

# فعالیت و هابیت در جهان

## فعالیت وهابیت در جهان

وهابیت در بیشتر کشورهای اسلامی فعالیت تبلیغی دارند و خطرناکتر این است که برای تبلیغ از طرفندها و روشهای جدید استفاده می‌کنند. آنها با تحریک اهل سنت و جذب آنها به خود و مطرح کردن اقوال شاذ به عنوان نظر شیعه، عوام گرایبی و تبلیغ عرفی، سرمایه گذاری در خدمات خیریه، دعوت چهره به چهره و دیگر راههای کار آمد تبلیغی برای جذب مردم به خود استفاده می‌کنند. در این مقاله روشهای تبلیغی وهابیت در جهان بررسی شده است.

### رویکرد شناسایی تبلیغ در وهابیت

وهابیت به کمک ثروت قابل توجه در اختیار خود و بهره‌گیری از ابزارها و روش‌هایی که به خدمت گرفته است و همراهی‌هایی از سوی بنگاه‌های عظیم تبلیغاتی نظام سلطه در کنار خود می‌بیند، هجمه گسترده‌ای را بر اندیشه‌ها و باورهای دینی اصیل اسلامی تحمیل نموده است. آنچه خطر این تهدیدات را روز افزون پر رنگ می‌کند تغییر سیاست‌ها، رویکردها و روش‌های تبلیغی وهابیت از حالتی افراط‌گرایانه و تعصب آمیز به وضعیتی تساهل آمیز و همراه با لحاظ اقتضای شرایط زمانی- مکانی و نوع مخاطب است. هر مقدار ناسزاگویی‌های گذشته اثر معکوس بر مخاطبین می‌گذاشت، غیر مستقیم گویی و انعطاف و نرمی در کلام امروز آنان برای مخاطب ابهام آفرین و شبهه‌زا خواهد بود و آنان را به اهداف خود نزدیک‌تر خواهد ساخت. در نگاهی جامع‌تر می‌توان رویکرد های وهابیت را به سنتی و مدرن تقسیم نمود، با این حال در هم تنیدگی روش‌های قدیمی و جدید آنها مانع از آن می‌شود که در این متن بتوان تفکیک جدی میان آنها قائل شد. در ادامه به برخی رویکردها و سیاست‌های تبلیغی وهابیت اشاره می‌شود.

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 يك از این رویکردها خودداری شده است و این در حالی است که می‌توان 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 دیدگاه‌های مخالف، حتی در میان قاطبه اهل سنت است. تکفیر علمای برجسته‌ای از اهل سنت و تحریم آثار مهمی از تراث عامه، گواهی بر این مدعا است. این تنافر و ضدیت که در بدو پیدایش این فرقه بسیار پر رنگ و نمایان دنبال می‌شد، امروزه جای خود را به يك تغییر استراتژیک منفعت طلبانه و مصلحت جوینانه داده است. عصر ارتباطات و رسانه موجب گردیده که افراط‌گرایی 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 يك چرخش مصلحتی، رو بنای اقدامات خود را به گونه‌ای تنظیم کرده‌اند که حداقل اختلاف و تضاد را با دیدگاه‌های 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. بودجه‌های هنگفت در اختیار وهابیون و امکانات گسترده در خدمت آنان، منفعی را برای اهل سنت و ترویج اندیشه‌های 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 بدعت‌های اهل سنت می‌داند برود. به عنوان شاهدی بر این مطلب می‌توان به نام گذاری کتب به صورتی که ملهم وحدت اعتقادی وهابیت با اهل سنت باشد اشاره نمود. مثلاً کتاب‌های «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 می‌کنند.

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 می‌شود. 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 می‌توان 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. عوام‌گرایی و طرح مباحث عرفی

