

# راهبردها و تاکتیک‌های تبلیغات رسانه‌ای وهابیان

احمدی رشاد\*

۱۱۹



سال پنجم / شماره ۶ / بهار و تابستان ۱۳۹۰

## مقدمه

تبلیغات در دنیای پیشرفته امروزی، جایگاه بسیار ارزشمند و تاثیرگذاری را پیدا نموده است؛ آن‌گونه که ادیان و مذاهب بزرگ، امروزه مبالغ هنگفتی را صرف تبلیغ و انتقال پیام خود از طرق مختلف، به‌ویژه رسانه‌های پیشرفته می‌کنند. البته بی‌شک آنچه تبلیغات را مؤثر و کارآمد می‌سازد، استراتژی کارآمد تبلیغی و تاکتیک‌های روانی تأثیر می‌باشد. تدوین استراتژی تبلیغی، به مراتب از جایگاه مهم‌تری نسبت به خود تبلیغات برخوردار است. آنچه که به عنوان «آسیب‌شناسی تبلیغات دینی» می‌توان یاد آوری نمود، یکی فقدان استراتژی منظم و منسجم تبلیغاتی، و دیگر نداشتن تاکتیک‌های روانی تأثیر بوده که نابسامانی «بازخورد» یا به سخن دیگر، نابسامانی نسبت به اثرگذاری در مخاطب را در پی داشته است.

تبلیغات در یک تلقی، کاربرد هریک از شکل‌های برقراری ارتباط جمعی و ملی است که بر پایه برنامه ریزی هدف‌داری استوار باشد و در جهت تأثیر بر افکار، احساسات و اعمال گروه‌های معین به منظوری خاص و با نیتی کلی و نظامی یا سیاسی صورت گیرد.<sup>۱</sup> دو عنصر اساسی در این تعریف، «برنامه‌ریزی هدفمند» و «تأثیر بر

\*. طلبه سطح ۳ (کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات)، مؤسسه عالی علوم انسانی (جامعه‌العلوم).  
۱. صلاح نصر، جنگ روانی، مترجم: محمود حقیقت کاشانی، ص ۴۲۷-۴۲۶.

افکارعامه» می‌باشد که ارتباط وثیقی با ساختار «درونی» و «ذهنی» مخاطبان دارد. وهابیان، با برنامه ریزی هدفمند و بهره‌مندی از امکانات مادی فراوان و با جذب نیروهای حرفه‌ای، به تبلیغات افکار و اندیشه‌های «وهابیت» از طریق رسانه‌های مدرن می‌پردازند. به همین دلیل، تبلیغات رسانه‌ای آنها «روشمند» و برخوردار از تاکتیک‌های روانی «تاثیر» بوده و در عمل توفیقات زیادی نیز داشته‌اند.

آنچه در این مقال حائز اهمیت بوده و باید یادآوری نمود، آشنا سازی با راهبردهای تبلیغات رسانه‌ای و تاکتیک‌های عملیات روانی وهابیان است که در سال‌های اخیر، با بهره‌گیری از این راهبرد، به طور جدی به ذهنیت سازی علیه سایر مذاهب مبادرت ورزیده‌اند. با توجه به این واقعیت که رسانه‌ها اکنون یک نهاد فرهنگی صرف، به حساب نیامده، بلکه خود به وجود آورنده فرهنگ و عامل تشکیل دهنده شبکه فرهنگ می‌باشند<sup>۱</sup>، سعی شده است تا در حد توان، راهبردهای تبلیغات رسانه‌ای و تاکتیک‌های روانی تاثیر که در برنامه‌های رسانه‌ای وهابیان، به کار گرفته شده، مطالعه شود و بر اساس شاخص‌های دینی و منطق رسانه‌ای، مورد ارزیابی و داوری علمی قرار گیرد. امید می‌رود با نقد و بررسی عالمان و فرزندان عرصه دین و رسانه، کاستی‌های آن جبران و از نارسایی‌های آن اغماض شود.

### راهبردهای تبلیغات رسانه‌ای وهابیان

راهبرد و خط مشی اساسی تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، از رویکرد رسانه‌های آنان به مسائل اساسی جهان اسلام قابل شناسایی است. اگر مسائل اساسی جهان اسلام، به عنوان واقعیت ضروری قابل تحلیل در نظر گرفته شود، و آن‌گاه رسانه‌های جهان اسلام، هماهنگ با این وضعیت عمل کنند، می‌توان نتیجه گرفت که استراتژی رسانه‌ای آنها، با توجه به واقعیت‌های جهان اسلام و دفاع از ارزش‌های آن، سامان یافته است.

در هر صورت، میزان «پوشش برنامه‌ای» در سنجش میزان «تعهد» دینی سازمان‌های «رسانه‌ای» نسبت به مسائل اساسی جاری در گستره‌ای اجتماعی، دینی و مذهبی که آن

۱. استوارت ام هوور و نات لاندبای، *بازاندیشی درباره دین، رسانه و فرهنگ*، مترجم: مسعود آریایی‌نیا، ص ۲۲۲.

رسانه‌ها فعالیت می‌کنند، سرنوشت ساز است، و معرف استراتژی و خط مشی اصلی آن رسانه خواهد بود. به عبارتی دیگر، ویژگی‌های اصلی رسانه‌های دینی و میزان تعهد دینی آنان، از میزان «پوشش برنامه‌ای» آنها قابل شناسایی است. وقتی در استراتژی تبلیغاتی «رسانه‌ای» که خود را اسلامی معرفی می‌کند، مصالح اصلی و کلان دنیای اسلام گنجانده نشده باشد، نمی‌توان آن را رسانه اسلامی شمرد.

