

فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی حوزه‌های علمیه

در عرصه‌ی بین‌الملل با رویکرد رسانه

محمد مهدی مظاهری¹، جعفر رحمانی²

تاریخ دریافت: 1390/11/10 تاریخ پذیرش: 1391/1/17

چکیده

حضور حوزه‌های علمیه در محیط‌های فراملی، ورود به محیط‌های متلاطم و پیچیده است، محیطی که در آن تهدیدهای و فرصت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آنها را از یک سو با چالش‌ها و مشکلات سهمگین و از سویی دیگر با ظرفیت‌های گسترده و نامتعارف مواجه می‌سازد.

این پژوهش به منظور بررسی فرصت‌ها و تهدیدات فراروی حوزه‌های علمیه در عرصه بین‌الملل انجام شده است. در این تحقیق با مطالعه نظری و اسنادی، ادبیات موضوعی تحقیق بررسی، تجزیه و تحلیل و تشریح شده است. نخست طرح موضوع شده و حوزه‌های علمیه و رسالت جهانی آن بررسی و در ادامه مطالعه محیطی صورت گرفته است. در حوزه فرصت‌ها به فرصت‌های محیطی (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی) و فرصت‌ها در حوزه فناوری اشاره شده و در حوزه تهدیدات به تهدیدات محیطی (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی) و تهدیدات در حوزه فناوری اشاره شده و در خاتمه راهکارهای مورد نظر جهت مواجهه با فرصت‌ها و تهدیدات فراروی حوزه‌های علمیه در عرصه بین‌الملل ارائه شده است.

واژه‌گان کلیدی

حوزه‌های علمیه، رسانه، فرصت، تهدید و بین‌الملل.

مقدمه

جهانی شدن (Globalization) از جمله مفاهیمی است که در سه دهه‌ی اخیر تمامی عرصه‌های فعالیت بشری را از جمله عرصه‌ی فعالیت‌های علمی - فرهنگی به خود مشغول داشته است. سیر تحول تکنولوژی در عرصه‌ی ارتباطات و پیدایش انقلاب اطلاعات در نیمه‌ی دوم قرن بیستم زمینه‌ی گذر از محدودیت‌های جغرافیایی - ملی را فراهم ساخته و این امر موجب کوچک‌تر شدن جهان و تبدیل عرصه جهانی به یک دهکده گردید که ساکنان آن را در ارتباط مستقیم با یک دیگر قرار داده است. حضور حوزه‌های علمیه در محیط‌های فراملی ورود به محیط‌های متلاطم و پیچیده است، محیطی که در آن تهدیدهای و فرصت‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی آنها را از یک سو با چالش‌ها، مشکلات سهمگین و از سویی دیگر با ظرفیت‌های گسترده

1- استادیار و عضو هیئت علمی دانشگاه

2- عضو هیأت علمی و مدیر گروه مدیریت و آینده پژوهی جامعه المصطفی (ص) (مسئول مکاتبات).

dr_rahmani20@yahoo.com

و نامتعارف مواجه می‌سازد. غفلت مدیران در اداره‌ی مراکز دینی در این عرصه‌ی فراملی نسبت به موارد ذکر شده پیامدهای غیرقابل جبرانی را به دنبال خواهد داشت. بنابراین مدیریت در پهنه‌ی جهانی الزام‌های کاملاً نوینی را در مدیریت رسانه طلب می‌کند تا اداره‌ی این نهادها و سازمان‌ها به گونه‌ای معقول و هماهنگ با تحول‌های درونی و بیرونی تنظیم گردد.

با توجه به سرعت بالای تغییرهای، حضور رقیبان قدرتمند؛ نیازهای روزافزون مخاطبان؛ حوزه‌های علمیه جهت ارتقاء سطح اثربخشی؛ و کارآمدی خود نیازمند شناخت فضای رسانه‌ای با توجه به تغییرهای پیرامون خود جهت مقابله با تهدیدها و بهره‌گیری از فرصت‌ها جهت نفوذ در مخاطبان است. به عبارت دیگر، تثبیت، رشد و افزایش کارآمدی حوزه‌های علمیه در محیط فراملی نیازمند اصل بهبود پیاپی (Continuous improvement) در مدیریت رسانه است. با توجه به نکته‌های بیان شده این تحقیق در پی آن است تا با شناخت دقیق فرصت‌ها و تهدیدهای فراروی حوزه‌های علمیه در بعد رسانه، مبنایی را برای طرح‌ریزی راهبردهای اثر-بخش جهت حضور تأثیرگذار حوزه‌های علمیه در سطح جهانی ارائه نماید.

اهمیت موضوع

اَلْعَالَمُ بِزَمَانِهِ لَا تَهْجُمُ عَلَيْهِ اِلَّا الْوَابِسُ ،
«کسی که زمان خود را بشناسد، آماج اشتباهات قرار نگیرد»

امام صادق(علیه السلام)

الکافی : ج 1، ص 27، ح 29

امروزه، هزاران کانال ماهواره‌ای و ده‌ها هزار سایت و وبلاگ در فضای مجازی به زبان‌های مختلف و با شگردهای متفاوت کمره‌مت برای ضعیف نمودن دین و تخطئه آن بسته‌اند و این باور را در مخاطبان خود ایجاد می‌کنند که جامعه‌ی مبتنی بر دین مطلوب و مناسب زیست انسان در جهان امروز نیست.

