

راهبردها و تاکتیک های تبلیغات رسانه ای وهابیان

راهبردها و تاکتیک های تبلیغات رسانه ای وهابیان

اختلاف میان شیعه و سنی و تفرقه مذهبی مسلمانان، از اهداف اصلی تبلیغات وهابیون بوده و هست و امروزه متن های تبلیغاتی وهابیان، به اختلاف، نفاق مذهبی، و جدایی فرقه های اسلامی دامن می زنند. دامن زدن به مباحث فرقه ای، مانع تعامل مذهبی شده و به تشدید دشمنی میان مسلمانان می انجامد.

مقدمه

تبلیغات در دنیای پیشرفته امروزی، جایگاه بسیار ارزشمند و تاثیرگذاری را پیدا نموده است؛ آن گونه که ادیان و مذاهب بزرگ، امروزه مبالغ هنگفتی را صرف تبلیغ و انتقال پیا خود از طرق مختلف، به ویژه رسانه های پیشرفته می کنند. البته بی شک آنچه تبلیغات را مؤثر و کارآمد می سازد، استراتژی کارآمد تبلیغی و تاکتیک های روانی تأثیر می باشد. تدوین استراتژی تبلیغی، به مراتب از جایگاه مهم تری نسبت به خود تبلیغات برخوردار است. آنچه که به عنوان «آسیب شناسی تبلیغات دینی» می توان یادآوری نمود، یکی فقدان استراتژی منظم و منسجم تبلیغاتی، و دیگر نداشتن تاکتیک های روانی تأثیر بوده که نابسامانی «بازخورد» یا به سخن دیگر، نابسامانی نسبت به اثرگذاری در مخاطب را در پی داشته است.

تبلیغات در یک تلقی، کاربرد هر یک از شکل های برقراری ارتباط جمعی و ملی است که بر پایه برنامه ریزی هدف داری استوار باشد و در جهت تأثیر بر افکار، احساسات و اعمال؟ گروه های معین به منظوری خاص و با نیتی کلی و نظامی یا سیاسی صورت گیرد. 1 دو عنصر اساسی در این تعریف، «برنامه ریزی هدفمند» و «تأثیر بر افکار عامه» می باشد که ارتباط وثیقی با ساختار «درونی» و «ذهنی» مخاطبان دارد.

وهابیان، با برنامه ریزی هدفمند و بهره مندی از امکانات مادی فراوان و با جذب نیروهای حرفه ای، به تبلیغات افکار و اندیشه های «وهابیت» از طریق رسانه های مدرن می پردازند. به همین دلیل، تبلیغات رسانه ای آنها «روشمند» و برخوردار از تاکتیک های روانی «تأثیر» بوده و در عمل توفیقات زیادی نیز داشته اند.

آنچه در این مقال حائز اهمیت بوده و باید یادآوری نمود، آشناسازی با راهبردهای تبلیغات رسانه ای و تاکتیک های عملیات روانی وهابیان است که در سال های اخیر، با بهره گیری از این راهبرد، به طور جدی به ذهنیت سازی علیه سایر مذاهب مبادرت ورزیده اند. با توجه به این واقعیت که رسانه ها اکنون یک نهاد فرهنگی صرف، به حساب نیامده، بلکه خود به وجودآورنده فرهنگ و عامل تشکیل دهنده شبکه فرهنگ می باشند، 2 سعی شده است تا در حد توان، راهبردهای تبلیغات رسانه ای و تاکتیک های روانی تأثیر که در برنامه های رسانه ای وهابیان، به کار گرفته شده، مطالعه شود و بر اساس شاخص های دینی و منطق رسانه ای، مورد ارزیابی و داوری علمی قرار گیرد. امید می رود با نقد و بررسی عالمان و فرزندان عرصه دین و رسانه، کاستی های آن جبران و از نارسایی های آن اغماض شود.

راهبردهای تبلیغات رسانه ای وهابیان

راهبرد و خطمشی اساسی تبلیغات رسانه ای وهابیان، از رویکرد رسانه های آنان به مسائل اساسی جهان اسلام قابل شناسایی است. اگر مسائل اساسی جهان اسلام، به عنوان واقعیت ضروری قابل تحلیل در نظر گرفته شود، و آن گاه رسانه های جهان اسلام، هماهنگ با این وضعیت عمل کنند، می توان نتیجه گرفت که استراتژی رسانه ای آنها، با توجه به واقعیت های جهان اسلام و دفاع از ارزش های آن، سامان یافته است.

در هر صورت، میزان «پوشش برنامه ای» در سنجش میزان «تعهد» دینی سازمان های «رسانه ای» نسبت به مسائل اساسی جاری در گستره ای اجتماعی، دینی و مذهبی که آن رسانه ها فعالیت می کنند، سرنوشت ساز است، و معرف استراتژی و خطمشی اصلی آن رسانه خواهد بود. به عبارتی دیگر، ویژگی های اصلی رسانه های دینی و میزان تعهد دینی آنان، از میزان «پوشش برنامه ای» آنها قابل شناسایی است. وقتی در استراتژی تبلیغاتی «رسانه ای» که خود را اسلامی معرفی می کند، مصالح اصلی و کلان دنیای اسلام گنجانده نشده باشد، نمی توان آن را رسانه اسلامی شمرد.

