# نقش نماز در پیشگیری استفاده نامطلوب از رسانه های مدرن (فضای مجازی، شبکه های ماهواره ای، اینترنت و (…

## نادی علیزاده

## عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، واحد نور مرکز محمودآباد، ایران

چکیده

خداوند در تحلیل روش شناسی و رفتار شناسی دشمنان اسلام و توحید، به این نکته توجه می دهد که دشمنان اسلام، به سبب هم دلی و همانندی در فکر و اندیشه، یکسان و همانند عمل می کنند.[[1]](#footnote-1) تهدید و جنگ همواره در طول تاریخ وجود داشته است. چنان که می توان با مطالعه اجمالی تاریخ بشر و انبیاء الهی دریافت که دشمنان بشریت و دشمنان انبیا تلاش کرده اند مخاطبان انبیاء را در غفلت، جهل و برداشت های نادرست نگهداشته و با تحریف واقعیت ها، شایعه سازی و ... اهداف شیطانی خود را بر جوامع حاکم کنند. یکی از ابزارهایی که امروزه در زمان جنگ و حتی پیش از آن به کمک استراتژیست‌ها و جنگ‌سالاران آمده است، نظام رسانه است. رسانه‌ها به مثابه یک تیغ دو لبه‌اند که از یک سو با بُعد مثبت و ایجابی کار ویژه‌هایی همچون اطلاع‌رسانی، آگاهی و آموزش‌های مدنی را تسهیل می‌کنند، و از سوی دیگر با بعد سلبی در جنگ نرم رسانه‌ای و جنگ‌های نوین بین‌المللی برای بحران‌سازی، تنش و تفوق بر اذهان و تسخیر قلب‌های ملت‌ها به‌ کار می‌روند. امروزه از روش جنگ رسانه‌ای برای حمله به ایران استفاده می‌شود. از آن جا که دشمنان در تجربه‌های تهاجمی خویش، بارها با شکست مواجه شدند، به سوی جنگ‌های نوین روی آوردند که در این مسیر، نظام رسانه پیشگام بوده است. به همین دلیل است که مقام معظم رهبری در یک راهبرد بلند مدت از مفاهیم «تهاجم فرهنگی” 1370، «ناتوی فرهنگی» 1385 و” جنگ نرم» 1388 به عنوان دغدغه های اصلی کشور یاد می کنند. تحول در ارتباطات و رسانه های نوین و افزایش اطلاعات موجب ظهور بازیگران جدیدی در جهان معاصر گردیده است، از طرفی کارکرد ابزارهای ارتباطی را که در گذشته ابزاری ساده برای انتقال معانی و پیام بود، پیچیده نموده، و کل حیات انسان را متاثر ساخته است. نظام های نوین ارتباطی و رسانه ها منشأ تحولات عظیم در جهان گردیده اند و با ظهور پیامدهای منفی خود برای امنیت و استقلال جوامع انسانی مشکلاتی را به وجود آورده اند.

واژگان کلیدی: نماز،رسانه، جنگ رسانه‌ای، جنگ نرم.

مقدمه و طرح مسئله

رسانه ها، عامل و سازمان هایی هستند که ارتباطات، ایده ها و اطلاعات و تصاویر دنیای ما را می رسانند. رسانه ها، تار و پود نمادین زندگی اجتماعی ما را تشکیل می دهند. در دنیای امروزی، جایگاه رسانه، تنویر افکار عمومی و ایجاد فضاهای مناسب برای گفتگو و برخورد سالم و سازنده نظرات وچندین نقش اساسی دیگر می باشد. رسانه ها، حکم آینه را ندارند؛ بلکه نقش نورافکن را بازی می کنند. رسانه ها نقش بالقوه معناداری در شکل گیری ادراک و افکار بازی می کنند. رسانه ها، تکثیر کنندگان شخصیت متحرک و قالب ذهنی متناسب با آن می باشند. افکار عمومی نیز از نظام برخوردار است و رسانه ها در شکل دهی افکار عمومی نقش اساسی دارند. افکار عمومی دارای ساختار ارتباطی است که رهبران فکری نقش اساسی در شکل گیری آن دارند. درایران، تلویزیون و رادیو بعنوان دو رسانۀ اصلی و دولتی، نقش اساسی را در توسعه کشور ایفا می نمایند. اگر بپذیریم که "هدف و وسیلۀ توسعه انسان است" و نیازمند تغییرات و تحولات اساسی است، رسانه ها نقش اساسی را در توسعه کشور بازی می نمایند.

توسعه مفهومی است چند بعدی و "چند رخساره ای "که نوعی فراگرد افزایش پیچیدگی و نظم و ظرفیت نوآوری و بازآفرینی نظام اجتماعی فرهنگی در جامعه است. رسانه ها بایستی در قالب راهبرد، در راستای چشم انداز توسعه، اولویت گذاری شوند تا با شناخت نیازهای عصری، بازسازی نظم و ایجاد نظم نوین در جامعه،توجه به انباشت سرمایه، ترویج کار و اخلاق کار، توجه به سازمان های مغز بنیادین، توجه به دگرگونی های بنیادین فرهنگ، توان ایجاد تنوع اجتماعی را در دستور کار خویش قرار دهند تا بتوانیم شاهد بالندگی و آفرینش فرهنگی در منطقه باشیم. رسانه ها، نقش های متفاوتی را در حوزۀ توسعه و فرهنگ سازی کشور دارند. نقش های پارادوکسیکالی که دامن زدن به هر یک از آنها انرژی مضاعفی را می طلبد و همکاری همگان را. هم اکنون در کشور ما این مهم محقق نشده است و با اینکه برنامه چهارم توسعه در حال اجراست و افق رسانه درچشم انداز توسعه ترسیم شده است؛ رسانه صدا و سیما در ترسیم سپهر فرهنگی کشور راه درازی در پیش دارد و به جز چند برنامه خاص که محققانه تولید شده است؛ بقیه برنامه ها نیازمند تفکر و تدقیق در راستای چشم انداز توسعه است. تحلیل محتوای مقایسه ای چند سریال تلویزیونی در کشور نشان می دهد که "ترویج ارزش های مادی گرایانه و تجمل گرایی" جای ارزش های ایثارگرانه و ارزشی را گرفته و ما راه درازی را تا نیل به رسانه توسعه مدار داریم. (رفیع پور،1378).

این مقاله سعی دارد با بررسی نقش رسانه های جمعی در کشور- بخصوص رادیو و تلویزیون به تبیین رسالت سنگین رسانه ای بپردازد. در این میان، رسانه هایی توانایی تحقق اهداف توسعه ای مبتنی بر چشم انداز توسعه رادارند که خود توسعه مدار باشند. ایفای نقش اطلاع رسانی، کنترلی،فرهنگ سازی، پویایی اجتماعی، عامل تغییر و نقش تعاملی و پروژکتوری؛کاری بس سنگین و دشوار است که نیازمند تفکر جمعی و مساعی همگان است تا بتوان شاهد اجرای سه اصل پایدار و هفت اصول اساسی در راستای سند چشم انداز توسعه در کشور بود. پژوهش حاضر با هدف شناخت این تهدیدات رسانه‌ای به دنبال پاسخ‌گویی به این سؤال است که نقش نماز در جنگ نرم رسانه‌ای چیست؟

تعریف رسانه و اهمیت آن

رسانه، "هر نوع واسطه یا مجاری انتقال پیام است که از طریق فرستنده اعمال می شود. "هم چنین رسانه گاهی کانال نیز نامیده می شود. "یک رسانه (medium) عبارت است از هر ابزاری برای برقراری ارتباطات. رسانه حامل یا واسط پیام است. بدین، ترتیب واسط هم رسانه معنی می دهد و هم واسط : " (اینگلیس، 1377 : 37)

رسانه ها – بخصوص رادیو و تلویزیون نقش تسریع کننده نهادی (institutional catalyst) را دارند. مطابق نظر "هورنیک"، برنامه هایی که مبتنی بر رسانه ها هستند. "خصلتی ستاره وار" دارند. (ویندال، 1376 : 71) دنیای امروز به ارتباط مستمر یا کنش متقابل مردمی که بسیار جدا از یکدیگرند وابسته است. اگر ما تا این اندازه به ارتباط از راه دور وابسته نبودیم تعلیم و تربیت به صورت توده گیر نه ضروری بود و نه ممکن. (گیدنز، 1373 :472) رسانه ها، توانایی درک مسیر حرکت جامعه را به افراد و آحاد جامعه می دهند. رسانه ها با کاهش پیچیدگی ارتباطی میان مردم و مسئولین و مردم با مردم به ایجاد وفاق اجتماعی کمک می نمایند. چنآن چه لومان می گوید، ایجاد وفاق اجتماعی مستلزم تحدید تنوع و کاهش پیچیدگی هاست. (لازار،37:1380) دانیل لرنر، رسانه ها را تکثیر کنندگان ”شخصیت متحرک” و قالب ذهنی متناسب با آن می داند و معتقد است که رسانه ها محتوای مناسب را برای افزایش مصرف اقتصادی و مشارکت سیاسی به مردم انتقال می دهند. (آنابل سر 1370 : 10)

نقش های متفاوت رسانه ها

رسانه ها، گذشته از اولویت گذاری رسانه در راستای چشم انداز توسعه؛ نقش های متفاوتی را بازی نمایند. در این جا به چند نقش توجه می شود :

