

عقدعه:

سیستم‌های اطلاع‌رسانی عصر جدید در اثر گسترش فوق‌العاده اطلاعات و ارتباطات به طور کاملاً محسوس دگرگون شده است، این دگرپرسی تا آنجا بنیادی است که بیشتر اندیشمندان، دنیای جدید را بسط یافته دنیای سنتی نمی‌دانند، بلکه برخی، جهان جدید را انحراف و بدعت در حرکت تاریخ انسانی می‌دانند و برخی معتقدند که این تغییر و تحولات، بسط تدریجی و تکامل تاریخ انسان است.

از جمله مؤلفه‌های مهم و پر قدرت دنیای جدید تبلیغات است. مطبوعات، کتاب، ماهواره، اینترنت، سینما، تلویزیون و... ابزارهای مختلفی هستند که امروزه قدرت‌های بزرگ با استفاده از آن بر مغزهای مردم چیره می‌شوند و با استخدام رسانه‌ها ایده و اندیشه‌های خود را در سراسر جهان تبلیغ و ترویج می‌کنند.

تعریف

تبلیغ: (مراد تبلیغ دین است) رساندن عقاید دینی با وسایل ممکن. **دیجیتال:** (یا اینترنت) شبکه مجازی و جهانی که امکان تبادل میلیون‌ها نوع اطلاعات در حجم‌های گوناگون را فراهم می‌آورد.

تبلیغ دیجیتال: رساندن عقاید دینی از طریق شبکه مجازی و جهانی. به عبارتی: منظور از تبلیغ دیجیتال، علاوه بر احیای ارزش‌ها و اسلوب‌های سنتی تبلیغ، بهره‌گیری از فنون و مهارت‌های گوناگون شبکه مجازی اینترنت، در شیوه تبلیغ دین است.

تبلیغ در جهان معاصر

قدمت تبلیغ به زندگی و ارتباط فکری نوع بشر باز می‌گردد. حساسیت آن در عصر حاضر تا آنجا حیاتی است که امروزه تبلیغ نوین را علاوه بر سه قوه «قانون‌گذاری، اجرایی، قضایی» به عنوان قوه چهارم در اداره جامعه محسوب می‌دانند. دشمنان اسلام امروزه با بهره‌گیری از مدرن‌ترین ابزار تبلیغاتی و با تحقیق بر روی زوایای روانی و غریزی بشر سعی در ادای مؤثرترین روش‌های تبلیغاتی دارند.

با این حال به نظر می‌رسد برای طلبه‌ها، تبلیغ دین در قالب ابزارهای نوین یک ضرورت است که با غفلت از آن، یا برخورد منفی با آن، متحمل زیان جبران‌ناپذیر خواهیم شد.

برای اهمیت آن همین بس که حضرت امام خمینی (ره) می‌فرماید:

تبلیغات مسأله‌ای است پراهمیت و حساس، یعنی دنیا با تبلیغات حرکت می‌کند، آن قدری که دشمنان ما از حربه تبلیغات استفاده می‌کنند از طریق دیگر نمی‌کنند و باید به مسأله تبلیغات بسیار اهمیت دهیم و از همه چیزهایی که هست بیشتر به آن توجه کنیم.

در سخنی دیگر می‌فرماید: بدانید جهان روی تبلیغات می‌چرخد.

جایگاه ما، طلبه‌ها:

بی‌گمان یکی از مهم‌ترین وظایف ما طلاب، تبلیغ دین و ابلاغ پیام اسلام است. خداوند متعال می‌فرماید: «... قُلُوا لِقَوْمِكُمْ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ.» این آیه را زیاد دیده‌ایم و به بخش ابتدایی آن برای وجوب تفقه و اجتهاد «جواز تقلید عوام» استدلال کرده‌ایم. اما شاید به بخش دوم آن کمتر توجه کرده‌ایم که هدف از اصل تفقه هم انداز مردم است «لِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ» که مفادش همان تبلیغ دین خداوند است.



