

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی

نویسندگان: دکتر علی آهنگ (ایران)^۱، سیده فرناز اتحاد (ایران)^۲

پذیرش: ۱۳۹۶/۰۷/۲۹

دریافت: ۱۳۹۶/۰۵/۰۸

چکیده

عصر حاضر مواجه با بسیاری از رسانه‌های جمعی و البته فضاهای مجازی با تنوع و قابلیت‌های گوناگون است. ارتباط گرفتن در دهکده جهانی اکنون و تبادل نظر و در کنار آن ارائه فرهنگ‌ها و تبلیغات غلط و غرض‌ورزانه درباره جناح، گروه، اشخاص و به‌طور خاص دین، بسیار رایج و قابل دسترس است. آن‌چه که همیشه مورد هجوم و آسیب بوده است، فرهنگ و متن اصلی دین و باورهای الهی است که در فضای مجازی نیز دستخوش آسیب و تبلیغات ضد دین شده است. عرفان‌های نوظهور، پدیده داعشیسم و بسیاری از شبکه‌ها و گروه‌های شبه‌دین با تغییر ظاهر و پوسته دین آن را به‌صورتی دیگر به جهانیان -مخصوصاً- جوانان نشان داده‌اند و در این میان هجوم و آسیبی که به دین اسلام وارد می‌کنند، قابل توجه است؛ در چنین وضعیتی، فضای مجازی باید بتواند با راه‌اندازی شبکه‌ها، گروه‌ها و لینک‌های صحیح ترویج فرهنگ اسلام و ارائه صحیح از تفاسیر و منابع قرآنی، چهره واقعی دین مبین را نشان داده و همزمان با تبلیغات ضد دینی مبارزه کند. پژوهش حاضر تلاش نموده است ابتدا با بیان آسیب‌های وارده به فرهنگ و باور مذهبی از طریق شبکه‌های اجتماعی و خطرات آن برای نسل جوان، روش برخورد با چنین فضاهایی را تبیین نموده، و سپس با ارائه راهکارهای مناسب، تبلیغ صحیح دین در این فضاها را ارائه و روش صحیح استفاده از این فضا در راستای فرهنگ دینی را به جوانان آموزش دهد.

واژگان کلیدی: دین اسلام، روش‌های تبلیغ، تبلیغ ضد دینی، فضای مجازی

۱. استادیار گروه علوم قرآن و حدیث، دانشکده علوم قرآنی، دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم،

بجنورد، ایران، aliahang59@yahoo.com

۲. کارشناس ارشد مترجمی زبان انگلیسی، دانشجوی کارشناسی گروه علوم قرآن و حدیث، دانشکده علوم

قرآنی، دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم،، f.ettehad20155@yahoo.com

مقدمه

اسلام دینی جهان‌شمول و دارای قابلیت‌ها و اهدافی والاست، که توسط پیامبری که در قرآن کریم از ایشان به «رحمة للمعالمین»^۱ یاد شده است، برای هدایت همه بشریت قرار داده شده است؛ این دین به‌عنوان کامل‌ترین و جامع‌ترین برنامه بشری، تمام ادیان الهی پیشین را نیز در خود جای داده و همگان را به خود فراخوانده تا با دین و آئینی واحد به‌فرامین و دستورات وجودی که عالم به تمام هستی است، روی آورند.

بر این اساس، نشر و توسعه دین اسلام از همان روزهای آغازین دعوت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله به‌صورت مخفیانه و آشکار- از خانه ایشان، از ایمان آوردن همسر ایشان، از ایمان آوردن حضرت علی علیه السلام به‌عنوان نزدیکترین عضو خانواده و نیز از ایمان آوردن دوستان و آشنایان و اهالی مکه و مدینه و دیگر بلاد- آغاز شد؛ لذا پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در راه تبلیغ و نشر این دین، به‌عنوان اولین و برترین نمونه انسانی است که در آن شرایط سخت و جاهلانه شبه‌جزیره عربستان، چنین رسالت خطیر و مهمی را آغاز کردند. بنابراین، سختی‌های بسیاری در این راه- از همان ابتدا- وجود داشت؛ از به‌سخره گرفتن حضرت گرفته تا این که ایشان را به القابی دروغین می‌نامیدند تا سخن حقش را کتمان کنند.

پس از دوران تبلیغ و رسالت حضرت، این وظیفه خطیر به عهده اهل بیت ایشان علیهم السلام بود، که ایشان نیز شاگردان و صحابه‌ای داشتند که در کنار تلمذ، به تبلیغ و ترویج دین اسلام پرداخته، و پس از آن نیز عالمان دین و آگاهان به دین اسلام و کسانی که در این راه زحمت کشیده و از جان مایه گذاشته بودند، به‌صورت جلسات درس یا جلسات تبلیغی در مجالس مختلف به تبلیغ و ترویج دین مبین پرداختند.

در دنیای امروز با پیشرفت تکنولوژی و وسایل ارتباط جمعی، برقراری ارتباط و تبادل نظر درباره موضوعی خاص - دینی یا غیر دینی - نه تنها سریع شده، بلکه از سطح ارتباط فردی و اجتماعی محدود نیز فراتر رفته است؛ به نحوی که می‌توان به راحتی با افرادی آن سوی جهان با زبان و آئینی متفاوت به مبادله افکار پرداخت.

یکی از این وسایل ارتباطی بسیار سریع، وجود فضاهای مجازی است که طی چند سال اخیر به طور گسترده‌ای میان افراد جوامع - به ویژه جوانان - جای خود را پیدا کرده، و حتی توانسته به جای مطالعه کتاب - به صورت سنتی - فضا را به سمت مطالعه کتاب‌های الکترونیکی سوق دهد.

آن چه در فضای مجازی و محیط‌های اجتماعی مجازی با آن مواجه هستیم، حجم گسترده‌ای از مطالب و اطلاعات است که البته مطالب کذب و شایعات نیز در این فضا، بسیار یافت می‌شود؛ چرا که در گروه‌ها یا کانال‌ها و صفحات متعددی که وجود دارد - اغلب - فرد یا افرادی که چنین فضایی را اداره می‌کنند قابل شناسایی نیستند، و یا اغلب هویت واقعی خویش را نشان نمی‌دهند، و حتی گاهی افرادی ناآگاه و بدون تحصیلات علمی، صفحات و کانال‌هایی را راه‌اندازی می‌کنند که با زبانی مهیج و جوان‌پسند بحث از موارد اختصاصی و مربوط به حوزه‌های علمی خاص می‌کنند تا - به زعم خود - مباحث دینی و عقیدتی را به شکل و شیوه‌ای مدرن بیان کنند؛ به نحوی که جالب توجه باشد.

از آن جا که دشمنان دین مبین از جنگ نظامی و به صورت رو در رو ناکام شده‌اند، رو به جنگ نرم^۱ آورده‌اند، و در این مسیر، هدف جوانان - به ویژه جوانان مسلمان و انقلابی - هستند؛ لذا افرادی که تنها برای اغفال و دور کردن از باورها و اعتقادات اسلامی صفحات و فضاهایی طراحی کرده‌اند، دین اسلام را با نگاهی ظالمانه و خشن

به دنیا معرفی نموده و شک و شبهه در باور مردم ایجاد می کنند تا از این طریق با دور نمودن جوانان از معنویات و بی اعتنا کردن آن ها به اصول اسلامی، دست به هر کار غیر اخلاقی و دور از شأن انسانیت زنند، و بر چنین پدیده ای نام اسلام بگذارند. گزینه مطلب در قتل و جنایت هایی است که به راحتی اتفاق می افتد، که با این زمینه سازی های پیش گفته، و نیز همراه شدن با خشم ناگهانی و ضعف در ایمان، پدیده هایی مثل طالبان و داعش حادث می شوند، که حرکت بر ضد انسانیت را وظیفه دینی خود می دانند.