1- نقش نورافکن projector role

چنآن چه در مباحث نظری آمده رسانه ها می توانند نقش نورافکن را بازی نمایند. از یک طرف به طرح سوژه های مناسب در راستای نیازهای توسعه ای و چشم انداز بپردازند و از طرف دیگر به برجسته نمودن (topicalize) نیازهای توسعه ای در جامعه بپردازند. نیازهایی که بر اساس مطالعات اساسی در چشم انداز توسعه به ابعاد مختلف از قبیل اصلاحات نظام اداری، پیوستن به بازارهای جهانی، اصلاح فرهنگ عمومی، کاهش تصدی گری دولت، ایجاد بنیاد نخبگان اشاره کرد. دامن زدن به رشد و بالندگی جامعه از جمله موارد دیگری است که رسانه ها می توانند به آن بپردازند. رشد و بالندگی در راستای برنامه های توسعه فقط محدود به حوزۀ نهادهای دولتی و سیستم های رسمی جامعه نیست. رسانه ها بایستی با توجه به نیازهای عصری، مشارکت همگانی را در جامعه ترویج نمایند. رسانه ها می توانند در قالب برنامه های سالانه به دولت ها هشدار داده تا با رویکرد سیستمی به پدیدۀ انحراف توجه نمایند. پدیدۀ انحراف به این معنی است که دولت در اجرای برنامه های توسعه در افق 20 ساله تا چه حد از اجرای برنامه ها و کیفیت بخشی به امور وزندگی مردم عدول کرده است. موارد فوق بخشی از نقش نورافکن رسانه هاست.

2- نقش فرهنگ سازی

رسانه ها به عنوان پل ارتباطی میان نخبگان و جامعه، نقش آفرینش فرهنگی را بازی نموده و مشارکت اجتماعی را نهادینه می سازند. فرهنگ، تجمل نیست بلکه کلیتی است که تمامی ابعاد زندگی را در بر می گیرد و رسانه ها با سیطرۀ کامل بر همۀ ابعاد زندگی اجتماعی، خلوت خانه ها را پر کرده و اثرات هاله ای آن بر همۀ امور پیداست و رفتارهای غالب اجتماعی را شکل می دهند. رسانه، گذشته از آنکه خود یک فرهنگ غالبی را ترویج می کند، از عناصر فرهنگ ساز است. رسانه ها، آینۀ تمام و کمال فرهنگی کلی جامعه می باشند " (آغاز و جعفرنژاد، 1385) و نقش فرهنگ سازی و همبستگی اجتماعی در ذات یک رسانه نهفته است. رسانه ها، با انعکاس داده های فرهنگی یک جامعه بایستی کوشش کنند که مینیاتوری از فرهنگ کلی جامعه باشند.

سیاست فرهنگ گرا بایستی در رسانه در دستور کار قرار گیرد تا بتوان انتظار داشت، نقش اساسی در راستای توسعه دارند. رسانه ها، با ایجاد روابط پویا با عناصر گوناگون نظام اجتماعی و فرهنگی، به انباشت حافظه های اجتماعی و فرهنگی جامعه کمک کرده و فرهنگ را شکل می دهند.

3- نقش پویایی اجتماعی

رسانه ها بایستی با گسترش و تصریح آفرینندگی در جامعه، به پویایی جامعه کمک نموده و نقش اساسی خویش را در بسترفراهم سازند. ارتقاء کیفیت زندگی که در ابعاد روانی، اجتماعی و جسمانی ملاحظه می شود و مراقبت از این ابعاد در عصر حاضر و حفظ هویت انسانی در هجوم بی رویه تکنولوژی از اساسی ترین نقش هایی است که در رسانه ها در جهت پویایی نظام اجتماعی می توانند به عهده گیرند.

تکنولوژی رسانه ای در جامعۀ امروزی به رواج الگوهایی رفتاری مشابه و همسان سلیقه ها منجر شده و یک نوع بی ریشگی را در زندگی آدمیان دامن زده است لذا رسانه های توسعه مدار در راستای توسعه کشور می توانند با حفظ و احیای هویت فردی و فرهنگی هر کشور به پویایی اجتماعی دامن بزنند.

4- عامل تغییر (change Agent)

عصر ما، عصر تغییر و تحول است. هیچ عصری این همه دگرگونی های فزاینده و شتابگیر را تجربه نکرده است. (حریری، 1378:18)

فرامرز رفیع پور (1378) با تحلیل محتوای چند برنامۀ تلویزیونی، سینمایی و مطبوعات نشان می دهد که تا چه اندازه وسایل ارتباط جمعی نقش اساسی در تغییر ارزش های جامعه داشته اند. و برعکس اثرات منفی این رسانه ها در ایران در بین سالهای 1365 تا 1370 به بعد بیش تر بوده است. وی با بررسی و تحلیل اثرات تلویزیون، سینما و مطبوعات نشان داد رسانه ها نقش اساسی در تغییرات اجتماعی داشته اند و نتیجۀ این فرایند، افزایش آشفتگی اجتماعی (social Anomie)، تخریب ساختار اجتماعی، کاهش اعتماد اجتماعی بوده است. تحلیل محتوای چند سریال تلویزیونی توسط ایشان و همکاران وی نشان می دهد که در تلویزیون در بین سال های 1365 تا 1370 به بعد، سریال های سال 1365 در جهت ترویج و تثبیت ارزش های انقلابی، مذهبی، کاهش نابرابری و وحدت و انسجام بین مردم بوده است، در صورتیکه تحلیل سریال های سال 1370 به بعد که در عین حال پر بیننده هم بوده اند، ارزش های مادی و نابرابری را رواج داده اند. در سریال های 1370 به بعد ارزش های سرمایه داری، مادی گرایی و تجمل گرایی، در پوشش مذهب، اشاعه داده می شود. (رفیع پور، 1378 :72)

5- نقش تعاملی

رسانه ها در عصر حاضر در تعامل کامل با دیگر بخشهای جامعه هستند. این نقش اثر اساسی در پیشبرد اهداف توسعه ای جامعه دارند. رسانه ها با شناخت چشم انداز توسعه، شکاف های موجود را در برنامه ریزی شناسایی کرده و در تعامل کامل با بخش های مورد نظر و یا عقب افتاده می باشند. پیشگیری از بسیاری از مشکلات جامعه و عقب ماندگی های ناشی از بی تفاوتی در پیشبرد برنامه های توسعه ای در قالب چشم انداز، فقط از طریق نقش های تعاملی است که اثر گذار است. رسانه ها تنها در تعامل با بخش های مختلف جامعه می توانند، در فرایند توسعه تسهیل ایجاد نموده و افق را در نظر داشته باشند.

6- نقش کنترلی رسانه ها

رسانه ها، گذشته از اطلاع رسانی و فرهنگ سازی در راستای توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور، نقش کنترل کننده و تنظیم کنندۀ اساسی را در حوزۀ توسعه می توانند بازی کنند. متأسفانه مدیریت توسعه در جامعه دچار آسیب های فراوانی شده است. تا مادامی که مشکلی در حوزۀ افکار عمومی طرح نشود، رخوت و سستی بعضی از مدیران باعث کندی امر توسعه می شود، لذا رسانه ها می توانند، نقش کنترل کنندۀ بسیار مناسبی در جهت پیشبرد برنامه ها باشند.

گاهی شنیده می ود، "تا اتفاقی صورت نگیرد، حرکتی انجام نمی پذیرد"، این امر به این معنی است که مدیریت توسعه در پیشبرد چشم انداز گاهی به عمد یا به سهو سلیقه ای عمل می نماید، لذا جا دارد، رسانه ها نقش کنترل کننده و هم تسریع کننده را بازی نمایند.

جنگ نرم

مفهوم قدرت نرم[[2]](#footnote-2) نخستین‌بار توسط ژوزف نای[[3]](#footnote-3) با الگو‌گیری از قیام مردم در انقلاب اسلامی ایران، تئوریزه و در سال1990 مطرح شد (نای، 1990) و خیلی زود این تقسیم‌بندی قدرت به سخت[[4]](#footnote-4) و نرم[[5]](#footnote-5)، وارد حوزه مطالعات جنگ شد و جنگ‌ها را براساس مبنای ابزار و روش تحمیل اراده به جنگ سخت و جنگ نرم تقسیم کردند. (نائینی، 1389، 5) جنگ نرم اگرچه قدمتی برابر با تاریخ بشر دارد، ولی در سال‌های اخیر بیش از هر زمان توسط متفکرین و سیاستمداران مورد استفاده قرار گرفته است. از آن جا که این نوشته در پی ورود به لایه‌های درونی این مبحث و بررسی ابعاد گوناگون آن است به برخی تعاریف در این خصوص اشاره می‌شود:

- جان کالینز، نظریه‌پرداز دانشگاه ملی جنگ امریکا، جنگ نرم را عبارت از استفادۀ طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می‌شود، می‌داند.

- هرگونه اقدام نرم، روانی و تبلیغات رسانه‌ای که جامعۀ هدف را نشانه گرفته و بدون درگیری و استفاده از زور و اجبار، جامعۀ هدف را به انفعال و شکست وا می‌دارد، جنگ نرم خوانده می‌شود(اسماعیلی، 1389، صص14-13).

