



آگاهی بخشی موثر در فضای مجازی؛ راهبرد موفق تبلیغ و اطلاع رسانی دینی

یکم تیر سالروز صدور فرمان تاریخی امام خمینی(ره) مبنی بر تشکیل سازمان تبلیغات اسلامی است. نهادی مهم که برای تبلیغ و اطلاع رسانی دینی باید با شناخت و مدیریت فضای مجازی از فرصت های آن استفاده کند ...

یکم تیر سالروز صدور فرمان تاریخی امام خمینی(ره) مبنی بر تشکیل سازمان تبلیغات اسلامی است. نهادی مهم که برای تبلیغ و اطلاع رسانی دینی باید با شناخت و مدیریت فضای مجازی از فرصت های آن استفاده کند و از تهدیدهای آن دوری گزیند تا بتواند از راه آگاهی بخشی از تاثیر منفی آن بر فرهنگ عمومی و ارتباط اجتماعی بکاهد و اینگونه گام های موثری را برای گسترش ارزش های دینی در جامعه بردارد.

[آگاهی بخشی موثر در فضای مجازی؛ راهبرد موفق تبلیغ و اطلاع رسانی دینی]

اعتلای فرهنگ پر بار اسلامی و ترویج شاخص های اعتقادی از مهم ترین آرمان های انقلاب اسلامی محسوب می شود که امام خمینی(ره) به دلیل اهمیت آن در یکم تیر 1360 خورشیدی فرمانی را به منظور پرداختن به امر تبلیغات در جهت گسترش این فرهنگ صادر کردند و بدین ترتیب «نهاد شورای عالی تبلیغات اسلامی» تشکیل شد.

این نهاد انقلابی در سیر تکاملی خود در 1368 خورشیدی به فرمان امام خمینی(ره) به سازمان تبلیغات اسلامی تغییر نام یافت و سالروز تشکیل آن به عنوان روز تبلیغ و اطلاع رسانی دینی نام گرفت.

«سیاست گذاری، برنامه ریزی، هدایت، ساماندهی، پشتیبانی و نظارت بر تبلیغات دینی- مردمی، زمینه سازی برای یافتن نیروهای مومن و تشکیل تشکلهای لازم و برنامه ریزی و هماهنگی به منظور تقویت و هدایت مداوم انجمن های اسلامی» از جمله هدف های ارزنده و مهم این سازمان محسوب می شود.

از دیگر هدف های آن می توان به «تلاش در راه احیا و اشاعه معارف، فرهنگ و تاریخ تشیع از تمام مسیرهای ممکن با تاکید بر وحدت تمام مذاهب اسلامی و حراست از آن با همکاری مراجع و نهادهای مربوطه، تحقیق و بررسی در خصوص تبلیغات سوء و تهاجم فرهنگی دشمنان و شناسایی و تحلیل ترفندهای تبلیغی علیه اسلام و انقلاب اسلامی» اشاره کرد.

شیوه های تبلیغ دین که در صدر آن اخلاق و رفتار صالح تبلیغ کننده قرار دارد، با روش «روشنی» های تبلیغات غربی که یعنی تنها تاثیر بر مخاطب متفاوت است زیرا در تبلیغات اسلامی، اخلاص، تقرب الهی و نیت صادقانه از اصول اجتناب ناپذیر و ضروری تبلیغ کننده به شمار می رود. امروزه عرصه های ارتباطی نوینی چون فضای مجازی و... ایجاد شده اند؛ بنابراین اهمیت سازمان تبلیغات اسلامی برای گسترش و نهادینه کردن ارزش های دینی در سطح جهان به ویژه آشنا کردن نسل جوان با این ارزش ها به منظور کاهش نفوذ تبلیغ های غرب، ضروری به نظر می رسد.

اهمیت روز تبلیغات و اطلاع رسانی دینی سبب شد تا پژوهشگر گروه اطلاع رسانی ایرنا با «حجت الاسلام رضا اسلامی» عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی قم به گفت و گو بپردازد.

حجت الاسلام اسلامی با بیان اینکه تبلیغات جایگاه خاصی در حوزه دین دارد، گفت: امام خمینی(ره) در بیانات خود اشاره کردند که تبلیغات در صدر تمامی امور قرار دارد. آیه ها و روایت هایی نیز درباره تبلیغ وجود دارد. واژه تبلیغ در اسلام همواره با بار مثبت همراه بوده و برگرفته شده از دلیل های شرعی است، چنانچه در آیه 33 سوره احزاب خداوند می فرماید: «همان افرادی که پیام های خدا را ابلاغ می کنند و از او می ترسند و از هیچ فردی جز خدا بیم ندارند و خدا برای حسابرسی کفایت می کند»؛ بنابراین در این آیه تبلیغ دینی جایگاه مهمی در رساندن پیام پروردگار به بندگان به وسیله انبیاء دارد.

