

نکاتی درباره تبلیغ امسال در وضعیت کرونا

- وضعیت کرونا بیش از آنچه از ابتدا تصور می شد، جدی است. تا به حال هر روز با وضعیت بدتری مواجه می شویم و فراتر از حدس ها در حال پیش رفتن است. با این حال بازگشت به وضعیت عادی یا نسبتاً عادی ممکن است رخ دهد. اکثر مردم از ابتدا فکر می کردند به زودی به وضعیت عادی (یا نسبتاً عادی) بر می گردیم. ولی اکنون تصور عمومی (بر اساس مشاهدات و بر اساس نظرسنجی دکتر فاضلی و دوستان) این است که به این زودی ها به وضعیت عادی برنخواهیم گشت و تا دو-سه ماه دیگر درگیر آن هستیم. دنیای تبلیغ با هر دو مساله (واقعی و ذهنی) مواجه است. در حال حاضر شرایط واقعا در شرایط اضطراری است ولی پس از عبور از موج فراگیری، شاید فعالیت های اقتصادی به حالت نسبتاً عادی برگردند، ولی فعالیت های دینی و تبلیغی با چالش های ناشی از ذهنیت ها روبرو خواهد بود.
- کسی از وضعیت آینده خبر ندارد. می توان حدس هایی زد و از آن دفاع نمود. ولی بهتر است چند سناریو برای آینده را تصور کنیم و سپس تصمیم گیری نماییم. مدلسازی های مختلفی که انجام شده است، در مورد ایران، تقریباً هیچکدام محقق نشده است و وضعیت فعلی ایران نسبت به پیش بینی ها بهتر بوده است. البته این علاوه بر اینکه می توان مدیریت نسبتاً موفق ایران را در این زمینه نشان دهد، نشانگر عقب افتادن و طول دوره همه گیری این بیماری نیز هست. بنابر این برای مواجهه با حالت های مختلف محتمل، چند سناریویی باید فکر کرد. پس از آن می توان برای هر سناریو تصمیم گرفت و هر کدام اتفاق افتاد، بسته مربوط به همان را عملیاتی کرد. همچنین نیازمند تصمیمات پابرجا هستیم؛ تصمیماتی که در همه سناریوها بتواند کارایی خود را نشان دهد.
- چند نکته مهم که باید دانسته شود:
 - همانطور که دکتر حق دوست، رئیس کمیته اپیدمیولوژی ستاد کرونای کشور گفته است، در برخی شهرها مثل قم و گیلان که در روزهای نخست دچار اپیدمی کرونا شدند اکنون به نقطه پیک رسیده اند و اگر اتفاق عجیبی نیفتد انتظار پیک مجددی در این شهرها نمی رود. ولی در سایر شهرها هنوز به نقطه پیک نرسیده ایم و بعد از انتظار می رود که در شهرهای غربی و جنوبی به پیک برسیم.
 - گرم شدن هوا نمی تواند ما را از ویروس رهایی بدهد؛ با این حال ممکن است میزان سرایت آن را کم کند و کمک کند که منحنی رشد این بیماری زودتر به نقطه اوج و سپس نزولی خود در آن مناطق برسد.