این مجموعه از تبلیغات در شرایطی صورت می‌پذیرد که دست اندرکاران آن‌ها از هر گونه محدودیتی آسوده بوده و از تمام شگردهای رسانه‌ای و جذابیت‌های ظاهری بهره می‌گیرند و باید اذعان داشت که بخش بسیار قابل توجهی از افکار مسلمانان را در ایران و جهان تحت تأثیر قرار داده و می‌دهند. مسیحیت با تمام توان خود دامنه‌ی تبلیغ آئین کلیسا را با عنوان مجعول دین رحمانی، مبتنی بر عطف و نرم‌خویی تا درون خانه‌های مردم مسلمان گسترش داده است؛ و بهائیت و وهابیت با حمایت و هدایت سران کفر و با سرمایه‌های کلان مادی پنجه بر باورها و اعتقادهای مسلمانان، به ویژه پیروان آئین تشیع، می‌کشند. امروزه، مسیحیت با هدایت واتیکان و با در اختیار داشتن 2 میلیون کشیش، 800 هزار راهبه، 400 هزار راهب، 982 دانشگاه، سه هزار حوزه‌ی علمی مسیحی تحت اشراف کلیسا، بیش از 5 هزار نشریه‌ی علمی، هزاران روزنامه و مجله‌ی تبلیغی در سراسر دنیا به فعالیت مشغول هستند و تنها در آمریکا 2000 رادیو به صورت تمام وقت و نیمه وقت برای نهاد تبلیغی مسیحیت فعالیت و با آن همکاری می‌کنند. تیراژ برخی مجله‌های واتیکان افزون بر یک میلیون نسخه است (<http://www.hawzah.net>).

با توجه به نکته‌هایی که بیان گردید حوزه‌های علمیه جهت انجام فعالیت در عرصه‌ی فراملی نیازمند حضور قدرت‌مندانه و برنامه‌ریزی شده می‌باشند تا بتوانند با رقیبان قدرتمند خود مقابله نمایند.

حوزه‌های علمیه

هدایت انسان‌ها به تماس، ارتباط با آن‌ها، برخوردهای مناسب و گفت‌وگو و استدلال نیاز دارد؛ از این رو است که خداوند در میان خلقت فرستادگانی دارد که از جانب او با بندگان او سخن می‌گویند و آن‌ها را راهنمایی می‌کند؛ به سوی مصلحت‌های‌شان و منفعت‌های‌شان و آنچه با آن می‌مانند و در ترک آن نابود می‌شوند.

انبیاء همراه با بینات - روشن و روشن‌گر - به سوی مردم فرستاده شده‌اند؛ روشن چون در سطح فهم هر کس با او سخن می‌گویند و روشن‌گر چون انسان را از تاریکی جهل و ابهام بیرون می‌آوردند.

کار و حرکت انبیاء به دست جانشینان ایشان انجام و ادامه یافته‌است. همان سنت و روش زنده نگاه داشته شده و همان سخن - ها از این زبان‌ها گفته می‌شود.

دین با بعثت رسول و هدایت‌های او آغاز می‌شود. او در این سیر امناء، جانشینان و وارثانی دارد که در حضور و در غیبت او هم راه اویند و سخن او را بر مردمان می‌خوانند. این‌گونه است که حوزه در کنار رسول (ص) و در کنار خلفای او متولد می‌شود. دین در عصر حضور حجت‌های خدا، نیازمند حوزه‌های علمی است تا پیام دین مفهوم شود و به دست همه‌ی اقوام برسند³ چه رسد به عصر غیبت که چه در عرصه‌ی تبیین دین و چه در تطبیق آن بر شرایط متحول از حمایت عصمت محرومیم.

حوزه فضایی است که در آن خلفای رسول پرورش می‌یابند؛ کسانی که شأن و شغل خویش را همان تلاوت و تزکیه و تعلیم می‌دانند و سنت رسول را زنده می‌کنند.

تشکیل حوزه‌ها در حقیقت پاسخی است که به پیام نهفته در این آیه داده شده: «ما كان المؤمنون لينفروا كافة فلولا نفر من كل فرقة طائفة ليتفقهوا في الدين و لينذروا قومهم اذا رجعوا اليهم لعلهم يحذرون». مؤمن کسی است که نه تنها دین را پذیرفته و به آن تسلیم شده، بلکه دین و اعتقادهای دینی در احساس‌ها و دغدغه‌های او داخل و جزو دغدغه‌های ثابت او شده است. جماعتی این چنین همگی کوچ نمی‌کنند و به دنبال جهاد و یا هر امر مهم دیگر حوزه‌ی هدایت را خالی نمی‌گذارند که مؤمن دغدغه‌ی هدایت بندگان خدا را دارد و ارشاد جاهل، تنبیه غافل و پرورش نسل تازه را مهم‌ترین وظیفه‌ی خود می‌داند. شرط اول بهره‌گیری از تعلیم‌های دین و رسیدن به کمال، تفقه در دین است و این نیاز اولین علت تشکیل حوزه‌های علمی می‌باشد که نیاز به هدایت؛ نیاز به وحی؛ بعثت انبیاء؛ نیاز به توسعه و تداوم هدایت؛ نیاز به حوزه و عالمان دین را گوشزد می‌کند. تبیین وحی و پیام خدا در برابر سئوال‌ها و شبهه‌ها، تطبیق آن بر شرایط متنوع و متفاوت جز با حوزه و عالمانی حاصل نمی‌شود که به تولید علم می‌پردازند و طراوت وحی را برای هر زمان و مکانی حفظ می‌کنند. همچنین، ادامه‌ی حرکت انبیاء در تلاوت مستمر آیات حق، تزکیه و تعلیم بندگان خدا جز با پرورش رجالی توانمند ممکن نخواهد بود؛ رجالی که آیه‌های حق را بشناسند و با آگاهی از حالات مخاطبان آیه‌های مناسب را پی‌درپی بر ایشان تلاوت کنند، رجالی که آلودگی‌ها و وابستگی را بشناسند و شیوه‌های تزکیه، را بدانند و در به‌کارگیری مداوم و تدریجی آن‌ها توانا باشند؛ رجالی که نه تنها بر کتاب و حکمت مسلط، بر آموزش پی‌درپی و گام به گام آن نیز قادر باشند.