از سویی دیگر، نوع برنامه‌ها و نوع متن‌های تبلیغات رسانه‌ای، نیز نمی‌توانند بدون ارتباط با استراتژی اصلی آن سازمان رسانه‌ای باشد. به طور مثال، شگردها و تکنیک‌هایی که در یک متن رسانه‌ای به کار می‌رود، مهم است؛ که چه را می‌خواهند بیان کنند و چه چیزی را می‌خواهند اثبات نمایند. وقتی یک سازمان رسانه‌ای، مدعی راهبردی است که محتواهای برنامه‌های آن رسانه، هیچ هماهنگی با آن راهبرد ندارد، معلوم می‌شود که ادعای مطرح شده بی‌اساس و دروغ است.

براساس مطالعاتی که بر روی حدود بیست سایت وابسته به وهابیت انجام گرفت، معلوم شد که این سایت‌ها در حساس‌ترین شرایط جهان اسلام نیز، به مسائل اساسی مسلمانان، توجه کافی مبذول نداشته‌اند. تأسف برانگیزتر آنکه این وب‌سایت‌ها و وبلاگ‌ها بیشترین اهتمامشان را صرف مسائل اختلافی جهان اسلام، فرقه‌گرایی، و تعصبات کور قومی و مذهبی نموده‌اند و از وحدت و فعالیت‌های تقریبی در جهان اسلام، به‌عنوان مهم‌ترین ضرورت دنیای اسلام، غافل بوده و یا به‌طور عمد، به آن نپرداخته‌اند. برای به‌دست آوردن نتیجه قابل تحلیل، ملاک‌ها و معیارهایی برای سنجش و ارزیابی در نظر گرفته شده است و پس از آن، محتواهای این سایت‌ها با توجه به آن شاخص‌ها مورد ارزیابی قرار گرفته شده است. شاخص‌هایی که در این مطالعه به عنوان مهم‌ترین معیار سنجش برنامه‌ای، در نظر گرفته شده، از قرار ذیل می‌باشد:

### ۱. ایجاد تفرقه مذهبی میان مسلمانان

اندیشه «وحدت» و «تقریب مذاهب» مسلمانان بر پایه برادری اسلامی، ریشه در قرآن دارد و پیامبر اسلام ﷺ نخستین منادی وحدت اسلامی قلمداد می‌شود. پس از آن حضرت، امامان معصومین علیهم‌السلام و علمای اسلامی همگی برای وحدت اسلامی فداکاری‌های

زیادی نموده‌اند. در قرون اخیر که «وحدت اسلامی» به دلیل وجود استعمار و از هم پراکندگی مسلمانان، اهمیت جدی‌تر و حیاتی‌تری یافته بود، بازهم علمای اسلامی همچون سید جمال الدین، سید قطب، آیت‌الله بروجردی<sup>(ره)</sup>، شیخ شلتوت، شیخ سلیم و امام خمینی<sup>(ره)</sup> تلاش‌های زیادی کرده‌اند تا اندیشه «تقریب» و «وحدت دینی»، در میان مسلمانان زنده و پاینده به عنوان یک ارزش دینی و اسلامی حفظ گردد. بنابراین، وحدت اسلامی را می‌توان به عنوان مهم‌ترین «شاخص» عمل رسانه‌های دینی کشورهای مسلمان، در نظر گرفت و بر پایه هماهنگی و سازگاری، میزان «تعهد» و «وفاداری» به آن، راهبردها، برنامه‌ها و متن‌های تبلیغاتی رسانه‌های دینی و اسلامی را مورد سنجش و ارزیابی قرار داد.

وهابیان، در سایت‌ها و متن‌های رسانه‌ای خود، کمترین بها و ارزشی را به اندیشه تقریب اسلامی نداده‌اند و حتی در متن‌های اکثر سایت‌ها، تقابل و تعارض با اندیشه دینی تقریب اسلامی، استفاده می‌شود. سایت‌های مورد مطالعه، متن‌هایی را انتشار داده‌اند که به تحریک تعصبات کور مذهبی دامن می‌زنند و اندیشه «تقریب» را آشکارا زیر سؤال می‌برند.

بر همین اساس، تعداد زیادی کتاب الکترونیکی از کتابخانه «سایت ایمان» وابسته به وهابیان، مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت که غالباً به موضوعاتی تفرقه ساز، به‌ویژه اختلافات بین شیعه و سنی اختصاص یافته و به صورت یک جانبه و آشکارا به تکفیر شیعیان پرداخته و اتهامات «رافضیت» و «شرک» را بر آنان روا داشته بودند. در این کتاب‌ها تمامی مسلمانانی که به زیارت قبور اولیا و انبیا به خصوص پیامبر اسلام مشرف می‌شوند، متهم به شرک و پرستش غیر خداوند گردیده‌اند و نیز «وحدت» مسلمانان و اندیشه اسلامی «تقریب» که بعد از انقلاب اسلامی ایران توسط امام خمینی<sup>(ره)</sup> مطرح گردید، مردود شمرده شده است.

بنابراین، استنباط این نکته که رسانه‌های وهابیان، استراتژی ضد «تقریب» را دنبال می‌کنند، چندان دشوار نخواهد بود؛ به اضافه آنکه در خیلی از متن‌ها به صورت آشکارا «وحدت» و «تقریب» اسلامی زیر سؤال رفته و پرسش شده است که با چه کسانی باید وحدت کرد؟ آیا با کسانی که اولیاءالله را به عنوان یاری دهنده عبادت می‌کنند، وحدت

معنا دارد؟ آیا با مشرکان، تقریب معنا دارد؟ «آن بندگانی را که از ماورای عالم به شهادت می‌خوانید، نمی‌توانند به فریاد شما برسند؛ زیرا تمامی بندگان خدا خودشان سراپا نیازمند هستند؟ حال هر چند بسیار صالح و پاک و حتی پیامبر هم باشند، هرگز قادر به نصرت و یاری دادن دیگران نیستند. در این راستا باید به این نکته اشاره کرد که عده‌ای از دوستان جاهل اهل ستمان نیز تحت تأثیر تبلیغات شیعه قرار گرفته‌اند و مثل شیعیان به شدت از اهل توحید بدگویی می‌کنند»<sup>۱</sup>

