

عنوان: رسانه‌ها و تبلیغ و اطلاع رسانی در اسلام. نشریه: اعتدال. شماره: ۱۳۸۹/۰۴/۰۱.

بر مخاطب دارند، یکی از ارکان اساسی حیات فکری و بقای معنوی جوامع محسوب می‌شوند، نقشی سازنده‌ای که متأسفانه مورد بی‌اعتنایی قرار می‌گیرد. اول تیرماه هر سال روز تبلیغ و اطلاع رسانی دینی است.

تأمل در آیات الهی این حقیقت مسلم را عیان می‌کند که رساندن پیام خداوند به مردم یک تکلیف انسانی و الهی است.

بنابراین تبلیغ و به موازات آن اطلاع رسانی دینی ضرورت اساسی دنیای امروز است که بدلیل کم‌رنگ شدن معنویت با آسیبهای اخلاقی و مشکلات روانی و اجتماعی بسیاری واجه شده است.

در این میان از جمله ابزارها و وسائلی که در امر اطلاع رسانی دینی باید فعال بوده و تحولات و مباحث فکری و نظری حوزه دین را دقیق، صحیح و کامل به اطلاع مخاطبان و تشنگان معرف برسانند، رسانه های مختلف هستند.

اما آنچه امروز در رسانه های کشور ما اعم از تلویزیون، رادیو، روزنامه ها و خبرگزاری ها بسیار کم‌رنگ و حتی در بسیاری موارد بیرنگ بوده و کمترین توجه ها را به خود معطوف می‌کند، مقوله دین و فعالیت ها و مباحث مرتبط با این حوزه است.

**انعکاس محدود اخبار دینی**

رسانه های ما در این مورد تنها به انعکاس بسیار محدود شوگریشی برخی برنامه‌های این حوزه اکتفاء کرده، از پرداخت عمیق به مباحث و روز آمد کردن بسیاری از مسائلی که به عنوان دستورالعمل زندگی ضرورت دنیای امروز و اقشار مختلف هستند غافل هستند.

اطلاع رسانی دینی انتقال صحیح اطلاعات دینی مربوط به دین به صورت عام، دین اسلام به صورت خاص و مکتب اهل بیت به صورت ویژه، مطابق با واقعیت و حقایق متناسب با آن است، اما روزانه چقدر از این مباحث و مسائل را در رسانه های خود مشاهده می‌کنیم.

روزنامه ای وجود دارد که صفحه و یا حتی ستونی ثابت برای درج مطالب مرتبط با دین داشته باشد؟ چند درصد اخبار کثیر و بی‌شماری که از طریق شبکه های مختلف تلویزیونی و سایت های خبری منعکس می‌شوند به اخبار دینی اختصاص دارند؟

**عدم جامعیت و فراگیر بودن اطلاع رسانی دینی**

عدم جامعیت و فراگیر بودن اطلاع رسانی دینی نقطه ضعف بزرگی است که مشاهده می‌شود و باید در نظر داشت هدف ما از اطلاع رسانی گستره‌ای وسیع، برای تمام بشریت است یعنی به انسانهایی که در دنیای امروز زندگی می‌کنند مرتبط است.

زیرا دین مقوله ای کاملاً مردمی، مرتبط با مردم و در ارتباط تنگاتنگ با آنان است.

طی سالهای اخیر که دشمنان اسلام برای تضعیف دین اسلام فعالیتهای مختلفی داشته و به هر شیوه ای برای تحریف چهره اسلام و مسلمانان متوسل شده‌اند، توجه عمیق و همه جانبه رسانه ها به این مقوله بیش از پیش اهمیت دارد. این توجه و اهتمام رسانه ای همچنین به رفتای معرفت دینی و تعمیق باورهای معنوی و اعتقادی و رفع برخی آسیبها و بدعتها از دین نیز کمک شایانی می‌کند.

رسانه‌ها مکمل و تقویت کننده مُبلغان دینی شک نیست در زمینه تبلیغ و گسترش آموزه های «دینی» رسانه ها مکمل و تقویت کننده فعالان تبلیغی دینی کشور هستند که می‌توانند با انعکاس شایسته و بهره گیری از جذابیت های خبری و گزارشی، در این زمینه نقش مؤثری ایفاء، طیف و اقشار مختلف و بیشتری را تحت پوشش قرار دهند.

