

حُبُّ الْحَیْنِ وَسِیَّةُ السُّعْرَاءِ

تحریر عاشورا
در عصر دیجیتال

محمد کهوند

تهیه و تنظیم:

معاونت تبلیغ و امور فرهنگی حوزه‌های علمیه



بسمه تعالی

مقدمه

قیام حضرت سیدالشهدا علیه السلام و حماسه عاشورا، همواره موتور محرک و قلب تپنده تشیع در طول تاریخ بوده است. این حقیقت را پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم سال ها پیش از واقعه عاشورا، این چنین به تصویر کشیدند: «إِنَّ لِقَتْلِ الْحُسَيْنِ عليه السلام حَرَارَةً فِي قُلُوبِ الْمُؤْمِنِينَ لَا تَبْرُدُ أَبَدًا»^۱ شهادت حسین علیه السلام حرارتی در دل مؤمنان ایجاد می کند که هرگز به سردی نمی گراید». این حرارت خاموش نشدنی که موتور محرک تشیع است، دقیقاً نقطه هدف دشمنان اسلام در همیشه تاریخ بوده است. به همین دلیل، دشمنان اسلام در هر دوره ای تلاش کرده اند تا با تحریف این واقعه، پیام عزت و حریت و

۱. مستدرک الوسائل و مستنبط المسائل، میرزا حسین محدث نوری، مؤسسه

آل البيت علیهم السلام، قم، ۱۴۰۸ق، ج ۱۰، ص ۳۱۸.

ظلم‌ستیزی آن را در میان مسلمانان کم‌رنگ کنند.
شهید مطهری رحمۃ اللہ علیہ در «حماسه حسینی» این تحریفات را به دو دسته «لفظی»^۲ و «معنوی»^۳ تقسیم می‌کند.^۴ تحریف عاشورا، پدیده‌ای جدید نیست؛ اما آنچه در دوران معاصر به شدت تغییر کرده، «میدان نبرد» و «ابزارهای» این تحریف است که هر دو گونه تحریف را با سرعت و مقیاسی بی‌سابقه بازتولید می‌کند.

امروزه، منبرهای سنتی و کتاب‌ها تنها بستر انتقال مفاهیم دینی نیستند. میدان نبرد شناختی^۵ به

۲. دست‌کاری ظاهر واقعه؛ مانند افسانه عروسی حضرت قاسم علیه السلام.

۳. انحراف در فلسفه قیام؛ مانند تفسیر شهادت به مثابه کفاره گناهان.

۴. حماسه حسینی، مرتضی مطهری، صدرا، تهران، ۱۳۷۷، ج ۲، ص ۱۶۷-۲۰۴.

۵. نبردی که هدف آن تغییر افکار، باورها و شناخت مخاطب است.

فضای سایبر و پلتفرم‌های دیجیتالی^۶ منتقل شده است. در این فضا، سرعت انتشار شباهت به کسری از ثانیه می‌رسد و ابزارهای نوین ارتباطی، به مَعرضان اجازه می‌دهند تا با کم‌ترین هزینه، بیش‌ترین آسیب را به باورهای جامعه وارد کنند. در این میان، رسالت مبلغان دین، دیگر تنها تسلط بر متون تاریخی و مقاتل نیست؛ بلکه شناخت دقیق این زیست‌بوم جدید و ابزارهای آن است.

برای دفاع مؤثر از حریم عقاید در عصر فناوری، مبلغان باید به ابزاری کارآمد به نام «بصیرت رسانه» مجهز باشند. بصیرت رسانه، مفهومی جامع است که از پیوند سه معرفت و مهارت کلیدی، یعنی «سواد دینی»،^۷ «سواد اطلاعاتی»^۸ و «سواد

^۶. بسترهای ارائه‌دهنده خدمات در اینترنت مانند شبکه‌های اجتماعی،

پیام‌رسان‌ها، دانشنامه‌ها و موتورهای جست‌وجو.

^۷. دانش و مهارت راستی‌آزمایی و سنجش حقیقت.

رسانه‌ای»^۹ شکل می‌گیرد. این بصیرت، دو کارکرد اساسی دارد: نخست، کارکرد سلبی^{۱۰} که به مبلغ کمک می‌کند شبهات و دروغ‌ها را در فضای وب کشف و خنثی کند؛ و دوم، کارکرد ایجابی^{۱۱} که او را قادر می‌سازد با شناخت محیط، روایت حق و اصیل را با جذاب‌ترین فرم‌ها به دست مخاطب برساند.

مقاله پیش‌رو تلاش دارد تا با بررسی چگونگی عملکرد رسانه‌های مجازی در تولید و نشر تحریفات، راهبردهای کلان و مهارت‌های عملیاتی مبتنی بر «بصیرت رسانه» را برای مبلغان عصر ارتباطات تبیین نماید.

۹. مهارت کشف و دسترسی به اطلاعات در فضای مجازی.

۱۰. مهارت تحلیل فرم و کالبدشکافی پیام.

۱۱. دفاعی.

۱۲. تولیدی.

۱. ریخت‌شناسی تحریف عاشورا و عملکرد مغرضانه

سکوه‌های مجازی

فضای مجازی یک ظرف خنثی و بی‌طرف نیست که هرکس بتواند پیام خود را در آن به یک اندازه منتشر کند. درک این نکته برای مبلغان ضروری است که ساختار و معماری این فضا، تأثیر مستقیمی بر چگونگی شکل‌گیری و انتشار شبهات دارد. برای مواجهه اصولی با تحريفات عاشورا، ابتدا باید به «ریخت‌شناسی»^{۱۲} این تحريفات در بستر فناوری‌های نوین پردازیم و عملکرد هر یک از ابزارها را جداگانه تحلیل کنیم.

۱-۱. ضریب‌دهی به جریان باطل و سرکوب حقیقت

سکوه‌های مجازی بیگانه، زمین بازی‌ای هستند که قوانین آن توسط صاحبانشان طراحی شده است.

^{۱۲}. شکل‌شناسی و بررسی ساختار و ماهیت.