فلسفه‌ی وجودی روحانیت و حوزه‌های علمیه در دوره‌ی غیبت، تداوم راه انبیاست. شناخت، تبیین و تبلیغ دین، پاسخ‌گویی به پرسش‌ها، مشکلات فکری و در نهایت پیاده کردن تعالیم حیات بخش اسلام برعهده‌ی حوزه‌های علمیه و روحانیت است.

انجام این وظیفه‌ها، در همه‌ی زمان‌ها به‌طور یکسان نیست. در گذشته، حوزه‌ها با شمار اندکی از انسان‌ها و با نیازهایی محدود روبه‌رو بودند؛ امروزه با تحقق انقلاب اسلامی، گسترش جهانی اسلام، اقبال و گرایش روز به روز مردم تمامی نقاط گیتی به دین

3- «ما كان المؤمنون لينفروا كافة فلولا نفر من كل فرقة طائفة ليتفقهوا في الدين و لينذروا قومهم اذا رجعوا اليهم لعلهم يحذرون» سوره توبه؛ آیه 122

مقدس اسلام مسئولیت سنگین و بزرگ پاسخ‌گویی به نیازهای جهانی را متوجهی حوزه‌های علمیه نموده است. به نظر می‌رسد این رویکرد نیازمند تحول‌های گسترده و مطلوب در تمامی ابعاد به خصوص مدیریت ارتباطات است. دین مقدس اسلام، دارای ویژگی جهان‌شمولی و پاسخ‌گویی به نیازهای همه‌ی زمان‌ها است از این‌رو حوزه‌های علمیه که در عصر غیبت مفسر و مروج احکام شریعت‌اند باید به افق‌ها و چشم‌اندازهای آینده نگریسته و خود را آماده‌ی این تحول‌های بنماینند (<http://www.tebyan.net>) نیازهای عمیق و گسترده‌ی حوزه در سطح جهانی نیازمند شرایط مطلوب و برازنده بر نظام حوزه‌ای است.

حوزه‌های علمیه و رسالت جهانی

با مروری اجمالی بر آیه‌ها و روایات⁴ مشخص می‌گردد، فعالیت و مأموریت حوزه‌های علمیه بنا بر رسالت‌شان، انسان‌ها در کل گیتی هستند و هیچ‌گونه، مرز جغرافیایی و سیاسی آن را محدود نمی‌سازد. همچنان که امام خمینی (ره)، بنیان‌گذار انقلاب اسلامی و رهبر فرزانه انقلاب،⁵ بر رسالت جهانی حوزه‌های علمیه تأکید دارند. حوزه‌های علمیه جهت تحقق آرمان خود برقراری نظام جهان‌شمول اسلام، تشکیل امت واحده‌ی جهانی در سراسر گیتی با پیشوایی صالحان و مستضعفان، با تبلور ارزش‌های اسلامی در زندگی بشر، آزادی کامل انسان از انواع قیدها، اسارت‌ها فکری، زائد، مخرب، پایان مناقشه‌ها و رفع مخاصمت، تأمین ثبات، آرامش، امنیت در جوامع نیازمند حضوری توانمند و دار در سطح ملی و فراملی است.

رسانه

رسانه (Media) به معنی رساندن است و هر ابزاری که موجب تأثیر در حواس گردد، «ابزار رسانه» شناخته می‌شود. از ابزارهای رسانه می‌توان به عکس، منبر، تلویزیون، اینترنت، رادیو، کتاب، روزنامه، مجلات، سینما و ماهواره اشاره کرد.

کارکرد رسانه در حوزه‌ی دین

بهره‌گیری متناسب حوزه‌های علمیه از رسانه راه را برای تحقق هدف‌های زیر هموار خواهد ساخت:

1- «إِنِّي رَسُولُ اللَّهِ إِلَيْكُمْ جَمِيعًا» من فرستاده‌ی خدا به سوی همه شما هستم...؛ «وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا رَحْمَةً لِّلْعَالَمِينَ» و ما تو را جز برای رحمت جهانیان نفرستادیم. «وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ بَشِيرًا وَنَذِيرًا وَلَكِنَّ أَكْثَرَ النَّاسِ لَا يَعْلَمُونَ» ما تو را جز برای همه‌ی مردم نفرستادیم تا آن‌ها را (به پادشاه‌های الهی) بشارت دهی و (از عذاب او) بترسانی، ولی اکثر مردم نمی‌دانند. هوالذی ارسل رسوله بالهدی و دین الحق لیظهره علی الدین كله. [خداوند] همان کسی است که پیامبرش را با هدایت و دین حق گسیل داشت تا آئین حق را بر همه‌ی آئین‌های ناروا پیروز گرداند. و نرید ان نم ن علی الذین استضعفوا فی الارض و نجعلهم ائمه و نجعلهم الوارثین. و ما اراده کرده‌ایم که بر مستضعفان زمین منت نهاده آنان را پیشوایان و وارثان (زمین) قرار دهیم.

