



از نقاط قوت تبلیغ سنتی تا مزایای حضور مبلغ در عرصه مجازی

برخی با پیدایش فضای مجازی و گسترش امکانات آن، تبلیغ سنتی را کم‌کارکرد و کم‌بهره دانسته و می‌گویند کارآیی و زمان تبلیغ سنتی گذشته و تبلیغ موفق آن است که در عرصه فضای مجازی انجام شود.

برخی با پیدایش فضای مجازی و گسترش امکانات آن، تبلیغ سنتی را کم‌کارکرد و کم‌بهره دانسته و می‌گویند کارآیی و زمان تبلیغ سنتی گذشته و تبلیغ موفق آن است که در عرصه فضای مجازی انجام شود. اما، تبلیغ مجازی به تنهایی سبب کم‌رنگ شدن جماعت مسلمین می‌شود و در واقع بهترین راهکار تبلیغ جمع بین دو شیوه سنتی و مجازی است.

حجت الاسلام عباس محمودی، استاد حوزه و دانشگاه تبلیغ دین، از مهمترین وظایف رسول خدا(ص) بوده است؛ قرآن کریم خطاب به آن حضرت می‌فرماید: «قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي وَسُبْحَانَ اللَّهِ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ؛ بگو این راه من است من و پیروانم، و با بصیرت کامل، همه مردم را به سوی خدا دعوت می‌کنیم، منزّه است خدا و من از مشرکان نیستم.» به همین دلیل یکی از مباحث مهم در بحث تبلیغ، برتری و ارجحیت تبلیغ سنتی یا مجازی است. گاهی در جلسات و گده‌های مختلف طلاب و علوم دینی در این زمینه بحث‌های فراوانی انجام می‌شود؛ شود و طرفداران هر دیدگاه‌های خود دلایلی را ارائه می‌دهند.

در همین راستا در تعریف تبلیغ سنتی و مجازی و مزایا و معایب هر نوع تبلیغ خبرنگار ایکن‌ها از قم با حجت الاسلام والمسلمین عباس محمودی، عضو تحریریه مجله دانش‌ها و آموزه‌های قرآن و حدیث و استاد حوزه و دانشگاه گفت‌وگویی انجام داده است که در ادامه تقدیم مخاطبان می‌شود:

ایکن‌ها- ضمن تشکر از وقتی که در اختیار ما قرار دادید، ابتدا توضیحی درخصوص دیدگاه‌های طرفداران تبلیغ سنتی و طرفداران تبلیغ مجازی بفرمایید.

تاکنون در جلسات و گده‌های مختلف طلاب و علوم دینی موارد متعددی را مشاهده کرده‌ام؛ که نسبت به برتری و ارجحیت تبلیغ سنتی یا مجازی اختلاف دیدگاه‌های فراوانی به وجود آمده است. طرفداران هر دیدگاه‌های خود دلایلی را ارائه می‌دهند؛ به عنوان نمونه برخی از طرفداران تبلیغ سنتی به این سخن مقام معظم رهبری که فرمودند: «این مجالس روضه خوانی، مجالس وعظ و خطابه، مجالس گوناگون، خیلی چیزهای مهمی است؛ اینها را دست کم نباید گرفت؛ هم از فضای مجازی مؤثرتر است، هم از صدا و سیما مؤثرتر است.» و یا اینکه ایشان فرمودند: «من به منبر خیلی عقیده دارم. امروز اینترنت، ماهواره، تلویزیون و ابزارهای گوناگون ارتباطی فراوان هست؛ اما هیچ کدام از اینها منبر نیست؛ منبر، یعنی ربه رو و نفس به نفس حرف زدن. این، یک تأثیر مشخص و ممتازی دارد که در هیچ کدام از شیوه‌های دیگر، این تأثیر وجود ندارد.» استناد کردند.

شخص دیگری که طرفدار تبلیغ مجازی بود به سخن دیگری از رهبر معظم انقلاب استناد کردند که فرمودند: «امروز وظایف حوزه‌های علمیه، با گذشته تفاوت‌های زیادی کرده است. حوزه علمیه فقط برای اقامه جماعت نیست. منبر رفتن به صورت سنتی هم اگر محتوای عالی و پرمغزی نداشته باشد، کافی نیست. امروز شما ببینید وسایل تبلیغ در دنیا چقدر متنوع شده؛ این طرف دنیا، یک نفر جوان پای یک دستگاه کوچک می‌نشیند و افکار، تصورات، تخیلات، پیشنهادهای فکری و پیشنهادهای عملی را از سوی هر کسی، بلکه هر ناکسی از آن طرف دنیا دریافت می‌کند. امروز، اینترنت و ماهواره و وسایل ارتباطی بسیار متنوع وجود دارد و حرف، آسان به همه جای دنیا می‌رسد.»