نگاهی به نامه‌ها و خطابه‌های محمد بن عبدالوهاب نشان می‌دهد که مهم‌ترین عامل موفقیت وی در مقایسه با ابن تیمیه را نمی‌توان 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، عرفی‌گرایی و سخن گفتن به زبان عامه مردم و ساده گویی محمد بن عبدالوهاب بود. وی بسیار عوامانه و همانند خود مردم صحبت می‌کرد و لذا توانست اقبال عمومی را با خود همراه سازد و اثر گذار باشد. به نظر می‌رسد کثرت طرح برخی مباحث عرفی در میان قشر عوام جوامع شیعی و سنی نشانگر آن باشد که وهابیت پس از مواجهه با ناکامی‌های حاصل از مکاتبات گفتمان‌ها و مناظرات با علمای برجسته شیعه و اهل سنت و عدم کسب توفیق در اقناع قشر نخبگانی جوامع نسبت به باور داشت‌ها و عقاید افراطی خود جامعه مخاطب خود را به سطح عامه مردم تنزل داده‌اند. در این عوام‌گرایی، 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 می‌شود. این رویکرد توانسته است نظر مساعد برخی از لایه‌های دارای سطح نازل‌تر 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 می‌توان به بحث‌های نام گذاری و نیز ازدواج فرزندان ائمه (ع) به نام‌های 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 می‌بایست 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 و رزانه آنها را مصادره به مطلوب می‌کند.

4. سرمایه‌گذاری بر روی احصاء و آموزش شیوه‌های برقراری ارتباط مؤثر یکی از رویکردهای وهابیت، تمرکز و سرمایه‌گذاری بر فراگیری و به کارگیری شیوه‌های برقراری ارتباطی کارآمد 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 باورهای وهابیت، به یکی از دغدغه‌های ذهنی وهابیت بدل گردد. گرچه تندخویی، تعصب و جمود، در گذشته موجب شده بود که برخوردهای خشن و جاهلانه هیئت‌های امر به معروف در مشاهد شریفه، به عاملی برای طرد زائرین بیت الله الحرام تبدیل شود، ولی امروزه به روشنی قابل مشاهده است که سرمایه‌گذاری ویژه‌ای برای جذب زائرین غیر شیعی کشورهای اسلامی صورت گرفته و تلاش دارند خود را به عنوان سمبل، نماد و الگوی جهان اسلام معرفی نمایند.

برخی زوار کشورهای کمتر توسعه یافته اسلامی در مواجهه با ظاهر گرای وهابیت و توسعه ظاهر شهرهای مکه و مدینه و در خلاء الگویی بدیل، به الگوگیری از باورها و سلوک این فرقه پرداخته و مدینه فاضله را، جامعه‌ای ساخته بر تفکرات وهابیت می‌پندارند. 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 روش‌های کارآمد برقراری ارتباط مؤثر صورت پذیرد. در کنار مراکز مهم تبلیغی هم چون تشکیلات «جماعت تبلیغ» و «الرابطة الاسلامیه» برگزاری دوره‌های 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 ذائقه‌های مخاطب خاص آنان است و طبائع و سلايق را در تولیدات خود ملحوظ می‌کنند. به طور نمونه، کتاب تبلیغی مهمی به نام «دو صد سؤال» از سوی وهابیون به طور گسترده میان زائرین ایرانی توزیع می‌شد. این کتاب که با ادبیاتی ضعیف و غیر سلیس نگاشته شده بود، مجدداً چاپ و با ادبیاتی روان، عنوانی مناسب‌تر و با ظاهری زیباتر در حجمی گسترده‌تر از گذشته توزیع می‌شود. این تغییر، ناشی از درک ضرورت توجه به ذائقه و سلايق مخاطب است.

5. کاستن از حساسیت‌های مخاطب با بکارگیری مبانی و مظاهر شیعی از دیگر رویکردهای 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 می‌کند تا در پوشش نامها 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 نام‌های شیعی برای نویسندگان، انتخاب عناوین کتاب با بهره‌گیری از اصطلاحات رایج در مکتب تشیع و... از جمله این اقدامات است. مهم‌تر از این ظواهر شکلی، تلاش آنان برای نفوذ و رسوخ در باورهای مخاطب شیعی خود از همان مبانی مورد پذیرش او است. وهابیت تلاش می‌کند 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 می‌کند که میان شخصیت حقیقی آن بزرگواران با آن چه در طول تاریخ تشیع از آنان تصویر شده است، تفاوت‌های 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 می‌کنند که آن ذوات مقدس، معاضد و یاریگر مکتب خلفا بوده و نه تنها با آنها خصومتی نداشته‌اند، بلکه محب و دوستدار تمامی صحابه و خلفای راشدین بوده‌اند.