رویکرد جنگ نرم در سیاست‌های نظام امنیتی معاصر برخاسته از ملاحظات سیاسی، اقتصادی و اجتماعی است و مشاهدات تاریخی نیز بر اهمیت آن تأکید دارد. به طور اصولی هر نوع اقدام در حوزه تأمین منافع ملی که با چالش‌های منطقه‌ای و بین‌المللی همراه است، مستلزم متقاعد نمودن افکار عمومی داخل و خارج از کشور است(متقی دستنایی، 1389).

 به طور معمول، دستیابی به نتیجه موفقیت‌آمیز در یک جنگ، مستلزم حمایت افکار عمومی جهانی و کشور در حال جنگ است، تا دولت‌های حاضر در نبرد بتوانند به اقدام نظامی خود مشروعیت و مقبولیت بخشند. در چنین شرایطی است که اهمیت عوامل منتقل کننده وقایع نبرد به افکار عمومی، که همان رسانه‌ها اعم از دیداری و شنیداری هستند، به مراتب بیش تر می‌شود. تسلیحات نظامی، تنها پنجاه درصد موفقیت در جنگ‌های جدید را تأمین می‌کنند و پنجاه درصد دیگر آن، از سوی جنگ نرم تأمین می‌شود، که بخش عمده آن توسط رسانه‌های مختلف اجرا می‌شود(مقدم و جمالی، 1389). عملکرد رسانه‌ها در شرایط کنونی با توجه به تغییر کارکردها و نقش‌های کنونی رسانه از نقش‌های مسالمت‌آمیز به رویکردهای خصمانه و جنگ‌طلبانه، به تهدیدی جدی برای کشورها تبدیل شده است. بسیاری از دولت‌های غربی به خصوص امریکا، از رسانه‌ها به عنوان ابزاری جنگی برای به کرسی نشاندن منویات و مقاصد خود بهره‌برداری می‌کنند. به عبارتی، تهدیدهای دنیای امروز، تهدیدهای رسانه‌ای است که به جنگ‌افزاری پرقدرت برای تحت استیلاء در آوردن کشورها تبدیل شده است. در این میان، کشوری برنده میدان خواهد بود که هم‌ ساز و برگ تبلیغاتی و اطلاع‌رسانی بزرگ‌تر و پیشرفته‌تری را فراهم کرده باشد (آمادگی سخت‌افزاری) و هم در زمینۀ ارتباطات و متقاعدسازی و تولید فرهنگی، خبری، هنری و تبلیغاتی جلوتر از رقیبان خود حرکت کند (نقیب‌السادات، 1389، صص84-83). در همین راستا، با پایان یافتن صورت نظامی جنگ و شکست راهبرد نظامی (کودتا، شورش و تجزیه‌طلبی، ترور، حمله گسترده)، رویکرد نظام سلطه و در رأس آن امریکا برای رویارویی با نظام جمهوری اسلامی ایران دستخوش تغییر شد و براندازی نرم با دو راهبرد "تغییر ساختار" و "تغییر رفتار" از درون، دستور کار سران کاخ سفید قرار گرفت (سراج، 1386).

 با توجه به این امر و نگرش خصمانه استکبار علیه جمهوری اسلامی ایران، به نظر می‌رسد تهدیدهای رسانه‌ای علیه امنیت ملی ایران در حال تشدید بوده، رسانه‌ها می‌توانند بستری مناسب برای جنگ‌های روانی[[6]](#footnote-6) و تهدیدهای دشمنان باشند. مشاهدۀ مخاطبان رسانه‌های خارجی نظیر ماهواره و اینترنت که به شدت متأثر از طراحان و مجریان تهدیدهای رسانه‌ای هستند، باعث می‌شود تا با درک آسیب‌پذیری‌های خود و تهدیدهای خارجی، بهترین راهبردها را برای مقابله با تهدیدها و استفاده از فرصت‌ها استخراج کنیم (نک: نصیری و دیگران، 1387).

در اصطلاحات نظامی و سیاسی، اصطلاحاتی از قبیل جنگ روانی، عملیات روانی، براندازی نرم، تهدید نرم، انقلاب نرم[[7]](#footnote-7)، انقلاب مخملی[[8]](#footnote-8)، انقلاب رنگی[[9]](#footnote-9) و جنگ رسانه‌ای، همگی از اشکال و انواع جنگ نرم و گاهی مترادف جنگ نرم به کار می‌روند، در حالی که جنگ روانی و جنگ رسانه‌ای در حقیقت از شگردها و ابزارهای جنگ نرم هستند و نه مترادف آن، و انقلاب مخملی و رنگی نیز در حقیقت فاز سخت‌افزاری جنگ نرم به شمار می‌روند. البته در همۀ این موارد، دشمن سعی می‌کند بدون درگیری و زور و اجبار، جبهۀ مقابل را به انفعال بکشاند و اراده و خواست خود را بدون به کارگیری ابزارآلات نظامی و سخت بر دیگران تحمیل کند. پیروزی در جنگ نرم منوط به داشتن قدرت نرم یا احساس مردم نسبت به بهره‌مندی دشمن از قدرت نرم است(شریفی، 1389).

شاخص‌‌های جنگ نرم

جنگ نرم اغلب معطوف به سه مؤلفۀ فرهنگی، اجتماعی و سیاسی در جامعۀ هدف است. بنابراین با بهره‌گیری از یافته‌های محققان، می‌توان مهم ترین شاخص‌های جنگ نرم را به شرح مندرج در جدول زیر خلاصه کرد (نائینی، 1389، صص24-23):

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **شاخص‌های فرهنگی** | **شاخص‌های اجتماعی** | **شاخص‌های سیاسی** |
| 1 | تغییر ارزش‌ها و نگرشی پایه | از خود بیگانگی و بحران هویت | تغییر ترجیحات سیاسی |
| 2 | تغییر الگوهای شناختی | کاهش انسجام اجتماعی | رواج بی‌تفاوتی سیاسی |
| 3 | گرایش به الگوهای غربی | کاهش روحیه ملی | افزایش مطالبات سیاسی |
| 4 | گرایش به رسانه‌های غربی | افزایش گسست ملی | افزایش واگرایی ملی |
| 5 | رواج گرایش‌های خرافی | القای احساس ناامنی اجتماعی | آمادگی برای نافرمانی مدنی |
| 6 | ترویج نسبی‌گرایی | تشدید آسیب های اجتماعی | رواج لیبرالیسم |
| 7 | القای ناکارآمدی دین در جامعه | تغییر آداب و رسوم | بحران مشروعیت سیاسی |
| 8 | کاهش خودباوری ملی | رواج فمنیسم |  |
| 9 | افزایش سلفی‌گری | افزایش بی‌اعتمادی عمومی |  |
| 10 | ترویج محصولات فرهنگی غرب | کاهش رضایت از زندگی |  |
| 11 | ترویج سبک زندگی غربی | رواج احساس تبعیض و بی‌عدالتی | رواج و نشر شایعه و شبهات سیاسی |
| 12 | کاهش رفتارهای مذهبی | ترویج واگرایی قومی | افزایش تنش‌های سیاسی |
| 13 | تغییر نگرش به پوشش | کاهش سرمایه‌های اجتماعی | کاهش اعتماد به رسانه ملی |

جنگ رسانه‌ای[[10]](#footnote-10)

دشمنان نظام جمهوری اسلامی، برای تسخیر قلب‌ها و ذهن‌های مردم و جایگزین کردن باورها و ارزش‌های غربی به جای باورها و ارزش‌های اسلامی، از ابزارهای فراوانی استفاده می‌کنند. روشن است که شناخت ابزار و ادوات دشمن در جنگ نرم، شرط ضروری و ابتدایی ورود به میدان این مبارزه است. بدون شناخت دقیق امکانات و ابزارها و شگردهای دشمن، هرگز نمی‌توان امیدی به مقابلۀ درست و نتیجه بخش با آن داشت. در عین حال، همان‌گونه که از تعریف جنگ نرم به دست می‌آید، ماهیت این جنگ به گونه‌ای است که نمی‌توان ابزارهای آن را محدود و منحصر به ابزارهایی خاص دانست. یکی از مهم ترین ابزارها در جنگ نرم، رسانه است. نقش رسانه‌ها در جنگ نرم تا آن جاست که به گمان عده‌ای، جنگ نرم همان جنگ رسانه‌ای است(البته این دو از هم تفکیک‌پذیرند) (شریفی، 1389، صص90-89).