 - هر کدام از مناطق که به نقطه نزولی خود برسند اگر بتوانند دو تا ۱۰ روز را در این سیر کاهشی سپری کنند، مناطقی خواهند بود که اپیدمی را رد کرده اند. بنابر این حتی در صورت رسیدن و رد شدن از نقطه اوج، حداقل بیست روز فاصله نیاز است تا بتوان ادعای عبور از اپیدمی را نمود.
 - در صورتی که برخی از نقاط کشور از نقطه اوج رد شوند و دوره کاهشی خود را بگذارند، برای جلوگیری کردن از اوج دوباره بیماری، فعالیت هایی که مستلزم ورود و خروج از شهرهای دیگر می باشد (مانند راه اندازی دانشگاه ها) را با محدودیت مواجه خواهند کرد. تبلیغ نیز مستلزم سفر است.
- با توجه به ذهنیت بسیاری از مردم در رابطه با شیوع کرونا از قم به سایر مناطق، یک حساسیت و نگاه بدی به قمی ها در بسیاری از شهرها و روستاها وجود دارد. حتی شنیده شده است که در مازندران (که خود کانون پر جمعیتی از کرونا است)، مردم از خرید گوشتی که از قم آمده است (با اینکه گوشت پخته می شود و خطری ندارد) ابا داشته اند. و مواردی از این دست از شهرهای بسیاری شنیده شده است.
- مدیریت خبری تبلیغ ماه مبارک رمضان - چه اعزام مبلغ رسمی وجود داشته باشد و چه اعزام رسمی نباشد ولی به شکل دعوتی یا حتی جهادی، تبلیغ صورت گیرد- از اهمیت بسیاری زیادی برخوردار است. هر نوع اتفاقی ممکن است دستمایه سوء استفاده گسترده رسانه های ضد انقلاب و ضد دین شود.
- سناریوها:
 - با توجه به وضعیت فعلی اپیدمی و با توجه به نقطه های حساس تصمیم درباره آینده تبلیغ ماه مبارک رمضان، ۴ سناریو زیر قابل تصور است:
 - ۱- وضعیت نسبتاً عادی
 - در بسیاری از شهرها، تعدادی از مردم مبتلا شده اند. طرح فاصله گذاری اجتماعی باعث شده است کسانی که بیماری مخفی دارند، بیماری آن ها مشخص شود و به طور مخفیانه شیوع پیدا نکند. تا پایان فروردین تعطیلی ها ادامه پیدا کرده است. در شهرهای بزرگ، نقطه اوج کرونا رد شده است و در مناطق دیگر نیز بیماری شیوع گسترده پیدا نکرده است و بیماری کنترل شده است.
 - اجازه برگزاری مراسمات و گردهمایی ها داده شده است. با این حال رعایت احتیاطات بهداشتی همچنان توصیه می شود و تنها به شرط فاصله یک متری افراد از یکدیگر، شست و شوی دست ها و محدودیت گسترده برای کسانی که دارای علائم بیماری هستند، این مراسمات برگزار خواهد شد.
 - چالش: اعزام مبلغین از قم هنوز با ذهنیت منفی مواجه است؛ هر چند خطر اثبات شده گسترده ای ندارند.

