

شیوه های جذب حداکثری در آئین بهائیت

زهره عبدی^۱

چکیده

فعالیت های فرهنگی و اقتصادی از جمله ساحت های مورد توجه خاص فرقه بهائیت بوده است. زعمای بهائی فهمیده اند که بهترین راه برای فریفتن مخاطبین، استفاده از نقاط ضعف ایشان است تا بتوانند خوراک مسموم فکری خود را در قلب و جان آنها جا دهند. یکی از مهمترین و اثرگذارترین شیوه های جذب در فرقه بهائیت، استفاده از مشکلات مالی، ضعف بنیانهای اعتقادی، اخلاقی و اقتصادی گروه های هدف شان است لذا فعالیت های اقتصادی و فرهنگی بسیار مورد توجه این فرقه بوده است. در سال های اخیر فرایند توسعه اجتماعی-اقتصادی در کشورهای مختلف، تبدیل به ابزاری برای تبلیغ و گسترش امر بهائی در نقاط مختلف جهان شده است. جامعه امر با تامین منابع مالی مورد نیاز پروژه های کوچک و بزرگ در یک منطقه جغرافیایی امر بهائیت را گسترش می دهد. در این مقاله که در پاسخ به این سؤال شیوه های فرهنگی و اقتصادی جذب حداکثری بهائیان به شیوه توصیفی - تحلیلی به رشته تحریر درآمده است.

واژگان کلیدی: بهائیت، فعالیت های اقتصادی، فعالیت های فرهنگی، شیوه های جذب

^۱ طلبه سطح ۲ حوزه علمیه کوثر.

مقدمه

از زمانی که بهائی‌ها توانستند قدم در سیاست گذارند و درصدد برپا نمودن هویت سیاسی مستقلی برآمدند، فعالیت در بخش اقتصاد و تجارت را شروع کردند. بهائیان همواره سعی بر آن داشتند تا اوضاع اقتصادی خود را بهبود بخشند تا با تحکیم پایه‌های قدرت خود در عرصه اقتصاد کشور، اهرم فشار علیه مردم مسلمان به دست آورند و با بالا بردن توان اقتصادی خود، نبض سیاسی را به دست گیرند^۱. آنها از روش‌های گوناگون نظیر دادن وام و کمک‌های مالی به مستمندان و فقرا، نشست‌های پای درد دل افراد مسن، توسل به شعارهایی پیرامون تساوی حقوق مرد و زن، ممنوعیت جنگ و لزوم تحقق صلح جهانی، کمک برای گرفتن پناهندگی و دیگر اقدامات سطحی سعی در جذب عناصر ساده اندیش دارند.

نظر به این مهم ضرورت دارد تا به بررسی روشهای مختلف این جریان ضاله در تبلیغ و جذب مخاطبین در ساحت‌های اقتصادی و فرهنگی پرداخته شود. و قبل از آن شایسته است مروری بر پیشینه این بحث در میان پژوهشگران و محققان انجام گیرد.

بررسی ابعاد این مساله مدتی است که مورد توجه ویژه پژوهشگران و اندیشمندان مختلف، قرار گرفته است به عنوان نمونه حسین امیری در دانشکده معارف قرآنی اصفهان در پایان نامه کارشناسی ارشد خود تحت عنوان «اصول و روشهای تبلیغی بهائیت» به این مساله اشاره نموده است. رحمان زارع در بخشی از پایان نامه کارشناسی ارشد خود در دانشگاه قم تحت عنوان «بسترهای پیدایش بهائیت در ایران» به فعالیت‌های اقتصادی بهائیان و جذب نیازمندان به این فرقه پرداخته است. ابوذر رحیمی یکی از دانشجویان دانشگاه سوره هم در پایان نامه کارشناسی ارشدش تحت عنوان «شگردهای تبلیغی شبکه‌های ماهواره ای بهائیت» از فعالیت‌های اقتصادی و