یکی از مهم‌ترین سلاح‌های این سکوها، استفاده مغرضانه از «الگوریتم‌ها» است.^{۱۳} عملکرد این سکوها در مواجهه با معارف حسینی، یک عملکرد کاملاً دوگانه و هدفمند است:

از یک سو، به محتوای مغرضان و دشمنان اسلام به شدت ضریب می‌دهند. الگوریتم‌های این شبکه‌ها به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که محتواهای جنجالی، شبهه افکن و تحریف شده درباره‌ی عاشورا را با سرعت بالایی به کاربران پیشنهاد می‌دهند و باعث وایرال شدن^{۱۴} آن‌ها می‌شوند. به عبارتی، این رسانه‌ها موتور محرک دیده شدنِ باطل هستند. از سوی دیگر، همین سکوها در برابر کاربران و

^{۱۳}. الگوریتم: مجموعه‌ای از دستورالعمل‌های برنامه‌نویسی و هوش مصنوعی که تعیین می‌کند چه محتوایی، به چه کسانی و به چه میزانی نمایش داده شود.

^{۱۴}. فراگیر شدن و دست به دست شدن سریع محتوا در میان کاربران.

مبلغانی که به تبیین حقیقت قیام امام حسین علیه السلام می پردازند، به شدت تبعیض آمیز و جانب دارانه عمل می کنند. این سرکوب گری به دو شکل رخ می دهد:

۱. حذف فیزیکی؛ مانند حذف مستقیم پست ها، مسدودسازی کامل یک حساب کاربری^{۱۵} و بستن کانال ها.

۲. سرکوب الگوریتمی؛ که شکل پنهان و خطرناک تری است. سکوی مجازی، صفحه شما را حذف نمی کند؛ بلکه به صورت خاموش، مانع از وایرال شدن و رسیدن محتوای شما به دست مخاطبان جدید می شود؛ یعنی الگوریتم به گونه ای عمل می کند که پیام حق شما، در یک محدوده بسیار کوچک زندانی می شود و ضریب انتشار

۱۵. پیج.

نمی‌گیرد.

۱-۲. پدیده تقطیع^{۱۶} و تحریف بستر پیام

یکی از رایج‌ترین و مخرب‌ترین شگردهای تولید شبهه در فضای مجازی، پدیده «تقطیع» است. این شگرد را می‌توان نمونه‌امروزی همان انحرافی دانست که قرآن کریم از آن با تعبیر «يَحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ»^{۱۷} یاد کرده است. در تقطیع دیجیتال نیز دقیقاً کلام، از بستر و موضع خود خارج می‌شود تا معنایی وارونه به مخاطب القا گردد.

در منبرها و رسانه‌های سنتی، مبلغ فرصت داشت که در سخنرانی چند دقیقه‌ای، مقدمه و استدلال و نتیجه‌گیری یک بحث تاریخی یا عقیدتی را به طور کامل بیان کند؛ اما ماهیت شبکه‌های اجتماعی

^{۱۶}. برش‌گزینی متن، ویدئو یا صوت برای تغییر معنا.

^{۱۷}. سخن را از جایگاه اصلی‌اش جابه‌جا می‌کنند، نساء/۴۶.

نوین بر پایه «محتوای خرد»^{۱۸} بنا شده است. دشمنان و افراد مغرض با سوءاستفاده از همین ویژگی، بخش خاصی از سخنان یک عالم دینی، یک مرثیه یا حتی خطی از یک مقتل را جدا می‌کنند و بدون در نظر گرفتن جملات قبل و بعد از آن، منتشر می‌کنند. این برش عامدانه، موجب ایجاد انحراف معنایی شدید می‌شود؛ به گونه‌ای که گاهی معنای جمله تقطیع شده، دقیقاً متضاد با نیت اصلی گوینده یا نویسنده است. برای مثال، یکی از تکنیک‌های رایج، برش سخنرانی یک خطیب مشهور است که ابتدا شبهه‌ای علیه امام حسین علیه السلام را مطرح کرده و سپس به آن پاسخ مستدل می‌دهد. در نسخه تقطیع شده، تنها همان

^{۱۸}. «Micro-content»: محتواهای بسیار کوتاه و سریع که معمولاً زیر یک دقیقه هستند.

بخش شبهه منتشر می‌شود تا القا شود که این اعتقاد و نظرِ شخص سخنران است. این‌گونه است که اعتماد عمومی به عالمان دین مخدوش می‌شود و دستاویزی برای تمسخر یا ایجاد شک در عقاید جوانان فراهم می‌سازد.

در عصر فناوری، تقطیع تنها به بریدن یک فیلم ختم نمی‌شود. جریان تحریف با افزودن موسیقی‌های جهت‌دار، عناوین فریبنده و جنجالی،^{۱۹} و جلوه‌های بصری خاص به همان فیلم تقطیع‌شده، احساسات کاربر را دست‌کاری می‌کنند و قوه تعقل او را از کار می‌اندازند. نمونه این شگرد را می‌توان در نتایج جست‌وجوی واژه «عاشورا» در برخی پلتفرم‌های اشتراک فیلم،

^{۱۹}. «Clickbait»: عناوین دروغین یا اغراق‌آمیز که صرفاً برای جذب کلیک و تحریک احساسات مخاطب نوشته می‌شوند.

از جمله یوتیوب، مشاهده کرد؛ جایی که گاه
فیلم‌هایی با عناوین و توضیحات (کپشن‌های)
جنگالی، مانند «حقیقت واقعه‌ عاشورا چه بود؟ (به
ما دروغ گفتند)» یا «در عاشورا چه گذشت؛ ۱۴۰۰
سال دروغ»، در میان نتایج، برجسته‌تر نمایش داده
می‌شوند. این عناوین با وارونه‌سازی اصل روایت،
خود حقیقت تاریخی را متهم به دروغ‌گویی
می‌کنند و با تحریک حس کنجکاوی، مخاطب را
به تماشای محتوایی مغرضانه می‌کشانند. در این
فضا، مخاطبی که معمولاً حوصله یا فرصت
جست‌وجوی سخنرانی اصلی را ندارد، به راحتی در
دام این شبهاتِ ساخته‌شده می‌افتد و اعتبار
محتوای اصیل دینی در ذهن او مخدوش می‌شود.
نکته مهم آن است که دست‌کاری نتایج را نباید
صرفاً به کاربران مغرض نسبت داد؛ بلکه در سطح
کلان، شرکت‌های مالک این سکوها نیز عامدانه در

نتایج دست می‌برند و استدلال مقاله را محکم‌تر می‌کنند.