بنابراین، آن چه به عنوان وظیفه برای جوان انقلابی و یا هر فرد مسلمانی که دسترسی به فضاهای مجازی دارد، و یا افرادی که سؤالاتی در این باره در فضای مجازی دارند، طرح می شود این است که طریقه صحیح تبلیغ دینی و اسلامی را دانسته و روش های تبلیغی در این فضاها را بیاموزد؛ از طرف دیگر، با بالا بردن سطح آگاهی و توانایی پاسخگویی در برابر شبهات نیز بتواند دین اسلام را بیش از پیش حفظ کرده، و با تبلیغ صحیح و فراگیر افرادی که به دور از نعمت اسلام مانده اند، آن ها را به این دین راغب و مشتاق نماید.

تبیین مفهومی تبلیغ و مشتقات آن

تبلیغ^۱ در لغت به معنای رسانیدن پیام یا خبر و موضوعی است که به اطلاع مردم رسانده شود؛^۲ اما در این پژوهش، به معنای رساندن پیام ها و آموزه های دینی است. به طور کلی، واژه تبلیغ و مشتقات آن ۷۰ مرتبه در قرآن کریم به کار رفته است، که ۷۲ مورد آن با «تبلیغ دینی» تناسب دارد.^۳

1. Propagation

۲. معین، ۱۳۶۴، ذیل واژه «ت».

۳. شرفی، ۱۳۹۳، ص. ۳۲.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۳۷

با طرح واژه تبلیغ، کلیدواژه دیگری به نام تبلیغات طرح می‌شود، که کاربرد هر یک از شکل‌های برقراری ارتباط است که بر پایه برنامه‌ریزی هدفدار استوار است، و در جهت تأثیر بر افکار، احساسات و اعمال گروه‌های معین به منظوری خاص صورت می‌گیرد.^۱ به عقیده ترنس کوالتر^۲ - از صاحب‌نظران این حوزه - تبلیغات عبارت است از تلاشی عمدی که توسط برخی افراد یا گروه‌ها با بهره‌گیری از وسایل ارتباطی برای کنترل، شکل دادن یا تغییر نگرش افراد دیگر گروه‌ها انجام می‌شود.^۳ در زبان فارسی نیز این واژه معادل کلمات متعددی از زبان انگلیسی قرار می‌گیرد؛ از جمله کاربرد آن در تعاریف زیر:

- اشاعه و ترویج و تکثیر و رساندن صحیح یک مطلب با بار ارزشی مثبت؛^۴
- پیام توخالی و هیاهوی بی‌محتوا با بار ارزشی منفی؛^۵
- آگهی و پیام‌های بازرگانی؛^۶
- تبلیغات بازرگانی رادیو و تلویزیون با نمایش محتوایی تجاری.^۷

در عین حال، به نظر می‌رسد مأموریت^۸ از جمله واژه‌هایی است که با مفهوم تبلیغ دینی - معمولاً - استفاده می‌شود.^۹

۱. نصر، ۱۳۸۷، ص. ۶۷۴.

2. Terence Qualter

۳. هالستی، ۱۳۷۲، ص. ۳۴.

4. Propagation

5. Propaganda

6. Advertisement

7. Commercial

8. Mission

۹. کاویانی آرانی، ۱۳۹۲، صص. ۳۱-۳۳.

در «فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد»^۱ نیز به معنی فرستادن معلمان مذهبی برای به آئین جدید درآوردن مردم آمده است؛ هم‌چنین به معنای گروهی از اشخاص است که از طرف کلیسا برای گسترش دین به خصوص، به یک سرزمین خارجی اعزام می‌شوند.^۲ پس از این تبیین - با توجه به مسئله پژوهش - لازم است به تبیین تبلیغ اسلامی و فضای مجازی پرداخته شود:

۱. تبلیغ اسلامی؛^۳ نوعی خاص از ارتباط است که گاهی با هدف آموزش، گاهی اقناع و گاهی برای به عمل واداشتن مخاطب انجام می‌گیرد؛^۴ و عبارت است از هر گونه فعالیت نظام‌مندی که به طور مستقیم به قصد گسترش علمی، عاطفی و رفتاری دین اسلام - سطحی یا عمیق - صورت می‌گیرد.^۵ ۲. فضای مجازی؛ مفهوم فضا در برابر مفهوم مکان به کار می‌رود، و عبارت است از همه‌جا؛ اما مکان جایی معین است، دارای محتوا و مرزبندی بوده و دوبرعده‌ای است؛ در نقطه مقابل، فضا نوعی خال است و سه بعد داشته و بدون مرکز بوده و نامتناهی است.

در یکی از تعاریف تفکیکی مکان و فضا، چنین آمده است:

مکان‌ها ثابت می‌مانند؛ اما فضا می‌تواند در یک چشم به هم زدن تغییر کند و عوض شود؛ در نتیجه فضا نسبت به مکان مفهومی گسترده‌تر است، و همین ویژگی‌ها باعث خاص شدن و به وجود آمدن خصوصیات خاص فضای مجازی شده است.^۶

1. Oxford English Dictionary

2. Oxford Advanced Learner's, 2000, p. 3332.

3. Islamic Propagation

۴. کاویانی آرانی، ۱۳۹۲، ص. ۳۷؛ به نقل از: خندان، ص. ۳۳۳.

۵. کاویانی آرانی، همان، ص. ۱۴۳.

۶. موظف رستمی، ۱۳۹۱، ص. ۳۷.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۳۹

هم‌چنین، مجاز گاهی در مقابل امر حقیقی، گاهی به‌عنوان امری وهمی و خیالی و گاهی در مقایسه با واقعیت محسوس و بدن به‌کار برده می‌شود، گاهی نیز یک امر ذهنی در مقابل امری عینی تلقی می‌شود؛ لذا فضا یا جهانی با خصلت مجازی در مقابل فضا یا جهان واقعی قرار می‌گیرد؛ البته مجازی بودن از تأثیر واقعیت نمی‌کاهد، بلکه تنها واقعیتی را به شکل مجازی بازنمایی می‌کند.

واقعیت مجازی تلاش دارد محیطی جدید و تخیلی بیافریند، و این محیط خیال‌گونه واقعی به‌نظر می‌رسد و به‌صورت مستقیم آن‌چنان که در واقعیت آن را درک می‌کنیم، ارتباط ندارند.^۱

نقش و ماهیت تبلیغ و مبلغ در دین اسلام

پیش از تعریف و تبیین جایگاه تبلیغ در دین اسلام، لازم است در خصوص مهارت برقراری ارتباط - به‌ویژه رابطه اجتماعی - بحث شود؛ این‌که باید چگونه و بر چه اساسی باشد؟ غالب شبکه‌های مجازی به‌نوعی شبکه‌های اجتماعی و محیطی برای برقراری روابط اجتماعی هستند، که چنان‌چه روش صحیح این رابطه درک نشود، نه‌تنها در برقرار کردن ارتباط با دیگران در چنین محیط‌هایی ایجاد آسیب می‌شود؛ بلکه ممکن است در ارائه اطلاعات و مفاهیمی که با قصد بهتر شدن افکار عمومی و اطلاعات دادن به دیگر افراد است نیز منجر به خطا شود.

به‌طور کلی، انسان در هر فعالیت اجتماعی به مبادله اطلاعات می‌پردازد؛ اعم از این‌که فعالیت او در میان اعضای یک گروه باشد یا در میان اعضای گروه‌های دیگر شکل بگیرد.^۲

۱. عاملی، ۱۳۸۵، ص. ۳۶.