محمد تاطقی / دانش‌پژوه کارشناسی ارشد فلسفه / افغانستان

قرآن کریم در جای دیگر، رسالت رسول اکرم و پیامبران الهی را نیز تبلیغ می‌داند: (ما علی الرسول الا البلاغ).

حضرت امام خمینی (ره) خطاب به علما و روحانیون می‌فرماید: همان‌طوری که تحصیل یک تکلیف است تبلیغ بالاتر از اوست.

تبلیغ در دنیای روز بایستی به روز باشد

لازمه تأثیرگذاری در دنیای معاصر به کارگیری و استفاده از ابزارهای نوین است. به همین سبب عصر کنونی را عصر ارتباطات خوانده‌اند و اینترنت بارزترین آن است.

از این رو لازم است در تبلیغ علاوه بر احیای ارزش‌های سنتی تبلیغ از فنون و شیوه‌های نوین تبلیغی، هنرها و مهارت‌های گوناگون بهره گرفته تا در نشر معارف اسلامی در دنیای روز به روز باشند و با مجموعه اطلاعاتی که از دنیا می‌رسد همگام شده، در کرسی‌های علمی و عرصه جهانی نقش برجسته‌ای ایفا نمایند.

حال که از مهم‌ترین وظایف طلاب تبلیغ دین در کنار تعلیم است، به تکرار می‌رسد در عصر حاضر منبری آماده‌تر و در دسترس‌تر از صندلی رایانه خودشان نخواهد بود که روی آن بنشینید و با فاصله چند لحظه با میلیون‌ها انسان در ارتباط باشید. گفتگو کنید، مطلب بنویسید یا حتی دانش فرا گیرید.

ولی امر مسلمانان جهان، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در این زمینه می‌فرماید:

روحانیت باید به سلاح روز مجهز شود و الا شکست می‌خورد. هم‌چنان که اگر یک لشکر در جنگ نظامی به سلاح روز مجهز نباشد شکست خواهد خورد.

بنابراین آشنایی با ابزارهای نوین تبلیغ در جهان معاصر، برای ما یک ضرورت است، که غفلت از آن، یا برخورد منفی با آن، موجب زیان جبران‌ناپذیر خواهیم شد.



محاسن تبلیغ دیجیتالی

- نداشتن محدودیت زمانی
- نبود محدودیت مکانی
- هزینه کم و مخاطبان زیاد
- مخاطبان متنوع که شاید در مسجد و پای منبر نیابند.
- ارتباط با جهان خارج از کشور
- کمبود محدودیت، زیرا مسایلی که شاید رو در رو گفته نشود نیز مطرح می گردد.
- حتی افرادی که تبلیغ اصطلاحی و سستی را به هر دلیل انجام نمی دهند، در تبلیغ اینترنتی عذر ترس یا کسر شأن را ندارند.
- و...

محدودیت های تبلیغ اینترنتی

- به علت چهره به چهره نبودن، مؤلفه های روان شناختی حضور و عمق نگاه و هیأت ظاهری که در نفوذ تبلیغ مؤثرند، وجود ندارد.
- دسترسی نداشتن برخی طلاب یا برخی قشرهای مخاطب به اینترنت
- نا آشنایی با اینترنت یا رایانه.

تمام گزینه های فوق از پدیده های تأثیر گذار در عرصه اینترنت است. که در سال های اخیر، انقلابی در اینترنت و فرهنگ استفاده از آن بوجود آورده است. دلیل این امر قابلیت هایی است که در آن ها نهفته است. توضیح همه آن ها باشد به مجال دیگر. در این جا فقط به پدیده وبلاگ پرداخته و فرهنگ استفاده از آن را در تبلیغ دین، بررسی می کنیم.