۱-۳. موتورهای جست‌وجو و ویکی‌پدیا (جنگ روایت‌ها و سوگیری نتایج)

یکی دیگر از میدان‌های اصلی و خاموش در تحریف عاشورا، موتورهای جست‌وجو (مانند گوگل) و دانشنامه‌های اینترنتی هستند. بسیاری از کاربران تصور می‌کنند این بسترها، منابعی بی‌طرف و علمی برای کشف حقیقت‌اند؛ اما در واقعیت، این فضاها صحنه‌سنگین‌ترین «جنگ روایت‌ها» هستند.

ویکی‌پدیا^{۲۰} معمولاً در صدر نتایج جست‌وجوها قرار دارد و به مرجعی در دسترس برای بسیاری از

^{۲۰}. یک دانشنامه آزاد اینترنتی که مقالات آن توسط خود کاربران نوشته و ویرایش می‌شود.

جوانان در دریافت اطلاعات تاریخی تبدیل شده است. جریان‌های مغرض و معاند با سازمان‌دهی شبکه‌ای از ویرایشگران می‌کوشند به صورت هدفمند، روایت‌های تحریف‌شده یا منابع ضعیف یا خوانش‌های انحرافی از وقایع عاشورا را در این مقالات ثبت کنند. بررسی میدانیِ مدخل مربوط به امام حسین علیه السلام در ویکی‌پدیای فارسی، مصداق بارز این مهندسیِ شناختی است. برای نمونه، در این مقاله روایت می‌شود که امام علیه السلام در مذاکره با عمر بن سعد، پیشنهاد جدایی از هر دو لشکر و رفتن نزد یزید را مطرح کرده است! این خوانشِ تحریف‌آمیز، روح حماسی و ظلم‌ستیز قیام را نادیده گرفته و چهره‌ای منفعل از امام علیه السلام ترسیم می‌کند. در مواردی دیگر، با انکار علم امام علیه السلام به شهادت خویش، مقوله غیبی و الهی «عصمت و امامت» را به یک کنش زمینی و اشتباه محاسباتی

فروکاسته و اساساً امامت انتصابی از جانب خدا و رسول ﷺ را به کلی انکار می کند. نکته قابل تأمل آن است که این صفحه، قفل شده است و امکان ویرایش یا اصلاح این داده های نادرست وجود ندارد؛ در نتیجه، این روایت دروغین به عنوان «حقیقت» برای میلیون ها کاربر تثبیت می شود. آن ها با استفاده از قوانین خود ویکی پدیا و ایجاد یک اجماع کاذب، مقالات را قفل می کنند و مانع از اصلاح آن ها توسط کاربران و مبلغان دغدغه مند می شوند.

از سوی دیگر، سوگیری در چگونگی نمایش نتایج موتورهای جست و جو، یکی از مؤثرترین ابزارهای تحریف و جهت دهی به ادراک مخاطبان است. موتورهای جست و جو نتایج را براساس حقانیت مطلب رتبه بندی نمی کنند؛ بلکه معیار آن ها

«سئو» است.^{۲۱} دشمنان با سرمایه گذاری کلان روی سئوی سایت های خود، شبکه ای از کلیدواژه ها را تسخیر می کنند.

نکته بسیار مهم و راهبردی این است که مدیران و مالکان این سکوها نیز در رتبه بندی نتایج بی طرف نیستند. سوگیری در موتورهای جست و جو تنها محصول فعالیت کاربران معاند نیست؛ بلکه خود این شرکت ها نیز به صورت هدفمند و با تغییر در کدهای هسته مرکزی خود، نتایج را دست کاری می کنند تا روایت های مدّ نظرشان را برجسته کنند و محتوای حق را به صفحات تاریک و انتهایی جست و جو تبعید کنند. یکی از شواهد این مدعا، جریمه های سنگین و مکرری است که اتحادیه

۲۱. «SEO»: بهینه سازی موتورهای جست و جو؛ به معنای استفاده از تکنیک های فنی و محتوایی که باعث می شود یک وب سایت در صفحات اولیه و رتبه های بالای جست و جو دیده شود.

اروپا در سال‌های گذشته علیه شرکت گوگل به دلیل سوءاستفاده از موقعیت مسلط در بازار و اعمال رویه‌های ترجیحی در رتبه‌بندی و نمایش نتایج جست‌وجو وضع کرده است.^{۲۲} بنابراین در این معماری، «حقیقت» لزوماً در صفحه اول جست‌وجو نیست؛ بلکه محتوایی بالاتر دیده می‌شود که همسو با منافع پلتفرم باشد.

۴-۱. پیام‌رسان‌ها

پیام‌رسان‌ها به دلیل ماهیت ارتباطی متفاوت خود، بستر پیچیده‌تر و پنهان‌تری برای تحریفات عاشورا فراهم کرده‌اند. مهم‌ترین ویژگی پیام‌رسان‌ها، شکل‌گیری پدیده‌ای است که در ادبیات ارتباطات

^{۲۲}. <https://digiato.com/growth-hacking/google-faces-a-e۲-۴bn-fine-in-eu-over-manipulating-search-results-and-abusing-market>

به آن «ترافیکِ تاریک» یا «اجتماع تاریک»^{۲۳} می‌گویند.