قال رسول الله (ص): نصر الله إمرأ سمع مقالتي فحفظها وعاها وبلغها من لم يسمعها. (عیون اخبار الرضا، تحقیق موسسه‌ی امام خمینی (ره)، جزء اول، ص 15): خداوند چهره‌اش را شاداب کند کسی که سخنی از من بشنود آن را حفظ کند، معنا و مفهومش را خوب بفهمد و بپذیرد و آن را به کسی که نشنیده است، ابلاغ نماید.

3- همان گونه که «و ما علی الرسول إلاّ البلاغ المبین» (سوره‌ی نور / آیه 54) و شأن انبیاء (ع) شأن تبلیغ است، حوزه‌ی علمیه نیز باید نقش بی‌بدیل و وظیفه‌ی اصیل خود را در تبیین اسلام و هدایت تحول‌های تاریخی و اجتماعی نه تنها در جوامع اسلامی، بلکه در سراسر جهان تشنه‌ی حقائق امروز، به خوبی ایفا کند. (تبیان/ منشور روحانیت)

1. افزایش بینش و بصیرت الهی مردم⁶
2. امر به معروف و نهی از منکر⁷
3. ایجاد وحدت⁸ و کاهش اختلافات⁹
4. ایجاد وحدت و همبستگی در ادیان توحیدی¹⁰
5. ترویج حق و مقابله با باطل¹¹
6. برپایی حکومت عدل جهانی¹²
7. آزادی انسان از هر نوع اسارت¹³
8. رهایی انسان از ظلمت و هدایت به روشنایی¹⁴
9. ایجاد جامعه متقین¹⁵
10. اقامه سنت‌ها و حدود الهی و منکوب شدن بدعت‌ها و انحرافات¹⁶
11. فراگیر شدن دانش اهل بیت (ع)¹⁷
12. مقابله با تبلیغات مسموم علیه معارف الهی¹⁸
13. ایجاد و رشد فضائل اخلاقی و منش‌های نیکو¹⁹
14. حمایت از مظلومان، مخالفت با ستمگران، زیاده‌خواهان و مستکبران²⁰

6- فبشر عبادالذین یستمعون القول فیتبعون احسنه. [ای پیامبر] پس بشارت ده کسانی را که سخن (پیام تبلیغی) را می‌شنوند و بهترین آن را گزینش می‌کنند.

7- ولتکن منکم امه یدعون الی الخیر و یأمرون بالمعروف و ینهون عن المنکر.

8- واعتصموا بحبل الله جمیعاً و لا تفرقوا. همگی به ریسمان محکم الهی چنگ زنید و از تفرقه پرهیزید.

9- انما المؤمنون اخوه فاصلحوا بین اخویکم. همانا مؤمنان با یکدیگر برادرند. پادراتان را اصلاح کنید.

10- قل یا اهل الکتاب تعالوا الی کلمه سواء بیننا و بینکم الا نعبد الا الله و لا نشرک به شیئاً و لا یتخذ بعضنا بعضاً ارباباً من دون الله...

11- لیحق الحق و یبطل الباطل و لو کره المجرمون؛ تا آنکه حق را احقاق و باطل را ابطال نماید و گرچه مجرمان را ناخوش آید.

12- و نرید ان نمّن علی الذین استضعفوا فی الارض و نجعلهم ائمه و نجعلهم الوارثین.

13- و یضع عنهم اصرهم و الا غلال اللّتی کانت علیهم ...

1- کتاب انزلناه الیک لتخرج الناس من الظلمات الی النور.

2- ولو أن اهل القرى امنوا و اتقوا لفتحنا علیهم برکات من السماء و الارض.

3- قال رسول الله (ص): اللهم ارحم خلفائی - ثلاثاً - قیل یا رسول الله و من خلفائک؟ قال: الذین یبلغون حدیثی و سنتی ثم یعلمونها امتی (امالی صدوق ص 152).

قال رسول الله (ص): من اذی الی امتی حدیثاً واحداً یقیم به سنه و یردّ به بدعته فله الجنة (جامع الاخبار، ص 212)

پیامبر اکرم (ص) فرمود: هر کس یک حدیث [از من] را به اتمم برساند که به واسطه‌ی آن سنتی [از سنت‌های من] اقامه شود و یا بدعتی (در جامعه اسلامی) منکوب شود، پس بهشت پاداش او خواهد بود.

4- قال الصادق (ع): کلّ علم لا یرج من هذا البیت فهو باطل و اشار بیده الی بیته. (المحجّه البیضاء، ج 1، ص 201): امام صادق (ع) فرمود: هر دانشی که از این خانه خارج نشود، باطل است. و با دست خود به خانه خویش اشاره نمود.

