



وژنه فضای مجازی

و نامه های رهبری به جوانان غربی

اشاره

امروزه، فضای مجازی، جزء تفکیک‌ناپذیر زندگی بشر شده و تقریباً تمام شئون زندگی به صورت مستقیم و غیرمستقیم با این فضا درگیر شده است. مقوله‌های مرتبط با باورهای دینی، از جمله اولین و پراهمیت‌ترین موضوعات پرداخته شده در فضای مجازی است. شناخت بسترهای فضای مجازی در کاربردی نمودن مسئله معرفی اسلام، اهمیت ویژه‌ای دارد و این اهمیت، با انتشار نامه‌های مقام معظم رهبری خطاب به جوانان غرب، از برجستگی بیشتری برخوردار شده است. مسلماً بسترهای مجازی موجود با توجه به تلاش سازماندهی شده امپراتوری رسانه‌ای غرب برای سانسور نامه مقام معظم رهبری، فضایی بسیار مناسب برای رساندن این پیام و دعوت از جوانان غرب برای مطالعه در این نامه‌ها و اندیشیدن به پرسش‌های مطرح شده در آن و تلاش برای یافتن جواب صحیح می‌باشد.

کلیدواژه‌گان: معرفی اسلام، فضای مجازی، دسترس‌پذیری، منابع اسلامی.

بسترهای مجازی

در معرفی اسلام اصیل به جوانان



محمد مصطفی حسینی *

mmhosseini@noornet.net

مقدمه

بر همگان روشن است که در شرایط فعلی که هژمونی امپراتوری رسانه‌ای ضد اسلام ناب محمدی حاکم شده، فضاهای مجازی به مثابه شمشیر دولبه، فرصتی بی‌بدیل را فراهم نموده است که با شناخت و استفاده از آن می‌توان خلأ امکان رقابت را پُر نمود و به معرفی اسلام ناب پرداخت.

مقام معظم رهبری (مد ظله العالی) نیز با شناخت دقیق و کارشناسانه از این فضا، با نگارش دو نامه، جوانان غرب را به شناخت بی‌واسطه از اسلام دعوت نموده، از ایشان خواستند تا با تحقیق در منابع اسلامی، این دین را آن‌گونه که هست، بازشناسی نمایند؛ نه از طریق تصویر خشن و مخدوشی که توسط رسانه‌ها معرفی می‌گردد.

نکته مهم در تکمیل شدن این دعوت، دسترس‌پذیر بودن منابع اصیل اسلامی، جهت فراهم شدن امکان تحقیق و بررسی این منابع توسط جوانان می‌باشد.

نوشته حاضر سعی دارد با بررسی تأثیرگذاری اینترنت در معرفی اسلام، به شناسایی و معرفی بسترهای مجازی برای معرفی اسلام به جوانان پرداخته، میزان دسترس‌پذیری منابع اصیل برای شناخت اسلام در اینترنت را مورد واکاوی قرار دهد.

بنابراین، این نوشته در سه بخش کلی ارائه می‌گردد: تأثیرات اینترنت در معرفی اسلام، بسترهای مجازی معرفی اسلام و دسترس‌پذیری منابع اصیل اسلام.

الف) تأثیرات اینترنت در معرفی اسلام

فضای مجازی (اینترنت)، توانایی اثرگذاری گسترده‌ای روی مخاطبان خویش دارد؛ گستره‌ای که از ایجاد تغییر در سبک زندگی تا ایجاد تغییر در باورها و ارزش‌های زندگی وی را شامل می‌شود. در حال حاضر، بسیاری از اندیشمندان اسلامی نگران تأثیرگذاری منفی اینترنت بر ارزش‌ها و باورهای اسلامی روی مخاطبان مسلمان هستند؛ اما از سوی دیگر، عده‌ای از اندیشمندان معتقدند: «اسلام می‌تواند با بازسازی مفهومی‌اش و با استفاده از ظرفیت‌های فضای مجازی، تولید پیام و انتشار آن و تعامل و گفت‌وگوی انتقادی با دیگر مکاتب، در برابر تهاجم یک‌جانبه امپریالیسم غرب مقاومت نموده، مخاطبان جهانی جدیدی بیابد.» (توانا و علیپور، ۱۳۹۴)