 با توجه به اینکه رسانه‌ها ابزاری مؤثر و توانمند برای نفوذ در افکار عمومی هستند، بهره‌برداری از آن در عرصه‌های مختلف در هیچ دوره‌ای به اندازۀ وضعیت کنونی مهم نبوده است(ریاحی، 1390، ص124). جنگ رسانه‌ای، استفاده از رسانه‌ها برای تضعیف کشور هدف و بهره‌گیری از توان و ظرفیت رسانه‌ها به منظور دفاع از منافع ملی است(محمدی، 1389، ص82). جنگ رسانه‌ای به‌ظاهر میان رادیو و تلویزیون‌ها، مفسران مطبوعاتی خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد، اما واقعیت آن است که در پشت این جدال ژورنالیستی چیزی به نام"سیاست‌های رسانه‌ای یک کشور[[11]](#footnote-11)" نهفته است که به‌طورمستقیم توسط بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سری سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه می‌شود. مردمی که تحت بمباران جنگ رسانه‌ای قرار دارند، حتی ممکن است خود از وجود جنگ سنگینی که بر فضای تنفسی آنها جریان دارد بی‌اطلاع باشند. هدف جنگ رسانه‌ای اگرچه در نهایت تغییر کارکرد و عملکرد دولت‌هاست، اما به گونه‌ای ملموس به جای هدف قرار دادن مستقیم دولت‌ها، ملت‌ها را هدف بمباران خود قرار می‌دهد. جنگ رسانه‌ای غرب علیه جهان اسلام و جنگ رسانه‌ای غرب علیه کشورهای جهان سوم، دو نمونه بارز از موضوع هستند که می‌توان آن را به "جنگ جهانی رسانه‌ای" تعبیر کرد(ضیایی‌پرور، 1387، صص13-12). مواردی از این دست سبب شکل‌گیری نظریه‌های رسانه‌محور می‌شود که بر تأثیر رسانه‌ها، بیش از حد تأکید دارند.

جنگ نرم رسانه‌ای علیه ایران

جنگ نرم با هر تعریف، با رسانه ارتباطی محکم دارد. به واقع عرصه رسانه‌ها را می‌توان یکی از مهم ترین کانون‌های عملیاتی شدن جنگ نرم دانست. عرصه رسانه از چنان قابلیت‌ها و امکاناتی برخوردار است که با در اختیار گرفتن آنها می‌توان به سهولت به اهدافی مانند اقناع، فریب و دست‌کاری افکار و اذهان مخاطبان دست یافت. از این رو، شناخت این عرصه برای مدیریت تهدیدات نرم‌افزارانه نوین و چالش‌های مترتب بر آن از اهمیت فراوانی برخوردار است. شناخت فضای جنگ نرم رسانه‌ای، چندان سهل و آسان نیست:

نخست؛ اینکه ادبیات نظری جنگ نرم رسانه‌ای نه تنها در داخل ایران - که مبدعِ این مفهوم شناخته می‌شود- بلکه در سایر کشورها نیز چندان غنی نیست و به تبع تازگی و بداعت مفهومی، مطالعات موردی چندان در خوری در این حوزه انجام نشده است.

دوم،؛ با وجود استمرار فضاسازی تبلیغاتی و جنگ نرم رسانه‌ای بین داخل و خارج طی سه دهۀ اخیر، محافل آکادمیک، نهادها و مراکز پژوهشی و حتی سازمان‌های مرتبط با این موضوع نیز اهتمام چندانی متوجه جنگ نرم رسانه‌ای و موضوعات مرتبط با آن نداشته‌اند.

سوم؛ فراتر از این، حتی داده‌های اولیه و آمار و اطلاعات بنیادین نیز کم تر به شکل متمرکز و مکانیزه گردآوری شده و قابلیت دسترسی ‌اندکی به آنها وجود دارد (گلشن‌پژوه، 1389).

مقولۀ تهدیدها و جنگ نرم رسانه‌ای پس از تغییرات در مشی غرب در شکل استعمار فرانو، در اکثر نقاط دنیا به عنوان یک برنامۀ جدی دنبال شد. این امر در مورد کشور ما نیز صادق است. در این چارچوب، کشورهای غربی به‌خصوص امریکا، انگلیس، آلمان، فرانسه و ایتالیا در سه دهۀ گذشته، تمام امکانات و قابلیت‌های خود را در مواجهه با جمهوری اسلامی ایران به کار گرفته و به اقتضای عصر جدید، بهره‌گیری از رسانه‌ها را به منظور اثرگذاری بیش تر بر جمهوری اسلامی ایران در دستور کار خود قرار داده‌اند. از این رو، در کنار فعالیت های شبکه‌های رسمی این کشورها، افزایش بی‌سابقۀ تعداد شبکه‌های دیداری و شنیداری ضد انقلاب در سطوح مختلف ملی و محلی و راه‌اندازی سایت‌های متنوع در شبکه اینترنت در کنار فعالیت پر حجم آنها در عرصۀ رسانه‌های مکتوب، طی سال‌های اخیر طراحی و اجرا شده است. البته این امر در کنار بالا رفتن ظرفیت‌های رسانه‌ای کشورهای غربی در مقیاس جهانی نیز صادق است. درک اهداف فعالیت های رسانه‌ای یادشده از سیاست‌های کلان صاحبان این رسانه‌ها، امری چندان دشوار نیست اما شناخت علمی و دقیق تهدیدهای ناشی از این فعالیت های رسانه‌ای، مستلزم پژوهش‌هایی عمیق‌تر و فراگیرتر در حوزۀ تکنیک‌های تهدید، شیوه‌های نفوذ و غیره است(نقیب‌السادات، 1389).



شاید بتوان گفت در حال حاضر، یک جنگ نرم رسانه‌ای جهانی علیه جمهوری اسلامی و نظام مردم‌سالاری دینی راه افتاده است. خط مشی کلی و مشترک همۀ رسانه‌های استکبار علیه جمهوری اسلامی، این است که هیچ نقطۀ مثبتی از ایران را منعکس نمی‌کنند، حتی اخبار مثبت را با هنرمندی‌های فنی و حرفه‌ای، به‌گونه‌ای منفی جلوه می‌دهند(شریفی، 1389، ص92)، به عبارتی از "غلط‌پردازی‌های رسانه‌ای" برای توجیه اقدامات خود و جنگ نرم علیه ایران استفاده می‌کنند(ماه‌پیشانیان، 1389، ص408).

نتایج به‌دست آمده از یک تحقیق کاربردی- تحلیلی انجام شده، محورهای مورد توجه رسانه‌های غربی در قبال ایران را به شش دسته تقسیم می‌کند:

1- محورهای مورد توجه رسانه‌های غربی در زمینه سیاست داخلی

نااکارآمد نشان دادن نظام در ادارۀ امور کشور؛ زیر سؤال بردن سیاست‌ها و عملکرد دولت و دولت‌مردان؛ بزرگ‌نمایی اختلافات میان جریان‌های سیاسی(تفرقه‌افکنی)؛ اختلاف‌افکنی میان اقوام و مذاهب؛ تلاش برای ایجاد فاصله میان دولت و ملت بر سر مسئله هسته‌ای؛ تلاش برای تأثیرگذاری بر مسائل و روند انتخابات؛ ایجاد شبهات دربارۀ پیوند دین و سیاست و ولایت فقیه؛ و ادعای نقض حقوق بشر.

2- محورهای مورد توجه رسانه‌های غربی در زمینۀ سیاست خارجی

سیاست و عملکرد ایران در قبال مسائل عراق؛ سیاست و عملکرد ایران در قبال بحران لبنان و فلسطین؛ سفرهای خارجی مقامات ایران از جمله رئیس جمهور؛ رابطه ایران و امریکا و توصیه ضرورت ارتباط میان دو کشور؛ پروندۀ هسته‌ای ایران و مذاکرات ایران و غرب در این زمینه؛ اشاعه ادعای دروغین حمایت ایران از تروریسم؛ سفرهای مقامات خارجی به ایران؛ دروغ‌پردازی در خصوص مخالفت ایران با صلح جهانی؛ تبلیغ بی‌اعتنایی ایران به معاهدات و همکاری‌های بین‌المللی؛ ادعای باج‌دهی ایران به روسیه؛ فشارهای سیاسی به ایران در حوزه حقوق بشر؛ و فشارهای سیاسی بر ایران در حوزۀ مسائل خاورمیانه.

3- محورهای توجه رسانه‌های غربی در زمینۀ اقتصاد

خرده‌گیری بر خصوصی‌سازی اصل44؛ کاهش سود بانکی و تأثیرات آن؛ درآمدهای نفتی ایران و نوع استفاده از آن؛ صادرات گاز ایران به هند و ترکیه؛ مشکلات سرمایه‌گذاری خارجی در ایران؛ وابستگی اقتصاد ایران به صدور نفت؛ فرار سرمایه از ایران؛ و بزرگ‌نمایی مشکلات اقتصادی از جمله تورم و گرانی.

4- محورهای مورد توجه رسانه‌های غربی در زمینۀ اجتماعی

محرومیت زنان از حقوق اجتماعی؛ بی‌کاری، اعتیاد و مشکلات آن در ایران؛ سوخت و بنزین و بلا‌تکلیفی‌ها در این زمینه؛ مشکلات ازدواج و جوانان؛ مشکلات دستگاه قضایی در ایران؛ نابه‌سامانی وضعیت اقلیت‌ها در ایران (نقیب‌السادات، 1389).

5- محورهای مورد توجه رسانه‌های غربی در زمینۀ فرهنگی

نابه‌سامانی وضعیت علمی دانشگاه ها؛ پوشش اسلامی مانع رشد زنان؛ مغایرت فرهنگ اسلامی با حقوق و آزادی زنان؛ نابه‌سامانی وضعیت اقلیت‌های قومی؛ ترویج ارزش‌های غرب؛ نبود آزادی فکر و اندیشه در ایران؛ سانسور در تولیدات رسانه‌ای؛ در تعارض نشان دادن ارزش‌های اسلامی با فرهنگ ایرانی؛ ترویج آیین‌های انحرافی؛ تمسخر مراسم مذهبی؛ و تأکید بر ترویج خرافه‌گویی در ایران پس از انقلاب.