۲. امیرحسینی و مخاطب، ۱۳۸۴، ص. ۴۳.

نکته مهم این‌که شرط اساسی روابط انسان‌ها نحوه انجام مناسب این مبادله‌ها و مراوده‌ها است؛ البته- در این میان- رسانه‌ها بسیار فعال ظاهر شده‌اند تا جایی‌که- تقریباً- روابط اجتماعی مجازی افراد را تحت تأثیر قرار داده‌اند؛ لذا بازار تبلیغ، داغ است. قرینه بحث از تبلیغ محصولات مختلف تولیدی و بهداشتی گرفته تا تبلیغ ادیان و افکار و عقاید مختلف است، که هر یک از این موارد دارای واقعیت‌ها و کذب‌هایی است؛ چرا که تبلیغات با استعانت از پول و تخیل و علوم انسانی به مرزهای باور نکردنی‌ای دست یافته است که در آن‌جا از هر ابزاری می‌توان به‌عنوان یک ابزار تبلیغاتی استفاده کرد؛ لذا شناسایی ابزار تبلیغاتی به‌صورت یک علم میان‌رشته‌ای درآمده که نیازمند حضور متخصصان مختلف است.^۱

همان‌گونه که بیان شد، تبلیغ نوعی ارائه مفاهیم و اعتقادات و عقاید یک فرد، گروه، آئین و یا مذهب است که با هدف تحت تأثیر قرار دادن آرای دیگر افراد و جلب آنان به‌سوی دین و آئینی خاص صورت می‌گیرد.

بر این اساس- در هر رشته و صنف و آئینی- تبلیغ و روش تبلیغی اولین و مهم‌ترین گام برای پیشرفت آن مفهوم و هدف است؛ لذا تبلیغ را برای دین اسلام نباید نوعی حرفه دانست که مثال عده‌ای خاص تنها وظیفه دارند به‌صورت گروه‌ها و افرادی دین اسلام را ترویج کنند؛ بلکه تبلیغ دین مبین بر عهده هر مسلمانی است، به‌ویژه در این دوران ارتباطات که اطلاعات و داده‌ها به‌صورت وسیعی تمام افراد را در بر گرفته و گاهی در میان این حجم اطلاعاتی سردرگم می‌مانند.

در چنین فضایی اگر هر مسلمان خود را موظف بداند که به علوم اسلامی اشراف داشته و پاسخگوی شبهات باشد- خود- یک مبلغ دینی برای دیگر افراد خواهد بود؛ لذا یک مسلمان در هر فضا و مکانی که باشد، باید مبلغ دین و آئین خود باشد؛

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۱

می‌خواهد دانشجویی در خارج از کشور باشد، همکلاس با افرادی باشد که از خارج کشور برای تحصیل به ایران آمده‌اند و یا قابل دسترس‌تر از آن در فضای مجازی، ممکن است هر فردی، با فرد یا افرادی مواجه و وارد گفتگو شود که با دینی متفاوت و حتی با نگاهی غرض‌ورزانه به دین اسلام باشد.

تبلیغ دین و انبیای الهی ﷺ

پیامبران الهی ﷺ آن‌چنان که قرآن کریم اشاره می‌کند، خود را مبلغ دین الهی معرفی می‌کنند؛ هم‌چنان که در دو نمونه زیر قابل مشاهده است:

- خطاب حضرت نوح ﷺ به مردم:

«أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ»^۱؛

پیام خدایم را به شما می‌رسانم و به شما نصیحت و خیرخواهی می‌کنم، و از سوی خدا به اموری آگاهم که شما آگاه نیستید.

- خطاب حضرت هود ﷺ به قومش:

«أُبَلِّغُكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَأَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ»^۲؛ پیام خدایم را به شما

می‌رسانم، و من برای شما ناصح و خیرخواهی امینم.

به‌طور کلی - سوره مبارکه اعراف - در چند آیه به وظیفه تبلیغ دین که بر عهده

پیامبرانی هم‌چون نوح و هود و صالح و لوط و شعیب و موسی ﷺ و پیامبر اسلام ﷺ

بوده است اشاره می‌کند؛ هم‌چنین به بشریت هشدار می‌دهد که اگر پیام‌آورانی

به‌سوی‌تان آمدند و به‌حق خواندند، باید راه تقوا و صالح بپیمایید، و اگر چنین شود

مشمول رحمت پروردگار خواهند شد.

۱. اعراف، ۶۲.

۲. اعراف، ۶۸.

منطق قرآن کریم در تبلیغ دین

قرآن کریم برای تبلیغ و فراخواندن بشر به سوی حقانیت و باور به وجود خداوند روشی دارد، و آن روش تنها از طریق فکر کردن با صفای فطرت محقق می‌گردد.

قرآن کریم از انسان می‌خواهد با فطرت صاف و عقل سلیم در آفرینش خود و طبیعت بنگرد و به نتیجه‌ای قطعی برسد:

«الَّذِينَ يَذْكُرُونَ اللَّهَ قِيَامًا وَقُعُودًا وَعَلَىٰ جُنُوبِهِمْ وَيَتَفَكَّرُونَ فِي خَلْقِ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ رَبَّنَا مَا خَلَقْتَ هَذَا بَاطِلًا سُبْحَانَكَ فَقِنَا عَذَابَ النَّارِ»^۱؛

آن‌ها که در هر حالت- ایستاده و نشسته و خفته- خدا را یاد کنند، و دائم در خلقت آسمان و زمین بیندیشند و گویند: پروردگارا! تو این دستگاه با عظمت را بیهوده نیافریده‌ای، پاک و منزهی، ما را به لطف خود از عذاب دوزخ نگاهدار.

در این دعوت قرآنی تنها چیزی که از انسان خواسته شده، نظر و مطالعه و تفکر است.^۲ در آیات دیگری از قرآن کریم وظیفه دعوت به حق و تبلیغ دین اسلام و انجام امر به معروف و نهی از منکر توصیه شده، و برای انجام این عمل مکان یا زمان خاصی مشخص نشده است؛ به این معنا که بر عهده هر مسلمان مسئولی است که در هر مکان یا زمانی که احساس کرد نسبت به دین و باورهای توحیدی سوء برداشت‌ها یا نشر اکاذیب و شبهات- از روی قصد و یا از روی جهل- صورت می‌گیرد؛ احساس وظیفه کرده و رسالت تبلیغی خود را به انجام رساند.

هم چنین، قرآن کریم بهترین گفتار را دعوت به سوی خدا دانسته است:

«وَمَنْ أَحْسَنُ قَوْلًا مِّمَّنْ دَعَا إِلَى اللَّهِ وَعَمِلَ صَالِحًا وَقَالَ إِنِّي مِنَ الْمُسْلِمِينَ»^۳؛

۱. آل عمران، ۱۹۱.

۲. فضل‌الله، ۱۳۸۴، ص. ۳۲۴.

۳. فصلت، ۳۳.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۳

چه کسی خوش گفتارتر است از آن کس که دعوت به‌سوی خدا می‌کند و عمل صالح انجام می‌دهد و می‌گوید: من از مسلمانانم.

شیخ طبرسی در تفسیر آیه می‌نویسد:

این آیه دلالت بر این دارد که دعوت مردم به خدا از بهترین واجبات و بزرگترین طاعات است.^۱

از طرف دیگر، انجام تبلیغ ممکن است بر عهده فردی از اعضای جامعه و یا گروهی به‌شکل سازمان یا نهادی باشد که به صورت نظاممند و با برنامه‌ریزی و چارچوب صحیح به تبلیغ ارزش‌های دینی بپردازند؛ البته در مورد تبلیغ در فضای مجازی احتمال روش گروهی برای تبلیغ و پاسخگویی به پرسش‌ها و شبهات دینی کاری مفید و پر بازده‌تر خواهد بود؛ چرا که در این فضا حجم زیادی از تفکرات و سؤالات با پیش‌زمینه‌هایی که یا به دنبال پاسخ هستند و یا قصد ضربه زدن به دین را دارند، مطرح می‌شود؛ لذا اگر گروه و جمعی از عالمان و آگاهان به امر دین و آشنا با علوم قرآنی و تفسیر پاسخگو باشند، پاسخی قاطع‌تر و کامل‌تر و به‌دور از نقص خواهند داشت.

