



مخاطب شناسی و مهندسی هوش مصنوعی در تبلیغ دینی

مدیر حوزه های علمیه کشور در دیدار رئیس پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم(ع)، بر لزوم تحول در تبلیغ دینی متناسب با اقتضائات عصر جدید تأکید کرد.

مدیر حوزه های علمیه کشور در دیدار رئیس پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم(ع)، بر لزوم تحول در تبلیغ دینی متناسب با اقتضائات عصر جدید تأکید کرد. آیت الله اعرافی با اشاره به اهمیت تجربه نگاری، نظریه پردازی، روزآمدسازی علوم حوزوی و مهندسی حوزه هوش مصنوعی، پنج محور کلیدی برای ارتقای پژوهشکده را مطرح کرد. ارسال 5 محور کلیدی تبلیغ از نگاه آیت الله اعرافی به گزارش ایکنا، حجت الاسلام والمسلمین سیدعلی موسوی؛ رئیس پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم(ع)، با حضور در دفتر مدیر حوزه های علمیه، با آیت الله علیرضا اعرافی دیدار و گفت و گو کرد و گزارشی جامع از فعالیت های پژوهشکده، شامل کارگروه های علمی، پروژه های پژوهشی و محصولات منتشرشده به وی ارائه کرد.

این گزارش با استقبال و تحسین آیت الله اعرافی همراه شد و مورد توجه ویژه ایشان قرار گرفت.

آیت الله اعرافی با ارزشمند خواندن فعالیت های پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم(ع)، پنج محور مهم را که نیازمند تمرکز و پیگیری بیشتر است به عنوان نقاط کلیدی برای توسعه و ارتقای پژوهشکده مورد تأکید قرار داد.

تجربه نگاری و ثبت داده های عینی

مدیر حوزه های علمیه، گردآوری تجربه های عینی را اقدامی حیاتی دانست و گفت: این کار، در مدیریت حوزه نیز ضروری است. ۲۰ سال پیش در جامعة المصطفی العالمیه پروژه ای آغاز کردیم درباره روحانیت با عرصه بین الملل که حاصل آن بیش از صد جلد مصاحبه با مدیران و مبلغان خارج از کشور بود تا این داده ها از بین نروند.

وی دومین محور را نظریه پردازی از دل داده های تجربی عنوان کرد و افزود: همه چیز قاعده دارد و باید از داده های گردآوری شده به قواعد و مدل های نظری دست یافت نه اینکه در سطح تحلیل های شخصی باقی بمانیم.

آیت الله اعرافی با اشاره به اهمیت روزآمدسازی مبانی فقه، اصول، کلام و تفسیر گفت: کارهایی مانند آثار شهید مطهری همچون «خدمات متقابل اسلام و ایران» نمونه ای از نظریه های واسط تبلیغ است؛ یعنی مبانی اصیل حفظ شود اما در قالبی قابل فهم برای نسل امروز عرضه شود.

وی مهم ترین مسئله تبلیغ را «مخاطب شناسی عمیق» دانست و تأکید کرد: کارهای ما با روح زمانه سازگار نیست. با وجود چهل سال تجربه در آموزش و پرورش و بیست سال در دانشگاه، امروز در برابر نسلی قرار گرفته ایم که دیگر مشترکات گذشته را ندارد، باید نسخه های تبلیغی متناسب با این نسل تولید شود.

مهندسی حوزه هوش مصنوعی

مدیر حوزه های علمیه با بیان اینکه اوضاع هوش مصنوعی همه معادلات را تغییر می دهد، تصریح کرد: یکی از کارهای مهم شما مهندسی این عرصه است. داده های اسلامی در حوزه هوش مصنوعی بسیار ضعیف است و باید تقویت شود.

وی از آغاز فعالیت گروهی ۵۰ تا ۶۰ نفر از متخصصان حوزوی در این زمینه خبر داد و گفت: به زودی رونمایی هایی در این حوزه انجام خواهد شد.

آیت الله اعرافی در بخش دیگری از سخنان خود خواستار تبدیل یافته های پژوهشکده به رشته های علمی حوزه شد و اظهار کرد: درخت وارده حوزه اکنون بیش از ۴۰۰ رشته و گرایش دارد. پژوهشکده باقرالعلوم (علیه السلام) می تواند با منطبق حوزوی، گرایش هایی مانند سبک زندگی را طراحی و به این ساختار بیفزاید.

در پایان این دیدار، رئیس پژوهشکده در تبیین محور «مخاطب شناسی» مورد تأکید آیت الله اعرافی اظهار کرد: به منظور شناخت دقیق تر افشار مختلف جامعه، پژوهشگران پژوهشکده در قالب پروژه ای پژوهشی با رانندگان اسنپ مصاحبه های عمیق انجام

داده و تیپولوژی آنان را بررسی کرده اند؛ تا به طور مثال گروه هایی که پای منبر نمی آیند، اما دینداری خاص خود را دارند، بهتر شناخته شوند.

این دیدار در راستای تعاملات پژوهشکده تبلیغ و مطالعات اسلامی باقرالعلوم(ع) با مدیریت حوزه های علمیه و بررسی راهکارهای نوین ارتقای نظام تبلیغ دینی انجام شد.