5- قال علی (ع): ردّ و الحجر من حیث جاء فإن الشّر لا یدفعه الا الشّر. (بحارالانوار، ج 85، ص 279): سنگ (دشمن) را از هر سویی که می‌آید، به همان سود (به طرف خودش) پرتاب کنید؛ چرا که شر را جزء به (حربه مناسب با آن) نمی‌توان دفع کرد.

6- قال النبی (ص): بعثت لاتمم مکارم الاخلاق (تفسیر مجمع البیان، ذیل آیه 4 سوره قلم): من برانگیخته شدم تا منش‌های رفتاری نیک را به سر حد کمال برسانم. (تفسیر مجمع البیان این حدیث را ذیل آیه «انک لعلی خلق عظیم» ذکر نموده)

15. ایجاد حکومت جهانی اسلام²¹
16. حضور در سراسر گیتی²²
17. معرفی اسلام و حکومت اسلامی در سراسر گیتی²³
18. ارائه‌ی اسلام به جهانیان²⁴
19. مقابله با تهاجم فرهنگ مبتذل مادی و غیرالهی²⁵

اهداف تحقیق

هدف کلی

شناسایی عوامل موثر در نقش اثربخش حوزه های علمیه در فرآیند جهانی شدن

اهداف فرعی

شناسایی فرصت های فراروی حوزه های علمیه جهت حضور مؤثر در فرآیند جهانی شدن
 شناسایی تهدیدات فراروی حوزه های علمیه جهت حضور مؤثر در فرآیند جهانی شدن
 تدوین راهبردهای کلان جهت حضور اثربخش حوزه های علمیه در فرآیند جهانی شدن
 تدوین راهکارهای مناسب جهت حضور اثربخش حوزه های علمیه در فرآیند جهانی شدن در ارتباط با هریک از راهبردهای تدوین شده

سوالات تحقیق

سوال کلی

عوامل موثر در نقش اثربخش حوزه های علمیه در فرآیند جهانی شدن کدامند؟

سوالات فرعی

فرصت های فراروی حوزه های علمیه جهت حضور مؤثر در فرآیند جهانی شدن کدامند؟
 تهدیدات فراروی حوزه های علمیه جهت حضور مؤثر در فرآیند جهانی شدن کدامند؟

20- قال علی (ع): أَلَا يَقَارَوُا عَلٰى كُظْمِهِ ظَالِمٍ وَ لَا سَعْبِ مَظْلُومٍ (نهج البلاغه، خطبه 3): خداوند از عالمان هر جامعه‌ای عهد گرفته که؛ بر سیر و شکمبارگی ظالم و گرسنگی مظلوم ساکت و بی تفاوت نمانند.

21- صحیفه نور، ج 21، ص 108- مورخه 1367/5/ 23

22- همه جای دنیا را (باید) تبلیغ کنیم. در همه جا (باید) مبلغ باشد تبلیغ برای همه دنیا برای همه کشورهای عالم..... (صحیفه نور، ج 18، ص 88)

23- اسلامتان را، نمونه‌های رهبری و حکومت اسلامی را به مردم دنیا معرفی می‌کنید. (تبیان، ج 10، ص 120)

24- امروزه ما (می‌توانیم) توحید، نبوت، مسائل اجتماعی و اعتقادی اسلام و آیات قرآن را در گسترده‌ترین وسایل تبلیغات جهانی و شبکه رسانه جمعی عالم، بدون رعبی و بدون اینکه تحت تأثیر هیچ قدرتی باشیم، بیان کنیم. (حوزه و روحانیت در آئینه رهنمودها، ج 1، ص 0141)

25- افشاء سیاست‌ها و ترفندهای ظالمانه و استثمارگرانه فرهنگ و اقتصاد سرمایه‌داری و مقابله با تهاجم فرهنگ مبتذل مادی و غیرالهی باید از وظایف مقدس و دینی حوزه علمیه به شمار آید. (صحیفه نور، ج 19، ص 311)

راهبردهای کلان جهت حضور اثربخش حوزه های علمیه در فرآیند جهانی شدن در ابعاد: فناوری، منابع انسانی، منابع، متون و محتوا، برنامه، مخاطبان، فراگیران و فارغ التحصیلان، رقبا و... کدامند؟
راهکارهای مناسب جهت حضور اثربخش حوزه های علمیه در فرآیند جهانی شدن در ارتباط با هریک از راهبردهای احصاء شده چیستند؟

روش استخراج راهبردهای تحقیق

در استخراج راهبردها پس از آنکه فرصت ها و تهدیدات با توجه به اسناد و مدارک و مصاحبه با مدیران و کارشناسان استخراج گردید و مورد تایید نهایی قرار گرفت، در گام بعد تدوین راهبردها آغاز شد. در این مرحله از طریق مشارکت جمعی اقدام به تدوین راهبردهای کلان زیر نموده و پس از آن راهکارهای ذیل هر راهبرد احصاء گردید. در نهایت در انتها از طریق جمع خبرگی مورد جرح و تعدیل و موافقت اکثریت قرار گرفت.