محتوای مورد تبلیغ: التیام بخشی به خاطر داغ دیدگی، مقابله با شبهات مربوط به بیماری و شفا، رویکردهای آخرالزمانی، طب اسلامی و

...

- برخی راه حل ها: صدور برگه سلامت برای مبلغین با معاینه دکتر و یا حتی با آزمایش، همچنین می توان به گونه ای اعزام را متفاوت از سابق سامان داد و سبک تبلیغ تغییر کند و به صورت گروه های جهادی بروند و در راستای خدمات بهداشتی فعالیت کنند و در کنار آن فعالیت های تبلیغی را نیز انجام دهند.
۲. وضعیت تنها در برخی استانها نسبتا عادی است
برخی استان ها که از نقطه اوج گذر کرده اند، و به وضعیت نسبتا عادی بازگشته اند. با این حال در این استانها محدودیت ورود از استان های دیگر مواجه است. همچنین برخی استانها توانسته اند خود را تقریبا از همه گیری کرونا دور نگه دارند.
بنابر این اعزام مبلغ بسته به مقصد و همچنین مبدا متفاوت است.
اعزام از قم، همچنان با چالش ذهنیتی مواجه است و راه کارهای آن هم همینطور
با تمرکز بر اعزام مبلغ از استان های بومی. تمرکز بر کسانی که در ده روز قبل از اعزام، در همان منطقه ساکن بوده اند. صدور برگه سلامت برای مبلغین
۳. وضعیت نسبتا عادی می شود در نیمه دوم ماه رمضان
۲۰ اردیبهشت مصادف با نیمه ماه رمضان است. تا هفته آخر فروردین وضعیت افزایشی کرونا ادامه داشته است ولی در هفته آخر فروردین به وضعیت ثبات رسیده است. به مدت ۲۰ روز در حالت کاهش قرار داشته و بیماری کنترل شده است. با میلاد امام حسن مجتبی، کرونا نیز یقه ملت ایران را رها کرده است. کرونا همچنان وجود دارد ولی هر از گاهی در برخی مناطق بیمارهایی پیدا می شوند که با کنترل آن ها می توان از عدم شیوع بیماری اطمینان پیدا کرد. گرمای هوا نیز به حدی هست که هم بیماری کنترل شود و هم موارد مشابه کرونا به حداقل رسیده باشند.
در صورتی که دو استان قم و گیلان بتوانند وضعیت ثبات خود را تا ۲۵ فروردین حفظ کنند و با برگشت مسافری و از سرگیری مشاغل، به وضعیت شیوع برنگردند، این می تواند نشانه ای باشد که وضعیت بقیه کشور نیز در حدود ۲ ماه و کمتر از آن، پس از شیوع به وضعیت کاهش برسد.
آغاز تبلیغ، با جشن پایان کرونا همراه خواهد بود و برگزاری مراسمات مذهبی، همراه با یک سرخوشی و شکرگذاری است و مردم در برپایی گردهمایی ها بسیار ذوق و شوق دارند.
البته این ذوق زندگی ممکن است پس از یک غم ناشی از ورشکستگی ها و یا حتی آشوب و اغتشاش عده ای از مردم در اعتراض به تعطیلی ها و کاستی ها باشد.
۴. وضعیت تا پس از ماه رمضان اضطراری خواهد بود
وزارت بهداشت اعلام کرده است، بازگشایی مدارس زودهنگام نخواهد بود. تهران و بسیاری از شهرهای دیگر کشور تا ۱۱ فروردین به نقطه اوج خود نرسیده اند. اگر بیماری کنترل نشود، پس از ۲۰ فروردین، در شهرهایی مثل تهران، بیماری به نقطه اوج خود خواهد رسید. به همین ترتیب به علت گستردگی سطح درگیری بیماری، طول دوره تخت شدن رشد بیماری (فلت شدن منحنی) می تواند طول بکشد و حتی در صورتی که بیماری رو به کاهش گراید، دو دوره ۱۰ روزه آن تا پایان اردیبهشت (تقریبا پایان ماه رمضان) طول خواهد کشید. شاید بتوان امیدوار بود عید فطر، عید خلاصی مردم از بلا و مصیبت ها باشد.
نه تنها اعزام مبلغ از قم و شهرهای دیگر با چالش روبرو است، بلکه به علت تعطیلی طولانی مدت مراسمات مذهبی، برگزاری نماز جماعت، مراسم شبهای قدر و افطارها و جلسات ختم قرآن و منبر و روضه نیز با چالش است و روحانیون مستقر نیز در حالت تعطیل قرار دارند؛ مگر کسانی که توانسته اند با فعالیت های دینی در فضای مجازی، خود را فعال نگه دارند.
راه حل: تقویت برنامه های دینی از طریق رسانه ها، تمرکز بر جایگزینی تبلیغ از طریق ابزارهای مجازی

• وضعیت محتمل

بر اساس سناریوهای مختلف، زمان و نوع برخورد ما با این اپیدمی متفاوت خواهد بود؛ ولی زمان پایان مواجهه با کرونا احتمالا اصلا امسال نیست و ما در پاییز امسال و حتی سال آینده نیز با این بیماری مواجه خواهیم بود. زمان امیدواری خوشبینانه برای اینکه بتوانیم موج بیماری را سپری کنیم و به مرحله بومی یا اندمیک این بیماری برسیم، پایان تابستان است.
به نظر می رسد سناریو ۳ و ۴ محتمل تر می باشند.
اقدام بر پایه سناریو ۳ همراه با ریسک است.
اقدام بر پایه سناریو ۴، یک اقدام پابرجا است.