منظور از شبکه‌های تاریک، فضاهای غیرقابل‌رصدِ عمومی مانند گروه‌های خانوادگی، کانال‌های خصوصی و پیام‌های مستقیم^{۲۴} است. برخلاف شبکه‌های اجتماعی که محتوا در آن‌ها به صورت عمومی منتشر می‌شود و پژوهشگران امکان نقد و بررسی آن را دارند، در پیام‌رسان‌ها، شایعات و احادیث جعلی و تحریفات تاریخی در فضایی بسته و به دور از چشم مبلّغانِ آگاه دست‌به‌دست می‌شود.

در این فضا، عامل «اعتماد» به منزلهٔ شتاب‌دهنده عمل می‌کند. هنگامی که شبهه‌ای دربارهٔ قیام

^{۲۳}. Dark Social.

^{۲۴}. «Direct» یا همان چت‌های دونفره.

سیدالشهدا علیه السلام یا متنی احساسی، اما فاقد اعتبار تاریخی، از سوی یکی از اعضای مورد اعتماد خانواده یا دوستی در یک گروه فوروارده^{۲۵} می شود، مخاطب معمولاً با رویکردی نقادانه با آن برخورد نمی کند و بدون کمترین راستی آزمایی آن را می پذیرد.

بسته بودن این فضا، در کنار سرعت خیره کننده انتقال پیام، باعث می شود که یک متن کوتاه و مجعول، در عرض چند ساعت صدها هزار بار دیده شود؛ بی آنکه امکان پاسخ گویی عمومی و شفاف به آن وجود داشته باشد. این جریان خاموش، بستری ایده آل برای کسانی است که می خواهند بدون مواجهه با استدلال های منطقی مبلغان و متخصصان دینی، بذر شک و انحراف و

^{۲۵}. «Forward»: ارسال مجدد پیام از یک کاربر به کاربران دیگر.

تحریف را در لایه‌های زیرین و صمیمی جامعه بکارند.

۲. راهبردهای کلان و مبنایی

شناخت میدان نبرد و حربه‌های دشمن، تنها نیمی از مسیر است. برای مقابله مؤثر با تحریفات عاشورا، مبلغان نیازمند راهبردهایی کلان هستند که رویکرد آن‌ها را از حالت انفعالی به یک کنشگری فعال و ساختارمند تبدیل کند. در این بخش، پیش از ورود به ابزارها و مهارت‌های فردی، به زیربنای فکری و ساختاری و نگرشی این تقابل می‌پردازیم:

۲-۱. قانونمندی و حکمرانی فضای مجازی

بی‌شک، ریشه‌ای‌ترین راهکار برای مقابله با دیکتاتوری الگوریتمی رسانه‌های بیگانه و جلوگیری از سرکوب محتوای حق، استقرار دقیق «حکمرانی سایبری» و قانونمندی فضای مجازی است. سکوهای خارجی در حال حاضر،

همچون فضایی بی ضابطه عمل می کنند که در آن، ماشین جنگ شناختی دشمن با تمام توان به تولید شبهه و تحریف تاریخ عاشورا می پردازد.

تجربه سالیان اخیر نشان داده است که رویکردهای صرفاً انفعالی مانند فیلترینگ مبتنی بر «لیست سیاه»^{۲۶} در برابر سرعت و پیچیدگی فناوری های نوین، به تنهایی کارایی لازم را ندارند. راهبرد مبنایی در این عرصه، حرکت به سمت معماری مدیریت شده و قاعده مند است؛ به این معنا که با سیاست گذاری های مبتنی بر «لیست سفید»^{۲۷}، فضایی شفاف و سالم برای کاربران فراهم شود.

تا زمانی که سکوهای بیگانه بدون پذیرش هیچ گونه

^{۲۶}. «Black-list»: مسدودسازی پسینی و واکنشی سایت ها و پلتفرم های مخرب پس از شناسایی آنها.

^{۲۷}. «list-White»: معماری پیشگیرانه که در آن اصالت با دسترسی به بسترهای امن، قانون مدار و پاسخ گو است.

مسئولیت حقوقی در فضای سایبری جولان می‌دهند، پاسخ دادن به تک‌تک تحریفات، صرفاً یک واکنش دیر هنگام است. قرآن کریم می‌فرماید: «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ»؛^{۲۸} «باید از میان شما گروهی باشند که به خیر دعوت کنند و امر به معروف و نهی از منکر نمایند».

بی‌تردید، «بی‌قانونی الگوریتمی» و «سرکوب سیستماتیک حقیقت» در پلتفرم‌های بیگانه، از بزرگ‌ترین منکرات عصر دیجیتال است. مبارزه با این منکر در سطح کلان، دیگر در قاموسِ تذکر لسانی فردی نمی‌گنجد؛ بلکه مصداق «امر به معروف و نهی از منکر» در سطح حاکمیتی و ساختاری است که باید به شکل «مطالبه‌گری

۲۸. آل عمران/ ۱۰۴.

جمعی برای قانونمندسازی فضای مجازی» ظهور پیدا کند. قانونمندسازی فضای مجازی هرگز به معنای سلب آزادی بیان نیست؛ بلکه به معنای خلع سلاح دشمن از ابزارهای توزیع دروغ، و ملزم کردن سکوها به رعایت قوانین و پایان دادن به سرکوب محتوای اصیل است. مبلغان به عنوان رهبران فکری جامعه، باید مطالبه‌گر اصلی این حکمرانی هوشمند باشند تا بستر انتشار پیام دین، از سلطه و مهندسی مغرضانه خارج شود.

۲-۲. تغییر نگرش مبلغان؛ تسلیح به «بصیرت رسانه»

امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: «الْعَالِمُ بِزَمَانِهِ لَا تَهْجُمُ عَلَيْهِ اللَّوَابِسُ»^{۲۹} آن‌که به زمان خود آگاه باشد،

^{۲۹}. الکافی، ثقة الاسلام کلینی، ج ۱، ص ۲۶؛ تحف العقول، حسن بن شعبه حرانی، ص ۳۵۶؛ بحار الانوار، مجلسی، ج ۶۸ ص ۳۰۷.

