

روش شناسی تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی

و

راهکارهای مقابله با آن



مرکز نسرا سازمان فضای

مجازی بسیج استان یزد

✉ @NASRA_YAZD

📷 @NASRA.YAZD



برگرفته از پژوهش:

«شیوه ها و روش های تبلیغ دین در فضای مجازی»

مهدی عمروآبادی، دکتر محمد اسماعیل عبداللهی، محمد کرمی نیا



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

چکیده

تبلیغات گسترده ضد دینی در فضای مجازی، حاکی از آن است که دولت‌ها و رسانه‌های غربی، گسترش بیداری اسلام و گرایش به اسلام را تاب نمی‌آورند و با تبلیغات نادرست، می‌کوشند چهره اسلام را در جهان، تیره و تار نشان دهند. شناخت روش‌های جدید و گوناگون در این زمینه، به مسلمانان کمک می‌کند با آشنایی راهبردی تاکتیک‌های دشمن، محتوای غنی دینی را متناسب با نیاز مخاطب ارائه نماید.



عمده ترین تاکتیک های دشمن در تبلیغات ضد دینی

نمایش زننده برخی اعتقادات غیر دینی به نام دین

پررنگ نمودن عرفان های کاذب و انحرافی به عنوان گرایشات دینی

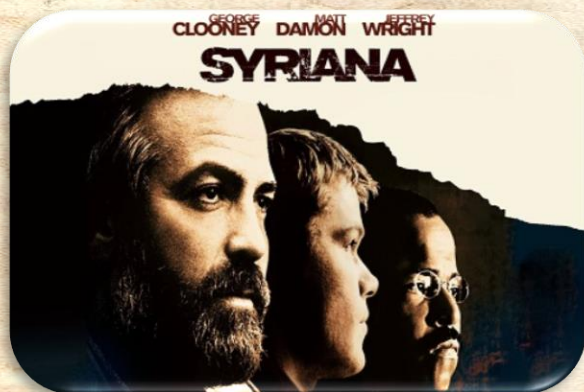
تولید ابزارهای جدید و متنوع در عرصه تکنولوژی در راستای اشاعه فحشا و دین گریزی

کاربران و به ویژه نوجوانان

سوء استفاده از نقاط ضعف حکومت های اسلامی در استفاده از تکنولوژی های نو در

عرصه نظارت و مدیریت

رسانه ها، مؤسسات و اشخاص در غرب با ساخت فیلم های ضد دینی و اسلامی، توهین به مقدسات، چاپ کتاب و کاریکاتور، پاره کردن کتاب مقدس قرآن و ایجاد هزاران سایت ضد دینی در فضای مجازی، هدفی جز تضعیف و تخریب چهره اسلام و مسلمانان نزد سایر ملل غیر اسلامی ندارند تا به این وسیله در راستای تحقق اهداف صهیونیست ها خدمت کنند و سبب جلوگیری از گرایش مردم جامعه خود به دین اسلام شوند.





یکی از جدی ترین آسیب های فضای مجازی در حوزه دینی، **دسترسی آسان** به پایگاه های **ضد دینی** است که یکی از موانع تبلیغ دین محسوب می شود. **دسترسی آسان** به سایت های **ضد دینی** و نبود اعتبارات کافی برای تبلیغ **دین** از ضعف های تبلیغ دین به شمار می رود که باید تلاش نمود از این فعالیت های **ضد دینی** در فضای مجازی ممانعت کرد.



شیوه ها و روشهای تبلیغ دین در فضای مجازی

تبلیغ دینی، ماهیت و مختصات خود را دارد که آن را از دیگر انواع تبلیغ متمایز می کند؛ **غیر حسی بودن غالب مفاهیم دینی، ابتدا بر حکمت و تدبیر، فراگیری و سادگی، شفافیت و بلاغ مبین** از جمله ویژگی های تبلیغ دینی است؛ بدین سان **بیان نرم، تبشیر و انداز** از مختصات هندسی تبلیغ دینی است.

ویژگی های تبلیغ سنتی در جهان اسلام

پیوند تبلیغ دینی با شخصیت، اخلاق، رفتار و به طور کلی سیمای عمومی مبلغ

پیوند تبلیغ دینی با عنصر مکان «مسجد»

فقدان فضای رقابتی جدی در تولید یا توزیع پیام

تبلیغ سنتی در جهان اسلام تجرب های طولانی و ویژگی های منحصر به فردی دارد و همین ویژگی ها نیز زمینه های توفیق و احیاناً نارسایی تبلیغ سنتی در دنیای جدید را فراهم نموده است.



شیوه های گوناگون تبلیغ و نشر دین در فضای مجازی

❁ ایجاد پایگاه های مبتنی بر متون دینی و قلم زدن در این عرصه؛ تکرار واژه قلم در قرآن کریم نشان دهنده عظمت نوشتن و نویسندگی است.

❁ جلوه های هنری؛ زبان هنر، زبان بین المللی است و هر چند قلم زدن و خطابه و بیان نیز هنر است؛ ولی هنرهایی مثل نقاشی، نمایش، فیلم، کلیپ های کوتاه تأثیرگذار، آلبوم های تصویری زیبا و... از جمله هنرهایی است که بدون استفاده از تکلم، می توان از طریق آنها پیام رسانی کرد.

❁ حضور فعال در سامانه های تعاملی صوتی و ارتباط صوتی و بیانی با کاربران؛ یکی از متداول ترین انواع شیوه های تبلیغ، بیان است.

دلیل و ضرورت استفاده از اینترنت در جوامع اسلامی

از بین رفتن مرزها و محدوده ها

اشتراک گذاری اطلاعات

بکارگیری و داشتن نسخه پشتیبان از بانک های اطلاعاتی

سهولت در دسترسی به منابع

تبلیغات دینی



روش های ترویج تبلیغات ضد دینی در فضای مجازی



وارونه سازی
حقایق با بهره
گیری از قدرت
نرم



ایجاد سطحی
نگری در مخاطب



هویت سازی کاذب

ریشه ها و خاستگاه تبلیغات ضد دینی

۱ جهالت و نا آگاهی از ماهیت گروه های اسلام گرا

۲ برداشت های گزینشی تاریخی از عملکرد اسلام گرایان

۳ اختلاف ایدئولوژیک

عوامل مؤثر در تبلیغات ضد دینی

• تنوع و جاذبه:

• ارائه ابزار

• بازی های رایانه ای

• تالارهای گفتگوی مجازی

• مخاطب شناسی:

• شناخت گروه مخاطب

• شناخت خصوصیات هر گروه

• شناخت آداب و مقررات هر گروه

• شناخت ضرورتها، نیازها و آسیبهای هر گروه

• معرفی الگو

• تولیدات رسانه ای

اهداف ضد دینی در بازی های رایانه ای

معرفی کردن دین اسلام به عنوان منشأ تروریست در جهان؛

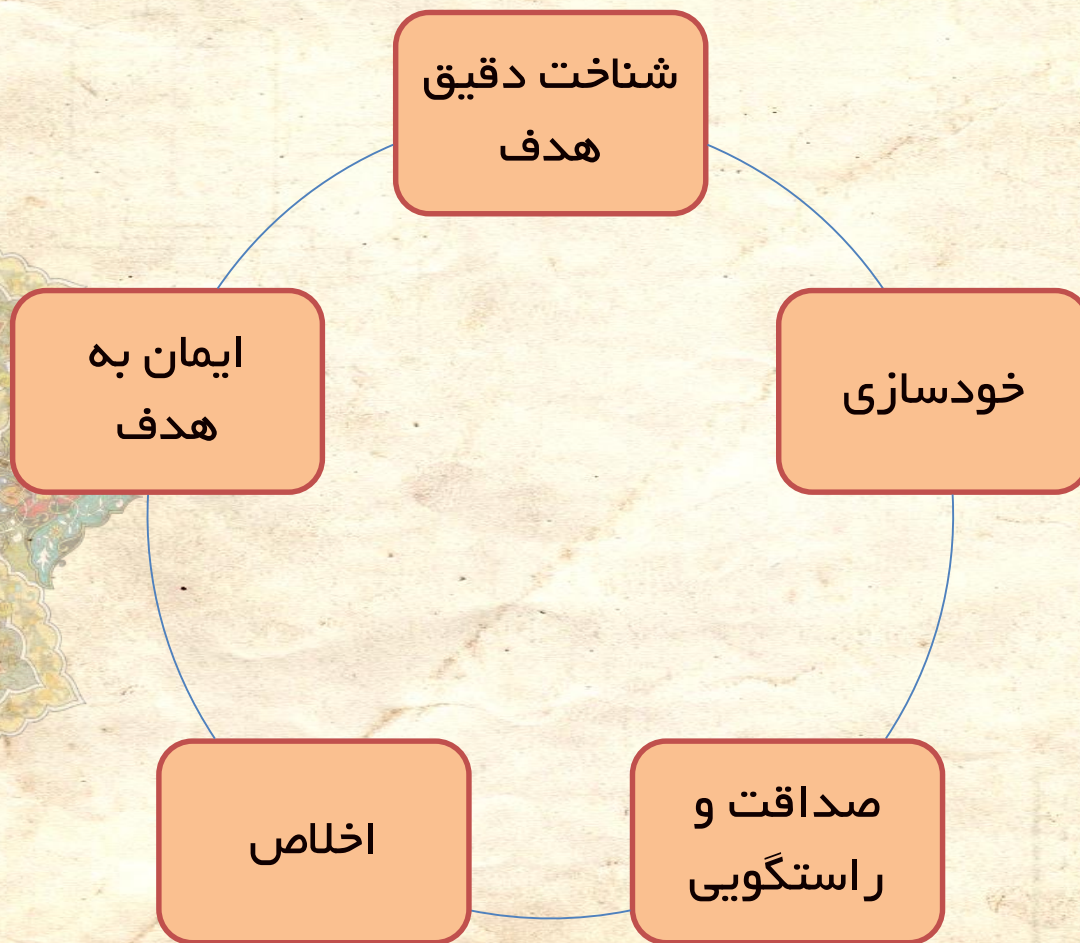
حمله به تمامی ادیان الهی؛

انتقال فرهنگ یا از بین بردن فرهنگ ها؛

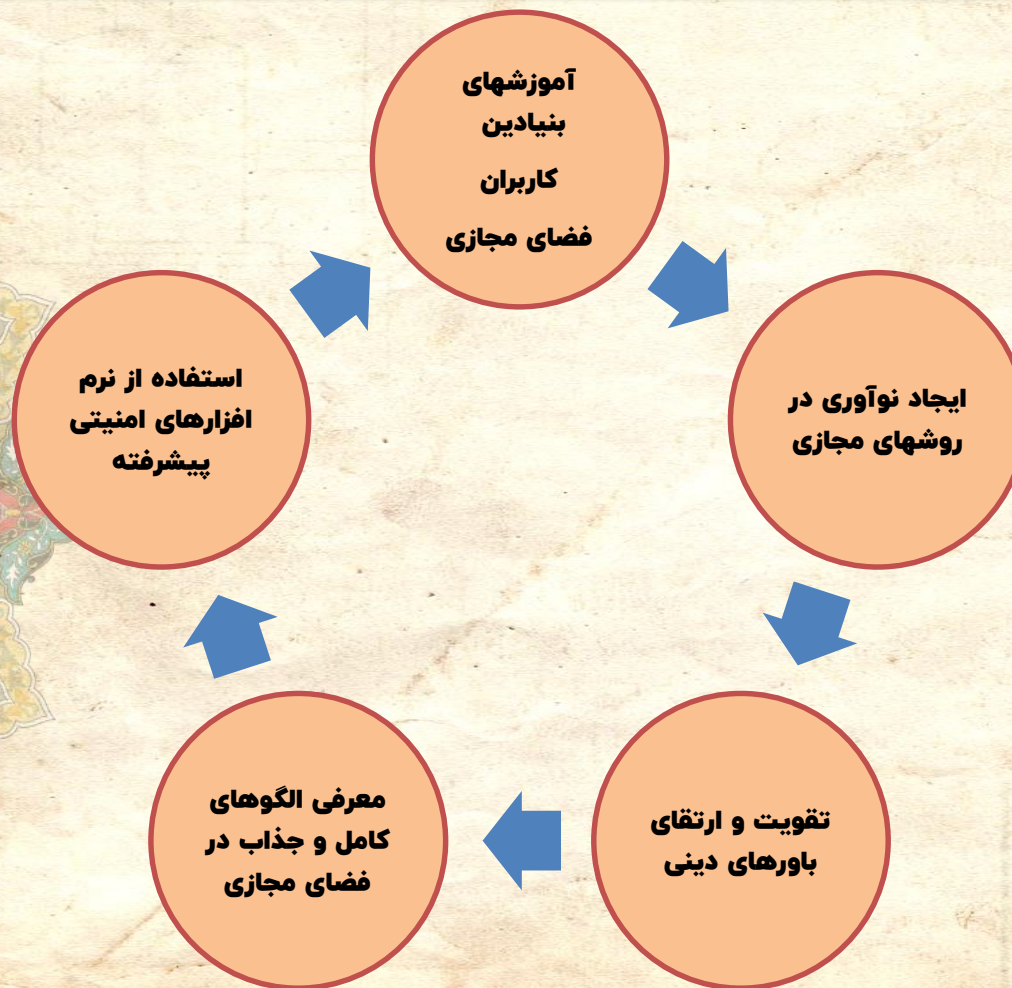
انتقال هرزه نگاری از فضای حقیقی به فضای سایبری؛