^۱ صادقی، واکاوی در لُجنه: نقش بهائیان در پیدایش و استمرار رژیم پهلوی، ص ۵۴

تجاری بهائیان به عنوان ابزاری برای مشروعیت بخشی این فرقه یاد کرده است. پوریا سلیمانی در مقاله ای در نشریه تاریخ معاصر ایران با عنوان «ملت مسلمان ایران، خشمگین از همدستی رژیم با بهائیان» به فعالیت های اقتصادی و روش های مختلف آنها در دوران پهلوی پرداخته است. «هویدا بی روتوش ، بی نقاب » عنوان مقاله ای است از منوچهر صادقی در نشریه تاریخ معاصر ایران که قبضه شدن اقتصاد ایران در دست بهائیان در دوران هویدا و اثر این مساله را در قدرت یابی روزافزون بهائیان و جذب حداکثری آنها واکاوی کرده است. «بهائیت و اوقاف» نیز مقاله دیگری است که علی اکبر علیمردانی در نشریه مطالعات تاریخی ، اسناد و مدارک فعالیت ها و حضور پررنگ بهائیان در اقتصاد ایران در عصر پهلوی و بعد آن را تبیین نموده است. کتاب سازمان سیاسی بهائیت از حمیدرضا اسماعیلی که در سال ۱۴۰۰ برنده جایزه کتاب سال و جایزه جلال آل احمد شد را شاید بتوان فصل جدیدی در حوزه مطالعات بهائیت دانست که تلاش کرده با استفاده از مطالعات کلاسیک و سنتی مربوط به این حوزه ، راه جدیدی را در مطالعات بهائیت باز کند. این کتاب اشارات موقنی بر فعالیت های اقتصادی بهائیان در راستای قدرت سیاسی شان دارد.

این مقالات ، پایان نامه ها و کتب فقط بخش بسیار کوچکی است از آثار علمی پرتعداد در زمینه فعالیت های اقتصاد بهائیان که نشانگر حساسیت جامعه علمی کشور به خطر بهائیت است. بهائیت که زائیده استعمار و در پوشش دینی بوده است از همان ابتدا از هر طریقی به جذب افراد به این فرقه اهتمام داشته است و از آنجا که نقطه قوت این فرقه قدرت اقتصادی آن بوده است ، راهکارهای اقتصادی هم یکی از مهمترین ابزارهای جذب افراد به این فرقه انحرافی بوده است. از همین رو در این پژوهش بر آن شدیم که به این سوال پاسخ گوئیم که مهمترین شیوه های فرهنگی و اقتصادی بهائیان در جذب پیروان خود چه بوده است.

معناشناسی واژه بهائیت

بهائیت در لغت از ریشه بهاء و به معنای ارزش و قیمت بوده^۱ اما در اصطلاح این واژه مصدری است منسوب به واژه «بهائی»، که از حدود سال‌های ۱۲۸۲-۱۲۸۴ ق درباره بهائیت به کار رفته است.^۲ با این حال بهائیان نام‌های «آیین بهائی»، «دیانت بهائی» و «امر بهائی»^۳ را برای اشاره به خود ترجیح می‌دهند.^۴ واژه بهائیت در حوزه فرق و مذاهب مطرح می‌شود در این ساحت بهائیت فرقه‌ای مذهبی منشعب از آیین بابیه است^۵ که در قرن سیزدهم قمری توسط میرزا حسینعلی نوری معروف به بهاءالله پدید آمد.^۶

شیوه‌های فرهنگی جذب حداکثری بهائیت

در طول تاریخ، فرقه‌های گوناگون با هر مرام و مسلکی، تبلیغ را از اصول اصلی و زیربنایی فعالیت خود قرار داده اند؛ فرقه ی بهائیت نیز به گواه اسناد تاریخی و همچنین تاکیدات فراوانی که در آموزه‌های این فرقه به چشم می‌خورد_ که اشاراتی بدانها رفت_ از بدو تشکیل و اعلام موجودیت جایگاه والایی برای امر تبلیغ قائل بوده است. بستر ماهواره و کانال‌های فارسی زبان یکی از ابزارهای نسبتاً نوظهور تبلیغی است که طی سالیان اخیر به شدت از سوی تشکیلات بهائی و مبلغان این فرقه مورد توجه و بهره برداری قرار گرفته است؛ بر اساس شیوه‌های تبلیغ و جذب در

^۱ معین، فرهنگ لغت معین، جلد ۱، ص ۲۹۰

^۲ لاوسون، «بهائی/بهائیت»، ص ۷۳۰.

^۳ The Bahá'í Faith

^۴ لاوسون، «بهائی/بهائیت»، ص ۷۳۰.

^۵ صدری، «بهائیت»، ص ۷۳۳.

^۶ لاوسون، «بهائی/بهائیت»، ص ۷۲۹ و ۷۳۰.

عصر حاضر با بررسی فعالیت های گذشته و حال مبلغان بهائیت، می توان فعالیت بهائیان در ایران را در قالب های زیر جمع آوری کرد:

۱- تغییر ذهنیت مردم

نخستین تلاش بهائیان، مظلوم نمایی و جلب توجه ایرانیان به ویژه مسلمانان است، زیرا آنان می خواهند «سوء ظن سیاسی» و «تعصب مذهبی» مسلمانان را نسبت به بهائیت رفع کرده و ذهنیت منفی مسلمانان را نسبت به خود تغییر دهند و فرقه بهائیت را که در نگاه ایرانیان یک گروهک منحرف و دستگاه جاسوسی برای بیگانگان است به عنوان یک مذهب الهی و شاخه ای از مذهب تشیع معرفی کرده و پیروانش را به عنوان هموطنانی بی ضرر، بلکه مظلوم نشان دهند.^۱