بنابراین، اهمیت تبلیغ و کار مبلغان دینی آن‌چنان زیاد می‌شود که قرآن کریم پس از جهاد در میدان نبرد که همه نمی‌توانند در این عرصه شرکت کنند، توصیه به امر تبلیغ و نشر احکام دینی می‌کند؛ از این رو همواره باید افرادی مسلح به سلاح علم و ایمان برای حراست از اخلاق و عقاید مردم باشند، و با هر منکر و فساد که مانع اجرا و گسترش ارزش‌های دینی است، مقابله کنند.

۱. به نقل از: شرفی، ۱۳۹۳، ص. ۷۲.

در این ارتباط قرآن کریم می‌فرماید:

«وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِنْهُمْ طَائِفَةٌ لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ»؛^۱
و [هنگامی رسول فرمان خروج برای جنگ دهد] نباید مؤمنان همگی
بیرون روند؛ پس چرا از هر طایفه‌ای جمعی برای جنگ و گروهی نزد
رسول برای آموختن علم دین مهیا نباشند تا قوم خود را چون به نزدشان
بازگشتند بیم رسانند؛ باشد که حذر کنند.

از جمله مهم‌ترین وظایف یک مبلغ دینی این است، که منتظر نماند تا از او
بپرسند؛ بلکه- خود- این وظیفه را بداند که از علم و دانش قرآنی که دارد به دیگران
نیز بیاموزد، و آنان را از ناآگاهی درآورد.

در این مسیر مردم از میرالمؤمنین علی علیه السلام که به تعبیر امام خمینی رحمه الله منبری بود
و در منابر مردم را نصیحت می‌کرد، الگو می‌پذیرند. خمینی، بیتا، ص ۶۶).

حضرت در توصیف رسالت تبلیغی که بر عهده عالمان دین است، می‌فرماید:
«مَا أَخَذَ اللَّهُ عَلَى أَهْلِ الْجَهْلِ أَنْ يَتَعَلَّمُوا حَتَّى أَخَذَ عَلَى أَهْلِ الْعِلْمِ
أَنْ يُعَلِّمُوا»^۲؛ خداوند از جاهلان و افراد نادان پیمان یادگیری نگرفت،
مگر زمانی که از دانایان و دانشمندان پیمان گرفت که آن‌ها را تعلیم دهند.

بنابراین، نقش مبلغ و مبلغان دینی در جامعه امروز و با حجم سؤالات و شبهاتی
که مطرح شده و- به سرعت- در فضای مجازی و صفحات اینترنتی منتشر می‌شود،
خطیرتر و مهم‌تر از پیش تلقی می‌گردد؛ لذا وظیفه هریک از مسلمانان این است که دانش دینی
و علوم قرآنی خویش را تا حدی که بتواند از حقایق و اعتقادات اسلامی دفاع کند، ارتقا بخشد.

۱. توبه، ۱۲۲.

۲. نهج البلاغه، کلمات قصار، شماره ۴۷۸.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۵

هم‌چنین کارشناسان و علما دین نیز باید با اشراف به مسئله فضای مجازی و آشنایی با روند و کارکرد این فضا و ایجاد رابطه مناسب با کاربران آن - به‌ویژه قشر جوان - پاسخگوی این‌گونه سؤالات و شبهات باشند.

روش تبلیغی پیامبر اکرم ﷺ

به‌صورت تاریخی‌چه‌ای اگر مطالعه شود، سبک تبلیغی نبی مکرم اسلام ﷺ همراه با روش و آئین مشخصی بود؛ به این معنا که حضرت بدون برنامه و به‌یکباره آغاز به تبلیغ و تغییر آرای مردم زمان خویش نکردند؛ چه این‌که از روش تبلیغی حضرت در منابع تاریخی مختلف با لفظ دعوت یاد شده است، مانند دعوت پنهانی، دعوت آشکار خانواده و نزدیکان و دعوت هر آن‌کس که پیام انذار و رسالت حضرت به ایشان برسد. به‌عنوان نمونه؛ در آغاز رسالت و وحی و نزول آیات ابتدایی آن‌چه که به پیامبر اسلام ﷺ ابلاغ می‌شود دستور به خواندن است:

«إِقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ»^۱؛ بخوان به‌نام پروردگارت که آفرید.

همان‌طور که ملاحظه می‌شود، لفظ «إِقْرَأْ» نیز در آیه بیان شده است، که نوعی از نحوه ارتباط دینی و تبلیغ دائمی دین اسلام است؛ زیرا در محاورات معمولی وقتی به کسی گفته می‌شود فلان مطلب را بگو یا تکرار کن، مخاطب کلمه «بگو» یا «تکرار کن» را نمی‌گوید؛ هم‌چنین، علاوه بر امانتدار بودن حضرت در مورد وحی و کلام الهی نشان دهنده محدود نبودن اندیشه تبلیغ و ارتباط دینی به حضرت بوده، و لزوم مشارکت همه مخاطبان مستقیم و غیر مستقیم وحی در فرایند ارتباطی انتقال معارف الهی است.^۲

۱. علق، ۱.

۲. بشیر، ۱۳۸۷، ص. ۷۶.

از جمله مواردی که پیامبر اکرم ﷺ در شیوه تبلیغی خویش داشتند، چنین بود که منتظر نمی‌ماندند از ایشان سؤال شود؛ بلکه هم‌چون طبیبی به‌سوی مردم حرکت می‌کردند؛ هم‌چنان که حضرت علی رضی الله عنه در شخصیت‌شناسی ایشان می‌فرماید:

«وَمِنْهَا طَبِيبٌ دَوَّارٌ بِطَبِّهِ قَدْ أَحْكَمَ مَرَاهِمَهُ وَأَحْمَى مَوَاسِمَهُ يَضَعُ ذَلِكَ حَيْثُ الْحَاجَةُ إِلَيْهِ مِنْ قُلُوبٍ عُمِيٍّ وَأَذَانٍ صُمٍّ وَاللَّسَنَةِ بُكْمٍ مُتَتَّبِعٍ بِدَوَائِهِ مَوَاضِعَ الْغَفْلَةِ وَمَوَاطِنَ الْحَيَرَةِ»؛ [پیامبر] پزشکی است که با طب خویش پیوسته در گردش است، داروها و مرهم‌های خود را به‌خوبی آماده ساخته و ابزار داغ کردن را تفتیده و گذاخته کرده است تا بر هر جا که نیاز داشته باشد بگذارد؛ بر دل‌های کور، بر گوش‌های کر، بر زبان‌های گنگ، ایشان با داروهای خویش بیماران غفلت‌زده و سرگشته را رسیدگی و درمان می‌کند؛ همان‌هایی که از فروغ حکمت بهره نگرفته و اندیشه خود را به انوار دانش‌هایی که اعماق جان را روشنی بخشد، تابان و فروزان نکرده‌اند.