شبّهات پیچیده و تاریک بر او هجوم نمی‌آورند». در عصر دیجیتال، مصداقِ اتمّ «علم به زمانه» برای یک مبلغ، صرفاً آشنایی با اخبار روز نیست؛ بلکه تسلّط بر همان زیست‌بومی است که امروزه «لوابس» (شبّهات) در آن تولید و تقویت و توزیع می‌شوند. مبلغ امروز برای آنکه شبّهات بر او هجوم نیاورند و بتواند در برابر آن‌ها به موقع و مؤثر واکنش نشان دهد، نیازمند تسلیح به سلاحی مفهومی و راهبردی به نام «بصیرت رسانه» است.

بصیرت رسانه صرفاً توانایی کار با شبکه‌های اجتماعی نیست؛ بلکه نقطهٔ تلاقی و حاصل ضرب سه دانش و مهارت بنیادین است: «سواد دینی»، «سواد اطلاعاتی» و «سواد رسانه‌ای».

این بصیرت، یک ابزار همه‌جانبه است که در دو

جبههٔ «سلبی»^{۳۰} و «ایجابی»^{۳۱} به مبلغ قدرت مانور می‌دهد:

۱. سواد دینی

الف) در بُعد سلبی: ترازوی سنجش پیام است. مبلغ با بهره‌گیری از مبانی کلامی و روایی و تاریخی، می‌تواند نادرستی یا انحراف یا ضعف سندی متن یا فیلمی را که به طور گسترده منتشر شده است، به دقت تشخیص دهد.

ب) در بُعد ایجابی: این سواد به مبلغ توانایی استخراج «روایت اصیل، مستند و دقیق» از قیام عاشورا را می‌بخشد تا آن را به عنوان بهترین جایگزین برای روایت‌های تحریف شده ارائه دهد.

۲. سواد اطلاعاتی

۳۰. دفاعی و پدافندی برای دفع شبهه.

۳۱. آفندی و تولیدی برای نشر حقیقت.

الف) در بُعد سلبی: این سواد به مبلغ کمک می‌کند تا در مواجهه با شبهات، به سرعت دروغ بودن ارجاعات دشمن را تشخیص دهد و بررسی کند که آیا اساساً منبع ادعا شده وجود خارجی دارد یا در ارجاع به آن امانت داری شده است.

ب) در بُعد ایجابی: همین مهارت باعث می‌شود مبلغ بتواند به سرعت و به صورت نظام‌مند به پایگاه‌های داده و منابع دست اول متصل شود و محتوای خام و غنی را برای تولیدات تبلیغی خود استخراج کند.

۳. سواد رسانه‌ای

الف) در بُعد سلبی: عینک شناختِ بسترها و تکنیک‌هاست. این سواد برای شناختِ ترفندهای عملیات روانی و درک رفتارِ «الگوریتم‌های

سرکوبگر»^{۳۲} به کار می آید.

ب) در بُعد ایجابی: مبلغ با استفاده از همین شناخت، می آموزد چگونه محدودیت های سکوها را مدیریت کند، از قواعد افزایش دیده شدن محتوا استفاده کند و محتوای خود را به گونه ای تولید و منتشر کند که با محدودیت های الگوریتمی مواجه نشود و به دست مخاطبان حقیقت جو برسد.

ترکیب این سه عنصر، زیربنای فکری مبلغ را از یک مدافع خسته در برابر شبهات بی شمار، به یک کنشگر هوشمند و طراح میدان تغییر می دهد.

۲-۳. مصون سازی شناختی مخاطب

سومین راهبرد کلان که مکمل دو راهبرد پیشین است، حرکت به سمت «مصون سازی» مخاطب

۳۲. برای اطلاعات بیش تر ر.ک: الگوریتم های سرکوبگر، صفیه نوبل، ترجمه

محمد نصیری، صاد، تهران، ۱۴۰۰.

است. اگر یک مبلغ تمام وقت و انرژی خود را تنها به پاسخ دادن به تک‌تک شبهات اختصاص دهد، فردا با شبهه و تحریف جدیدی مواجه خواهد شد. دلیل این چرخه فرسایشی روشن است: تا زمانی که سکوهای مجازی نزد مخاطب «شأنیت و مرجعیت علمی» دارند، ماشین تولید شبهه متوقف نخواهد شد. بنابراین، هدف راهبردی در این عرصه، شکستن مرجعیت شناختی پلتفرم‌ها و تبدیل مخاطب از یک دریافت‌کننده منفعل به یک «فیلتر هوشمند» است.

این راهبرد از طریق دو راهکار عملیاتی مکمل تحقق می‌یابد:

۱. افشای ماهیت و مهندسی پلتفرم‌ها: نخستین گام، فروریختن اعتبار کاذب و مرجعیت پنداشته شده این ابزارها نزد مخاطب است. مبلغ آگاه باید با زبان ساده، مکانیسم‌های فریب را برای مردم افشا

کند. وقتی جوانِ هیئتی یا دانشجو دریابد که مقالات دانشنامه‌هایی چون ویکی‌پدیا چگونه توسط شبکه‌ای از ویرایشگرانِ معاند، مدیریت و تحریف و قفل می‌شود، یا وقتی بفهمد الگوریتم‌ها صرفاً براساس جنجال و درگیری احساسی، به محتوا ضربه می‌دهند، نه براساس حقانیت، اعتمادِ بی‌قید و شرطِ او به این ابزارها از بین می‌رود. این افشاگری، بت‌های رسانه‌ایِ مدرن را در ذهن او می‌شکند.

۲. انتقال مهارتِ راستی‌آزمایی: پس از شکستن آن اعتماد کور، گام دوم تجهیز مخاطب به ابزارهای شناختی است. مبلغ باید «سواد رسانه‌ای» را از انحصار خود خارج کند و به مخاطب نیز آموزش دهد. باید به او آموخت که صدر نتایج جست‌وجو، همواره بیانگر «حقیقت» نیست و هر پیامی که در پیام‌رسان‌ها به طور گسترده بازنشر شده باشد (حتی

اگر از سوی فردی مورد اعتماد ارسال شده باشد)، نیازمند راستی‌آزمایی است.

