در

۱. پژوهشگر ارشد رسانه ملی، دارای دکترای تخصصی عرفان اسلامی.

این سه عرصه به وجود آورده تا کنش ارتباطی خود را در فراخور پاسخ به نیازهای گفتمانی عصر خود مبنی بر تولید علوم انسانی اسلامی، طرح منطقی ایده‌ها، رواج نظریه پردازی، نوآوری روشمند و نهادسازی برای اجابت به پرسش‌های نوین در حوزه رسانه و ارتباطات نمایان سازد. پژوهش پیش رو با استفاده از روش توصیفی تحلیلی به دنبال آرایه گزارش جامع عملکردی از فعالیت‌های نوآورانه دانشی مجموعه‌های حوزوی در این سه عرصه مهم می‌باشد.

### کلید واژه‌ها

عملکرد، فعالیت‌های نوآورانه دانشی، حوزه علمیه قم، رسانه، ارتباطات.

### تبیین مسئله

حوزه‌های علمیه شیعه با پیشینه‌ای بیش از هزارساله، از مهم‌ترین نهادهایی به شمار می‌رود که همواره در شکوفایی فرهنگ و تمدن اسلامی نقش‌آفرین بوده‌اند. محدثان و صحابی امامان معصوم (ع) که غالباً از خاندان اشعری هم بودند با تشکیل جلسات علمی و دینی، حوزه علمیه قم را برپا نمودند. (کاشانی، ۱۳۸۸: ۴۵) در اواخر عصر قاجار حاج شیخ عبدالکریم حائری حوزه علمیه سامان‌مندی در این شهر تأسیس کرد و با مدیریت قوی خود حوزه علمی نیرومندی را به وجود آورد. (برگرفته از مقاله حوزه علمیه قم در دوره معاصر، دانشنامه جهان اسلام، ش ۶۶۳۵) در عصر انقلاب مشروطه، روحانیت به اهمیت رسانه‌های همگانی در بسیاری از شئون و ابعاد اجتماعی پی‌برد و آن را در جهت اهداف خود به کار گرفت. از برکات متعدد و اثرگذار حضور «حاجی شیخ» در قم و رونق حوزه، شکل‌گیری اولیه و غیرمستقیم استفاده از امکانات جدید در عرصه اطلاع‌رسانی و تبلیغ و ترویج آموزه‌های مذهبی بود. با این حال بررسی عملکردی حوزه و روحانیت در این دوره نشان می‌دهد روحانیت خود را برای ورود به عرصه دانش رسانه و ارتباطات آماده نکرده و تنها بنابر جایگاه تبلیغی و ترویجی آموزه‌های دینی و شعائر مذهبی، در همه سطوح علمی خود، تلاش نموده از امر اطلاع‌رسانی و نشر معارف دینی و آموزه‌های مذهبی غافل نماند. با این‌همه، روحانیت قم حدود یک‌صد سال پس از ظهور نخستین نشریه در ایران (یعنی کاغذ اخبار در ۱۲۱۵) وارد عرصه نشریه‌نگاری شد و نخستین نشریه خود را در سال ۱۳۰۲ منتشر ساخت.

البته در دوره پهلوی اول، شهرستان‌ها در انتشار نشریات دینی فعال‌تر بودند و روحانیت یا مجلاتی را اداره می‌کرد یا در تحریریه آنها حضور جدی داشت. اما دوره شکوفایی نشریات حوزوی به عصر آیت‌الله بروجردی بازمی‌گردد که خود آغازی بر جنبش فرهنگی در حوزه علمیه قم به حساب می‌آمد.

نشریات حوزوی از دهه ۱۳۳۰، پس از آغاز تحول در حوزه علمیه قم، به جامعه مطبوعاتی پیوستند. پیش از آن حوزه علمیه قم با نشریات دینی همکاری چندانی نداشت و گاهی مقاله‌هایی از طلاب علوم دینی در این نشریات به چاپ می‌رسید. (بنیاد دائرة المعارف اسلامی، ج ۱، ۱۹۹۹) این نقش‌آفرینی در دوره معاصر استمرار یافته و به‌ویژه پس از وقوع انقلاب اسلامی در ایران، تقویت شده است. (مهدی‌نژاد، ۱۴۰۱: ۲۵-۴۳)

ظهور انقلاب اسلامی با محوریت حوزه‌های علمیه و تشکیل نظامی بر اساس مبانی دینی، از یک سو زمینه گشوده‌شدن افق‌هایی نو فراروی فقه شیعه و از سوی دیگر زمینه‌ساز نگرش نظام‌مند به دین و تولید و گسترش دانش‌های نوین دینی را در عصر انقلاب اسلامی مطرح کرد که تا امروز در حیات و بالندگی تفکر اسلامی مؤثر بوده است. ظهور مسائل نوپیدای اجتماعی در عرصه رسانه‌ها و دانش ارتباطات پس از پیروزی انقلاب اسلامی سبب گردید تا حوزه علمیه و حوزویان بتوانند ظرفیت علمی و پژوهشی خود را به میدان آورده و از منظر دینی به بررسی پدیده‌های رسانه‌ای و ارتباطی بپردازند.

گرچه حوزه علمیه قم و حوزویان در عرصه علمی و دانشی رسانه و ارتباطات در آغاز راه فعالیت هستند اما تلاش دارند تا بسترهای نوآوری را از طریق راه‌اندازی مراکز علمی و پژوهشی و پژوهشکده‌ها و اندیشکده‌های حوزوی در عرصه رسانه و ارتباطات مستقر در شهر مقدس قم با نظارت حوزه علمیه فراهم نمایند.

تربیت نیروهای متخصص در زمینه مطالعات رسانه و دین اعم از فقه رسانه، فقه ارتباطات، فقه فرهنگ، فقه هنر و جهت‌دهی به رساله‌های سطح سه و چهار حوزویان، راه‌اندازی کرسی‌های فقه رسانه و نظریه‌پردازی و تربیت کارشناسان در زمینه دانش رسانه و ارتباطات و گفتمان‌سازی، شبکه‌سازی و جریان‌سازی در بعضی از موضوعات، از جمله اقدامات علمی و دانشی است که در دهه‌های اخیر از طرف حوزه علمیه و حوزویان شاهد هستیم. با توجه به این‌که چندان از عمر مطالعات دین و رسانه در کشور نمی‌گذرد و دانش رسانه و ارتباطات دانشی نوپا محسوب می‌گردد، گزارش این مقاله به عملکرد حوزه علمیه و مراکز وابسته به آن در دو قسمت قبل و پس از انقلاب اسلامی اختصاص پیدا کرده است.

نوشتار حاضر کوشیده است با روش توصیفی و تحلیلی از گزارش‌های موجود و استقرای تمام از کلیه فعالیت‌های صورت گرفته از طرف مراکز علمی و پژوهشی رسمی و غیررسمی و وابسته و هم‌چنین مستقل حوزه‌های علمیه قم به بررسی عملکردی نوآوری‌های حوزه علمیه قم و حوزویان در دانش رسانه و ارتباطات و نقش روحانیت در اهتمام به عرصه‌های تربیت نیروی انسانی، پژوهش‌ها و مطالعات دین و رسانه و اقدامات آنان در لایه‌های نظریه‌پردازی، گفتمان‌سازی، شبکه‌سازی و جریان‌سازی گزارش جامعی از فعالیت‌های علمی و پژوهشی را در عرصه دانشی رسانه و ارتباطات در سده اخیر در اختیار خوانندگان قرار دهد. زیرا معتقدیم حوزه علمیه به‌عنوان نهاد متولی دین با شناخت از ظرفیت‌های عظیم خود در بخش نیروی انسانی فرهیخته و تراث علمی خود می‌تواند منشأ تحولات نوآورانه بزرگ دانشی در عرصه‌های دانش رسانه و ارتباطات شود.

عملکرد فعالیت‌های دانشی نوآورانه حوزه علمیه قم و نخبگان حوزوی در زمینه رسانه و ارتباطات قبل از انقلاب اسلامی بی‌شک نمی‌توان انکار کرد که حضور حوزه علمیه و حوزویان در سده گذشته در عرصه رسانه‌ها قبل از ورود به فعالیت دانشی عمدتاً به همکاری در نشریات دینی برمی‌گردد. اولین روزنامه دینی فارسی‌زبان و در محدوده جغرافیایی ایران، نشریه «شجره خبیثه کفر و شجره طیبه ایمان» نام دارد که در سال اول مشروطیت با سرمایه مالی و حمایت دینی محمد اسماعیل تبریزی و جواد بن محمدصادق الطهرانی منتشر شده است. (قاسمی، ۱۳۸۵: روزنامه اعتماد ملی هفتم آذر) انتشار این نشریه نشان می‌دهد که دین باوران و مروجین دین، در همه مراحل تاریخی از هر فرصتی برای ترویج دین رسانه‌ها را به خدمت گرفته‌اند.

در دوره پس از پهلوی اول به دلیل خلأ قدرت علیرغم افزایش فعالیت رسانه‌ها با رویکرد مقابله‌ای و عدم همراهی حاکمان وقت با رسانه‌ها مواجهیم، و همین امر باعث عدم رشد دانش روزنامه‌نگاری در ایران شده است. از این رو بعد از گذشت چند دهه در سال ۱۳۴۳ اولین مدرسه روزنامه‌نگاری توسط مؤسسه کیهان تأسیس شد و اولین دانشکده‌ها نیز در اوائل دهه ۱۳۵۰ به صورت محدود فعالیت‌شان را با استفاده از دانش و متون کاملاً غربی آغاز کرده‌اند. (<https://rasaneh.farhang.gov.ir>) بنابراین ممنوعیت و عدم استقبال حاکمیت از رسانه‌ها و و بی‌میلی حوزویان به بهره‌مندی و حضور مؤثر در عرصه رسانه‌های جدید در این دوره باعث شده تا در عرصه دانشی وسایل ارتباط جمعی بی‌تحریکی علمی صورت گیرد و تولید دانش و علوم مربوط به رسانه و ارتباطات بر اساس بنیانهای اسلامی و ملی در ایران رونق نگیرد؛ حتی بعد از پیروزی انقلاب اسلامی نیز با وجود استقرار جمهوری اسلامی، همچنان شاهد جولان علوم ارتباطات غربی در صدها دانشکده و رشته در ایران هستیم و اقدامات درخور توجهی برای تولید علوم بومی مربوط به وسایل ارتباط جمعی صورت نگرفته است. (واعظی، ۱۳۸۶: ش ۶، ۴۶-۱۴۴)

از سال ۱۳۴۲ تا ۱۳۵۷ نوع تعامل حوزه علمیه قم با رسانه‌ها در عرصه دانشی به گونه‌ای است که تنها از منظر فقهی مورد کنکاش علمی قرار گرفته است. البته نوع واکنش‌های علما بسته به نوع رسانه‌ها متفاوت بوده است. واکنش‌ها به این رسانه‌ها در سال‌های قبل از انقلاب اسلامی اغلب به صورت فتوا نمایان شده و هیچ‌گونه شواهدی وجود ندارد که فقها و نخبگان حوزوی و حوزه علمیه قم در حوزه دانشی به موضوع رسانه و ارتباطات ورودی داشته باشند و تنها در سطح بررسی فقهی از منظر استخراج حکم شرعی بسنده شده است. چنانچه برخی از فقها، باتوجه به برنامه‌هایی که در آن زمان پخش می‌شد، رادیو را مانند گرامافون از آلات لهو دانسته و به حرمت خرید و فروش آن فتوا داده‌اند، هرچند تصریح کرده‌اند که هر چه اساساً برای لهو و لعب استفاده نشود، از حکم کلی حرمت خارج است. (صادقی، ۱۳۸۷: ج ۲، ص ۱۲۹-۱۴۷) درواقع، آرای این فقها ناظر به رواج کاربرد گسترده این دستگاه‌ها برای لهو و لعب بود. (خویی، ۱۴۱۲:

دوره ۲، ش ۶؛ چنان که حتی پخش قرائت قرآن از رادیو بی احترامی تلقی می شد (فکری، ۱۳۵۲ق:؟؟)، و متدینان از داشتن رادیو و تلویزیون در خانه اجتناب می کردند. (حائری یزدی، ۱۳۷۷:؟؟)

سید محسن حکیم (وف: ۱۳۴۸) مرجع معروف معاصر، به جواز خرید و فروش رادیو و جایز نبودن خرید و فروش تلویزیون فتوا داده بود. این فتوا درباره تلویزیون با توجه به کاربرد متعارف آن در لِهو و فواید حلال اندک آن در آن زمان و مکان صادر شده و او استفاده از آن را در غیر لِهو و لعب جایز شناخته بود. (حکیم، ۱۴۰۰: ۷) این که بیش تر فقها رادیو و تلویزیون را از آلات مشترک دانسته اند، هم سو با همین نظر است. زیرا معتقدند هدف اصلی از اختراع این وسایل، پخش و نشر بوده و ممکن است برای لِهو و غیر لِهو به کار رود. حکم آلات مشترک غیر از حکم آلات لِهو است و به کارگیری این آلات در لِهو، حرام و در منافع حلال، جایز است. (بنی هاشمی، ۱۳۸۶ش:؟؟) با این همه، برخی از فقها داشتن و استفاده از این وسایل را برای کسانی که توان مراقبت در عدم استفاده غیرحلال از آنها را نداشتند، اجازه نداده بودند. (امام خمینی، ۱۳۹۰: ج ۲، ۶۲۹-۶۳۱؛ بنی هاشمی، ۱۳۸۶: ج ۱، ۴۳۹-۴۴۰، ۵۳۹، ج ۲، ص ۴۹۰، ۹۱۲، ۹۷۱) هم چنین چون رادیو و تلویزیون دست کم در مواردی مصداق اشاعه منکر، مدح ظالم، ترویج باطل و ارائه مطالبی بوده اند که اخلاق جامعه را فاسد و عقاید مردم را متزلزل می کردند، فقها با این ملاحظه به حرمت آنها تصریح کرده اند. (امام خمینی، ۱۳۹۰:؟؟؟؛ همو، رساله توضیح المسائل، ۱۳۷۲ش:؟؟) از سوی دیگر، علما و متدینان همواره به استفاده از رادیو و تلویزیون برای هدایت مردم و احیای ارزش های اخلاقی و دینی توجه داشته اند. (مطهری، ۱۳۷۸-۱۳۸۲ش:؟؟؟)

برخی از فقها نیز از آغاز همگانی شدن رادیو، از آن برای نشر و پخش تعالیم دینی و اخلاقی در سطح وسیعی از جامعه، بهره برده اند. (راشد، ۱۳۲۱-۱۳۲۴ش:؟؟؟) چنان چه یکی از تأثیرگذارترین سخنرانی های دینی رادیو، سخنرانی های محمدتقی فلسفی (وف ۱۳۷۷) بود که در ۱۳۳۴ به دستور آیت الله بروجردی و در پی گسترش تبلیغات و فضا سازی تبلیغاتی جامعه بهائی، در رد این فرقه در مسجد شاه تهران (مسجد امام) ایراد می کرد. سخنرانی های او به صورت زنده از رادیو پخش می شد و در تنویر افکار عمومی و مواجهه با تبلیغات گسترده سران و مبلغان آن فرقه تأثیر شگرفی داشت. (فلسفی، ۱۳۷۶ش:؟؟؟)

## فعالیت‌های دانشی و نوآوری‌های حوزه علمیه قم و نخبگان حوزوی در عرصه رسانه و ارتباطات بعد از انقلاب اسلامی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، حوزه علمیه قم به تثبیت گفتمان انقلاب اسلامی پرداخت و در هر دهه، متناسب با اقتضانات روز، پیشرفت کرد. در هر دوره، حوزه علمیه قم کنش ارتباطی در فراخور پاسخ به نیازهای گفتمانی خود داشته و علاوه بر مرزبندی با دیگری‌ها، رشد گفتمانی رسانه‌های حوزوی را در پی داشته است.

در حال حاضر گفتمان‌های رایج در کشور ما بر اساس پشتوانه‌های فکری و گرایش‌های سیاسی و فرهنگی تقسیم‌بندی‌های متفاوتی دارند. در مبانی اندیشه اجتماعی، با دو کلان‌گفتمان علوم انسانی غربی و علوم انسانی اسلامی روبه‌رو هستیم. در رویکردهای فرهنگی، گفتمان باستان‌گرایی، کمونیستی، غرب‌گزین و روشنفکری، سنتی و تمدن‌نویین اسلامی رایج‌ترین گفتمان‌های معاصر هستند.