طبق تحقیقات انجام‌شده، میزان استفاده کاربران از اینترنت

و میزان فعال بودن و واقعی دانستن محتوای اینترنت توسط ایشان، رابطه معناداری را با هویت دینی کاربران نشان می‌دهد. از سوی دیگر، دیدگاه صاحب‌نظران و اندیشمندان در خصوص آثار و تبعات ناشی از اینترنت را می‌توان به سه دسته کلی تقسیم کرد: دسته اول، جبرگرایی که اینترنت را ساختاری عینی و بیرونی فرض می‌کند که در چارچوب آن ذهنیت افراد شکل می‌گیرد و جبری را بر آنها تحمیل می‌کند. دسته دوم، اراده‌گرایی که اینترنت را صرفاً به عنوان یک رشته امکانات محض در جهت تواناسازی فرد برای گردآوری انبوه اطلاعات و رشد کثرت‌گرایی می‌داند. و دسته سوم که دیدگاه آنها به تکنورالیسم معروف است و رویکرد بینابینی دارند؛ یعنی آنها در عین اینکه ظرفیت‌ها و توانایی‌های اینترنت را در نظر دارند، به آزادی عمل کاربران نیز توجه دارند. (عباسی قادی، ۱۳۸۶)

بنابراین، اگر ما دیدگاه تکنورالیسم را در بررسی تأثیرات اینترنت بپذیریم، باید این مسئله را نیز بپذیریم که اینترنت، این توانایی را دارد که تأثیر متقابلی را در پذیرش هویت دینی و آزادی عمل کاربران در به خدمت گرفتن این ابزار جهت نشر عقاید فراهم آورد. البته این نکته را نیز باید در نظر داشت که نوع استفاده کاربران، نظیر استفاده کاربردی و یا تفریحی و همچنین مدت‌زمان حضور آنان در اینترنت و هدف استفاده آنان، در تأثیرپذیری دینی ایشان بسیار مؤثر است. (مزینانی، ۱۳۹۳)

گفتمان اسلام ناب محمدی اگر قصد دارد در فضای مجازی تأمل و تفکر عمیقی را برانگیزد، باید واژه‌های نو و خلاقانه‌ای را متناسب با سطح فهم مخاطبان این فضا خلق نماید و این نکته را نیز باید در نظر داشت که اگر فقط بنا باشد که فرایند ارجاع دائمی به متن دین لحاظ شود، امکان تولید و تکثیر بی‌حد و مرز معنا کاهش پیدا می‌کند. (توانا و علیپور، ۱۳۹۴)

اینترنت، بستر مناسبی است که با استفاده از ویژگی‌های اعتماد نسبی، تعامل چندجانبه و چندوجهی بودن آن، می‌تواند در تولید پیام و انتشار آن با چاشنی خلاقیت و هم‌زبانی با فهم مخاطب، همگام با نیازهای مخاطب جهانی اقدام نمود و معارف ناب اسلامی را به گوش جهانیان رساند.

آنچه مسلم است، این است که دشمنان مکتب اسلام ناب در عرصه فضای مجازی نیز تمام تلاششان را برای ضربه زدن و تخریب چهره اسلام به کار می‌برند؛ اما جدیت و تلاش

علاقه‌مندان به مکتب اسلام و استمرار در پیگیری هدف و هماهنگی فعالان در این جبهه جهاد مجازی، می‌تواند تلاش‌های دشمنان را خنثا نموده، نقش پررنگ و مفیدی را در ترویج پیام اسلام داشته باشد.

ب) بسترهای مجازی معرفی اسلام

بلافاصله بعد از انتشار نامه مقام معظم رهبری (مد ظله العالی)، علاقه‌مندان به اسلام در اقصی نقاط جهان و با هر وسیله ارتباطی که در دسترس داشتند، به انتشار نامه ایشان به زبان‌های مختلف پرداختند که بخشی از فعالیت‌ها و بازتاب‌های آن، در پایگاه نشر آثار ایشان انعکاس داده شد. در اینجا به عنوان نمونه به یک پیام به جهت نشان دادن عمق نفوذ بسترهای مجازی قابل استفاده و وسعت و سرعت انتشار پیام رهبر انقلاب، ذکر می‌گردد:

«با شنیدن این خبر از رسانه ملی، سریعاً اینجانب به نشر این خبر پرداختم. بنده در یک بازی آنلاین بازی می‌کنم که بیش از ۲۰ کشور در آن حاضرند. برای چند جوان ایتالیایی و انگلیسی این خبر را گفتم؛ ولی آنها خودشان می‌دانستند.» (پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، ۱۳۹۵)

بی‌شک، بسترهای قابل بهره‌گیری برای نشر معارف ناب اسلامی بسیار وسیع بوده، به واقع هر جا که مخاطبی وجود داشته باشد، امکان معرفی این منابع نیز وجود دارد.

در ادامه، به معرفی برخی از بسترهای مجازی که کاربران اینترنتی جهت معرفی منابع اسلامی از آن بهره می‌گیرند، اشاره می‌شود:

۱. پایگاه‌های اطلاع‌رسانی

امروزه، پایگاه‌های اطلاع‌رسانی را می‌توان عقبه محتوایی

فضای مجازی دانست؛ چرا که با وجود جولان دادن وب‌دویی‌ها و فضاهای اجتماعی، در نهایت این پایگاه‌های اطلاع‌رسانی تخصصی هستند که وظیفه حفظ صحت سندیت و اتقان محتوا را در این فضا به عهده دارند.