به نظر می‌رسد با وجود تعدد شبکه های مختلف تلویزیونی و رادیویی، روزنامه ها و خبرگزاری ها، دین از جمله موضوعات مغفول است که عنایتی به آن نشده، بدون توجه به اهمیت و حساسیت هایی که دارد، رسانه های ما بی تفاوت از کنار آن می‌گذرند.

**رنج دنیای امروز از ضعف معنویت**

در دنیای امروز که از ضعف معنویت رنج می‌برد و در نقاط مختلف جهان، رهبران دینی و حتی سیاسی، این ضعف را عامل بسیاری از ناهنجاریها و آسیب های فردی، خانوادگی و اجتماعی جوامع می‌دانند، در کشور اسلامی ایران نباید و نمی‌توان از این مقوله مهم، اساسی و سرنوشت ساز سادہ گذشت.

**بی تفاوتی جامعه نسبت به فعالیتهای دینی**
از آنجا که دستگاههای مختلف تاکنون نتوانسته‌اند عملکرد مؤثر و مثبتی داشته باشند، تبلیغات دینی اثرگذاری خود را از دست داده

و نتیجه به نوعی در زمینه فعالیتهای تبلیغی و دینی بی تفاوت شده است.

ارتقاء و تعمیق شناخت عمومی از دین و آموزه های آن در سطح جامعه می‌تواند مانعی برای بسیاری از انحرافات و همچنین عاملی برای بسط، گسترش و تعمیق باورها و اعتقادات دینی باشد.

**جواد آرین منش نائب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی:**

**اطلاع رسانی دینی هنوز به جایگاه مناسب خود نرسیده است،**

نائب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس جایگاه اطلاع رسانی دینی را در مقایسه با سایر عرصه‌ها نامناسب دانست و گفت: اطلاع رسانی و شیوه های اطلاع رسانی دینی در رسانه های دیلری و شنیداری از توجه و لعتمام کمتری برخوردار است.
جواد آرین منش نائب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی به مهر اظهار داشت: ما در جامعه ای زندگی می‌کنیم که دین محور فعالیتهای سیاسی، اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی جامعه را تشکیل می‌دهد و آموزه های دینی در واقع مبنای رفتارهای فردی، سیاسی، واجتماعی ما تلقی می‌شود.

وی افزود: جامعه ما آمیختگی دین را با مسائل سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به خوبی ذرک کرده است که در نتیجه آن رفتارهای فردی، اجتماعی و سیاسی مردم ما متأثر از مبانی اعتقادی و دینی است.
آرین منش تأکید کرد: اساساً انقلاب اسلامی بر پایه دین بنا شد. از این رو، می‌توان گفت که اعتقادات و باورهای مردم به دین آموزه های دینی و اعتقاد به خدا و آخرت، نبوت و امامت باعث حرکت مردم در عرصه های اجتماعی و سیاسی انقلاب اسلامی شد.

این نماینده مجلس شورای اسلامی گفت: رمز موفقیت انقلاب اما این بود که یک مجتهد، رهبر دینی و یک مرجع تقلید این انقلاب را رهبری و هدایت کرد و امروز نیز رمز ماندگاری و تداوم راه انقلاب و امام این است که یک مرجع دینی و سیاسی هدایت انقلاب اسلامی را بر عهده دارد. به همین میزان که کشور ما یک کشور دینی است، اطلاع رسانی نیز یک امر ضروری و نیاز همیشگی تلقی می‌شود.

وی در ادامه در رابطه با کم‌رنگ بودن مباحث اطلاع رسانی در رسانه ها گفت: این که اطلاع رسانی و شیوه های اطلاع رسانی و رسانه ها اعم از دیداری و شنیداری نسبت به اطلاع رسانی دینی توجه و اهتمام کمتری به سایر عرصه ها دارند ام‌ری غیر قابل انکار است.

آرین منش در رابطه با علل این نوع اطلاع رسانی گفت: شاید ذائقه مردم از گذشته ها به این نوع اطلاع رسانی عادت کرده و شاید وارداتی بودن شیوه های اطلاع رسانی علت کم‌رنگ بودن مباحث دینی در رسانه ها است. این که ما روشهای اطلاع رسانی را از رسانه های غربی به عاریت گرفته ایم باعث شده است که وزن اطلاع رسانی دینی را در مقایسه با اطلاع رسانی در عرصه های سیاسی و اقتصادی کمتر است و هنوز جایگاه مناسب خود را پیدا نکرده است.