حوزه علمیه قم در این دوران به تولید ادبیات علمی با هدف هویت‌دهی به مفاهیم گفتمان انقلاب اسلامی پرداخت. دستگاه ارتباطی حوزه علمیه نیز در ترویج اندیشه‌های انقلاب اسلامی فعال شد. گفتمان انقلاب اسلامی در حوزه علمیه قم، مرزهای هویتی خود را در هر دهه با «دیگری»های بیرونی و درونی حفظ کرد.

گفتمان حوزه انقلابی در دهه ۱۳۸۰ بر چند محور تمرکز داشت. محور اول، تولید علوم اسلامی بود. در پی مطالبه تحول و ارتقای علوم انسانی از سوی رهبر معظم انقلاب و پاسخ ایشان به نامه جمعی از دانش‌آموختگان و پژوهشگران حوزه علمیه قم مبنی بر تشکیل کرسی‌های نظریه‌پردازی، پاسخ به شبهات، نقد و مناظره در بهمن ۱۳۸۱ خیزشی در حوزه علمیه قم مبنی بر تولید علوم انسانی اسلامی، طرح منطقی ایده‌ها، رواج نظریه‌پردازی، نوآوری روشمند و نهادسازی برای اجابت پرسش‌های نوین ایجاد شد. مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی و سایر مراکز علمی حوزوی نیز وارد عرصه شدند و به تربیت نسلی از فضلالی حوزوی و تولید ادبیات علمی در این خصوص پرداختند. پی‌گیری جدی مطالبات رهبری درباره تعامل حوزه و نظام از مسائل مهمی است که نباید در پیچ و خم‌ها، مشکلات و مسایل پیش روی حوزه به فراموشی سپرده شود. (حسینی، ۱۳۹۰: ???)

حوزه‌های علمیه به‌عنوان منبع تولید نرم‌افزار یا همان بعد معرفتی تمدن اسلامی برای ایفای نقش خود باید دارای شاخصه‌ها و ویژگی‌هایی باشند. (استادیان خانی، مولوی وردنجانی، ۱۳۹۹: ???) «تولید علم»، متأثر از زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و محصول توجه جدی جامعه عالمان و متفکران به مجموعه مسائل هم‌سو، تولید نظریه‌های ناظر بر مسائل، گفت‌وگو، تفاهم و تبادل نظر، نقد و بازتولید نظریه‌های جدید و بسیاری موضوعات دیگر است؛ از این‌رو، تا زمانی که زمینه‌های تولید دانش فراهم نیاید، نمی‌توانیم توقع داشته باشیم که مسیری که می‌پیماییم به سمت تولید علم قرار گرفته است. (<https://rasanews.ir>)

گرچه در دهه‌های اخیر تلاش‌های فراوانی در این حوزه انجام پذیرفته و توانسته است تا مبدأ تحول علوم انسانی اسلامی باشد، اما همچنان با خلأهای زیادی خصوصاً در موضوع رسانه و ارتباطات مواجه هستیم. به نظر می‌رسد میان «مسائل» نظام و پژوهش‌های دینی، ارتباط کاملاً دقیق و معناداری وجود ندارد. از یک‌سو، اندیشمندان و نهادهای علمی دینی، اطلاع جامع و کاملاً دقیق و جزئی از مجموعه نیازها و مسئله‌های نظام در بخش‌های متنوع آن ندارند و از سوی دیگر نیز، نهادهای مجری و تصمیم‌گیر، گاه درک صحیحی از ظرفیت دین و ضرورت دخیل‌شدن آن برای پاسخ به مسائل خود ندارند و یا ممکن است دانش‌های غیربومی را برای سامان بخشیدن و حل مسائل، کافی بدانند، از این رو برای تولید دانش لازم است پژوهش‌های اجتماعی در حوزه علمیه ناظر به مسئله هم‌چون رسانه‌ها و ارتباطات توسط پژوهشکده‌ها و اندیشکده‌ها صورت گیرد.

باتوجه به بسترهای بزرگ ارتباطی بعد از انقلاب اسلامی و ابزارهای رسانه‌ای که در دنیای امروز برای گفتمان‌سازی و پی‌گیری اهداف انقلاب اسلامی وجود دارد امروزه نیازمند توجه به فرصت‌های به‌وجود آمده در حوزه علمیه قم می‌باشیم. این پژوهش تلاش کرده است تا عرصه‌های مختلف نوآوری‌های به‌وجود آمده در عرصه‌های مختلف تربیت نیروی انسانی، پژوهش و پرورش پژوهشگر و نظریه‌پرداز و حوزه دانشی رسانه و ارتباطات را معرفی نماید. البته معتقدیم حوزه علمیه در برخی عرصه‌ها نسبتاً موفق عمل کرده و گام‌هایی را برداشته است ولی در آغاز راه می‌باشد.

## عرصه اول:

### آموزش و تربیت نیروی انسانی متخصص حوزوی

#### در عرصه دانش رسانه و ارتباطات

یکی از عرصه‌های مهم در چرخه تحولات دانشی حوزه علمیه قم در عرصه رسانه و ارتباطات، تربیت نیروی انسانی است. امروزه رشد و بالندگی و توجه به توسعه نیروی انسانی در سازمان‌های پیشرفته دنیا از نکات بسیار اساسی است. از آنجا که سرمایه انسانی اصلی‌ترین دستاورد الگوهای توسعه منابع انسانی است، سازمان‌های موفق و پیش‌رو نقش خود را در حفظ و ارزش نهادینه نیروی انسانی جهت تولید و بهره‌وری بیش‌تر قرار داده‌اند. (باقی نصرآبادی، ???):  
 (؟؟) از این‌رو توجه به نیروی انسانی و تربیت طلاب برای آمادگی جهت ورود دانشی در عرصه دانش رسانه و ارتباطات از جمله دغدغه‌های مسئولان حوزه علمیه قم و مراکز وابسته حوزوی بوده است.

حضرت آیت‌الله امام خامنه‌ای در اهمیت نیروی انسانی و کارکرد آن فرموده‌اند:

ما در یکی از پیچیده‌ترین و حساس‌ترین میدان‌های زندگی - یعنی جنگ - دیدیم و با دست قدرت الهی به ما نشان داده شد که عنصر انسانی، تعیین‌کننده‌تر از همه عناصر دیگر است؛ یعنی می‌توان با تلاش مخلصانه و صادقانه و پی‌گیر و

خستگی‌ناشناس انسان‌های خوب، خلأهای ناشی از کمبود پول و صنعت و مایه‌های گوناگون را پُر کرد. (بیانات رهبر معظم انقلاب، ۰۷/۱۱/۱۳۷۰) به فرموده مرحوم علامه طباطبایی رحمه‌الله علیه «اولین کسانی که به‌طور گسترده آدمیان را به اجتماع دعوت کرده و به‌طور مستقل به حفظ و اداره انسان‌ها توجه داشتند، پیغمبران بودند.» (طباطبایی، ؟؟؟: ۸) منظور ما از نیروی انسانی در این تحقیق طلابی هستند که در یکی عرصه‌های رسانه و ارتباطات آموزش دیده است و به صورت هدفمند و معنی‌دار در راستای اهداف و آرمان‌های حوزه علمیه در مباحثات دانشی حضور مؤثری دارند و در تولید دانش دینی رسانه و ارتباطات فعال می‌باشند.

### الف- گزارش معرفی مراکز آموزشی حوزوی فعال در عرصه تربیت نیروی انسانی

گرچه اولین مرکز رسمی آموزشی هنر و رسانه توسط حرکت تنی چند از روحانیان هنرمند در سال ۱۳۶۱ به صورت «مرکز فرهنگی هنری دفتر تبلیغات اسلامی» رقم خورد، اما با اقبال حوزویان به رسانه‌ها در سال ۱۳۹۰، اداره کل تبلیغ نوین در معاونت فرهنگی و تبلیغی دفتر ایجاد گردید. در سال ۱۳۹۸ به‌منظور سازمان‌دهی مجدد و تمرکز فعالیت‌ها و گسترش آن، مرکز فرهنگی و هنری و اداره کل تبلیغ نوین با یک‌دیگر ادغام و به «معاونت فضای مجازی، هنر و رسانه» ارتقا یافت. دفتر تبلیغات اسلامی با راه‌اندازی اداره آموزش‌های هنری توانسته بیش از هفتاد دوره و کارگاه آموزشی، در بخش تربیت نیروی انسانی سهمی به خود اختصاص دهد. نمایندگی مشهد دفتر تبلیغات نیز یکی دیگر از مجموعه‌های حوزوی است که در برگزاری دوره‌های آموزشی و مهارت‌افزایی (بیش از پانصد نفر)، طراحی و برگزاری متوالی دوره تخصصی آموزشی با عناوین «ادبیات داستانی» و «سینما و رسانه‌های تصویری»، برگزاری دوره تربیت مربی سواد رسانه‌ای، برگزاری دو دوره آموزشی نویسندگی خلاق، برگزاری جلسات گفت‌وگویی طلاب هنرمند در پنج حلقه ادبیات داستانی برادران و خواهران، سینما و رسانه‌های تصویری برادران و خواهران و شعر برادران و خواهران نقش‌آفرینی کرده است. نمایندگی اصفهان دفتر تبلیغات نیز سهم به‌سزایی در برگزاری دوره تولید محتوا؛ ویدئو کلیپ، فتوکلیپ، استیکر، فیلمبرداری و...؛ (هشتصد نفر)، دوره سواد رسانه‌ای (۱۵۰ نفر)، داستان‌نویسی (۴۵ نفر)، فیلمنامه‌نویسی (۱۵ نفر)، گویندگی و فن بیان (سی نفر) و تربیت طلاب ایفای نقش نموده است. نمایندگی تهران دفتر تبلیغات نیز در برگزاری ۱۲ دوره آموزشی با عناوین تحلیل گفتمان رسانه، مهارت‌افزایی رسانه‌ای طلاب و فیلم‌نامه‌نویسی طلاب تهران فعال بوده است.

دومین مرکز رسمی آموزشی و تربیتی در عرصه رسانه و ارتباطات، دانشکده دین و رسانه است که از طریق جذب و آموزش نیروهای متعهد و متخصص حوزه علمیه در مهرماه ۱۳۷۶ دانشکده صداوسیما در شهر مقدس قم با هدف جذب طلاب واجد شرایط حوزه‌های علمیه در مقطع کارشناسی ارشد در رشته تهیه‌کنندگی تأسیس گردید. این دانشکده توانسته در رشته علوم ارتباطات اجتماعی در مقطع ارشد تاکنون ۱۶۱ نفر فارغ‌التحصیل، رشته ادبیات نمایشی در مقطع ارشد تاکنون ۶۲ نفر برادر و ۴۷ نفر خواهر فارغ‌التحصیل، رشته تولید سیما در مقطع ارشد تاکنون ۲۱۷ نفر فارغ‌التحصیل

و تدوین ۵۱۲ پایان نامه کارشناسی ارشد از سال ۱۳۷۷ تاکنون برای طلاب حوزه های علمیه کشور در شهر مقدس قم زمینه آموزش های آکادمیک را فراهم نماید.

دانشگاه باقرالعلوم (ع) سومین مرکز رسمی حوزوی است. این دانشگاه نهادی حوزوی، آموزشی و علمی است که در سال ۱۳۶۳ با عنوان مؤسسه آموزش عالی باقرالعلوم به منظور بالابردن سطح آگاهی های سیاسی طلاب در زمینه های جهان اسلام، ایران و روابط بین الملل آغاز به کار کرد و از سال ۱۳۷۰ موفق به کسب موافقت اصولی از شورای گسترش آموزش عالی کشور شد. مأموریت اساسی دانشگاه باقرالعلوم (ع) آموزش و پژوهش علوم انسانی دینی است. (<http://www.bou.ac.ir>) و توانسته از سال ۱۳۷۰ تاکنون در سطوح مختلف ارشد و دکتری گام های تربیت و آموزش طلاب در رشته های کارشناسی ارشد مدیریت رسانه: ۲۳ دانشجوی در حال تحصیل؛ کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی فرهنگ: ۱۸ دانشجوی فارغ التحصیل و ۷۵ دانشجوی در حال تحصیل؛ کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی: ۷۷ دانشجوی فارغ التحصیل و ۳۰ دانشجوی در حال تحصیل؛ کارشناسی ارشد ارتباطات با گرایش مطالعات بلاغی؛ جدیدالتأسیس؛ دکتری سیاست گذاری فرهنگی: ۲۴ دانشجوی فارغ التحصیل و ۲۱ دانشجوی در حال تحصیل؛ دکتری فرهنگ و ارتباطات: ۲۷ دانشجوی فارغ التحصیل و ۳۲ دانشجوی در حال تحصیل؛ دکتری فرهنگ و ارتباطات با گرایش مطالعات میان فرهنگی؛ جدیدالتأسیس.

مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره) از جمله مراکز حوزوی مهم در حوزه علمیه قم است. این مرکز در سال ۱۳۷۴/۹/۱۹ تأسیس شد. واحد رسانه این مؤسسه با عنوان واحد سمعی بصری در سال ۱۳۷۵ راه اندازی شد و هم اکنون با عنوان واحد مدیریت رسانه مشغول به فعالیت و برگزاری دوره های مهارتی در عرصه رسانه برای طلاب می باشد. معاونت آموزش توانسته یک دوره دکترای تخصصی مدیریت رسانه را برای علاقه مندان راه اندازی نماید که تاکنون پنج رساله دکتری در موضوع مدیریت رسانه با رویکرد دینی به جامعه علمی کشور عرضه کرده و هر کدام به صورت کتاب در اختیار علاقه مندان به این رشته قرار گرفته است.

معاونت تبلیغ حوزه های علمیه نیز در سال ۱۳۸۲ با راه اندازی اداره امور رسانه ها بمنظور محقق ساختن بیانات و انتظارات رهبر معظم انقلاب و آشناساختن طلاب با فعالیت های مجازی در رسانه ها، دوره ها و کارگاه های مهارتی را برگزار کند. از جمله فعالیت های این اداره طراحی طرح جامع هنر، طراحی دوره تخصصی سطوح ۳ و ۴ و طرح مبلغ رسانه ای جهت حضور طلاب در صداوسیما می باشد. تدوین دوره آموزشی طلاب سراسر کشور بعد از پایه ششم، طراحی دوره آموزش تخصصی هنر و رسانه در سطح ۳ و ۴ و برگزاری آموزش های مقدماتی هنر (۱۶۰۲ نفر) از جمله اقدامات آموزشی این مجموعه است.

واحد رسانه جامعه الزهرا علیها السلام نیز از جمله مراکز آموزشی برای خواهران طلبه می باشد که به منظور برگزاری آموزش های کاربردی و مهارتی در زمینه سواد رسانه، تحلیل فیلم و تربیت کارشناس در سال ۱۳۸۰ راه اندازی شد. در سال

۱۳۹۰ با راه‌اندازی انجمن و کارگروه تخصصی رسانه در اداره تبلیغ نوین و فضای مجازی، اقدام به برگزاری نشست‌های علمی پیرامون موضوعات رسانه در این مرکز نموده است. دوره آموزشی-پژوهشی رسانه‌شناسی به مدت سه سال، با حدود دویست ساعت آموزشی نقد و بررسی حدود بیست تا سی فیلم به صورت فردی و گروهی، برگزار کرده و بیش از چهارهزار صفحه پژوهش نقادانه، برای علاقه‌مندان به مطالعات رسانه داشته است.