راهکارهای مقابله با تبلیغات ضد دینی



مقابله ظاهری و تقابل بنیادین در فضای مجازی



عمده ترین عوامل افزایش یا کاهش تأثیرات رسانه های جمعی بر مخاطبان نقش آفرین

- ❁ اشتراک فرهنگی، زبانی و اعتقادی بین محتوای رسانه ها و مخاطبان
- ❁ اعتبار وسایل اعتبار جمعی در کسب اعتماد مخاطبان و میزان اثرگذاری
- ❁ تعدد وسایل ارتباط جمعی و میزان تأثیرگذاری آنها بر همدیگر در تقویت یا تضعیف یا خنثی سازی
- ❁ افزایش یا کاهش تأثیرات رسانه ها بر مخاطب به میزان برخورداری آنها از عناوین مختلف
- ❁ تأثیر رسانه ها در جهت تقویت یا عدم تقویت ارزش ها، رفتارها و گرایش های موجود مخاطبان

- ❁ میزان تأثیر رسانه ها به دو شکل مستقیم «کوتاه مدت» و غیر مستقیم «بلندمدت»
- ❁ انتخاب نوع رسانه ها با توجه به اوضاع و احوال مخاطبان
- ❁ نقش میانجی ها، رهبران فکری، دوستان و خانواده در افزایش یا کاهش تأثیر رسانه ها
- ❁ میزان تأثیرپذیری مخاطبان از محتوای وسایل ارتباط جمعی با توجه به تیپ های شخصیتی آنها
- ❁ یکسان نبودن میزان ابراز علاقه مخاطبان در رویارویی با رسانه ها

نتیجه گیری

مطالعه و پژوهش در راستای شناخت ویژگیهای فرهنگی، اجتماعی و شخصیتی مخاطبان، گام نخست برای پیامرسانان و گردانندگان رسانه های جمعی است؛ البته نباید از این نکته غافل ماند که وسایل ارتباط جمعی مانند شمشیری دولبه است که ممکن است در خدمت اصحاب قدرت و ثروت قرار گیرد و کارکردهای منفی و آثار نامطلوب بر مخاطبان داشته باشد و به عنوان سلاحی ویرانگر به منظور تهاجم فرهنگی به ملل دیگر به کار گرفته شود.



مرکز نسرا سازمان فضای
مجازی بسیج استان یزد

📍 @NASRA_YAZD

📷 @NASRA.YAZD