6- محورهای مورد توجه رسانه‌های غربی در زمینه حقوق بشر

بزرگ‌نمایی موضوع بازداشت‌شدگان؛ اعدام در ایران؛ حقوق کودک در ایران؛ حقوق زنان در ایران؛ آزادی مراسم مذهبی برای اقلیت‌ها؛ تبلیغ حقوق بشر غربی؛ آزادی بیان در ایران؛ و آزادی‌های مدنی(نقیب‌السادات، 1389).

آسیب‌پذیری ساختار رسانه‌ای در ایران

 واقعیت آن است که ساختار رسانه‌ای در ایران از آسیب های متعددی رنج می‌برد:

- دولتی بودن و عدم تکیه بر امکانات و توانمندی‌های بخش خصوصی، مهم ترین نکته قابل بیان در این زمینه است؛

- نبود یا ضعف نیروی انسانی متخصص؛

 - عدم پشتیبانی بخش آموزش عالی از بخش رسانه‌ای؛

- نامتجانس بودن ساختار نیروی انسانی در رسانه‌ها؛

- نبود قوانین حمایتی از رسانه‌ها در برابر چالش‌های سیاسی؛

- شرایط سخت کار رسانه‌ای در ایران؛

- خطر (ریسک‌) پذیری شغل روزنامه‌نگاری؛ و

- ضعف ساختار فنی و فناوری، به‌خصوص در بخش خبرگزاری‌ها و اینترنت.

اینها از جمله مسائلی هستند که پیوند ارگانیک و نزدیکی با موضوع آسیب‌پذیری ساختار رسانه‌ای در ایران دارند. قدرت و توانمندی رسانه‌ای هر کشوری، برآیند علل و عوامل یادشده است و بدون آن، هیچ کشوری نمی‌تواند از یک سیستم رسانه‌ای تأثیرگذار و فراگیر برخوردار باشد، چه رسد به اینکه بخواهد در یک جنگ نرم رسانه‌ای با کشور مقابل وارد عمل شود(ضیایی‌پرور، 1387).

وابستگی مطلق در بخش رسانه‌های اینترنتی به سرورها[[12]](#footnote-12) و خدمات‌دهنده‌های خارجی که اغلب در امریکا، کانادا و اروپا مستقر هستند، آسیب‌پذیری آشکار دیگری است که رسانه‌های اینترنتی و به طور کلی سایت‌های اینترنتی ایرانی از آن رنج می‌برند. بر این اساس‌، به عنوان نمونه می‌‌توان فرض کرد که با کوچک‌ترین جنگ نرم رسانه‌ای آشکار میان ایران و امریکا و شدت گرفتن چالش‌های موجود، امریکا یا کشور میزبانِ سایت‌های اینترنتی، قادر خواهد بود به استناد قوانین داخلی خود، اقدام به مسدودساختن سایت‌های ایرانی کند و تمامی امکانات فنی ایران برای جنگ نرم رسانه‌ای در عرصه اینترنت را از بین ببرد. آسیب‌پذیری فناوری[[13]](#footnote-13)، مسئله‌ای بسیار مهم است که مهندسان جنگ رسانه‌ای باید به آن اولویت خاصی دهند(ضیایی‌پرور، 1387).

راهبردهای مقابله با جنگ نرم رسانه‌ای

راهبردها نوعی برنامه‌ریزی کلان است که هدفی مشخص دارد و با توجه به امکانات می‌کوشد با تهدیدات رسانه‌ای غرب علیه جمهوری اسلامی ایران مقابله کند. راهبردهای ارائه شده در دو بعد داخلی و بین‌المللی ارائه می‌شوند:

1- راهبردهای داخلی

برای مهار و مدیریت جنگ نرم رسانه‌ای باید در سطح داخلی به اقداماتی پرداخت که به شرح زیر است:

1-1. راهبردهای داخلی اقتصادی

- بهره‌برداری رسانه‌ای و تبلیغاتی از دستاوردهای علمی و اقتصادی کشور؛

- تبلیغ خودکفایی کشور در عرصه‌های مختلف؛

- بهره‌برداری از رسانه‌ها برای تقویت روحیه ملی و تشویق مردم به خرید کالاهای ساخت ایران و سرمایه‌گذاری‌های ملی؛

- بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه مالی و اقتصادی برای تقویت توان رسانه‌ای کشور.

1-2. راهبردهای داخلی فرهنگی و اجتماعی

- بهره‌گیری از رسانه‌های ملی و گسترش برنامه‌های بین‌المللی برای تقویت وحدت دینی و اتحاد ملی؛

- تبلیغ جایگاه و کرامت زن در اسلام؛ در این زمینه رسانه‌ها باید به سیاه‌نمایی‌های تبلیغاتی ماهواره‌های بین‌المللی در باب زن و پوشش وی پاسخ دهند.

- بهره‌گیری از شبکه‌های اسلامی سنتی مانند حج، نماز جمعه، مساجد، هیئت‌ها، جشن‌ها، خیریه‌ها و صندوق‌های قرض‌الحسنه به مثابه رسانه؛

- بهره‌برداری از سرمایه‌های اجتماعی از قبیل وفاق ملی، انسجام اجتماعی، ارزش‌های دینی و... در جهت بالا بردن روحیه ملی؛ و - جلوگیری از وقوع شکاف بین تشکل‌ها و نهادهای مردمی پیوند‌دهنده حکومت و جامعه.

1-3.راهبردهای داخلی در خصوص فناوری و زیرساخت‌ها

 - برنامه‌ریزی برای به‌کار گرفتن شبکه‌های متعدد صدا و سیما و رسانه‌های مختلف در حوزه‌های بین‌المللی، ملی، استانی و محلی برای فعالیت های رسانه‌ای؛ این امر منجر به ایجاد یک دستگاه قوی تبلیغاتی برای نظام می‌شود.

- پارازیت و فیلترینگ اغلب رسانه‌های بیگانه؛ اگرچه در فضای سایبر بهترین راه حل، تولید برنامه و پاسخ به شبهات است، لیکن باید در کنار این آمادگی، فضای متشنج و شبهه‌آلود سایبر و شبکه‌های مجازی را با اعمالی چون فیلترینگ به کنترل درآورد و در عین حال قابلیت‌های مدیریت این شبکه‌‌ها را گسترش داد.

1-4. راهبردهای دفاعی- امنیتی

- نقش و اهمیت اقوام مختلف در تحولات مثبت داخلی و دفاع از کشور و داشتن خاطرات و تجارب مشترک تاریخی مثل مشروطه، انقلاب اسلامی و جنگ تحمیلی و وفاداری بسیاری از اقوام به مرکز با توجه به ارزش‌های اسلامی و ایرانی؛ در این راستا رسانه‌ها باید با تأکید بر مؤلفه‌های یادشده، بر اتحاد اقوام و انسجام میان آنها تلاش ورزند و تلاش‌های دشمنان برای ایجاد تفرقه میان اقوام و ایجاد اندیشه تجزیه‌طلبی میان آنها را خنثی کنند.

- وجود توانمندی‌های روحی و معنوی کارکنان و فرماندهان نیروهای مسلح؛ در این راستا باید تلاش کرد تا اخلاقیات و توانمندی‌های نیروهای مسلح را با ایجاد بینش عمیق از طریق رسانه‌ها افزایش داد. به عنوان مثال، رسانه می‌تواند با نمایش دستاوردهای آنها و برنامه‌های تشویقی از این ایثارگران و مجاهدان بر دامنه توانمندی آنها با ایجاد روحیه مثبت بیفزایند.

- سوابق شایستۀ جنگی، پیشرفت‌ها و قدرت تسلیحاتی و موشکی؛ رسانه‌های داخلی باید با مانور بر روی افزایش توانمندی‌های میهن اسلامی در زمینه‌های نظامی و تسلیحاتی، تهدیدهای دول غربی مبنی بر حمله نظامی را کاهش دهند و به مثابه یک عامل بازدارندگی عمل کنند و با این کار مانع فروپاشی اعتماد عمومی شوند.

- وجود روحیۀ عزت‌طلبی، اقتدارجویی و بیگانه‌ستیزی در مردم و نظامیان؛ این‌ موارد روحیاتی هستند که همیشه ابزارهای سخت دشمنان را تسلیم می‌کنند. پس رسانه باید بر دامنه آنها بیفزاید و سعی کند روحیاتی از این دست را که ریشه در فرهنگ اسلامی- ایرانی دارد گسترش دهد.

- ایستادگی در برابر بیگانگان در وضعیت‌های بحرانی؛ رسانه‌ها باید بر مقاومت ایرانیان در فراز تاریخی اشاره داشته باشند و آگاهی لازم را در این زمینه به آحاد ملت بدهند تا آنها بدانند که گذشتگانشان چگونه در شرایط وخیم و بحرانی در مقابل دشمنان ایستادگی کردند(دانشگاه عالی دفاع ملی، 1388).

1-5. راهبرد داخلی سیاسی

- پیوند میان ارزش‌های دینی و منافع ملی در چارچوب قانون اساسی که در بردارندۀ منافع همۀ قشرها و اقلیت‌های کشور و ارزش‌های بنیادی دینی و ملی باشد. یکی از بهترین راهکارها در این زمینه بهره‌گیری از رسانه‌ها برای ترویج چنین پیوندی است.