در اینجا است که با بیان شبهات و برخی روایات مجعول و فرازهای تاریخی تحریف شده تلاش می‌کند 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 می‌کنند. نگارش کتبی هم چون: حقیقت توحید از دیدگاه ائمه، اهل بیت از خود دفاع می‌کنند و ... در همین راستا قابل تفسیر است. برخورد گزینشی با منابع و کتب شیعی و تقطیع منفعت طلبانه بخش‌هایی 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 فعالیتهای خدماتی و خیریه‌ای

وهابیت با کپی برداری از اقدامات خیریه‌ای و خدماتی مسیحیت تبشیری در سراسر دنیا که می‌توان آنرا در زمره مهم‌ترین عوامل گسترش مسیحیت نیز در اقصی نقاط جهان بویژه مناطق محروم دانست، به ایجاد مؤسسات خدماتی اهتمام جدی نموده است. تأسیس بیمارستان‌های 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 رنج‌ها در اذهان نیازمندان جلوه‌گر می‌سازد. اعطای کمک‌های مالی به خانواده‌های کم بضاعت و یا پرداخت مبالغی در قبال تغییر آئین و پذیرش باورهای وهابیت، از دیگر اقدامات این فرقه برای توسعه جمعیت خود می‌باشد.

#### 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 رویکردهای تبلیغی با اقتضائات مخاطب و شرایط بومی

مشاهده می‌شود که وهابیون در هر فرهنگ و منطقه جغرافیایی در سالیان اخیر به این سمت حرکت کرده‌اند که جزم اندیشی و جمود فکری خود را کم رنگ کرده و بیش از پیش خود را با نیازهای 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 شعارهای وهابیت قابل انطباق است.

به عنوان شاهدی بر این مطلب می‌توان به حجم انبوهی مطالبی که در رد خرافه‌گرایی از سوی وهابیون در مناطق جنوبی کشورمان بیان می‌شود اشاره کرد. متأسفانه رواج استناد به خواب‌های غیر صادق و وجود برخی اعتقادات خرافی در بخشی از مناطق محروم جنوبی، این

فرصت را به وهابیت داده است که با ژستی منطق‌گرایانه، خود را مخالف خرافه‌گرایی 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 پاره‌ای موارد می‌شود، به وهابیت این امکان را داده است که با بهره‌گیری 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 کیش‌ها و مذاهب، جرأت انجام مناسک خود را نداشته و یا به صورت تحمیلی، عقاید وهابیت را بپذیرند و یا به صورت توریه، رفتارهای گذشته خود را استمرار بخشند. این ارهاب و ایجاد دلهره و ترس را می‌توان زمینه‌ساز فعالیت‌های تبلیغی آتی آنان در آن سرزمین دانست. به همین جهت است که تفکرات آل شیخ، بدون شمشیرهای آل سعود، مجالی برای گسترش نمی‌یافت 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 کتابخانه‌های 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 بین‌المللی  
از جمله اقدامات وهابیت، عضویت و حضور در برخی نهادها و مجامع مهم بین‌المللی است. عضویت «الرابطه الاسلامیه» در برخی نهادهای مهم بین‌المللی و بیان عقاید و باورهای خود و تأثیرگذاری بر تصمیمات این مجامع از همین رویکرد برخاسته است.

12. تلاش برای آموزش زبان‌های خارجی به مبلغان خود  
حضور در صحنه‌های بین‌المللی، مستلزم مجهز شدن وهابیت به ابزارهای ارتباطی و از همه مهم‌تر فراگیری زبان‌های خارجی توسط مبلغان است. در سالیان اخیر، تلاش‌های جدی در جهت آموزش زبان‌های خارجی به افرادی که دارای قابلیت تبلیغ باورهای 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، تلاش‌های 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 باورهای دینی وهابیت، زمینه ساز از صحنه برداشتن مهم‌ترین رقیب آنان و در نتیجه فراهم شدن بسترهای تبلیغی جهت آنان است.

14. ارائه تلخیصی و موجز مطالب تبلیغی  
نگاهی به حجم کتب، کلیپ‌ها و محصولات تبلیغی وهابیت نشان می‌دهد، تلاش شده است کتبی در قطع جیبی عرضه و در کوتاه‌ترین و سهل‌ترین روش، پیام مورد نظر آنان به مخاطب منتقل شود. اندازه کوچک این کتب به مخاطب این امکان می‌دهد آن را همراه برده و در فرصت مناسب به مطالعه آن بپردازد.