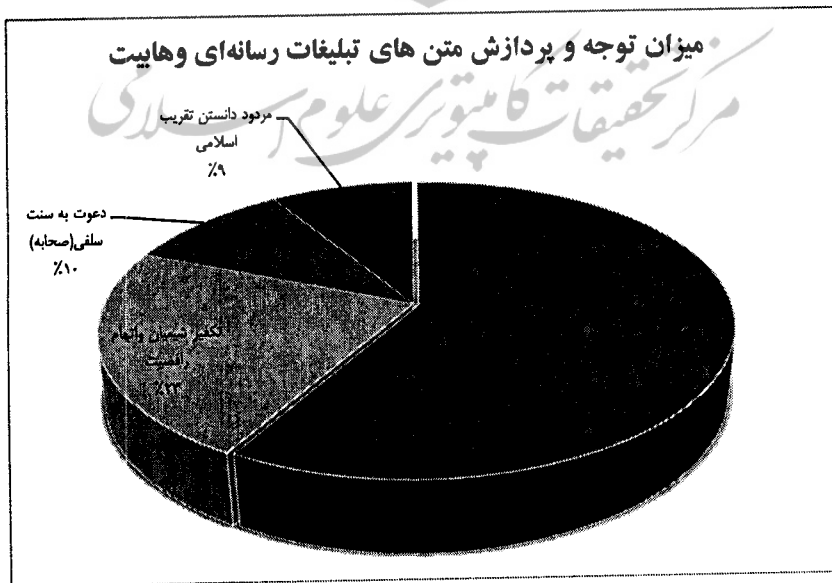
قطب بندی که در این متن مشاهده می‌کنید، یک طیف سازی است که دقیقا به پیروی از دشمنان اسلام که همواره بر طبل دوگانگی شیعه و سنی کوبیده‌اند، انجام گرفته است؛ تا شیعه همیشه دشمن سنی باشد و سنی دشمن شیعه. همیشه بر بدیهیات می‌کوبند و آن‌چنان تکرار می‌کنند که برای مخاطبان مسلم می‌شود که نمودبالله هرکس گفت «یا محمد!» مشرک شده است. مگر کسی منکر نیازمندی انسان در برابر خالق خویش است؟ این بدیهی است، اما «شفیع» و «شاهد» قرار دادن اولیا و صالحان چیزی است که در قرآن وجود دارد و مسلمانان غیر از آنچه که قرآن بدان رهنمون است، چیزی و عملی انجام نداده‌اند.

تحلیل و تبیین دقیق میزان توجه و تمرکز برنامه‌های تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، برای ما این نکته حیاتی را اثبات می‌کند که فراوانی‌های موجود در تحلیل آماری متن‌های تبلیغاتی مزبور، چه به لحاظ «میزان پوشش» برنامه‌ای و چه به لحاظ میزان «واژگان» ثنویت‌ساز و دوئیت آفرین، نمایانگر راهبردهای اصلی تبلیغات رسانه‌ای وهابیان است. آمیختگی این راهبرد، با تاکتیک‌های «تهاجمی» که آنان در پیش می‌گیرند، فرصت دفاع و تأمل را از مخاطبان سلب می‌کند و همانند چکش‌های پی‌درپی که بر صفحه آهن گذاخته فرود می‌آید و آن را به شکل دلخواه در می‌آورد، پیام‌های تبلیغاتی وهابیان نیز با تاکتیک تهاجمی بر گستره ذهنی دینداران فرود آمده و ذهنیت آنان را به شکل مطلوب خود، مهندسی می‌کنند.

لذا راز اینکه آنان باطل را حق جلوه داده و حق را به حاشیه می‌رانند و ما و شما حق را به گوش حق خواهان عالم نمی‌توانیم برسانیم، در همین امر نهفته است. انسان

۱. وهابی کیست و چرا وهابی می‌گویند، سایت اسلام هائوس،

تکفیر می‌کنند، هجو می‌کنند، دروغ می‌گویند و به تحریف تاریخ می‌پردازند، و در عین حال، ملیون‌ها مخاطب دارند و در کار خود موفق‌اند. این بدان دلیل است که آنها با برنامه و به طور مداوم، از تمامی ظرفیت‌های علمی و فنی بهره می‌گیرند و در واقع، ذهنیت سازی می‌کنند، و البته انسان موجودی است تاثیرپذیر و تاثیرگذار. وقتی محیط را آکنده از باطل بسازند، به طور طبیعی انسان باطل را می‌پذیرد و آن را درونی می‌کند و حتی جزء فرهنگ اجتماعی وی می‌گردد. در گذشته میان تاثیر شناختی، عاطفی و رفتاری، تمایز برقرار می‌کردند؛ ولی با پیدایش رسانه‌های ارتباط جمعی، دیگر تفکیک میان آنها دشوار و سخت پیچیده شده است و اغلب تحقیقات علمی نشان می‌دهد که آنچه در بیرون نمود می‌یابد، معجونی از تاثیر «شناختی» و «عاطفی» است و هیچ ترتیب منطقی میان آنها نمی‌توان لحاظ نمود.<sup>۱</sup> بنابراین، انسان در معرض مستقیم رسانه‌ها قرار دارد و نیازهای خود را از رسانه‌ها برآورده می‌سازد و به طور ارادی با رسانه‌ها زندگی می‌کند؛ آن‌سان‌که محیط پیرامونی او را اعمال رسانه‌ای می‌سازد و به وجود می‌آورد.



۱. دنیس مک کوایل، درآمدی بر نظریه ارتباطات، ترجمه محسن ثلاثی، ص ۳۶۰.

