



مرکز مدیریت حوزه علمیه قم

رساله علمی سطح 3

روش‌شناسی تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی و راه‌کارهای مقابله با آن

استاد راهنما: حجت الاسلام و المسلمین دکتر قاسم ترخان

استاد مشاور: حجت الاسلام و المسلمین دکتر سپاسی

محقق: مهدی عمروآبادی

سال تدوین 1392

چکیده

تبلیغات گسترده ضد دینی در فضای مجازی حاکی از آن است که دولت‌ها و رسانه‌های غربی، گسترش بیداری اسلامی و گرایش به اسلام را تاب نیاورده و با تبلیغات نادرست، می‌کوشند چهره اسلام را در جهان تیره و تاریک نشان دهند و در این میان، از ابزارهای گوناگونی نظیر تولیدات رسانه‌ای، بازی‌های رایانه‌ای، تالارهای مجازی گفتگو و... در جهت دستیابی به اهداف شوم خویش بهره می‌برند. روش‌های تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی به گونه‌ای سازمان‌دهی می‌شود که اغلب، کاربران از درافتادن در دام دین ستیزان آگاه نمی‌گردند؛ تنوع و جاذبه، هویت سازی کاذب، ایجاد سطحی نگری در مخاطب، وارونه سازی حقایق، ایجاد انحراف در جستجو و... تنها بخشی از روش‌های مورد استفاده دشمنان دین در ضدیت با دین است.

در حقیقت، از آنجا که تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی، قوانین، ابزار و روش‌های خاص خود را داراست، بنابراین، روشن است که مقابله با آن نیز نیازمند راه‌کارهای متناسب با همان ابزارها و روش‌هاست. خودسازی مبلغ یک شرط اساسی پیش از اقدام به دیگرسازی است و اقدام در زمینه آموزش‌های بنیادین کاربران، بهره‌گیری از ادبیات و قالب‌های جذاب جهت ارائه محتوای دینی، برقراری پیوند سازنده میان دین و رسانه، افزایش سواد رسانه‌ای در دینداران، حضور فعال مراکز و حوزه‌ها در فضای مجازی، تدوین قوانین جامع، ایجاد مرکز دینی الکترونیکی و... از جمله راه‌کارهای مقابله با تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی است.

واژگان کلیدی:

فضای مجازی، تبلیغات ضد دینی، روش‌شناسی تبلیغات، راه‌کارهای مقابله، سایبر، اینترنت

8	مقدمه
12	فصل اول: مفاهیم و کلیات
13	تعریف واژگان
13	اینترنت
14	فضای "مجازی"
15	فضای "سایبری"
16	روش شناسی
18	تبلیغ
20	کلیات
21	درآمد
22	رویکرد رسانه‌ها در دستکاری افکار عمومی
26	ریشه‌ها و خاستگاه‌های تبلیغات ضد دینی
29	اهداف تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی
32	نقش صهیونیسم در تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی
40	تبلیغ اسلام در برابر تبلیغات ضد دینی
41	ویژگی‌های تبلیغ اسلامی
44	فصل دوم: ابزارهای تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی
45	درآمد
46	چگونگی تأثیر تبلیغ در مخاطب
50	مهمترین ابزارهای تبلیغات ضد دینی
50	1. بازی‌های رایانه‌ای
51	2. خرافات
51	3. پایگاه‌های نوشتاری فضای مجازی
52	4. تالارهای مجازی گفتگو
53	5. ماهواره و الگوسازی
55	6. فیلم
63	فصل سوم: روش‌های تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی

1. تنوع و جاذبه 64
2. هویت‌سازی کاذب 65
3. ایجاد سطحی‌نگری در مخاطب 66
4. وارونه‌سازی حقایق 67
5. ارضای غرایز 68
6. تسخیر روانی مخاطب 71
7. ایجاد انحراف در جستجو 72
8. ترویج معنویت‌های دروغین 73
9. تضعیف ایمان و ایجاد شبهه 79
10. دین در برابر دین 79
- فصل چهارم: راهکارهای مقابله با تبلیغات ضد دینی 81
- درآمد 82
- راهکارهای مقابله با تبلیغات ضد دینی 85
1. آموزش‌های بنیادین کاربران 86
2. ایجاد پایگاه‌های مبتنی بر متون دینی 87
3. بهره‌گیری از جلوه‌های هنری 88
4. حضور فعال در سامانه‌های تعاملی صوتی 88
5. تقویت ارتباطات دنیای حقیقی 90
6. تولید ادبیات و قالب‌های جذاب 92
7. معرفی الگوهای کامل دینی 93
8. برقراری پیوند سازنده میان دین و فضای مجازی 94
9. افزایش سواد رسانه‌ای مبلغان دینی در فضای مجازی 97
10. تنوع در تبلیغ 98
11. ایجاد «مرکز دینی الکترونیک» 99
12. استفاده از نرم‌افزارهای امنیتی پیشرفته 102
13. تقویت و ارتقای باورهای دینی 103
14. حضور فعال مراکز فرهنگی و حوزه‌های علمیه 104
15. اجتناب از یک‌سویه‌شدن اطلاع‌رسانی و تبلیغات دینی 105