به صورت کلی تبلیغ از بار مثبت برخوردار است اما گاهی اوقات تبلیغات با هاله ای از امور منفی و غیر واقعی و برخی مواقع با امور مثبت همراه هستند. در تبلیغات منفی واقعیت واژگون و به گونه ای دیگر نشان داده می شود.

عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم فرهنگ اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی قم عنوان کرد: فرد تبلیغ کننده باید با اخلاص باشد و از دشمن نترسد. در آیه 99 سوره مائده پروردگار می فرماید: «بر پیامبر خدا وظیفه ای جز ابلاغ رسالت نیست و خداوند آنچه را آشکار و آنچه را پوشیده می دارید، می داند»؛ در صدر مبلغان دینی پیامبر

اکرم(ص) قرار دارند و رسالت رساندن پیام خداوند به بندگان را عهده دار بودند. در واقع رسول اکرم(ص) یک مبلغ دینی به شمار می رفتند.

وی تبلیغ دینی را کار انبیاء و آن را در پیوند با سرنوشت اسلام دانست و تصریح کرد: اگر تبلیغ نبود، اسلام رشد پیدا نمی کرد و به جایگاه کنونی دست نمی یافت و همین طور در صورتی که از این مولفه در انقلاب اسلامی استفاده نمی شد، انقلاب فرامولی و جهانی نمی شد. انقلاب اسلامی با آرمان های امام خمینی(ره) و مقام معظم رهبری برای انقلابی گری در دنیا شناخته شده و این امر به برکت تبلیغ های دینی صورت پذیرفته است. در این راستا بود که معمار بزرگ انقلاب لازم دانستند تا سازمانی عهده دار بحث تبلیغات دینی شود. اکنون این نهاد خدمات و نیروهای فعالی دارد اما تبلیغ ها باید بسیار فراتر از یک سازمان باشد و مردم نیز بایستی در این مهم شرکت کنند و نهادهایی عهده دار برنامه ریزی، پشتیبانی، تقویت و رصد محیط ها برای تبلیغ های دینی باشند.

امر تبلیغ در شرایط کنونی باید کارآمدتر صورت پذیرد و از این ابزار به درستی استفاده شود. اکنون دشمنان ایران همچون داعش از ابزار تبلیغ استفاده کرده اند تا خود را بزرگ و قدرتمند نشان دهند در صورتی که در این اندازه نیستند و خیلی بیش از واقعیت خویش را نشان داده اند زیرا از تبلیغ استفاده کرده اند. ایران دارای ظرفیت ها، استعدادها و جاذبه های فراوانی است. پس باید از ابزار تبلیغ به درستی استفاده شود البته تبلیغ شیوه های گوناگونی دارد که می تواند از راه گفتار و رفتار به صورت مستقیم و غیرمستقیم باشد. مبلغان باید از روش های مختلف تبلیغ استفاده و مخاطبان خود را شناسایی کنند و نیازهای آنها را تشخیص دهند.

این پژوهشگر امور دینی با بیان اینکه الگوسازی در عرصه تبلیغ دینی بسیار مهم است، اظهار داشت: در تبلیغ باید صبر و حوصله پیشه کرد و دانست که تبلیغات به تدریج نتیجه بخش خواهد بود. اکنون تبلیغات در فضای مجازی، ماهواره ها و سایت ها انجام می شود و دشمنان می خواهند بر ذهن مخاطبان خویش اثر بگذارند و اعتماد آنان را جلب کنند. تبلیغ گاهی مواقع دیر بازده به شمار می رود اما نتیجه آن خوب خواهد بود. تفاوت ایران با کشورهای غربی این است که آنها با بهره بردن از ابزارهای منفی در تلاش برای تبلیغ کردن هستند اما ایران می تواند با ابزارهای مثبت واقعیت های خود را به نمایش بگذارد و اینگونه جهانیان جذب انقلاب اسلامی، شخصیت امام خمینی(ره) و قدرت مدیریت مقام معظم رهبری خواهند شد.

حجت الاسلام اسلامی درباره اهمیت نقش فضای مجازی در تبلیغ های اسلامی توضیح داد: پیش از آنکه همگان به فکر استفاده از فضای مجازی و ورود به آن باشند باید تبلیغ کننده به مدیریت، آگاهی و شناخت فضای مجازی اشراف پیدا کند. متأسفانه پدیده ای در کشور به وجود آمده است و افراد جامعه از کودکان تا بزرگسالان به این فضا بدون کنترل و مراقبت های لازم ورود پیدا کرده اند. این امر جامعه را با خطر روبرو می کند. اکنون افرادی از فضای مجازی استفاده می کنند که با آن به صورت درست آشنا نیستند و خطرهای آسیب های این فضا را به خوبی نمی شناسند. مردم بایستی درباره استفاده از فضای مجازی و ورود به آن آموزش ببینند. بنابراین نخست آگاهی و آشنایی از فضای مجازی لازم است تا فرصت ها و تهدیدهای آن را به خوبی بشناسند. فرصت ها در فضای مجازی شامل توانایی، قابلیت ها، کاهش هزینه ها سرعت بخشیدن به کار و آسان کردن ارتباطات می شود اما تهدیدهایی نیز متوجه افراد جامعه است که می تواند تاثیر منفی بر فرهنگ عمومی و ارتباط اجتماعی بگذارد، خانواده ها را با خطر روبرو سازد و روابط انسانی را تضعیف کند.

عضو هیات علمی پژوهشگاه علوم فرهنگ اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی قم در ادامه افزود: فضای مجازی می تواند قدرت خلاقیت و تفکر در جوان ها را با آسیب همراه سازد. پس از آگاهی از فرصت ها و تهدیدها، باید تبلیغ کننده ها و مسوولان به مدیریت فضای مجازی بپردازند. کشور باید خود دارای شبکه های داخلی و سرور باشد و اطلاعات مهم در داخل پردازش شود تا سرقت این نوع اطلاعات صورت نپذیرد و امنیت کشور در خطر قرار نگیرد.

اگر فضای مجازی مدیریت نشود تمام نخبگان کشور به خوبی شناسایی خواهند شد و اندیشه و گرایش مردم به صورت کامل با نرم افزارها پردازش می شوند. بنابراین مجموعه این ارتباطات با تهدید و خطر روبرو می شود. مدیریت فضای مجازی بسیار مهم است. تبلیغ کننده و مسوولان برای انجام دادن رسالت دینی و گسترش ارزش ها در جهان باید مدیریت فضای مجازی را در دست بگیرند. در کتابی با عنوان «علم آموزی و افق های فراروی» درباره آینده علم فقه و یکی از شاخصه هایی آن به نام پدیده انفجار اطلاعات که در آن گسترش ارتباطات با مردم، دسترسی به اطلاعات در کوتاه ترین زمان، کم هزینه ترین شکل ممکن و آسان ترین راه سخن گفته ام. پدیده ای که در ارتباط میان انسان ها، خانواده و گفت وگوی میان مذهب ها و تمدن ها تاثیر بسیاری دارد و فردی می تواند از این پدیده به گونه ای شایسته استفاده کند که آن را بهتر بشناسد و مدیریت کند. باید مبلغان تبلیغ دینی را به طرف فضای مجازی ببرند و روی مدیریت فضای مجازی در نخستین گام تمرکز و برنامه ریزی کنند. البته بایستی به دانش آموزان در مدرسه ها استفاده از

این فضا را آموزش داد تا از فرصت ها به خوبی بهره ببرند و از تهدیدها دوری گزینند.

وی درباره ویژگی های مبلغان دینی، یادآور شد: مبلغان باید ویژگی های خاصی داشته باشند، به همین دلیل بایستی در انتخاب آنان دقت شود. مبلغ باید روش های خاصی را به کار بگیرد و با مردم مدارا کند. همچنین اخلاص، صبر و تحمل داشته باشد، جامعه را به خوبی بشناسد، آنان را مایوس نکند و در شیوه های تبلیغی با عملکردی تاثیرگذار بتواند نتیجه درست را دریافت کند و اولویت های تبلیغ دینی را در نظر بگیرد. به عنوان نمونه در صورتی که اعتقاد دینی مردم در معرض آسیب قرار بگیرد، اولویت مهم مبلغان باید در همین نقطه باشد و تلاش کنند تا به نهادینه سازی اخلاق، اعتقاد دینی، اصالت فرهنگ ملی و فرهنگ انقلاب اسلامی بپردازند. این افراد باید از ابزارهای تبلیغی مهمی استفاده کنند تا از آسیب ها به دور باشند و با بهره بردن از فناوری ها و شگردهای تبلیغی نوین بدون اینکه در وادی دروغ گوئی و فریب قرار گیرند در مرز صداقت با استفاده از ابزارهای هنری ایفای نقش کنند.

حجت الاسلام اسلامی در پایان با تاکید بر اینکه سازمان تبلیغات اسلامی باید به جامعه در ارتباط با اقدام های خود اطلاع رسانی کند، تصریح کرد: چه بسا این سازمان کارهای بزرگی انجام داده باشد که مردم از آن با خبر نباشند اما بنا به فرموده امام خمینی(ره) سازمان ها باید کارهایی را که انجام می دهند به مردم گزارش دهند تا کارایی آن نهاد مشخص شود. اینک هجده های فرهنگی بسیاری در حوزه هنر و موسیقی به وجود آمده است، به همین دلیل باید مشخص شود که جایگاه تبلیغات کجاست، آیا ضعف اطلاع رسانی وجود دارد.