از سویی دیگر، نوع برنامه ها و نوع متن های تبلیغات رسانه ای، نیز نمی توانند بدون ارتباط با استراتژی اصلی آن سازمان رسانه ای باشد. به طور مثال، شگردها و تکنیک هایی که در یک متن رسانه ای به کار می رود، مهم است؛ که چه را می خواهند بیان کنند و چه چیزی را می خواهند اثبات نمایند. وقتی یک سازمان رسانه ای، مدعی راهبردی است که محتواهای برنامه های آن رسانه، هیچ هماهنگی با آن راهبرد ندارد، معلوم می شود که ادعای مطرح شده بی اساس و دروغ است.

بر اساس مطالعاتی که بر روی حدود بیست سایت وابسته به وهابیت انجام گرفت، معلوم شد که این سایت ها در حساس ترین شرایط جهان اسلام نیز، به مسائل اساسی مسلمانان، توجه کافی مبذول نداشته اند. تأسف برانگیزتر آنکه این وب سایت ها و وبلاگ ها بیشترین اهتمامشان را صرف مسائل اختلافی جهان اسلام، فرقه گرایی، و تعصبات کور قومی و مذهبی نموده اند و از وحدت و فعالیت های تقریبی در جهان اسلام، به عنوان مهم ترین ضرورت دنیای اسلام، غافل بوده و یا به طور عمد، به آن نپرداخته اند. برای به دست آوردن نتیجه قابل تحلیل، ملاک ها و معیارهایی برای سنجش و ارزیابی در نظر گرفته شده است و پس از آن، محتواهای این سایت ها با توجه به آن شاخص ها مورد ارزیابی قرار گرفته شده است.؟؟ شاخص های ی که در این مطالعه به عنوان مهم ترین معیار سنجش برنامه ای، در نظر گرفته شده، از قرار ذیل می باشد:

1. ایجاد تفرقه مذهبی میان مسلمانان

اندیشه «وحدت» و «تقریب مذاهب» مسلمانان بر پایه برادری اسلامی، ریشه در قرآن دارد و پیامبر اسلام صلی الله علیه و اله نخستین منادی وحدت اسلامی قلمداد می شود. پس از آن حضرت، امامان معصوم علیهم السلام و علمای اسلامی همگی برای وحدت اسلامی فداکاری های زیادی نموده اند. در قرون اخیر که «وحدت اسلامی» به دلیل وجود استعمار و از هم پراکندگی مسلمانان، اهمیت جدی تر و حیاتی تری یافته بود، باز هم علمای اسلامی همچون سید جمال الدین، سید قطب، آیت الله بروجردی رحمه الله، شیخ شلتوت، شیخ سلیم و امام خمینی رحمه الله تلاش های زیادی کرده اند تا اندیشه «تقریب» و «وحدت دینی»، در میان مسلمانان زنده و پاینده به عنوان یک ارزش دینی و اسلامی حفظ گردد. بنابراین، وحدت اسلامی را می توان به عنوان مهم ترین «شاخص» عمل رسانه های دینی کشورهای مسلمان، در نظر گرفت و بر پایه هماهنگی و سازگاری، میزان «تعهد» و «وفاداری» به آن، راهبردها، برنامه ها و متن

های تبلیغاتی رسانه های دینی و اسلامی را مورد سنجش و ارزیابی قرار داد. وهابیان، در سایت ها و متن های رسانه ای خود، کمترین بها و ارزشی را به اندیشه تقریب اسلامی نداده اند و حتی در متن های اکثر سایت ها، تقابل و تعارض با اندیشه دینی تقریب اسلامی، استفاده می شود. سایت های مورد مطالعه، متن هایی را انتشار داده اند که به تحریک تعصبات کور مذهبی دامن می زنند و اندیشه «تقریب» را آشکارا زیر سؤال می برند. بر همین اساس، تعداد زیادی کتاب الکترونیکی از کتابخانه «سایت ایمان» وابسته به وهابیان، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت که غالباً به موضوعاتی تفرقه ساز، به ویژه اختلافات بین شیعه و سنی اختصاص یافته و به صورت یک جانبه و آشکارا به تکفیر شیعیان پرداخته و اتهامات «رافضیت» و «شُرک» را بر آنان روا داشته بودند. در این کتاب ها تمامی مسلمانانی که به زیارت قبور اولیا و انبیا به خصوص پیامبر اسلام مشرف می شوند، متهم به شرک و پرستش غیر خداوند گردیده اند و نیز «وحدت» مسلمانان و اندیشه اسلامی «تقریب» که بعد از انقلاب اسلامی ایران توسط امام خمینی رحمه الله مطرح گردید، مردود شمرده شده است.