در حال حاضر، تعداد پایگاه‌های اطلاع‌رسانی که در اینترنت به نشر محتوای دینی می‌پردازند، از میلیون‌ها گذشته و به‌آسانی قابل شمارش نیست و این پایگاه‌ها در موضوعات متنوع دینی، از نشر مستقیم منابع دینی و تفسیر آن گرفته، تا نقد سایر مکاتب و گفت‌وگوی بین مکاتب را شامل می‌شوند؛ به گونه‌ای که گفته می‌شود در مجموعه پژوهش‌های دینی، اینک باید به فکر تأسیس شاخه‌ای جدید بود که «دین در اینترنت» را موضوع بررسی‌های خود قرار می‌دهد. (رضایی، ۱۳۸۵)

۲. پایگاه‌های شخصی و وبلاگ

تجربه شخصی، مسئله‌های نیست که در تحقیق دینی به این آسانی‌ها بتوان از آن گذشت. عموماً کاربران دوست دارند بدانند که دیگران در مورد تجربه‌هایی که گذرانده‌اند، چه می‌گویند. تجربه دینی هم از این موضوع مستثنا نیست و وب‌نوشته‌های شخصی در این زمینه می‌توانند بسیار مفید، هدایت‌گر و نقش‌آفرین باشند.

۳. نامه الکترونیک

ایمیل یا نامه الکترونیک، گونه‌ای از ارتباطات بین کاربران در فضای مجازی است که امروز بیش از ۳۶ سال از عمر آن می‌گذرد. اما گذشت این زمان و شکل‌گیری بسترها و قابلیت‌های جدید، هیچ‌گاه باعث نشده تا نامه الکترونیک یا رایانه به حاشیه رانده شده و به کلی کنار گذاشته شود؛ چرا

آنچه مسلم است، این است که دشمنان مکتب اسلام ناب در عرصه فضای مجازی نیز تمام تلاششان را برای ضربه زدن و تخریب چهره اسلام به کار می‌برند؛ اما جدیت و تلاش علاقه‌مندان به مکتب اسلام و استمرار در پیگیری هدف و هماهنگی فعالان در این جبهه جهاد مجازی، می‌تواند تلاش‌های دشمنان را خنثا نموده، نقش پررنگ و مفیدی را در ترویج پیام اسلام داشته باشد

که تقریباً هر کسی که در فضای مجازی هست، ایمیل نیز دارد. تحقیقات «مؤسسه pew» در سال ۲۰۱۱ نشان داده است که ۹۲ درصد از کاربران اینترنت به صورت معمول از ایمیل استفاده می‌کنند. (pew, 2016)

البته در طول این زمان، این بستر مجازی از آفاتی همچون هرزنامه‌ها و تبلیغات رنج برده است؛ اما کاربران فضای مجازی، همیشه برای نامه‌های الکترونیک معتبر ارزش قائل بوده‌اند. برقراری مکاتبات الکترونیک با هدف نشر محتوای اسلامی با رعایت ویژگی اعتبار و با پرهیز از آفاتی نظیر هرزنامه، می‌تواند این بستر را به بستری کارآمد در تبلیغ محتوای ناب اسلامی تبدیل نماید.

۴. کتابخانه دیجیتال

کتابخانه‌های دیجیتال، توانسته‌اند با مرتفع نمودن مشکلاتی نظیر: گرانی خرید فیزیک کتاب، نگهداری فیزیک کتاب در طول زمان، سرعت پایین جست‌وجو در کتاب‌ها و نیز مشکل دسترسی به کتابخانه‌های فیزیکی، بستری را فراهم نمایند تا مخاطبان فضای مجازی بتوانند در هر نقطه‌ای از کره خاکی و در هر زمانی، به بانکهای عظیم کتاب متصل شوند و از آن بهره‌گیرند. (کمریان، ۱۳۸۵)

تحقیقات «مؤسسه pew» نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۶ در ایالات متحده ۴۴ درصد کاربران اینترنت از کتاب‌های موبایلی و ۳۱ درصد نیز از کتابخانه‌های دیجیتال برای مطالعه استفاده می‌کنند. (pew, 2016)

در مورد منابع اسلامی نیز پایگاه‌هایی در زمینه کتابخانه دیجیتال فعال هستند که گرچه فعالیت آنها چه به لحاظ کمی و چه به لحاظ شیوه ارائه، خالی از اشکال نمی‌باشد، اما تا حدودی می‌تواند پاسخگوی نیازهای مخاطبان باشد.