106	16. بهره‌گیری از افراد خلاق
106	17. نظارت صحیح و تدوین قوانین جامع
107	18. استقبال از تکنولوژی
108	نتیجه‌گیری
110	فهرست منابع

مقدمه

در طول تاریخ بشری، همواره اندیشه و اعتقادات الهی از جایگاه خاصی برخوردار بوده است و هرگز انسانهای سلطه‌گر و زیاده‌خواه نتوانسته‌اند با توسل به زور، آن را از بین ببرند؛ چرا که ادیان الهی ریشه در فطرت بشری دارند و فطرت از بین رفتنی نیست. با این وجود، از آنجا که مصالح دنیا طلبان-جوئیه در جوامع غربی- در تضاد با دین است، اینان با تمام توان، گرایش به مادیات، لذت‌جویی و انسان‌محوری را اشاعه می‌دهند و بی‌تردید، نمی‌توانند رویش بیش از پیش دین را که شعار پرهیز از دنیا‌طلبی، تأدیب نفس، کمال‌جویی معنوی و خدامحوری را سرلوحه تعالیم خویش نموده است، تحمل نمایند و روشن است که در این هنگامه عظیم، آنچه بیش از هر چیز نقشه‌های پلید این ابرقدرت‌های سلطه‌طلب را نقش بر آب می‌سازد، رشد روزافزون اسلام‌گرایی است که دامنه نفوذ آن تا سرزمین‌های تحت سلطه آنان نیز گسترش یافته است و قلب‌تپنده این جریان در کشور ایران است و از اینرو، تبلیغات ضد اسلامی به عنوان نمونه‌ای از تبلیغات ضد دینی در این رساله مورد بررسی قرار می‌گیرد.

شناخت و شناساندن ارزش‌های دینی از یک سو و موشکافی حرکت‌های ضد دینی در راستای واکنش‌کردن دینداران از سوی دیگر، یکی از مسائل چالش‌برانگیز و مورد توجه پژوهشگران حوزه دین در طی سالهای گذشته بوده است که وجود ادیان و ارزشهای گوناگون رایج در میان سطوح مختلف دینداران نیز بر دشواری این امر افزوده است. یکی از جدی‌ترین آسیب‌های فضای مجازی در حوزه دینی، دسترسی آسان به پایگاه‌های ضد دین است که خود، یکی از موانع تبلیغ دین محسوب می‌شود؛ بر این اساس، یکی از دلایل ضروری ورود دینداران به عرصه فضای مجازی، شناخت دشمنان دین، رفع شبهات، مبارزه با تبلیغات ضد دینی، پیشگیری از اشاعه معنویت‌های دروغین، تبلیغ ادیان الهی و صراط‌مستقیم و کمک به رشد عرفان‌ها و معنویت‌های حقیقی در جهان است. امام خمینی ره درباره اهمیت تبلیغ می‌فرماید: «تبلیغ

که همان شناساندن خوبی‌ها و تشویق به انجام آن و ترسیم بدی‌ها و نشان دادن راه‌گریز و منع از آن است، از اصول بسیار مهم اسلام عزیز است»^۱

با توجه به اینکه فضای مجازی، به عنوان یک نهاد غیرقابل چشم‌پوشی در عرصه ورود به لایه‌های عمیق ذهن و فکر اجتماع- بویژه نسل جدید- است، روش‌شناسی تبلیغات ضد دینی در این فضا و کشف راهکارهای مقابله با این پدیده، بسیار حائز اهمیت است؛ زیرا همانگونه که استفاده صحیح دینداران از این پدیده می‌تواند آن را به ابزاری کارآمد در حوزه تبلیغ دین بدل سازد، بی‌توجهی به آن یا برخوردی منفعلانه با آن نیز قادر است این پدیده را به ابزاری برای تهدید دین و ترویج اباحت‌گری در جهت مقاصد شوم دشمنان دین مبدل نماید.

امروزه، با گسترش روزافزون فضای مجازی در تمامی سطوح جامعه، ابعاد مختلف آن نیز وضوح بیشتری یافته و جنبه‌های گوناگون آن مورد توجه صاحب‌نظران قرار گرفته است؛ بر این اساس، در نقد و بررسی فوائد و مضرات فضای مجازی، تحقیقات و پژوهش‌های خوبی صورت گرفته است. به طور کلی، می‌توان آثار علمی و تحقیقی صورت پذیرفته پیرامون این موضوع را به دو بخش عمده تقسیم نمود: 1. آثار تحقیقی و علمی در خصوص نقش فضای مجازی در ترویج دین؛ 2. آثار علمی و تحقیقی در خصوص شناخت آسیب‌های فضای مجازی.