بنابراین، استنباط این نکته که رسانه های وهابیان، استراتژی ضد «تقریب» را دنبال می کنند، چندان دشوار نخواهد بود؛ به اضافه آنکه در خیلی از متن ها به صورت آشکارا «وحدت» و «تقریب» اسلامی زیر سؤال رفته و پرسش شده است که با چه کسانی باید وحدت کرد؟ آیا با کسانی که اولیاء الله را به عنوان یاری دهنده عبادت می کنند، وحدت معنا دارد؟ آیا با مشرکان، تقریب معنا دارد؟ «آن بندگان را که از ماورای عالم به شهادت می خوانید، نمی توانند به فریاد شما برسند؛ زیرا تمامی بندگان خدا خودشان سراپا نیازمند هستند؟ حال هرچند بسیار صالح و پاک و حتی پیامبر هم باشند، هرگز قادر به نصرت و یاری دادن دیگران نیستند. در این راستا باید به این نکته اشاره کرد که عده ای از دوستان جاهل اهل سنتمان نیز تحت تأثیر تبلیغات شیعه قرار گرفته اند و مثل شیعیان به شدت از اهل توحید بدگویی می کنند»³

قطب بندی که در این متن مشاهده می کنید، یک طیف سازی است که دقیقاً به پیروی از دشمنان اسلام که همواره بر طبل دوگانگی شیعه و سنی کوبیده اند، انجام گرفته است؛ تا شیعه همیشه دشمن سنی باشد و سنی دشمن شیعه. همیشه بر بدیهیات می کوبند و آن چنان تکرار می کنند که برای مخاطبان مسلم می شود که نعوذ بالله هرکس گفت «یا محمد!» مشرک شده است. مگر کسی منکر نیازمندی انسان در برابر خالق خویش است؟ این بدیهی است، اما «شفیع» و «شاهد» قرار دادن اولیا و صالحان چیزی است که در قرآن وجود دارد و مسلمانان غیر از آنچه که قرآن بدان رهنمون است، چیزی و عملی انجام نداده اند.

تحلیل و تبیین دقیق میزان توجه و تمرکز برنامه های تبلیغات رسانه ای وهابیان، برای ما این نکته حیاتی را اثبات می کند که فراوانی های موجود در تحلیل آماری متن های تبلیغاتی مزبور، چه به لحاظ «میزان پوشش» برنامه ای و چه به لحاظ میزان «واژگان» ثنویت ساز و دوئیت آفرین، نمایانگر راهبردهای اصلی تبلیغات رسانه ای وهابیان است. آمیختگی این راهبرد، با تاکتیک های «تهاجمی» که آنان در پیش می گیرند، فرصت دفاع و تأمل را از مخاطبان سلب می کند و همانند چکش های پی درپی که بر صفحه آهن گذاخته فرود؟ می ای د و آن را به شکل دلخواه درمی آورد، پیام های تبلیغاتی وهابیان نیز با تاکتیک تهاجمی بر گستره ذهنی دینداران فرود آمده و ذهنیت آنان را به شکل مطلوب خود، مهندسی می کنند.

لذا راز اینکه آنان باطل را حق جلوه داده و حق را به حاشیه می رانند و ما و شما حق را به گوش حق خواهان عالم نمی توانیم برسانیم، در همین امر نهفته است. آنان تکفیر می کنند، هجو می کنند، دروغ می گویند و به تحریف تاریخ می پردازند، و در عین

حال، میلیون ها مخاطب دارند و در کار خود موفق اند. این بدان دلیل است که آنها با برنامه و به طور مداوم، از تمامی ظرفیت های علمی و فنی بهره می گیرند و در واقع، ذهنیت سازی می کند، و البته انسان موجودی است تاثیرپذیر و تاثیرگذار. وقتی محیط را آکنده از باطل بسازند، به طور طبیعی انسان باطل را می پذیرد و آن را درونی می کند و حتی جزء فرهنگ اجتماعی وی می گردد. در گذشته میان تاثیر شناختی، عاطفی و رفتاری، تمایز برقرار می کردند؛ ولی با پیدایش رسانه های ارتباط جمعی، دیگر تفکیک میان آنها دشوار و سخت پیچیده شده است و اغلب تحقیقات علمی نشان می دهد که آنچه در بیرون نمود می یابد، معجونی از تأثیر «شناختی» و «عاطفی» است و هیچ ترتیب منطقی میان آنها نمی توان لحاظ نمود. 4. بنابراین، انسان در معرض مستقیم رسانه ها قرار دارد و نیازهای خود را از رسانه ها برآورده می سازد و به طور ارادی با رسانه ها زندگی می کند؛ آن سان که محیط پیرامونی او را اعمال رسانه ای می سازد و به وجود می آورد.

2. قضیه فلسطین و سازش با یهود

شاخص مهم دیگری که ملاک سنجش در متن های رسانه ای وهابیان قرار گرفت، قضایای فلسطین به عنوان پیکره مجروح مسلمانان بود. بررسی ها نشان می دهد که رسانه های وهابیان، نسبت به قضایای فلسطین و لبنان، به ویژه حزب الله به عنوان رکن رکن مقاومت در سال های اخیر، رفتار مناسبی نداشته اند؛ چراکه انتظار آن است که رسانه های وهابیان، از برادران مسلمان خود در فلسطین، حمایت نموده و در واقع، استراتژی مقاومت را تبلیغ نمایند، اما بر خلاف انتظار، رسانه های وهابی همواره بر طبل سازش با یهودیان می کوبند و حتی در مقاومت های اخیر، یعنی جنگ اسرائیل با حزب الله (2007)، و مقاومت مردم غزه در برابر هجوم اسرائیل (2009)، تظاهرات مردمی و کمک های مالی مسلمانان به حزب الله و مردم غزه را کمک به جریان خشونت خوانده و آن را منع و بایکوت می کردند.