۵. آموزش آنلاین

در فضای مجازی، آموزش آنلاین به دلایل متعددی که از ویژگی‌های آموزش آنلاین نشئت می‌گیرد، با اقبال کاربران روبه‌روست. این بستر می‌تواند در نشر معارف ناب اسلامی بسیار مؤثر بوده، در قالب برقراری دوره‌های آموزشی تحت وب، علاقه‌مندان به آشنایی با اسلام را تحت پوشش قرار دهد.

در حال حاضر، مراکز متعددی در جهان اسلام برای این هدف اقدام به راه‌اندازی پایگاه نموده‌اند که متأسفانه، برخی از این پایگاه‌ها، نه تنها اسلام اصیل را دنبال نمی‌نمایند،

بلکه در صدد انتشار افراطی‌گری و تبلیغ آن هستند.

مرکز جهانی جامعه المصطفی‌العالمیه با درک درست این موضوع، اقدام به راه‌اندازی مرکز آموزش‌های مجازی خود (almustafaou.org) نموده است که تاکنون، امکان تحصیل در ۱۴ زبان را در دوره‌های کوتاه‌مدت و تعداد کمتری زبان در دوره‌های بلندمدت دانشگاهی فراهم نموده است.

۶. فروشگاه آنلاین

ارائه کتاب و محصولات نرم‌افزاری اسلامی در فروشگاه‌های آنلاین بین‌المللی، بستری مناسب جهت دسترس‌پذیر نمودن منابع اسلامی است که سبب خواهد شد که مخاطبان، به‌خصوص در کشورهای غربی، آسانتر بتوانند به تهیه این اقلام بپردازند.

۷. کامنت (نظردهی)

اینترنت با اضافه شدن قابلیت تعامل‌پذیری، وارد وب ۲ شد و نظردهی یکی از اولین امکاناتی بود که با اضافه شدن به پایگاه‌های اطلاع‌رسانی و وبلاگ‌ها به آن ابعاد تازه بخشید. واقعیت این است که خواندن شدن نوشته‌ها در اینترنت و بیان نظرات در مورد آن، برای نویسندگان اینترنتی بسیار دارای اهمیت می‌باشد و همین مسئله می‌تواند سنگ بنایی باشد برای تبادل نظر با نویسندگانی که قابلیت در معرض محتوای دینی قرارگرفتن را دارند.

۸. شبکه‌های اجتماعی

تحقیقات نشان می‌دهد که نرخ استفاده از شبکه‌های اجتماعی، از کمتر از ۷ درصد در سال ۲۰۰۵م، به نزدیک به دوسوم، یعنی ۶۵ درصد افراد بالغ در سال ۲۰۱۵م رسیده است و حال اینکه این عدد برای کل کاربران اینترنت در سال ۲۰۱۵م، حدود ۱۰ درصد و در سال ۲۰۱۵م، نزدیک به ۷۶ درصد بوده است. نکته جالب اینجاست که بیش از ۵۲ درصد از این کاربران، در دو یا چند شبکه اجتماعی عضو هستند. (pew, 2016) امروزه، دیگر حضور در فضای مجازی بدون عضویت و حضور در شبکه‌های اجتماعی، تقریباً کم‌رنگ شده است.

گرچه آهنگ رشد کاربران فیسبوک در سال اخیر متوقف شده است، اما این شبکه همچنان پرکاربردترین شبکه اجتماعی است که مخاطبان پروپاقرصی دارد؛ چرا که ۷۰ درصد کاربران فیس‌بوک به صورت روزانه به اکانت خود سر می‌زنند. فیسبوک، در واقع، یک ابرشبکه اجتماعی



است که چه به لحاظ امکانات و چه به لحاظ جمعیت‌ها و گروه‌هایی که در دل خود جا داده، مجموعه‌ای به هم پیچیده از هزاران شبکه اجتماعی در داخل یک شبکه اجتماعی بزرگتر است.

۳۹ درصد از کاربران فیسبوک، حاضر به برقراری ارتباط با کسانی هستند که قبلاً هرگز ایشان را ملاقات نکرده‌اند. بنابراین، غفلت از استفاده از این شبکه عظیم ارتباطی، به معنای از دست دادن بخش بزرگی از ظرفیت انتقال پیام در فضای مجازی است. از سوی دیگر، خوداظهاری‌های کاربران در شبکه اجتماعی فیسبوک، این امکان را نیز فراهم می‌نماید تا با سلیقه کاربران آشنایی بیشتری کسب شده، محتوای مناسب و درخور جهت ایشان آماده گردد.

توئیتر نیز یکی دیگر از باسابقه‌ترین شبکه‌های اجتماعی است که گرچه هیچ‌گاه نتوانسته به علت ساختار پیچیده کاربری در جذب تعداد کاربر با فیسبوک به رقابت پردازد، اما به علت اینکه محل تجمع حرف‌های و موج‌سازترین کاربران اینترنت می‌باشد، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. تقریباً بیشتر روندهای روزانه (Trends) شبکه‌های اجتماعی، یک سرشان در شبکه اجتماعی توئیتر است و از این لحاظ، بستر مناسبی است تا با رعایت ادبیات مخصوص این شبکه، به تعامل با کاربران آن پرداخته شود.

