

حوزه علمیه و استفاده بهینه از فضای مجازی و هوش مصنوعی

گفت‌وگو با دکتر بهروز مینایی، عضو هیئت امنای مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی



به کوشش: مجید حبیبی

اشاره

به مناسبت یکصدمین سالگرد تأسیس حوزه علمیه قم، با عضو هیئت امنای مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور)، جناب آقای دکتر بهروز مینایی، گفت‌وگو نموده‌ایم و به طرح مباحثی چند در خصوص بازآفرینی حوزه‌های علمیه در فضای مجازی پرداخته‌ایم و رسالت سنگین حوزه علمیه را در استفاده بهینه از فضای مجازی و نیز کاربست هوش مصنوعی در تولید و عرضه جذاب‌تر پیام دینی به مخاطب، یادآور شده‌ایم.

جناب عالی چه تعریفی از فضای مجازی دارید؟ و در این باره چه انتظاراتی از حوزه‌های علمیه متصور است؟

اگر مقصودتان از فضای مجازی، تعریفی است که مرکز ملی فضای مجازی مطرح کرده، یعنی هر آنچه از محتوا و پلتفرم در اینترنت ارائه می‌شود، طبق این تعریف، تنها سکوه‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری که ارتباط مستقیم کاربر را با فضای وب ایجاد می‌کنند، جزء تعریف فضای مجازی هستند. طبق این تعریف، حوزه علمیه قم در این زمینه تأخیر دارد. بنا بر این تعریف، آن پیشرفتی که ما در مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی در خصوص رقوم‌سازی علوم انسانی و اسلامی داشته‌ایم، مشمول فضای مجازی نمی‌شود؛ اما بنده در مورد فضای مجازی تعریف دیگری دارم؛ فضای مجازی، هر گونه محتوا و خدمتی است که از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات و محتوای دیجیتال به شکل نرم‌افزار تحت وب یا دسکتاپ و یا اپلیکیشن‌های موبایلی مطرح می‌شود. فکر می‌کنم، مقصود مقام معظم رهبری از تشکیل مرکز ملی فضای مجازی، صرفاً فضای شبکه‌های اجتماعی و وب و فضای سایبری نبوده است؛ بلکه هر نوع فناوری اطلاعات و هر گونه محتوایی است که به شکل دیجیتالی تولید می‌شود و بالقوه یا بالفعل، ذیل بحث فضای مجازی مطرح می‌گردد.

سی و چند سال پیش که مرکز تحقیقات کامپیوتری اسلامی راه‌اندازی شد، هنوز حوزه وب به این شکل مطرح نبود؛ اما مرکز نور به دنبال این هدف بود که به کمک کامپیوتر و فناوری اطلاعات، بتواند در جهت بسط معارف دینی و تسهیل دسترسی به منابع و پیام‌ها و محتوای اسلامی گام بردارد.

بنده به خاطر دارم که سال ۶۸ که مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی به عنایت مقام معظم رهبری به شکل رسمی آغاز به کار کرد، مأموریت داشت که تمام منابع اسلامی را دیجیتالی کند. آن زمان، هنوز دانشگاه‌ها و بسیاری از شرکت‌های خصوصی، در این زمینه عقب بودند. در واقع، در مورد شیوه‌های ذخیره، بازیابی و فشرده‌سازی اطلاعات و ایجاد موتور جست‌وجو در متون، این مرکز به تکنیک‌هایی دست یافت و در عمل، با آخرین تکنولوژی‌های روز، نرم‌افزارهای مناسب و درخوری را به جامعه علمی و حوزوی عرضه کرد؛ البته اولین حامل رسانه‌ای که مرکز محصولات خود را روی آن عرضه می‌کرد، دیسکت بود و از آن جمله، می‌توانم به برنامه قرآن نور و مجامع روایی شیعه، مانند کتب اربعه و بحار الأنوار اشاره کنم که همان زمان، در برخی نمایشگاه‌های بین‌المللی مثل جیتکس امارات یا سبیت آلمان و نیز مجامع علمی و دانشگاه‌های معروف آمریکا و اروپا نیز ارائه شد که بسیار مورد توجه قرار گرفت.