مفتی اعظم عربستان، تظاهرات علیه اسرائیل را «هیاهو» و به ضرر فلسطین، ارزیابی نموده و آن را حرام اعلان کرده بود 5 و بالاتر از همه اینها، وهابیان در هنگامی که مسلمانان، شدیداً به همبستگی و انسجام نیاز داشتند، در سایت ها و متن های خود در تلاش بودند تا توجه افکار عمومی را به انحراف هدایت نموده و القا نمایند که در فلسطین، ایران و شیعیان می جنگند، و امت عربی و دولت های آن نباید از جریان مقاومت جنوب لبنان که به نفع شیعیان می جنگند، حمایت کنند. 6

بنابراین، راهبرد اصلی تبلیغات رسانه ای وهابیان، نه تنها به دفاع و حمایت از جریان مقاومت در فلسطین طرح ریزی نشده است، بلکه دقیقاً بر ضد مقاومت و تقویت جریان سازش با اسرائیل سامان یافته است؛ زیرا در شرایط جنگ و کشتار فلسطینیان، تضعیف روحیه مقاومت چه معنایی می تواند داشته باشد؟! مگر دشمن جز آن، چیز دیگری می خواهد؟ شیعیان، از جریان مقاومت دفاع می کنند و از کمک های جانی و مالی خود در دفاع از آرمان فلسطین، دریغ نمی کنند؛ آیا این به ضرر مسلمانان است؟

به همین دلیل، جریان عمده وهابیان 7 تمایل دارند که جریان مقاومت (حماس) در مقابل اسرائیل را نابود کنند. این تمایل که تأثیرات شدیدی روی برنامه ها و متن های تبلیغات رسانه ای وهابیان داشته است، نشان می دهد که سازمان های رسانه ای وهابیان، دارای استراتژی معین می باشند که شاخص های عمده آن، ایجاد فتنه مذهبی، تضعیف مقاومت فلسطین، و دشمنی با شیعه می باشد.

اما دشمنی با شیعه چرا ادامه می یابد؟ دلیل عمده آن به همین قضایای فلسطین مربوط می

شود؛ زیرا مهم ترین هدف استراتژیک انقلاب اسلامی ایران، دفاع از فلسطین و مبارزه با صهیونیسم بین المللی است و هدف مزبور، خط سازش را که سیاستمداران عرب در پیش گرفته بودند، به چالش جدی فرامی خواند. از همین رو، وهابیان که سابقه بسیار سیاهی در مبارزه با شیعه داشته اند، وارد عرصه شده و با همکاری سیاستمداران سازشکار عرب، جریان افراطی «وهابیت» را دوباره فعال نمودند و دشمنی با شیعه یکی از خطمشی های اساسی رسانه ای این جریان می باشد که امروزه در صدر ارقام و افلام تولیدات برنامه ای آنان قرار گرفته است.

3. مقابله با خطوط فکری شیعه

جریان دشمنی وهابیان با شیعیان، ریشه در تاریخ دارد. قبل از محمد وهابی، ابن تیمیه و تعداد اندکی از علمای حنبلی دیدگاه های کلامی و فقهی تنیدی بر علیه شیعه و معتزله ابراز می داشتند.

بر اساس مطالعاتی که بر حدود 20 متن فرهنگی و تبلیغی رسانه ای از سایت های مختلف وهابی انجام گرفته است، تمرکز اصلی مقالات، مقابله با شیعه و اصول فکری و اعتقادی آنان بوده و در هر مقاله بیش از ده بار از واژگان «رافضی»، «مشرکین زمان»، «کافر» و عناوین زشت و زننده دیگر که برخی از آن واژه ها خلاف ادب و اخلاق است، استفاده شده بود. اینها همه نشان دهنده آن است که وهابیان، در رسانه های خود دشمنی با شیعه را به عنوان یک استراتژی درازمدت برای خود اتخاذ کرده اند.

اما سؤال اساسی آن است که آیا رخدادهای مذهبی و حوادث سیاسی معاصر، از سنخ تحولات دوران صفوی در ایران است که وهابیان به این شدت به هراس افتاده اند و به جنگ تبلیغاتی علیه شیعیان برخاسته اند؟ برخی متن ها نشان می دهد که وهابیان، از رشد و نفوذ شیعه در سال های اخیر، سخت بیمناک اند و تلاش می کنند جلو رشد و توسعه آن را بگیرند. 8 باید دید که شیعیان در سال های اخیر چه کرده اند و چه نکرده اند؟ شیعیان پس از انقلاب اسلامی، قاطع ترین مواضع سیاسی ضد صهیونیستی را داشته اند و به رغم مشکلات فراوان، همچنان از مبارزات آزادی بخش فلسطینیان جانبداری نموده و از مقاومت در برابر رژیم اشغالگر قدس دفاع کرده اند. شیعیان، مجدانه بر «وحدت» و برادری دینی، همزیستی مسالمت امیز مذاهب اسلامی، و تقرب بین مذاهب، تاکید نموده و در عمل هم به رغم فتنه جویی های دشمنان، به این اصول پایبند بوده اند.