فرصت ها و تهدیدهای فراوری حوزه های علمیه در عرصه ی فراملی در بُعد رسانه

در ابتدا لازم است به دو نکته اساسی در بررسی فرصت ها و تهدیدات فراوری فعالیت ای علمیه در عرصه فراملی اشاره گردد:

نکته ی اول: در مدیریت راهبردی، محیط عبارت از بستری است که سازمان در آن به فعالیت می پردازد و محیط دو نوع است محیط داخلی، محیط. (ایگور، 1381: 29) در محیط درونی از نقاط ضعف²⁶ و قوت²⁷ بحث می گردد. در محیط بیرونی یا خارجی بحث از فرصت و تهدید است. منظور از فرصت²⁸ یک عامل از محیط خارجی²⁹ است که می تواند به صورت مثبت بر پارامترهای عملکردی یک سازمان تأثیر گذاشته و مزیت رقابتی، که ایجاد کننده ی اقدام های مثبت در زمان مناسب، را ایجاد و یا بهبود بخشد. به عبارت دیگر، فرصت عاملی از محیط خارجی حوزه های علمیه است که توان و امکان رسیدن به هدف های استراتژیک و پیشبرد آن را میسر می سازد.

تهدیدهای³⁰ عواملی خارجی هستند که می تواند بصورت منفی بر پارامترهای عملکردی سازمان تأثیر گذاشته و مزیت رقابتی را کاهش دهد. به عبارت دیگر، تهدید هرگونه شرایط خارجی می باشد که توجه نکردن به آن برای حوزه های علمیه عواقب و امتیاز منفی دربر خواهد داشت.

محیط خارجی حوزه ی علمیه شامل، تمامی سازمان هایی می باشد که غالباً کارکردی شبیه حوزه ی علمیه دارد و به نوعی برحوزه ی علمیه تأثیرگذار یا از حوزه ی علمیه تأثیرپذیرند، ممکن است آن سازمان ها همسو، یا غیرهمسو، رقیب و یا دشمن باشند که در سطوح ملی، منطقه ای و بین المللی وجود دارند. آنچه در محیط خارجی به آن توجه می شود، مؤلفه های سازنده ی پدیده های اثرگذار بر محیط داخلی است که براساس شاخص هدف ها و سیاست ها به عنوان تهدید یا فرصت ارزیابی می شود. بنابراین، نتیجه ی مطالعات محیطی، تعیین میزان اثرگذاری و اثرپذیری سازمان بر محیط و پیرامون خود خواهد بود. (همان: 28)

26. Weaknes

27. Strength

28. Opportunity

29. External environment

30. Threats

نکته دوم: هنگامی که از رسانه‌ی مؤثر بحث می‌شود، مراد مجموعه‌ای از ابزار، روش، تکنیک و محتوا است که در بستری از محیط مناسب (محیط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی) با توجه به ویژگی‌های دریافت‌کننده‌ی پیام، به‌کار گرفته می‌شود. در این بخش، بررسی محیطی جهت شناسایی فرصت‌ها و تهدیدها با توجه به تعریف انجام شده، صورت می‌گیرد.

فرصت‌ها

الف) فرصت‌های محیطی (اجتماعی، اقتصادی، سیاسی)

فرصت‌های اجتماعی معطوف به شرایط محیطی و گیرنده‌ی پیام است. شناسایی این فرصت‌ها جهت استفاده از چگونگی ابزار و محتوا به منظور افزایش نفوذ در گیرنده مؤثر است. تعدادی از فرصت‌های کلیدی در این حوزه عبارتند از:

1. موج اسلام‌خواهی در دنیا و گرایش گسترده به اندیشه‌ی شیعی و مذهب اهل بیت (ع) در جهان
2. ظهور و بروز اصل تفکر دینی و گرایش به اخلاق و معنویت
3. بن‌بست‌های مذهبی و عقیدتی در غرب و سلفی‌گیر در دنیای عرب
4. گسترش چالش‌های فکری اجتماعی، سیاسی مکتب‌های مختلف و ناتوانی در حل آن‌ها
5. ایجاد و توسعه‌ی گرایش‌های عرفانی در غرب
6. وجود مسلمانان تأثیرگذار در صحنه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
7. محبوبیت شخصیت حضرت امام (ره) در نزد مسلمانان و آزادگان
8. عقلانیت شیعه در مقابل افراطی‌گری مذهبی برخی رقیبان و تعصب وهابیت
9. نگرش منفی بسیاری از دولت‌مردان نسبت به فعالیت‌های وهابیت و فرقه‌های تندرو
10. فراوانی مراکزها و مؤسسه‌ها و مدرسه‌های دینی در کشورها
11. وجود مسلمانان تأثیرگذار در صحنه‌ی اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی
12. وجود شبکه‌های اقتصادی قدرتمند و با نفوذ (خوجه‌ها و لبنانی‌ها در آفریقا و ...)
13. وجود خیرین، متمولین، نهادهای خیریه شیعی و مسلمان طرفدار انقلاب اسلامی در بیشتر کشورها
14. وجود منابع مالی قابل دسترس در سازمان‌های بین‌المللی مانند: یونسکو، آیسسکو، سازمان کنفرانس اسلامی و ... و امکان بهره‌برداری از آن در راستای تحقق اهداف.
15. وجود ارتباط مؤثر با نخبگان فرهنگی، اجتماعی، سیاسی در جوامع
16. وجود زمینه‌های مناسب جهت گسترش تعامل و همکاری با نهادهای علمی، فرهنگی و رسانه‌ای
17. وجود بسترهای قانونی جهت تسهیل فعالیت،
18. امکان بهره‌برداری از شعارها و مفهوماها شناخته شده و مقبول جهانی مثل دموکراسی، آزادی و حقوق بشر
19. استفاده از فرصت‌های قانونی سازمان‌های بین‌المللی جهت حضور فعال در مجامع بین‌الملل