جواد آرین منش گفت: شاید یکی از علل عدم نوگرایی در شیوه های اطلاع رسانی دینی و پردازش اخبار و اطلاعات در عرصه دینی موجب چنین وضعیت شده است. معمولاً اخبار با شیوه های اطلاع رسانی و نوع پردازش آن در ذهن مخاطب از اهمیت بیشتر و یا کمتری می‌یابد. گاهی رسانه ها برخی از اخبار کم اهمیت را چنان با اهمیت جلوه می‌دهند که مخاطب احساس می‌کند که این مهمترین موضوع جامعه است در حالی که چنین نیست.

نائب رئیس کمیسیون فرهنگی مجلس تصریح کرد: مجموعه عواملی دست به دست هم داده‌اند که باعث شده حجم اطلاعات، اخبار و رویدادهای تبلیغی و دینی از آنچه که باید در رسانه ها باشد کمتر است و متأسفانه مخاطب به این وضعیت عادت کرده است.

## رسانه ها و تبلیغ و اطلاع رسانی دینی

وی اضافه کرد: برای مثال برنامه *نود با طرح سؤالی کم‌اهمیت* و شاید صد در صد بی‌اهمیت سه میلیون پیامک دریافت می‌کند این امر نشان دهنده عدم هدایت صحیح جامعه از سوی رسانه ها است.

آیا مهمترین مسئله جامعه ما این است که تیم آبی یا قرمز در فلان مسابقه پیروز می‌شود؟

این در حالی است که برخی از مسائل پراهمیت و حیاتی دینی مردم مورد غفلت قرار می‌گیرد. آرین منش تأکید کرد: باید تلاش کنیم که ذهن مردم را نسبت به مسائل اصلی تر و حیاتی تر سوق دهیم و در این میان مسائل دینی و مذهبی اصلی ترین مسائل حیاتی جامعه است که باید در ذهن مردم اهمیت خود را بازیابی کند.

**آیت الله محمد علی تسخیری دبیرکل مجمع جهانی تقرب مذاهب اسلامی:**

**کارشناسان دینی در رسانه‌های دینی محدود هستند**

دبیرکل مجمع جهانی تقرب مذاهب اسلامی با تأکید بر اینکه اطلاع رسانی دینی و تبلیغ به تعبیر قرآن وظیفه هر مسلمان است، شبهه پراکنی رسانه های غربی در مورد اسلام و مسلمانان را یادآور شد و گفت: کارشناسان دینی در رسانه های دینی محدود هستند.

**آیت‌الله محمد علی تسخیری دبیرکل مجمع جهانی تقرب مذاهب اسلامی** و نایب رئیس اتحادیه بین المللی علمای مسلمان به مهر اظهار داشت: اطلاع رسانی دینی و یا به زبان قرآن «تبلیغ اساس ایفاء آگاهی های عینی است. دبیرکل مجمع جهانی تقرب مذاهب اسلامی تأکید کرد: یک انسان مسلمان در راه رساندن حقایق اسلامی نباید از کسی ترسی داشته باشد. به تعبیر قرآن در آیه ۳۹ سوره احزاب «الَّذِينَ يَبْلُغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ» -  **(همان کسانی که پیام های خدا را ابلاغ می‌کنند و از او می‌ترسند و از هیچ کس جز خدا بیم ندارند و خدا برای حسابرسی کفایت می‌کند).**

وی با اشاره به اینکه فرهنگ تبلیغ باید عمومی شود گفت: در این راستا وظیفه رسانه های تبلیغی برای انعکاس واقعیتها به مردم بسیار عظیم است.
نایب رئیس اتحادیه بین المللی تصریح کرد: البته با توجه به اینکه ما نسبت به دشمنان اسلام از امکانات کمتری برخوردار هستیم ممکن است سطح تبلیغاتمان یکسان نباشد اما از آنجا که تبلیغات ما دارای پیام است می‌تواند در دلها اثر گذار باشد.

وی با تأکید بر اینکه تبلیغ و اطلاع رسانی دینی وظیفه هر مسلمانی است اضافه کرد: افراد متخصص در امور دینی در این رسانه ها اندک است و از این رو رسانه نمی‌تواند مطالب اسلامی را به خوبی منعکس کند.