- اتکای همۀ ارکان نظام به انتخابات و امکان مشارکت سیاسی مردم و نقش آنها در تعیین مسئولان رده‌های مختلف کشور همراه با حضور گسترده مردم در عرصه‌های مختلف انقلاب و حمایت آنها از نظام جمهوری اسلامی که موجب تقویت نظام شده است.

- اتفاق نظر اغلب جریان‌های سیاسی و آحاد مردم در مسائل راهبردی کشور از جمله پروندۀ هسته‌ای؛ رسانه‌ها باید نشان‌ دهند میان مسئولین در خصوص مسائل کلان جامعه وفاق وجود دارد و هیچ‌گونه انشقاقی میان آنها نیست و نگذراند که رسانه‌های بیگانه با فعالیت های بی‌شائبه خود به مردم القا کنند که میان مسئولین حکومتی در خصوص مسائل مهم حکومتی اختلاف وجود دارد.

- تفوق پیوندهای مذهبی بر پیوندهای قومی و زبانی که موجب تحکیم وحدت و حاکمیت ملی شده است؛ رسانه‌های دیداری و شنیداری باید بر عناصر مذهبی و ارزشی به جای عناصر قومیتی تکیه کنند و بر وحدت ارزشی به جای وحدت قومی تأکید داشته باشند.

2. راهبردهای فراملی

از جمله اقدامات سطح برون‌مرزی در قبال تهدیدات رسانه‌ای به شرح زیر است:

2-1. راهبردهای خارجی اقتصادی

- امکان استفاده از شبکه‌های جهانی و کانال‌های ماهواره‌ای برای نشان دادن پیشرفت‌ها، دستاوردها و ظرفیت‌های اقتصادی و کاهش ضریب خطرپذیری سرمایه‌گذاری در کشور.

2-2. راهبرد‌های خارجی اجتماعی

- بهره‌گیری از ضعف‌ها و آسیب های رسانه‌ای بیگانگان برای فریب اطلاعاتی و سلب اعتماد مخاطبان از برنامه‌ها و اظهارات آن شبکه‌ها.

2-3. راهبردهای خارجی در خصوص فناوری و زیرساخت‌ها

- امکان بهره‌گیری از ظرفیت‌ها و فضاهای ایجاد شده در رسانه‌های مختلف علیه سیاست‌های اسلام‌ستیزانة امریکا.

2-4. راهبرد خارجی دفاعی– امنیتی

- بهره‌گیری رسانه‌ای از ذهنیت‌های منفی نسبت به یک‌جانبه‌گرایی امریکا و ترویج تفکرات ضد امریکایی در افکار عمومی جهان، منطقۀ جهان اسلام و نخبگان خارجی.

- بهره‌گیری از شواهد و اخبار، دال بر شکست‌پذیری و ناتوانی امریکا و متحدانش در برقراری هژمونی در جهان و منطقه خاورمیانه.

2-5. راهبرد خارجی سیاسی

- تبلیغ قدرت معنوی جمهوری اسلامی ایران در میان مسلمانان جهان و نیروهای ضد امپریالیستی در نظام بین‌المللی؛ رسانه‌ها باید دامنه این نفوذ را به تصویر کشیده، به گوش جهانیان برسانند(دانشگاه عالی دفاع ملی، 1388).

البته از آن جا که سیاست‌های رسانه‌ایِ قدرت‌های بزرگ همواره روزآمد می‌شود و از تاکتیک‌های جدید رسانه‌ای در راستای اهداف سیاسی‌شان بهره می‌گیرند، منطق راهبردهای مقابله دگرگون می‌شود و باید به فکر راهبردهای جدید و مؤثرتر بود.

نقش ایمان در تأمین امنیت اجتماعی

بدون شک امنیت اجتماعی، در تمامی جوامع بشری همواره از سوی کسانی تهدید شده و مختل گردیده است که شخصیت فردی آنها بنابه علل گوناگون از جمله جنگ نرم دستخوش تغییر گردیده و در نتیجه کرامت نفس خود را از دست داده اند. چنین افرادی دیگر عزت و کرامتی برای خود و جامعه قائل نبوده و از دست زدن به انواع و اقسام بزهکاری ها و جرم و جنایت اجتماعی ابایی نداشته و به همین دلیل جامعه نیز از شر آنها ابمن نخواهد بود. هم چنین که در سخن حکیمانه ای که ازپیشوای دهم شیعیان امام هادی علیه السلام نقل شده، می خوانیم:« من هانت علیه نفسه فلا تأمن شره».[[14]](#footnote-14)

و اما نقطه مقابل این مسئله یعنی« ذلت نفس»،« کرامت نفس و احساس عزت نمودن» است که آدمی را از هر گونه گناه فردی و اجتماعی مصون می دارد.

همان گونه که امیر مؤمنان علی (ع) می فرماید: من کرمت علیه نفسه لم یهنها بالمعصیه. آن کس که بزرگی و کرامت نفس خود را باور دارد هرگز با پلیدی گناه، پست و مدهوش نمی کند.[[15]](#footnote-15)

از آن چه گفته شد، این نتیجه حاصل می شود که برای برقراری« امنیت اجتماعی» یکی از راه های اساسی و مهم، آن است که عوامل عزت آفرین و کرامت بخش راشناسایی و تقویت نموده تا افراد جامعه با تمسک و عمل به آنها از چنان کرامت نفسی برخوردار شوند که ارتکاب گناه حتی در خلوت و پنهانی برای آنها امری دشوار و هراسناک جلوه می کند و بدین ترتیب انسانی که از چنین «تربیت الهی» برخوردار شود هرگز نه در عرصه زندگی و نه در عرصه زندگی اجتماعی تهدیدی برای خود و جامعه نخواهد بود و در این راه یعنی مسیر کرامت بخشی به نفس انسان ها، بدون شک، یکی از مهم ترین عوامل عوامل وراهکارهای قابل توجه که در عین حال هیچ گونه هزینه ای در بر ندارد؛ امرمقدس و عظیم «نماز» می باشد. چرا که نماز در واقع حلقه اتصال انسان با وجودی عظیم الشأن و بی نهایت است که یکی از مهم ترین اسامی و صفات او”کریم» است و کسی است که به مصداق آیه ی شریفه” فان العزة لله جمیعا تمامی عزت از آن خداست.» دارنده تمامی مراتب عزت می باشد و یقیناً انسانی که با اوسر و کار پیدا کرد رنگ و بوی خدایی به خود می گیرد و کریم می گردد وعزیز می شود و چون چنین شد هرگز نفس کریم و عزیز خود را با خود را با گناه نمی آلاید و جامعه از جانب او در امن و آسایش قرار خواهد داشت. از سوی دیگر خداوند منان در سوره ی مبارکه ی عنکبوت آیه ی 45، یکی از مهم ترین آثار نماز را دور نمودن نماز گزار از فساد و فحشاء معرفی می نماید.[[16]](#footnote-16)

در نتیجه انسان نماز گزار فردی است که گرد گناه نمی گردد، چرا که صبح و شام با خدای خود در راز و نیازی عاشقانه بوده و حضور او را مستمراً درک می نماید و چنآن چه صحنه گناه پیش آید، پا پس کشیده و مرتکب گناه می گردد زیرا خداوند را حاضر و ناظر می داند. نگاهی هر چند گذرا به تاریخچه بزهکاران اجتماعی وآنان که امنیت اجتماعی را به نحوی از انحاء مختل نموده اند، به خوبی این نکته را ثابت می کند که اکثر قریب به اتفاق آنان، کسانی بوده اند که با نماز و مسجد ارتباطی نداشته و به این دو عنصر انسان ساز علاقه ای نشان نداده اند. حال آنکه در میان کسانی که در طول حیات خود، بیش ترین تعهد و مسئولیت را نسبت به جان، مال و ناموس دیگران داشته اند همواره نام نمازگزاران و مقیدین به نماز از درخشندگی ویژه ای برخوردار بوده است؛ زیرا نمازگزار می داند که نماز با گناه سازگاری نداشته و اصولاً نمازی که در کنار آن به نوعی گناه باشد نماز نیست.

آری، نماز بنا به تصریح آیه شریفه فوق، انسان را از غیبت، دروغ، سرقت، قتل نفس، تجاوز به حریم خصوصی دیگران، ربا خواری، زنا، چشم چرانی، تهمت، قمار، شرب خمر و هر آن چه از اعمال که به نوعی منجر به تجاوز حقوق دیگران و در نتیجه اختلال در امنیت اجتماعی می گردد بر حذر می دارد و آیا فقدان امنیت اجتماعی در جوامع بشری به غیر از این امور و امثالهم سرچشمه ای دارد؟ ومگر اهداف جنگ نرمی که دشمنان علیه این حکومت و این مردم به راه انداخته اند به جز اینها چیز دیگری می تواند باشد؟ و مگر تمامی هم و غم متولیان ایجاد امنیت و تئوری پردازان اجتماعی، دست یافتن به راه حل عملی و کارا برای ازبین بردن ناامنی و ریشه کن کردن عوامل آن نمی باشد؟ پس چرا باید از سهل ترین و در دسترس ترین و فی الواقع ارزان ترین راه حل این موضوع یعنی نماز غافل باشیم؟ و درست به همین خاطر است که معتقدیم برای بر قراری امنیت اجتماعی و مقابله با جنگ نرم موجود بهترین و مهم ترین راه، اصلاح و بهینه سازی رابطه بین انسان و خداوند و تلاش در جهت آشنا کردن انسان ها با خالق خویش است که این امر نیز جز از طریق اقامه نماز،البته با توجه به تمامی شرایط صحت و قبول آن ممکن نخواهد بود.