مطلب دیگر در مورد روش تبلیغی رسول خدا ﷺ استفاده ایشان از ابزار و راهکارها برای انجام مقوله تبلیغ است؛ البته اصلی‌ترین و مهم‌ترین این ابزارها قرآن کریم بوده است، جدای از این‌که قرآن دارای آیاتی است که از لحاظ محتوایی برای جنبه تبلیغ اسلام مورد نظر بوده، از حیث اعجاز کلمات و مفاهیم و نحوه مخاطب قرار دادن انسان‌ها و تأثیرگذاری لحن آیات نیز در این امر کمک کننده بود؛ لذا در عصر حاضر می‌توان روی این جنبه‌ها از اعجاز قرآن کریم برای تبلیغ و ترویج دین اسلام - که دینی آسمانی است و منشئی الهی دارد - تأکید کرد.

از طرف دیگر، نبی مکرم اسلام ﷺ با ایجاد روشی جدید از نماز و مسجد و اذان و نیز همیشه در معرض بودن شعائر اسلامی - برای تبلیغ - بهره می‌گرفتند.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۷

بر این اساس، پیامبر اسلام ﷺ مسجد را نه تنها برای کارهای عبادی، بلکه محلی برای رفع مشکل و گرفتاری مردم قرار دادند، و از این طریق مردم برای رفع مشکلات به این مکان مراجعه کرده و - به طور ناخودآگاه - در معرض محیط معنوی این مکان قرار گرفته و دین را در متن زندگی خویش می‌یافتند.

نمونه دیگر از روش تبلیغی حضرت، برخورد منطقی و استدلالی با افرادی بود که هنوز دین اسلام و حقانیت خداوند را باور نکرده بودند؛ سؤال و جواب حضرت با «حصین» که هفت بت می‌پرستید و در آخر به این نتیجه رسید که تنها یک خدا و آن هم خدایی که در آسمان است او را اجابت می‌کند، نمونه‌ای از این مواجه شدن‌ها است.^۱ این برداشت نیز قابل تأمل است که پیامبر اکرم ﷺ بنا به روحیات افراد و شرایط مکانی و زمانی از شیوه و روشی مناسب همان گروه و دسته استفاده می‌کردند؛ لذا در امر تبلیغ - با تأسی از حضرت - نباید چنین باشد که همیشه با یک روش سنتی و غرض‌ورزانه و سخت، دیگران - به‌ویژه جوانان - را به دین فراخواند.

بنابراین، جایگاه و روش‌های تبلیغ دینی از منظر قرآن کریم و سیره نبوی ﷺ به معنای رساندن پیام و آموزه‌های دینی است که در قرآن با واژگانی هم‌چون ارشاد، دعوت، هدایت، موعظه، تبشیر، انذار، تخویف، امر به معروف و نهی از منکر بیان شده است؛ لذا قرآن کریم وظیفه پیامبر را تبلیغ دینی و یادآوری و بیان معارف دین معرفی می‌کند:

- «وَإِنْ تُكَذِّبُوا فَقَدْ كَذَّبَ أُمَمٌ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمَا عَلَى الرَّسُولِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ»^۲؛ و اگر شما تکذیب می‌کنید، پیش از شما نیز بسیاری از امم [پیامبران خود را] تکذیب کردند، و بر رسول جز آن‌که به آشکار تبلیغ رسالت کند، تکلیفی نیست.

۱. حلبی شافعی، ۱۴۲۷، ج ۳، ص. ۶۳۳.

۲. عنکبوت، ۱۸.

- «فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنْتَ مُذَكِّرٌ»^۱؛ پس خلق را متذکر ساز، که وظیفه پیغمبری تو غیر از این نیست.

بیان این نکته لازم است که وظیفه تبلیغ دین اسلام نه تنها بر عهده پیامبران و معصومین علیهم السلام است؛ بلکه قرآن کریم این وظیفه را برای انسان‌ها برمی‌شمارد و از آن‌ها می‌خواهد که تعالیم دینی را فراگرفته و به دیگران نیز بیاموزند.^۲

تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی و راهکارهای مواجهه

در جامعه بشری هر وسیله و صنعتی که ساخته دست بشر است، ممکن است پس از گذشت زمان دچار تغییراتی شده، و باعث ضربه زدن و به‌سمت فساد رفتن شود؛ فضای مجازی نیز از این قاعده مستثنی نیست؛ چرا که می‌تواند باعث برهم زدن عقاید و افکار- به‌ویژه عقاید مذهبی و تفکرات اسلامی- شده و تبدیل به ضد تبلیغ شود؛ در این خصوص اصلاح مفاسد این فضا، امری ضروری است. اصلاح و افساد از مواردی است که در قرآن کریم به آن اشاره شده است، و به بیان استاد مطهری:

اصلاح یعنی سامان بخشیدن، نقطه مقابل افساد است که به معنی نابسامانی ایجاد کردن است. اصلاح و افساد یکی از زوج‌های قرآن است که- مکرراً- در قرآن مطرح می‌شود؛ زوج‌های قرآن واژه‌هایی اعتقادی و اجتماعی که دو به دو در برابر یکدیگر بهتر شناخته می‌شوند مانند توحید و شرک، ایمان و کفر که برخی از این‌ها در صورتی تحقق می‌پذیرند که یکی نفی شود؛ اصلاح و افساد نیز از این قبیل است.^۳

۱. غاشیه، ۲۱.

۲. ر. ک: توبه ۱۲۲.

۳. مطهری، ۱۳۹۴، ص. ۴.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۴۹

از نظر قرآن کریم، اصلاح به چهار دسته زیر تقسیم می‌شود:

۱. اصلاح فردی^۱؛
۲. اصلاح میان دو فرد (اصلاح ذات البین)^۲؛
۳. اصلاح در محیط خانواده^۳؛
۴. اصلاح در محیط جامعه^۴؛

پدیده فضای مجازی از جمله پدیده‌های نوظهوری است که آسیب‌هایی دارد؛ لذا لازم است - از قبل - به کاربران آن اطلاع و آگاهی داده شود.

از طرف دیگر، روش برخورد دین اسلام و نبی مکرم ﷺ برای آموزش چنین پدیده‌هایی ناظر به دو روش تبلیغی زیر بوده است:

۱. تلاش شود نسل‌های حاضر از بی‌مبالاتی خارج شوند، افکار آن‌ها را برانگیزند، زمینه برخورد افکار را فراهم سازند، راه‌حل عملی حل مشکلات را از دین اسلام بجویند و دین مبین را پاسخگو و راهگشای تمام واقعیت‌های رو به رو با آن بدانند.
۲. مؤمنین را واداشت که دین حقیقی خود را آن‌چنان که هست بشناسند و ریشه‌های محکم و چشمه‌های زلال آن را دریابند؛ چرا که از راه بازشناسی دین و نصوص و متون رسیده از پیامبر اکرم ﷺ و اهل بیت عصمت و

۱. ر. ک: بقره، ۴۴؛ انعام، ۴۸.

۲. ر. ک: انفال، ۱.

۳. ر. ک: نساء، ۱۲۸.

۴. ر. ک: اعراف، ۱۴۲؛ هود، ۸۸.

۵. محمدقاسمی، ۱۳۸۵، ص. ۳۳.

می‌توان به تمام پرسش‌ها و شبهات پاسخ گفت، و حتی در برابر تبلیغات ضد دینی مسلح به سلاح علم و دانش قرآنی و دینی شد.

بنابراین، در فضای مجازی و تبلیغات دینی آنچه که مهم می‌نماید عبارت است از:

۱. قابلیت فضای مجازی برای تبلیغات دینی؛
۲. بیان نمونه‌هایی از برخورد کاربران با این گونه فضاها؛
۳. بیان تهدیدها و آفات تبلیغاتی ضد دین؛
۴. تبیین روش‌های کارآمد و صریح تبلیغی در جهت آموزه‌های دینی در فضای مجازی.