گوگل پلاس نیز شبکه اجتماعی دیگری است که گرچه تلاش شکست‌خورده گوگل برای رقابت با شبکه اجتماعی فیسبوک بود، اما دست‌کم توانست با قابلیت حلقه‌های مخاطبان که برای کاربران خود ایجاد نمود، به مدیریت ارسال محتوا برای کاربران خاص کمک شایانی نماید. علاوه بر این، محتوای تولیدشده در گوگل پلاس در مقایسه

با محتوای سایر شبکه‌های اجتماعی، به شکل بهتری در موتور جست‌وجوی گوگل فهرست شده و در نتایج جست‌وجوی آن در رتبه بهتری نمایش داده می‌شوند.

شبکه‌های اجتماعی فراوان دیگری نیز وجود دارند که هر کدام به صورت تخصصی یا منطقه‌ای یا برای کاربران زبان خاص دارای اهمیت می‌باشند که می‌توان با شناسایی این شبکه‌های اجتماعی تخصصی، برای تأثیرگذاری روی مخاطبان آن برنامه‌ریزی نمود.

۹. ابزارهای پیام‌رسان

گسترش قلمروی به‌کارگیری اینترنت بر روی سکوهای همراه (موبایل و تبلت و نظایر آن) و گسترش همزمان قابلیت‌های سیستم‌عامل‌های اندروید و آی‌اَس، سبب گردید که در مدت زمان کوتاهی استفاده از اینترنت سکوهای همراه، جای خود را در میان اقشار مختلف باز نماید. این تحول، به قدری اهمیت داشت که آن را در کنار اینترنت (پهنای باند) و شبکه‌های اجتماعی و اینترنت اشیا، به عنوان یکی از چهار انقلاب فناوری اطلاعات نام‌گذاری کرده‌اند.

آمارها نشان می‌دهد که ۶۴ درصد افراد بزرگسال در ایالات متحده گوشی هوشمند دارند که بیش از ۹۰ درصد از این افراد از اینترنت استفاده می‌کنند. و بیش از ۷۷ درصد آنان نیز از شبکه‌های اجتماعی بهره می‌گیرند. این آمار برای جوانان به مراتب بیشتر بوده و بهره‌گیری آنان از اینترنت به ۹۷ درصد و استفاده از شبکه‌های اجتماعی همراه به حدود ۹۰ درصد کاربران می‌رسد. ۳۷ درصد دارندگان گوشی‌های هوشمند، از ابزارهای پیام‌رسان همراه نظیر واتساپ و تلگرام استفاده می‌کنند که این رقم در بین جوانان، به ۴۹ درصد

کاربران گوشی‌های هوشمند می‌رسد. (pew, 2016)

ابزارهای پیام‌رسان، گونه‌ای از برنامه‌های همراه هستند که برای کاربران تلفن هوشمند این امکان را فراهم می‌کنند که بدون استفاده از سیستم سنتی ارسال پیامک، با سایر کاربران تبادل پیام داشته باشند. برخی از این برنامه‌ها علاوه بر این، امکان مکالمه صوتی و حتی تصویری با سایر کاربران را نیز فراهم می‌نمایند. انتقال عکس، صوت، فیلم و دیتا، به اشتراک‌گذاری مکان و حتی امکان ایجاد گروه نیز جزو امکاناتی است که برای کامل شدن نیازهای ارتباطی بین کاربران به این ابزارها افزوده شده است.

عموم این نرم‌افزارها، امکان برقراری ارتباط بین کسانی را فراهم می‌کنند که پیش‌تر شماره آنها در دفترچه تلفن فرد ثبت شده باشد؛ اما در برخی از این نرم‌افزارها، این امکان فراهم شده که با بهره‌گیری از قابلیت موقعیت‌یاب جهانی (GPS)، از لحاظ مکانی نزدیک‌ترین کاربران به وی را ردیابی نموده، امکان برقراری ارتباط را فراهم آورد.

باید دقت داشت که گرچه امکان ارتباط به صورت گروهی در ابزارهای اجتماعی پیام‌رسان فراهم شده، اما در نهایت این ابزارها از نظر ماهیت، پوشش‌دهنده ارتباطات شخصی افراد هستند. به همین دلیل، باید این نکته را در نظر داشت که تبلیغ محتوای دینی بدون رعایت این ملاحظه تقریباً کاری شبیه به ارسال هرزنامه است که کاربران به شدت با آن مخالف بوده، خیلی سریع فرد ارسال‌کننده را مسدود (Block) خواهند کرد.