همچنین، جا دارد از وهابیان سؤال شود که آیا اصلاحگری دینی با عملیات های تخریب گرایانه و انفجار در مدارس و مساجد و کشتار مسلمانان تحقق می یابد؟ یا «وحدت» و «تقرب» مذهبی؟ آیا مبارزه با کفار و مشرکین، در سیاست سازش با یهود و رژیم صهیونیستی، تحقق می پذیرد؟ و یا با راهبرد مقاومت و حمایت از فلسطینیان در مقابل اشغالگران ممکن می گردد؟ آیا با فتوای کفرآمیز، وحدت دینی و برادری اسلامی برقرار می شود؟! اینها پرسش هایی است که پاسخی از سوی وهابیان برای آنها وجود ندارد.

تاکتیک های تبلیغات رسانه ای وهابیان

همان گونه که در مقدمه این بحث یادآوری شد، تاکتیک های تبلیغات رسانه ای، جزء جدایی ناپذیر جنگ رسانه ای (Media War) می باشد که در دنیای پیشرفته امروزی رواج یافته است. استفاده از رسانه ها برای تضعیف دشمن و بهره گیری از توان و ظرفیت آنها (اعم از مطبوعات، رادیو، تلویزیون، خبرگزاری ها، اینترنت، و اصول تبلیغات یا عملیات روانی) به منظور دفاع از اهداف و منافع است که این سازمان های رسانه ای را در برابر هم قرار داده است و به منظور

رسیدن به این اهداف و تحقق آن، از تمامی آن امکانات بهره می برند. جنگ رسانه ای یکی از ابعاد برجسته جنگ نرم (Soft) War و جنگ های جدید بین المللی است؛ یعنی جنگی است که حتی در شرایط امن و صلح، نیز به صورت غیر رسمی ادامه دارد و شرایط خاص خود را طلب می کند. وهابیان در جنگ های رسانه ای خود با مذاهب اسلامی، در عین اینکه از تمامی امکانات و وسایل فوق، بهره می گیرند، تاکتیک های خاص و ویژه ای را نیز برای تاثیرگذاری به کار می گیرند. هرچند پرداختن به تمامی آن تاکتیک ها مجال افزون تر و فرصت بیشتری را می طلبد، اما مهم ترین؟ تاکتیک های ی که آنان در راهبرد تبلیغات رسانه ای خود، از آنها به طور مداوم استفاده می کنند، در این مقال و مجال مورد بررسی قرار می گیرد.

1. تاکتیک تنهاسازی

تنها قلمداد نمودن مخالف، از جمله تاکتیک هایی است که وهابیان، برای تنها و بیگانه نشان دادن شیعیان در گستره جغرافیای مذاهب در جهان اسلام، همواره از آن بهره می برند. در خیلی از سایت های وهابی، پیوسته با این نوع جملات و کلمات شکاکانه تبلیغاتی مواجه می شوید که «بیش از یک میلیارد مسلمان، به ادعای شیعیان معتقد نیستند» و یا با ایجاد شک و تردید در منابع و مصادر متقن شیعی می گویند: «منابع متقن تمامی مذاهب اسلامی مثل قرآن و صحاح سته آن را (ادعای وهابیان) تایید می کند، اما شیعه هیچ دلیلی از قرآن و منابع سته ندارد». وهابیان، برای تنها نشان دادن شیعه در جهان اسلام، از این تاکتیک همواره استفاده می کنند؛ آن گونه که اگر کسانی با این تاکتیک ها آشنایی نداشته باشند و به نفوذ مکتب اهل بیت علیهم السلام در جهان اسلام آگاهی نداشته باشند، فکر می کنند که واقعا شیعه اقلیتی غیر قابل توجه بوده، و هیچ مستند و دلیل و برهانی ندارد؛ در حالی که شیعیان برای اثبات عقاید خود حتی به منابع و مستندات خود، به تنهایی بسنده نکرده و تمامی اصول اعتقادی شیعه از طریق منابع اهل سنت، قابل اثبات است و نمونه آن اصل امامت است که مرحوم علامه امینی در کتاب شریف الغدير در حدود 110 نفر را نام می برند که از طریق مصادر اهل سنت و جماعت، حدیث غدیر را روایت کرده اند. 10 روایات صحیحه زیادی از طریق اهل سنت و جماعت در همین صحاح سته وجود دارد که پیامبر اسلام بر دوستی، یاری، عدم عداوت، و همراهی با امام علی علیه السلام توصیه نموده اند؛ تا آنجا که فرموده اند: تا روز قیامت، علی از حق و حق از علی جدا نمی شوند. 11 بنابراین، شیعیان نه تنها از مذاهب اسلامی جدا نیستند؛ بلکه مشترکات فراوانی دارند و قرن ها باهم همزیستی مسالمت آمیزی داشته اند. اما وهابیان، برای پیش بردن راهبرد تبلیغات رسانه ای و عملیات جنگ روانی خود، از تاکتیک «تنهاسازی» استفاده می کنند و تلاش دارند این گونه القا کنند که شیعه جزء مذاهب اسلامی نیست؛ تا جلو نفوذ رو به گسترش شیعه را بگیرند.