15. سیاه‌نمایی و افترا زدن و انتساب اکاذیب به تشیع  
وهابیت درصدد است با سیاه‌نمایی و انتساب اکاذیب و بیان تهمت‌ها و افتراهایی در آثار خود،

تصویری تیره و تار از تشیع در ذهن غیر شیعیان ترسیم کند تا بدین وسیله، نفوذ مهم‌ترین رقیب خود را کاهش دهد. بطور مثال در کتاب «الشیعه شاهدون علی انفسهم بالکفر» که بطور گسترده در ایام حج توزیع می‌شود، چنین به شیعیان تهمت زده می‌شود که آنان معتقدند ائمه اطهار(ع) فرزندان خدا هستند و جالب اینجاست که این مطلب خود را به آدرسی مجعول در کتاب «الغدیر» ارجاع می‌دهند در انتهای کتاب نیز عکس‌هایی از یکی از موزه‌های تهران (موزه تاریخ عبرت ایران) که بازتاب دهنده شکنجه‌های انقلابیون ایران توسط شکنجه‌گران 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 دروغ‌گویی‌ها به همین جا ختم نشده و برخی تصاویر جنایات خود و کشتار شیعیان توسط وهابیون در کشورهایمانند عراق و افغانستان را با معکوس نمایی به عنوان اقدامات شیعه بر علیه اهل سنت و وهابیون جلوه می‌دهند و منتشر می‌نمایند. در کتاب «لله ثم للتاریخ» نیز آدرس‌های کذب فراوانی مشاهده می‌شود و نویسنده آن که عالمی شیعه معرفی شده در محضر اساتیدی بوده که اختلاف دوران حیات آنان جای شبهه‌ای را باقی نمی‌گذارد که وهابیت حتی به خود زحمت نداده‌اند دروغ‌های ظاهر الصلاح‌تر و قابل‌باوری در کتب خود ارائه نمایند. بیان این اباطیل، با هدف بهره‌گیری از خلاء امکانات و ابزارهای گسترده و متنوع تبلیغی در میان شیعیان و ارائه تصویری کاذب و غیر واقعی از آنان صورت می‌پذیرد. متهم سازی شیعیان به خرافه‌گرایی و بدعت در این میان، نقش برجسته‌ای دارند.

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

نوع لباس پوشیدن، ظواهر و نحوه رفتار وهابیون درصدد القای این مطلب است که آنان به صورت کامل پیاده کننده آموزه‌های 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 می‌کند 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 رویکردهای تبلیغی وهابیت ندارد ولیکن آنان بدین وسیله تلاش می‌کنند جریانات سیاسی همراه با خود را حاکم ساخته و در این تعامل دو جانبه، از آنان پس از استقرار در ساختارهای سیاسی جهت مطامع خود و زمینه سازی جهت تبلیغات بهره گیرند.

18. ایجاد جاذبه به واسطه طرح شعارهای دلغریب 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 نحله‌ها 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.

روش‌شناسی 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 هم زمان از ابزارهای متفاوت تبلیغی در بخش شناسنامه یا در پایان اکثر کتب تبلیغی وهابیت، مشاهده می شود که آدرس سایت های مهم تبلیغی آنان ذکر شده است. بدین طریق تلاش می-کنند تا با تنوع ابزارها، ذائقه های مختلف را تحت پوشش خود قرار دهند. علاوه بر تبلیغ چهره به چهره پخش مکتوبات و حضور جدی در فضای سایبری، شبکه های ماهواره ای نیز از ابزارهای مهم تبلیغاتی آنها می باشند. به طوری که از 1800 شبکه ماهواره ای فعال در منطقه، حدود 300 شبکه به مقابله با فرهنگ اهل بیت (علیهم السلام) می پردازند. بر همین اساس است که در جریان اهانت يك روحانی شیعه با عایشه در لندن، مدت ها 19 شبکه ماهواره ای به صورت همزمان و مداوم به پخش برنامه محکومیت این اقدام، اهتمام ورزیدند.
2. ایجاد راه های دسترسی آسان مخاطب به محصولات تبلیغی آنان از جمله اقدامات سیاست گذاران تبلیغی وهابیت، راه اندازی سایت ها و در اختیار گذاردن آدرس های ایمیلی جهت ارسال درخواست مخاطبین برای دریافت رایگان کتب تبلیغی است. متقاضی می تواند 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 عنوان های عام اسلامی به جای تصریح به وهابی بودن در کتب، سایت ها و سایر محصولات تبلیغی وهابیت مشاهده می شود که عناوین آن عام بوده و صرفاً اسلامی بودن آن محصول را نشان دهد. بدین طریق خود را تابلو و نماد اسلام معرفی کرده و فاصله معنادار خود را با فضای کلی حاکم بر کلیت مذاهب اسلامی را کتمان و مخفی نگه می دارند. ضمن آنکه این کار به آنان امکان می دهد برای مخاطب کمتر مطلع و نا آگاه، بدون اینکه وی مطلع باشد تغذیه ای فراهم شود که ناخودآگاه نظام فکری وهابیت را در ذهن او نهادینه می کند.
4. پایان دادن آثار خود با ژستی حق به جانب و همراه با طرح پرسش هایی از مخاطب مشاهده پایان اکثر کتب تبلیغی وهابیت نشان می دهد 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 پرسش هایی از مخاطب می خواهند، 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 باورهای 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 دهد» اشاره می کنند، کتاب وی تحت عنوان «الشیعه و التصحیح» تنها در يك 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 کاباره‌ها، نزدیکی با ستاره‌های سینمایی، اختلاس و کلاهبرداری و ... مشاهده در روزنامه‌های 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 سخنرانی‌های او می‌باشیم، در زمان آیت الله بروجردی به تدریس رسائل و مکاسب در قم اشتغال داشته و بواسطه حرف‌های بی‌اساس و توهین‌هایش، مردم قم وی را از شهر بیرون نموده‌اند. 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 کرده‌اند 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 اشاره‌ای به آن نمی‌کنند.