با توسعه فضای وب، به خصوص وب ۲ که برخلاف وب ۱ صرفاً مبتنی بر تولید محتوا نبود و فضایی تعاملی ایجاد شد و کاربران خودشان دست به تولید محتوا می‌زدند، فعالیت مرکز نور هم گسترش یافت. فکر می‌کنم سال ۱۳۷۹ یا ۱۳۸۰ش بود که مرکز تحقیقات کامپیوتری نور محتوای تولیدی خودش را در فضای وب نیز منتشر کرد و بسترهایی مثل پایگاه‌های اطلاعاتی را جهت تعامل بیشتر با کاربران فراهم ساخت تا بتواند ارتباط بهتری با کاربران محصولات خودش داشته باشد و بازخورد تولیدات خویش را هم دریافت کند.

اگرچه در فضای وب نیز حاضر شدیم، اما کمتر به بحث شبکه‌های اجتماعی و وبلاگ پرداختیم. بنابراین، نمی‌توانیم ادعا کنیم که الان حوزه علمیه در زمینه وب ۲ پیش‌تاز است؛ اما در خصوص وب ۱ پیش‌تاز بودیم و حوزه علمیه حتی نسبت به دانشگاه پیش‌تازتر بود.

به هر حال، بنده تعریف دیگری از فضای وب یا فضای مجازی دارم. به اعتقادم تعبیر فضای مجازی که مقام معظم رهبری به کار بردند، یک فضای ضعیف‌تر از فضای حقیقی نیست. اساساً «مجازی» در



فضای مجازی، هر گونه محتوا و خدمتی است که از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات و محتوای دیجیتال به شکل نرم افزار تحت وب یا دسکتاپ و یا اپلیکیشن های موبایلی مطرح می شود. فکرم می کنم، مقصود مقام معظم رهبری از تشکیل مرکز ملی فضای مجازی، صرفاً فضای شبکه های اجتماعی و وب و فضای سایبری نبوده است؛ بلکه هر نوع فناوری اطلاعات و هر گونه محتوایی است که به شکل دیجیتالی تولید می شود و بالقوه یا بالفعل، ذیل بحث فضای مجازی مطرح می گردد



مقابل «حقیقی»، یک بار منفی دارد و چنین برداشتی، در کلام مقام معظم رهبری استشمام نمی شد؛ بلکه فضای مجازی، به عنوان یک فضای دوم و یک مدیا و رسانه جدید برای عرضه محتوا در جهان مطرح هست. بنابراین، فضای مجازی، صرفاً به عنوان یک محور دست دوم یا فضای برخاسته از دنیای حقیقی و منعکس کننده آن نیست؛ بلکه یک فضای تبلیغی و رسانه جدید است که در آن می توانید هر زمان و مکانی با کل عالم دنیا در تماس باشید؛ یعنی منبری در هر زمان و هر مکان برای تمامی مخاطبان عالم. از این منظر، تمام فضای وب دنیا می تواند محور تعامل با شما باشد و کاربر جذب کنید و پیوسته خدمات جدیدی را ارائه نمایید؛ برای مثال، در نرم افزارهایی که ما تولید می کنیم، می توانیم فناوری اطلاعات را به کار گیریم و قابلیت هایی مثل جست و جو یا نمایش متن و چاپ یا اشتراک گذاری را در دسترس قرار دهیم و یا فضای تعاملی و پرسش و پاسخ و بسترهای ارتباطی را در قالب هایی مانند شبکه های اجتماعی یا بازی های کامپیوتری درست کنیم. تصور بنده این است که منظور مقام معظم رهبری از فضای مجازی، همه این محورها را پوشش می دهد.

یکی از چیزهای که نسبت به متن، ضریب نفوذ بالایی دارد، بازی های دیجیتالی است که روی کامپیوتر شخصی، گوشی های همراه یا به شکل برخط اجرا می شود؛ دلیل بالا بودن ضریب نفوذ بازی ها، تعامل کاربر با برنامه به شکل هیجانی به همراه تفریح و سرگرمی است.