## ۲. قضیه فلسطین و سازش با یهود

شاخص مهم دیگری که ملاک سنجش در متن‌های رسانه‌ای وهابیان قرار گرفت، قضایای فلسطین به عنوان پیکره مجروح مسلمانان بود. بررسی‌ها نشان می‌دهد که رسانه‌های وهابیان، نسبت به قضایای فلسطین و لبنان، به ویژه حزب‌الله به عنوان رکن رکن مقاومت در سال‌های اخیر، رفتار مناسبی نداشته‌اند؛ چرا که انتظار آن است که رسانه‌های وهابیان، از برادران مسلمان خود در فلسطین، حمایت نموده و در واقع، استراتژی مقاومت را تبلیغ نمایند، اما برخلاف انتظار، رسانه‌های وهابی همواره بر طبل سازش با یهودیان می‌کوبند و حتی در مقاومت‌های اخیر، یعنی جنگ اسرائیل با حزب‌الله (۲۰۰۷). و مقاومت مردم غزه در برابر هجوم اسرائیل (۲۰۰۹)، تظاهرات مردمی و کمک‌های مالی مسلمانان به حزب‌الله و مردم غزه را کمک به جریان خشونت خوانده و آن را منع و بایکوت می‌کردند.

مفتی اعظم عربستان، تظاهرات علیه اسرائیل را «هیاهو» و به ضرر فلسطین، ارزیابی نموده و آن را حرام اعلان کرده بود<sup>۱</sup> و بالاتر از همه اینها، وهابیان در هنگامی که مسلمانان، شدیداً به همبستگی و انسجام نیاز داشتند، در سایت‌ها و متن‌های خود در تلاش بودند تا توجه افکار عمومی را به انحراف هدایت نموده و القا نمایند که در فلسطین، ایران و شیعیان می‌جنگند، و امت عربی و دولت‌های آن نباید از جریان مقاومت جنوب لبنان که به نفع شیعیان می‌جنگند، حمایت کنند.<sup>۲</sup>

بنابراین، راهبرد اصلی تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، نه تنها به دفاع و حمایت از جریان مقاومت در فلسطین طرح‌ریزی نشده است، بلکه دقیقاً بر ضد مقاومت و تقویت جریان سازش با اسرائیل سامان یافته است؛ زیرا در شرایط جنگ و کشتار فلسطینیان، تضعیف روحیه مقاومت چه معنایی می‌تواند داشته باشد؟! مگر دشمن جز آن، چیز دیگری

۱. نظریه العلماء حول مقاومة الفلسطينيين، الخیمة العربیة،

<http://akhbar.khayma.com/modules.php?name=N>

۲. الممتدی الشیوه نت، مقاله حزب اللات البنانی وعودة الموحس،

<http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html>

می‌خواهد؟ شیعیان، از جریان مقاومت دفاع می‌کنند و از کمک‌های جانی و مالی خود در دفاع از آرمان فلسطین، دریغ نمی‌کنند؛ آیا این به ضرر مسلمانان است؟ به همین دلیل، جریان عمده وهابیان<sup>۱</sup> تمایل دارند که جریان مقاومت (حماس) در مقابل اسرائیل را نابود کنند. این تمایل که تأثیرات شدیدی روی برنامه‌ها و متن‌های تبلیغات رسانه‌ای وهابیان داشته است، نشان می‌دهد که سازمان‌های رسانه‌ای وهابیان، دارای استراتژی معین می‌باشند که شاخص‌های عمده آن، ایجاد فتنه مذهبی، تضعیف مقاومت فلسطین، و دشمنی با شیعه می‌باشد.

اما دشمنی با شیعه چرا ادامه می‌یابد؟ دلیل عمده آن به همین قضایای فلسطین مربوط می‌شود؛ زیرا مهم‌ترین هدف استراتژیک انقلاب اسلامی ایران، دفاع از فلسطین و مبارزه با صهیونیسم بین‌المللی است و هدف مزبور، خط سازش را که سیاستمداران عرب در پیش گرفته بودند، به چالش جدی فرا می‌خواند. از همین رو، وهابیان که سابقه بسیار سیاهی در مبارزه با شیعه داشته‌اند، وارد عرصه شده و با همکاری سیاستمداران سازشکار عرب، جریان افراطی «وهابیت» را دوباره فعال نمودند و دشمنی با شیعه یکی از خط مشی‌های اساسی رسانه‌ای این جریان می‌باشد که امروزه در صدر ارقام و ارقام تولیدات برنامه‌ای آنان قرار گرفته است.

### ۳. مقابله با خطوط فکری شیعه

جریان دشمنی وهابیان با شیعیان، ریشه در تاریخ دارد. قبل از محمدوهابی، ابن تیمیه و تعداد اندکی از علمای حنبلی دیدگاه‌های کلامی و فقهی تندی بر علیه شیعه و معتزله ابراز می‌داشتند.

براساس مطالعاتی که بر حدود ۲۰ متن فرهنگی و تبلیغی رسانه‌ای از سایت‌های مختلف وهابی انجام گرفته است، تمرکز اصلی مقالات، مقابله با شیعه و اصول فکری و اعتقادی آنان بوده و در هر مقاله بیش از ده بار از واژگان «رافضی»، «مشرکین زمان»،

۱. آنها جریان واحدی نیستند.



«کافر» و عناوین زشت و زننده دیگر که برخی از آن واژه‌ها خلاف ادب و اخلاق است، استفاده شده بود. اینها همه نشان‌دهنده آن است که وهابیان، در رسانه‌های خود، دشمنی با شیعه را به عنوان یک استراتژی دراز مدت برای خود اتخاذ کرده‌اند.