6. استفاده از اسامی شیعی در عناوین کتب و نام نویسندگان این اقدام به مخاطب چنین القا می‌کند 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 می‌شود که با توجه به نام‌نوس 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 می‌گیرند. این کار به آنان کمک می‌کند 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 روش‌های مناظره، تلاش می‌کنند از فرصت سرمایه گذاری کمتر حریفان خود بر روی آگاهی از تکنیک‌ها و روش‌های موفقیت در مناظره، سوء استفاده کرده و به کمک این تسلط خود بر فنون مناظره، ضعف‌های محتوایی خود را پوشانده و چهره‌ای پیروز از خود ترسیم نمایند. در کنار مناظره، سخنرانی نیز از جمله قالب‌های مهم وهابیت برای بیان عقاید خود می‌باشد. تعداد قابل توجه مناظرات صوری در شبکه‌های ماهواره‌ای وابسته به وهابیت، حاکی از اهمیت این شیوه برای آنان است.

9. استخراج گزینشی وجهت دار فتاوی‌های شیعه بی شک فقه شیعه به عنوان یک نظام فکری، دارای روشمندی خاصی بوده و اصول هماهنگ و منسجمی را عرضه می‌کند. از جمله رفتارهای 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 بخش‌های دیگر که مکمل آن است، از دیگر اقدامات آنان در همین زمینه می‌باشد.

10. حذف موارد مخالف مدعیات خود از کتب اهل سنت مشاهده می‌شود که در سالیان اخیر، جریان هدفمندی جهت حذف برخی روایات، فتاوا و 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 می‌دهد که علاوه بر حذف موارد مخالف عقایدشان به بهانه تلخیص کتب، بخش‌هایی که به مخالفین وهابیت امکان می‌دهد به نقد آرای آنان پردازند، ارائه نشده و در زمره مباحث تلخیص شده قرار گرفته است. در مواردی هم قسمت‌های 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، دروغ‌ها و افتراهایی مطرح می‌شود و به منظور آنکه این عقاید به شیعیان نسبت داده شود، از اسم علمای نامدار شیعه به عنوان نویسنده این کتب استفاده می‌شود. 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 می‌فرمایند:

«آیا اطلاع دارید که در عربستان سعودی و امارات، روزی نمی‌گذرد مگر این که رساله‌ای یا کتابی مقاله‌ای و... آنان حتی به این حد اکتفاء نکرده و کتاب‌هایی در نقد شیعه، به نام علماء شیعه چاپ و منتشر می‌کنند. حتی کتابی به نام این جانب و کتابی به نام مرحوم علامه عسگری (رحمه الله) چاپ و منتشر کرده‌اند و هر دو نفر را مبلغ وهابیت و منتقد شیعه معرفی کرده‌اند.»