تسخیری تصریح کرد: از نظر اشراف باید افرادی قدرتمند و آگاه در رسانه ها حضور داشته باشند تا بتوانند وظایف بزرگ رسانه را در تبلیغ و اطلاع رسانی دینی ادا کنند. این در شرایطی است که رسانه های دشمن در این رابطه بسیار قوی هستند و شبهاتی را در این عرصه پراکنده می‌کنند.
**دکتر علی اصغر محکی مدیرمسئول و سردبیر روزنامه همشهری**

**اهمیت اطلاع رسانی دینی درک نشده است**
مدیرمسئول روزنامه همشهری با اشاره به ضعف اطلاع رسانی دینی در رسانه ها، نبود اطلاع رسانی خثی را مورد تأکید قرار داد و گفت: رسانه‌ها اهمیت اطلاع رسانی دینی را به درستی درک نکرده و از آن غافل هستند.

دکتر علی اصغر محکی مدیرمسئول و سردبیر روزنامه همشهری به مهر در رابطه با اهمیت اطلاع رسانی دینی و توجه به مباحث دینی در رسانه ها اظهار داشت: برای آنها اشاره کرد و گفت: آیا تا کنون در یک کار گروه به بحث عرضه دین میان این قشر اجتماع پرداخته ایم؟

حجت الاسلام سید ابوالحسن نواب رئیس دانشگاه ادیان و مذاهب قم بهمهر در رابطه با اطلاع رسانی دینی گفت: هنوز نتوانسته ایم از شیوه های نوین استفاده و نتوانسته ایم هماهنگ با نیاز انسانها و طبقات مختلف اقشار جامعه برنامه ریزی کنیم.

وی به عنوان مثال به رانندگان کامیون و تبلیغ و اطلاع رسانی دینی برای آنها اشاره کرد و گفت: آیا تا کنون در یک کار گروه به بحث عرضه دین میان این قشر اجتماع پرداخته ایم؟

حجت الاسلام سید ابوالحسن نواب رئیس دانشگاه ادیان و مذاهب قم بهمهر در رابطه با اطلاع رسانی دینی گفت: هنوز نتوانسته ایم از شیوه های نوین استفاده و نتوانسته ایم هماهنگ با نیاز انسانها و طبقات مختلف اقشار جامعه برنامه ریزی کنیم.

وی به عنوان مثال به رانندگان کامیون و تبلیغ و اطلاع رسانی دینی برای آنها اشاره کرد و گفت: آیا تا کنون در یک کار گروه به بحث عرضه دین میان این قشر اجتماع پرداخته ایم؟

حجت الاسلام نواب با اشاره به اینکه

دین برای اقشار و طبقه های مختلف جامعه فرقی ندارد تأکید کرد: نحوه بیان و ادبیات در تبلیغ و اطلاع رسانی دینی میان اقشار و طبقه های مختلف نیز متفاوت است، چرا که درک آنها از مسائل بایکدیگر تفاوت دارد.

بنابراین باید گروه های متشکل از کارشناسان مذهبی و کارشناسان یک عرصه خاص گرد هم جمع شوند تا مسائل و مباحث دینی برای آنها به خوبی ارائه شود.

رئیس دانشگاه ادیان و مذاهب قم تصریح کرد: پزشک متعهد می‌تواند تبلیغ و اطلاع رسانی دینی را میان بیماران خود پیگیری کند، این امر بدان معنا است که استفاده از تمام ابزارها با تمام اشکال برای تمام گروه ها با هدف تبلیغ دینی است. بی تردید تبلیغ برای جوان پر از امید که به سرعت برای اعتکاف نام نویسی کرده و برای انجام هر مراسم دینی پیش قدم می‌شود با تبلیغ و اطلاع رسانی دینی با فردی که در گوشه زندان روزگاری می‌گذراند متفاوت است.

ابوالحسن نواب با تأکید بر اینکه تبلیغ و اطلاع رسانی دینی برای هر قشری باید متناسب با همان قشر ارائه شود گفت: روحانیون جدای از جریان کلی جامعه نمی‌توانند برای تبلیغ و اطلاع رسانی دینی برنامه ریزی کنند. وی گفت: کار دعوت به دین در کشور صورت نمی‌گیرد، فعالیتهای دینی تنها افراد متدین را هدف قرار داده و برای سایر مردم برنامه «دعوت» نداشته ایم و این کار را به رسانه ها به ویژه رادیو و تلویزیون واگذار کرده ایم، درحالی که امر تربیت را نمی‌توان به رسانه واگذار کرد.