اما سؤال اساسی آن است که آیا رخدادهای مذهبی و حوادث سیاسی معاصر، از سنخ تحولات دوران صفوی در ایران است که وهابیان به این شدت به هراس افتاده‌اند و به جنگ تبلیغاتی علیه شیعیان برخاسته‌اند؟ برخی متن‌ها نشان می‌دهد که وهابیان، از رشد و نفوذ شیعه در سال‌های اخیر، سخت بیمناک‌اند و تلاش می‌کنند جلو رشد و توسعه آن را بگیرند.<sup>۱</sup>

باید دید که شیعیان در سال‌های اخیر چه کرده‌اند و چه نکرده‌اند؟ شیعیان پس از انقلاب اسلامی، قاطع‌ترین مواضع سیاسی ضد صهیونیستی را داشته‌اند و به رغم مشکلات فراوان، همچنان از مبارزات آزادی‌بخش فلسطینیان جانبداری نموده و از مقاومت در برابر رژیم اشغالگر قدس دفاع کرده‌اند. شیعیان، مجدانه بر «وحدت» و برادری دینی، همزیستی مسالمت‌آمیز مذاهب اسلامی، و تقریب بین مذاهب، تأکید نموده و در عمل هم به رغم فتنه‌جویی‌های دشمنان، به این اصول پایبند بوده‌اند. همچنین، جا دارد از وهابیان سؤال شود که آیا اصلاحگری دینی با عملیات‌های تخریب‌گرایانه و انفجار در مدارس و مساجد و کشتار مسلمانان تحقق می‌یابد؟ یا با «وحدت» و «تقریب» مذهبی؟ آیا مبارزه با کفار و مشرکین، در سیاست سازش با یهود و رژیم صهیونیستی، تحقق می‌پذیرد؟ و یا با راهبرد مقاومت و حمایت از فلسطینیان در مقابل اشغالگران ممکن می‌گردد؟ آیا با فتوهای کفرآمیز، وحدت دینی و برادری اسلامی برقرار می‌شود؟! اینها پرسش‌هایی است که پاسخی از سوی وهابیان برای آنها وجود ندارد.

۱. المنتدی الشیوه نت، مقاله حزب اللات البنانی وعودة المجوس،

## تاکتیک‌های تبلیغات رسانه‌ای وهابیان

همان‌گونه که در مقدمه این بحث یادآوری شد، تاکتیک‌های تبلیغات رسانه‌ای، جزء جدایی ناپذیر جنگ رسانه‌ای ((Media War می‌باشد که در دنیای پیشرفته امروزی رواج یافته است. استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف دشمن و بهره‌گیری از توان و ظرفیت آنها (اعم از مطبوعات، رادیو، تلویزیون، خبرگزاری‌ها، اینترنت، و اصول تبلیغات یا عملیات روانی) به منظور دفاع از اهداف و منافع است که این سازمان‌های رسانه‌ای را در برابر هم قرار داده است و به منظور رسیدن به این اهداف و تحقق آن، از تمامی آن امکانات بهره می‌برند. جنگ رسانه‌ای یکی از ابعاد برجسته جنگ نرم (Soft War) و جنگ‌های جدید بین‌المللی است؛ یعنی جنگی است که حتی در شرایط امن و صلح، نیز به صورت غیر رسمی ادامه دارد<sup>۱</sup> و شرایط خاص خود را طلب می‌کند. وهابیان در جنگ‌های رسانه‌ای خود با مذاهب اسلامی، در عین اینکه از تمامی امکانات و وسایل فوق، بهره می‌گیرند، تاکتیک‌های خاص و ویژه‌ای را نیز برای تاثیر گذاری به کار می‌گیرند. هرچند پرداختن به تمامی آن تاکتیک‌ها مجال افزون‌تر و فرصت بیشتری را می‌طلبد، اما مهم‌ترین تاکتیک‌هایی که آنان در راهبرد تبلیغات رسانه‌ای خود، از آنها به طور مداوم استفاده می‌کنند، در این مقال و مجال مورد بررسی قرار می‌گیرد.

### ۱. تاکتیک تنها سازی

تنها قلمداد نمودن مخالف، از جمله تاکتیک‌هایی است که وهابیان، برای تنها و بیگانه نشان دادن شیعیان در گستره جغرافیای مذاهب در جهان اسلام، همواره از آن بهره می‌برند. در خیلی از سایت‌های وهابی، پیوسته با این نوع جملات و کلمات شکاکانه تبلیغاتی مواجه می‌شوید که «بیش از یک میلیارد مسلمان، به ادعای شیعیان معتقد نیستند» و یا با ایجاد شک و تردید در منابع و مصادر متقن شیعی می‌گویند: «منابع متقن تمامی مذاهب اسلامی مثل قرآن و صحاح سته آن را (ادعای وهابیان) تایید می‌کنند،

۱. علی اکبر فرهنگی، ارتباطات انسانی، ص ۲۳.

اما شیعه هیچ دلیلی از قرآن و منابع سته ندارد». وهابیان، برای تنها نشان دادن شیعه در جهان اسلام، از این تاکتیک همواره استفاده می‌کنند؛ آن‌گونه که اگر کسانی با این تاکتیک‌ها آشنایی نداشته باشند و به نفوذ مکتب اهل‌البیت علیهم‌السلام در جهان اسلام آگاهی نداشته باشند، فکر می‌کنند که واقعا شیعه اقلیتی غیرقابل توجه بوده، و هیچ مستند و دلیل و برهانی ندارد؛ در حالی که شیعیان برای اثبات عقاید خود حتی به منابع و مستندات خود، به تنهایی بسنده نکرده و تمامی اصول اعتقادی شیعه از طریق منابع اهل سنت، قابل اثبات است و نمونه آن اصل امامت است که مرحوم علامه امینی در کتاب شریف *الغدیر* در حدود ۱۱۰ نفر را نام می‌برد که از طریق مصادر اهل سنت و جماعت، حدیث غدیر را روایت کرده‌اند<sup>۱</sup> روایات صحیحه زیادی از طریق اهل سنت و جماعت در همین صحاح سته وجود دارد که پیامبر اسلام بر دوستی، یاری، عدم عداوت، و همراهی با امام علی علیه‌السلام توصیه نموده‌اند؛ تا آنجا که فرموده‌اند: تا روز قیامت، علی از حق و حق از علی جدا نمی‌شوند.<sup>۲</sup> بنابراین، شیعیان نه تنها از مذاهب اسلامی جدا نیستند؛ بلکه مشترکات فراوانی دارند و قرن‌ها باهم همزیستی مسالمت آمیزی داشته‌اند. اما وهابیان، برای پیش بردن راهبرد تبلیغات رسانه‌ای و عملیات جنگ روانی خود، از تاکتیک «تنها سازی» استفاده می‌کنند و تلاش دارند این گونه القا کنند که شیعه جزء مذاهب اسلامی نیست؛ تا جلو نفوذ روبه گسترش شیعه را بگیرند.