به همت برخی از طلاب حوزه علمیه قم و در راستای تبلیغ دینی و ترویج هنر انقلاب اسلامی در سال ۱۳۸۳ مدرسه اسلامی هنر فعالیت‌های خود را در دو حیطه تربیت نیروهای آشنا به مهارت‌های کاربردی هنری از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی داستان‌نویسی، فیلمنامه‌نویسی، روزنامه‌نگاری، تجسمی، شعر و ... و همچنین تربیت هنرپژوهانی (کارشناس، نظریه‌پرداز، منتقد) که مطالعات هنری‌شان رویکرد و جهتی دینی داشته باشد، متمرکز کرد. در اوایل کار این مدرسه به صورت آزاد و برای تحصیل طلاب ایجاد شده بود و رشته‌های هنری شامل داستان، فیلم‌نامه و روزنامه‌نگاری در آن تدریس می‌شد و بعد از مدتی مدیران این مدرسه به این نتیجه رسیدند که جای بحث‌های عالی هنری در این مدرسه خالی است؛ در همین راستا مجوز مؤسسه عالی هنر و اندیشه اسلامی گرفته شد. در یک دهه فعالیت این مرکز در حوزه آموزش آزاد هنری نزدیک به دوهزار نفر از طلاب آموزش دیده‌اند، همچنین در آموزش عالی برای نخستین بار در مقطع کارشناسی ارشد و دکتری در رشته‌های فلسفه هنر و حکمت هنر اسلامی جذب دانشجوی داشتیم. (<https://www.farsnews.ir>)

مدرسه اسلامی هنر نیز در رشته‌های کارشناسی ارشد مدیریت رسانه: ۲۳ دانشجوی در حال تحصیل، کارشناسی ارشد مدیریت راهبردی فرهنگ: ۱۸ دانشجوی فارغ‌التحصیل و ۷۵ دانشجوی در حال تحصیل؛ کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی: ۷۷ دانشجوی فارغ‌التحصیل و ۳۰ دانشجوی در حال تحصیل؛ کارشناسی ارشد ارتباطات با گرایش مطالعات بلاغی؛ جدیدالتأسیس؛ دکتری سیاست‌گذاری فرهنگی: ۲۴ دانشجوی فارغ‌التحصیل و ۲۱ دانشجوی در حال تحصیل؛ دکتری فرهنگ و ارتباطات: ۲۷ دانشجوی فارغ‌التحصیل و ۳۲ دانشجوی در حال تحصیل؛ دکتری فرهنگ و ارتباطات با گرایش مطالعات میان‌فرهنگی؛ جدیدالتأسیس؛ و دفاع قریب به ۶۰ پایان‌نامه و رساله مرتبط در رشته‌های فوق وارد آموزش‌های دانشگاهی شده و با کمک فارغ‌التحصیلان خود سهم خوبی در تربیت، ایفا نماید. مدرسه اسلامی هنر همچنین آموزش‌های آزاد: داستان‌نویسی، فیلمنامه‌نویسی، هنرهای نمایشی، موشن‌گرافی، نویسندگی خلاق، مستندنگاری، فیلم‌سازی، نمایش‌نامه‌نویسی، مستندسازی، مبانی فیلم کوتاه، نقد فیلم، کارگردانی و ... برای بیش از چهارهزار نفر شرکت‌کننده از طلبه‌ها داشته است. (مصاحبه با مدیر مدرسه اسلامی هنر)

واحد تبلیغ و رسانه جامعه‌المصطفی‌العالمیه نیز از جمله مراکز آموزشی مهم در کشور و جهان است که برای طلاب غیرایرانی در سال ۱۳۹۳ راه‌اندازی شد. این مجموعه بین‌المللی حوزوی توانسته در سطح کارشناسی رشته: تبلیغ و ارتباطات؛ کارشناسی ارشد رشته‌های: ارتباطات فرهنگی، دین و رسانه؛ و دوره مهارتی مبانی ارتباطات و رسانه برای

طلاب خارجی راه اندازی نماید. همچنین این مرکز آموزشی توانسته دوره های دوره تولید و برنامه سازی تلویزیون در ۲۳ واحد، دوره مدیریت تولید برنامه های استودیویی در نه واحد، دوره مدیریت تولید پویانمایی در هشت واحد، دوره مدیریت تولید برنامه های نمایشی در هشت واحد، دوره مدیریت تولید مستند در هشت واحد، دوره های پودمانی فیلمنامه نویسی، فیلم سازی نمایشنامه نویسی، داستان نویسی و دوره آموزشی مهندسی افکار عمومی، و دوره مهارتی مدیریت رسانه برگزار نماید.

مرکز مدیریت حوزه های علمیه خواهران دومین مرکز آموزشی مهم برای خواهران می باشد. این مرکز نیز با تشکیل اداره رسانه و فضای مجازی در اداره کل تبلیغ در سال ۱۳۹۷ توانست با شناسایی طلاب فعال در زمینه رسانه و سازمان دهی آنها آموزش هایی را در دولا یه مهارتی و محتوایی در عرصه رسانه و شبکه های اجتماعی برگزار نماید. تاکنون این مرکز توانسته ۳۶ دوره با عناوین مرتبط با سواد رسانه ای و ... برای خواهران طلبه برنامه ریزی و راه اندازی نماید. آموزش اصول نگارش رسانه ای، تدوین گری فیلم (۲۷۳۳ نفر)، دانش فنی سینما و هنر (۱۷۰ نفر)، مستندسازی (۴۶ نفر)، مستندسازی با تلفن همراه (۱۲۳ نفر)، تولید نماهنگ مذهبی (سی نفر) از دیگر اقدامات آموزشی حوزه علمیه خواهران است.

دانشکده مدیریت رسانه دانشگاه ادیان نیز از جمله مراکز آموزشی است که توانسته در سال ۱۳۹۷ برای آموزش رسمی حوزویان زمینه تحصیل در رشته مدیریت رسانه برای طلاب ایرانی و غیر ایرانی راه اندازی نماید که تاکنون بیش از دوهزار نفر در سطح ارشد و دویست نفر در سطح دکترا جذب و مشغول تحصیل می باشند. (<https://urd.ac.ir>)

خبرگزاری رسا نیز از جمله مراکز آموزشی دیگر در عرصه دانش رسانه و ارتباطات است. در سال ۱۳۸۲، جمعی دانش پژوه و محقق حوزوی در حوزه علمیه قم با هدف ایجاد ارتباط رسانه ای بهتر میان جامعه و حوزه های علمیه، پایگاهی خبری تأسیس کردند. در سال ۱۳۸۶، با مجوز وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، عنوان «پایگاه خبری» جای خود را به «خبرگزاری» داد. خبرگزاری رسا از سال تأسیس تاکنون توانسته در راستای آموزش و تربیت طلبه خبرنگار اقدام به برگزاری دوره های آموزشی مقدماتی و پیشرفته خبرنگاری و خبرنگاری در هشتاد دوره برگزار نماید. (مصاحبه با مدیر عامل خبرگزاری رسا)

برآیند فعالیت این مراکز آموزشی در عرصه دانش رسانه و ارتباطات نشان می دهد گرچه این مراکز در ابتدا با آموزش های مهارتی و کارگاهی توانسته اند امکان آشنایی طلاب را فراهم نمایند. اما با فراهم نمودن تجهیز امکانات مناسب و تربیت اساتید در عرصه دانش رسانه و ارتباطات تحولات چشمگیری را رقم بزنند و در لایه پژوهش، گفتمان سازی، شبکه سازی و جریان سازی فعالیت های درخور توجه داشته و آثار خوبی در زمینه علوم انسانی خصوصاً رسانه و ارتباطات با رویکرد دینی برای جامعه علمی کشور فراهم نمایند که در بخش پژوهش به آنها اشاره خواهیم کرد.

ب- گزارش فعالیت‌های اساتید نقش‌آفرین در برگزاری دوره‌های فقه رسانه و اخلاق رسانه

از آنجا که فقه رسانه و بایدها و نبایدهای آن در عصر هژمونی رسانه‌های فضای مجازی نیازمند تحلیل و بازشناسی است (دارابی، مهر ۱۳۹۶: ش ۲، ۹-۲۷) بررسی‌های میدانی نشان می‌دهد اولین گام دانشی از طرف حوزویان در زمینه فقه و رسانه اتفاق افتاده است. کتاب «سینما در آینه فقه؛ گفتار درس خارج فقه حضرت آیت‌الله مروجی» است که در آن به برخی مسائل مبتلابه فیلم‌سازان مانند اختلاط بازیگران زن و مرد، زوجیت فرضی، احکام نگاه و حجاب بازیگران با اشاره اجمالی به ادله استنباطی پرداخته است.

از جمله اساتیدی که با تکیه بر مسائل مورد نیاز نظام اسلامی در حوزه علمیه قم در دهه ۷۰ توانست به بحث و بررسی در موضوع «اطلاعات و تحقیقات» ورود نماید، مرحوم آیت‌الله حاج میرزا علی احمدی میانجی رضوان‌الله تعالی است که در مباحث استدلالی خود با رویکردی فقهی به موضوع خبر پرداخته و به‌ویژه موضوع‌های تجسس و حریم خصوصی افراد را بررسی کرده است. از جمله دانشمندان اسلامی دیگری که به‌صورت طرح‌نامه در مساله «فقه فرهنگ و ارتباطات» طرح نسبتاً جامعی تهیه نمود و به علاقه‌مندان این دانش عرضه کرد آیت‌الله شیخ محسن اراکی می‌باشد که در ترویج فضای ترویجی حوزه علمیه برای توجه حوزه‌های علمیه و حوزویان نقش مؤثری در این زمینه ایفا نمود.

به لحاظ دانش فقه رسانه خبرگزاری رسا را می‌توان از جمله پیشگامان راه‌اندازی مباحثات درس خارج فقه رسانه و فقه خبر و خبرگزاری دانست که از سال ۱۳۸۴ پایه‌گذار اولین کرسی رسمی «درس خارج فقه رسانه و فقه خبر و خبرگزاری» می‌باشد که توسط «حجت‌الاسلام والمسلمین حاج مهدی طائب» برگزار گردیده است. در این سلسله دروس استدلالی، مباحثی مانند حکم وجوب تأسیس و اداره رسانه، احکام محصولات رسانه‌ای حرام، احکام وضعی خبر مانند خرید و فروش، ضمان و ... مورد بحث و بررسی فقهی قرار گرفته است. (مصاحبه با مدیر خبرگزاری رسا)

کرسی فقه رسانه و فقه هنر کرسی دیگری است که با حضور حجت‌الاسلام والمسلمین محمدعلی حیدری در سال ۱۳۸۶ در دانشگاه امام صادق (ع) راه‌اندازی شد. در این سالها از تطبیق موضوعات فقهی بر فعالیت‌های رسانه‌ای، تحلیل موضوعات رسانه‌ای و بازگرداندن آنها به عناوین فقهی و تبیین مسائل مستحدثه در رسانه بحث و گفت‌وگو شد. وی ادامه فقه رسانه را در مدرسه علمیه مشکوه با طلاب این مدرسه در موضوعات نظام فقهی رسانه دینی، بازیگری در نقش معصومان و مقدسان، نظام مسایل فقه موسیقی و هم‌اکنون فقه ارتباطات را تاکنون دنبال کرده است و تاکنون مشغول تربیت طلاب در این زمینه می‌باشند. (مصاحبه با استاد محمدعلی حیدری)

کرسی‌های دیگری که از طرف دانشکده صدا و سیما قم و مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما برگزار گردید مربوط به آیت‌الله احمدی فقیه با عنوان فقه تصویر برای طلاب دانشکده در سال ۹۱ برگزار گردید و کرسی فقه رسانه مربوط

به استاد احمد مبلغی است که در سال ۹۳ برای پژوهشگران آن مرکز راه اندازی شد که بعدها توسط مرحوم آیت الله حائری شیرازی با عنوان «اخلاق خبر و اطلاع رسانی تا سال ۹۶ ادامه یافت. (سایت مرکز پژوهش های اسلامی صداوسیما) با درخواست و دستور حضرت آیت الله جواد فاضل لنکرانی گروه فقه رسانه در سال ۱۳۹۵ توسط عده ای از پژوهشگران دین و رسانه در مرکز فقهی ائمه اطهار (ع) راه اندازی گردید که تا هم اکنون با حضور حجت الاسلام والمسلمین استاد عباس رفعتی در موضوع فقه رسانه برگزار گردیده است که هم اکنون در موضوع فقه فضای مجازی ادامه دارد. (سایت مرکز فقهی ائمه اطهار علیهم السلام)

استاد احمد عابدی نیز در زمینه فقه رسانه در تهران در سال ۱۳۹۰ برای طلاب دوره ای راه اندازی کردند که متأسفانه بعد از پنج جلسه متوقف شد.

یکی دیگر از کرسی های فقه رسانه نیز در شهر مشهد مقدس در سال ۱۳۹۱ با حضور حجت الاسلام والمسلمین دکتر علی نهاوندی (عضو هیئت علمی دفتر تبلیغات اسلامی، دانش آموخته حوزه علمیه مشهد و قم، از شاگردان آیت الله سید کاظم حائری و مرحوم آیت الله شیخ جواد تبریزی) راه اندازی شده است. به گزارش خبرگزاری قرآنی ایران (ایکنا/ <https://iqna.ir>) سلسله مباحث درس «فقه رسانه» در سال ۱۳۹۱ با حضور طلاب و حضور حداکثری دانش پژوهان، ابتدا در صدا و سیما مرکز خراسان و سپس در مدرسه عالی نواب برگزار گردیده است. گفتنی است که محصول مباحثات در دو جلد با عنوان فقه رسانه از طرف نشر وابسته به آستان قدس رضوی منتشر شده است. در این سلسله مباحث، کلیات فقه رسانه، ضرورت ها، ماهیت شناسی، تعاریف و متدولوژی و روش شناسی فقه رسانه، حکم حکومتی و رسانه و ... مورد بحث و بررسی قرار گرفته است.

یادآور می شود: مباحث این استاد در کتاب دو جلدی «مجموعه گفتارهای فقه رسانه و ارتباطات» به بررسی مبانی و چستی حکم فقهی پدیده های رسانه ای پرداخته می شود. در جلد نخست از این کتاب در شش گفتار «ماهیت شناسی فقه»، «ماهیت شناسی رسانه»، «رسانه دینی»، «نسبت فقه رسانه با فقه های کلان»، «اصول و قواعد فقه رسانه» و در ده گفتار دیگر «فقه محتوا و پیام های رسانه ای» شامل خدعه، اطلاع رسانی، نشر اکاذیب و شایعه پراکنی، اشاعه فحشا و منکر، احکام ارتداد رسانه، حکم مناظره و تضارب آزاد در رسانه و ... در پایان «فقه رفتار و پدیده های رسانه و ارتباطات» مثل فقه موسیقی و غنا و ... دنبال شده است. لازم به یادآوری است استاد نهاوندی هم اکنون مدیر گروه فقه هنر، رسانه و ارتباطات مرکز فقهی ائمه اطهار (ع) است. از این استاد تاکنون آثار متنوعی با موضوعات مختلف چاپ شده است که در لایه پژوهش به آن اشاره خواهیم کرد.

همچنین کرسی اخلاق رسانه از سال ۱۳۸۸ تا سال ۱۳۹۲ توسط حضرات آیات «سید هاشم حسینی بوشهری»، «سید احمد خاتمی»، «احمد مبلغی»، در خبرگزاری رسا برگزار شده است که مجموعه مباحثات نیز به زودی منتشر خواهد شد.

از جمله مباحثات دیگر که اخیراً راه‌اندازی شده است فقه فناوری می‌باشد که از سوی استاد شهریار در سال ۱۳۹۴ برگزار شده است. وی با بررسی فضای مجازی و معنای مجاز معتقد است: باید بتوانیم از این فضا (فضای مجازی) بهترین استفاده را داشته باشیم و اگر نتوانیم در این فضا پاسخ نیازهای امروزی را بدهیم، افراد و جامعه دچار چالش معنویت و مذهب خواهند شد. مجموعه مباحث فقه فناوری استاد شهریار در پایگاه تخصصی وسایل با رویکرد فقه حکومتی بارگذاری شده است. (<http://vasael.ir>)

استاد امین اسدپور نیز از جمله اساتید حوزه علمیه قم می‌باشد که ایشان اخیراً یعنی پایان سده در سال ۱۴۰۰ مباحثاتی را با عنوان «فقه فرهنگ» برای طلاب حوزه های علمیه قم راه‌اندازی کرده است. مباحثات وی در پایگاه اطلاع رسانی نشست دوره‌ای اساتید قابل دسترسی می‌باشد. (<https://www.neshasteasatid.com/node/۷۳۶۵>)

مباحثات «خارج فقه فضای مجازی» یکی دیگر از مباحثاتی است که در سال ۱۴۰۰ توسط استاد «محمدحسین ملک‌زاده» با توجه به مسائل مربوط به رمز ارز (ارز رمزپایه) و شبکه‌های اجتماعی راه‌اندازی شده است که مجموعه مباحثات در سایت <http://mabaheth.ir> قابل دسترسی است.

«درس خارج فقه بازی‌های رایانه‌ای» از جمله مباحثات دیگر و جدیدی است که در عرصه رسانه می‌باشد که در سال ۱۳۹۷ توسط استاد محمدعلی خادمی کوشا برای علاقه‌مندان به این موضوع راه‌اندازی شده است و مجموعه مباحثات در سایت مجازی بازی‌های رایانه‌ای <https://modaber.net> قابل دسترسی است.

از اوائل دهه نود یکی از افرادی که بحث فقه رسانه را با رویکرد عمیق حوزی دنبال می‌کرد، مرحوم آقای فرج‌نژاد بود که با گروهی که تشکیل داد، در مسئله‌شناسی ورود قوی و مبتکرانه داشتند. برخی از این آثار چاپ شد و برای برخی دیگر به دنبال پشتیبان بود تا محصول زحمات این گروه را بازخوانی و منتشر کنند. امیدوارم با حمایت متولیان امر این محصولات منتشر شود.