۲- ابراز دوستی و محبت

پیروان این فرقه، با روش های گوناگون به تبلیغ پنهانی و غیر مستقیم مسلمانان به بهائیت می پردازند که از جمله می توان به دوستی های مدرسه ای، دانشگاهی، کاری و همسایگی اشاره کرد. اشاره به این نکته نیز لازم است که بهائیان بعضاً در مهد کودک ها نیز نفوذ کرده و روی اندیشه کودکانمان نیز کار می کنند.^۲

^۱ زاهدانی، بهائیت در ایران، ص ۱۳۲

^۲ غفاری هشتجین، «نقش فرقه بهائیت در تقابل با نظام جمهوری اسلامی در عرصه جنگ نرم» ص ۲۸

۲-۲- استفاده از سازمانهای مردم نهاد

سازمانهای مردم نهاد (NGO) یکی از بهترین بسترهای پوششی برای فعالیت تشکلات بهائیت است. فعالیت های بهائیان در قالب این قبیل سازمان ها، پوششی مناسب برای تمامی فعالیت های دیگر تبلیغیشان است. فعالیت های تبلیغی و جذبی، فعالیت های توسعه اجتماعی و اقتصادی می تواند در این قالب ساماندهی شود. در واقع بستر چنین سازمان هایی ظرفیت مناسب و ایده آلی برای فعالیت های جامعه بهائی است.^۱

برخی از فعالیت های این بخش، تهیه و پخش بروشورهای مختلف در جامعه هدف، تشکیل کلاس های سوادآموزی از طریق NGO و در لوای این پوشش تبلیغ آموزه های فرقه است.^۲ از این دست NGOها در بسیاری از نقاط مختلف کشور تشکیل شده و مشغول به فعالیت های خود هستند.^۳

۲-۳- نفوذ در روستاها

در استان های مرزی و دیگر شهرستان ها، ردپای مبلغین بهائی به چشم می خورد. از آنجا که روستائیان نسبت به آموزه های دینی از تعصب بیشتری برخوردارند، مبلغین بهائیت با تدبیر بیشتری عمل می کنند یعنی در بدو ورود به آنها خدمات می دهند و بعد وارد گفتگوی سطحی با آنها می شوند و بعد که ارتباط دوستانه تری را با آنها برقرار کردند؛ عقاید خود را در پس شبهات دینی به آنها القا می کنند و از آنجا که قشر روستایی جهت برطرف نمودن شبهات خود دسترسی

^۱ زاهد زاهدانی، بهائیت در ایران، صص ۳۱۷-۳۰۷

^۲ همان

^۳ شوقی افندی، دور بهائی، ص ۹۶

به روحانیت، کتاب و یا رسانه ای مطمئن ندارند، مجبور به خواندن کتبی می شوند که توسط مبلغین بهائی در اختیار آنها گذاشته شده است.^۱

بهائیت به تمام فضاهای تبلیغی خود به صورت کمی و کیفی نگاه می کند و عمدتاً در شهرستان ها، روستاها، دانشگاه، سینما و پارکها فعالیت دارند. تشکیلات بهائیت شاید در دانشگاه بتواند یک نفر را جذب و در فعالیت های حقوق بشری و یا سیاسی در ضدیت با نظام درآورد که این امر ارزشش از جذب افراد در روستاها برایشان بیشتر است.

نتیجه گیری

تشکیلات استعماری بهائیت همزمان با تحرکات وسیع خود در سطح جهان، سیاست خویش را بر تبلیغ گسترده و علنی در داخل کشور استوار کرده و تلاش می نماید تا با تجدید سازمان بهائیت در داخل اهداف شوم سیاسی، فرهنگی و اقتصادی خود را به شکل صریح، بی پروا و گستاخانه پیش ببرد. جامعه بهائی در پوشش برنامه های توسعه اقتصادی-اجتماعی به تبلیغ بهائیت می پردازد تا بتواند به ازدیاد جمعیت بهائیان بپردازد. اگرچه نهاد مدیریتی جامعه امر یعنی بیت العدل همواره از این برنامه ها حمایت می کند اما پیش تر از آن، افراد جوامع مختلف را به ترغیب مشارکت در پروژه های کوچک و بزرگ روستایی و شهری، مشارکت مدنی، تشکیل NGOها و نیز از راه هایی نظیر تبرعات، حقوق الله، کمک های مالی مستقیم و یا کمک های غیر مستقیم می کند. در این میان موسسات ملهم از آیین بهایی علاوه بر مدیریت این فعالیت ها بتدریج در قالب خدمات مشاوره ای و آموزشی به درآمدزائی می رسند. علاوه بر این جامعه بهائی ضمن استفاده از فرصتی که پروژه های بین المللی سازمان ملل و نهادهای آن برای حضور در کشورهای مختلف فراهم می کند، از منابع