استفاده از تاکتیک «تنها سازی» در استراتژی تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، متأسفانه با اتهامات سنگین و سهمگینی علیه مذاهب اسلامی به ویژه مذهب اهل‌بیت علیهم‌السلام همراه بوده است که پرداختن به آن ما را از اصل بحث دور و به حاشیه خواهد برد؛ به همین منظور، جهت اختصار کلام از آن اجتناب می‌گردد؛ گرچند ضرورت تحلیل و تبیین آن نیز در جای خود، اهمیت دوچندان دارد.

۱. علامه امینی، *الغدیر* ج ۱، ص ۱۴۴-۱۴۱.

۲. محمدحسن شفیعی شاهرودی، *داستان غدیر خم برگرفته از الغدیر علامه امینی*، ص ۱۴.

## ۲. تاکتیک هجوم

وهابیان همواره در موضع تهاجمی قرار دارند و تلاش می‌کنند ایجاد شبهه نمایند. آنان، هیچ‌گاه به دنبال حل مسائل مورد اختلاف نیستند و به طور اصولی، گوش شنوایی برای شنیدن صدای مخالف ندارند. خودشان می‌بافند و خودشان هم جواب می‌دهند. در بیشتر سایت‌های وهابیان، بر جریان امامت، توسل، زیارت قبور پیامبران و امامان، شفاعت و نذر، و خیلی مسائل دیگر اسلامی، ایراد و اشکال وارد می‌شود، و مرتکبین آن، کافر و مشرک خوانده می‌شوند؛ به‌ویژه «شیعه» که تمامی اصول و اعتقاداتش، در معرض حمله‌های سهمگین و سنگین وهابیان قرار گرفته است.

وهابیان، با اذعان به این امر که افکار و عقاید آنان، مقبولیت عمومی ندارد، هیچ‌گاه در صدد بیان دیدگاه‌های خود نیستند؛ بلکه همواره بر دیدگاه‌های مخالفین، هجوم می‌برند و به قول معروف، از تاکتیک «بگیر، که نگیرد» و یا «بهترین دفاع، حمله است» بهره می‌برند. آنان می‌دانند که اگر در مقام پاسخ پرسش‌های اساسی برآیند، کم می‌آورند و از عهده آن برنمی‌آیند؛ از همین رو، تاکتیک تهاجمی را برای نادیده انگاشتن پرسش‌های مخالفان، در پیش می‌گیرند و تا می‌توانند تردید ایجاد می‌کنند و به تشویش اذهان دینداران و متدینان می‌پردازند.

یکی از روش‌های مؤثر و کارآمد «تهاجم»، اصل حمایت از همدیگر است که وبلاگ‌ها و سایت‌های زنجیره‌ای همسو، با تبادل «لینک» و ایجاد پیوند، هرکدام برای دیگری نقش «کاتالیزور» و یاریگر را ایفا می‌نمایند و بدین شیوه، تمامی رسانه‌های وهابی (اعم از سایت‌ها، وبلاگ‌ها، تلویزیون و ماهواره) همه به انتشار مطالب واحد سیاسی، فرهنگی و تبلیغی می‌پردازند.

## ۳. تاکتیک منبع نقاب دار

از دیگر تاکتیک‌های تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، استفاده از «منبع نقابدار» است؛ به این معنا که وهابیان برای طرح یک بحث، و ایجاد تردید در منابع دیگر، یک منبع مبهمی را ادعا می‌کنند و با این منبع ادعایی که در نقاب پیچیده است، منابع دیگر را زیر

سؤال می‌برند. به طور مثال شما برای اثبات یک موضوعی، صدها دلیل متقن و محکم اقامه می‌کنید، طرف مقابل برای اینکه دلایل شما را از کار ببندازد، ادعا می‌کند که تمامی این منابع، ضعیف و غیر قابل قبول است و شما را در برابر یک منبع نقابدار قرار می‌دهد. از همین رو افرادی که اطلاعات حدیثی و رجالی قوی نداشته باشند، در مقابل این «تاکتیک» مغلوب خواهند گردید. «گر با هر کدام از وهابیان، از مفتی اعظم گرفته تا بچه دبیرستانی آنها بحث کنید، به اینها یاد داده‌اند که اگر روایتی در حقانیت حضرت علی علیه السلام خواندند، بگویند ضعیف است و تا وقتی که اینها بروند بررسی سندی بکنند و بیابند، ما فکر دیگری می‌کنیم؛ این روش آنان است»<sup>۱</sup>. وهابیان، از این تاکتیک بسیار بهره می‌برند و متن‌های تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، مملو از کلمات و واژگانی است که نشان دهد منابع حدیثی شیعه ضعیف است. به این سخن توجه کنید: «از امامان شیعیه کتابی قهقی در دست نیست و روایات متضاد و مختلف آنها را در قرون بعد، دیگران جمع آوری کرده‌اند؛ مانند کتب اربعه»<sup>۲</sup> بنابراین، تاکتیک «منبع نقابدار» مناسب‌ترین راه فرار از افتادن به دام استدلال طرف مقابل است که وهابیان، به خوبی از آن بهره می‌برند و شیعیان را فاقد منابع روایی مستند قلمداد می‌کنند.

#### ۴. تاکتیک دستکاری و مبالغه

این تاکتیک، از جمله تاکتیک‌های رایج در تبلیغات رسانه‌ای وهابیان است که همواره اطلاعات دستکاری شده و غلط در اختیار مخاطبان قرار می‌دهند. در دستگاه بنی‌امیه، جعالان حدیث برای اینکه خاندان بنی‌امیه را صاحبان اصلی اسلام معرفی کنند، تا توانستند به خصوص علیه اهل‌بیت پیامبر صلی الله علیه و آله، حدیث جعل نمودند. به عنوان نمونه در برابر حدیث صحیح: «*أَنَّ الْحَسَنَ وَالْحُسَيْنَ سَيِّدَا شَبَابِ أَهْلِ الْجَنَّةِ*»<sup>۳</sup> که منزلت امام

۱. حسینی قزوینی، رد نوشته‌های قرض‌اوی، سایت موسسه تحقیقاتی ولی عصر،

<http://www.porsojoo.com/fa/node/2706>

۲. قلمداران، حیدر علی، رد شیعیان امامیه، سایت وهابی اسلام حاوس

<http://www.islamhouse.com/p/190985>.