به طور کلی، هر چیزی که می تواند ناقل و حامل پیام دینی یا ارزشی باشد، به عنوان یک محور جدید باید در حوزه علمیه مورد توجه قرار گیرد؛ یعنی وسیله گفت و گو با مخاطبان، امروزه تفاوت کرده است و جوان های امروزی بیشتر از آنکه پای منبر بنشینند، از کامپیوتر یا حامل های همراه مثل موبایل استفاده می کنند. بنابراین، حوزه علمیه باید تمام فضای تبلیغی، پژوهشی، آموزشی و یا حاکمیتی خود را به روز کند و از همه محتواهای مختلف، مثل: متن، تصویر، صوت، فیلم و یا محتوای چندرسانه ای مثل بازی استفاده کند. به نظر بنده، بر حوزویان است که رسانه بازی را دریابند؛ چون بسیار پرمخاطب است. فکر می کنم، بازی ها رقیب اصلی خیلی از سکوها و پلتفرم های عرضه فیلم و سریال مثل نت فلیکس هستند. نت فلیکس، از جمله بزرگ ترین بستر عرضه فیلم و سریال در دنیاست. وقتی از مدیر عامل این شرکت پرسیدند: رقیب تو کیست؟ نگفت آمازون یا پلی استور؛ بلکه گفت: رقیب من، یک بازی به نام فورتنایت است که در دنیا چند صد میلیون کاربر دارد.

در واقع، می‌توان گفت که استفاده بهینه از ترافیک وب، فرصت بسیار خوبی را برای کار حوزه علمیه فراهم می‌کند.

بله، دقیقاً. امروزه در دنیا از فضای ترافیک وب استفاده فراوانی می‌کنند. اگر حوزه بخواهد محتواهای اسلامی را عرضه کند، یکی از نکات مهم توجه به همین فضاهایی مثل: کافه‌بازار، مایکت، سپیچه و مانند اینهاست. شاید حدود هفتاد درصد جمعیت ما، یعنی حدود شصت میلیون از کاربران ما، از موبایل‌های هوشمند تحت وب بهره می‌برند. بدیهی است که چنین موقعیتی، می‌تواند فضای خیلی مناسب را در داخل ایران برای فعالیت نهادهای دینی ایجاد کند. همان گونه که این فرصت در سایر کشورهای اسلامی یا مؤسسات شرق‌شناسی کشورهای خارجی به صورت درآمدآفرینی و خلق ثروت قابل توجه، وجود دارد.

بنابراین، با تعریفی که از فضای وب ارائه دادیم، حوزه علمیه به‌عنوان تولیدکننده محتوای تبلیغی و دینی، می‌تواند در همه عرصه‌ها از متن گرفته تا ساخت کلیپ و حتی فضای سنگینی مثل بازی‌های رایانه‌ای و موبایلی، وارد شود و نقش ایفا کند. حوزه علمیه باید به این عرصه‌ها به‌عنوان یک رسانه حامل پیام توجه نشان دهد. گاهی ما از کتاب یا مجله به‌شکل یک ابزار انتقال پیام استفاده می‌کنیم؛ اما باید بدانیم که امروزه فضای مجازی، عرصه بسیار مهمی با ضریب نفوذ بیشتری برای انتقال پیام و محتوا به مخاطب است.

روشن است که بهره‌مندی از فناوری روز مثل قابلیت‌های که در حوزه هوش مصنوعی وجود دارد، ما را قوی‌تر می‌کند. حوزه علمیه باید به بحث ضریب نفوذ پیام‌رسانی‌ها در فضای مجازی، به مثابه یک موضوع نگاه کند؛ اینکه فضای مجازی چگونه موضوع حکم فقهی یا حکم اخلاقی قرار می‌گیرد؟ و یا کاربست هوش مصنوعی در حوزه علمیه چگونه است؟ ابعاد اخلاقی و اجتماعی استفاده از فناوری‌هایی چون: ربات‌ها، ماشین‌های خودران و یا اینترنت اشیا چیست؟ بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی چه پیامدهای روان‌شناختی، جامعه‌شناسی یا فقهی و دینی دارند؟ نه فقط حوزویان، بلکه دانشگاهیان که در رشته‌های علوم انسانی تحصیل می‌کنند نیز باید به این مباحث بپردازند و در آن پژوهش نمایند.

یکی از موضوعاتی که باید امروز در حوزه‌های علمیه به آن توجه شود، بحث هوش مصنوعی است و باید در رأس امور قرار گیرد؛ اینکه ما چطور می‌توانیم فضای تبلیغ، پژوهش، آموزش و یا ابعادی مثل قضاوت و حاکمیت را هوشمند کنیم؟ و یا استفاده از هوش مصنوعی در این عرصه، چه پیامدهایی دارد؟ برای مثال، به کمک هوش مصنوعی می‌توانیم شئون مختلف یک فقیه را توانمندتر کنیم و توان او را برای استنباط



احکام و یا کارهای حاکمیتی او بالاتر ببریم.

از بعد دیگر، نگاه علمی به آثار و احکام استفاده از اتوماتیک کردن‌های فراوان و ربات‌هاست. ربات‌ها می‌توانند وارد عرصه معامله شوند و خریدوفروش کنند. بدیهی است که ابعاد فقهی این موضوع هم باید بحث شود و حوزه نباید در باره این مسائل روز ساکت باشد؛ بلکه باید صاحب‌نظر باشد و ایده بدهد. در حالت عادی می‌گوییم فروشنده باید عاقل باشد؛ اما وقتی با یک رباتِ فروشنده طرف هستیم، اینجا چه شرایطی باید در معامله لحاظ شود؟

به اعتقاد بنده، آن طور که مرکز ملی فضای مجازی، این فضا را تعریف کرده، درست نیست و فضای مجازی صرفاً به آنچه در وب ارائه می‌شود، محدود نمی‌شود؛ بلکه هر آنچه فناوری ارتباطات و اطلاعات برای ما به ارمغان آورده، همگی جزء فضای سایبری محسوب می‌شود و حوزه باید به همه اینها نظر داشته باشد و بر اساس شاخص‌های ارزیابی، محتوا را استخراج کند؛ یعنی محک بزند که خطوط قرمز دینی و حاکمیتی رعایت شده یا نه؛ خب اینها در محدوده کار حوزوی‌هاست. یکی از این محتواها، بازی‌هاست؛ چه بازی‌های مجاز و چه بازی‌های غیرمجاز؛ یعنی فقط جنبه‌های سلبی را در نظر بگیریم؛ بلکه جنبه‌های ایجابی را هم لحاظ کنیم. این مسئله، یک مسئولیت بسیار سنگین روی دوش حوزه است که باید بیش از این چیزی که الآن هستیم، روی آن سرمایه‌گذاری اقتصادی، انسانی و فکری داشته باشیم.

به نظر شما، حوزه علمیه تا چه اندازه در زمینه ارتباط با فضای مجازی پیشرفت داشته است؟

در زمینه شبکه‌های اجتماعی، خیلی کم کار کرده‌ایم و حتی گاهی در خط منفی قرار داریم. از نظر تولید محتوای دیجیتال در خصوص ارتباط خودکار با مردم و پاسخگویی به سؤالات، هنوز خیلی نیاز به کار داریم. در حال حاضر، در مرکز نور محتوای دیجیتالی بسیار غنی و خوبی تولید شده است و حتی می‌توانم بگویم قوی‌ترین و غنی‌ترین مجموعه‌ها در اختیار مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی نور است که می‌تواند به‌عنوان یک پایه و محور برای فعالیت‌های حوزه علمیه قرار بگیرد.