نتیجه آن‌که فضای مجازی- همان‌طور که از تعریفش مشخص شد- محدود به شخص، اشخاص، مکان یا زمان خاصی نمی‌شود؛ بلکه هر قشری از جامعه و هر موضوع و بسته اطلاعاتی را در بر می‌گیرد.

در این میان شبکه‌ها، گروه‌ها و صفحات مجازی و اینترنتی هستند که با مجموعه‌ای از کارشناسان و عالمان و متخصصان در رشته‌ای خاص اداره می‌گردند، و مطالب نو و به‌روز را به اشتراک گذاشته و گاهی به مباحثه با کاربران‌شان درباره موضوعی خاص می‌نشینند و آنان را به موضوعی راغب و یا دل‌سرد می‌کنند.

هم‌چنین، مطالب و شبکه‌هایی نیز وجود دارند که نه تنها توسط متخصصان و کارشناسان اداره نمی‌شود؛ بلکه با هدف صدمه زدن به افکار و عقاید و از همه مهم‌تر دین تشکیل شده‌اند، و با غرض و تعصب‌ورزی به دنبال مطرح کردن احادیث و متون ضعیف و دارای خدشه‌سندی و نشر اکاذیب و شبهات دارای ابهام هستند تا به‌بدنه دین از راه جنگ نرم ضربه بزنند.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۱

در چنین وضعیتی، رسالت جامعه مسلمان و کارشناسان و متخصصان علوم دینی که بازار شبهه‌افکنی و شایعات زیاد شده است، این است که در برابر این سؤالات و شبهات ساکت ننشسته، از رسالت دین اسلام دفاع کنند و کار تبلیغ را انجام دهند. به‌طور کلی - در فضای مجازی - به‌خاطر خصوصیات و ویژگی‌هایی که دارد باعث می‌شود انسان از دنیای واقعیات فاصله گرفته، و دچار خیال‌پردازی و گاهی غفلت‌های جبران‌ناپذیر شود.

علاوه بر آن کاربرانی که به‌لحاظ عقیدتی و مذهبی ضعیف هستند - به‌ویژه در میان جوانان - از حضور در این فضا و مواجه شدن با اطلاعات غلط و بی‌اساس تحت تأثیر القانات دروغین و هجمه‌های فرهنگی قرار می‌گیرند.

هم‌چنین، این فضاها قابلیت این را دارد که به‌راحتی زمینه ترویج و اشاعه افکار، محتویات و اطلاعات و رفتارهای شبهه‌افکن و گروه‌های انحرافی و جنبش‌های نوظهور باشد.^۱

خطر این مطالب زمانی اوج می‌گیرد که کاربران - به‌اصطلاح - دچار اعتیاد اینترنتی^۲ شوند؛ لذا مواجهه با خطراتی که بیش از هر مکان و زمان دیگری جوانان مسلمان و انقلابی را تهدید می‌کند، نیازمند طراحی شبکه و گروه‌ها یا فضاها و برنامه‌های مجازی و اینترنتی است که بتواند به‌طور دوسویه با مخاطبان و کاربران - به‌ویژه خارج از کشور - ارتباط برقرار کند.

هم‌چنین امکان ایجاد وبلاگ‌ها و صفحات تخصصی با موضوعات مختلف دینی مثل آموزه‌های قرآنی و روایی، احکام، تفسیر، ادعیه، مباحث فقهی و ... وجود دارد، که البته باید مطالب به‌روز و پاسخگوی نیاز روز کاربران باشد.

۱. موظف رستمی، ۱۳۹۱، ص. ۴۳.

با این توضیحات، مشخص می‌شود در محیط تبلیغ اجتماعی نیز نیاز به اصلاح روابط و جلوگیری از مفساد است؛ هم‌چنین برای مبلغین در چنین فضاهای مجازی جلوگیری از مفسده و ضد تبلیغ علیه دین از مهم‌ترین مسائل است که نه‌تنها با چنین موضوعاتی باید مبارزه نموده و پاسخی منطقی داشته باشند؛ بلکه باید خود نیز دچار چنین آسیب‌هایی نشوند و به نبایدها و خط‌قرمزهای تبلیغ آشنا باشند.

در ادامه به مهم‌ترین نبایدها که به‌منظور اجتناب از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی باید متوجه آن‌ها بود، اشاره می‌شود:

۱. مقابله با ضعف دانش و کمبود آگاهی افراد درباره دین؛

این ضعف به‌ضمیمه شبهات و شایعات دشمنان، موجب می‌شود میزان ناآگاهی و سوء برداشت‌ها از دین بیشتر شود؛ هم‌چنین پذیرش برخی کلیات در زندگی روزمره که در زندگی انسان‌ها وارد شده و بدون هیچ تحقیق قبلی یا دانستن درباره فلسفه آن و صحت و سقم آن با مردم عجین شده است، موجب می‌شود مخاطبین، مفاهیم و اعتقادات نادرست و ساختگی را بپذیرند.

به‌عنوان نمونه؛ این‌که بچه‌ای به‌راحتی در معرض آلت موسیقی است و حال‌که به‌مدرسه می‌رود و یا به‌سن بلوغ می‌رسد، حرمت غنا و موسیقی برایش بازگو شود، و یا این‌که بدون دانستن فلسفه حرام بودن طلا برای مرد آن را توقیف کرده که گاهی مشاهده می‌شود در هر دو نمونه با مقاومت و مخالفت مواجه می‌شود.

۲. پرهیز از گفتار بدون علم و عمل؛

به این معنا که سخن مبلغ نباید- صرفاً- از روی عواطف و احساسات شخصی و یا با اتکا به منابع ضعیف یا اقوال و شنیده‌ها باشد؛ بلکه باید با پشتوانه علمی باشد.

۳. اجتناب از بدعت، تحریف و التقاط به‌خاطر جذب مخاطب و به هر طریقی به دین خواندن؛

۴. اجتناب از استفاده از مطالب و متون دینی از منابع ضعیف یا دست‌چندم؛

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۳

۵. دوری از تفسیر به رأی و تحلیل‌های غلط؛

این موارد زمینه‌ساز ایجاد سؤالاتی می‌شود که نمی‌توان پاسخ متقن و صحیحی به آن‌ها داد؛ هم‌چنین علاوه بر این که باعث گرایش به دین نمی‌شود، بلکه مخاطبین را از مسائل دینی دورتر می‌کند.

۶. اجتناب از معرفی دین و اعتقادات به صورتی که گناهان، کوچک به نظر رسیده و موجب جرئت بر گناه شود.

روش‌ها و امکانات تبلیغ دینی در فضای مجازی

فضای مجازی به‌عنوان رسانه‌ای ارتباطی میان انسان‌ها و یک فضای اینترنتی با حجم بالای اطلاعات است.

وسایل ارتباط جمعی در جامعه‌شناسی جدید به‌عنوان یک نهاد اجتماعی مطالعه می‌شود و در کنار نهادهای خانواده، آموزش، مذهب، اقتصاد و حکومت کارکرد و مسئولیت‌های معینی دارد.

به‌بیان دیگر، رسانه‌ها با هدف برآوردن نیازهای اجتماعی خاص و متبلور کردن ارزش‌های اعضای خود تشکیل می‌شوند.^۱

در ادامه برخی از شرایط و روش‌هایی که برای تبلیغ دینی در فضای مجازی می‌تواند کاربردی باشد - مطابق با آموزه‌های قرآنی - تبیین می‌گردد:

۱. روشن و بی‌ابهام باشد:

«وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ»^۲؛ و بر ما جز آن‌که - واضح - ابلاغ رسالت

کنیم، هیچ تکلیفی نیست.

۱. بشیر، ۱۳۸۷، ص. ۳۳۳؛ به نقل از: کوئن، ص. ۳۳۱.

۲. یس، ۱۷.