این دو اقدام، نوعی «واکسیناسیون فکری» در برابر امواج تحریف است. بایستی اعتبار شدن سرچشمه‌های دروغ و مسلح شدن مخاطب به مهارت تشخیص، او دیگری دریافت‌کننده منفعل نخواهد بود؛ بلکه خود به کنشگری تبدیل می‌شود که پیش از دریافت پاسخ از سوی مبلغ، اصالت و نیت بستر پیام را زیر سؤال می‌برد.

۳. جعبه‌ابزار «بصیرت رسانه»؛ مهارت‌های عملیاتی در میدان تبلیغ: راهبردهای کلان و نگرشی، زمانی به نتیجه می‌رسند که مبلغ مسلح به «بصیرت رسانه»، ابزارها و مهارت‌های عملیاتی لازم برای پیاده‌سازی آن‌ها را در میدان تبلیغ در اختیار داشته باشد. در این بخش، جلوه‌های عملی آن سه سواد بنیادین را در قالب مجموعه‌ای از مهارت‌های کاربردی و

روزمره معرفی می‌کنیم؛ مجموعه‌ای از ابزارها و مهارت‌ها که به مبلّغ کمک می‌کند تا هم در «کشف» و «خنثی‌سازی» تحریفات، و هم در «روایتگری حق»، حضوری مؤثر و جریان‌ساز در فضای شبکه‌های ارتباطی داشته باشد.

۳-۱. تجلی سواد اطلاعاتی^{۳۳}

برای اینکه سواد اطلاعاتی از یک مفهوم نظری خارج شود و به یک مهارت عملیاتی در دست مبلّغ تبدیل شود، نیازمند ابزارشناسی و تشکیل یک «کتابخانه دیجیتالِ متنی» هستیم. در میدان نبرد مجازی، سرعتِ دسترسی به متون اصیل حرف اول را می‌زند. تجلی عملی این سواد در اقدامات زیر خلاصه می‌شود:

۱. استخراج منابع از دانشنامه‌های تخصصی: مبلّغ

۳۳. مهارت منبع‌یابی و تشکیل کتابخانه دیجیتال.

در گام اول باید به جای دانشنامه‌های آزاد، سراغ پلتفرم‌های تخصصی و معتبر مانند «ویکی‌شیعه» و «ویکی‌فقه» برود. یک تکنیک بسیار کاربردی و مهارتی این است که مبلغ مقالات مرتبط با عاشورا را در این سایت‌ها مطالعه کند، فهرست منابع و ارجاعاتِ انتهای آن‌ها را لیست کند و سپس فایل متنی (PDF) آن منابع اصلی را در فضای وب جست‌وجو و دانلود کند. داشتنِ فایل PDF این منابع، پیش‌نیازِ ضروری برای استفاده از دستیارهای هوش مصنوعی است که در بخش‌های بعدی به آن پرداخته خواهد شد.

۲. تجهیز به متون تحلیلی و مقاتل معتبر: مبلغ مسلح به بصیرت رسانه، باید فایل‌های متنی کتب مرجع را همواره در رایانه یا گوشی خود به همراه داشته باشد. از مهم‌ترین کتب تحلیلی که باید فایل آن‌ها در دسترس باشد، می‌توان به جلد دوم «حماسه»

حسینی» (اثر شهید مطهری رحمۃ اللہ علیہ) و حلقهٔ سوم کتاب تحلیلی «انسان ۲۵۰ ساله» (بیانات تحلیلی رهبر شهید انقلاب رحمۃ اللہ علیہ دربارهٔ سیرهٔ اهل بیت علیہم السلام) اشاره کرد. همچنین همراه داشتن نسخهٔ دیجیتالی مقاتل معتبر، همچون «نَفْسُ الْمَهْمُوم» (شیخ عباس قمی) و «مَقْتَلُ الْمُقَرَّم» (سید عبدالرزاق مقرر) و «لُھُوف» (سید بن طاووس)، امکان ارجاع سریع به منابع، دفع شبهات سلبی و تولید محتوای ایجابی را فراهم می‌کند؛ از این رو، این امر یکی از الزامات اساسی سواد اطلاعاتی برای مبلغان به شمار می‌آید.

۳. بهره‌گیری از پایگاه‌های داده و آموزش‌های مهارتی: علاوه بر استفاده از ظرفیت گستردهٔ پایگاه‌ها و نرم‌افزارهای مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) برای جست‌وجو در کتب شیعه و اهل تسنن، مبلغان برای ارتقای عملی این

مهارت‌ها به آموزش نیاز دارند. توصیه می‌شود مبلغان برای توانمندسازی خود، در دوره‌های معتبر و تخصصی نظیر دوره‌های آموزش سواد رسانه و بصیرت رسانه «مؤسسه فرهنگی رسانه‌ای مآذنه» شرکت کنند. همچنین استفاده از آموزش‌های سایت «مهارت‌خانه طلاب»^{۳۴} ابزارهای لازم را برای حضور مؤثر در این فضا در اختیار آنان قرار می‌دهد.

۳-۲. تجلی سواد دینی^{۳۵}

همان‌طور که در بخش قبل اشاره شد، سواد اطلاعاتی منبع را در اختیار ما قرار می‌دهد؛ اما این «سواد دینی» است که به عنوان ترازوی سنجش، محتوای آن منبع یا پیام منتشرشده در فضای

^{۳۴}. به‌ویژه در بخش‌های سواد اطلاعاتی، سواد رسانه و مهارت‌های پایه فناوری اطلاعات مانند «ICDL».

^{۳۵}. مهارت راستی‌آزمایی و استخراج حقیقت.

مجازی را وزن می‌کند. تجلی عملی این سواد برای مبلّغ، از حفظ بودنِ صرفِ تاریخ فراتر رفته و به «مهارت تطبیق و تحلیل» تبدیل می‌شود:

۱. در اقدام سلبی (راستی‌آزمایی و نقد محتوا): فضای مجازی سرشار از فیلم‌های تقطیع‌شده و متن‌های احساسی است که به نام اهل بیت علیهم‌السلام به طور گسترده بازنشر می‌شوند. مبلّغ مجهز به سواد دینی، مقهور موسیقی غمگین یا کلماتِ پرطمطراقِ یک کلیپ نمی‌شود. او با استفاده از دانش کلام و تاریخ، محتوا را کالبدشکافی می‌کند.