استفاده از تاکتیک «تنهاسازی» در استراتژی تبلیغات رسانه ای وهابیان، متأسفانه با اتهامات سنگین و سهمگینی علیه مذاهب اسلامی به ویژه مذهب اهل بیت علیهم السلام همراه بوده است که پرداختن به آن ما را از اصل بحث دور و به حاشیه خواهد برد؛ به همین منظور، جهت اختصار کلام از آن اجتناب می گردد؛ گرچند ضرورت تحلیل و تبیین آن نیز در جای خود، اهمیت دوچندان دارد.

2. تاکتیک هجوم

وهابیان همواره در موضع تهاجمی قرار دارند و تلاش می کنند ایجاد شبهه نمایند. آنان، هیچ گاه به دنبال حل مسائل مورد اختلاف نیستند و به طور اصولی، گوش شنوایی برای شنیدن صدای مخالف ندارند. خودشان می بافند و خودشان هم جواب می دهند. در بیشتر سایت های

وهابیان، بر جریان امامت، توسل، زیارت قبور پیامبران و امامان، شفاعت و نذر، و خیلی مسائل دیگر اسلامی، ایراد و اشکال وارد می شود، و مرتکبین آن، کافر و مشرک خوانده می شوند؛ به ویژه «شیعه» که تمامی اصول و اعتقاداتش، در معرض حمله های سهمگین و سنگین وهابیان قرار گرفته است.

وهابیان، با اذعان به این امر که افکار و عقاید آنان، مقبولیت عمومی ندارد، هیچ گاه در صدد بیان دیدگاه های خود نیستند؛ بلکه همواره بر دیدگاه های مخالفین، هجوم می برند بو به قول معروف، از تاکتیک «بگیر، که نگیرد» و یا «بهترین دفاع، حمله است» بهره می برند. آنان می دانند که اگر در مقام پاسخ پرسش های اساسی برآیند، کم می آورند و از عهده آن برنمی آیند؛ از همین رو، تاکتیک تهاجمی را برای نادیده انگاشتن پرسش های مخالفان، در پیش می گیرند و تا می توانند تردید ایجاد می کنند و به تشویش اذهان دینداران و متدینان می پردازند.

یکی از روش های مؤثر و کارآمد «تهاجم»، اصل حمایت از همدیگر است که وبلاگ ها و سایت های زنجیره ای همسو، با تبادل «لینک» و ایجاد پیوند، هرکدام برای دیگری نقش «کاتالیزور» و یاریگر را ایفا می نمایند و بدین شیوه، تمامی رسانه های وهابی (اعم از سایت ها، وبلاگ ها، تلویزیون و ماهواره) همه به انتشار مطالب واحد سیاسی، فرهنگی و تبلیغی می پردازند.

3. تاکتیک منبع نقاب دار

از دیگر تاکتیک های تبلیغات رسانه ای وهابیان، استفاده از «منبع نقابدار» است؛ به این معنا که وهابیان برای طرح یک بحث، و ایجاد تردید در منابع دیگر، یک منبع مبهمی را ادعا می کنند و با این منبع ادعایی که در نقاب پیچیده است، منابع دیگر را زیر سؤال می برند. به طور مثال شما برای اثبات یک موضوعی، صدها دلیل متقن و محکم اقامه می کنید، طرف مقابل برای اینکه دلایل شما را از کار بیندازد، ادعا می کند که تمامی این منابع، ضعیف و غیر قابل قبول است و شما را در برابر یک منبع نقابدار قرار می دهد. از همین رو افرادی که اطلاعات حدیثی و رجالی قوی نداشته باشند، در مقابل این «تاکتیک» مغلوب خواهند گردید. «اگر با هرکدام از وهابیان، از مفتی اعظم گرفته تا بچه دبیرستانی آنها بحث کنید، به اینها یاد داده اند که اگر روایتی در حقانیت حضرت علی علیه السلام خواندند، بگویند ضعیف است و تا وقتی که اینها بروند بررسی سندی بکنند و بیایند، ما فکر دیگری می کنیم؛ این روش آنان است». 12 وهابیان، از این تاکتیک بسیار بهره می برند و متن های تبلیغات رسانه ای وهابیان، مملو از کلمات و واژگانی است که نشان دهد منابع حدیثی شیعه ضعیف است. به این سخن توجه کنید: «از امامان شیعه کتابی فقهی در دست نیست و روایات متضاد و مختلف آنها را در قرون بعد، دیگران جمع آوری کرده اند؛ مانند کتب اربعه» 13! بنابراین، تاکتیک «منبع نقابدار» مناسب ترین راه فرار از افتادن به دام استدلال طرف مقابل است که وهابیان، به خوبی از آن بهره می برند و شیعیان را فاقد منابع روایی مستند قلمداد می کنند.