## عرصه دوم

### پژوهش و تحقیق

از منظر دین مقدس اسلام، اساس حیات فردی و یا اجتماعی هر انسانی باید مبتنی بر علم و پژوهش باشد. زیرا پژوهش که نوعی طلب دانش است سبب تغذیه جان انسان‌ها و مایه ترقی آنها است. از این رو تعالیم قرآن و سنت، توصیه بر حرکت در مدار تحقیق است. چنانچه خداوند متعال در آیات متعددی بر این فریضه مهم تأکید کرده است. قرآن کریم در آیه ۱۱ سوره مجادله: «يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ»؛ بر اهمیت علم، برتری علما و رفعت مقام آنان تصریح نموده و فرموده: خداوند کسانی را که ایمان آورده‌اند و کسانی را که علم به آنان داده شده درجات

عظیمی می‌بخشد. این‌گونه توصیفات از اهل علم و پژوهش نشان از جایگاه قرب ایشان در پیشگاه خداوند دارد که هرچه درجه بنده عالمش بالا رود قرب او به خدای تعالی نیز بیشتر می‌شود. (طباطبایی، ۱۳۶۰: ج ۱۹، ۳۲۷)

پژوهش فعالیتی است نظام‌مند که با هدف تولید دانش جدید و افزودن آن بر دانش بشری و یافتن پرسشی بی‌پاسخ در باره موضوعی خاص به انجام می‌رسد. میزان و شاخص علم و پژوهش در جامعه رابطه‌ای تعریف شده با میزان پژوهش و پژوهشگران آن دارد. هر مجموعه برای ایجاد نوآوری نیازمند اطلاعات وسیعتر در عرصه‌های دانشی است. پژوهش حاصل دانش، مهارت، توانایی و نگرش محقق است و آن نیز در بستر آموزش به دست می‌آید. (قراملکی، ۱۳۸۹: ???)

بررسی مطالعات عملکرد حوزه علمیه (گزارش مرکز مطالعات راهبردی حوزه علمیه قم ۱۴۰۰) در لایه پژوهش‌های رسانه‌ای و ارتباطاتی نشان می‌دهد که در این عرصه مراکز حوزوی با آسیب‌های عدم نیازسنجی جامع پژوهشی و نظریه‌پردازی در عرصه رسانه و ارتباطات، کمبود مطالعات نظری و پژوهش‌های کاربردی در عرصه فقه، کلام، اخلاق و مباحث عام رسانه و ارتباطات، کمبود درس‌های خارج در عرصه فقه، کلام و اخلاق رسانه و ارتباطات، ضعف موضوع‌شناسی و حکم‌شناسی در دروس خارج مرتبط با رسانه و ارتباطات، کمبود کرسی‌های نظریه‌پردازی در عرصه فقه، کلام و اخلاق رسانه و ارتباطات، فقدان رصد مستمر مسائل پژوهشی مورد انتظار از حوزه در عرصه رسانه و ارتباطات، ضعف در شناخت و بهره‌مندی دقیق از ظرفیت‌های مراکز پژوهشی رسانه‌ای حوزوی، فقدان پشتیبانی محتوایی و علمی از درس‌های خارج فقه رسانه، ضعف در شناخت و به‌کارگیری روش‌های علمی مناسب در اجرای پژوهش‌های رسانه‌ای حوزوی روبروهستند.

شناسایی و جذب پژوهش‌گران توانمند و کارآمد در حوزه پژوهش‌های کاربردی و تدوین مقالات علمی تخصصی و علمی ترویجی، بهره‌گیری از ظرفیت عظیم مراکز و نهادهای پژوهشی حوزوی در قالب پژوهش و حمایت و پشتیبانی از پژوهش‌های رسانه‌ای و ارتباطی می‌تواند در کاستن آسیب‌ها و اصلاح روند پژوهش و نوآوری موثر باشد. در این عرصه به معرفی مراکز پژوهشی می‌پردازیم که حوزویان در راه‌اندازی و عملکرد و تولیدات پژوهشی نقش داشته‌اند و آنها را در این سده در عرصه رسانه و ارتباطات راهبری نموده‌اند.

#### الف- معرفی مراکز پژوهشی

اولین مرکز پژوهشی در عرصه رسانه و ارتباطات با رویکرد دینی مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما است که به همت مدیر سازمان صدا و سیما و جمعی از طلاب در سال ۱۳۷۳ در شهر قم تأسیس شد. با توجه به حضور حوزه علمیه قم و تمرکز حضور کارشناسان مذهبی و آشنا به علوم انسانی، بمنظور تولید دانش رسانه‌ای مبتنی بر اندیشه دینی این مرکز راه‌اندازی شد. حاصل این اقدام راهبردی بعد از ۲۶ سال فعالیت چاپ و انتشار بیش از هفتصد عنوان کتاب و بیش از ۱۲۰۰ شماره از نشریات مختلف در موضوع دین، رسانه و ارتباطات است. از جمله اقدامات راهبردی این مرکز تربیت پژوهشگران آشنا به رسانه و ارتباطات از بین طلاب حوزه‌های علمیه است.

گروه فقه رسانه - که با طراحی و مدیریت حجت‌الاسلام عبدالله جلالی آغاز به کار کرده و اخیراً به نام گروه فقه، هنر و رسانه با مدیریت حجت‌الاسلام علی نهاوندی ادامه فعالیت می‌دهد - یکی از گروه‌های زیر نظر معاونت پژوهشی مرکز فقهی ائمه اطهار (ع) است که با هدف تولید و گسترش پژوهش‌های بنیادی و کاربردی به صورت تخصصی به فعالیت‌های تحقیقاتی مرتبط با فقه رسانه می‌پردازد و به دستور ریاست محترم مرکز فقهی در مرداد ماه ۱۳۹۴ راه‌اندازی و تشکیل گردید و در راستای پشتیبانی تئوریک و تولید ادبیات تخصصی و فقهی دستگاه‌های فرهنگی، هنری و رسانه‌ای دوباره شروع به فعالیت کرد. فقدان سابقه پژوهشی و مطالعاتی عمیق فقهی در زمینه هنر و رسانه، گرچه خلأ پژوهشی بزرگی است، لکن خود فرصتی را فراهم آورد که جریان پژوهشی مبتنی بر مبانی فقهی، ابتکار عمل در زمینه مطالعات فقه هنر و رسانه را در دست گرفته و از قرار گرفتن در موضع تدافعی و انفعالی در مقابل جریان پژوهشی مبتنی بر مبانی سکولار و غیردینی اجتناب گردد. اکنون این گروه توانسته است آثاری هم‌چون «مآخذشناسی توصیفی فقه رسانه و رسانه دینی»، «مبانی فقهی جنگ نرم رسانه‌ای»، «فقه تجارت و معاملات هنر هفتم یا صنعت سینما» «طنز در آینه فقه» برای علاقه‌مندان عرضه کرده است. با راه‌اندازی مراکز تخصصی نظریه‌پرداز و پژوهش‌گر و به منظور حمایت معنوی از پژوهش‌گران جهت انتشار پژوهش‌ها، دبیرخانه حمایت از پژوهش‌ها در معاونت پژوهش حوزه علمیه قم در سال ۱۳۹۹ تأسیس گردید تا به حمایت از طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با هنر و رسانه و ارتباطات اقدام نماید.

#### ب- معرفی آثار پژوهشی

بررسی آثار تجمیعی در منابع توصیفی دین و رسانه نشان می‌دهد مهمترین دغدغه طلاب در عرصه پژوهشی رویکرد فقهی، اخلاقی و فلسفی به رسانه و ارتباطات است. در این زمینه آثار متفاوتی توسط پژوهشگران تألیف شده است. آثار پژوهشی که در دهه ۷۰ از طرف حوزویان تألیف و منتشر شده عبارتند از: کتاب «رویکرد اخلاقی در رسانه‌ها (مجموعه مقالات)» جلد اول، متشکل از مقاله‌های شماری از فضلالی حوزوی است که در ۲۶۰ صفحه توسط مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌های وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی در سال ۱۳۷۵ منتشر شد.

محمود فتح‌علی در مقاله «اخلاق خبررسانی قرآن» تلاش دارد برخی از ارزش‌های خبری از دیدگاه قرآن را یادآور شود: آزر و حیا، ادب، برادری و تألیف قلوب، حق‌جویی و حق‌گویی، یقین، حکمت و برهان، ایجاد آرامش و پرهیز از آشوب و تشویش. مقاله «حق‌مداری در عرصه مطبوعات از دیدگاه امام علی (ع)» نوشته محمد سعیدی مهر است که در آن مطالبی درباره منبع خبر، حفظ حریم خصوصی افراد، ویژگی‌های دریافت‌کننده خبر و موانع اخلاقی نشر اخبار با تکیه بر کلمات امیرالمؤمنین امام علی (ع) آمده است. حجت‌الاسلام هادی صادقی نویسنده مقاله «اعتبار منبع از دیدگاه معرفت‌شناختی» است. نویسنده شباهت تعاریف اهل حدیث از خبر را با تعاریف علوم ارتباطات از خبر، عاملی برای نزدیکی این دو رشته می‌داند و از علم‌الحدیث به دانش اخبار یاد می‌کند. حجت‌الاسلام محمدرضا زبیبی نژاد نویسنده مقاله «فقه اطلاع‌رسانی»

است که در صدد تعیین وظیفه شرعی رسانه است. مقاله بعدی «آسیب شناسی ارتباطات، سانسور و خودسانسوری» تألیف محمد تقدیری است.

اما آثاری که در دهه هشتاد تألیف و منتشر شده شامل:

(۱) «حدود و مرزهای اطلاع رسانی در اسلام» عنوان مقاله یدالله حبیبی است که در سال ۱۳۸۲ در کتاب «درآمدی بر اطلاعات و اطلاع رسانی در تاریخ اسلام» توسط انتشارات دفاع منتشر شده است. نویسنده در این مقاله هشت اصل را به عنوان اصول تعیین کننده اطلاع رسانی معین می کند.

(۲) «اخلاق روزنامه نگاری؛ آسیب ها و چالش ها» مقاله محمد فولادی است که در اسفند سال ۱۳۸۶ در شماره ۱۲۳ ماهنامه معرفت چاپ شده است. وی پس از شمردن بایدهای اخلاقی در هشت مورد، نبایدهای اخلاقی را در نه مورد توضیح می دهد.

(۳) «حقوق و تکالیف خبرنگار در فقه امامیه» عنوان مقاله دکتر حسین علی سعدی، عضو هیأت علمی دانشگاه امام صادق (ع) است که در سال ۱۳۸۹ در کتاب «گفتارهایی در باب قرآن، فقه، فلسفه» از سوی انتشارات دانشگاه امام صادق (ع) منتشر شده است. فقه خبر و خبرنگار، موضوع مقاله استاد سعدی است.

(۴) «اخلاق رسانه و حریم خصوصی؛ رویکردی اسلامی» نام مقاله احمد رضا شاه علی، عضو هیأت علمی گروه معارف اسلامی دانشگاه علم و صنعت ایران می باشد که در زمستان ۱۳۸۹ در فصلنامه علمی ترویجی وسائل ارتباط جمعی «رسانه»، سال ۲۰، شماره پیاپی ۸۰، از صفحه ۴۳ تا ۵۹ منتشر شده است.

و اما آثار منتشر شده از طرف حوزویان در دهه نود عبارتند از:

(۱) «تحلیل فقهی مسئله اشاعه فحشا و تطبیق آن با فعالیت های رسانه ای» عنوان مقاله مجید تلخابی و علی تقی خانی (اعضای شورای علمی گروه فقه و حقوق ارتباطات پژوهشکده باقر العلوم (ع) است. این مقاله در کتاب مجموعه مقالات دومین همایش بین المللی «دین و رسانه» «رسانه دینی، دین رسانه ای» در سال ۱۳۹۰ توسط مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما در قم منتشر شده است.

(۲) «مبانی فقهی حقوقی اطلاع رسانی و محدودیتهای آن» مقاله ای است که علی جعفری، عضو هیأت علمی دانشگاه حضرت معصومه (س) در دو فصلنامه علمی تخصصی «فقه و حقوق ارتباطات» وابسته به گروه فقه و حقوق ارتباطات پژوهشکده باقر العلوم (ع) قم در شماره دوم، سال اول، بهار و تابستان ۱۳۹۱ تألیف کرده است.

(۳) مقاله «تکالیف خبرنگار در اسلام» نویسنده احسان علی اکبری بابوکانی، دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق دانشگاه فردوسی مشهد، در فصلنامه «پژوهش های ارتباطی» (صاحب امتیاز: سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران) سال نوزدهم، شماره پیاپی ۷۱، در پاییز ۱۳۹۱ از صفحه ۹۸ تا ۱۲۷ انتشار یافته است.

(۴) «نظام هنجاری اطلاع‌رسانی در فقه شیعه» نوشته دکتر محسن اسماعیلی (عضو هیأت علمی دانشگاه تهران) و حجت‌الاسلام عبدالله جلالی (دانشجوی دکتری تصوف و عرفان اسلامی دانشگاه ادیان) در فصلنامه علمی ترویجی و سائل ارتباط جمعی «رسانه»، سال ۲۳، شماره پیاپی ۸۹، زمستان ۱۳۹۱ از صفحه ۶۹ تا ۹۴ است. جواد فخار طوسی (۱۳۸۱)، در کتاب امام خمینی ۱ و رسانه‌های گروهی (مبانی فقهی و حقوقی)، بر طبق اصول و سنت‌های فقهی پذیرفته شده، به ویژه بر اساس دیدگاه‌های امام خمینی ۱ به بررسی رسانه‌های نوشتاری، صوتی و تصویری در ابعاد سیاست، فرهنگ و پرکردن اوقات فراغت پرداخته است. محمدرضا جباران (۱۳۸۳) در کتاب صورت‌گری در اسلام، به بررسی فقهی صورت‌گری پرداخته است.

سید حمید میرخندان (مشکات) (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان فقه موسیقی در رسانه از حکم موسیقی در دو رسانه رادیو و تلویزیون، از نظرگاه فقهی، بحث کرده است. حسین جاور و محدثه اصولی (۱۳۹۰) به صورت مشترک در مقاله خود به جایگاه فقهی مصلحت عمومی در محدودیت اطلاع‌رسانی پرداخته‌اند. مجید تلخابی و علی تقی‌خانی (۱۳۹۰) به صورت مشترک در مقاله خود به تحلیل فقهی مسئله اشاعه فحشا و تطبیق آن با فعالیت‌های رسانه‌ای پرداخته‌اند.

حسین علی سعدی و مهدی بیژنی (۱۳۹۱) در مقاله خود نشر اکاذیب در حوزه رسانه‌ها و مطبوعات از منظر فقهی بررسی کرده‌اند. علی جعفری (۱۳۹۱) در مقاله خود مبانی فقهی حقوقی اطلاع‌رسانی و محدودیت آن را بررسی کرده است. سید حمید میرخندان (مشکوه) (۱۳۹۱) در اثر خود با عنوان فقه نگاه در رسانه‌های تصویری از فقه نگاه و رسانه گفت‌وگو کرده است.

شهسوار پیری (۱۳۹۱) در کتاب بررسی فقهی احکام بازیگری در رسانه‌های دیداری (سینما، تلویزیون و تئاتر) تلاشی علمی در جهت تبیین احکام بازیگری در رسانه‌های دیداری انجام داده است. سید مصطفی حسینی رودباری و محمد سلیمی (۱۳۹۱) مشترکاً کتابی با عنوان موسیقی و رسانه: فقه موسیقی و معیارهای کاربردی منتشر کرده‌اند. این کتاب اولین کتاب در فقه موسیقی به شمار می‌آید.

عبدالله عباسی آرانی (۱۳۹۲) در کتاب بازیگری زن در آئینه شریعت، به احکام فقهی پوشش لباس زن در بازیگری از جمله پوشیدن لباس جنس مخالف، لباس شهرت، لباس غیرمسلمان و لباس مهیج اختصاص داده است.

احمد مبلغی (۱۳۹۳) در مقاله خود با عنوان پیش‌درآمدی بر فقه رسانه به موضوع شناسی در فقه رسانه پرداخته است. حسین علی سعدی و مهدی بیژنی و ابوذکر فداکار داورانی (۱۳۹۳) به صورت مشترک در مقاله خود تحلیلی فقهی بر آرایش چهره بازیگر (گریم) در هنرهای نمایشی، ارائه داده است.