در بیشتر آثاری که تا کنون منتشر شده است، تنها به برخی از ابعاد، به صورت تخصصی یا حرفه‌ای پرداخته شده است؛ مانند آثار ذیل که می‌توان آنها را از مجموعه آثار نوع اول برشمرد:

حضور دین در فضای سایبر؛ دکتر سعیدرضا عاملی

ضرورت تبلیغ دین در فضای مجازی؛ عباس خسروانی

اینترنت را به فضای تبلیغی تبدیل کنیم؛ قاسم ترخان

^۱ صحیفه نور، ج 21، ص 311

فضای مجازی و تبلیغات دینی؛ محمدعلی موظف روستایی

دین، رسانه و فرهنگ؛ داوود فیرحی

کارکرد علمیات روانی رسانه ای؛ احمد باصری

ابزار و شیوه های تبلیغ دینی؛ ناهید طیبی

بررسی الگوهای تأثیرپذیری مخاطبان از محتوای وسایل ارتباط جمعی؛ جلال محمدی

نقش رسانه ها در تغییر تفکرات جوامع بشری؛ محمدمهدی بهداروند

تبلیغ در فضای مجازی و امر به معروف و نهی از منکر؛ حجت الاسلام برادری

افزایش حملات اسلام ستیزان علیه مسلمانان انگلیس در فضای مجازی؛ مرکز مطالعات فاشیستی،

ضدفاشیستی و پست فاشیستی دانشگاه تیساید Teesside

ضرورت تبلیغ مجازی دین توسط طلاب از طریق ورود به شبکه های اجتماعی؛ حجت الاسلام

قائمی نیا

زمان مجازی؛ تحول در نهادهای مجازی؛ دکتر سعیدرضا عاملی

در اکثر آثار فوق، به بررسی فضای مجازی با امعان نظر به رابطه آن با دین پرداخته شده است و

نقش این پدیده در رابطه با ترویج یا مقابله با دین، مورد بررسی قرار گرفته است؛ بدین ترتیب، می توان

گفت که برخی از این تحقیقات، همسو با موضوع این پایان نامه می باشد اما از جامعیت برخوردار نیست و

در آن، تنها به روش شناسی محض یا تبلیغات ضد دینی و یا راه کارهای مقابله با تهدیدات فضای مجازی

پرداخته شده است و تا کنون، تحقیقات علمی جامعی در خصوص موضوع این رساله یافت نشده است. بر

این اساس، رساله حاضر، به شکلی جزئی تر در پی پاسخگویی به این پرسش اساسی است که «روش های

تبلیغ ضد دینی در فضای مجازی چیست و راه های مقابله با آن کدامند؟» و در این میان، پرسش های فرعی

بیشماری نیز در راستای پاسخگویی به این پرسش اساسی شکل می گیرد؛ نظیر اینکه «تبلیغات ضد دینی در

فضای مجازی با چه اهدافی صورت می‌پذیرد و ابزارهایی که در این مسیر مورد استفاده قرار می‌گیرد، کدام است؟»

رساله حاضر در پی آن است که نوع نگاه کاربران را نسبت به اینترنت و فضای مجازی دگرگون ساخته و آن را به سمت واقع بینی سوق دهد و تا حد امکان، نشان دهد که دین ستیزان از چه روش‌هایی برای تبلیغات ضد دینی خود استفاده می‌کنند و بدین ترتیب، با شناساندن روش‌ها و ابزارهای مورد استفاده آنها، راهکارهای مقابله با آنها را در اختیار مردم و نهادها قرار دهد.

بر این اساس، مهم‌ترین فرضیه نگارنده در پاسخ به پرسش اصلی آن است که شیوه‌های مورد استفاده دشمنان در فضای مجازی برای ضربه زدن به اعتقادات و دین مسلمانان، پیچیده و رمزگذاری شده است اما این شیوه‌های پیچیده در فضای مجازی قابل شناسایی است و برای مبارزه با آن نیز شیوه‌های مناسبی وجود دارد و وظیفه مبلغ دینی آن است که نخست با ابزارها و شیوه‌های دین ستیزان آشنا شود و سپس با تجهیز خود به سلاح‌های مناسب، وارد میدان کارزار گردیده و از دین دفاع نماید.

روش تحقیق رساله حاضر، روش کتابخانه‌ای به صورت توصیفی همراه با تجزیه و تحلیل اطلاعات و یافته‌هاست و در این خصوص، بیش از صد سایت و پایگاه اطلاع‌رسانی در فضای مجازی و بیش از دویست اظهار نظر، سخنرانی و مصاحبه پیرامون موضوع مزبور، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. امید است تحقیق حاضر، گامی کوچک اما موثر باشد در روش‌شناسی تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی و راه‌های مقابله با آن.