تبلیغ در پیام‌رسانهای اجتماعی، بیشتر یک فرایند ارتباطی نزدیک به ارتباط چهره‌به‌چهره است و با وجود سخت و پیچیده بودن برقراری ارتباط با یک مخاطب خاص، اما از اثرگذاری فوق‌العاده بالایی برخوردار است.

۱۰. پایگاه‌های اشتراک‌گذاری (عکس، صوت، فیلم، اسلاید و اطلاعات)

یکی از بسترهای بسیار مناسب در ترویج محتوای اسلامی، پایگاه‌های اشتراک‌گذاری محتوا هستند که عموماً به دو صورت تخصصی و عمومی به فعالیت می‌پردازند.

پایگاه‌های اشتراک‌گذاری عمومی، بدون ارائه خدمات خاص متادیتایی، صرفاً با فراهم کردن امکان بارگذاری دیتا خدمات خویش را ارائه می‌کنند؛ ولی پایگاه‌های اشتراک‌گذاری تخصصی با فراهم کردن امکانات متادیتا برای اقلام به

اشتراک گذاشته‌شده، ارزش افزوده نیز ایجاد نموده، یافتن و شناخت آن پیش از بارگذاری را میسر می‌کنند.

عمده پایگاه‌های اشتراک‌گذاری تخصصی در حوزه‌های ذیل فعالیت می‌کنند:

- **فیلم:** این پایگاه‌ها با ارائه امکاناتی نظیر کانال برای کاربران خود، این امکان را فراهم می‌کنند که با تولید کلیپ‌های کوتاه چنددقیقه‌ای، فیلم‌های خویش را با سایر کاربران به اشتراک بگذارند.

تولید کلیپ‌های کوتاه و مورد علاقه جوانان غربی و ارائه نظرات اسلام با بهره‌گیری از خلاقیت و هنر و به اشتراک‌گذاری آن در پایگاه‌های معروف اشتراک‌گذاری فیلم با رعایت ارائه توضیحات متادیتای مناسب، گامی بسیار مؤثر در تبلیغ محتوای اسلامی به شمار می‌رود.

- **عکس:** تگ‌گذاری بر روی عکس، به موتورهای جست‌وجو امکان می‌دهد تا در ارائه نتایج جست‌وجو دقیق‌تر عمل نمایند. بر همین مبنا، پایگاه‌های به اشتراک‌گذاری عکس ضمن امکان دسته‌بندی موضوعی عکس‌ها (آلبوم)، امکان تگ‌گذاری را نیز برای کاربران‌شان فراهم می‌نمایند. علاوه بر این، کاربرانی که ذوق و سلیقه و تخصص لازم را دارند، می‌توانند با تولید پوستر از محتوای اسلامی، آن را در معرض دید عموم مخاطبان پایگاه‌های اشتراک‌گذاری محتوا قرار دهند.

- **صوت:** پادکست‌های صوتی در پایگاه‌های اشتراک‌گذاری صوت، راه مناسبی برای انتقال مفاهیم ناب اسلامی است؛ چرا که اصولاً پیام‌های صوتی به دلیل اینکه بیش از سایر انواع پیام‌ها ذهن مخاطب را به تصور مفاهیم انتقالی وامی‌دارد، اثرگذاری بسیار برجسته‌ای نیز در ذهن مخاطب دارد.

- **اسلاید:** تولید اسلاید و اشتراک‌گذاری محتواهای دینی نیز روشی مناسب در انتقال مفاهیم دینی است.

ج) دسترس‌پذیری منابع اصیل اسلامی

امروزه، با فراهم بودن امکان دسترسی جهانی به وسیله شبکه اینترنت، دیگر هیچ دغدغه و نگرانی در دسترس‌پذیری بودن منابع اسلامی وجود ندارد و انجام یک جست‌وجوی ساده در مورد منابع اسلامی به زبان‌های مختلف نشان می‌دهد که منابع اسلامی در برخی زبان‌ها به وفور، و در برخی دیگر تا حد برطرف نمودن نیاز به آشنایی با دین اسلام فراهم هستند؛ اما نکته مهم در اتقان و صحیح بودن محتوا، شیوه ارائه و جذابیت

منابع در دسترس برای پاسخگویی به سؤال‌های جوانان و اندیشوران حقیقت‌جو در جهان غرب است.

در مورد شیوه ارائه باید گفت که بهترین راه تبلیغ اسلام در غرب، این است که آنان را با زبانی که آن را می‌فهمند و می‌پذیرند، به اسلام دعوت کنیم. زبان در اینجا شامل روش و قالبی است که انسان عبارت و الفاظ معرفت مکتب خود را در آن می‌ریزد. باید دانست که در غرب به چه مسائلی توجه دارند و چه روشی را در ارائه مطالب می‌پسندند. (موریس بوکائی، ۱۳۶۲) متأسفانه در حال حاضر، بسیاری از ترجمه‌های موجود قرآن به جای اینکه تشنگی جویندگان راه حقیقت در غرب را برطرف نماید، بیشتر ایشان را سردرگم می‌نماید.