4. تاکتیک دستکاری و مبالغه

این تاکتیک، از جمله تاکتیک های رایج در تبلیغات رسانه ای وهابیان است که همواره اطلاعات دستکاری شده و غلط در اختیار مخاطبان قرار می دهند. در دستگاه بنی امیه، جعالان حدیث برای اینکه خاندان بنی امیه را صاحبان اصلی اسلام معرفی کنند، تا توانستند به خصوص علیه اهل بیت پیامبر صلی الله علیه و اله حدیث جعل نمودند. به عنوان نمونه در برابر حدیث صحیح: «ان الحسن و الحسين سیدا شباب اهل الجنة» 14 که منزلت امام حسن علیه السلام و امام حسین علیه السلام را بیان می کند؛ حدیث جعلی «ابو بکر و عمر سیدا کحول اهل الجنة» 15 را جمع نمودند، تا بتوانند از عظمت و قدر اهل بیت پیامبر صلی الله علیه و اله

بکاهند. شیعه جعل چنین احادیثی را به منظور تأثیرگذاری بر مخاطبان و برابر شمردن فرزندان پیامبر با سایرین، دستبرد و خیانت به مصادر و منابع دینی می داند. وهابیان، امروز هم در منابع دستکاری می کنند و اطلاعات غلط و ضعیف را به شکل مبالغه آمیزی روی خروجی های رسانه های خود قرار می دهند. به یک نمونه توجه کنید که در مورد امام زمان عجل الله فرجه ساخته اند: «فائم قیام می کند به دستوری نو و کتابی جدید و حکمی جدید که بر اعراب بسی سختگیر است و با آنها جز شمشیر نمی شناسد و توبه نمی پذیرد و طوسی با تأیید این مطلب از ابو عبد الله روایت می کند که: فائم، به امری غیر از آنچه بوده است، قیام می کند». 16. وهابیان با دستکاری منابع اسلامی و مصادر شیعی، ادعاهای باطلی را مطرح می کنند، مثل «قرآن شیعه» و در اینجا «دین جدید» حضرت مهدی علیه السلام که همه اینها دروغ های شاخدار افراد لجوج و متعصبان بیخرد است که به نام شیعه در سایت های خود قرار می دهند، و الا همه می دانند که شیعیان، حضرت مهدی را فائم آل محمد می خوانند که برای اقامه دین جدش رسول الله قیام می کند و عدالت را برپا می دارد؛ نه اینکه دین جدیدی بیاورد و کتاب جدیدی را عرضه کند. اما وهابیان، نخست روایات را دستکاری می کنند و آن گاه، مبالغه می کنند؛ تا فتنه و نفاق میان مذاهب اسلامی ایجاد نمایند که وقتی یک مسلمان سنی این متن ها را می خواند، احساس نماید که شیعیان اسلام را قبول ندارند و دین جدیدی را تبلیغ می کنند. وهابیان نه تنها به مصادر شیعی دست اندازی می کنند؛ که منابع اصلی اهل سنت را هم «دستکاری» می کنند و روایات مربوط به شیعه و اهل بیت علیهم السلام را تغییر می دهند! البته فرایند تغییر و دستکاری در منابع دینی از جانب وهابیان، بسیار پیچیده است که به نام «اصلاح» از آن یاد می شود و مقصود از آن، ایجاد تغییر در منابعی است که از جانب پیامبر صلی الله علیه و اله در مدح اهل بیت علیهم السلام و فرزندان آن حضرت، به خصوص ولایت امیر المؤمنین علیه السلام وارد شده است.

(به تصویر صفحه مراجعه شود) شکل فوق نشان دهنده فرایند نسبتا پیچیده ای است که وهابیان، متون مکتوب دینی را با استفاده از تکنولوژی رسانه ای، تبدیل به متون دیجیتالی می کنند و در این فرایند، تغییرات دلخواه و دستکاری های مغرضانه خود را نسبت به متون دینی اعمال نموده و متون دیجیتالی را تولید می کنند، آن گاه متن های تبلیغات رسانه ای خویش را بر پایه متون دستکاری شده ساخته و وارد محیط مجازی می سازند و از آنجا که محیط مجازی بریده از محیط واقعی نیست، محیط واقعی نیز تحت تاثیر متون دستکاری شده قرار می گیرد؛ نتیجه گیری:

بررسی ها نشان می دهد که میان راهبردها و تاکتیک های تبلیغاتی وهابیان و سیاست رژیم صهیونیستی اسرائیل، به ویژه در چرخه «سازش»، همبستگی و همسانی وجود دارد و در عمل نیز در مواضع رسمی اعلان شده علما و سران وهابی، مشاهده می شود؛ مانند «تحریم تظاهرات مردم غزه علیه اشغال» و «تکفیر شیعیان و مبارزانی که علیه اشغال می جنگند» و نظایر چنین مواضعی که بارها از سوی علمای وهابی اعلان شده است. برایندها راهبردهای تبلیغات رسانه ای وهابیان، همان چیزی است که دشمنان اسلام می خواهند. اختلاف میان شیعه و سنی و تفرقه مذهبی مسلمانان، از اهداف اصلی آنان بوده و هست و امروزه متن های تبلیغاتی وهابیان، به اختلاف، نفاق مذهبی، و جدایی فرقه های اسلامی دامن می زنند. دامن زدن به مباحث فرقه ای، مانع تعامل مذهبی شده و به تشدید دشمنی میان مسلمانان می انجامد. جغرافیای مذهبی مسلمانان در کشورهای اسلامی، واحدهای در هم تنیده است و جدا از هم نمی باشند. در درون این قلمروها، شیعه و سنی در کنار هم زندگی می کنند و به