۲. باعث تفکر - به ویژه نسبت به آفرینش و خالق آن - شود:

«بِالْبَيِّنَاتِ وَالزُّبُرِ وَأَنْزَلْنَا إِلَيْكَ الذِّكْرَ لِتُبَيِّنَ لِلنَّاسِ مَا نُزِّلَ إِلَيْهِمْ وَلَعَلَّهُمْ يَتَفَكَّرُونَ»^۱؛
[ما هر رسولی را] با معجزات و کتب و آیات وحی فرستادیم، و بر تو این ذکر
[قرآن] را نازل کردیم تا برای مردم آن چه را که به آنان فرستاده شده بیان کنی،
و برای آن که عقل و فکر کار بندند.

۳. حکیمانه همراه با جدال احسن باشد:

«ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ
أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ بِمَنْ صَلََّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ»^۲؛
[ای رسول ما خلق را] به حکمت و موعظه نیکو به راه خدایت دعوت کن، و با
بهترین طریق با اهل جدل مناظره کن که البته خدای تو [عاقبت] کسانی را که از
راه او گمراه شده و آنان را که هدایت یافته اند، بهتر می داند.

آن چه در این سه آیه آمده، شامل اصول اولیه تبلیغ بر اساس آیات قرآنی است؛
چنانچه شبکه ها و گروه های فضای مجازی که برای تبلیغ دین شروع به کار می کنند
ابتدا مسیر و هدف را مشخص کنند و مطالب و آیاتی را ترویج دهند که باعث تفکر
و به فکر واداشتن شود، می تواند در بازبانی مسیر معنوی مؤثر باشند، و از همه مهم تر
در مباحثات یا فضاهایی که امکان گفتگوی دوسویه پیش می آید، بحث را به صورت
احسن و با رعایت ادب و حقوق متقابل به پیش برند، تا حد زیادی به نتیجه مطلوب
خواهند رسید.

۴. از ظرفیت های عاطفی - متناسب با شرایط مخاطب - استفاده شود:

۱. نحل، ۴۴.

۲. نحل، ۱۲۵.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۵

به‌ویژه هنگام قانع کردن و دلیل آوردن برای جوانانی که مسلمان هستند اما سؤالاتی ذهن آنان را درگیر کرده است و یا جوانی که به‌تازگی می‌خواهد با دین اسلام آشنا شود؛ مانند آیه زیر که به پیامبر اسلام ﷺ فرمودند:

«فِيمَا رَحِمَةٍ مِنَ اللَّهِ لَنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَساوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ»^۱؛ به مرحمت خدا بود که با خلق مهربان گشتی، و اگر

تندخو و سخت‌دل بودی مردم از گرد تو متفرق می‌شدند؛ پس از آنان درگذر و برای آن‌ها طلب آموزش کن و در کار [جنگ] با آن‌ها مشورت نما؛ اما آنچه تصمیم گرفتی با توکل به‌خدا انجام ده که خدا آنان را که بر او اعتماد کنند، دوست دارد.

و یا در سفارشی به حضرت موسی عليه السلام - هنگام آغاز کار تبلیغی - فرمودند: «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْسَ لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَحْشَى»^۲؛ و با او [فرعون] کمال آرامی و نرمی سخن گوید، باشد که متذکر شود یا [از خدا] بترسد.

بنابراین، این نوع سخن گفتن و مخاطب قرار دادن، دل مخاطب را نرم کرده و معطوف به مطالبی می‌کند که با او بازگو می‌گردد.

۵. نیاز به‌شناخت مخاطب از لحاظ سن، موقعیت اجتماعی و نیاز او به‌مطالب مفید است: البته شناسایی این مسئله در محیط فضای مجازی که اطلاعات کاربران در دسترس نیست و نمی‌توان به‌طور دقیق مخاطب‌شناسی کرد، کار دشواری است؛ اما اگر در صفحه یا گروه و یا شبکه طراحی شده مطالب به‌صورت طبقه‌بندی شده و برای مخاطبان متفاوت آماده و طراحی شوند، کسی که به‌دنبال پاسخ باشد به‌راحتی و سرعت می‌تواند پاسخ خود را دریافت نموده و توجیه شود؛ چرا که کم نیستند

۱. آل عمران، ۱۵۹.

۲. طه، ۴۴.

وبلاگ‌ها یا صفحات مجازی که به صورت دسته‌بندی شده احکام و مباحث فقهی و یا تفسیری را ارائه می‌دهند و قرآن کریم را الگوی کار خویش قرار می‌دهند:

«وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ فَيُضِلَّ اللَّهُ مَنْ يَشَاءُ وَيَهْدِي مَنْ يَشَاءُ وَهُوَ الْعَزِيزُ الْحَكِيمُ»^۱؛ و ما هیچ رسولی در میان قومی نفرستادیم مگر به زبان آن قوم تا بر آن‌ها [معارف الهی را] بیان کند؛ آن‌گاه خدا هر که را خواهد به ضلالت و هر که را خواهد به مقام هدایت می‌رساند، و او خدای مقتدر داناست.

۶. صبر، استقامت، سعه صدر و استعانت از خداوند، مبنای کار باشد:

هم‌چنان که در مواجهه حضرت موسی علیه السلام با قومش از خداوند سعه صدر می‌خواهد:

«قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي»^۲؛ پروردگارا! شرح صدرم عطا فرما.

خدای متعال در چنین صحنه‌هایی، پیامبر خود را دل‌داری داده و می‌فرماید:

«يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ لَا يَحْزُنْكَ الَّذِينَ يُسَارِعُونَ فِي الْكُفْرِ مِنَ الَّذِينَ قَالُوا آمَنَّا بِأَفْوَاهِهِمْ وَلَمْ تُؤْمِنْ قُلُوبُهُمْ وَمِنَ الَّذِينَ هَادُوا سَمَاعُونَ لِلْكَذِبِ سَمَاعُونَ لِقَوْمٍ آخِرِينَ لَمْ يَأْتَوْكَ بِحَرْفٍ مِنَ الْكَلِمِ مِنْ بَعْدِ مَوَاضِعِهِ يَقُولُونَ إِنْ أُوتِيتُمْ هَذَا فَخُذُوهُ وَإِنْ لَمْ تُؤْتَوْهُ فَاحْذَرُوا وَمَنْ يُرِدِ اللَّهُ فِتْنَتَهُ فَلَنْ تَمْلِكَ لَهُ مِنَ اللَّهِ شَيْئًا أُولَئِكَ الَّذِينَ لَمْ يُرِدِ اللَّهُ أَنْ يُطَهِّرْ قُلُوبَهُمْ لَهُمْ فِي الدُّنْيَا خِزْيٌ وَلَهُمْ فِي الْآخِرَةِ عَذَابٌ عَظِيمٌ»^۳؛

ای پیامبر! غمگین مباش از آنان که به‌زبان اظهار ایمان کنند و به دل ایمان ندارند و به‌راه کفر شتابند، و اندوهناک مباش از آن یهودانی که جاسوسی کنند و سخنان دروغ به آن قومی که نزد تو نیامدند می‌رسانند؛ کلمات حق را بعد از آن که به‌جای خود مقرر گشت تغییر دهند و گویند: اگر حکم قرآن این‌گونه آورده شد بپذیرید

۱. ابراهیم، ۴.

۲. طه، ۲۵.

۳. مائده، ۴۱.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۷

و الا دوری گزینید؛ و هر کس را خدا به آزمایش و رسوایی افکند، هرگز تو او را از [قهر] خدا نتوانی رهانید؛ آن‌ها کسانی هستند که خدا نخواست دل‌هاشان را پاک گرداند، و آنان را در دنیا ذلت و خواری، و در آخرت عذاب بزرگ مهیاست.