محمدرضا روزبهانی (۱۳۹۳) در کتاب جایگاه فقهی و حقوقی فیلترینگ (محدودیت) در رسانه‌های مجازی از دیدگاه مذاهب خمس، به بررسی مواردی پرداخته است که باعث ایجاد فیلترینگ می‌شود و همچنین جواز و عدم جواز آن موارد

از منظر فقه و حقوق اسلامی و از منظر مذاهب خمسسه مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهایی ارائه گردیده است. همچنین به مسئله استفاده از فیلترشکن‌هایی پرداخته شده است که در دنیا به دنبال فیلتر هر سایتی، برای خود بازاری ایجاد کرده است.

محمود اکبری (۱۳۹۴) در کتاب احکام موبایل و رسانه‌ها، به احکام و مسائل شرعی مربوط به موبایل و رسانه پرداخته است که در چهار فصل گردآوری و تنظیم کرده است. علی نهایندی (۱۳۹۵) سلسله مباحثی درباره فقه رسانه (سلسله بحوث حول فقه الاعلام) در سه فصل، فصل اول اصول و مبانی و تعاریف و کلیات، فصل دوم موضوعات، مفردات، و احکام فقهی رسانه و در فصل آخر به مباحث حقوق رسانه‌ها یا رگولاتوری پرداخته است.

سید محمد مکتبی (۱۳۸۴) در کتاب خبر و اخلاق خبرنگاری کوشیده است با تعیین نقش و اهمیت اخلاق در حرفه خبرنگاری، تأثیر اخلاق اسلامی بر فرآیند اطلاع‌رسانی را نیز در حد توان تبیین کند. اشرف‌سادات احدزاده (۱۳۸۸) در کتاب اخلاق رسانه‌ای در خبر، به مبانی اخلاقی خبرنگاری در رسانه‌ها پرداخته است. محمد فولادی (۱۳۸۹) در مقاله خود با عنوان اخلاق و رسانه، به ارتباط میان اخلاق و رسانه و نحوه تعامل آن‌ها پرداخته است. وی همچنین در سال (۱۳۹۰) در مقاله دیگری از اخلاق رسانه، از بایدها و نبایدهای اخلاقی در رسانه ملی گفت‌وگو کرده است. حمید یزدانیان (۱۳۹۲) در کتاب اخلاق و رسانه: هنجارهای اخلاقی حاکم بر اطلاع‌رسانی در رسانه‌های جمعی از دیدگاه اسلام، معتقد است الگوی اطلاع‌رسانی صحیح، اصول اخلاقی حاکم بر آن و بایسته‌ها و نبایسته‌های اطلاع‌رسانی از شیوه اطلاع‌رسانی قرآن قابل استنباط و استفاده است.

محمد فولادی (۱۳۹۳) در کتاب اصول اخلاقی حاکم بر رسانه از دیدگاه اسلام با تأکید بر سیمای جمهوری اسلامی ایران به ارائه دیدگاه اسلام در زمینه اصول اخلاق حرفه‌ای رسانه پرداخته است.

محسن خندان (۱۳۸۴) در کتاب خود با عنوان تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی با «نگاهی به دانش ارتباطات به تشریح مدل منبع - معنا» پرداخته است.

ابراهیم فیاض (۱۳۸۹) در کتاب خود با عنوان تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات به معناشناسی کلمه ارتباطات، فرهنگ و ارتباطات، جهان‌پدیداری و ارتباطات، میان‌متنیت و ارتباطات، الگوهای مبادله معنا و الگوهای تکمیلی می‌پردازد.

حسن خیری (۱۳۸۹) در کتاب خود با عنوان دین، رسانه، ارتباطات اجتماعی: پیش‌درآمدی بر نظریه ارتباطات اسلامی در صدد است تا با طرح دیدگاه‌ها و بیان اقتضائات رسانه‌ای و پیام‌های دینی، بر ضرورت ورود به نظریه‌پردازی در این عرصه تأکید نماید.

همچنین دانشگاه باقرالعلوم (ع) در مورد نظریه‌پردازی ارتباطات جمعی از منظر اسلام و هم‌شناسی فرهنگی به‌عنوان الگوی بینا فرهنگی به تولید علوم و نظریه رسانه اسلامی پرداخته است.

سید وحید عقیلی و عبدالحسین خسروپناه و امین طیب طاهر (۱۳۹۰) در مقاله خود با عنوان روش‌شناسی دانش ارتباطات، درآمدی بر روش‌شناسی اسلامی به بحث چيستی روش پرداخته و تعریفی برگزیده ارائه می‌کنند. این تعریف دارای دو بخش ابزار گردآوری اطلاعات و بخش فهم، توصیف و داوری نظریه است.

حسن یوسف‌زاده و اصغر اسلامی تنها و سید محمدعلی غمامی (۱۳۹۴) به صورت مشترک در کتاب خود با عنوان درآمدی بر ارتباطات جمعی از منظر اسلام (الگوی رسانه مطلوب)، با رویکردی فلسفی و جامعه‌شناختی به تکنولوژی‌های ارتباط جمعی پرداخته و از الگوی رسانه مطلوب و شاخصه‌های آن از نگاه اسلام با ادبیات ارتباطی بحث کرده‌اند.

سید حسین شرف‌الدین (۱۳۹۴) در کتاب خود با عنوان سرگرمی رسانه‌ای: رویکردی اسلامی ارتباطی به سرگرمی در سیمای ملی، الگوی مطلوب سرگرمی را بررسی کرده است.

حجت‌الله بیات (۱۳۹۴) در کتاب خود با عنوان دین و مبانی ارتباطات به مباحث ارتباطات، دین و نظام ارتباطات توحیدی و دین و آینده ارتباطات پرداخته است.

کمال اکبری به کمک جمعی از پژوهشگران (۱۳۹۵) در کتاب خود با عنوان درآمدی بر ارتباطات و اطلاعات در اسلام جایگاه ارتباطات و اطلاعات در منابع اسلامی را مورد پژوهش قرار داده‌اند.

### ج - نظریه‌پردازی

یکی از لایه‌های مهم در عرصه پژوهش، نظریه‌پردازی و نظریه‌پرداز است. برای شکوفایی تفکر، طرح نظریه و تولید علم احتیاج به یک فضای سالم می‌باشد، فضایی که مشوق تولید علم باشد.

بررسی عملکرد حوزه علمیه و حوزویان در عرصه دانش رسانه و ارتباطات نشان می‌دهد که حوزه با خلأ جدی در این عرصه روبه‌روست. تربیت نیروی انسانی نظریه‌پرداز، پژوهش‌گر در سطوح عالی، ایده‌پرداز رسانه‌ای، آینده‌پژوه و راهبردنگار و کرسی‌های نظریه‌پردازی در عرصه‌های رسانه و ارتباطات، راه‌اندازی کرسی‌های آزاداندیشی، نقد و نظر و نظریه‌پردازی در مباحث رسانه‌ای، تقویت نظریه‌پردازی در حوزه دین و رسانه از طریق تأسیس مراکز تخصصی و شاخه‌های میان‌رشته‌ای جدید در حوزه‌های علمیه همگام با تحولات روزآمد رسانه از ضرورت‌های امروز حوزه علمیه قم است. بررسی‌ها نشان می‌دهند تعداد محدودی از طلاب در این عرصه ورود کرده‌اند. در این بخش به پیشگامانی که گام‌های مقدماتی را در این زمینه برداشته‌اند اشاره می‌کنیم.

در این بخش به معرفی مراکزی اشاره می‌کنیم که در برگزاری نشست‌های علمی زمینه معرفی نظریه‌پردازان و نظریه‌پردازی را در حوزه علمیه قم فراهم نموده‌اند. دانشگاه باقرالعلوم از طریق برگزاری نشست‌های علمی و جهت‌دهی پایان‌نامه‌های طلاب توانسته است بستر نظریه‌پردازی را ایجاد نماید. مجمع عالی حکمت اسلامی نیز با برگزاری ۳۵

نشست علمی، نقش اساسی در تولید فلسفه رسانه دارد. دفتر تبلیغات اسلامی نیز با برگزاری بیش از چهل نشست تخصصی اساتید زیادی را معرفی نموده است. اداره کل پژوهش‌های اسلامی صداوسیما در طول ۲۵ سال توانسته است در تولید دانش هنری و رسانه‌ای با رویکرد اسلامی تولید دانش نظری و علوم کاربردی برای رسانه دینی، تولید علم بومی در زمینه فیلمنامه‌نویسی براساس اندیشه دینی و برخوردار از کرسی‌های نظریه‌پردازی، انجام پژوهش‌های بنیادین، کاربردی، راهبردی و تولیدکننده الگوهای رسانه تراز اسلام و انقلاب اسلامی باشد.

## د- گفتمان‌سازی

یکی از لایه‌های مهم در زمینه پیشرفت دانش رسانه و ارتباطات در بین حوزویان گفتمان‌سازی است. گفتمان از منظر رهبر معظم انقلاب اسلامی یعنی یک مفهوم و یک معرفت در برهه‌ای از زمان در یک جامعه همه‌گیر بشود، آن وقت این می‌شود گفتمان جامعه. این، با کارهای جدا جدا برنامه‌ریزی نشده، حاصل نخواهد شد؛ این کار احتیاج دارد به برنامه‌ریزی و کار فعال و مثل دمیدن پیوسته در وسیله فشاری است که می‌تواند آب یا مایه‌ی حیات یا هوا را به نقاط مختلفی که مورد نظر است، برساند. باید دائم با این دم دمید، تا این اشتعال همیشه باقی بماند. این کار هیچ نباید متوقف بشود و به برنامه‌ریزی احتیاج دارد. (بیانات در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون، ۱۳۸۸/۰۹/۲۲) باید این گفتمان‌سازی انجام بگیرد که البته نقش رسانه‌ها و بالخصوص نقش روحانیون و نقش بزرگان و اساتید دانشگاهی حتماً نقش بارز و مهمی است؛ (همان، سومین نشست اندیشه‌های راهبردی، ۱۳۹۰/۱۰/۱۴) چراکه لازمه تحقق الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت و رسوخ آن در میان نخبگان، گفتمان‌سازی آن در جامعه است. (دیدار اعضای شورای عالی مرکز طراحی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت با رهبر انقلاب، ۱۳۹۱/۱۲/۱۴)

رسانه‌های حوزه علمیه قم در صد سال اخیر دارای ویژگی متمایزی نسبت به رسانه‌های امروزی هستند. زیرا براساس الگوی امت - امامت، به دنبال تلازم گفتار با رفتار و تحقق نظام معنایی متناسب با نیاز دینی جامعه هستند. گفتمان رسانه‌ها یکی از سطوح گفتمان در علوم اجتماعی شمرده می‌شود. رویکرد گفتمانی در رسانه‌های جمعی پراکنده و متنوع و متأثر از گرایش‌های تحلیل متن و نشانه‌شناسی است؛ از این رو به ابعاد ایدئولوژیک پیام‌های رسانه‌ها و شرایط فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و بافت‌های موقعیتی و تاریخی فرامتن نیز می‌پردازد. زیرا این فرایندهای ذهنی و ادراکات مخاطبان است که به پیام‌های رسانه‌ها معنا و مفهوم می‌بخشد. (بهرام‌پور، ۱۳۷۹: ۵۵)

گفتمان حوزه انقلابی در دهه ۱۳۸۰ بر چند محور تمرکز داشت. محور اول، تولید علوم اسلامی بود. در پی مطالبه تحول و ارتقای علوم انسانی از سوی رهبر معظم انقلاب و پاسخ ایشان به نامه جمعی از دانش‌آموختگان و پژوهشگران حوزه علمیه قم مبنی بر تشکیل کرسی‌های نظریه‌پردازی، پاسخ به شبهات، نقد و مناظره در بهمن ۱۳۸۱ خیزشی در حوزه علمیه قم مبنی بر تولید علوم انسانی اسلامی، طرح منطقی ایده‌ها، رواج نظریه‌پردازی، نوآوری روشمند و نهادسازی برای

اجابت پرسش‌های نوین ایجاد شد. مؤسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی و سایر مراکز علمی حوزوی نیز وارد عرصه شدند و به تربیت نسلی از فضالای حوزوی و تولید ادبیات علمی در این خصوص پرداختند.

در عرصه اطلاع‌رسانی با ورود فناوری ارتباطات و اطلاعات و گسترش اینترنت در کشور، شاهد تأسیس سایت‌های دینی و پایگاه‌های اطلاع‌رسانی حوزوی بودیم. هم‌چنین خبرگزاری‌ها و نشریات حرفه‌ای مانند خبرگزاری رسا و مرکز خبر حوزه و هفته‌نامه افق حوزه در این دوره راه‌اندازی و باعث شکوفایی اطلاع‌رسانی و آشنایی طلاب با فرایند حرفه‌ای خبرنگاری و تربیت نسلی از طلاب روزنامه‌نگار شدند. کنش ارتباطی دیگر حوزه علمیه قم در این دهه، ورود به عرصه نشریات تخصصی بود. در این دوره رسانه‌ها و نشریات حوزوی به موضوعات تخصصی قرآن، حدیث، فقه، اصول، کلام، فلسفه، سیاست، جامعه، تاریخ، اخلاق، علوم تربیتی، روان‌شناسی، خانواده، نقد اندیشه، فرهنگ، تبلیغ، ارتباطات و ادبیات روی آوردند و هم‌گام با نیازهای روز به تولید ادبیات گفتمانی پرداختند. از مهم‌ترین کنش‌های ارتباطی حوزه علمیه قم در این دوره می‌توان به تشکیل اتاق‌های فکر رسانه‌ای، تقویت سواد رسانه، ورود به شبکه‌های اجتماعی مجازی، تولید محتوا در قالب‌های نوین، راه‌اندازی شبکه‌های تلویزیونی ماهواره‌ای، تربیت کارشناسان دینی برای رسانه ملی، تولید مستند، نقد فیلم، داستان‌نویسی، تبلیغ مجازی و صیانت از چهره به تصویر کشیده شده از روحانیت در فیلم‌های سینمایی اشاره کرد. با این حال مهم‌ترین ابزار گفتمان‌سازی راه‌اندازی کرسی‌های آزاداندیشی، همایش‌ها و نشست‌های علمی و پژوهشی رسانه و ارتباطات حوزوی و جشنواره‌ها است. در این بخش به معرفی مراکز علمی و پژوهشی اشاره می‌کنیم که در گفتمان‌سازی نقش ایفا کرده‌اند.

اولین همایش بین‌المللی دین و رسانه به همت صدای جمهوری اسلامی ایران و دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران - با حضور اندیشمندی از ایران، آمریکا، ایتالیا و استرالیا - در سال ۱۳۸۴ در تالار ابن‌خلدون این دانشکده برگزار شد. در این همایش مقاله‌هایی با موضوعات مختلفی چون دین، رسانه و جهانی شدن، مقدس‌سازی فرهنگ معاصر، رسانه‌ای کردن دین و ... از پژوهشگران حوزه علمیه قم ارائه شد. (<https://jamejamonline.ir/fa/news/۸۰۱۸۴>)

دومین همایش بین‌المللی دین و رسانه «از سلسله همایش‌هایی است که مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما به همت طلاب جهت بازاندیشی و کاوش‌های نظری و کاربردی در این حوزه مهم برگزار نموده است. در این همایش تلاش شده بود تا با توجه به مبانی هستی‌شناختی و انسان‌شناختی این مقولات، الزامات دینی رسانه را بازکاوی شود و با طرح چشم‌اندازهایی علمی در نظریه‌های رسانه از منظر دین و نسبت‌سنجی کارکردهای رسانه در حیات دینی، و حضور دین در گستره رسانه‌های جهانی مطالعات فرهنگی جدی را تبیین گردد. از سوی دیگر مسئله مجازی شدن دین در رسانه و طرح معارف دینی اصیل و بروز امر قدسی در آیین رسانه مورد توجه قرار گرفته است. خلاصه برخی از مقالات برگزیده که به دبیرخانه همایش رسیده، در کتابی تحت عنوان دین و عصر رسانه در سال ۱۳۸۸ از طرف این مرکز منتشر شده است. امیدواریم این تلاش‌ها، بستری علمی پژوهشی را جهت بذل توجه اندیشه‌ورزان فراهم نماید.

دومین همایش سراسری در زمینه رسانه تلویزیون و سکولاریسم، در سال ۱۳۸۶ برگزار شد. این همایش را می توان سرآغازی برای تلاش و جهاد علمی گسترده و متنوع و عمیق در حوزه مطالعات رسانه‌ای دانست. پژوهشگران در این همایش به بررسی برخی از مباحث در حوزه مطالعات رسانه‌ای پرداخته بودند.