می دانیم که از ویژگی های جنگ نرم تغییر باورها و ارزش های اسلامی یک جامعه می باشد و با تغییر باورهای اسلامی جامعه، قالب های تفکر و اندیشه دگر گون شده و مدل های رفتاری جدیدی شکل می گیرد. جنگ نرم نماد سازاست. نماد سازی با بهره گیری ازنمادهای تاریخی و گذشته برای ارائه و نمایش تصویری مطلوب از خود، یک ویژگی بر جسته از جنگ نرم است. در این جنگ تلاش می شود تصویری شکست خورده، نا امید و مأیوس از حریف ارائه شده و در مقابل مهاجم با نماد سازی و تصویرسازی خود را پیروز و موفق نشان می دهد و این گونه است که قدرت تفکر، خودباوری، خلاقیت و خود شکوفایی از جامعه گرفته شده و آن زمان است که دشمن به راحتی به تمامی اهداف خود دست پیداخواهد کرد.

تأثیر نماز بر خود شکوفایی

«خود شکوفایی» در مفهوم عمده و کلاسیک خود، نخستین بار توسط” کورت گلد اشتاین» روانپزشک آلمانی (1978-1965) مورد بحث و بررسی قرار گرفت. او خود شکوفایی را به صورت توانایی ذاتی نیرومند موجود در هر فرد تعریف نمود که موجب شکوفا شدن استعدادهای مثبت او می گردد.[[17]](#footnote-17)گلد اشتاین معتقد بود، برای آنکه انسان به موفقیت های بزرگ دست یابد، باید به محیط اطراف و زندگی خود به بهترین نحو ممکن، کنار بیاید و چنآن چه محیط و زندگی، هر روز ضربه سنگین تری بر پیکره انسان وارد نماید، انسان باید در بهبود روش مقابله خود با این قبیل مشکلات و درک و فعال نمودن همه استعداد خود سعی نماید تا بدین ترتیب به مرزهای خود شکوفایی نزدیک گردد.

در این مورد، روانشناس دیگری به نام” کارل راجرز» (1902-1987) نشان داده است انسان هایی که فرمان دادن به خود[[18]](#footnote-18) را پیدا کنند و در حقیقت بتوانند به طور کامل افکار و اعمال خود را کنترل نمایند به خود شکوفایی که والاترین درجه انسانیت است، نائل خواهد شد.

از دیگر معتقدان به نظریه خود شکوفایی که آن را با مفاهیم عالی عجین کرده است و به اوج قدرت رسانید ”آبراهام مزلو» (1908-1970) است. مزدو خود شکوفایی را بالاترین و برترین نیاز انسان می داند که آن را پس از ارضای نیازهای پائین تر انسان از جمله نیازهای جسمی، نیازهای ایمنی، تعلق و محبت، نیاز به احترام قرار داد. او نیازهای عالی افراد خود شکوفا را فهرست کرده و آنها را «فرا نیاز» نام می نهد. از جمله این فرا نیازها می توان به حقیقت، قاطعیت، یگانگی و تمامیت، فرار از دو گانگی، سرزندگی و شادابی، یکتایی، کمال، نظم، عدالت، سادگی، استغنا، جامعیت و. .. اشاره نمود.حال اگر با این دیدگاه که «نماز کامل ترین پاسخ برای عالی ترین نیازها» است سراغ نظریات روانشناسان انسان گرا برویم، متوجه خواهیم شد که چگونه مفاهیم متعالی نماز در بر گیرنده تمامی موضوعات مطرح شده در این نوع روانشناسی است.

به عنوان مثال، اگر بدانیم که نماز چگونه به انسان احساس امنیت روان داده و توانایی مقابله در برابر استرس ها را فزونی می بخشد، متوجه می شویم که نماز در بر گیرنده ی آن قسمت از نظریات گلد اشتاین است که بهبود روش های مقابله با مشکلات را شرط لازم برای نزدیک شدن به مفهوم خود شکوفائی می دانست و یا اگر نظریه کارل راجرز پیرامون توانائی فرمان دادن به خود را با توانایی که شخص نمازگزار به مدد نماز در کنترل نفسانیات خود پیدا می کند مقایسه نماییم، تصدیق خواهیم کرد که همه تعالیم نظریه روانشناسی انسان گرا را می توان در نماز پیدا کرد.حقیقت، قاطعیت، نیکی، یگانگی و تمامیت و سایر فرا نیازهای دیگر، همگی در آموزش های نماز حضور زنده و محسوس داشته و اگر هر کس برای وصول به هر یک از آنها به نماز نزدیک شود، به فراخور حال خود، پاسخی عالی تر از حد تصور دریافت می کند. نماز تکرار شکوهمند درس خود شکوفایی در پیشگاه مبدأآفرینش است.

بحث و نتیجه گیری

پذیرش و باور به اینکه دشمنان ملت ایران در شرایط کنونی به ابزار تهدید و جنگ نرم علیه ما روی آوردند قدم اول برخورد هوشمندانه در چنین عرصه ای است. بدین معنا که دشمن شناسی و شناخت طرح ها، برنامه ها و شیوه های اعمال دشمنی آنها از راه های اساسی این مقابله است. یکی از زیباترین جلوه های ارتباط عاشقانه با خدا و اساسی ترین راه های سیر سلوک، نماز، داروی نسیان و وسیله ذکر خداوند است. نمازگزار هیچگاه چشمش را به چیزهای حرام آلوده نمی کند و نمی گذارد هوس های زودگذر و وسوسه های شیطانی روح و ذهنش را مشغول کند. در مقابل، دامن گیری مفاسد، جاذبه های آلوده موجود در جامعه، زلف ها و بدن های عریان، صحنه های بد آموز و محرک و... چنان پرده ای بر دل های افراد بی نماز می کشند که آنان را توان مشاهده و ارتباط با ظرایف و لطایف و معنویت نیست. در جهان امروز که لجام گسیختگی فرهنگی و جنگ نرم به طور فزاینده ای سلامت و امنیت بسیاری از جوامع را به مخاطره انداخته است و همه روزه شاهد طغیان و عصیان گروه های مختلف مردم به ویژه نوجوانان و جوانان هستیم؛ کیست که فریاد رس این مردم باشد؟ آیا چیزی جز نماز و توکل و امدادهای غیبی خداوندی می تواند ناجی این افراد از منجلاب این گناهان عظیم شده و آنها را از سقوط به دره نیستی و فلاکت باز دارد؟

تمرکز بیش از پیش بر روحیه خود باوری و مبارزه با عوامل زمینه ساز خود باختگی به ویژه در زمینه توانایی های سیاسی – فرهنگی ملت ایران در سطح ملی، منطقه ای و جهانی در عرصه کارآمدی دین برای اداره جامعه، نقش الهام بخش انقلاب اسلامی و گسترش فرهنگ نماز و اعتلای هرچه بیش تر دین مبین اسلام در خنثی نمودن توطئه های دشمنان نیز از ضرورت های این مقابله و مواجهه است.در صحنه پر غوغای زندگی امروز هزاران نگرانی وجود دارد، انسان در این دریای متلاطم درجستجوی پناهگاهی است که در مشکلات از روی استنداد جوید. این پناهگاه جز خدا نمی تواند باشد. آری یاد اوست که دل را آرامش و جان را نور و صفا می دهد وتیرگی ها را از دل می زداید و چه پناهگاهی بهتر از او می توان یافت.

خداوند متعال برای سازندگی همه افراد مسلمان، عالی ترین برنامه یعنی نماز را مقرر داشت تا مسلمانان با اقامه صحیح آن خویش را ساخته و بدون تردید اگر برنامه ای کامل تر از نماز وجود داشت، خداوند به انجام آن دستور می داد.با توجه به مطالبی که گفته شد دریافتیم که برای برقراری امر مهم و حیاتی امنیت در دوبعد فردی و اجتماعی، قبل از هر چیز باید به شناخت عوامل ایجاد کننده آن پرداخت و در میان عوامل موجد امنیت امر نماز بنا به دلایل متعدد ذکر شده برترین عامل می باشد و لذا بر دست اندر کاران امر امنیت در جامعه، تبلیغ هر چه بیش تر نماز و تشویق به آن امری بسیار لازم و ضروری به شمار می رود.

 رسانه ها که در ابتدا به عنوان ابزاری ساده برای انتقال معانی مطرح بودند، بدان جا رسیدند که در عصر حاضر با تأسیس شاهراه های اطلاعاتی، کل حیات انسان را متحول ساخته اند و معانی تازه ای را از زندگی پدید آورده اند. این تحول ارتباطات و توسعه فن آوری اطلاعات، منشأ تحولات عظیمی در عرصه قدرت سیاسی، اقتصادی و نظامی در جهان گردید. تقارن این رویداد با ظهور پیامدهای منفی نظام سرمایه داری در سطح جهان و ورود بازیگران جدید به عنوان صاحبان قدرت وسائل ارتباطاتی نوین مشکلاتی را برای امنیت و استقلال انسانی به وجود آورده است که می توان آن را به عنوان چالشی جدی فراروی جامعه بشری نام برد. با نگرش ژئوپلتیکی به جهان، روش های مختلف شکل گیری، افزایش قدرت و کانون های اصلی ان را می توان توضیح داد. یکی از دیدگاه های ژئوپلتیکی، بررسی اطلاعات و نقش فن آوری ارتباطات در شکل گیری قدرت است.