علاوه بر این، گاهی ترجمه‌های موجود به علت وجود داشتن برداشت‌های ناصحیح و افراطی از اسلام به جای اینکه برای جوانان غرب ایجاد جذابیت نماید، اسلام را یک دین خشن، بی‌منطق و دارای تناقضات معرفی می‌نماید.

از این رو، لازم است که در معرفی اسلام به بُعد دسترس‌پذیر نمودن منابع مورد تأیید توجه ویژه نمود و به عنوان گام ابتدایی در هنگام نشر نامه‌های مقام معظم رهبری به جوانان غرب، منابع اصیل مورد تأیید و جذاب به مخاطبان این نامه‌ها معرفی گردند.

برخی از مراکزی که در حال حاضر با همین رویکرد، در حال ارائه خدمات در فضای مجازی هستند، عبارت‌اند از:

۱. مؤسسه فرهنگی ترجمان وحی

این مؤسسه با هدف ارائه ترجمه‌هایی صحیح، روان، شیوا و به دور از تحریف قرآن مجید، در سال ۱۳۷۳ در شهر قم تأسیس گردید و تا کنون موفق به ارائه ترجمه قرآن کریم به هفت زبان مختلف شده است که متن آن در پایگاه این مؤسسه (www.cthq.ir) ارائه شده است. این مؤسسه علاوه بر کار ترجمه قرآن که به ۱۶ زبان در دستور کار دارد، در زمینه پژوهش در ترجمه قرآن نیز فعال بوده، نشریه تخصصی هم در این زمینه منتشر می‌نماید.

نرم‌افزار چندرسانه‌ای ترجمان وحی که با همکاری مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) آماده گردیده است، یکی از محصولات فاخر این مؤسسه می‌باشد. این نرم‌افزار با رابط کاربری سه‌زبانه فارسی، عربی و انگلیسی، شامل متن و فهرست کامل سوره‌های قرآن کریم به همراه ۸۰ ترجمه به ۲۶ زبان، از قبیل: فارسی، انگلیسی، فرانسه، آلمانی، ایتالیایی، اسپانیولی، اندونزیایی، ترکی استانبولی، کردی، آذربایجانی، اردو، چینی، روسی، ژاپنی و هندی و همچنین ۳ آوانگاری کامل قرآن کریم به زبان انگلیسی می‌باشد.

۲. مرکز نشر معارف اسلامی در جهان

این مرکز توسط مرحوم آیت‌الله سید مجتبی موسوی لاری تأسیس شده و در آن معارف ناب اسلامی با توجه به نیاز مخاطبان زبانهای مختلف ابتدا به زبان فارسی نگارش گردیده و سپس به ۲۸ زبان گوناگون ترجمه شده است. این مرکز خیریه، سال‌هاست که کتاب‌های خود را به صورت رایگان برای متقاضیان خارج از کشور ارسال می‌نماید.

امروزه، با فراهم بودن امکان دسترسی جهانی به وسیله شبکه اینترنت، دیگر هیچ دغدغه و نگرانی در دسترس‌پذیر بودن منابع اسلامی وجود ندارد و انجام یک جست‌وجوی ساده در مورد منابع اسلامی به زبان‌های مختلف نشان می‌دهد که منابع اسلامی در برخی زبان‌ها به وفور، و در برخی دیگر تا حد برطرف نمودن نیاز به آشنایی با دین اسلام فراهم هستند؛ اما نکته مهم در اتقان و صحیح بودن محتوا، شیوه ارائه و جذابیت منابع در دسترس برای پاسخگویی به سؤال‌های جوانان و اندیشوران حقیقت‌جو در جهان غرب است

همچنین، کتاب‌ها و آثار این مؤسسه به تمام ۲۸ زبان ترجمه شده، در پایگاه اینترنتی www.musavilari.org قابل دسترسی است. در این پایگاه، کتاب‌های مذکور در فرمت‌های: Text، PDF و Zip قرار دارد.

۳. مرکز ساماندهی ترجمه و نشر معارف اسلامی و علوم انسانی (مستعان)

این مرکز که جزو مراکز وابسته به سازمان فرهنگ و ارتباطات اسلامی است، در سال ۱۳۸۶ش با هدف سیاست‌گذاری و تعیین اولویت‌ها درباره حمایت از ترجمه در موضوعاتی نظیر: معرفی فرهنگ و تمدن اسلامی، معرفی تشیع متناسب با مخاطبان، معرفی ایران اسلامی و انقلاب اسلامی و نیز معرفی آثار متفکران برجسته انقلاب اسلامی به زبان‌های مختلف راه‌اندازی گردید و تا کنون با راه‌اندازی پایگاه اینترنتی مستعان (samantarjomeh.ir) سه کتابخانه دیجیتال به زبان‌های: فرانسه، روسی و اسپانیولی را در دسترس کاربران قرار داده و همچنین، راه‌اندازی کتابخانه‌های دیگر به زبان‌های: انگلیسی، آلمانی، ایتالیایی، یونانی، آلبانیایی، بلغاری، نروژی، کرواتی، بوسنیایی، صربی، سوئدی، رومانیایی و چکی را در دستور کار دارد.