سومین همایش سراسری نیز با موضوع رسانه، تلویزیون و سکولاریسم به مباحث جامانده در همایش پیشین پرداخته است که با هدف زمینه‌سازی برای تولید دانش در حوزه هنر، دین و رسانه برگزار شده و از آنجا که دغدغه اصلی سازمان‌های رسانه‌ای دینی و نیز متفکران حوزه مطالعات رسانه‌ای، تدوین تئوری هنجاری برای ترسیم نقشه راهبردی رسانه دینی در سپهر رسانه‌ای جهان می‌باشد، نسبت میان دین و رسانه و نحوه تعامل و پیوند این دو باهم در مقالات این همایش به خوبی بررسی شده است.

چهارمین همایش مربوط به راهکارهای برگردان مفاهیم معنوی به فیلمنامه در سال ۱۳۸۹ است که مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما تلاش کرده فعالیت‌هایی را در این زمینه سامان دهد. در این همایش تلاش شد با گرد هم آوردن صاحب‌نظران و پژوهشگران با دیدگاه‌های متفاوت و آماده‌سازی بستری برای بیان نظریاتشان، زمینه انتقال نظرگاه‌های متفاوت بر محور فیلمنامه دینی فراهم شود.

در این میان، یادآوری دو نکته ضرورت دارد: (۱) در این همایش بر «برگردان مفاهیم معنوی» و نه صرفاً دینی تأکید شد تا با پرهیز از بحث و جدل‌های بی‌پایان درباره درستی یا نادرستی ترکیب «سینمای دینی» یا «فیلمنامه دینی» بر ارائه راهکارهای علمی تمرکز شود. خواننده محترم نیز با نگاهی گذرا به عنوان مقاله‌های این مجموعه اذعان خواهد کرد که همایش در این زمینه موفق عمل کرده است. (۲) در عنوان همایش به جای «سینمای دینی» بر «فیلمنامه دینی» تأکید شد؛ چون فیلمنامه، یکی از مهم‌ترین و تعیین‌کننده‌ترین عنصر در ساخت و جهت‌دهی معنایی یک فیلم به‌شمار می‌رود. به همین دلیل، این نظر مفروض گرفته شد که اگر فیلمنامه دینی داشته باشیم، به احتمال قوی، فیلم دینی هم خواهیم داشت.

آخرین همایش علمی پژوهشی که از طرف این مرکز برگزار گردیده، همایش اخلاق و رسانه در سال ۱۳۹۷ می‌باشد که در راستای دست‌یابی به رسانه تراز انقلاب اسلامی با همکاری پنجاه نهاد عالی حوزوی، دانشگاهی و رسانه‌ای و استادان، پژوهشگران، دانشجویان، طلاب و فضلا برگزار شده است. رویکرد این همایش در بخش‌ها و موضوعات پیشنهادی، مبانی معرفت‌شناسی، هستی‌شناسی، انسان‌شناسی، دین‌شناسی، ارزش‌شناسی و روش‌شناسی اخلاق اسلامی و در دو محور اصلی بررسی، تبیین و آسیب‌شناسی رسانه اخلاقی و بررسی، تبیین و آسیب‌شناسی اخلاق رسانه‌ای است. همایش حوزه رسانه و ارتباطات نیز در سال ۱۳۹۴ به همت جامعه‌المصطفی برگزار گردید. همایش حوزه رسانه و ارتباطات دارای دو محور اساسی «دین و رسانه» و «تبلیغ دین و رسانه» است موضوعاتی مانند: دین رسانه‌ای، دین در

رسانه، رسانه دینی، تحلیل نظریه‌های ناظر به ارتباط دین و رسانه، رسانه و دین: فرصت‌ها و محدودیت‌ها، رسانه و دین: تهدیدها و نقش حوزه در نبرد رسانه‌ای، از جمله بخش‌های گوناگون محور نخست به‌شمار می‌روند.

به‌منظور شناسایی و کشف استعدادها و هنری طلاب، سوق دادن طلاب به سوی فعالیت‌های هنری، سازمان‌دهی نیروهای هنرمند حوزه، ایجاد ارتباط بین طلاب و فضایی هنرمند، شناسایی و معرفی مراکز هنری مرتبط به حوزه‌های علمیه معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه با مشارکت مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما اقدام به راه‌اندازی جشنواره هنری و رسانه‌ای با عنوان جشنواره هنر آسمانی نمود. ایجاد ارتباط میان طلاب هنرمند و دیگر هنرمندان، ترویج فرهنگ و انگیزه پژوهش در عرصه هنر و حمایت از پژوهش‌های هنری و حمایت از آثار هنری طلاب و فضلا از دیگر اهداف دبیرخانه این جشنواره اعلام شده است.

بدون تردید حوزه‌های علمیه که اهداف فرهنگی متعالی را در این جهان پیچیده و پیوسته در حال تغییر دنبال می‌کند، خواستار طی کردن مسیر رشد و ترقی است و از این جهت باید قادر باشد ضمن در نظر گرفتن تمام مصالح و مقتضیات بومی و آموزه‌های دینی و فقهی، به نحوی مؤثر از فناوری‌های نوین اطلاعاتی و ارتباطی بهره‌مند باشند. این امر علاوه بر شناخت کافی از ویژگی‌های این فناوری‌ها و پیامدهای استفاده از آنها محتاج تدوین و موشکافی در مباحث دینی و فقهی مرتبط است. امید می‌رود انجمن علمی ارتباطات و تبلیغ حوزه علمیه بتواند با استفاده از جمع اندیشمندان و فضایی برجسته این مهم را به سرانجام رساند. تعدادی از اساتید و اندیشمندان در عرصه ارتباطات و تبلیغ از حوزه‌های علمیه به دور هم جمع شده‌اند تا بتوانند به سهم خود در قالب برگزاری نشست‌های علمی، دوره‌های آموزشی، کرسی‌های علمی، تألیف مقالات و انجام پروژه‌های پژوهشی قدم‌های جدیدی در توسعه دانش بردارند. (<http://sarais.ir>)

البته مراکزی چون اداره آموزش‌های هنری دفتر تبلیغات اسلامی نیز توانسته بیش از چهل نشست تخصصی در زمینه هنر و رسانه و ارتباطات برای طلاب برگزار کند که در گفتمان سازی سهمی جدی داشته باشد. گروه فلسفه هنر و ارتباطات مجمع عالی حکمت اسلامی نیز توانسته با برگزاری چهل نشست علمی در حوزه فلسفه رسانه و ارتباطات در گفتمان سازی نقش‌آفرین باشد.

## ۵- شبکه‌سازی

پس از لایه گفتمان سازی نوبت به لایه شبکه‌سازی می‌رسد. شبکه‌سازی در سیاق فرهنگ اسلامی و معارف شیعی، با یک شبکه مفهومی خاصی در ارتباط است و آن را به گونه‌ای خاص، تعریف می‌کند. «امت» در کاربرد قرآنی، بیشتر درباره گروهی از مردمان به کار رفته است که یک نظام معنایی مشترک و روابط اجتماعی خاصی با همدیگر دارند و به نظام معرفتی ویژه‌ای باورمند بوده و براساس آن، رفتار می‌کنند «لِکُلِّ أُمَّةٍ جَعَلْنَا مَنْسَكًا هُمْ نَاسِكُوهُ؛ (حج، ۶۷) برای هر امتی مناسبی قرار دادیم که آنها بدان عمل می‌کنند.» رفتار جمعی امت‌ها توسط فرستاده خدا و امام، تبیین و هدایت

می شود. «وَجَعَلْنَا مِنْهُمْ أُمَّةً يَهْتَدُونَ بِأَمْرِنَا؛ (سجده، ۲۴) برخی از آنان را پیشوایانی قرار دادیم که به فرمان ما (مردم را) هدایت می کردند.» فرستاده و منصوب خدا در هر امتی به زبان، عرف و هنجارهای آن قوم، تبیین و ارشاد می کند؛ «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلَّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ؛ (ابراهیم، ۴) و ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم تا [بتواند به وسیله آن زبان، پیام وحی را به روشنی] برای آنان بیان کند. پس خدا هر کس را بخواهد [به کیفر لجاجت و عنادش] گمراه می کند و هر کس را بخواهد، هدایت می نماید.»

سابقه شبکه سازی در حوزه علمیه قم به قبل از انقلاب اسلامی برمی گردد. برخی از صاحب نظران، عوامل اقتصادی و طبقاتی را مهم ترین عامل حدوث انقلاب ها می دانند و برخی دیگر، عوامل فرهنگی مانند هنجارهای اجتماعی و ارزش های اجتماعی را عمده ترین عوامل وقوع انقلاب معرفی می کنند. کسانی هم هستند که بحران های سیاسی از قبیل بحران مشروعیت و قدرت و تجزیه قدرت سیاسی را مهم ترین عامل وقوع انقلاب می دانند. عده ای نیز آن را براساس عوامل روان شناختی و رفتاری تبیین می کنند؛ بنابراین همیشه باید رد پای عوامل مختلفی را در هر انقلابی جست. از جمله این عوامل مهم، شبکه ارتباطات سنتی و حوزه های عمومی و اجتماعی است. شبکه ارتباطات سنتی در انقلاب اسلامی موجبات شگفتی بسیاری از محققان و نظریه پردازان حوزه ارتباطات و جامعه شناسی سیاسی را فراهم آورد.

الیهو کاتز، استاد علوم ارتباطات در ایالت متحده امریکا در مقدمه کتاب بازنگری امپریالیسم رسانه ای می نویسد:

«... مشاهدات ما در جریان انقلاب [امام] خمینی نشان دادند که نیرومندترین سازمان رادیو تلویزیونی جهان سوم و دومین سازمان رادیو-تلویزیونی آسیا، پس از ژاپن؛ یعنی «سازمان رادیو - تلویزیون ملی ایران»، با وجود تمام وفاداری به رژیم حاکم، در برابر یک شبکه ارتباطی میان فردی، مرکب از روحانیان، بازاریان و دانشجویان، با استفاده از اعلامیه ها و نوارهای صوتی کاست، فلج شد و از کار افتاد. پس از این، باید به همکاران پژوهشگر ارتباطات، توصیه کرد که درباره این پدیده جدید، به مطالعه بپردازند.» (فرقانی، ۱۳۸۷: ۶۱)

امروزه شناخت کارکردها و قابلیت های شبکه ارتباطات سنتی، در کنار شبکه ارتباطات همگانی و نیز فناوری های نوین ارتباطی، امکان بهره گیری از آن را در جهت اهداف حوزه علمیه فراهم می سازد. از طریق شبکه سازی اجتماعی، هدف نهایی ایجاد شبکه ای از طرفداران و دنبال کنندگان و شکل دادن به روابط می باشد.

از آنجا که ممکن است حوزه علمیه و مراکز حوزوی برای آن که در شبکه سازی رسانه ای و ایجاد دکترین یکپارچه دچار چالش باشند. لازم است از طریق راه اندازی هم اندیشی ها و نشست هایی مرتبط با آسیب شناسی شبکه سازی برگزار کنند و در آن از دریافت ارائه راهکارها نیز بهره مند گردد. در این بخش به معرفی مراکزی می پردازیم که تا حدودی در مسیر شبکه سازی گام برداشته اند و تجربیاتی نیز در این زمینه کسب کرده اند می پردازیم. بررسی ها نشان می دهد در مجموع تنها دو مرکز حوزوی است که در شبکه سازی توانسته تجربه خوبی را کسب کنند و در سامان دهی گروه ها و آماده سازی آنها برای جریان سازی موفق عمل نمایند.

مرکز رسانه‌ای معاونت تبلیغ حوزه علمیه قم با آغاز فعالیت‌های مجازی در رسانه‌ها با شناسایی و سازمان‌دهی طلاب رسانه‌ای خودجوش فعال شبکه‌ای از گروه‌های تبلیغی در فضای مجازی را ایجاد کند. در این زمینه مرکز رسانه توانسته از سال ۱۳۹۹ تاکنون شش استان را به هم وصل کند و شبکه‌ای از طلاب فعال را در سامانه‌ای تحت عنوان سامانه رهروان ولایت و سامان مبلغان با حجمی از ۷۵۰۰ نفر روزانه فعالیت داشته باشد.

اداره رسانه و فضای مجازی اداره تبلیغ حوزه‌های علمیه خواهران در سال ۱۳۹۷ نیز با فراخوان طلاب علاقه‌مند به رسانه و ارتباطات و برگزاری کارگاه‌های مهارتی در زمینه آموزش‌های موبایلی برای ۳۱۰۰ نفر از خواهران طلبه را و با استفاده از مباحثات معرفتی اتفاقات خوبی را در شبکه‌های مجازی داخلی و خارجی شبکه‌ای از خواهران فعال را ایجاد نماید که به نقش این شبکه در لایه جریان‌سازی اشاره خواهیم کرد.

مرکز رسانه و فضای مجازی در سال ۱۳۹۹ به دستور مستقیم مدیر محترم حوزه‌های علمیه راه‌اندازی شد. این مرکز با سه مدیریت «اطلاع‌رسانی و خبر»، «مدیریت فضای مجازی و چندرسانه‌ای» و «مدیریت رسانه» مأموریت‌های زیر را دنبال می‌کند:

ایفای نقش محوری به‌عنوان مرجع اصلی و رسمی رسانه‌های حوزوی داخل و خارج از کشور؛ انتقال اندیشه، دانش و فرهنگ اسلام ناب محمدی صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم در ابعاد ملی و فراملی با استفاده از ابزار هنر، رسانه، فضای مجازی؛ ارائه الگوی رسانه و فضای مجازی مطلوب براساس شاخص‌های دینی و اجرای آن از طریق فرهنگ‌سازی، گفتمان‌سازی و جریان‌سازی مؤثر و استفاده از ظرفیت‌های حقوقی و قانون‌گذاری؛ انجام مطالعات بنیادین، وضعیت‌شناسی، آینده‌پژوهی، مسئله‌یابی و سیاست‌گذاری متناسب در حوزه رسانه و فضای مجازی؛ بازنمایی صحیح حوزه و روحانیت و صیانت از شأن و جایگاه حوزه و حوزویان از طریق تولید آثار و نظارت بر فعالیت‌های رسانه‌ای مرتبط با نهاد روحانیت در رسانه و فضای مجازی با تأکید بر رسانه ملی و سینما؛ ... اطلاع‌رسانی، طبقه‌بندی و انتشار شبکه‌ای، سازمان‌یافته، به‌هنگام و هدف‌مند محصولات و دستاوردهای رسانه‌ای حوزه‌های علمیه؛ طراحی، ایجاد زیرساخت، تأمین محتوا و راهبری رسانه‌های نوین حوزوی از جمله تلویزیون‌های اینترنتی، بازی‌های رایانه‌ای و دیگر سکوها و درگاه‌ها؛ تسهیل و بسترسازی جهت تولید محتواهای فاخر رسانه‌ای مکتوب، دیجیتالی و چندرسانه‌ای توسط طلاب و حوزه‌های علمیه به زبان‌های مختلف؛ مستندسازی، ثبت تاریخ شفاهی و تاریخ‌نگاری هنری و رسانه‌ای حوزه‌های علمیه؛ شناسایی، استعدادیابی، تربیت، سامان‌دهی، سیاست‌گذاری، جریان‌سازی و راهبری جبهه واحد فضای مجازی و رسانه‌های دینی و حوزویان فعال در عرصه رسانه؛ ارتقای دانش، بینش و مهارت حوزویان و نخبگان از طریق طراحی و ارائه آموزش‌های تخصصی و مهارتی سواد رسانه به‌منظور تأثیرگذاری و مصونیت‌بخشی در سطح ملی و بین‌المللی؛ ارتقای تعامل و هم‌افزایی ارتباطات بین‌رسانه‌ای حوزه‌های علمیه با دیگر مراکز هم‌سو در عرصه‌های ملی و بین‌المللی؛ از جمله مأموریت-

های این سه معاونت می باشد. (نظام جامع رسانه و فضای مجازی حوزه های علمیه ۱۴۰۰) قابل به یادآوری است مهم ترین هدف و مأموریت راه اندازی مرکز رسانه و فضای مجازی حوزه های علمیه، شبکه سازی می باشد که از سال ۱۴۰۰ تاکنون بسترسازی لازمی در این زمینه صورت گرفته است.

یکی از اهداف مهم انجمن علمی ارتباطات و تبلیغ حوزه علمیه، شبکه سازی از بین طلاب رسانه ای است. این انجمن به کمک سامانه هوشمند توانسته است با استفاده از جمع اندیشمندان و فضایی برجسته، این مهم را به سرانجام رساند. تعدادی از اساتید و اندیشمندان در عرصه ارتباطات و تبلیغ از حوزه های علمیه به دور هم جمع شده اند تا بتوانند به سهم خود در قالب گروه های مختلف در شبکه سازی کمک نمایند. (<http://sarais.ir>)

اداره تبلیغ در رسانه ها و فضای مجازی جامعه الزهرا سلام الله علیها تاکنون دوره ها و نشست هایی با عنوان «آسیب شناسی ارائه محتوای دینی در رسانه»، «سامان دهی فضای مجازی در عرصه انتخابات»، «نحوه فعالیت در پیام رسان ها و شبکه های اجتماعی»، «مسأله شناسی ارتباط دین و رسانه»، «اصول کنشگری فعالان دینی در فضای مجازی» و «سواد رسانه و جنگ های سایبرنتیک» برگزار کرده است.