هنگامی که در شبکه‌های اجتماعی شبهه‌ای درباره‌ی شأن امامت یا عصمت سیدالشهدا علیه‌السلام مطرح می‌شود،^{۳۶} مبلّغ باید با مراجعه به نسخه‌های دیجیتالِ مقاتل معتبر و تطبیق آن با منابعی مانند

^{۳۶}. مثلاً روایاتی که چهره‌ای ذلیلانه از قیام نشان می‌دهند.

«حماسهٔ حسینی»، نادرستی و ضعفِ مستندات آن پیام را برای مخاطب تبیین کند.

۲. در اقدامِ ایجابی: سواد دینی نباید تنها در حالت تدافعی باقی بماند. تجلی عملیِ این سواد در فاز تولید، تواناییِ «گزینشگری هوشمندانه» است. مبلغ با تسلط بر متون اصیل مانند «لُهوف» یا «انسان ۲۵۰ ساله»، بخش‌هایی از تاریخ عاشورا را استخراج می‌کند که هم از نظر سندی کاملاً متقن هستند و هم گره‌ای از نیازهای فکری جوان امروز باز می‌کنند.^{۳۷}

مبلغ با این مهارت، روایت‌های طولانی و کلاسیک را به «خرده‌روایت‌های جذاب و مستند»^{۳۸} تبدیل می‌کند. این خرده‌روایت‌های استخراج‌شده، همان

^{۳۷}. مثل مفاهیم عزت، حریت و انتخاب‌آفرینی در عاشورا.

^{۳۸}. Micro-narratives.

مواد خامی هستند که در گام بعدی (سواد رسانه‌ای و هوش مصنوعی) به قالب‌های نوین مانند پادکست، عکس نوشته و کلیپ تبدیل خواهند شد تا جایگزین روایت‌های جعلی الگوریتم‌ها شوند.

۳-۳. تجلیِ سواد رسانه‌ای

در دو گام پیشین، مبلّغ با بهره‌گیری از سواد اطلاعاتی به «منبع» دست یافت و با اتکا به سواد دینی، «حقیقتِ محتوا» را سنجید. اکنون نوبت به سواد رسانه‌ای می‌رسد که به مثابهٔ مهارت تحلیل قالب و کنشگری فعال، ایفای نقش می‌کند. این سواد نیز در دو مرحله، ابزارِ کار مبلّغ است:

۱. در اقدام سلبی: سواد رسانه‌ای به مبلّغ کمک می‌کند تا فریبِ «فرم» را نخورد. در مواجهه با یک شبهه وایرال شده، مبلّغ می‌تواند تکنیک‌های عملیات روانی مانند «تقطیع» را به راحتی تشخیص دهد و به مخاطب نشان دهد که چگونه اضافه

کردن یک موسیقی جهت دار روی یک کلیپ، احساسات او را به نفع یک دروغ تاریخی به بازی گرفته است. از سوی دیگر، شناخت «الگوریتم‌های سرکوبگر» باعث می‌شود مبلغ در مواجهه با حذف پست‌ها یا کاهش شدید بازدیدهای صفحه خود^{۳۹} دچار یأس نشود و بداند این رفتار، ناشی از سوگیری مغرضانه پلتفرم‌های بیگانه است.

۲. در اقدام ایجابی: مبلغی که محیط رسانه را می‌شناسد، می‌داند چگونه باید در زمین حریف بازی کند تا محتوایش با محدودیت در انتشار مواجه نشود. او با مهارت‌هایی چون انتخاب عنوان مناسب، برجسب‌گذاری هوشمندانه و آشنایی با اصول بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو (SEO) در وب‌سایت‌ها، محتوای خود را به گونه‌ای

^{۳۹}. در اصطلاح به آن «Shadowban» یا محدودیت سایه‌وار می‌گویند.

تنظیم می‌کند که شانس بیش‌تری برای دسترسی به جامعه هدف داشته باشد.

۳. استفاده از قالب‌های نوین تبلیغی: مهم‌ترین تجلی عملی سواد رسانه‌ای، خروج از انحصار سخنرانی‌های یک‌ساعته و متون طولانی است. ذائقه مخاطبِ امروزی بر مبنای محتواهای خرد و سریع شکل گرفته است. مبلغان باید مهارت بسته‌بندی محتوای مستند در قالب‌های جذاب را بیاموزند. بهره‌گیری از ظرفیت‌هایی چون پادکست، عکس‌نوشته، موشن‌گرافی، اینفوگرافی،^۴ کلیپ‌های کوتاه و متن‌های موجز (مانند توییت)، حیاتی‌ترین ابزارهای یک مبلغ برای پاسخ به تحریفات در عصر فناوری هستند.

^۴. داده‌نما برای ساده‌سازی و مقایسه اطلاعات پیچیده.

۳-۴. دستیار هوشمند بصیرت رسانه

امیرالمؤمنین علی علیه السلام می فرمایند: «الْعِلْمُ سُلْطَانٌ، مَنْ وَجَدَهُ صَالَ بِهِ، وَمَنْ لَمْ يَجِدْهُ صِيلَ عَلَيْهِ»^{۴۱} دانش، قدرت و سلطه است. هر کس آن را بیابد، با آن یورش می برد و بر دشمن غلبه می کند، و هر که آن را از دست دهد، دشمن بر او یورش می آورد و مغلوبش می سازد». امروزه «هوش مصنوعی» یکی از برجسته ترین مصادیق «علم سلطه آفرین» در عرصه نبرد شناختی است. مبلّغی که این ابزار را بشناسد و به کار گیرد، بر موج شبهات و تحریفات «صّولت» می کند و میدان را در دست می گیرد؛ و مبلّغی که از آن بی بهره بماند، «صیل علیه» خواهد شد و در برابر سرعت و حجم سرسام آور تولید محتوای معارض، منفعل و مغلوب می گردد. از این رو،

^{۴۱}. شرح نهج البلاغة، ابن ابی الحدید ج ۲۰ ص ۳۱۹.