- تبلیغ سنتی مجازی
فعالیت های دینی و تبلیغی در فضای مجازی، مدت ها است که در حال انجام است. با این حال تبلیغ سنتی به اندازه کافی از ابزارهای مجازی بهره نبرده است. چند سال پیش در همایش فضای مجازی پاک، بیان شد که تبلیغ سنتی و مجازی نباید از یکدیگر جدا شوند و همگرایی این دو باید در دستور کار قرار گیرد. این نیاز هم اکنون بیشتر به چشم می آید.
معارف دینی در فضای مجازی هست و منتشر می شود و در فضای ماه مبارک رمضان نیز افزایش می یابد. اما ارتباط زنده و حضوری چیز دیگری است و از غنای بالاتری برخوردار است. گویا مردم احساس می کنند نیاز دارند با روحانی اختصاصی روستای خود ارتباط داشته باشند. ارتباط دو سویه و همراه با بازخورد و به طور شخصی از اهمیت بالایی برخوردار است و از مزایای انحصاری شبکه روحانیت است. ابزارهای مجازی می تواند در راستای خدمت به حفظ و گسترش این شبکه قرار گیرد. در سناریو ۴ و تا حدی سناریو ۳، لازم است این نوع ارتباط ایجاد گردد؛ یعنی ارتباط به صورت مجازی است ولی تا حد امکان چهره به چهره مجازی.
روحانیون لازم است با افراد روستای خود ارتباط مجازی برقرار کنند. حتی می توانند از این فرصت استفاده کنند و ارتباط قوی تری را با جوانان و زنان برقرار نمایند و موثر تر واقع شوند.
یک پیشنهاد می تواند این باشد که نرم افزاری مانند **روبوکا** برای هر کدام از روستاها و مناطق مختلف شهری، یک بخش ویژه تشکیل دهد که در آن هم شبکه اجتماعی وجود داشته باشد و هم قابلیت برگزاری مراسم منبر و شب قدر داشته باشد و هم قابلیت پرسش و پاسخ و با ارسال محتواهای مختلف وجود داشته باشد. در این صفحه، نقش محوری ای به روحانی مبلغ داده شود.
- تنوع و آزمایش
تبلیغ در فضای مجازی در مراحل آزمایشی خود است. همانطور که آموزش مجازی در مدارس و دانشگاه ها، در اشکال متنوع و مختلفی در حال اجرا است. نمی توان از هم اکنون یک الگوی واحد را برای همگان تجویز نمود. لازم است تا حدی انعطاف قرار داد تا مبلغین مختلف با قدرت خلاقیت خود بتوانند راه های مختلف و متنوع را امتحان کنند و پس از آن می توان به ارزیابی شیوه های گوناگون پرداخت و بهترین ها را رشد داد. هر نوع نظارت، ارزیابی باید به گونه ای باشد که تنوع و خلاقیت ها را از بین نبرد. این فرصتی است که بتوان راه های جدید و نوآورانه ای را برای تبلیغ مجازی در آینده پساکرونیایی پایه گذاری کرد.
علاوه بر این پیشنهاد می شود، یک هفته به صورت آزمایشی، تبلیغ مجازی به این شکل، در مناطق محدودی به شکل مانور اجرا گردد تا نواقص و مسائل آن روشن گردد.
- مبلغین به مثابه امدادگر فرهنگی
تقریباً در تمامی سناریوها، گروه های جهادی با هدف خدمت رسانی و امداد در شرایط اضطراری کرونا، می توانند فعال شوند و در قالب خدمت رسانی، دین را تبلیغ کنند و یا در کنار خدمت رسانی، معارف دین را نیز ابلاغ کنند.
- پیشنهاد می شود با استفاده از روش های ذهن انگیزی و با تکیه بر قدرت نوآوری توزیع شده اشتراکی، در رابطه با هر کدام از سناریوها و یا سناریو منتخب، به تولید راه حل های بدیع و خلاقانه مبادرت گردد. تجربه نشان داده است که می توان با راه های جدید و نو و چه بسا عجیب و دوراز ذهن، تهدید ها را به فرصت هایی فوق العاده تبدیل کرد.

احمد کوهی

و با تشکر از مطالبی که خانم دکتر اردبیلی در اختیار قرار دادند.