#### ی- جریان سازی

پس از لایه های گفتمان سازی و شبکه سازی، لایه آخر در فعالیت های دانشی، لایه جریان سازی است. رسانه به عنوان ابزاری که نشر و ترویج بسیاری از ابعاد فرهنگ را برعهده دارد، خود می تواند زمینه ساز یک گفتمان یا جریان در بسترهای مختلف جامعه شود. این موضوع باعث شده جایگاه این ابزار در زندگی امروزی، به یکی از مهم ترین ابزارها تبدیل شود که می تواند ساختار اجتماعی، فرهنگی و حتی سیاسی یک کشور را تحت تأثیر خود قرار دهد. «جریان» آن چیزی است که در حوزه عمومی دارای پذیرش می شود و ما می توانیم در آن یک شارح و مولد و موضع را شناسایی کنیم.

عنصر متشکل کننده جریانات، ریشه های تاریخی است. یعنی عناصر دخیل در یک جریان، با هم ریشه های تاریخی مشترک دارند که قابل شناسایی می باشند. می توان گفت جریان شناسی، فرایند شناخت مؤلفه های اصلی جریان یا جریانات مورد نظر می باشد. هر جریانی، عوامل و کنشگر دارد که قابل احصا و شناسایی و دسته بندی هستند. ما دو گروه از عناصر را در جریان می توانیم شناسایی کنیم: روشنفکران و روزنامه نگاران. دسته اول به مثابه نظام علم است و گروه دوم به مثابه نظام فرهنگ است. ما وقتی در مورد جریان صحبت می کنیم، مرتب در مورد این دو گروه مهم حرف می زنیم. نظام علم، یعنی نظام دانشگاه و حوزه و مدرسه است.

یکی از مصادیق جریان سازی که از طرف حوزویان و شخص امام خمینی در تاریخ ثبت شده انقلاب اسلامی ۱۳۵۷ است. مطالعه نحوه جریان سازی می تواند الگویی برای فعالان در عرصه دانش رسانه و ارتباطات باشد که چگونه امام خمینی

نقش بسیار حساس و خطیری در ایجاد هسته‌های اولیه نهضت پویا و اصیل، احیای اسلام انقلابی و جهت‌دهی به حرکت‌ها و جریان‌های مردمی داشته است.

مهم‌ترین سؤال، نحوه و چگونگی استفاده امام از رسانه‌ها و ابزارهای ارتباطی سنتی و مدرن در شکل‌گیری انقلاب اسلامی است. لازمه پاسخ به این پرسش، این آن است که ضمن مطالعه مصادیق و شواهد تاریخی، نقش و تأثیر بکارگیری امام خمینی از ارتباطات سنتی و مدرن در این رویداد بزرگ و جریان‌ساز، نحوه تعامل و ارتباط میان هر یک از این نهادها و مراکز و اجزای شبکه سنتی و مدرن تبیین گردد. انقلاب اسلامی با ایجاد گفتمانی جدید در عرصه سیاست جهانی، ضمن شکل‌دهی مناسباتی اثرگذار در حوزه فرهنگ و ارتباطات، چشم‌اندازی نو را در تاریخ سیاسی و اجتماعی ایران گشود و «نشان داد که راه دنیای معاصر یک‌طرفه نیست و گذار از جامعه سنتی به مدرن را نباید مترادف سنت‌زدایی دانست». (باهنر، ۱۳۸۷: ۱۲) نقش امام خمینی به‌عنوان هدایتگر اصلی جریان و شبکه ارتباطات سنتی و مدیریت پیام و محتوای نهضت و نیز در کنترل نگاه‌داشتن ابزارها و رسانه‌های سنتی و تداوم حرکت در این مسیر، موجبات متفاوت بودن بودن انقلاب اسلامی را با دیگر نهضت‌های معاصر فراهم آورد و سبب شد تا ایشان با استفاده از کانال‌ها و مجاری ارتباطی مردمی و توده، رژیم پهلوی را باوجود داشتن قدرت رسانه‌ای و ابزارهای مدرن سرنگون کنند. (برگرفته از نظری مقدم، ۱۳۹۳: ش ۳۶، ۹)

سخنرانی و نطق‌های وعظ بزرگ به‌عنوان یکی از حلقه‌های مهم و جریان‌ساز شبکه ارتباطات سنتی نهضت، تأثیر بسیاری بر حضور و ترغیب و تحریک مخاطبان و توده مردم در جریان انقلاب گذاشت. انقلاب اسلامی جریان قدرت‌مندی بود که راه افتاد و در دنیای بیرونی که آن را در فضای رسانه منعکس می‌بینیم، تأثیر گذاشت. آن قدر نیرومند بود که کسی نمی‌توانست نادیده بگیرد یا سدی مقابل آن ایجاد کند. (توکلی، ۱۳۸۹/۱۱/۲۶، شناسه خبر: ۴۰۰، کد: ۴۰۰)

بنابراین بازخوانی و تولید مدل و الگوی امام خمینی در راه‌اندازی جریان‌های فکری سیاسی و حتی علمی، نمونه موفق است که حوزویان می‌توانند از این مدل استفاده نمایند. در این بخش تلاش شده تا به فعالیت‌ها و اقداماتی که از طرف حوزه علمیه قم و حوزویان زمینه‌های جریان‌سازی را در عرصه دانش رسانه و ارتباطات ایجاد کرده است اشاره کنیم. لازم به یادآوری است تا مراحل تربیت نیروی متخصص و تئوری پردازی گفتمان‌سازی و شبکه‌سازی از طرف مسئولان و نخبگان حوزوی به شکل سیستمی و با طرح جامعی اتفاق نیفتد قطعاً در لایه جریان‌سازی دچار چالش‌های زیادی خواهد شد و لازم است برنامه‌ریزی جامعی در این زمینه با ترسیم نقشه راه انجام گیرد وگرنه حلقه‌های مفقوده در این لایه‌ها امکان موفقیت در جریان‌سازی را دچار تأخیر و تأثیر خواهد کرد. در این بخش به مراکزی که در این زمینه مأموریت دارند و گام‌های عملی را برداشته‌اند اشاره می‌نماییم.

مرکز رسانه‌ای معاونت تبلیغ حوزه علمیه قم با آغاز فعالیت‌های مجازی در رسانه‌ها با شناسایی و سازمان‌دهی طلاب رسانه‌ای خودجوش فعال و ارائه طرح مبلغ رسانه‌ای جهت حضور در شبکه‌های اجتماعی در مناسبت‌های مختلف مذهبی

جریان سازی نمایند. در این زمینه مرکز رسانه توانسته از سال ۱۳۹۹ تاکنون شش استان را به هم وصل کند و شبکه‌ای از طلاب فعال را در سامانه‌ای تحت عنوان سامانه رهروان ولایت و سامان مبلغان با حجمی از ۷۵۰۰ نفر روزانه فعالیت داشته باشد. جریان سازی این شبکه‌ها در قالب پویش‌های مجازی با موضوع با عنوان پای انقلاب می‌مانیم جریان سازی نماید.

اداره رسانه و فضای مجازی اداره تبلیغ حوزه های علمیه خواهران در سال ۱۳۹۷ نیز با فراخوان طلاب علاقه مند به رسانه و ارتباطات و برگزاری کارگاه‌های مهارتی در زمینه آموزش‌های موبایلی برای ۳۱۰۰ نفر از خواهران طلبه را و با استفاده از مباحثات معرفتی اتفاقات خوبی را در شبکه‌های مجازی داخلی و خارجی راهبری جریان‌های اجتماعی موفق را رقم بزند. موضوعاتی چون جریان حمایت از فلسطین، کرونا و سیل و ترویج خطبه فدکیه از جمله فعالیت‌هایی است که توسط خواهران طلبه جریان سازی کرده‌اند.

در سطح بین‌الملل نیز حوزه علمیه قم با محوریت شبکه ماهواره‌ای ولایت، به دو زبان فارسی و عربی، توانسته جریان‌های موفق را با کمک شبکه‌های هم‌سوی دیگری مانند «هدهد» و «ثامن» در مقابله با جریان‌های منفی مذهبی بین‌المللی هم‌چون شبکه‌های صادق شیرازی و شبکه یاسر الحیب مقابله نماید.

در راستای صیانت از حقوق کودکان در عرصه رسانه و ارتقای تولیدات رسانه‌ای مخاطب کودک و هم‌چنین ارتقای نگرش مخاطبین هدف، اولیا و مربیان و فعالان رسانه‌ای با بیش از چهارصد متخصص چهره ملی در بیش از دویست رشته تخصصی در تیرماه ۹۸، اساسنامه خود را مصوب نموده است و در همین راستا فعالیت‌های ملی و بین‌المللی خود را آغاز نموده است. این انجمن با بیش از هشتاد سازمان داخلی و خارجی، خصوصی و دولتی و جشنواره‌ها و دانشگاه‌ها و مراکز علمی و پژوهشی مرتبط است و مدیران این سازمان‌ها که بیش از ۱۵۰ نفر می‌باشند در انجمن حضور دارند. هم‌چنین قاطبه متخصصین حوزه کودک و رسانه، شامل برنامه‌سازان تلویزیونی، سینمایی و بازی‌سازان و کارشناسان علوم روان‌شناسی و علوم تربیتی و دینی و فضای مجازی و حوزه‌های مهندسی پیام و نیز نویسندگان و شاعران، بازیگران و کارگردانان و دیگر عوامل تولیدی عضو این انجمن می‌باشند. یکی از ظرفیت‌های خوب این انجمن، حضور بیش از چهل پژوهشگر برتر حوزه کودک و رسانه می‌باشد و هم‌چنین بیش از صد استاد ملی در زمینه‌های فنی و هنری در رشته‌های تخصصی و در راستای اهداف انجمن توانایی برگزاری دوره‌های متنوع و جذاب و کاربردی برای انواع مخاطب را دارا می‌باشد. حضور در اکثر جشنواره‌های داخلی به‌عنوان بازوی فکری و داوران آن و کمک در سیاست‌گذاری‌های کلان از دیگر فعالیت‌های این انجمن می‌باشد، مانند: جشنواره فیلم‌های کودکان و نوجوانان اصفهان، جشنواره بین‌المللی عروسکی تهران مبارک، جشنواره بین‌المللی فجر، جشنواره بین‌المللی پویانمایی تهران، جشنواره مردمی عمار و دیگر جشنواره‌های مرتبط. هم‌چنین حضور در جشنواره‌های خارج از کشور و ارتباط با شبکه‌های مختلف کودک در منطقه از

جمله هدهد کویت، براعم قطر و بهارستان تاجیکستان جهت ایجاد بسترسازی تولیدات مشترک و جریان سازی فرهنگی در قالب وحدت جهان اسلام و مردم منطقه در اولویت های کاری انجمن می باشد.

از ظرفیت های دیگر انجمن، وجود بیش از سی صد شرکت و مؤسسه فرهنگی و هنری در درون انجمن و ارتباط گسترده با مراکز و مؤسسات فرهنگی و هنری اسلامی در سراسر دنیا می باشد که بستری جهت تعامل و همکاری بین المللی فراهم می آورد. همچنین انجمن با انعقاد تفاهم نامه با مراکز مختلف فرهنگی و آموزشی زمینه استفاده از متخصصین را در راستای اهداف خود فراهم نموده و همچنان در راستای گسترش این فعالیت خود تلاش می کند. پویش من امام حسین را دوست دارم از جمله اقدامات موفق در بخش جریان سازی در سطح داخلی و خارجی موفقیت خوبی کسب کرده است.

## عرصه سوم

### سیاست گذاری

در پایان لازم است به اقدامات حوزه علمیه در عرصه سیاست گذاری نیز اشاره کوتاهی داشته باشیم. سیاست گذاری همواره در جهت تحقق بخشیدن به اهداف مدیریتی در حوزه علمیه تعریف می گردد. زیرا نقش مدیران در هر سازمانی، نقش هدایت کنندگی است و در مسیر آن سیاست گذاری یک مجموعه علمی را ترسیم می کند. اولین گام مطالعات سیاست گذاری در قالب کارگروه حوزه و رسانه مرکز مطالعات راهبردی روحانیت جامعه مدرسین در سال ۱۳۹۰ در محل جامعه مدرسین توسط آیت الله عباس کعبی تأسیس گردید یکی از موضوعات و مأموریت های مهم این مرکز تلاش در جهت نزدیک کردن رسانه ها خصوصاً رسانه ملی به باورها و ارزش ها در راستای ترویج فرهنگ اسلامی بوده است. مدیر محترم مرکز توانسته بود با تشکیل کارگروه حوزه و رسانه و حضور کارشناسان و مدیران ارشد رسانه و مدیر مرکز پژوهش های اسلامی سند تفاهم نامه ای را تنظیم نماید که متأسفانه مسکوت واقع می گردد و بعد از مدتی این مرکز منحل می شود.

دومین گام از طرف حوزه علمیه توسط مدیر محترم حوزه علمیه، آیت الله بوشهری در قالب دبیرخانه امور رسانه ای مدیر حوزه علمیه قم در سال ۱۳۹۳ با موافقت شورای عالی حوزه راه اندازی شد تهیه و تصویب شد تا با بهره گیری از پتانسیل های موجود در حوزه علمیه و با همکاری و هم افزایی مراکز موجود رسانه ای حوزه به مطالعه ظرفیت های بالقوه و بالفعل در این زمینه و با ترسیم خط مشی ها و راهبردها سپهر رسانه ای حوزه و با اخذ نظرات کارشناسی فعالیت خود را آغاز نمود.

حاصل فعالیت این دبیرخانه، همکاری در زمینه معرفی سیاست گذاری درباره کارشناسان مذهبی و معرفی لیست کارشناسان به رسانه ملی، تهیه پیش نویس تعامل با سند رسانه، آیین نامه استفاده از لباس و نمادهای روحانیت در سریال های نمایشی ویژه رسانه ملی و سینما تهیه گردید و فعالیت این دبیرخانه تا سال ۱۳۹۶ ادامه داشت.

سومین مرکزی که توانست در عرصه سیاست‌گذاری در دانش رسانه و ارتباطات گام بردارد معاونت پژوهش‌های حوزه‌های علمیه است. خوشبختانه در سال ۱۴۰۰ ایده راه‌اندازی «کمیته حمایت از پژوهش‌های رسانه‌ای و ارتباطی» در این معاونت شکل گرفت و آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌هایی همراه با تعیین اولویت‌های پژوهشی و حمایتی از طرف دبیرخانه حمایت از طرح‌های پژوهشی در عرصه رسانه و ارتباطات تدوین گردید.

از مهم‌ترین راهبردها و اقدامات اثرگذاری که این معاونت می‌تواند اتخاذ و سیاست‌گذاری نماید:

دعوت از اندیشمندان جهت برگزاری کرسی‌های نظریه‌پردازی و نشست‌های تخصصی در عرصه رسانه و ارتباطات، حمایت معنوی از پژوهش‌گران، حمایت مالی جهت انتشار پژوهش‌ها از سوی دبیرخانه حمایت از پژوهش‌ها، برگزاری رویداد جهت معرفی آثار و پژوهش‌ها به سازمان‌ها ادارات و مراکز هدف، حضور در لایه نظریه‌پردازی جهت پشتیبانی از نظریه‌پردازان، حمایت با اولویت از طرح‌ها و پروژه‌های مرتبط با فقه هنر و رسانه و ارتباطات توسط دبیرخانه حمایت از طرح‌های پژوهشی، اولویت‌دار کردن مباحث فقه رسانه و هنر در جشنواره علامه حلی و کتاب سال حوزه، ایجاد زیرساخت و پرونده پشتیبان جهت برگزاری دروس خارج ناظر به فقه رسانه و هنر در دفتر فقه معاصر فعال سازی حلقه‌های فقه رسانه و هنر در انجمن‌های مرتبط علمی، برگزاری کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه‌پردازی در حوزه فقه هنر و رسانه، سامان‌دهی و هم‌افزایی فعالیت‌های مراکز نظریه‌پردازی حوزه از قبیل دروس خارج، کلان‌پروژه‌ها و کرسی‌های نظریه‌پردازی و ... در عرصه‌های مختلف فقه، فلسفه، کلام و اخلاق رسانه و سایر موضوعات و مسائل مربوط به راهبری رسانه ملی، تقویت نظریه‌پردازی در حوزه دین و رسانه از طریق تأسیس مراکز تخصصی و شاخه‌های میان‌رشته‌ای جدید در حوزه‌های علمیه همگام با تحولات روزآمد دانش رسانه و ارتباطات می‌باشد.