حجت الاسلام نواب با تأکید بر اینکه تبلیغ دین باید چهره به چهره باشد و نمی‌توان آن را به رسانه ها واگذار کرد، گفت: افراد متدین در جلسات دینی به طور مرتب شرکت کرده و حتی حضور و غیاب محترمانه اخلاقی نیز در این میان صورت می‌گرفت، اما در رابطه با توزیع سی دی، کتاب و رسانه تضمینی برای پیگیری افراد وجود ندارد و بازخورد آن روشن نیست، از این رو کار تبلیغ دینی باید براساس دعوت و شناخت گروه های مخاطب انجام شود.

**علی اکبر قاضی زاده، روزنامه نگار:**

**مباحث دینی هنوز دل مشغولی رسانه‌ها نشده است**
استاد روزنامه نگاری دانشکده خبر با یادآوری ساختار نظام جمهوری اسلامی ایران و ضرورت پرداخت عمیق به مباحث دینی، گفت: از نظر دینی رسانه‌ها چندان رشد یافته نیستند، ممکن است بخش هایی به دین اختصاص یابد اما تعمیق مباحث به ویژه مبانی دینی در آنها مشاهده نمی‌شود.

علی اکبر قاضی زاده روزنامه نگار و مدرس روزنامه نگاری در دانشکده خبر و دانشگاه آزاد به مهر در رابطه با علل اطلاع رسانی دینی کم‌رنگ در رسانه های امروز گفت: رسانه ها طی سالهای اخیر به مسائل بیرونی دین پرداخته و از عمق مباحث مرتبط با این حوزه غافل بوده‌اند.

این مدرس روزنامه نگاری مرکز تحقیقات رسانه عمل نمی‌کنند. کار رسانه علی الاصول اطلاع رسانی و انعکاس جریانهای موجود در جامعه است.

وی گفت: متأسفانه در شرائط حاضر جریانهای دینی دل مشغولی عمده رسانه ها نیست تا آنها اخبار مربوط به آنها را پوشش داده، منعکس کرده و درباره آنها بحث کنند.

این روزنامه نگار و مدرس دانشگاه تصریح کرد: در جامعه امروز ما برای امور ظاهری دین هزینه های بسیاری صورت گرفته است اما در زمینه های عمیق تر چون اعتقادات قلبی مردم کارهای عمقی صورت نداده ایم.

آموزش و پرورش، دانشگاه ها و به تبع آنها رسانه ها به تعمیق باورهای دینی نپرداخته‌اند و بیشتر ظاهر امر را نمایش داده ایم.

وی یادآور شد: با توجه به ساختار نظام ما، اطلاع رسانی دینی را باید با دید دیگری نگاه کرد، اما تاکنون به صورت عمده کاری در رابطه با آن صورت نگرفته و تنها برخی رویدادهای گسترده دینی انعکاس و بازتابی در رسانه ها داشته‌اند.

این مدرس دانشگاه اظهار داشت: از نظر دینی رسانه ها چندان رشد یافته نیستند، ممکن است ستونهای مختلف و حتی بخشهایی از صدا و سیما به دین اختصاص یابد اما تعمیق مباحث به ویژه مبانی دینی در آن مشاهده نمی‌شود.

**حجت الاسلام حسین روحانی نژاد معاون فرهنگی و تبلیغ سازمان تبلیغات اسلامی**

**«محتوای دین» در رسانه‌ها کم‌رنگ است**
معاون فرهنگی و تبلیغ سازمان تبلیغات اسلامی با اشاره به اهمیت اطلاع رسانی دینی که از آن

به عنوان یکی از رسانتهای پیامبران نام برد گفت: با وجود همه حساسیتی که این مهم دارد، متأسفانه امروز اولویت اول رسانه‌ها اطلاع رسانی و تبلیغ محتوای دین و دستورات الهی نیست.

حجت الاسلام حسین روحانی نژاد معاون فرهنگی و تبلیغ سازمان تبلیغات اسلامی به مهر در رابطه با اهمیت اطلاع رسانی و تبلیغ اظهار داشت: اطلاع رسانی و تبلیغ در اسلام جایگاه والایی دارد چرا که از رسانتهای پیامبران بزرگوار بوده که از جانب خداوند متعال به آنها محول شده است.

وی افزود: وقتی پیامبران می‌خواهند رسالت خود را بیان کنند به تعبیر قرآن در آیه ۶۸ سوره اعراف اظهار می‌دارند: «پیامهای پروردگارم را به شما می‌رسانم و برای شما خبر خواهم امینم».