۳. احمد بن حنبل، مسند احمد، ج ۳، ص ۳.

حسن علیه السلام و امام حسین علیه السلام را بیان می‌کند: حدیث جعلی «ابوبکر و عمر سید کحول اهل الجنة»<sup>۱</sup> را جعل نمودند، تا بتوانند از عظمت و قدر اهل بیت پیامبر صلی الله علیه و آله بکاهند. شیعه جعل چنین احادیثی را به منظور تأثیرگذاری بر مخاطبان و برابر شمردن فرزندان پیامبر با سایرین، دستبرد و خیانت به مصادر و منابع دینی می‌داند.

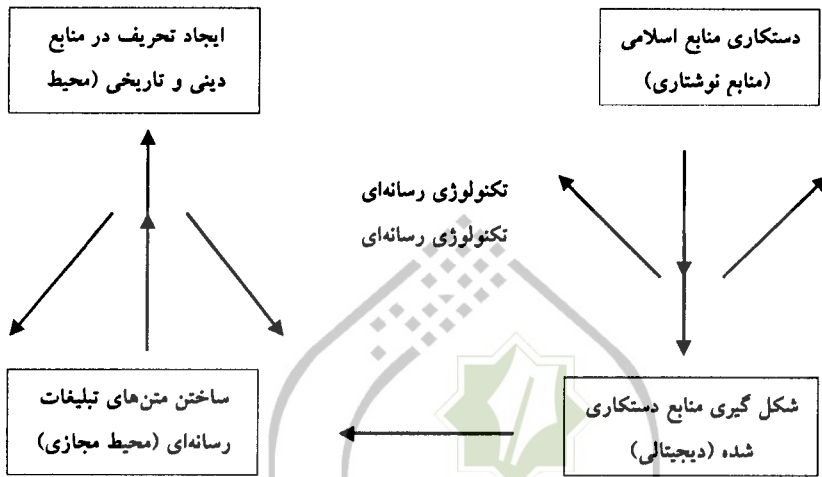
وهابیان، امروز هم در منابع دستکاری می‌کنند و اطلاعات غلط و ضعیف را به شکل مبالغه آمیزی روی خروجی‌های رسانه‌های خود قرار می‌دهند. به یک نمونه توجه کنید که در مورد امام زمان علیه السلام ساخته‌اند: «قائم قیام می‌کند به دستوری نو و کتابی جدید و حکمی جدید که بر اعراب بسی سختگیر است و با آنها جز شمشیر نمی‌شناسد و توبه نمی‌پذیرد و طوسی با تأیید این مطلب از ابو عبدالله روایت می‌کند که: قائم، به امری غیر از آنچه بوده است، قیام می‌کند»<sup>۲</sup>. وهابیان با دستکاری منابع اسلامی و مصادر شیعی، ادعاهای باطلی را مطرح می‌کنند، مثل «قرآن شیعه» و در اینجا «دین جدید» حضرت مهدی علیه السلام که همه اینها دروغ‌های شاخدار افراد لجوج و متعصبان بیخرد است که به نام شیعه در سایت‌های خود قرار می‌دهند، و الا همه می‌دانند که شیعیان، حضرت مهدی را قائم آل محمد می‌خوانند که برای اقامه دین جدش رسول الله قیام می‌کند و عدالت را برپا می‌دارد؛ نه اینکه دین جدیدی بیاورد و کتاب جدیدی را عرضه کند. اما وهابیان نخست روایات را دستکاری می‌کنند و آن‌گاه، مبالغه می‌کنند؛ تا فتنه و نفاق میان مذاهب اسلامی ایجاد نمایند که وقتی یک مسلمان سنی این متن‌ها را می‌خواند، احساس نماید که شیعیان اسلام را قبول ندارند و دین جدیدی را تبلیغ می‌کنند. وهابیان نه تنها به مصادر شیعی دست‌اندازی می‌کنند؛ که منابع اصلی اهل سنت را هم «دستکاری» می‌کنند و روایات مربوط به شیعه و اهل بیت علیهم السلام را تغییر می‌دهند!

البته فرایند تغییر و دستکاری در منابع دینی از جانب وهابیان، بسیار پیچیده است که به نام «اصلاح» از آن یاد می‌شود و مقصود از آن، ایجاد تغییر در منابعی است که از

۱. ابن عساکر، تاریخ مدینه دمشق، ج ۳۰، ص ۱۶۵.

۲. ملازاده، مهدی موهوم شیعیان، سایت ایمان، سایت اهل جماعت و سنت

جانب پیامبر ﷺ در مدح اهل بیت علیهم السلام و فرزندان آن حضرت، به خصوص ولایت امیرالمؤمنین علیهم السلام وارد شده است.



شکل فوق نشان دهنده فرایند نسبتاً پیچیده‌ای است که وهابیان، متون مکتوب دینی را با استفاده از تکنولوژی رسانه‌ای، تبدیل به متون دیجیتالی می‌کنند و در این فرایند، تغییرات دلخواه و دستکاری‌های مغرضانه خود را نسبت به متون دینی اعمال نموده و متون دیجیتالی را تولید می‌کنند، آن‌گاه متن‌های تبلیغات رسانه‌ای خویش را بر پایه متون دستکاری شده ساخته و وارد محیط مجازی می‌سازند و از آنجا که محیط مجازی بریده از محیط واقعی نیست، محیط واقعی نیز تحت تاثیر متون دستکاری شده قرار می‌گیرد.