۷. مقوله تنوع و جذابیت در ارائه مطالب، مورد توجه قرار گیرد:

امیرالمؤمنین علی علیه السلام - در این ارتباط - می‌فرماید:

«إِنَّ هَذِهِ الْقُلُوبَ تَمَلُّ كَمَا تَمَلُّ الْأَبْدَانُ فَابْتَغُوا لَهَا طَرَائِفَ الْحِكْمَةِ»؛^۱

همانا قلب‌ها- همانند تن‌ها- خسته و افسرده می‌شوند؛ برای رفع ملالت و افسردگی آن‌ها سخنان حکمت‌آمیز و زیبا و ظریف انتخاب کنید.

برای حاصل شدن این معنا، لازم است مسائل دین مبین را با مسائل روز و در متن جامعه تطبیق داد، و از امثال و شواهد تاریخی و هر آن‌چه که مطلب را قابل فهم‌تر و ملموس‌تر کند، استفاده کرد.

هم‌چنین- لازم است- آن‌چه که به‌عنوان آخرین مطلب پیشنهاد می‌شود، تکرار و تداوم در امر تبلیغ باشد؛ به این معنا که اگر شبکه یا وبلاگ یا هر موقعیت در فضای مجازی فراهم شد و کاربرانی را جذب کرد و مخاطبانی پای صحبت‌های آن نشستند، علاوه بر پر حوصله بودن برای پاسخگویی به سؤالات، دچار خستگی و رکود نشده و مطالب به‌روز داشته و چنین نباشد که هفته‌ها و ماه‌ها بگذرد و مطلب جدید یا مبحث قابل توجهی ارائه نشود.

هم‌چنین از دیگر روش‌ها که به‌صورت فهرست‌وار اشاره می‌شود، می‌توان به‌موارد زیر اشاره کرد:

- هدف تبلیغ مشخص باشد؛
- تسلط به احکام، مباحث فقهی، شبهات، تفاسیر قرآنی و علوم قرآنی وجود داشته باشد تا بتوان دین را به‌درستی انتقال داد؛

۱. نهج البلاغه، جملات قصار، حکمت ۱۹۷.

- رعایت ادب و احترام متقابل در مباحث و گفتگوها مورد توجه قرار گیرد؛
- دسته‌بندی مطالب مطابق با نیاز اقشار مختلف تنظیم شود؛
- تداوم و تکرار در تبلیغ به‌عنوان یک اصل همیشگی، مورد توجه باشد.

نتیجه‌گیری

مبحث اینترنت و فضای مجازی به‌عنوان جزئی از زندگی جامعه امروز به‌شمار می‌رود، که قشر متدین جامعه نیز با ورود به این فضا دارای آسیب‌ها و چالش‌هایی شده‌اند؛ فضایی که گاهی کمک‌کننده و گاهی ضربه‌زننده بوده است؛ تا حدی می‌توان گفت استفاده از فضای مجازی از حد عادت - گاهی - فراتر رفته، و با لفظ اعتیاد اینترنتی مطرح شده است.

با تمام این تعاریف که از حضور و وجود صفحات و فضاهای مجازی و اینترنتی در زندگی انسان‌ها ارائه شده است؛ تعریف قابلیت‌ها و چالش‌های موجود در آن برای تبلیغ دین اسلام به‌عنوان دفاع از دین و اعتقادات مذهبی و جلوگیری از ضد تبلیغ، مطلب مهمی است.

از آن‌جا که این پدیده - فضای مجازی - نوظهور است، در این پژوهش تلاش شد بر اساس مبانی قرآنی و اسلامی تعریفی از ارتباط، اجتماع، تبلیغ، نحوه صحیح تبلیغ در اسلام، جلوگیری از ضد تبلیغ و روش‌های تبلیغ در دین با الگو گرفتن از روش تبلیغی پیامبر اسلام ﷺ ارائه شود.

بر این اساس، با ارائه آیات و روایات و منقولات علمی از پژوهش‌های انجام شده پیشین، نحوه تبلیغ و تبلیغ صحیح و روش‌های تبلیغی از منظر قرآنی و دینی تبیین شد، و تلاش شد راهکاری برای مواجهه صحیح با فضای مجازی در راه تبلیغ صحیح دین، ارائه شود.

روش‌های تبلیغ دین اسلام و جلوگیری از تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی / ۵۹

به‌طور کلی، این پژوهش با هدف ارائه راهکارهایی برای تبلیغ صحیح دین اسلام در فضای مجازی انجام شد، و در این میان راهکارهایی ارائه شد که بتوان با به‌کارگیری آن‌ها فضایی علمی برای برنامه‌ریزان و مدیران فضای مجازی و شبکه‌هایی اجتماعی پدید آورد تا اولاً از دین اسلام با سلاح علم و ایمان دفاع شود، و ثانیاً بتوان جان‌هایی آگاه با فطرت خداطلب را در این فضا که قابلیتش را دارد، به دین اسلام فرا خواند.

فهرست منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. افتخاری، علی اصغر؛ (۱۳۷۷)، سیره تبلیغی پیامبر اکرم ﷺ، تهران: انتشارات سازمان تبلیغات اسلامی.
۴. امیرحسینی، خسرو؛ مخاطب، محمد؛ (۱۳۸۴)، مهارت‌های اساسی زندگی اجتماعی-اخلاقی: (مبانی، اصول و تکنیک‌های آموزشی)، تهران: انتشارات عارف کامل.
۵. بشیر، حسن؛ (۱۳۸۷)، تعامل دین و ارتباطات، تهران: انتشارات دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۶. حلبی شافعی، ابوالفرج نورالدین علی؛ (۱۴۲۷)، السيرة الحلیة، بیروت: دار الکتب العلمیة.
۷. شرفی، حسین؛ (۱۳۹۳)، تبلیغ دینی، شاخصه‌ها و بایسته‌ها، قم: انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم.
۸. عاملی، سید سعید رضا؛ (۱۳۸۵)، هویت‌های فرهنگی قدیم و جدید: رمزگشایی تمدنی و معماری سنتی- مدرن و ملی- فراملی مهستان، دین و ارتباطات، شماره ۳۰: ۴۶-۷.
۹. فضل‌الله، محمد حسین؛ (۱۳۸۴)، گام‌هایی در راه تبلیغ، ترجمه احمد بهشتی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۰. کاویانی آرانی، محمد؛ (۱۳۹۲)، روانشناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی، قم: انتشارات پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

۱۱. محمد قاسمی، حمید؛ (۱۳۸۵)، اصلاح و افساد از منظر داستان‌های قرآن کریم، تهران: انتشارات معناگرا.
۱۲. معین، محمد؛ (۱۳۶۴)، فرهنگ فارسی، تهران: انتشارات امیرکبیر.
۱۳. مطهری، مرتضی؛ (۱۳۹۴)، نهضت‌های اسلامی در صد ساله اخیر، قم: انتشارات صدرا.
۱۴. موظف رستمی، محمد علی؛ (۱۳۹۱)، نقش فضای مجازی و سایر در برنامه‌ریزی فعالیت‌های فرهنگی مسجد، کرج: انتشارات پرهیب.
۱۵. نصر، صلاح؛ (۱۳۸۷)، جنگ روانی، ترجمه محمود حقیقت کاشانی، تهران، انتشارات سروش.
۱۶. هالستی، کی. جی؛ (۱۳۷۲)، تبلیغات و نقش آن در سیاست خارجی، ترجمه حسین حسینی، مجموعه مقالات تبلیغات و جنگ روانی، تهران: پژوهشکده علوم دفاعی - استراتژیک دانشگاه امام حسین علیه السلام.

17. Oxford Advanced Learner's; (2000), Dictionary, New York: Oxford University Press.