حوزه علمیه می‌تواند در جهت بهره‌گیری و غنی‌سازی این دست محتواهای دیجیتالی و استفاده از آنها

تعبیر فضای مجازی که مقام معظم رهبری به کار بردند، یک فضای ضعیف‌تر از فضای حقیقی نیست. اساساً «مجازی» در مقابل «حقیقی»، یک بار منفی دارد و چنین برداشتی، در کلام مقام معظم رهبری استشمام نمی‌شد؛ بلکه فضای مجازی، به‌عنوان یک فضای دوم و یک مدیا و رسانه جدید برای عرضه محتوا در جهان مطرح هست. بنابراین، فضای مجازی، صرفاً به‌عنوان یک محور دست‌دوم یا فضای برخاسته از دنیای حقیقی و منعکس‌کننده آن نیست؛ بلکه یک فضای تبلیغی و رسانه جدید است که در آن می‌توانید هر زمان و مکانی با کل عالم دنیا در تماس باشید؛ یعنی منبری در هر زمان و هر مکان برای تمامی مخاطبان عالم



در فضای وب و یا جاهایی مثل آموزش و پژوهش و یا به‌کارگیری هوش مصنوعی جهت تولید شکل خاصی از محتوا و اصطلاحاً شخصی‌سازی محتوا در حوزه‌های: اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی و امثال آن، کارهای بسیار خوبی را به ثمر بنشانند.

متأسفانه، قابلیت‌ها و فرصت‌های بسیار ارزشمندی در مرکز نور هست که دارد سوخت می‌رود. باید از این مجموعه غنی محتوا، بهترین استفاده را کرد. این فرصت‌سوی، آفت بزرگی است. ایجاد محتوای غنی دینی در قالب کلیپ و مالتی‌مدیا با بهره‌مندی از گنجینه غنی موجود در حوزه، فرصت خیلی ارزنده و خوبی است؛ اما در این خصوص، هنوز عقب هستیم؛ یعنی در زمینه استفاده بهینه از داشته‌هایمان، خیلی نیاز به کار داریم؛ درحالی‌که می‌توانیم بیش از این چیزی که الآن هستیم، باشیم. مع‌الأسف، هم در خصوص راه‌اندازی و مدیریت شبکه‌های اجتماعی، و هم در زمینه بسط هوش مصنوعی در کارهایمان، عقب هستیم. البته در زمینه تولید محتوای صحیح و سالم، نسبتاً جلو هستیم. در واقع، چاه‌های نفت محتوا در اختیار ماست؛ اما روی آن نشسته‌ایم و حتی خودمان به نحو خوبی استفاده نمی‌کنیم و دیگران نیز از این گنجینه ارزشمند، محروم هستند. باید اینها به شکلی که قابل عرضه جهانی باشد، آماده‌سازی و ارائه گردد.

پیشنهاد جنابعالی برای عملیاتی شدن این مطالب چیست؟

در این باره، اولاً، باید در خصوص بحث هوش مصنوعی بیشتر کار کنیم و وظیفه خود را در جایگاه‌های مختلف تعریف کنیم. ثانیاً، تحولاتی است که باید در فضای بحث آموزش حوزه علمیه اتفاق بیفتد و نیز در زمینه تحقیق و پژوهش حوزه‌ی نیز باید از ابزارهای فناوری استفاده کرد و دستیار قوی پژوهشی برای فقیه ایجاد نمود و فقط به موضوع جست‌وجو و نمایه‌گذاری مطالب بسنده نکرد؛ بلکه باید فقیه یا محقق حوزه‌ی را در مسیر استخراج احکام دینی و یا کشف پاسخ به مسائل روز باری رساند تا دقیق‌تر و سریع‌تر به نتیجه برسیم. به نظر بنده، باید فرایند پخته کردن مطالب از طریق به‌کارگیری هوش مصنوعی را تقویت نماییم و در این زمینه، بیشتر کار کنیم.