به نظر می‌رسد مقام معظم رهبری هر یک از سخنان را نسبت به موقعیت و زمان و مکان خاصی فرموده‌اند و بیانات ایشان مطلق نیست؛ یعنی نسبت به شرایط مختلف، نوع تبلیغ تفاوت دارد. از این رو برای روشن شدن مطلب، حقیر در سرمقاله «تبلیغ سنتی و مجازی؛ قوت‌ها و ضعف‌ها» سعی کرده‌ام قوت‌ها و ضعف‌ها و یا به عبارت دیگر، مزایا و معایب هر نوع از تبلیغ را به صورت جداگانه و دقیق بررسی کنم تا جایگاه این دو نوع تبلیغ، آثار و فواید و قوت و ضعف‌های هر کدام به خوبی مشخص شود تا بتوان با دقت علمی دیدگاه صحیح را مشخص کرد.

ایکن‌ها- منظور از تبلیغ سنتی و مجازی چیست و چگونه برتری این دو شیوه را دریابیم؟

مقصود ما از تبلیغ سنتی فعالیت‌های تبلیغی آن دسته از مبلغان است که در یک منطقه تبلیغی حضور می‌یابند، یعنی با

حضور فیزیکی خود میان مردم به تبلیغ دین می‌شود؛ پردازند و مراد از تبلیغ مجازی آن دسته فعالیت‌های تبلیغی است که مبلغ بدون حضور در محل تبلیغی خاص، در بستر اینترنت و از رهگذر نرم افزارهای ارتباطی به انجام آنها مبادرت می‌شود. بر خلاف دیدگاه اول، برخی با پیدایش فضای مجازی و گسترش امکانات آن، تبلیغ سنتی را کم کارکرد و کم بهره دانسته و می‌گویند کارآیی و زمان تبلیغ سنتی گذشته و تبلیغ موفق آن است که در عرصه فضای مجازی انجام شود.

ما برای تشخیص دقیق جایگاه هر نوع تبلیغ، تلاش کردیم تا علاوه بر مزایا و نقاط قوت هر تبلیغ، معایب و مشکلات آن بیابیم و سپس با هم مقایسه کرده و جایگاه هر کدام را مشخص کنیم.

ایکنا- به نظر شما تبلیغ سنتی چه قوت‌ها و ضعف‌هایی دارد؟

ارزشمندی و اعتبار بیشتر، دسترسی مخاطبان به محتوای تبلیغی بدون نیاز به اینترنت، بهره‌مندی از منافع حضور در اجتماعات اسلامی، لذت بیشتر از جلسات حضوری، تعدد بیشتر عرصه‌های تبلیغی نسبت به تبلیغ مجازی، اجر و ثواب مضاعف، توفیق دیدار مؤمنان و بهره‌مندی از ثواب زیارت مؤمنان از جمله نقاط قوت تبلیغ سنتی است.

به نظر می‌رسد در جامعه مذهبی ایران هنوز تبلیغ سنتی و منبر، از اعتبار و جایگاه برتری برخوردار است تا جایی که تمام خطبای مشهور و برجسته به صورت سنتی سخنرانی می‌کنند و سخنرانان مجازی کمتر شناخته شده و مورد توجه هستند؛ هرچند امروزه دسترسی به اینترنت آسان شده ولی موارد فراوانی پیش می‌آید که به دلایل مختلف (مانند مشکل در آنتن دهی، نداشتن ترافیک، قطع برق و...) اتصال به اینترنت در جلسات برخط، امکان پذیر نیست.

حضور در اجتماعات فیزیکی؛ نفیسه دارای آثار و برکات مادی و معنوی متعددی است که شرکت کننده در مراسم از آن بهره‌مندی می‌شود. بسیاری از آداب و رفتارهای اجتماعی را افراد با حضور در مجامع عمومی تجربه کرده و می‌آموزند. معمولاً مؤمنان با حضور در مجالس، با یکدیگر رابطه محبت آمیز و دوستانه برقرار کرده و از ارتباط و آشنایی با هم لذت می‌برند. لذت این مجالس گاهی به گونه‌ای است که پس از پایان یک دوره تبلیغی مانند ماه مبارک رمضان و یا محرم و صفر، حسرت و افسوس آن ایام را می‌خورند.