خوشبختانه، کتاب‌های ارائه‌شده در کتابخانه دیجیتال این مرکز تا حدودی پاسخگوی نیازهای مخاطبان فرانسه، روسی و اسپانیولی زبان می‌باشد؛ اما متأسفانه، پایگاه اینترنتی این مرکز فقط دارای رابط کاربری به سه زبان: فارسی، عربی و انگلیسی، آن هم با شیوه ارائه غیرهدفمند و انبوهی است.

۴. انتشارات انصاربان

این مرکز که یکی از مراکز خصوصی فعال در حوزه ترجمه معارف اسلامی می‌باشد، پیش از انقلاب اسلامی فعالیت خویش را آغاز نموده و بیشتر فعالیت آن در خصوص ترجمه به زبان‌های: انگلیسی، عربی، اردو، فرانسه، ترکی آذربایجانی، ترکی استانبولی، روسی، تاجیکی، اسپانیولی، ژاپنی، ایتالیایی، چینی و آلمانی می‌باشد. پایگاه اینترنتی این انتشارات (an-sariyan.ir)، در واقع، یک کتاب‌فروشی اینترنتی (نسخه فیزیکی کتاب) است که کتاب‌های ترجمه‌شده به زبان‌های مختلف را جهت فروش عرضه نموده است. پایگاه اینترنتی این فروشگاه نیز به سه زبان: عربی، فارسی و انگلیسی می‌باشد؛ به عنوان مثال، یک ترجمه قرآن کریم در این فروشگاه، با قیمت ۲۴ دلار عرضه می‌گردد.

۵. مؤسسه امام علی (علیه السلام)

این مؤسسه که به دفتر مرجع عالی‌قدر حضرت آیت الله سیستانی وابسته است، به ارائه ترجمه‌هایی از کتب شیعی با امکان دانلود با فرمت متن می‌پردازد. این آثار، در پایگاه اینترنتی مؤسسه امام علی (ع) (alimamali.com) به زبان‌های: انگلیسی، عربی، فرانسه، اردو، ترکی، آلمانی، پشتو، آذری، اندونزیایی، ایتالیایی، روسی و دانمارکی قابل دسترسی می‌باشد.

منابع:

۱. عباسی قادی، مجتبی. «بررسی رابطه استفاده از اینترنت و هویت دینی کاربران». رسانه. بهار ۱۳۸۶. ش ۶۹.

۲. مزینانی، کاظم. «بررسی رابطه استفاده از شبکه‌های اجتماعی مجازی و هویت دینی کاربران». ره‌آورد نور. بهار ۱۳۹۳. سال سیزدهم. ش ۴۶.

۳. موریس بوکائی. مترجم: پیشوایی، مهدی. «بهترین راه تبلیغ اسلام در غرب». درس‌هایی از مکتب اسلام. مرداد ۱۳۶۲. سال ۲۳. ش ۵.

۴. (دسترسی در: ۱۳۹۵/۱/۱۰). «نامه را رساندم». پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری:

<http://farsi.khamenei.ir/ndata/news/28865/index.html>

۵. مرشدی‌زاد، علی. «ظرفیت‌های فراروی جهان اسلام در فضای مجازی». مطالعات ماهواره و رسانه‌های جدید. بهار ۱۳۹۲. ش ۳.

۶. توانا، محمدعلی و محمود علی‌پور. «اسلام سیاسی انقلاب ایران در فضای مجازی چندلایه و متکثر: رخ‌نمایی بر اساس تفاوت». پژوهش‌های سیاست اسلامی. بهار و تابستان ۱۳۹۴. ش ۷.

۷. رضایی، پریرسا. «جهان مجازی در خدمت تفاهم با دنیای اسلام (آشنایی با دو پایگاه اینترنتی آلمان در زمینه گفت‌وگو با جهان اسلام)». اخبار ادیان. پاییز ۱۳۸۵. ش ۲۰.

8. PewResearchCenter, Search and email still top the list of most popular online activities, (20.4.2016), <http://www.pewinternet.org>.

۹. کمریان، مجتبی. «معرفی کتابخانه دیجیتالی و جایگاه آن در نرم‌افزارهای اسلامی». ره‌آورد نور. تابستان ۱۳۸۵. ش ۱۵. ■