وظیفه حوزه علمیه و همین طور، وظیفه مراکزی مثل مرکز نور، خیلی سنگین تر هست و باید فعال تر از این عمل کنیم؛ زیرا هنوز در مقام عرضه و معرفی محتوا و نیز شیوه عرضه و معرفی محصولاتمان، بسیار ضعیف هستیم. باید آن قدر جذاب تولید و عرضه کنیم که خواهان دیدن ما باشند. وقتی خودمان از محتوای تولید خودمان لذت نبریم، دیگران هم به ما اقبال نمی کنند. پیام اسلام، بسیار زیباست؛ اما این پیام زیبا، باید در یک قالب خیلی زیبا هم عرضه شود



در واقع، هوش مصنوعی و استفاده بهینه از بیگ دیتا یا داده های بزرگ، نقش مهمی دارند. بله، همین طور است. می خواهیم بگویم که اولین کاری که باید به آن توجه داشت، در خصوص فعالیت در فضای مجازی، به معنایی که گفتیم، استفاده حداکثری از هوش مصنوعی است. متأسفانه، حوزه علمیه در بحث مدیا و بازی، توجه لازم را ندارد و در خصوص تولید محتوای چندرسانه ای، کار خاصی نکرده است. در حوزه شبکه های اجتماعی هم عقب است. در زمینه مباحث تبلیغ دیجیتال و آماده سازی محتوای مناسب جهت عرضه و استفاده از سیستم های پرسش و پاسخ هوشمند، کوتاهی می کند. منظور بنده، این است که ما باید سازوکارهایی را فراهم کنیم که بتوانیم پاسخگوی تمام دنیا باشیم. هوش مصنوعی به ما کمک می کند که در این عرصه موفق عمل کنیم. در حوزه هوش مصنوعی، جای کار بسیاری وجود دارد.

مسئولیت طلاب و فضلا و حوزویان در قبال فضای مجازی چیست؟

مقام معظم رهبری، در صحبت های اخیر خودشان، نکاتی را در خصوص جهاد تبیین ارائه کردند و فرمودند این جهاد، همچون حفظ نظام، واجب و ضروری است و باید همه به آن توجه کنند. من فکر می کنم، یکی از ابزارهای قوی جهاد تبیین در دنیای فعلی، همین استفاده از ابزارهای فضای مجازی و تمامی رسانه های پُر نفوذ فضای مجازی است که باید در این راستا، تحت سیطره ما قرار بگیرد.

آنچه را صداوسیما و رسانه ملی جمهوری اسلامی باید به آن توجه کند، یک بحث است؛ اما تهیه محتوای مناسب با مقوله جهاد تبیین، کاری است که حوزه علمیه می تواند نقش بسیار کلیدی در این باره داشته باشد. اصولاً نگرش تمدن سازی که مقام معظم رهبری برای همه دانشگاه ها و نسل جدید چهل ساله دوم انقلاب مطرح کردند، بر این پایه استوار است که نگرش ما نباید فقط معطوف به کشور خودمان باشد؛ بلکه باید نگاهی جهانی را در خصوص شکل گیری یک تمدن جدید اسلامی داشته باشیم.

بنابراین، وظیفه حوزه علمیه و همین طور، وظیفه مراکزی مثل مرکز نور، خیلی سنگین تر هست و باید فعال تر از این عمل کنیم؛ زیرا هنوز در مقام عرضه و معرفی محتوا و نیز شیوه عرضه و معرفی محصولاتمان، بسیار ضعیف هستیم. باید آن قدر جذاب تولید و عرضه کنیم که خواهان دیدن ما باشند. وقتی خودمان از محتوای تولید خودمان لذت نبریم، دیگران هم به ما اقبال نمی کنند. پیام اسلام، بسیار زیباست؛ اما این پیام زیبا، باید در یک قالب خیلی زیبا هم عرضه شود. به تعبیر امام رضا (علیه السلام):

«فَإِنَّ النَّاسَ لَوْ عَلِمُوا مَخَاسِنَ كَلَامِنَا لَاتَّبَعُونَا؛ اگر مردم زیبایی‌های کلام ما را می‌شناختند، از ما پیروی می‌کردند.»

باید دقت کرد که در فضای سایبری، با شکل‌های مختلفی می‌توان محتوای خودمان را عرضه کنیم. بنابراین، باید نخست شیوه‌های عرضه جذاب کلام را شناسایی کرد و حتی لازم است که عده‌ای متخصص را در این زمینه تربیت کنیم. برای اینکه قضیه جهاد تبیین درست و صحیح پیش برود، حوزه علمیه باید از مدارس خودش شروع کند و شیوه آموزش را متحول کند و آموزش‌های طولانی‌مدت را کوتاه‌تر نماید و بعد شیوه‌های نوین عرضه پیام را در جهان سایبری بررسی کند و همواره به‌روز باشد.