وبلاگ (weblog) که به آن بلاگ (blog) نیز اطلاق می شود، ترکیبی است از دو کلمه web (به معنای شبکه جهانی) و log (به معنای گزارش روان یا روز نوشت)، و به یادداشت هایی گفته می شود که توسط یک یا چند نفر به صورت روان، هفتگی یا گاه به گاه نوشته شده و در عرصه اینترنت قرار می گیرد. از این رو، وبلاگ نویسی هم فرصت است، فرصتی برای تبلیغ و جنگیدن برای آرمانها، تا مخاطبانی را که اکثرشان جزء، وب گردی هدف دیگری ندارند نوازش نموده، در هوای صاف عبودیت و معرفت پرواز دهد.

شاید با خود بگویید که ابزار، روح ندارند و تبلیغ دوست، همان تبلیغ سینه به سینه و چهره به چهره و منبر است و تبلیغ اینترنتی اثری ندارد. ولی اگر خوب دقت کنیم می بینیم همین ابزار بی روح چه بر سر جوانان ما آورده که حتی وعده های غذایی خود را در محضر شریف این موجود میل می کنند. آنجا فرصت بزرگی است برای انسان های کار آشنایی که هدفی جز تبلیغ دین و عطشی جز هدایت ندارند تا در خلوتش نفوذ نموده و نگذارند در کوچه های بی چراغ اینترنت راه بی راهه روند. تبلیغ دیجیتالی همان راه نفوذ به خلوتگاه اوست، از همان راه که او به دنبالش می گردد.

تبلیغ دین در قالب ابزارهای نوین یک ضرورت است که با غفلت از آن، با برخورد منفی با آن، متحمل زیان جبران ناپذیر خواهیم شد.

تبلیغ دیجیتالی (اینترنتی)

گرچه برخی از ما طلبه ها خود را کمتر از حد تبلیغ می دانند و شاید هم از روی ترس و خجالت تن به تبلیغ نمی دهند و عده ای نیز خود را برتر از حد تبلیغ می دانند و منبری بودن را نقص علمی می پندارند، اما این عذر ها در اینترنت رنگ می یازد. البته این نکته را هم جدی بگیریم که اینترنت امروزه در تمام جوامع بشری به قدری فراگیر شده که در برخورد با بسیاری از مسائل که به نوعی یا فرصت ها و تهدیدهای اینترنتی مواجه هستیم در چنین شرایطی آیا می توان با مسأله اینترنت که تداعی کننده دهکده جهانی، نظام نوین ارتباطات و فناوری اطلاعات است به صورت حذقی برخورد کرد؟ مسلماً پاسخ منفی است. امروزه تمام سازمان ها اعم از علمی، سیاسی، اقتصادی و فرهنگی جهت معرفی خود و نشر عقاید، افکار و محصولات خود از طریق اینترنت تبلیغ می کنند.

حال که از مهم ترین و طائف طلاب تبلیغ دین در کنار تعلیم است، به نظر می رسد در عصر حاضر منبری آماده تر و در دسترس تر از صندلی رایانه خودتان نخواهد بود که روی آن بنشینید و با فاصله چند لحظه با میلیون ها انسان در ارتباط باشید، گفت و گو کنید، مطلب بنویسید یا حتی دانش فرا گیرید.

اینترنت امروزه در تمام جوامع بشری به قدری فراگیر شده که در برخورد با بسیاری از مسائل که به نوعی با فرصت ها و تهدیدهای اینترنتی مواجه هستیم

انواع تبلیغ دیجیتالی

۱. وبلاگ نویسی
۲. سایت های مذهبی
۳. عضویت در کلوب ها و ارتباط علمی و دینی با اعضای آن ها
۴. پاسخ به پرسش ها به صورت offline, online
۵. فرستادن ایمیل های متنوع با موضوعات دینی، عقیدتی، شرعی و اخلاقی...
۶. صحبت و مکالمه اینترنتی
۷. برگزاری کنفرانس های اینترنتی و دعوت افرادی به آن