چهارمین مرکز حوزوی در زمینه سیاست‌گذاری، مرکز مطالعات راهبردی حوزه علمیه است که در سال ۱۳۹۶ به دستور رهبر معظم انقلاب طرح گردید و این مرکز در سال ۱۳۹۷ با مصوبه شورای عالی حوزه و زیر نظر مدیر محترم حوزه‌های علمیه قم آیت‌الله اعرافی تأسیس گردید و در سال ۱۳۹۹ کارگروه حوزه و رسانه (۱) به منظور بررسی نظام مسائل راهبردی رسانه راه‌اندازی شد. در این کارگروه با توجه به تفاهم نامه صداوسیما با حوزه علمیه سند راهبردی، تعامل و سندنگاشت نهادی تعامل با تشکیل اعضای کارگروه و همفکری ایشان نوشته شد و در اختیار مدیر محترم حوزه‌های علمیه و معاونین قرار گرفت. هم‌اکنون مرکز مطالعات راهبردی به پژوهش‌کننده مطالعات راهبردی حوزه تغییر نام داده است.

البته اخیراً مرکز رسانه و فضای مجازی حوزه علمیه قم بنا دارد به صورت رسمی محور سیاست‌گذاری در عرصه رسانه و فضای مجازی در حوزه علمیه باشد. مرکز رسانه و فضای مجازی در سال ۱۳۹۹ به دستور مستقیم مدیر محترم حوزه‌های

علمیه راه اندازی شد. این مرکز با سه مدیریت اطلاع‌رسانی و خبر، «مدیریت فضای مجازی و چندرسانه‌ای»، و «مدیریت رسانه» مأموریت‌های زیر را دنبال می‌کنند. ایفای نقش محوری به‌عنوان مرجع اصلی و رسمی رسانه‌های حوزوی داخل و خارج از کشور؛ انتقال اندیشه، دانش و فرهنگ اسلام ناب محمدی در ابعاد ملی و فراملی با استفاده از ابزار هنر، رسانه، فضای مجازی؛ ارائه الگوی رسانه و فضای مجازی مطلوب براساس شاخص‌های دینی و اجرای آن از طریق فرهنگ‌سازی، گفتمان‌سازی و جریان‌سازی مؤثر و استفاده از ظرفیت‌های حقوقی و قانون‌گذاری، انجام مطالعات بنیادین، وضعیت‌شناسی، آینده‌پژوهی، مسئله‌یابی و سیاست‌گذاری متناسب در حوزه رسانه و فضای مجازی، بازنمایی صحیح حوزه و روحانیت و صیانت از شأن و جایگاه حوزه و حوزویان از طریق تولید آثار و نظارت بر فعالیت‌های رسانه‌ای مرتبط با نهاد روحانیت در رسانه و فضای مجازی با تأکید بر رسانه ملی و سینما؛ ... اطلاع‌رسانی، طبقه‌بندی و انتشار شبکه‌ای، سازمان‌یافته، به‌هنگام و هدفمند محصولات و دستاوردهای رسانه‌ای حوزه‌های علمیه؛ طراحی، ایجاد زیرساخت، تأمین محتوا و راهبری رسانه‌های نوین حوزوی از جمله تلویزیون‌های اینترنتی، بازی‌های رایانه‌ای و دیگر سکوها و درگاه‌ها؛ تسهیل و بسترسازی جهت تولید محتوای فاخر رسانه‌ای مکتوب، دیجیتال و چندرسانه‌ای توسط طلاب و حوزه‌های علمیه به زبان‌های مختلف؛ مستندسازی، ثبت تاریخ شفاهی و تاریخ‌نگاری هنری و رسانه‌ای حوزه‌های علمیه؛ شناسایی، استعدادیابی، تربیت، سامان‌دهی، سیاست‌گذاری، جریان‌سازی و راهبری جبهه واحد فضای مجازی و رسانه‌های دینی و حوزویان فعال در عرصه رسانه؛ ارتقای دانش، بینش و مهارت حوزویان و نخبگان از طریق طراحی و ارائه آموزش‌های تخصصی و مهارتی سواد رسانه به‌منظور تأثیرگذاری و مصونیت‌بخشی در سطح ملی و بین‌المللی؛ ارتقای تعامل و هم‌افزایی ارتباطات بین‌رسانه‌ای حوزه‌های علمیه با دیگر مراکز هم‌سو در عرصه‌های ملی و بین‌المللی؛ از جمله مأموریت‌های این سه معاونت می‌باشد. (نظام جامع رسانه و فضای مجازی حوزه‌های علمیه ۱۴۰۰)

زیرا طبق رصد مرکز مطالعات راهبردی حوزه علمیه قم (جزوه ظرفیت‌های حوزه علمیه قم در عرصه دانشی مراکز حوزوی در قلمرو رسانه و ارتباطات) عدم توجه برخی مدیران به اهمیت و ضرورت نوآوری‌های دانشی در عرصه رسانه و ارتباطات، ضعف در مدیریت و راهبری رصد مستمر محتوای، ضعف در تعامل مؤثر با نهادها و مراکز تأثیرگذار در حوزه دانشی، ضعف مدیریت راهبردی و عدم توجه به مطالعات آینده‌پژوهانه فقدان هماهنگی بین نهادها و تشکل‌های حوزوی حامی طلاب رسانه‌ای، فقدان نظام سازمان‌دهی در حوزه‌های علمیه جهت پشتیبانی از کنشگران رسانه‌ای حوزوی مهم-ترین دلایل ضرورت راهبری و سیاست‌گذاری جامع در این زمینه است.

تدوین نظام ارزشی سیاست‌ها و اصول، ناظر به بایسته‌های تحقق عملی کرسی‌های آزاداندیشی، تشکیل شورای عالی اندیشه‌ورزی، آینده‌پژوهی و بازتعریف نحوه نقش‌آفرینی حوزه در رسانه ملی، با توجه به تحولات حکمرانی رسانه، با تأکید بر ایجاد زیست‌بوم نوآوران حوزوی عرصه رسانه و ارتباطات، تربیت مدیران راهبردی، تدوین سیاست‌ها و

عرصه‌های بایسته ورود حوزه و روحانیت، در ساحت رسانه، افزایش ظرفیت و بهره‌وری از نیروی انسانی در سطوح نظریه‌پردازی، مدیریت، تولید محتوا، کارشناس و ... جهت به‌کارگیری در صداوسیما، فراهم‌سازی سازوکارهای نوین استعدادیابی طلاب علاقه‌مند به نظریه‌پردازی در عرصه‌های کلان رسانه و هنر؛ استفاده از ظرفیت‌های مراکز تخصصی، دانشگاه‌ها و مؤسسات حوزوی (دانشکده دین و رسانه، دانشگاه باقرالعلوم، اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه ملی)؛ اهتمام به نیازسنجی، ظرفیت‌شناسی و به‌کارگیری، توسط مرکز رسانه؛ توجه به صیانت و حفاظت از نیروهای تربیت‌شده، شناسایی و جذب پژوهش‌گران توانمند و کارآمد در حوزه پژوهش‌های کاربردی و تدوین مقالات علمی-تخصصی و علمی-ترویجی؛ تشکیل هیأت اندیشه‌ورز عرصه رسانه در حوزه، راه‌اندازی کرسی‌های آزاداندیشی، نقدونظر و نظریه‌پردازی در مباحث رسانه‌ای؛ هم‌افزایی نخبگان حوزه و رسانه ملی به‌منظور موضوع‌شناسی و مسأله‌شناسی رسانه‌ای از طریق تشکیل کارگروه‌ها و نشست‌های علمی مشترک و ...؛ از جمله اقدامات راهبردی و سیاست‌گذاری است که مراکز مسئول حوزوی باید انجام دهند.

## پے نوشت

(۱) اعضای این کارگروه عبارتند از حجج اسلام، آقایان: احمد طوبایی از رسانه ملی، سید هادی ساجدی از مرکز رسانه و فضای مجازی حوزه، عبدالله جلالی از اداره کل پژوهش‌های اسلامی صداوسیما، دکتر میثم حسینی از دانشکده دین و رسانه، سید محمود مرتضوی (عضو انجمن حوزه و ارتباطات)، مسعود عبداللهی (مسئول فضای مجازی معاونت تبلیغ)، سید احمد موسوی (معاونت خانواده و امور فرهنگی مرکز خدمات حوزه)، عبدالله رضایی (مسئول دبیرخانه شورای معارف سیما)، وحید نجفی (معاون علمی مرکز مطالعات مطالعات راهبردی حوزه و روحانیت)، عبدالحسین مشکانی (مدیر گروه حوزه و جامعه‌ی مرکز مطالعات راهبردی حوزه و روحانیت)، سید علی اشرف‌زادگان (دبیر اجرایی کارگروه)، و آقایان عباس‌علی متولیان از معاونت رسانه، هنر و فضای مجازی دفتر تبلیغات مدیریت فرهنگی و دانشجویی دانشکده دین و رسانه، محسن برزگر گنجی مسئول بخش طرح و برنامه و سید محمدعلی حسینی زهانی مدیرکل فرهنگی تبلیغی دفتر تبلیغات اسلامی خراسان و حمزه واقعی دبیر کل تشکل مردم‌نهاد جامعه نخبگان و رسانه‌نگاران.

## منابع

۱. بنی هاشمی خمینی، محمدحسن (۱۳۸۶)، *توضیح المسائل مراجع: مطابق با فتاوی سبزه نواز*، مراجع معظم تقلید، قم: دفتر انتشارات اسلامی.
۲. حائری یزدی، مرتضی (۱۳۷۷)، *سر دلبران: عرفان و توحید ناب در ضمن داستان‌ها*، به کوشش رضا استادی، قم: ۱۳۷۷ ش.
۳. حکیم، محسن (۱۴۰۰ق)، *منهاج الصالحین: قسم المعاملات*، و بهامشه التعليق عليه تألیف محمدباقر صدر، در *المجموعه الكاملة لمؤلفات السيد محمدباقر الصدر*، ج ۱۵، بیروت: دارالتعارف للمطبوعات.
۴. خوبی، ابوالقاسم (۱۴۱۲)، *توضیح المسائل، «الراديو و الاستماع اليه»*، قم: اجوبه المسائل الدينيه، دوره ۲، ش ۶.
۵. راشد، حسین علی (۱۳۸۳)، *سخنرانی‌های راشد در رادیو تهران*، تهران: کتاب‌فروشی مصطفوی.
۶. سعادت، اسفندیار (۱۳۹۴)، *مدیریت منابع انسانی*، تهران، سمت.
۷. صادقی، محسن (۱۳۸۷)، *در غنا، موسیقی*، به کوشش رضا مختاری و محسن صادقی، ج ۲، قم: بوستان کتاب.
۸. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۶۰)، *ترجمه المیزان*، ج ۱۹، قم: بنیاد علمی و فرهنگی علامه طباطبایی.
۹. طباطبایی، سید محمدحسین (۱۳۹۴)، *روابط اجتماعی در اسلام*، مترجم: محمدجواد حجتی کرمانی، قم: بعثت.
۱۰. فلسفی، محمدتقی (۱۳۷۶)، *خاطرات و مبارزات حجة الاسلام فلسفی*، تهران: مرکز اسناد انقلاب اسلامی.
۱۱. قراملکی، احد فرامرزی (۱۳۸۹)، *اخلاق کاربردی در ایران و اسلام*، تهران: پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۲. مطهری، مرتضی (۱۳۷۸-۱۳۸۲)، *یادداشت‌های استاد مطهری*، تهران: صدرا.
۱۳. موسوی خمینی، روح‌الله (۱۳۹۰)، *تحریر الوسیله، نجف؛ همو (۱۳۷۲)*، رساله توضیح المسائل، تهران
۱۴. میرسلیم، سید مصطفی (۱۳۷۵)، *دانشنامه جهان اسلام، بنیاد دائرة المعارف اسلامی*، ج ۱، ص ۴۹۹۹.

## نشریات

۱. استادیان خانی، علی‌رضا؛ مولوی وردنجانی، عیسی (۱۳۹۹)؛ بررسی نقش حوزه علمیه در ساخت بعد معرفتی تمدن اسلامی با تأکید بر اندیشه‌های حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، تمدن اسلامی و دین پژوهی، سال دوم، زمستان، ش ۶.
۲. باقی نصرآبادی، علی (۱۳۷۹)، *اهمیت و جایگاه نیروی انسانی در اسلام*، حصون، ش ۲۵.

۳. جزوه ظرفیت‌های حوزه علمیه قم در عرصه دانشی مراکز حوزوی در قلمرو رسانه و ارتباطات.
۴. حسینی، سید رضا (۱۳۹۰)، مجله افق حوزه ۱۴ اردی‌بهشت، ش ۳۰۸، نقش حوزه‌های علمیه در تحول و بازسازی علوم انسانی، نویسنده، گفت‌وگو: سید رضا حسینی.
۵. دارابی، علی (مهر ۱۳۹۶)، حوزه‌های علمیه و ضرورت اهتمام به فقه رسانه؛ بایدها و نبایدها، سیاست پژوهشی جهان اسلام، دوره ۴، ش ۲، شماره پیاپی ۸، ص ۹-۲۷.
۶. فکری، علی (ربیع‌الآخر ۱۳۵۲)، «حرمة قراءة القرآن فی الرادیو»، الفتح، ش ۳۵۷.
۷. قاسمی، سید فرید (۱۳۸۵)، روزنامه اعتماد ملی، ۷ آذر.
۸. کاشانی، زهره (۱۳۸۸)، دوره ۴، ش ۸، ص ۴۵.
۹. گزارش مرکز مطالعات راهبردی حوزه علمیه قم ۱۴۰۰.
۱۰. مهدی‌نژاد، سید رضا (۱۴۰۱)، جایگاه و نقش حوزه علمیه در تمدن‌سازی اسلامی در دوره معاصر، دوفصلنامه علمی ترویجی پژوهش‌نامه علوم انسانی اسلامی، دوره ۹، ش ۱۷، ص ۲۵-۴۳.
۱۱. نظام جامع رسانه و فضای مجازی حوزه‌های علمیه ۱۴۰۰.
۱۲. هاشمی، صدر (۱۳۲۷)،؟؟؟، ج ۱، ص ۲۴۲.
۱۳. واعظی، رضا (۱۳۸۵)، نارسایی نظریه‌های موجود و بایسته‌های نظریه‌پردازی برای رسانه طراز انقلاب اسلامی، فصلنامه علمی و پژوهشی مطالعات انقلاب اسلامی، ش ۶، ص ۱۴۴-۱۲۴.

سایت، خبرگزاری، مصاحبه

۱. <https://rasaneh.farhang.gov.ir/fa/newsagency/۷۲۲۱/>
۲. <https://rasanews.ir/fa/news/۵۹۰۱۲۹/>
۳. <https://iqna.ir/fa/news/۲۴۶۱۸۷۶/>
۴. <http://vasael.ir/fa/services/۲۸/۳۴/>
۵. <https://www.neshasteasatid.com/node/۷۳۶۵/>
۶. <http://mabaheth.ir/۲۷۸/>
۷. <http://www.bou.ac.ir/Portal/Home/>
۸. <https://www.farsnews.ir/news/>
۹. <https://urd.ac.ir/>
۱۰. <https://jamejamonline.ir/fa/news/۸۰۱۸۴/>
۱۱. <http://sarais.ir>

۱۲. مصاحبه با استاد محمد علی حیدری

۱۳. مصاحبه با مدیر خبرگزاری رسا

۱۴. مصاحبه با مدیر عامل خبرگزاری رسا

۱۵. مصاحبه با مدیر مدرسه اسلامی هنر

### بیانات

۱. بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار اعضای شورای عالی مرکز طراحی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت با

۱۴/۱۲/۱۳۹۱

۲. بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار اعضای شورای عالی مرکز طراحی الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت با رهبر

انقلاب ۱۴/۱۲/۱۳۹۱

۳. بیانات رهبر معظم انقلاب در دیدار با جمعی از طلاب و روحانیون ۲۲/۰۹/۱۳۸۸

۴. بیانات رهبر معظم انقلاب در سال ۰۷/۱۱/۱۳۷۰

بیانات رهبر معظم انقلاب در سومین نشست اندیشه‌های راهبردی ۱۴/۱۰/۱۳۹۰