یادگیری و استفاده از ابزارهای هوش مصنوعی دیگر یک انتخابِ فانتزی نیست؛ بلکه یک ضرورتِ قطعی و اقتضای «علم به زمانه» است. کارکرد این فناوری برای مبلغان در دو حوزه اصلی سلبی و ایجابی تعریف می‌شود:

۱. هوش مصنوعی تحلیل‌گر: مبلغ می‌تواند از هوش‌های مصنوعی پژوهشگر (مانند ابزار NotebookLM) به عنوان یک دستیارِ هوشمند و مسلط بر منابع استفاده کند. روش کارِ مهارتی به این شکل است که مبلغ، فایل‌های متنی (PDF) کتاب‌های مرجع و مقاتل معتبری را که در بخش‌های پیشین گردآوری کرده است، به عنوان پایگاه داده در اختیار این هوش مصنوعی قرار می‌دهد. سپس از هوش مصنوعی درخواست می‌کند تا براساس «دقیقاً همین منابع مستند و بارگذاری شده»، پاسخ فلان شبهه یا تحریف

وایرال شده در شبکه‌های اجتماعی را استخراج و تنظیم کند. با این روش، مبلغ به جای صرف ساعت‌ها بررسی منابع چاپی، در زمانی کوتاه به خلاصه‌ای مستند و مبتنی بر منابع معتبر دست می‌یابد و آن را برای پاسخ‌گویی به تحریف‌ها و شبهات به کار می‌گیرد. همچنین، با محدود کردن منابع پاسخ‌گویی هوش مصنوعی به آثار معتبر، اطمینان بیش‌تری می‌یابد که پاسخ‌ها بر همان منابع استوار است.

۲. هوش‌های مصنوعی مولد: پس از استخراج پاسخ مستند و کشف حقیقت، مبلغ باید آن را در قالب‌های جذابی که پیش‌تر بیان شد، بسته‌بندی کند. در اینجا «هوش‌های مصنوعی مولد»^{۴۲} وارد

^{۴۲}. «Generative AI»: سیستم‌هایی که توانایی تولید و خلق خودکار تصویر، صدا و ویدئو را دارند.

عمل می‌شوند.

یادگیریِ کار با ابزارهای هوش مصنوعی برای تولید عکس نوشته، ساخت پادکست و تدوین کلیپ‌های کوتاه، به مبلغ این قدرت را می‌دهد که بدون نیاز به دانش پیچیده نرم‌افزاری یا تجهیزات گران‌قیمت رسانه‌ای، محتوای غنی خود را در سریع‌ترین زمان ممکن و با بالاترین کیفیت بصری تولید کند. مبلغی که به این دستیار هوشمند مجهز باشد، می‌تواند چرخه «کشف شبهه، یافتن پاسخ مستند و تولید محتوای جذاب» را پیش از آنکه الگوریتم‌های مغرض، فرصت تثبیت تحریف را در ذهن مخاطب پیدا کنند، به اتمام برساند.

با وجود ظرفیت‌های گسترده هوش مصنوعی در تسریع و تسهیل تولید محتوا، مسئولیت نهایی تبلیغ دین همچنان بر عهده مبلغ، به عنوان انسانی متعهد و متخصص، است؛ نه هوش مصنوعی که

صرفاً ابزاری در خدمت اوست. هوش مصنوعی مولد، هرچند قدرتمند است، اما فهم دینی و تقوای علمی و حساسیت اعتقادی ندارد. خروجی این ابزارها، حتی در بهترین حالت، پیش‌نویسی اولیه و مبتنی بر پردازش الگوهای آماری است و نمی‌توان آن را محتوایی نهایی، منقح و آماده انتشار دانست. استفاده خام، بدون بازبینی و انتشار فوری خروجی این فناوری، می‌تواند ناخواسته به تولید محتوای ضعیف، استنادات نادرست یا حتی روایت‌های آمیخته به تحریف منجر شود و اعتبار پیام و جایگاه مبلغ را مخدوش سازد. بر این اساس، کاربست این فناوری در فرایند تبلیغ، مشروط به «نظارت قطعی و دقیق انسانی» است. همان‌طور که یک حدیث بدون بررسی سند و دلالت، قابلیت استناد بر منبر را ندارد، یک خروجی هوش مصنوعی نیز بدون ویرایش، تطبیق با منابع معتبر و

تأیید نهاییِ مبلّغ، شایستهٔ انتشار در فضای عمومی نیست. هوش مصنوعی، دستیاری کارآمد برای «یافتن» و «آراستن» محتواست؛ اما هرگز نمی‌تواند جایگزین «فهم»، «ایمان» و «مسئولیت» مبلّغ در قبال پیام الهی شود.

نکتهٔ پایانی

قیام عاشورا در ذات خود یک رسانه است؛ رسانه‌ای پر قدرت برای انتقال پیام حقانیت و آزادگی به بلندای تاریخ؛ اما تأکید بر ضرورت تسلیح مبلّغان به «بصیرت رسانه» و ابزارهای نوین، هرگز به معنای کنار نهادن یا تنزّل جایگاه «منبر» نیست. منبر همچنان قرارگاه اصلی تبیین و کانون موعظهٔ حسینی است؛ همان نقطه‌ای که حرارت ایمان در آن به صورت سینه‌به‌سینه منتقل می‌شود.

بصیرت رسانه،^{۴۳} در حقیقت «بلندگوی» این منبر است؛ ابزاری که صدای حق را از چهاردیواری یک حسینیه و یک شب محدود، خارج می‌کند و شعاع نفوذ آن را در جغرافیای بی‌مرز فضای مجازی هزاران برابر می‌کند. انتقال ایمن این پیام در عصر ارتباطات، اقتضائات کاملاً جدیدی را می‌طلبد.

^{۴۳}. تلفیق سواد اطلاعاتی، سواد دینی و سواد رسانه‌ای.