12. مخاطب قرار دادن افراد و طبقات مختلف با شیوه نامه‌نگاری

نگارش ده‌ها نامه توسط محمد بن عبدالوهاب و بیان اعتقادات و موعظه‌ها و تذکرات خود در این قالب نشان می‌دهد که علاوه بر استفاده از هر مکانی برای بیان نظرات، مخاطبین متنوعی را برای این نامه‌ها در نظر می‌گرفته است. بررسی شیوه نگارش محتوا و نیز مخاطبین این نامه‌ها می‌تواند در آشنا سازی با شیوه‌های تبلیغ بنیان گذار وهابیت بسیار موثر باشد.

13. بهره‌گیری از ظرفیت‌های 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 می‌باشند. 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 جلوه‌گاه واقعی اسلام و وهابیون را به عنوان پرده داران خانه کعبه، دارای جایگاه والایی می‌دانند. آنان به خوبی از این فرصت بهره گرفته و در قالب‌هایی غیر حساسیت زا و به ظاهر عادی، مطامع و اهداف خود را پی می‌گیرند.

به طور مثال «مکتب الوکلاء» که متصدی راهنمایی مدیران کاروان‌ها است، خود به مثابه مرکزی برای توزیع اقلام تبلیغی وهابیت عمل می‌کند. در اتوبوس‌های مربوط به حمل و نقل زوار نیز، با پخش تلاوت‌هایی از قرآن کریم، به طور غیر مستقیم، همراهی وهابیت با قرآن به مخاطب القا می‌شود.

14. اتخاذ رویکرد تهاجمی از طریق القای شبهات

از آنجایی که همیشه طرح يك شبهه آسان‌تر از پاسخ دادن به آن است و زمان قابل ملاحظه‌ای از مخاطب رقیب، در تبلیغات خود، بهره بسیار می‌برد. 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 می‌کنند» 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 گروه‌های اجتماعی، ترتیب داده است ولی به شهادت آمارها، نمی‌توان این فرقه را در مخاطب گیری از تمام اقشار، موفق دانست. تعریف ابزارهای وسیع رسانه‌ای برای جریان سازی اجتماعی و ترویج منشورات فراوانی با تیراژهای قابل توجه جهت تأثیر گذاری بر اندیشه‌های

اقشار عموماً عامی اجتماع، در کار تأسیس و تقویت دانشگاه‌ها و مراکز عالی تخصصی جهت آقایان و خانم‌ها، گواهی بر برنامه‌ریزی این فرقه بر روی گره‌های مختلف اجتماعی است. این اقشار هدف، چه در داخل جوامع آنان و برای تقویت باورها و اعتماد عمومی آن‌ها به صحت و کار آمدی وهابیت، تحت این تبلیغات قرار گرفته و چه در سایر فرق و ملل، مخاطب دعوت وهابیون می‌باشند. به طور مثال، اگر در گذشته دیدگاه‌های سخت‌گیرانه و متعصبانه وهابیت، مانع از لحاظ کردن زنان جامعه عربستان به عنوان مخاطب فعالیت‌های دینی و مذهبی بود، امروزه نهادهای 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 گرفته‌اند و در نهادینه سازی اندیشه‌های این فرقه در خانواده‌ها توفیقاتی کسب نموده‌اند. کودکان و نوجوانان نیز به صورت ویژه تحت آموزش‌های اعتقادی قرار داشته و انبوه خردسالان و نوجوانان که در حلقه‌های تربیتی در مسجد النبوی و مسجد الحرام گرد آمده و با حضور مربی، آموزش‌های قرآنی، حدیثی و اعتقادی می‌بینند، حاکی از سرمایه گذاری وهابیت بر تربیت از سنین پایه می‌باشد. 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 می‌گیرند، به خوبی نشانگر آن است که مفاهیم مورد تأکید وهابیت چگونه از همان سنین ابتدایی، در ذهن و روان این افراد توطن می‌یابد. مشاهدات از نحوه رفتار و سلوک اعتقادی این نونهالان و نوجوانان و پرسشگری از آموخته‌های آنان، هر ناظری را به این اعتراف وا می‌دارد که بیش از هر چیز، آنان تعصب، جمود و احتراز داشتن از گفتگو و شنیدن سخن و منطق دیگران را آموخته‌اند. 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 رسانه‌ای وهابیت و انبوه استدلال‌های عرفی و عوامانه این آثار، بیانگر آن است که سرمایه گذاری ویژه‌ای از سوی این فرقه بر روی طبقه عمومی و عوام اجتماع صورت پذیرفته است. تظاهر به عمل گرایی به آموزه‌های شریعت اسلامی و تلیف قول و عمل، به آنان امکان داده است خود را نماینده‌ای از امت حقیقی رسول الله (صلي الله عليه 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 گروه‌های عامی و کمتر تحصیل کرده‌ی کشورهای دیگر ببندند. گرچه مخاطب عام شیعی چندان به این دعوت‌ها و تبلیغ‌ها پاسخ مثبتی نداده است ولی اقشار عامی اهل سنت به ویژه در نقاط محروم و دور افتاده، از این حمله‌ها تأثیراتی را پذیرفته‌اند.