^۱ جزوه تبلیغی بهائیت، ص ۵۶

مالی تخصیص یافته این پروژه‌ها جهت تامین منابع مالی تشکیلات بهائی و اجرای طرح و تبلیغ آیین بهائی استفاده می‌کنند. تغییر ذهنیت مردم ایران در باره این تشکیلات از یک مسلک منحرف و دستگاه جاسوسی برای بیگانگان به شهروندانی عادی و بی خطر با شیوه های مختلف از جمله مظلوم نمایی و بهره گیری از محافل جهانی مانند سازمان حقوق بشر، پخش مداوم شبهات فکری و عقیدتی در باره اصول و فروع دین اسلام به ویژه تشیع از طریق رسانه های دیداری و شنیداری و نوشتاری به ویژه اینترنت، نفوذ در ادارات و نهادهای دولتی ، استفاده از ظرفیت گردشگری و توریسم در ایران با تمرکز بر احیای اماکن توریستی از جمله اقدامات فرهنگی و اجتماعی این فرقه در سال های اخیر در جذب پیروان خود بوده است.

منابع و مآخذ

منابع فارسی

۱. بابلی، کورش، بهائیت و روش های تبلیغی آن، نشریه پیام، شماره ۱۰۰، تابستان ۱۳۸۹
۲. ترجمه قانون اساسی بیت العدل اعظم، موسسه ملی مطبوعات امری، بی تا
۳. دائرة المعارف بزرگ اسلامی، ج ۱۳، تهران، مرکز دائرة المعارف بزرگ اسلامی، چاپ اول، ۱۳۸۳ ش.
۴. زاهد زاهدانی، سعید، بهائیت در ایران، چاپ پنجم، تهران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۹۰
۵. سعید زاهد زاهدانی، بهائیت در ایران، مرکز اسناد انقلاب اسلامی، ۱۳۹۰
۶. شاهوار، سلی، مدارس فراموش شده: بهائیان و آموزش و پرورش نوین در ایران. باران ۲۰۱۳.
۷. شهبازی، عبدالله، ظهور و سقوط رژیم پهلوی، خاطرات ارتشبد سابق حسین فردوست، گردآورنده مؤسسه مطالعات و پژوهش های سیاسی، تهران: اطلاعات، ۱۳۶۹،
۸. شوقی افندی، دور بهائی، ترجمه لجنة ملى نشر آثار امری، آلمان: لجنة ملى نشر آثار امری، چاپ سوم، ۱۹۸۸ م
۹. صدری، محمود، بهائیت، تهران، انتشارات موسسه فرهنگی هنری کتاب مرجع، ۱۳۹۷ ش.
۱۰. غفاری هشتجین و آکار «نقش فرقه بهاییت در تقابل با نظام جمهوری اسلامی در عرصه جنگ نرم»- مطالعات قدرت نرم، سال اول شماره چهارم زمستان ۱۳۹۰
۱۱. لاوسون، بهائی/بهائیت، تهران، نشر کنگره بی تا.

۱۲. محمد علی فیضی، رساله راهنمای تبلیغ، تهران، موسسه ملی مطبوعات امری، بی تا

مرکز جهانی بهائی، پیام رضوان ۲۰۱۰.

۱۳. معین، محمد، فرهنگ لغت معین (شش جلدی). تهران، مؤسسه انتشاراتی امیرکبیر، ۱۳۷۶.

۱۴. مهتدی صبحی، فضل الله، خاطرات صبحی درباره بهائیگری، قم، مرکز انتشارات

دارالتبلیغ اسلامی، ۱۳۴۴.

۱۵. نوشتاری از دفتر توسعه اجتماعی و اقتصادی در مرکز جهانی بهائی، ۲۳ نوامبر ۲۰۰۶.

۱۶. نوشتاری از دفتر توسعه اجتماعی و اقتصادی در مرکز جهانی بهائی، ۲۶ نوامبر ۲۰۱۲.

۱۷. واخیم واخ، جامعه شناسی دین، ترجمه جمشید آزادگان، تهران، سمت، ۱۳۸۰.

۱۸. ویلیام هاچر، دیانت بهائی، ترجمه ی سمندری، بی جا، موسسه ملی مطبوعات امری، بی

تا.

وبسایت ها

۱. <https://en.bahairesearch.org/the-bahais-conferences-a-seedbed-for-propaganda-in-the-bahai-clusters-in-the-world/>

۲. سایت پارس نیوز، ۲۵/۲/۱۳۹۵

www.parsnews.com

۳. www.baharoom.com/15010.html سایت حقیقت بهائیت، ۱۳۸۹

۴. <https://www.mehrnews.com/news/2119413> پایگاه تحلیلی مهر نیوز