این تحول، علاوه بر آموزش، در عرصه پژوهش‌های حوزوی نیز باید وارد شود و یا در عرصه تبلیغ هم همین‌طور. در سایر ستون حوزه، مثل شأن حاکمیتی فقیه نیز باید تحولی اثربخش ایجاد شود. حوزه‌های علمیه نقش‌های مهمی در حاکمیت اسلامی هم دارند؛ مانند مدیریت‌هایی که از طرف شخصیت‌های برجسته حوزه در عرصه‌هایی مثل: قوه قضاییه، شورای نگهبان، قوه مجریه و یا مجلس شورای اسلامی رخ می‌دهد. لازمه همه اینها، آن است که ما به شکلی فعال عمل کنیم تا منویات رهبر معظم انقلاب و ثمره خون شهدای ما شکل بگیرد و اسلام وارد عرصه‌های مختلف زندگی شود.

اگر صحبت دیگری باقی مانده، بیان بفرمایید.

نهالی را که یکصد سال پیش، جناب شیخ عبدالکریم حائری (رحمت الله علیه) در حوزه علمیه قم پایه‌گذاری کرد، این نهال - بحمد الله - امروزه شکوفا شده و یکی از مهم‌ترین ثمراتش، انقلاب اسلامی بود؛ یعنی حضرت امام، یکی از بزرگ‌ترین شاگردهای این مکتب بود و این انقلاب، بیش از چهل است که با سرعت پیش می‌رود. نسل جدیدی که در حوزه علمیه و همین‌طور در جامعه انقلابی شکل گرفته، اگر با نگاه تمدن‌سازی وارد کار بشوند، تمام تکنولوژی‌های موجود در فضای مجازی، محوری برای این منظور خواهد بود. این نسل، باید به شکل قوی، این فضا و ابزارهای آن را بشناسند و بر آن مسلط باشد و از آن، در جهت اهداف نظام اسلامی استفاده کند و به سوی ایجاد تمدن اسلامی نوین حرکت نماید.

به اعتقاد بنده، کاربست هوش مصنوعی و توجه ویژه به بازی‌های رایانه‌ای و موتورهای مختلف شبکه‌های اجتماعی از طرف حوزه علمیه، جهش اثربخش و مفیدی را به ارمغان خواهد آورد. بحمدالله، حرکت‌هایی در حوزه علمیه در این باره شروع شده و درس‌های خارج در باره موضوع بازی‌های دیجیتال، رمزارزها و زنجیره‌های فناوری و امثال آن شکل گرفته و اساتید حوزه، به این مباحث هم توجه می‌کنند.

به هر حال، استفاده از این مباحث به شکل فنی در لابه‌لای مقوله پژوهش، آموزش و تبلیغ، می‌تواند حرکت حوزه‌های علمیه را به سوی تمدن‌سازی اسلامی دقیق و سریع کند. اگر پیوند بین حوزه و دانشگاه قوی‌تر شود و هر دو به دستاوردهای یکدیگر توجه نشان بدهند، می‌توانند بستر خوبی را در جهت نقش‌آفرینی و هم‌افزایی در این تمدن جدید به وجود آورند. به نظر بنده، چنین چیزی آغاز شده و کم‌کم قوی‌تر خواهد شد و امیدواریم شجره طیبه حوزه علمیه که به دست مبارک شیخ عبدالکریم حائری (رحمه الله) ایجاد شده، در سده دوم عمر خودش، بسیار موفق‌تر عمل کند و این حرکت الهی به ظهور امام عصر حضرت حجت‌بن‌الحسن (عجل‌الله تعالی فرجه الشریف) متصل شود.

از اینکه در این گفت‌وگو شرکت کردید، بسیار سپاسگزاریم. ■