ب) فرصت‌ها در حوزه‌ی فناوری

1. شکسته شدن انحصار دولتی رسانه‌ها و امکان حضور در کشورها
2. وجود متعدد رسانه‌ای همسو
3. توسعه‌ی فناوری اطلاعات، ارتباطات، گسترش رسانه‌های جمعی و مجازی (امکان بهره‌گیری از اینترنت، ماهواره، فضاهای مجازی و ...)
4. وجود زمینه مناسب برای تولید و توزیع نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای
5. آموزش از راه دور و زمینه‌ی گسترش آن
6. امکان استفاده از کانال‌های ماهواره‌ای، شبکه‌های تلویزیونی خصوصی و محلی، برنامه‌های تلویزیونی و ... از طریق علمای بومی
7. دسترسی سریع به منابع‌های اطلاعاتی و به روز
8. ضعف محتوایی مفهوم‌های آموزشی - تبلیغی رقیبان

الف) تهدیدهای محیطی (اجتماعی، اقتصادی و سیاسی)

تهدیدها، وابسته به شرایط محیطی و گیرنده‌ی پیام است. شناسایی این تهدیدهای جهت استفاده از چگونگی ابزار و محتوا، به منظور افزایش نفوذ در گیرنده، مؤثر است. تعدادی از تهدیدهای کلیدی در این حوزه عبارتند از:

1. فعالیت وسیع و گسترده‌ی ادیان، فرقه‌ها و گروه‌ها.
2. ارائه تصویر منفی از اسلام به وسیله گروه‌های دشمن و فرقه‌های تندرو
3. وجود و رشد فرقه‌هایی مانند بهائیت، احمدیه و ...
4. گسترش فعالیت فرقه‌های سلفی در کشورها
5. حضور هماهنگ و هدف‌گذاری شده رقیبان
6. تمرکز رقیبان بر قشر جوان
7. تبلیغات وسیع و گسترده‌ی رقیب‌ها در کشورهای هدف
8. پیدایش فرقه‌های نوظهور و بحث‌های عرفانی کاذب
9. ضعف اعتقاد دینی در جوامع هدف
10. گسترش وسیع نظام سکولار در حوزه‌های اندیشه‌ای
11. گسترش عرفان‌های کاذب و رشد فرقه‌های انحرافی
12. ظهور صهیونیسم مسیحی و رشد فزاینده‌ی قدرت، ثروت و فرهنگ آن‌ها در سطح جهان
13. پدیده‌ی جهانی‌سازی فکری، فرهنگی، به استعمار کشیدن دانش و فکر جوامع بشری توسط ایادی غرب به ویژه آمریکا
14. تهاجم فرهنگی و ناتوی فرهنگی غرب
15. پراکندگی زبانی و فرهنگی در کشورهای دیگر
16. عرضه‌ی گسترده کتاب‌ها و مقاله‌ها، مجله‌ها و نیز اطلاعات غیردینی در جوامع
17. برتری مالی و نفوذ گسترده‌ی غرب بر حاکمان و دولت‌مردان بیشتر کشورها

18. وجود تحریم‌های بین‌المللی
19. اسلام هراسی و ایران هراسی
20. سیاست‌های خصمانه و تقابل جویانه‌ی غرب با سیاست‌های ج.ا.ا و فشار تبلیغاتی، دیپلماتیک و فرهنگی علیه ایران
21. حضور و فعالیت آمریکا و اسرائیل در کشورهای همجوار
22. حساسیت برخی دولت‌ها و مراکز دینی غیراسلامی نسبت به تشیع
23. حضور جدی سازمان‌های جاسوسی
24. حضور گروه‌های دشمن شیعه در ساختار برخی حکومت‌ها
25. رویدادهای تروریستی بین‌المللی و گسترش خشونت

ب) تهدیدها در حوزه‌ی فناوری

1. حاکمیت رسانه‌های غیراسلامی در عرصه‌ی بین‌المللی با روش‌ها و ابزارهای نوین ارتباطی و تبلیغی
 2. هجوم رسانه‌ای غرب جهت فرهنگ‌سازی و تخریب فرهنگ‌های بومی
 3. وجود گروه‌های زیاد کانال‌های ماهواره‌ای، سایت‌های مخرب و مروج اندیشه‌های الحادی تبلیغ مسیحیت، وهابیت و بهائیت و ...
 4. جنگ همه جانبه‌ی رسانه‌ای به عنوان برجسته‌ترین شکل جنگ نرم بر علیه نظام دینی و ایران
 5. برخورداری رقیبان از تکنولوژی‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاع‌رسانی
 6. عرضه‌ی گسترده‌ی کتاب‌ها و مقاله‌ها و مجله‌ها و نیز اطلاعات غیردینی در جوامع
 7. سرعت بالای تغییرها در وضعیت رسانه (در حوزه فناوری و مهارت‌های مورد نیاز)
 8. برخورداری رقیبان از تکنولوژی‌های پیشرفته ارتباطی و اطلاع‌رسانی
 9. امنیتی‌شدن جهان و امکان ایجاد محدودیت‌های رسانه‌ای
 10. قدرت رسانه‌ای قوی نظام غرب و صهیونیسم جهانی
- راهبردهای