حجت الاسلام روحانی نژاد تأکید کرد: کسانی که این مأموریت را یافتند، افرادی خدا ترس بوده و از غیر خدا هراسی نداشتند، از این رو تنها حقیقت را مطرح می‌کردند.

در آموزه های دینی ما چه در آیات و چه در روایات توصیه شده فرامین و احکام الهی که مردم باید در جریان آن قرار گیرند با اطلاع رسانی صحیح و دقیق ابلاغ شوند.

معاون فرهنگی و تبلیغ سازمان تبلیغات اسلامی در ادامه گفت: اسلام نیز از ۱۴۰۰ سال گذشته به وسیله پیامبر اسلام(ص)، صحابه و اهل بیت(ع)، علما و بزرگان اهمیت موضوع را حفظ کرده و این افراد تا پایان جان در جهت اطلاع رسانی و تبلیغ دینی مبین اسلام تلاش کرده‌اند.

روحانی نژاد یادآور شد: در طول زمان اتفاقات ناگواری برای مُبلغان حوزه دین رخ داده است اما این استمرار همچنان تداوم دارد.

وی با اشاره به اینکه متأسفانه امروز اولویت اول رسانه های جمعی و گروهی اطلاع رسانی و تبلیغ محتوای دین و دستورات الهی نیست گفت: **رسانه های امروز مسائل سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را اولویت خود قرار داده‌اند.** این مسائل از نگاه دین نیز قابل بررسی است اما شرایط مطلوب این است که رسانه ها بخشی از فضای خود را به فرهنگ دینی اختصاص دهند.

وی همچنین اظهار داشت: استمرار اطلاع رسانی دینی موجب می‌شود تأمل بیشتری در آن صورت گیرد و احکام الهی برای مردم نهادینه شده، جامعه به احکام و دین مبین اسلام بهتر عمل کند.

**مسلمانان فیلادلفیا برای گرامیداشت میراث اسلامی خود رژه رفتند**
صدها نفر از مسلمانان فیلادلفیا عصر روز ۲۹ خرداد ماه به منظور گرامیشت میراث اسلامی خود در خیابان چستانت رژه رفته و جشنواره‌ای نیز برگزار کردند.

این رژه عصرگاه از سوی یک گروه از مسلمانان مونترال، کانادا در فیلادلفیا همراه با آوازه‌ها و ترانه های دینی به زبان عربی برگزار شد. مسلمانان این شهر که از قومیتهای مختلفی چون خاورمیانه ای، آفریقایی و آمریکایی تشکیل شده بودند پارچه نوشته هایی با خود حمل می‌کردند که روی آن به زبان عربی نوشته بود: «لا اله الا الله».

خیره منیز ۲۰ ساله از شهر دیرفیلد ماساچوست که جمعیت معدودی مسلمانان دارد اظهار داشت که همراه دو برادر خود مانی و محمد به شهر فیلادلفیا سفر کرده تا در این رژه و جشنواره اسلامی شرکت کنند تا برادران کوچکش نیز از نزدیک با فرهنگ اسلامی رو به رو شوند و مسلمانان را با لباس سنتی و حجاب اسلامی مشاهده کنند.

منیر دانشجوی مهندسی زیست پزشکی دانشگاه کنکتیک اظهار داشت: می‌خواستم برادران کوچکم با هویت اسلامی خود احساس راحتی داشته باشند.

این رژه رویدادهای آن از سوی دفتر انجمن اسلامی پروژه های خیریه در فیلادلفیا برگزار شد، این انجمن یک سازمان امداد رسانی است که در سراسر آمریکا و کانادا دفاتری تأسیس کرده است. برگزار کنندگان اعلام کردند یکی از اهداف برگزاری این رژه اسلامی نشان دادن چهره معتدل و میانه رو اسلام به غیر مسلمانانی بود که تحت تأثیر تبلیغات نتوانسته‌اند میان اسلام و تروریسم تمایز قائل شوند.

از تعداد مسلمانان آمریکا آمار دقیقی در دست نیست، برخی آمار تعداد مسلمانان آمریکا را بین ۴ تا ۶ میلیون، برخی بین ۵ الی ۷ میلیون و برخی دیگر ۱۷ تا ۲۰ میلیون و حتی بین ۹ تا ۱۳ میلیون نفر برآورد کرده‌اند. باراک اوباما رئیس جمهوری آمریکا در سخنرانی خود در سال ۲۰۰۹ این تعداد را هفت میلیون نفر ذکر کرد.