### نتیجه‌گیری:

بررسی‌ها نشان می‌دهد که میان راهبردها و تاکتیک‌های تبلیغاتی وهابیان و سیاست رژیم صهیونیستی اسرائیل، به ویژه در چرخه «سازش»، همبستگی و همسانی وجود دارد و در عمل نیز در مواضع رسمی اعلان شده علما و سران وهابی، مشاهده می‌شود؛ مانند «تحریم تظاهرات مردم غزه علیه اشغال» و «تکفیر شیعیان و مبارزانی که علیه

اشغال می‌جنگند» و نظایر چنین مواضعی که بارها از سوی علمای وهابی اعلان شده است. براینده راهبردهای تبلیغات رسانه‌ای وهابیان، همان چیزی است که دشمنان اسلام می‌خواهند. اختلاف میان شیعه و سنی و تفرقه مذهبی مسلمانان، از اهداف اصلی آنان بوده و هست و امروزه متن‌های تبلیغاتی وهابیان، به اختلاف، نفاق مذهبی، و جدایی فرقه‌های اسلامی دامن می‌زنند.

دامن زدن به مباحث فرقه‌ای، مانع تعامل مذهبی شده و به تشدید دشمنی میان مسلمانان می‌انجامد. جغرافیای مذهبی مسلمانان در کشورهای اسلامی، واحدهای در هم تنیده است و جدا از هم نمی‌باشند. در درون این قلمروها، شیعه و سنی در کنار هم زندگی می‌کنند و به برادری دینی معتقد هستند و همدیگر را با احترام و حسن همجواری یاد می‌کنند، که نشان دهند «اخوت دینی» است. تاثیر مخرب و ویرانگر اختلافات مذهبی بیش از همه در کشورهای پاکستان و عراق قابل مشاهده است که انسان‌های زیادی را به کام مرگ کشانده و بنیان زندگی مسالمت آمیز دینی آنان را از هم پاشانده است.

بنابراین، از آنچه در این مقال بیان شد، به این نتیجه می‌رسیم که:

۱. وهابیان در متن‌های تبلیغات رسانه‌ای خود، با برنامه و اهداف از پیش تعیین شده عمل می‌کنند و دارای راهبرد و استراتژی معین تبلیغاتی‌اند و می‌دانند که چه کار می‌کنند. آن‌گونه نیست که آنها جمعی نادان باشند که ناخواسته به دام استکبار گرفتار آمده باشند؛ بلکه کاملاً در چارچوب راهبردهای کلانی خود که هماهنگ با استعمار است، عمل می‌کنند.
۲. میان راهبردها و تاکتیک‌هایی که به کار می‌گیرند، همبستگی و پیوستگی وجود دارد و این از دقت و ظرافت کاری‌های رسانه‌ای آنان نشأت می‌گیرد، که تمامی سایت‌ها و وبلاگ‌های آنان، از خط سیر واحدی پیروی می‌کنند؛ آن‌گونه که احساس می‌شود تمامی این سایت‌ها را یک نفر هدایت و مدیریت می‌کند.
۳. میان راهبردها و تاکتیک‌های وهابیان و اهداف و آرزوهای استعمار نیز هماهنگی و همخوانی وجود دارد؛ آن‌گونه که دقیقاً راهبردهای تبلیغاتی



وهابیان، همان اهداف و امیالی را پوشش می‌دهد که رژیم صهیونیستی در منطقه می‌خواهد و این چیزی است که بر خلاف مصالح دینی و مذهبی مسلمانان است و یک مسلمان نمی‌تواند چنین کاری را انجام دهد؛ اما به رغم اینکه فریاد ادعای اسلام‌خواهی وهابیان، گوش فلک را کر کرده است، در واقع، به اسرائیل خدمت می‌کنند.

## فهرست منابع

۱. استوارت ام هوور ونات لاندبای، *بازاندیشی درباره دین، رسانه و فرهنگ*، مترجم: مسعود آریایی‌نیا.
۲. حسینی قزوینی، *رد نوشته‌های قرض‌آوی*، سایت موسسه تحقیقاتی ولی عصر <http://www.porsojoo.com/fa/node/2706>
۳. حسینی قزوینی، *رد نوشته‌های قرض‌آوی*، سایت موسسه تحقیقاتی ولی عصر <http://www.porsojoo.com/fa/node/2706>
۴. خوشنویس (جعفر الهادی)، جعفر، جزوه درسی، مقطع کارشناسی، مؤسسه علوم انسانی، ۱۳۸۵.
۵. شفیعی شاهرودی، محمد حسن، *داستان غدیر خم برگرفته از الغدیر علامه امینی*، مؤسسه میراث نبوت، قم ۱۴۲۸. ه. ق.
۶. علامه امینی، *عبدالحسین، الغدیر فی الکتاب والسنة*، ناشر مرکز الغدیر للدراسات الاسلامیه، چاپ قم، ب. ت.
۷. فرهنگی، علی اکبر، *ارتباطات انسانی*.
۸. قلمداران، حیدر علی، *رد شیعیان امامیه*، سایت وهابی اسلام حاوس <http://www.islamhouse.com/p/190985>
۹. ملازاده، مهدی موهوم شیعیان، سایت ایمان، سایت اهل جماعت و سنت <http://www.eeman.ir/book1.htm>
۱۰. المنتدی الشیوه نت، مقاله حزب اللات البنانی وعودة المجوس

<http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html>

۱۱. المنتدى الشیوه نت، مقاله حزب اللات البنانی وعودة المجوس

<http://forum.sh3bwah.maktoob.com/p1616116-1.html>

۱۲. نصر، صلاح، جنگ روانی، مترجم: محمود حقیقت کاشانی، تهران، انتشارات سروش.

۱۳. نظریه العلماء حول مقاومة الفلستینیه، الخیمة العربیه

<http://akhbar.khayma.com/modules.php?name=N>

۱۴. وهابی کیست و چرا وهابی می گویند، سایت اسلام هاوس

<http://www.islamhouse.com/p/190985>



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی