

رویکرد شناسی تبلیغ در وهابیت

رویکرد شناسی تبلیغ در وهابیت

وهابیت به کمک ثروت قابل توجه در اختیار خود و بهره گیری از ابزارها و روش هایی که به خدمت گرفته است و همراهی هایی از سوی بنگاه های عظیم تبلیغاتی نظام سلطه در کنار خود می بیند، هجمه گسترده ای را بر اندیشه ها و باور های دینی اصیل اسلامی تحمیل نموده است. آنچه خطر این تهدیدات را روز افزون پر رنگ می کند تغییر سیاست ها، رویکردها و روش های تبلیغی وهابیت از حالتی افراط گرایانه و تعصیب آمیز به وضعیتی تساهل آمیز و همراه با لحاظ اقتضای شرایط زمانی - مکانی و نوع مخاطب است. هر مقدار ناسزاگویی های گذشته اثر معکوس بر مخاطبین می گذاشت، غیر مستقیم گویی و انعطاف و نرمی در کلام امروز آنان برای مخاطب ابهام آفرین و شبهه زا خواهد بود و آنان را به اهداف خود نزدیک تر خواهد ساخت. در نگاهی جامع تر می توان رویکرد های وهابیت را به سنتی و مدرن تقسیم نمود، با این حال در هم تنیدگی روش های قدیمی و جدید آن ها مانع از آن می شود که در این متن بتوان تفکیک جدی میان آن ها قائل شد. در ادامه به برخی رویکرد ها و سیاست های تبلیغی وهابیت اشاره می شود. شایان ذکر است که موارد پیش رو، حاصل استقراء نظرات و تجربیات عالمان و اندیشمندان برجسته شیعه از مواجهات خود با وهابیت است. به علت رعایت اختصار، حتی المقدور از ذکر مصادیق هر یک از این رویکردها خودداری شده است و این در حالی است که می توان صفحات بسیاری را به ذکر استنادات این موارد اختصاص داد.

رویکرد شناسی تبلیغ در وهابیت

وهابیت به کمک ثروت قابل توجه در اختیار خود و بهره گیری از ابزارها و روش هایی که به خدمت گرفته است و همراهی هایی از سوی بنگاه های عظیم تبلیغاتی نظام سلطه در کنار خود می بیند، هجمه گسترده ای را بر اندیشه ها و باور های دینی اصیل اسلامی تحمیل نموده است. آنچه خطر این تهدیدات را روز افزون پر رنگ می کند تغییر سیاست ها، رویکردها و روش های تبلیغی وهابیت از حالتی افراط گرایانه و تعصیب آمیز به وضعیتی تساهل آمیز و همراه با لحاظ اقتضای شرایط زمانی - مکانی و نوع مخاطب است. هر مقدار ناسزاگویی های گذشته اثر معکوس بر مخاطبین می گذاشت، غیر مستقیم گویی و انعطاف و نرمی در کلام امروز آنان برای مخاطب ابهام آفرین و شبهه زا خواهد بود و آنان را به اهداف خود نزدیک تر خواهد ساخت. در نگاهی جامع تر می توان رویکرد های وهابیت را به سنتی و مدرن تقسیم نمود، با این حال در هم تنیدگی روش های قدیمی و جدید آن ها مانع از آن می شود که در این متن بتوان تفکیک جدی میان آن ها قائل شد. در ادامه به برخی رویکرد ها و سیاست های تبلیغی وهابیت اشاره می شود.

شایان ذکر است که موارد پیش رو، حاصل استقراء نظرات و تجربیات عالمان و اندیشمندان برجسته شیعه از مواجهات خود با وهابیت است. به علت رعایت اختصار، حتی المقدور از ذکر مصادیق هر یک از این رویکردها خودداری شده است و این در حالی است که می توان صفحات بسیاری را به ذکر استنادات این موارد اختصاص داد.

1. ائتلاف و همگرایی استراتژیک و منفعت طلبانه با اهل سنت واقعیت این است که وهابیت در ذات خود، فاقد هر گونه تحمل دیدگاه های مخالف، حتی در میان قاطبه اهل سنت است. تکفیر علمای برجسته ای از اهل سنت و تحریم آثار مهمی از تراش عامه، گواهی بر این مدعا است. این تنافر و ضدیت که در بدو پیدایش این فرقه بسیار پر رنگ و نمایان دنبال می شد، امروزه جای خود را به یک تغییر استراتژیک منفعت طلبانه و مصلحت جویانه داده است. عصر ارتباطات و رسانه موجب گردیده که افراط گرایی وهابیت برجسته شده و بقای این جریان را به مخاطره اندازد. به ویژه آنکه ضعف و خدشه غیر قابل پنهان سازی برخی اعتقادات و رویکرد های کلامی آنان، خطر انزوا و حذفشان را تقویت کرده است. بدین منظور سیاستگذاران و طرح ریزان این فرقه، در یک چرخش مصلحتی، رو بنای اقدامات خود را به گونه ای تنظیم کرده اند که حداقل اختلاف و تضاد را با دیدگاه های عامه داشته باشند. آنان در تلاشند تا با کذب، شایعه و بزرگ نمایی، تشیع را دشمنی مشترک، خطرناک و هول آفرین برای اهل سنت و وهابیت جلوه دهند. این دشمن تراشی وهابیت را از موضع انزوا خارج ساخته و ائتلافی استراتژیک با اهل سنت را به دنبال خواهد داشت. بودجه های هنگفت در اختیار وهابیون و امکانات گسترده در خدمت آنان، منافعی را برای اهل سنت و ترویج اندیشه های کمتر زاویه دار آنان با وهابیت موجب خواهد شد و امتیازاتی را به ارمغان خواهد آورد. گرچه در دراز مدت، وهابیت امید واهی دارد که از گسترش روز افزون شیعه کاسته و در فرصت مقتضی و با فراغ بال بتواند به سراغ نبرد با آنچه بدعت های اهل سنت می داند برود. به عنوان شاهدهی بر این مطلب می توان به نام گذاری کتب به صورتی که ملهم وحدت اعتقادی وهابیت با اهل سنت باشد اشاره نمود. مثلاً کتاب های «معتقدات اهل الاسلام» و یا «عقیده اهل السنه والجماعه» در زمره منشورات وهابیت هستند که همین القای اشتراک اعتقادی آنها با اهل سنت را پی جویی می کنند.

2. استخراج مطالب ضعیف و شاذ و بیان آنان به عنوان نظر مشهور علمای شیعه روایات ضعیف و شاذ، از سوی آنان از کتب شیعه استخراج گردیده و با پردازش و بزرگنمایی، به عنوان نظری مقبول و مشهور بازتاب داده می شود. استناد به افراد ضعیف و علمای دارای نظرات مخالف با رای مشهور و ادعای همراهی جمهور شیعه با این آراء از رویکردهای مورد پیگیری وهابیت، جهت ارائه تصویری مخدوش از تشیع است. به طور مثال می توان به انتساب نظریات شاذ مرحوم محدث نوری در مورد تحریف قرآن به جمهور شیعه اشاره نمود. از میان علمای معاصر نیز فتاوی برخی از علما و مراجع تقلید با همین رویکرد برجسته شده به عنوان نظر شیعه بازتاب داده شده است.

3. عوام گرایی و طرح مباحث عرفی نگاهی به نامه ها و خطابه های محمد بن عبدالوهاب نشان می دهد که مهم ترین عامل موفقیت وی در مقایسه با ابن تیمیه را نمی توان محتوای مطالب ارائه شده از سوی او دانست زیرا وی چیزی بیش از پیشینیان خود و ابن تیمیه بیان نکرده است. اما علت آن که ابن تیمیه در جریان سازی اجتماعی نتوانست موفقیتی به دست آورد و برعکس آن، محمد بن عبدالوهاب توفیقات چشمگیری را در همراه سازی اقشار مختلف مردم کسب نمود، عرفی گرایی و سخن گفتن به زبان عامه مردم و ساده گویی محمد بن عبدالوهاب بود. وی بسیار عوامانه و همانند خود مردم صحبت می کرد و لذا توانست اقبال عمومی را با خود همراه سازد و اثر گذار باشد. به نظر می رسد کثرت طرح برخی مباحث عرفی در میان قشر عوام جوامع شیعی و سنی نشانگر آن باشد که وهابیت پس از مواجهه با ناکامی های حاصل از مکاتبات گفتمان ها و مناظرات با علمای برجسته شیعه و اهل سنت و عدم کسب توفیق در اقناع قشر نخبگانی جوامع نسبت

به باور داشت ها و عقاید افراطی خود جامعه مخاطب خود را به سطح عامه مردم تنزل داده اند. در این عوام گرایی، استدلال و برهان، جای خود را به جدل و مغالطه داده است و به جای زبان علمی از ادبیاتی عامه پسند برای القای مفاهیم مورد نظر استفاده می شود. این رویکرد توانسته است نظر مساعد برخی از لایه های دارای سطح نازل تر آگاهی و بینش نسبت به معارف دینی از میان اهل سنت و شیعه را جلب نموده و یا دست کم شبهاتی را در ذهن آنها پدید آورد. از باب نمونه می توان به بحث های نام گذاری و نیز ازدواج فرزندان ائمه (ع) به نام های مشابه نام خلفا و نیز ازدواج فرزندان آنان با خلفا و افرادی هم راستای مکتب آنان اشاره کرد.

وهابیت، این مباحث را که دارای بستر تاریخی است و صحت و سقم و نیز کم و کیف آنها می بایست با روش تاریخی مورد بررسی قرار گیرد، به مباحث عرفی بدل کرده است و آنان را در ادبیاتی متناسب با فرهنگ و سنت امروز با زبانی عامه پسند با مسأله حب و بغض گره زده و غرض ورزانه آنها را مصادره به مطلوب می کند.

4. سرمایه گذاری بر روی احصاء و آموزش شیوه های برقراری ارتباط مؤثر یکی از رویکرد های وهابیت، تمرکز و سرمایه گذاری بر فراگیری و به کارگیری شیوه های برقراری ارتباطی کار آمد و موثر است. جایگاه به ظاهر رفیع اصل امر به معروف و نهی از منکر در میان اعتقادات یک وهابی، منجر شده است که مسئولیت پذیری جدی در تبلیغ و دعوت دیگران به آراء و باور های وهابیت، به یکی از دغدغه های ذهنی وهابیت بدل گردد. گرچه تندخویی، تعصب و جمود، در گذشته موجب شده بود که برخوردهای خشن و جاهلانه هیئت های امر به معروف در مشاهد شریفه، به عاملی برای طرد زائرین بیت الله الحرام تبدیل شود، ولی امروزه به روشنی قابل مشاهده است که سرمایه گذاری ویژه ای برای جذب زائرین غیر شیعی کشور های اسلامی صورت گرفته و تلاش دارند خود را به عنوان سمبل، نماد و الگوی جهان اسلام معرفی نمایند.

برخی زوار کشور های کمتر توسعه یافته اسلامی در مواجهه با ظاهر گرایی وهابیت و توسعه ظاهر شهر های مکه و مدینه و در خلاء الگویی بدیل، به الگو گیری از باور ها و سلوک این فرقه پرداخته و مدینه فاضله را، جامعه ای ساخته بر تفکرات وهابیت می پندارند. شرایط مساعد جغرافیایی و سیطره بر قلب و مرکز وحدت بخش امت اسلامی و در کنار امکانات و تجهیزات مادی، موجب شده است تا اهتمام جدی نسبت به تبلیغ و دعوت، با استفاده از روش های کار آمد برقراری ارتباط موثر صورت پذیرد. در کنار مراکز مهم تبلیغی هم چون تشکیلات «جماعت تبلیغ» و «الرابطة الاسلامیه» برگزاری دوره های تخصصی و دعوت در سطوح عالی تحصیلاتی دینی بر کیفیت بخشی و ارتقاء سطح این تبلیغات افزوده است.

امروزه ما شاهد آن هستیم که برخی محصولات و آثار تبلیغی آنان دارای ظواهری متناسب با ذائقه های مخاطب خاص آنان است و طبائع و سلیق را در تولیدات خود ملحوظ می کنند. به طور نمونه، کتاب تبلیغی مهمی به نام «دو صد سؤال» از سوی وهابیون به طور گسترده میان زائرین ایرانی توزیع می شد. این کتاب که با ادبیاتی ضعیف و غیر سلیس نگاشته شده بود، مجددا چاپ و با ادبیاتی روان، عنوانی مناسب تر و با ظاهری زیباتر در حجمی گسترده تر از گذشته توزیع می شود. این تغییر، ناشی از درک ضرورت توجه به ذائقه و سلیق مخاطب است.

5. کاستن از حساسیت های مخاطب با بکارگیری مبانی و مظاهر شیعی از دیگر رویکرد های تبلیغی وهابیون که در سالیان اخیر شیوع بیشتری یافته است، پرهیز از بیان صریح اعتقادات، بدون مقدمه چینی قبلی است. وهابیت دانسته است که ابراز صریح

اعتقاداتش بواسطه تنافر با مبانی عقلانی و آمیخته بودن با جمود و تعصبات جاهلی، واکنش مخاطب را برانگیخته خواهد کرد. بدین جهت است که دیگر هم چون گذشته، مکتب اهل بیت(ع) را تخطئه نکرده و در مقابل تلاش می کند تا در پوشش نام ها و ظواهر شیعی، طلیعه هجوم خود را سامان داده و در ادامه آرای خود را در لفافه و با کمترین تنافر جدی با ذائقه مخاطب عرضه نماید.

برگزیدن نام های شیعی برای نویسندگان، انتخاب عناوین کتاب با بهره گیری از اصطلاحات رایج در مکتب تشیع و... از جمله این اقدامات است. مهم تر از این ظواهر شکلی، تلاش آنان برای نفوذ و رسوخ در باور های مخاطب شیعی خود از همان مبانی مورد پذیرش او است. وهابیت تلاش می کند با عنایت به اهمیت جایگاه اهل بیت(علیهم السلام) در گفتمان شیعه، خود را محب و پیرو راستین ائمه اطهار(علیهم السلام) جلوه داده و این گونه وانمود می کند که میان شخصیت حقیقی آن بزرگواران با آن چه در طول تاریخ تشیع از آنان تصویر شده است، تفاوت های ماهوی وجود دارد.

بدین منظور با تکریم جایگاه غیر قابل انکار و مکانت علمی، اخلاقی و دینی ائمه اطهار(علیهم السلام) به ویژه امیرالمؤمنین(علیه السلام)، امام باقر(علیه السلام) و امام صادق(علیه السلام) به مخاطب خود این گونه القا می کنند که آن ذوات مقدس، معاضد و یاریگر مکتب خلفا بوده و نه تنها با آنها خصومتی نداشته اند، بلکه محب و دوستدار تمامی صحابه و خلفای راشدین بوده اند.

در اینجا است که با بیان شبهات و برخی روایات مجعول و فرافراز های تاریخی تحریف شده تلاش می کند از همان مجرای محبت شیعیان به اهل بیت(علیهم السلام) وارد شده و محبت را فاقد محتوای راستین و تهی از حقایق نماید. آنها حتی پا را فراتر از این گذاشته و نظریات خود را منتسب به ائمه(علیهم السلام) جلوه داده و به تشکیک در تصور فرد شیعی از اهل بیت(علیهم السلام) اقدام می کنند. نگارش کتبی هم چون: حقیقت توحید از دیدگاه ائمه، اهل بیت از خود دفاع می کنند و... در همین راستا قابل تفسیر است. برخورد گزینشی با منابع و کتب شیعی و تقطیع منفعت طلبانه بخش هایی از آن و در نتیجه استناد دادن مطالبی خلاف واقع به معصومین(علیهم السلام) و علمای نامدار شیعه، از دیگر اقدامات وهابیون برای کاستن از حساسیت مخاطبان است.

6. سرمایه گذاری بر فعالیت های خدماتی و خیریه ای

وهابیت با کپی برداری از اقدامات خیریه ای و خدماتی مسیحیت تبشیری در سراسر دنیا که می توان آنرا در زمره مهم ترین عوامل گسترش مسیحیت نیز در اقصی نقاط جهان بویژه مناطق محروم دانست، به ایجاد مؤسسات خدماتی اهتمام جدی نموده است. تأسیس بیمارستان های مجهز، مراکز رسیدگی به امور ایتم و محرومین، ایجاد مدارس و... در همین راستا قابل تفسیر است. خدمات رایگان یا کم هزینه این مراکز به محرومین و درماندگان جوامع، وهابیت را به عنوان یک نجات بخش رهایی دهنده از رنج ها در اذهان نیازمندان جلوه گر می سازد. اعطای کمک های مالی به خانواده های کم بضاعت و یا پرداخت مبالغی در قبال تغییر آئین و پذیرش باور های وهابیت، از دیگر اقدامات این فرقه برای توسعه جمعیت خود می باشد.

7. تکیه بر دعوت چهره به چهره

انتقال احساسات و عواطف و برقراری ارتباطی پویا در دیدارهای حضوری، موجب شده است که تبلیغات چهره به چهره از رویکردهای مهم وهابیت دانسته شود. بدین منظور مبلغین وهابیت کمترین امکانات و معمولاً با حداقل تجهیزات به نقاط مختلف سفر کرده و موظف هستند با رفتن سراغ افراد و زدن درب منازل، از طریق موعظه یا همان «بیان» دعوت خود به پذیرفتن عقاید

وهابیت را علنی نمایند.

8. تناسب رویکرد های تبلیغی با اقتضائات مخاطب و شرایط بومی مشاهده می شود که وهابیون در هر فرهنگ و منطقه جغرافیایی در سالیان اخیر به این سمت حرکت کرده اند که جزم اندیشی و جمود فکری خود را کم رنگ کرده و بیش از پیش خود را با نیاز های مخاطب هماهنگ سازند. آنان درصددند با احصاء شرایط و مشکلات موجود در هر جامعه و آنچه که بخشی از مردم با آن مخالف بوده و در مقابل آن موضع دارند، سطوحی از مردم را به وسیله همنوایی با نظرات آنان، با خود همراه سازند. تعبیر امیرالمؤمنین(علیه السلام) که خطاب به خوارج از عبارت «کلمه الحق یراد به الباطل» استفاده نمودند، امروزه در خصوص برخی شعار های وهابیت قابل انطباق است.

به عنوان شاهی بر این مطلب می توان به حجم انبوهی مطالبی که در رد خرافه گرایی از سوی وهابیون در مناطق جنوبی کشورمان بیان می شود اشاره کرد. متأسفانه رواج استناد به خواب های غیر صادق و وجود برخی اعتقادات خرافی در بخشی از مناطق محروم جنوبی، این فرصت را به وهابیت داده است که با ژستی منطقی گرایانه، خود را مخالف خرافه گرایی جلوه دهند.

9. استفاده از ارهاب و ایجاد ترس به منظور تحمیل عقاید خود برخی احکام تکفیری که منجر به جواز قتل و صدور حکم جهاد در پاره ای موارد می شود، به وهابیت این امکان را داده است که با بهره گیری از خشونت و ایجاد ترس، مخاطب را به پذیرش عقاید خود وا دارد. ترس از برخوردهای خشن وهابیون و احتمال بروز قتل و جرح سبب شده است که برخی از پیروان سایر کیش ها و مذاهب، جرأت انجام مناسک خود را نداشته و یا به صورت تحمیلی، عقاید وهابیت را بپذیرند و یا به صورت تقیه و توریه، رفتار های گذشته خود را استمرار بخشند. این ارهاب و ایجاد دلهره و ترس را می توان زمینه ساز فعالیت های تبلیغی آتی آنان در آن سرزمین دانست. به همین جهت است که تفکرات آل شیخ، بدون شمشیرهای آل سعود، مجالی برای گسترش نمی یافت و وهابیت مرهون تعامل و همکاری این دو با یکدیگر است.

10. از میان بردن منابع دینی و فرهنگی سایر فرق و ادیان معارض با وهابیت آتش زدن کتب و از میان بردن کتابخانه های مخالفین در تاریخ، که بارها به وقوع پیوسته است، نشان از اهتمام وهابیت به از میان بردن منابع و تراش رقیبان دارد. به طور مثال، آنان کتابخانه بزرگ «المکتبه العربیه» را که بیش از 60 هزار نسخه خطی منحصر به فرد داشت را به آتش کشیدند و آن را به خاکستر بدل نمودند.

11. حضور در مجامع بین المللی از جمله اقدامات وهابیت، عضویت و حضور در برخی نهادها و مجامع مهم بین المللی است. عضویت «الرابطه الاسلامیه» در برخی نهادهای مهم بین المللی و بیان عقاید و باور های خود و تأثیرگذاری بر تصمیمات این مجامع از همین رویکرد برخاسته است.

12. تلاش برای آموزش زبان های خارجی به مبلغان خود حضور در صحنه های بین المللی، مستلزم مجهز شدن وهابیت به ابزار های ارتباطی و از همه مهم تر فراگیری زبان های خارجی توسط مبلغان است. در سالیان اخیر، تلاش های جدی در جهت آموزش زبان های خارجی به افرادی که دارای قابلیت تبلیغ باور های وهابیت دارند، صورت پذیرفته است.

13. ایجاد جبهه هماهنگ در عرصه دینی و سیاسی پس از پیروزی انقلاب اسلامی در ایران، وهابیت با مرکزیت آل سعود، با احساس خطر نسبت به

ایجاد حکومت شیعی، تلاش های سیاسی قابل توجهی را برای انزوا و ضربه زدن به جمهوری اسلامی ایران آغاز نمود. بدین منظور بخشی از تبلیغات آنان معطوف به ناکار آمد جلوه دادن نظام و حکومت شیعی در ایران متمرکز شده است.

این تبلیغات سیاسی با پشتوانه باور های دینی وهابیت، زمینه ساز از صحنه برداشتن مهم ترین رقیب آنان و در نتیجه فراهم شدن بستر های تبلیغی جهت آنان است.

14. ارائه تلخیصی و موجز مطالب تبلیغی

نگاهی به حجم کتب، کلیپ ها و محصولات تبلیغی وهابیت نشان می دهد، تلاش شده است کتبی در قطع جیبی عرضه و در کوتاه ترین و سهل ترین روش، پیام مورد نظر آنان به مخاطب منتقل شود. اندازه کوچک این کتب به مخاطب این امکان می دهد آن را همراه برده و در فرصت مناسب به مطالعه آن بپردازد.

15. سیاه نمایی و افترا زدن و انتساب اکاذیب به تشیع

وهابیت درصدد است با سیاه نمایی و انتساب اکاذیب و بیان تهمت ها و افتراهایی در آثار خود، تصویری تیره و تار از تشیع در ذهن غیر شیعیان ترسیم کند تا بدین وسیله، نفوذ مهم ترین رقیب خود را کاهش دهد. بطور مثال در کتاب «الشیعه شاهدون علی انفسهم بالکفر» که بطور گسترده در ایام حج توزیع می شود، چنین به شیعیان تهمت زده می شود که آنان معتقدند ائمه اطهار(ع) فرزندان خدا هستند و جالب اینجاست که این مطلب خود را به آدرسی معجول در کتاب «الغدیر» ارجاع می دهند در انتهای کتاب نیز عکس هایی از یکی از موزه های تهران (موزه تاریخ عبرت ایران) که بازتاب دهنده شکنجه های انقلابیون ایران توسط شکنجه گران نظام شاهنشاهی پهلوی است آورده شده و به دروغ چنین بیان شده است که این تصاویر مربوط به شکنجه اهل سنت در ایران توسط جمهوری اسلامی است!

این دروغ گویی ها به همین جا ختم نشده و برخی تصاویر جنایات خود و کشتار شیعیان توسط وهابیون در کشور هایی مانند عراق و افغانستان را با معکوس نمایی به عنوان اقدامات شیعه بر علیه اهل سنت و وهابیون جلوه می دهند و منتشر می نمایند. در کتاب «لله ثم للتاریخ» نیز آدرس های کذب فراوانی مشاهده می شود و نویسنده آن که عالمی شیعه معرفی شده در محضر اساتیدی بوده که اختلاف دوران حیات آنان جای شبهه ای را باقی نمی گذارد که وهابیت حتی به خود زحمت نداده اند دروغ های ظاهر الصلاح تر و قابل باوری در کتب خود ارائه نمایند. بیان این اباطیل، با هدف بهره گیری از خلاء امکانات و ابزارهای گسترده و متنوع تبلیغی در میان شیعیان و ارائه تصویری کاذب و غیر واقعی از آنان صورت می پذیرد. متهم سازی شیعیان به خرافه گرایی و بدعت در این میان، نقش برجسته ای دارند.

16. نشان دادن عملگرایی خود و تلفیق آموزه های دینی با رفتار عملی

نوع لباس پوشیدن، ظواهر و نحوه رفتار وهابیون درصدد القای این مطلب است که آنان به صورت کامل پیاده کننده آموزه های اسلامی و سنت پیامبر(صلی الله علیه وآله وسلم) بوده و تجسم قولی و عملی اسلام راستین و بدون هرگونه انحراف و زوائد هستند. این تبلیغ عملی به آنان کمک می کند در ایجاد ذهنیت مثبت در عوام مردم نسبت به خود، موفق شوند.

17. حمایت از احزاب سیاسی

گرچه ورود در عرصه سیاسی، به ظاهر ارتباط مستقیمی با رویکرد های تبلیغی وهابیت ندارد ولیکن آنان بدین وسیله تلاش می کنند جریانات سیاسی همراه با خود را حاکم ساخته و در این تعامل دو جانبه، از آنان پس از استقرار در ساختار های سیاسی جهت مطامع خود و زمینه سازی جهت تبلیغات بهره گیرند.

18. ایجاد جاذبه به واسطه طرح شعار های دلفریب و زیبا

این ادعا که می‌خواهیم اسلام را از خرافات و بدعت‌هایی که در طول 1400 سال در آن به وجود آمده است نجات دهیم، توجه اذهان بسیاری را به خود معطوف می‌دارد. به ویژه آن که بخش‌های قابل توجهی از سرزمین‌های اسلامی، به واسطه درهم تنیدگی فرهنگی و دینی و همزیستی با سایر نحل‌ها و فرق، با حجم قابل توجهی از باورهای خرافی مواجه می‌باشند. بر همین اساس، این شعارها می‌تواند به جلب توجه و نظر افراد نسبت به وهابیت منجر شود.

روش شناسی تبلیغ وهابیت

از دوره سوم حکومت آل سعود تاکنون، شاهد استفاده از روش‌ها و تکنولوژی‌های تبلیغی جدید از سوی وهابیت و دست برداشتن از انحصار در روش‌های قدیمی هستیم. گرچه تمییز روش‌های تبلیغ وهابیت از رویکردها و سیاست‌های تبلیغی آنان دشوار است، ولی در این بخش، آنچه بیشتر ناظر به تکنیک‌های روشی آنان در انجام تبلیغات خود است، مورد توجه قرار می‌گیرد:

1. استفاده هم‌زمان از ابزارهای متفاوت تبلیغی

در بخش شناسنامه یا در پایان اکثر کتب تبلیغی وهابیت، مشاهده می‌شود که آدرس سایت‌های مهم تبلیغی آنان ذکر شده است. بدین طریق تلاش می‌کنند تا با تنوع ابزارها، ذائقه‌های مختلف را تحت پوشش خود قرار دهند.

علاوه بر تبلیغ چهره به چهره پخش مکتوبات و حضور جدی در فضای سایبری، شبکه‌های ماهواره‌ای نیز از ابزارهای مهم تبلیغاتی آنها می‌باشند. به طوری که از 1800 شبکه ماهواره‌ای فعال در منطقه، حدود 300 شبکه به مقابله با فرهنگ اهل بیت (علیهم‌السلام) می‌پردازند. بر همین اساس است که در جریان اهانت یک روحانی شیعه با عایشه در لندن، مدت‌ها 19 شبکه ماهواره‌ای به صورت هم‌زمان و مداوم به پخش برنامه محکومیت این اقدام، اهتمام ورزیدند.

2. ایجاد راه‌های دسترسی آسان مخاطب به محصولات تبلیغی آنان

از جمله اقدامات سیاست‌گذاران تبلیغی وهابیت، راه‌اندازی سایت‌ها و در اختیار گذاشتن آدرس‌های ایمیلی جهت ارسال درخواست مخاطبین برای دریافت رایگان کتب تبلیغی است. متقاضی می‌تواند با ثبت درخواست خود و یا ارسال ایمیل، کتب را در محل استقرار خود دریافت نماید. شایان ذکر است که فقط در ایام حج سال 1381، ده میلیون و 685 هزار جلد کتاب به بیست زبان زنده دنیا توسط دولت سعودی در میان زائرین خانه خدا توزیع گردید.

3. خود را تابلوی اسلام معرفی کردن و استفاده از عنوان‌های عام اسلامی به جای تصریح به وهابی بودن

در کتب، سایت‌ها و سایر محصولات تبلیغی وهابیت مشاهده می‌شود که عناوین آن عام بوده و صرفاً اسلامی بودن آن محصول را نشان دهد. بدین طریق خود را تابلوی نماد اسلام معرفی کرده و فاصله معنا دار خود را با فضای کلی حاکم بر کلیت مذاهب اسلامی را کتمان و مخفی نگه می‌دارند. ضمن آنکه این کار به آنان امکان می‌دهد برای مخاطب کمتر مطلع و ناآگاه، بدون اینکه وی مطلع باشد تغذیه‌ای فراهم شود که ناخودآگاه نظام فکری وهابیت را در ذهن او نهادینه می‌کند.

4. پایان دادن آثار خود با ژستی حق به جانب و همراه با طرح پرسش‌هایی از مخاطب

مشاهده پایان اکثر کتب تبلیغی وهابیت نشان می‌دهد آنان به منظور پیروز جلوه دادن خود و موفق نشان دادن خویش در اقناع مخاطب، ژست حق به جانب و تفوق یافته گرفته و با طرح پرسش‌هایی از مخاطب می‌خواهند، ابتدا با باورهای خود بازگشته و تفکر بیشتر نموده

سپس به صحت این مطالب اذعان نماید. این فرآیند با تکرار این مطلب همراه است که تعصب، زیان بخش است و باید کنار گذاشته شود و اگر فرد غیر متعصبانه برخورد کند، اذعان خواهد نمود که این عقاید وهابیت عین حقیقت خواهد بود.

5. احیا و ترویج آثار و عقاید علمای موهوم شیعه

برخی افراد معلوم الحال که تحصیلات و بعضاً آثاری در خصوص تشیع دارند، از سوی وهابیت به عنوان علمای برجسته شیعه معرفی شده و آثار و مکتوبات آنها جمع آوری، باز تولید و مجدداً منتشر می شود جهت برجسته سازی این افراد برای آنان فضیلت سازی شده و انحرافات و ضعف های عقیدتی آنان به عنوان تجدید نظر علمای شیعه در عقاید گذشته خود و تمایل به باور های راستین وهابیت توصیف می شود. به طور نمونه دکتر موسی موسوی - نوه مرحوم سید ابوالحسن اصفهانی از مراجع مشهور شیعه - را به عنوان اندیشمند شیعی معرفی نموده و همانگونه که حضرت آیت الله سبحانی در مقدمه کتاب «شیعه پاسخ می هد» اشاره می کنند، کتاب وی تحت عنوان «الشیعه و التصحیح» تنها در یک سال با تیراژ ده میلیون نسخه توزیع می گردد. حال آنکه در سوابق این فرد بویژه در زمان محمد رضا پهلوی، شراب خواری، زناکاری، رفتن به کاباره ها، نزدیکی با ستاره های سینمایی، اختلاس و کلاهبرداری و .. مشاهده در روزنامه های آن زمان این موارد ثبت گردیده است. حتی علت مرگ وی در عربستان، زیاده روی در شرب خمر عنوان شده است.

و یا «سید ابوالفضل برقعی» که از او به عنوان آیت الله و از علمای مطرح شیعه نام برده شده و در شبکه نور، شاهد پخش سخنرانی های او می باشیم، در زمان آیت الله بروجردی به تدریس رسائل و مکاسب در قم اشتغال داشته و بواسطه حرف های بی اساس و توهین هایش، مردم قم وی را از شهر بیرون نموده اند. در تهران نیز این حادثه برای وی تکرار گردید. البته استاد حسینی قزوینی به نقل از یکی از دوستان نزدیک وی به نام آقای حسینی ورجانی نقل کرده اند که وی در آخر عمر از اعمال گذشته خود توبه کرده و به صراحت در وصیت خود، با اذعان به اشتباهاتش، اعتقاد خویش به مکتب امامیه و عصمت 12 امام را مورد تأکید قرار داده بود. از سوی دیگر از 70 اثر وی، حدود 30 کتاب به نفع تشیع نگاشته شده که وهابیون هیچ اشاره ای به آن نمی کنند.

6. استفاده از اسامی شیعی در عناوین کتب و نام نویسندگان

این اقدام به مخاطب چنین القا می کند که این کتاب از سوی فردی شیعه نگاشته شده است که دغدغه اصلاح برخی انحرافات به وجود آمده در تشیع را دارد.

7. استفاده از برخی نمادهای رایج در میان تشیع

برای نمونه در آثار آنان مشاهده می شود که با توجه به نامأنوس بودن استفاده از (رضی الله عنه) در تجلیل از اولیاء و ائمه دینی در میان شیعیان، آنان بر خلاف روش مرسوم خود، از (علیه السلام) بهره می گیرند. این کار به آنان کمک می کند تا ضمن حساسیت زدایی، فضایی فراهم آورند که مخاطب با متن ارائه شده احساس غربت و نامأنوسی نکند.

8. سرمایه گذاری بر روش مناظره

آنان ضمن آشنا سازی مبلغان خود با روش های مناظره، تلاش می کنند از فرصت سرمایه گذاری کمتر حریفان خود بر روی آگاهی از تکنیک ها و روش های موفقیت در مناظره، سوء استفاده کرده و به کمک این تسلط خود بر فنون مناظره، ضعف های محتوایی خود را پوشانده و چهره ای پیروز از خود ترسیم نمایند. در کنار مناظره، سخنرانی نیز از جمله قالب های مهم وهابیت برای بیان عقاید خود می باشد. تعداد قابل توجه مناظرات صوری در شبکه های ماهواره ای وابسته به وهابیت، حاکی از اهمیت این شیوه برای آنان است.

9. استخراج گزینشی وجهت دار فتاوی مراجع شیعه بی شک فقه شیعه به عنوان یک نظام فکری، دارای روشمندی خاصی بوده و اصول هماهنگ و منسجمی را عرضه می کند. از جمله رفتار های ناجوانمردانه وهابیت، استخراج برخی فتاوا، بدون ارائه توضیح در مورد فضای حاکم بر آن حوزه از فقه و تنقیح ادله و تبیین جزئیات و جوانب آن است. تقطیع در برخی فتاوا و ارائه بخشی از آن و رها کردن بخش های دیگر که مکمل آن است، از دیگر اقدامات آنان در همین زمینه می باشد.
10. حذف موارد مخالف مدعیات خود از کتب اهل سنت مشاهده می شود که در سالیان اخیر، جریان هدفمندی جهت حذف برخی روایات، فتاوا و نظر نظرات علمای اهل سنت که مخالف نظرات وهابیت است از کتب اهل سنت صورت گرفته است. هم چنین مقایسه میان برخی نسخ قدیمی و جدید از تراث آنان نشان می دهد که علاوه بر حذف موارد مخالف عقایدشان به بهانه تلخیص کتب، بخش هایی که به مخالفین وهابیت امکان می هد به نقد آرای آنان بپردازند، ارائه نشده و در زمره مباحث تلخیص شده قرار گرفته است. در مواردی هم قسمت های غیر مطلوب برای آنان با گذاردن چند نقطه به نشانه «و غیره» تقطیع و آورده نشده است.
11. نگارش کتب به نام علمای شیعه در این کتب، دروغ ها و افتراهایی مطرح می شود و به منظور آنکه این عقاید به شیعیان نسبت داده شود، از اسم علمای نامدار شیعه به عنوان نویسنده این کتب استفاده می شود. این اقدام تا بدانجا پیش رفت که آثاری را به نام علمای برجسته شیعی همچون علامه عسگری و آیت الله سبحانی منتشر نمودند. حضرت آیت الله سبحانی در نامه خود به دکتر قرضاوی - رئیس الازهر - به این مطلب چنین اشاره می فرمایند:
- «آیا اطلاع دارید که در عربستان سعودی و امارات، روزی نمی گذرد مگر این که رساله ای یا کتابی مقاله ای و... آنان حتی به این حد اکتفاء نکرده و کتاب هایی در نقد شیعه، به نام علماء شیعه چاپ و منتشر می کنند. حتی کتابی به نام این جانب و کتابی به نام مرحوم علامه عسگری (رحمه الله) چاپ و منتشر کرده اند و هر دو نفر را مبلغ وهابیت و منتقد شیعه معرفی کرده اند.»
12. مخاطب قرار دادن افراد و طبقات مختلف با شیوه نامه نگاری نگارش ده ها نامه توسط محمد بن عبدالوهاب و بیان اعتقادات و موعظه ها و تذکرات خود در این قالب نشان می دهد که علاوه بر استفاده از هر مکانی برای بیان نظرات، مخاطبین متنوعی را برای این نامه ها در نظر می گرفته است. بررسی شیوه نگارش محتوا و نیز مخاطبین این نامه ها می تواند در آشنا سازی با شیوه های تبلیغ بنیان گذار وهابیت بسیار موثر باشد.
13. بهره گیری از ظرفیت های حج مؤسسات بسیاری هم چون «مجلس الشوی لدعوه و الارشاد»، «مجلس الاعلی و الشئون الاسلامیه»، «رئاسه شئون الحرم المکی و الحرم المدنی»، «الجماعه الخیریه لتحفیظ القرآن الکریم» و.. زیر نظر وزارت حج عربستان، در خدمت تبلیغ وهابیت بویژه در موسوم حج می باشند. لذا وهابیت بیش از هر چیز، مرهون در اختیار داشتن امتیاز تولی گری حج است. بویژه آنکه اغلب مسلمانان خارج از منطقه خلیج فارس، عربستان را جلوه گاه واقعی اسلام و وهابیون را به عنوان پرده داران خانه کعبه، دارای جایگاه والایی می دانند. آنان به خوبی از این فرصت بهره گرفته و در قالب هایی غیر حساسیت زا و به ظاهر عادی، مطامع و اهداف خود را پی می گیرند.
- به طور مثال «مکتب الوکلاء» که متصدی راهنمایی مدیران کاروان ها است، خود به مثابه

مرکزی برای توزیع اقلام تبلیغی وهابیت عمل می کند. در اتوبوس های مربوط به حمل و نقل زوار نیز، با پخش تلاوت هایی از قرآن کریم، به طور غیر مستقیم، همراهی وهابیت با قرآن به مخاطب القا می شود.

14. اتخاذ رویکرد تهاجمی از طریق القای شبهات

از آنجایی که همیشه طرح یک شبهه آسان تر از پاسخ دادن به آن است و زمان قابل ملاحظه ای از مخاطب رقیب، در تبلیغات خود، بهره بسیار می برد. بر همین اساس است که در شهر قطیف و احساء، با کامیون به توزیع کتب ضد شیعی در سطح شهر اقدام نموده و یا در کویت بیش از صد هزار نسخه از کتاب «اهل بیت از خود دفاع می کنند» را در این کشور توزیع نمودند.

مخاطب شناسی وهابیت

گرچه وهابیت نهادهایی را برای سامان دادن امور تبلیغی و ترویجی در میان تمام اقشار و گروه های اجتماعی، ترتیب داده است ولی به شهادت آمارها، نمی توان این فرقه را در مخاطب گیری از تمام اقشار، موفق دانست. تعریف ابزارهای وسیع رسانه ای برای جریان سازی اجتماعی و ترویج منشورات فراوانی با تیراژ های قابل توجه جهت تأثیر گذاری بر اندیشه های اقشار عموماً عامی اجتماع، در کار تأسیس و تقویت دانشگاه ها و مراکز عالی تخصصی جهت آقایان و خانم ها، گواهی بر برنامه ریزی این فرقه بر روی گره های مختلف اجتماعی است. این اقشار هدف، چه در داخل جوامع آنان و برای تقویت باور ها و اعتماد عمومی آن ها به صحت و کار آمدی وهابیت، تحت این تبلیغات قرار گرفته و چه در سایر فرق و ملل، مخاطب دعوت وهابیون می باشند. به طور مثال، اگر در گذشته دیدگاه های سخت گیرانه و متعصبانه وهابیت، مانع از لحاظ کردن زنان جامعه عربستان به عنوان مخاطب فعالیت های دینی و مذهبی بود، امروزه نهاد های علمی و فرهنگی متعددی مختص بانوان تشکیل گردیده است. این نهادها و مراکز، ظرفیت زنان به عنوان نیمی از اجتماع و پرورش دهنده نسل آینده را به خوبی در خدمت اشاعه آرای وهابیت گرفته اند و در نهادینه سازی اندیشه های این فرقه در خانواده ها توفیقاتی کسب نموده اند. کودکان و نوجوانان نیز به صورت ویژه تحت آموزش های اعتقادی قرار داشته و انبوه خردسالان و نوجوانان که در حلقه های تربیتی در مسجد النبی و مسجد الحرام گرد آمده و با حضور مربی، آموزش های قرآنی، حدیثی و اعتقادی می بینند، حاکی از سرمایه گذاری وهابیت بر تربیت از سنین پایه می باشد. نگاهی به محتوای کتب جیبی «متون طالب العلم» که به عنوان متن آموزشی در اختیار این کودکان قرار گرفته و پس از حفظ احادیث آن با دریافت هدایایی مورد تشویق قرار می گیرند، به خوبی نشانگر آن است که مفاهیم مورد تأکید وهابیت چگونه از همان سنین ابتدایی، در ذهن و روان این افراد توطن می یابد. مشاهدات از نحوه رفتار و سلوک اعتقادی این نونهالان و نوجوانان و پرسشگری از آموخته های آنان، هر ناظری را به این اعتراف وا می دارد که بیش از هر چیز، آنان تعصب، جمود و احتراز داشتن از گفتگو و شنیدن سخن و منطق دیگران را آموخته اند. اطلاق عنوان «وزارة التربية و التعليم» به وزارت آموزش و پرورش عربستان خود حاکی از اهتمام وهابیت به تربیت و مقدم دانستن آن بر تعلیم است. در فضای بیرون از قلمرو حکومت وهابیون در عربستان سعودی، مروری بر اکثر منشورات و تولیدات رسانه ای وهابیت و انبوه استدلال های عرفی و عوامانه این آثار، بیانگر آن است که سرمایه گذاری ویژه ای از سوی این فرقه بر روی طبقه عمومی و عوام اجتماع صورت پذیرفته است. تظاهر به عمل گرایی به آموزه های شریعت اسلامی و تلفیق قول و عمل، به آنان امکان داده است خود را نماینده ای از امت حقیقی رسول الله (صلی الله علیه و آله و سلم) جلوه دهند و از همین موضع، مردم عامی را مخاطب تبلیغات خود قرار دهند. استدلالات جدلی و مغالطات

فراوان و تناسب مداخل و مناهج بحث با علایق و ادبیات رایج در میان عوام اجتماع، موجب گردیده پس از ناکامی از همراه سازی اقشار فرهیخته جوامع شیعی و سنی، دل به پذیرش گروه های عامی و کمتر تحصیل کرده ی کشور های دیگر ببندند. گرچه مخاطب عام شیعی چندان به این دعوت ها و تبلیغ ها پاسخ مثبتی نداده است ولی اقشار عامی اهل سنت به ویژه در نقاط محروم و دور افتاده، از این هجمه ها تأثیراتی را پذیرفته اند.

از دیگر سو، در سطح بین المللی و ورای مرز های اطراف حکومت سعودی، بشر تشنه ی معارف آسمانی و وحیانی که از نسخه های بشری خسته شده و پوچی و سر درگمی از زندگی فارغ از معنویت، آنان را آزار داده است، رویکرد جدی به آموزه های حیات بخش اسلامی یافته اند. اینجاست که در آمد هنگفت حاصل از نفت و در اختیار داشتن مراکز قدرتمند تبلیغی، به وهابیت این امکان را داده است که با ساخت مساجد و مراکز اسلامی و از طریق اعزام مبلغ، نگاه های تشنه ی اندیشه های اسلامی را به سمت و سوی خود معطوف نمایند.

این اهتمام به گسترش اندیشه های وهابیت در اقصی نقاط عالم و ضعف گروه های رقیب و در رقابت تجهیزاتی و مالی، در کنار لبخند رضایت آمیز نظام سلطه به نمایش چهره ی وهابی و سلفی از اسلام، به وهابیون امکان داده است در کشور های مختلفی بتوانند نیرو هایی را از میان علاقه مندان و گرایش یافتگان به اسلام برای خود فراهم آورند. از ویژگی های وهابیت آن است که با زمان شناسی و احصاء ویژگی های بومی و فرهنگی، در هر منطقه جغرافیایی خود را در لباس آن قوم و فرهنگ و با لحاظ دغدغه های آنان، عرضه می نماید. اگر در کشور ما، برخی چهره های وهابی با ژستی روشنفکر مآبانه، فراوان سخن از مذمت خرافه گرایی و اعتقادات غیر عقلانی می زنند، و حال آنکه وهابیت مشحون از تحجر و باور های غیر عقلانی است، بی ارتباط با هدف گذاری آنان برای تأثیر گذاری بر قشر دانشجو و تحصیل کرده ی جامعه ایرانی نیست. بدین جهت است که هر چند اندک ولی مخاطبانی از طبقه فرهیختگان جامعه نیز می توان برای وهابیت بر شمرد.

در میان فرق مذاهب نیز ناهمخوانی بنیادین باور داشت های وهابیت با آموزه ها و اعتقادات شیعی منجر گردیده است که علی رغم سرمایه گذاری قابل توجه بر جلب مخاطبان شیعه، بیش از آن نسبت به جوامع سنی ساکن در ایران توجه شده و بر روی همگرایی آنان با اندیشه های وهابیت تمرکز و اهتمام صورت پذیرد.

به خدمت گرفتن ثروت در اختیار وهابیت برای جذب اقشار آسیب پذیر اجتماع و کسانی که به واسطه مشکلات معیشتی در تنگنا قرار گرفته اند، موجب گردیده مخاطبانی نیز از میان این گروه ها بیابند.

شاید یکی از عوامل مهمی که موجب شده هنوز تبلیغات مکتوب و رسانه ای و نیز دعوت های چهره به چهره ی وهابیت ثمره ی چندانی را عاید این فرقه نکند، باور ها و نوع نگاه درون این مکتب فکری است. جایگاه اجتماعی و منزلتی که علمای وهابی برای زنان ملحوظ کرده اند، بزرگترین مانع بر سر آن است که وهابیت بتوانند ظرفیت های برجسته بانوان برای تبلیغات و دعوت های عمومی و بویژه برای جریان سازی اجتماعی بهره ببرد. به همین جهت است که هنوز شاهد تمرکز فعالیت های رسانه ای و تبلیغی بر روی زنان به عنوان مهم ترین انتقال دهنده ی ارزش ها در یک جامع نبوده ایم.

به همین نسبت، ضعف در فعالیت های تبلیغی آنان بر روی کودکان و تأثیر گذاری بر اندیشه های آنان جهت پذیرش و تمایل به آموزه های وهابیت، مانع از آن شده است که جوامع شیعی و سنی در این دو قشر مهم اجتماع، چندان دچار احساس خطر و نگرانی نشوند. مجموع این شرایط موجب گردیده است که نتوان در شرایط برابر رقابتی، وهابیت را در جلب آراء

و تمایلات اقشار مختلف اجتماعی موفق دانست. بیش از اتقان محتوای مورد تبلیغ، به مراتب این ابزارها و امکانات در اختیار آنان و نیز خلاء حضور دیدگاه های رقیب و بدیل بوده است که موفقیت های سطحی و موقتی را برای آنان به همراه داشته است.