امپریالیسم فرهنگی و قدرت ها و کانون های بزرگ رسانه ای و ارتباطی برای دسترسی به اهداف خود روش های مختلفی را به کار می گیرند، که نمونه های آن را می توان در مورد انقلاب اسلامی ایران، مقابله با نهضت های آزادی بخش در سراسر جهان و بهره گیری از قدرت رسانه در انقلاب های رنگی و براندازی های نرم نام برد. ما در سال 2000 شاهد ادغام های غیر قابل تصور و گیج کننده رسانه ها و تشکیل قدرت های بزرگ رسانه ای چند وجهی جهان بودیم. این رسانه ها با قدرت مالی نامحدود خود به یک پدیده فراگیر جهانی تبدیل شده و نقش جدی و مستقیمی در شکل گیری افکار عمومی بر عهده دارند.

امروزه بر کسی پوشیده نیست که ماهیت جنگ‌ها متحول شده است و ابزارهایی نرم و دارای ماهیتی پیچیده، با جنگ‌ها همراه شده‌اند. رسانه‌ها یکی از این ابزارهای نوین به‌شمار می‌روند که با تغییر کاربری، وارد عرصۀ جنگ شده‌اند که از آن با عناوینی مختلف چون جنگ نرم رسانه‌ای و غیره یاد می‌شود. کشورهای پیشرفته از این شیوه برای دستیابی به اهداف خویش استفاده می‌کنند، زیرا به‌مراتب هزینه کم تری دارد. به طور عینی، این مسئله در رفتارهای غرب علیه ایران مشاهده می‌شود. کشور ایران از آغاز انقلاب اسلامی تاکنون با هجمه‌های دشمنان و مستکبرین در جبهه‌های جنگ سخت، نیمه‌سخت و در حال حاضر جنگ نرم رسانه‌ای روبه‌رو بوده است؛ جنگی که به دلیل ویژگی‌های جدیدش، نوعی جنگ نامتقارن محسوب می‌شود. دولت‌های غربی در عصر فناوری از انواع وسایل ارتباطی دیداری و شنیداری برای مهار و کنترل جمهوری اسلامی ایران استفاده کرده‌اند و ترفندهای گوناگونی برای ضعیف نشان دادن و ناکارآمدی نظام و مسئولین به کار برده‌اند. در این خصوص، شبکه‌های ماهواره‌ای، تلویزیونی و رادیوهای بین‌المللی آنها را همراهی کرده‌اند. برخی از راهبردهای مقابله با جنگ نرم رسانه‌ای جهانی علیه ایران عبارتند از: افزایش گرایش‌های مذهبی و ارزشی و تقویت آنها، بالا بردن روحیه ملی، عزت‌طلبی، ایجاد توانمندی و روحیه نیروهای مسلح، بهره‌گیری از رسانه‌های بین‌المللی برای ترویج اهداف، توسعه رسانه‌های ملی و داخلی، توجه به جایگاه اقوام و حمایت آنها، گسترش نهادهای مردمی‌‌، تولید برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی در سطح بین‌المللی و غیره.

**منابع**

اسماعیلی، علی محمد(1389)؛ جنگ نرم در همین نزدیکی، تهران، نشر ساقی.

اينگليس‌، فرد. (1377). نظريه رسانه‌ها. (ترجمه‌ي محمود حقيقت کاشاني). تهران‌. مرکز تحقيقات صدا و سيما‌.

آغاز‌،محمدحسن و جعفرنژاد، سيدابوالفضل.(1385 (. آسيب‌شناسي روح هويت ايراني در اولين همايش گفتمان ايراني. تهران. سازمان فرهنگ وارتباطات اسلامي.

حريري اکبري‌، محمد. (1378). مديريت توسعه. تهران‌. نشر قطره‌.

دانشگاه دفاع ملی(1388)؛ تهدیدات رسانه‌ای و راهبردهای مقابله؛ تهران: داعا.

رفيع پور‌، فرامرز. (1378). وسايل ارتباط جمعي و تغيير ارزش‌هاي اجتماعي. تهران‌. نشر کتاب فرا‌.

ریاحی، محمدرضا(1390)؛ ایران و امریکا، توسعه تضاد در بستر قدرت نرم رسانه؛ تهران: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.

سراج، رضا(1386)؛ جنگ در پناه صلح، بررسی فرآیندهای نوین براندازی در ایران؛ قم: تسنیم اندیشه.

شریفی، احمد حسین(1389)؛ جنگ نرم؛ قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی(ره).

ضیایی‌پرو، حمید(1389)؛ جنگ نرم، ویژه جنگ رسانه‌ای؛ ج2، تهران: ابرار معاصر.

ضیایی پرور، حمید(1387). ساماندهی وبلاگها و وب سایتها. مجموعه مقالات تکنولوژی های جدید رسانه ای، زیر نظر دکتر سید رضا صالحی امیری، مرکز تحقیقات استراتژیک مجمع.

گلشن‌پژوه، محمودرضا(1389)؛ جنگ نرم، ویژه جنگ رسانه‌ای علیه جمهوری اسلامی ایران؛ تهران: مؤسسه ابرار معاصر تهران.

گیدنز، آنتونی،(1377)، پیامدهای مدرنیته، ترجمه محسن ثلاثی، تهران : نشر مرکز.

لازار‌، ژوديت. (1380). افکار عمومي. (ترجمه‌ي مرتضي کتبي). تهران‌. نشر ني‌.

ماه‌پیشانیان، مهسا(1389)؛ تحلیل و بررسی رادیو فردا، در جنگ نرم، ج6؛ تهران: ابرار معاصر.

ماه‌پیشانیان، مهسا(1389)؛ گفتمان جنگ مجازی و رسانه‌های گروهی، در جنگ و قدرت نرم از نظریه تا عمل؛ تهران: نشر ساقی.

متقی دستنایی، افشین(1389)؛ جنگ نرم و امنیت ملی جمهوری اسلامی ایران، در جنگ و قدرت نرم از نظریه تا عمل؛ تهران: نشر ساقی.

متقی، ابراهیم(1388)؛ مدیریت جنگ نرم در فضای عدم تعادل امنیتی؛ فصلنامه مطالعات بسیج، سال دوازدهم، ش43، تابستان.

محمدی، علی(1389)؛ جنگ نرم در فضای رسانه‌ای و سایبری؛ زنجان: دانش زنجان.

مقدم، محمدحسین و جواد جمالی(1389)؛ نقش جنگ نرم در پیشبرد استراتژی‌های نظامی امریکا(بررسی موردی جنگ سلطه)، در جنگ و قدرت نرم از نظریه تا عمل؛ تهران: نشر ساقی.

نائینی، علی‌محمد(1389)؛ درآمدی بر ماهیت‌شنای جنگ نرم؛ فصلنامه راهبرد دفاعی، سال هشتم، ش28، بهار.

نقیب‌السادات، سیدرضا(1389)؛ تهدیدهای رسانه‌ای غرب و نقش بسیج در رفع تهدیدها؛ فصلنامه مطالعات بسیج، سال سیزدهم، ش48، پاییز.

نصیری و دیگران(1387)؛ اقدامات رسانه‌ای امریکا و متحدانش در بحران‌سازی علیه جمهوری اسلامی ایران و تدوین راهبردهای مناسب برای مقابله با آن؛ تهران: دانشگاه دفاع ملی.

ويندال‌، سون و ديگران. (1376‌). کاربرد نظريه‌هاي ارتباطات. (ترجمه‌ي عليرضا دهقان). تهران‌. مرکز مطالعات و تحقيقات رسانه‌ها‌.

Nye, Joseph (1990): The Misleading Metaphor of Decline, the Atlantic.

1. )بقره- 118 [↑](#footnote-ref-1)
2. Soft Power. [↑](#footnote-ref-2)
3. Joseph S. Nye. [↑](#footnote-ref-3)
4. Hard. [↑](#footnote-ref-4)
5. Soft. [↑](#footnote-ref-5)
6. Psychological War . [↑](#footnote-ref-6)
7. Soft Revolution. [↑](#footnote-ref-7)
8. Velvet Revolution. [↑](#footnote-ref-8)
9. Color Revolutio*n.* [↑](#footnote-ref-9)
10. Medi war. [↑](#footnote-ref-10)
11. Media Policy. [↑](#footnote-ref-11)
12. Servers. [↑](#footnote-ref-12)
13. Technological Damageabilit*y.* [↑](#footnote-ref-13)
14. ) کسی که خود را خوار و خفیف می داندو در باطن، احساس پستی و حقارت می کند از شر او ایمن مباش. الحدیث. مرتضی فرید. روایت ترتیبی. ج 2 ص 373 [↑](#footnote-ref-14)
15. ) همان منبع ج 3 ص 316 [↑](#footnote-ref-15)
16. ) ان الصلوة تنهی عن الفحشاء و المنکر [↑](#footnote-ref-16)
17. )self actualization [↑](#footnote-ref-17)
18. )self-direction [↑](#footnote-ref-18)