با توجه به تجزیه و تحلیل فرصت‌ها و تهدیدها، حوزه‌های علمیه جهت حضوری اثربخش در محیط فراملی می-بایست به راهبردهای زیر توجه جدی نماید:

1. ایجاد چشم انداز دقیق، روشن و تعریف شده‌ی حوزه در امر به‌کارگیری رسانه در عرصه‌ی بین‌الملل
2. حفظ و اشاعه‌ی قدرت خبری و اطلاعاتی بر سراسر جهان از طریق شبکه‌های ماهواره‌ای، رادیو تلویزیون، اینترنت، بنگاه‌های خبری، جراید و نرم‌افزارهای چندرسانه‌ای
3. ایجاد بانک آمار و اطلاعات دقیق و به روز از وضعیت کشورها (وضعیت فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، وضعیت نهادها و سازمان‌های همسو، دشمن، سازمان‌ها و نهادهای بین‌المللی و...).
4. بهره‌گیری از فناوری نوین و هنر اصیل دینی در شبکه‌ی گسترده‌ی جهانی
5. تربیت و بهره‌گیری از هنرمندان برجسته و موجه متدین و متعهد در رشته‌های مختلف هنر دینی

6. توانمندسازی از طریق جذب و آموزش منابع انسانی کارآمد (در ابعاد دانش، مهارت، نگرش) در حوزه مدیریت و کارشناسی
7. زمینه‌سازی برای جذب بیشترین افراد متخصص، متعهد و خلاق
8. بهره‌گیری از تکنیک‌ها و شیوه‌های مدرن تبلیغ (فناوری‌های نوین)
9. تولید و توزیع انواع محصول‌های تبلیغی دیداری، شنیداری، نوشتاری، دیجیتالی متناسب و در سطح استاندارد و قابل عرضه در سطح فراملی
10. ایجاد سیستم جامع اطلاع‌رسانی در محیط فراملی
11. توجه جدی به سطح استاندارد فضاهای کالبدی و زیرساخت‌ها در حوزه فناوری
12. توجه جدی به امر جذابیت محصول‌های رسانه‌ای از طریق به‌کارگیری هنر (شعر، ادبیات، سینما، تئاتر، خط، نقاشی و ... در امر رسانه)
13. توسعه و تقویت سامانه‌های فنی و روزآمد نمودن آن
14. مدیریت شبکه، جهت افزایش انسجام در بین نهادها و مراکز رسانه‌ای که در سطح بین‌الملل فعالیت می‌کنند؛
15. اطلاع‌رسانی و جریان‌سازی فعال نسبت به تهاجم فرهنگی غرب
16. انجام مطالعات تطبیقی در خصوص رسانه‌های برتر در حوزه دین
17. افزایش ضریب اعتماد به رسانه‌ها از طریق ارتقاء سطح کیفی محتوا
18. افزایش تجارب در فعالیت‌های برنامه‌ای بلند مدت در سطح بین‌الملل از طریق افزایش تعاملات رسانه‌ای
19. کسب پویایی، خود اتکایی علمی، اطلاعاتی، رسانه‌ای، اقتصادی و نداشتن وابستگی
20. بهره‌گیری از تنوع برنامه و تنوع رسانه در مأموریت (کاربرد رسانه‌های دیداری، شنیداری، مکتوب و غیرمکتوب، نرم‌افزارهای چند رسانه‌ای در امر تبلیغ)
21. مخاطب محوری در مدیریت رسانه (شناخت دقیق مخاطب و نیازهایش)
22. تربیت متخصص بر مبنای ویژگی‌های جغرافیایی، فرهنگ و زبان‌های مختلف جهت تبلیغ سستی و چهره به چهره
23. تعامل سازنده و تأثیرگذار با مراکز اطلاع‌رسانی، فرهنگی، تبلیغی و هنری هم‌سو و هم‌سود در سطح ملی و جهانی
24. توسعه‌ی ظرفیت‌های فیزیکی و افزایش منطقه‌های تحت پوشش خارج کشور

فهرست منابع

1. قرآن کریم
2. اچ، براسیون (1378)، "مدیریت استراتژیک"، پارسیان، نشر ققنوس.
3. آنسف، ایگور (1381)، "استقرار مدیریت استراتژیک"، عبدالله زندیه، انتشارات سمت.
4. حوزه و روحانیت در آئینه رهنمودها (1384)، دفتر مقام معظم رهبری، ج. 1
5. خمینی (ره)، روح الله (1378)، "صحیفه نور، ج 1 تا 2"، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
6. فرد، آر، دیوید (1385)، "مدیریت استراتژیک"، ترجمه وجه الله قربانی زاده، نشر بازتاب.

7. مجلسی، محمدتقی (1381)، "بحارالانوار"، ج 85، چاپ ایران.
8. میرسپاسی، ناصر (1380)، "مدیریت منابع انسانی با رویکرد استراتژیک"، انتشارات نی.
9. نهج البلاغه
10. ویکی‌پدیا، «دانشنامه آزاد اینترنتی».

1-<http://www.tebyan.net>

2-<http://www.hawzah.net>

Archive of SID