



نگاهی اجمالی به فعالیت مذهبی در فضای مجازی

اصول و روش‌ها، باید‌های پاسخ به شبهات
با رویکردی به سبب‌های مجازی به خصوص تلگرام



سرشناسه : گوگانی، محمد، ۱۳۵۷ -

عنوان و نام پدیدآور : نگاهی اجمالی به فعالیت مذهبی در فضای مجازی: اصول و روشها، بایدها و نبایدهای پاسخ به شبهات با رویکردی به شبکه‌های مجازی به خصوص تلگرام/نویسنده محمد گوگانی.

مشخصات نشر : تهران: گوی، ۱۳۹۵.

مشخصات ظاهری : ۱۲۰ ص

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۵۶۳۷-۵۵-۷

وضعیت فهرست نویسی : فیا

یادداشت : کتابنامه.

دین -- منابع شبکه کامپیوتری

Religion -- Computer network resources

فضای مجازی -- جنبه‌های مذهبی -- اسلام

Cyberspace -- Religious aspects -- Islam

شیعه -- دفاعیه‌ها و ردیه‌ها

Shi'ah -- Controversial literature

۱۳۹۵ ن ۹ گ/ ۵۱۳۷

۲۰۰/۲۸۵۴۴۴۸

شماره کتابشناس ملی ۴۵۱۱/۴

نام کتاب: نگاهی اجمالی به فعالیت مذهبی در فضای مجازی
اصول و روشها، بایدها و نبایدهای پاسخ به شبهات با رویکردی به
شبکه‌های مجازی به خصوص تلگرام

نویسنده: محمد گوگانی

ناشر: گوی

نوبت چاپ: اول

سال چاپ: ۱۳۹۵

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۹۰۰۰ تومان

لیتوگرافی: نقش‌آور

چاپ و صحافی: نقش‌آور

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۶۳۷-۵۵-۷



مقدمه صفحه ۱۱



پیشگفتار صفحه ۱۷

فضای مجازی آری یا نه؟



پیش نازها



دانش فنی



صبر و آرامش



استقامت و استمرار در ادامه مس...