برادری دینی معتقد هستند و همدیگر را با احترام و حسن همجواری یاد می کنند، که نشان دهند «اخوت دینی» است. تاثیر مخرب و ویرانگر اختلافات مذهبی بیش از همه در کشورهای پاکستان و عراق قابل مشاهده است که انسان های زیادی را به کام مرگ کشانده و بنیان زندگی مسالمت آمیز دینی آنان را از هم پاشانده است.

بنابراین، از آنچه در این مقال بیان شد، به این نتیجه می رسیم که:

1. وهابیان در متن های تبلیغات رسانه ای خود، با برنامه و اهداف از پیش تعیین شده عمل می کنند و دارای راهبرد و استراتژی معین تبلیغاتی اند و می دانند که چه کار می کنند. آن گونه نیست که آنها جمعی نادان باشند که ناخواسته به دام استکبار گرفتار آمده باشند؛ بلکه کاملاً در چارچوب راهبردهای کلانی خود که هماهنگ با استعمار است، عمل می کنند.

2. میان راهبردها و تاکتیک هایی که به کار می گیرند، همبستگی و پیوستگی وجود دارد و این از دقت و ظرافت کاری های رسانه ای آنان نشأت می گیرد، که تمامی سایت ها و وبلاگ های آنان، از خط سیر واحدی پیروی می کنند؛ آن گونه که احساس می شود تمامی این سایت ها را یک نفر هدایت و مدیریت می کند.

3. میان راهبردها و تاکتیک های وهابیان و اهدا و آرزوهای استعمار نیز هماهنگی و همخوانی وجود دارد؛ آن گونه که دقیقاً راهبردهای تبلیغاتی وهابیان، همان اهداف و امیالی را پوشش می دهد که رژیم صهیونیستی در منطقه می خواهد و این چیزی است که بر خلاف مصالح دینی و مذهبی مسلمانان است و یک مسلمان نمی تواند چنین کاری را انجام دهد؛ اما به رغم اینکه فریاد ادعای اسلام خواهی وهابیان، گوش فلک را کر کرده است، در واقع، به اسرائیل خدمت می کنند.

پی نوشت ها

- (1) صلاح نصر، جنگ روانی، مترجم: محمود حقیقت کاشانی، ص 426-427.
- (2) استوارت ام هوور و نات لاندبای، بازانديشي درباره دين، رسانه و فرهنگ، مترجم: مسعود آريايي نيا، ص 222.
- (3) وهابی کیست و چرا وهابی می گویند، سایت اسلام هاوس، <http://www.islamhouse.com/p/190985>
- (4) دنيس مک کوايل، درآمدی بر نظریه ارتباطات، ترجمه محسن ثلاثی، ص 063.
- (5) نظريه العلماء حول مقاومة الفلاسطينيه، الخيمة العربية، <http://akhbar.khayma.com/modules.php?name=N>
- (6) المنتدى الشيوه نت، مقاله حزب اللات البناني و عودة المجوس، <http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html>
- (7) آنها جریان واحدی نیستند.
- (8) المنتدى الشيوه نت، مقاله حزب اللات البناني و عودة المجوس، <http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html>
- (9) علی اکبر فرهنگی، ارتباطات انسانی، ص 32.
- (10) علامه امینی، الغدير ج 1، ص 141-441.
- (11) محمد حسن شفیعی شاهرودی، داستان غدیر خم برگرفته از الغدير علامه امینی، ص 41.
- (12) حسینی قزوینی، رد نوشته های قرضاوی، سایت موسسه تحقیقاتی ولی عصر، <http://www.porsojoo.com/fa/node/2706>
- (13) قلمداران، حیدر علی، رد شیعیان امامیه، سایت وهابی اسلام هاوس

<http://www.islamhouse.com/p/190985>

(14) احمد بن حنبل، مسند احمد، ج 3، ص 3.

(15) ابن عساکر، تاریخ مدینه دمشق، ج 03، ص 561.

(16) ملازاده، مهدی موهوم شیعیان، سایت ایمان، سایت اهل جماعت و سنت

<http://www.eeman.ir/book1.htm>

:

1. : 2. <http://www.porsojoo.com/fa/node/27063>

3. <http://www.porsojoo.com/fa/node/27064> () 4. 5831.5 6. 8241 7. 8.

9 <http://www.islamhouse.com/p/190985> 10 <http://www.eeman.ir/book1.htm>

11 <http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html>

12 <http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html> 13.

14 <http://akhbar.khayma.com/modules.php?name=N>

<http://www.islamhouse.com/p/190985> : « 6 - 1390