مبلغی که در منطقه تبلیغی حضور دارد تنها به یک سخنرانی اکتفا نمی‌کند و علاوه بر آن به ده‌ها امر تبلیغی دیگر می‌پردازد که بسیاری از آنها در تبلیغ مجازی امکان پذیر نیست. برگزاری اردوهای علمی - تفریحی، گردش در بازار و ارتباط با کسبه محل، انجام امور میت مانند نماز، تغسیل، تکفین و تدفین، نشست صمیمی با مردم که منجر به درد دل مردم با روحانی و اطلاع ایشان از مشکلات و رفع آنها و همچنین گزارش دهی به مسئولان می‌شود، برخی از این امور هستند.

می‌توان گفت تبلیغ سنتی از ثوابی مضاعف برخوردار است، بدیهی است نمی‌شود؛ توان اجر مبلغی که از شهر و دیار خود فرسنگ‌ها راه می‌پیماید تا در یک منطقه محروم و دور دست به تبلیغ دین بپردازد را با کسی که در منزل خود نشسته و به ارسال صوت اکتفا می‌کند را یکی دانست چنان‌که ثواب زیارتی که با سختی و مشکلات راه انجام می‌شود با زیارت مجازی که در منزل انجام می‌شود یکی نیست.

آموزه‌های دینی تأکید فراوانی بر دیدار و زیارت مؤمنان با یکدیگر کرده‌اند. این زیارت علاوه بر اینکه آثار و برکات فراوانی برای طرفین دارد، دارای ثواب مضاعفی برای زیارت کننده هم است. به ملاحظه برخی روایات این موضوع می‌شود؛ توان به باب زیارة المؤمن و عیادته در کتاب المؤمن، باب زیارة الاخوان کتاب الکافی، باب زیارة الاخوان کتاب مصادقة الاخوان، باب استحباب زیارة المؤمنین خصوصاً الصحاء از کتاب وسائل الشیعه و باب تزاور الاخوان و تلاقیهم و مجالستهم فی احیاء امر ائمتهم علیهم السلام از کتاب بحارالانوار مراجعه کرد.

ضمناً این نوع تبلیغ دارای برخی نقایص و ضعف‌ها نیز است که از جمله آنها محدودیت شرکت کنندگان از نظر مکانی، محدودیت زمانی برگزاری مراسم، بالاتر بودن هزینه‌ها؛ های برگزاری مراسم و نیاز به امکانات بیشتر است.

ایکنا- لطفاً بفرمایید چه قوت‌ها و ضعف‌هایی را در تبلیغ مجازی احصا کرده‌اید؟

تبلیغ مجازی نیز مانند تبلیغ سنتی، دارای قوت‌هایی است که از جمله آنها به نبود محدودیت در تعداد مخاطبان، فرصت انتخاب سخنرانان بیشتر، کاهش هزینه‌ها؛ های برگزاری مراسم، عدم نیاز به مکانی مشخص برای حضور مخاطبان و صرفه جویی در زمان رفت و آمد به مکان سخنرانی برای خطیب و سایر مخاطبان، می‌توان اشاره کرد.

این نوع تبلیغ، برخی نقاط ضعف نیز دارد؛ به عنوان نمونه، امکان برگزاری برخی از عرصه‌های تبلیغی به صورت مجازی وجود ندارد، راه اندازی دسته‌های جات عزاداری، برگزاری نماز جماعت، نماز میت، تلقین میت، کفن و دفن میت و... از جمله این موارد است. همچنین تبلیغ مجازی، به کمرنگ شدن جماعت مسلمین منجر می‌شود.

ایکنا- پیشنهاد شما در بهره‌گیری از روش‌های تبلیغ سنتی و مجازی چیست؟ اگر نکته پایانی هم دارید بفرمایید.

به نظر حقیر بهترین راه‌های کار جمع بین هر دو شیوه است، لذا پیشنهاد می‌شود جلسات به صورت حضوری برگزار شود و پخش آن به صورت برخط یا بُرون خط باشد.

بنده هم از شما تشکر می‌کنم که این فرصت را در اختیار بنده قرار دادید. در پایان عرض می‌کنم سرمقاله حقیر با مستندات آن در شماره ۱۳ مجله «دانش‌ها و آموزه‌های قرآن و حدیث» با عنوان «تبلیغ سنتی و مجازی؛ قوت‌ها و ضعف‌ها» منتشر شده که علاقه‌مندان می‌توانند به آن مراجعه کنند؛ ان شاء الله که خداوند به ما و شما توفیق خالصانه تبلیغ آموزه‌های دینی را در همه عرصه‌ها عنایت بفرماید.

ایکنا