از دیگر سو، در سطح بین المللی و وراي مرزهاي اطراف حکومت سعودی، بشر تشنه‌ی معارف آسمانی و و حیانی که از نسخه‌های بشری خسته شده و پوچی و سر درگمی از زندگی فارغ از معنویت، آنان را آزار داده است، رویکرد جدی به آموزه‌های حیات بخش اسلامی یافته‌اند. 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، نگاه‌های تشنه‌ی اندیشه‌های اسلامی را به سمت و سوی خود معطوف نمایند.

این اهتمام به گسترش اندیشه‌های وهابیت در اقصی نقاط عالم و ضعف گروه‌های رقیب و در رقابت تجهیزاتی و مالی، در کنار لبخند رضایت آمیز نظام سلطه به نمایش چهره‌ی وهابی و سلفی از اسلام، به وهابیون امکان داده است در کشورهای مختلفی بتوانند نیروهای را از

میان علاقه‌مندان و گرایش یافتگان به اسلام برای خود فراهم آورند. از ویژگی‌های وهابیت آن است که با زمان شناسی و احصاء ویژگی‌های بومی و فرهنگی، در هر منطقه جغرافیایی خود را در لباس آن قوم و فرهنگ و با لحاظ دغدغه‌های آنان، عرضه می‌نماید. اگر در کشور ما، برخی چهره‌های وهابی با ژستی روشنفکر مآبانه، فراوان سخن از مذمت خرافه‌گرایی و اعتقادات غیر عقلانی می‌زنند، و حال آنکه وهابیت مشحون از تحجر و باورهای غیر عقلانی است، بی ارتباط با هدف گذاری آنان برای تأثیر گذاری بر قشر دانشجو و تحصیل کرده‌ی جامعه ایرانی نیست. بدین جهت است که هر چند اندک ولی مخاطبانی از طبقه فرهیختگان جامعه نیز می‌توان برای وهابیت بر شمرد.

در میان فرق مذاهب نیز ناهمخوانی بنیادین باور داشت‌های وهابیت با آموزه‌ها و اعتقادات شیعی منجر گردیده است که علی‌رغم سرمایه‌گذاری قابل توجه بر جلب مخاطبان شیعه، بیش از آن نسبت به جوامع سنی ساکن در ایران توجه شده و بر روی هم‌گرایی آنان با اندیشه‌های وهابیت تمرکز و اهتمام صورت پذیر.

به خدمت گرفتن ثروت در اختیار وهابیت برای جذب اقشار آسیب پذیر اجتماع و کسانی که به واسطه مشکلات می‌عشتی در تنگنا قرار گرفته‌اند، موجب گردیده مخاطبانی نیز از میان این گروه‌ها بیابند.

شاید یکی از عوامل مهمی که موجب شده هنوز تبلیغات مکتوب و رسانه‌ای و نیز دعوت‌های چهره به چهره‌ی وهابیت ثمره‌ی چندانی را عاید این فرقه نکند، باورها و نوع نگاه درون این مکتب فکری است. جایگاه اجتماعی و منزلتی که علمای وهابی برای زنان ملحوظ کرده‌اند، بزرگترین مانع بر سر آن است که وهابیت بتواند ظرفیت‌های برجسته بانوان برای تبلیغات و دعوت‌های عمومی و بویژه برای جریان سازی اجتماعی بهره‌برد. به همین جهت است که هنوز شاهد تمرکز فعالیت‌های رسانه‌ای و تبلیغی بر روی زنان به عنوان مهم‌ترین انتقال دهنده‌ی ارزش‌ها در یک جامع نبوده‌ایم.

به همین نسبت، ضعف در فعالیت‌های تبلیغی آنان بر روی کودکان و تأثیر گذاری بر اندیشه‌های آنان جهت پذیرش و تمایل به آموزه‌های 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 دیدگاه‌های رقیب و بدیل بوده است که موفقیت‌های سطحی و موقتی را برای آنان به همراه داشته است.