بر خط بودن برای همیشه



توانایی علمی



شباهت در فضای مجازی



هدف و وظیفه ما چیست؟



موانع انگیزشی فعالیت در فضای مجازی





شرایط امر به معروف و نهی از منکر

صفحه ۳۷



یا چه کسی سخن می‌گویی؟

صفحه ۳۸



او به احتمال زیاد دوست دوست پس دوستش بدار

صفحه ۳۹



خاستگاه های فکری دشمن

صفحه ۴۲



پروین ترین شبهات در تلگرام

صفحه ۵۱



از به چایس

صفحه ۵۲



شبهات تاریخی

صفحه ۵۷



مسلمان شدن ایرانی ها

صفحه ۵۸



موارد نادر تاریخی

صفحه ۶۳



موارد اعجاب

صفحه ۶۸



بهشت و جهنم

صفحه ۷۲



شبهات توحیدی در وجود خداوند

صفحه ۷۵





خداى ساعت ساز

صفحه ۷۴

الف

خداى غول چراغ جادو

صفحه ۵۱

ب

زن و حجاب

صفحه ۵۴

۵

تقوا و تعصب

صفحه ۷۷

ج

عبد یا امام حسین و عزاداری

صفحه ۷۸

۷

پیام‌های مذهبی

صفحه ۱۰۵

فصل
سوم



انواع پیام‌های مذهبی

صفحه ۱۰۸

انواع

مناسبت‌ها

صفحه ۱۰۸

۱

ادعیه و آیات

صفحه ۱۰۹

۲

تذکرات و احادیث و اخلاقیات

صفحه ۱۱۰

۳

چند قاعده ساده در پیام‌های مذهبی

صفحه ۱۱۲

چند
قاعده

مخاطب شناسی

صفحه ۱۱۳

مخاطب
شناسی



زمان‌های طلایی
صفحه ۱۱۲



پیام‌های ممنوعه
صفحه ۱۱۶



آفت‌های پیام‌های مذهبی
صفحه ۱۱۶



زنجیره‌های موهوم (شرعا بفرستید)
صفحه ۱۱۶



انتخاب‌نادر
صفحه ۱۱۷



و...ها...ید
صفحه ۱۱۷



کارهای ناتمام
صفحه ۱۱۸



امروز با تغییرات سریع تکنولوژی، نوع تعاملات بشری و شبکه ارتباطی انسان‌ها تفاوت‌های فاحشی نسبت به قبل پیدا کرده است. حتی در کوچک‌ترین فعالیت‌های رایج و بدیهی چند هزار سال بشری خرید و گفتگو نیز در سایه تکنولوژی شرایطی ایجاد شده است که تا صد سال قبل، کمتر کسی تصور چنین نوعی از مراودات را داشت.

امردین نیز از این موضوع برکنار نمانده است و در تمام فعالیت‌های مذهبی شاهد کنش دینی نوینی در جامعه هستیم. اگرچه ماهیت اصلی دین منطبق بر ارزش‌های بشری بوده است اما ناگفته پیداست که روش‌های جدید ارتباطات، مواعظ و هدایتگری کاملاً بر این اساس، ظرافت‌های جدیدی پیدا کرده‌اند و قالب‌های سخن نیاز به نوآوری پیدا کرده‌اند. البته در این میان اگرچه تمام ادیان ابراهیمی و غیر ابراهیمی دستخوش این تغییرات شده‌اند اما در مذهب تشیع با وجود ارکان استوار کلام و نیز هجده‌های سهمگین‌تر دشمنان اهل بیت (علیهم‌السلام)، این

امور با پیچیدگی‌های بیشتری همراه بوده است. و از سویی دور ماندن علما از نوع و روش‌های نوین تبلیغات مذهبی و پاسخ‌گویی به شبهات این نیاز را دوچندان می‌نماید.

این نوشتار مختصر بر آنست که در این مجال کلیدهایی عنوان کرده باشد تا بتوان این وظیفه را به شکلی درست به انجام رسانید. البته پرداختن به تمام شبهات موجود در شبکه‌های اجتماعی کاری غیرممکن و خارج از موضوع این کتاب است اما می‌توان آشنایی سریع و کلی با سبک و سیاق این شبهات دید مناسبی در برخورد با این شبهات پیدا کرد.

از سویی دیگر اگر شخصی احتمالی حتی ضعیف، در اثر برخی از این شبهات در ایمان خود بدهد جایز نیست حتی به نیت اصلاح وارد این معوله شود. باید بکوشد تا با مطالعه و تحقیق و استفاده از علما و مفسقین، این نقصان را پوشش دهد و جانب دیگر حضور در این‌گونه فضاهای مجازی هم فقط باید به نیت اصلاح امر باشد چرا که در حدیث داریم امام صادق علیه السلام فرمودند:

سزاوار نیست مؤمن در مجلسی بنشیند که در آن معصیت خدا می‌شود و نمی‌تواند آن را تغییر دهد.



در لحظه نگارش این سطور، شبکه‌های اجتماعی نقش بسیار پررنگی در شکل‌گیری اذهان عمومی پیدا کرده‌اند و طبق امارهای رسمی و غیررسمی فقط رسانه‌ای چون تلگرام بیش از ۴۰ میلیون مخاطب را فقط در کشور ایران پیدا کرده است.

رسانه‌ای عمومی که همه کاربران عملاً در شرایط برابر از آن استفاده می‌کنند و می‌توانند با دیگران تعامل داشته باشند.^۱ و از طرف حاکمیت به عنوان بخشی جداناپذیر از فرهنگ رسانه‌ای دم‌ذیرفته شده‌اند.

با این اوصاف، در اغلب مثال‌ها و توضیحات رویکرد اصلی نگارنده، این رسانه‌ها بود. در این کتاب سعی بر آن بوده که با تقسیم‌بندی، انواع پیام‌های اجتماعی (پیام‌های مذهبی) و واکنشی (پاسخ به شبهات) در دو فصل جداگانه مطرح شود. باشد که با عنایت ولیعصر عجل الله تعالی فرجه این تلاش‌ها مفید واقع شود.

۱. منبع: سایت تابناک تاریخ انتشار: