

راهکارهای دینی شکست محاصره تبلیغاتی دشمن

فریبا قاسمی^۱

۱- سطح دو، مدرسه علمیه الزهرا سلام الله علیها اراک، سال تحصیلی ۱۴۰۱-۱۴۰۲.

چکیده

انقلاب اسلامی ایران الگوی تجلی و تحقق قدرت نرم اسلام در عصر حاضر محسوب می‌شود. به همین دلیل دشمنان انقلاب اسلامی در تلاش اند با بهره‌گیری از شیوه‌ها و ابزارهای گوناگون از جمله ابزار رسانه و تهاجم فرهنگی به مقابله فرهنگی با این نهضت الهی بپردازند. در دنیای امروز، نبردها علاوه بر صف بندی نظامی و ابزار سخت به صف بندی رسانه‌ای و فرهنگی نیز وارد شده‌اند. گفتمان جهانی سازی از طریق فراگیری رسانه‌های جمعی و تبلیغات است. رسانه‌های جمعی و تبلیغات با فکر و ذهن مردم سروکار دارند. در این دوران رسانه‌ها و تبلیغات به مثابه ابزاری اساسی برای اعمال سیاست قدرت‌های زورمدار به کار می‌روند و رقابتی جهانی در عرصه نبرد رسانه‌ای شکل گرفته است. در مقاله پیش رو که به شیوه‌ی توصیفی-تحلیلی گردآوری شده است سعی شده با استفاده از مقالات مرتبط با بیانیه گام دوم و بیانات رهبر معظم انقلاب راهکارهایی برای مقابله در این جنگ نابرابر و شکستن محاصره تبلیغاتی دشمن در عرصه رسانه، فضای مجازی و اینترنت ارائه شود. راهکارهایی چون امیدآفرینی، بصیرت‌افزایی، جهاد تبیین و ارتقای سطح سواد رسانه در مردم.

کلید واژه‌ها: محاصره، تبلیغات، محاصره تبلیغاتی، تهاجم فرهنگی.

مقدمه

هر جامعه ای برای رسیدن به کمال و سعادت خود باید آسیب ها آفات و دشمنان خود را بشناسد و به تقویت قدرت دفاعی خود بپردازد و در مقام مبارزه با دشمنان از خود ابتکار عمل نشان دهد و با شیوه ها و روش های موثر و کارآمد برای تهاجم های احتمالی دشمنان آماده باشد. خواه این تهاجمات سخت و فیزیکی باشد خواه نرم و فرهنگی. حضرت علی (ع) می-فرمایند: «هم باید حق را شناخت و هم باطل را تا باطل را رها کرد و حق را عمل نمود.»^۱ در راه شناخت حق ابتدا باید باطل را شناخت برا شناخت باطل باید اهداف و شیوه های دشمنی او را برای ضربه زدن به جامعه و نظام اسلامی مورد مطالعه قرار داد.

تبلیغ ابزاری برای رسیدن به اهداف و عقاید خاص است که ممکن است هم مورد استفاده افراد جبهه حق و هم افراد جبهه باطل قرار بگیرد. تبلیغات از صدر اسلام تا کنون و در سطح جهانی مهم ترین کاربرد را در تسخیر اذهان عمومی داشته و دارد پس آشنایی با روش های تبلیغی معاندان ضروری است. زیرا دانستن آنها مارا به واکنش های مناسب رهنمون می سازد. دشمنان انقلاب اسلامی در تلاش اند با بهره گیری از شیوه ها و ابزار های گوناگون از جمله ابزار رسانه و فضای مجازی به طور مداوم و به انحاء مختلف مقابله فرهنگی با این نهضت الهی بپردازند.

در تاریخ قدرت های استعمار گر همواره بر سه اصل متکی بوده اند : تسلیحات، اطلاعات و تبلیغات. بی تردید و در عصر حاضر در میان این سه اصل مهمتر از همه تبلیغات است. در حال حاضر کشور ما در محاصره تبلیغاتی همه جانبه دشمن قرار گرفته است و مهمترین مسأله پیش روی کشور شیوه ها و روش های مقابله با تهدیدات و تهاجمات فرهنگی و رسانه ای و شکستن هیمنه ی پوشالی دشمن در این زمینه است.

با توجه به اهمیت مسأله، مقاله حاضر سعی در معرفی و بررسی راهکارهایی برای برون رفت و رهایی از این حصر همه جانبه دارد. در این مقاله پس از طرح مقدماتی به بررسی روش های خارج شدن از محاصره تبلیغاتی دشمن پرداخته شده است.

مفهوم شناسی واژگان تحقیق

محاصره: گرداگرد کسی یا جایی را گرفتن و راه را بر آن بستن.^۱
در اصطلاح به محاصره کردن دشمنان در منطقه یا در شهری به گونه‌ای که کسی بیرون نرود و کسی هم به آن وارد نشود.
محاصره [مُ صَ رَ] (ع ص) گرداگرد گرفتن و حصارى کردن به جنگ - شهر بند - شهر بندان - در بندان - در حصار گرفتن - گرد چیزى یا كسانى را گرفتن چنانكه نتواند برون شدن. از گرداگرد بند کردن راه كسى را.^۲

تبلیغ: معنای لغوی تبلیغ: «تبلیغ، بلاغ و ابلاغ» سه واژه‌اند از یک ریشه به معنی «رسانیدن»
راغب در المفردات فی غریب القرآن می‌گوید: «البلوغ و البلاغ، الانتهاء اى اقصى المقصد و المنتهى، مکانا كان او زمانا او امرا من الامور المقدره و يقال بلغه الخبر و ابلغته: مثله، و بلغته اكثر، قالى تعالى: «ابلقنكم رسالات ربي...»»^۳

دیگر لغت‌نامه‌های عرب نیز تبلیغ را بدین گونه توضیح داده‌اند.
نکته قابل ذکر اینکه، در تبلیغ رساندن یک امر فکری و نظری و به عبارت دیگر یک پیام در مورد رسانیدن، یک شی خارجی و عینی استعمال دارد.
تبلیغ در مفهوم کلی آن عبارت است از «رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام متنی است.

دشمن: واژه‌ی دشمن «Enemy» در فرهنگ لاتین، مترادف با لغت «عدو» و جمع آن «اعداء» به کار رفته است.

۱- فرهنگ فارسی معین.

۲- لغت نامه دهخدا.

۳- راغب اصفهانی، المفردات فی غریب القرآن، ذیل واژه بَلَّغَ، ص ۷۰.

مصدر آن (عدو) است به معنای تجاوز. راغب اصفهانی در «مفردات» می‌گوید: «عدو به معنای تجاوز و منافات التیام است. عدو به معنی دشمن که در قلب به انسان عداوت و دشمنی دارد و در ظاهر مطابق آن رفتار می‌کند: «إِنَّ الْكَافِرِينَ كَانُوا لَكُمْ عَدُوًّا مُبِينًا»^۱ «إِنَّ الشَّيْطَانَ لِلْإِنْسَانِ عَدُوٌّ مُبِينٌ»^۲ به قول راغب دشمن دو جور است، یکی آن که عداوت دارد و به قصد دشمنی است مثل «فَإِنْ كَانَ مِنْ قَوْمٍ عَدُوًّا لَكُمْ»^۳ دیگری آن که به قصد عداوت نیست بلکه او حالتی دارد که شخص از آن متأذی می‌شود، چنان که از کار دشمن. مثل «فَإِنَّهُمْ عَدُوٌّ لِي إِلَّا رَبَّ الْعَالَمِينَ»^۴ همچنین دشمن در لغت به معنی «بد نفس» و «زشت طبع» و در اصطلاح آن است که نسبت به کسی یا کشوری بدخواه، کینه‌جو و یا در جنگ و ستیز باشد.^۵

و به تعبیر مولانا:

دشمن آن باشد که قصد جان کند	دشمن آن نبود که خود جان می‌کند
دشمن آن باشد کز و آید عذاب	دشمن آن نبود که خود جان می‌کند

تهاجم فرهنگی: تهاجم فرهنگی حرکتی است و موازنه، حساب شده همراه با برنامه‌ریزی دقیق و با استفاده از شیوه‌ها و ابزار و امکانات متعدد و متنوع برای سست کردن باورها دگرگونی ارزش‌ها، انحراف اندیشه‌ها، تغییر و تبدیل آداب و سنن و نابودی اصول اخلاقی حاکم بر یک جامعه.

تهاجم تبلیغاتی در تاریخ

۱- نساء: ۱۰۱.

۲- یوسف: ۵.

۳- نساء: ۹۲.

۴- شعراء: ۷۷.

۵- فرهنگ فارسی امروز، ص ۵۴۵.

۶- مثنوی معنوی، دفتر دوم، بیت ۷۹۳ - ۷۹۲.

به اهداف اقتصادی و سیاسی، تسلط بر عرصه فرهنگی ضرورتی اجتناب ناپذیر است. مقام معظم رهبری بارها با تعبیری نظیر «جنگ نرم»، «شیخون فرهنگی»، «ناتوی فرهنگی» و در جدیدترین مفاهیمی که برای تبیین شیوه‌های نرم‌افزاری مقابله فرهنگی دشمنان انقلاب اسلامی، به کار برده‌اند، «نفوذ و رخنه فرهنگی» این تهاجم هدفمند فرهنگی دشمن به باورها و اعتقادات مردم را هشدار داده‌اند.^۱

با این اوصاف اهمیت آموزش و سواد رسانه‌ای، در تربیت افراد دارای سواد رسانه‌ای از ضرورت‌های عصر حاضر به حساب می‌آید و می‌تواند به عنوان یک راهبرد مهم در زمینه شکست محاصره تبلیغاتی دشمن قرار گیرد.

۱- دارابی، گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه‌ای، ص ۱۵.

نتیجه گیری

هدف اصلی این نوشتار بررسی و شناسایی راهکارهایی برای شکست محاصره تبلیغاتی دشمن در جنگ نرمی است که در حیطه فرهنگ و رسانه به کشور تحمیل شده و جامعه را مبتلا به خود کرده است. در مطلع این مقاله به مفهوم‌شناسی واژه‌هایی چون دشمن، محاصره تبلیغات و تهاجم فرهنگی پرداختیم که دانستن مفهوم هر کدام از این واژگان ما را در شناخت هرچه بهتر این مسئله یاری خواهد کرد.

در ادامه به شیوه‌ها و روش های قرآنی برای مبارزه با تبلیغات دشمن در دوره‌های مختلف تاریخی پرداخته شد. همچنین به شناخت اهداف و شیوه‌ها و راهکارهای مقابله با دشمن

اشاراتی شد و در پایان هم راهکارهایی برای مقابله با روش‌ها و شیوه‌های محاصره تبلیغاتی دشمن ارائه می‌شود.

در این بررسی و پژوهش نتایج حاصله بدین شرح است که ارائه می‌گردد:

- در راستای مبارزه با دشمن و تهاجمات و تبلیغات همه جانبه و گسترده او در عرصه‌های مختلف مهمترین کار شکستن محاصره تبلیغاتی دشمن است. و این وظیفه آحاد مردم و به خصوص جوانان است که کشور را در پیشبرد اهداف و رسالت‌های انقلاب یاری کنند.
- در برابر تهاجم دشمن باید تهاجمی برخورد کرد با ماندن و دفاع کردن نمی‌توان در این عرصه فعال ماند. مهمترین نقش را رسانه‌ها دارند. و در این راستا باید با اعتبارزدایی از دشمن و رسانه‌های آنها نقش خود را ایفا کنند.
- دشمن در حال حاضر ناامید کردن جوانان را در رأس کار خود قرار داده است. پس اولین گام در این زمینه، ایجاد امید و امیدآفرینی در جامعه و پرهیز از القای یأس و ناامیدی و تزریق آن در بین اقشار مختلف جامعه است. جوانان باید نهال امید به آینده را در خود و دیگران پرورش دهند.
- اهمیت جهاد تبیین به عنوان راهکاری دیگر در «شناخت صحیح» است. تبیین‌گری نیازمند اندیشه‌ورزی است و حاصل این اندیشه‌ورزی ابتکار عمل است. در این عرصه هر طرف که ابتکار عمل را در دست داشته باشد برنده است. ابتکار عمل در حیطه جهاد تبیین منوط به سرعت و دقت است.
- کوشش در جهت تربیت انسان‌های طراز رسانه‌ای برای شکستن محاصره تبلیغاتی دشمن، با بالا بردن بصیرت و آگاهی تک‌تک افراد جامعه میسر است. توجه به ارتقای بصیرت و سواد رسانه‌ای جامعه باعث شناسایی زود هنگام اهداف و شگردهای دشمن می‌شود که ایستادگی و مقاومت به موقع و به هنگام را به دنبال خواهد داشت.

منابع

۱. قرآن کریم
۲. نهج البلاغه، ترجمه محمددشتی، تهران، پیام عدالت چاپ دهم، ۱۳۸۸.
۳. بلخی، جلال الدین محمد، گردآوری: محمد استعلامی، مثنوی معنوی، تهران: نشر سخن، چاپ یازدهم، ۱۳۹۷.
۴. جوادی آملی، عبدالله، مترجم: علی اسلامی، تفسیر موضوعی قرآن کریم، سیره پیامبران، بی جا، نشر اسراء، چاپ دوم، ۱۳۷۹.
۵. دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا، تهران: موسسه لغت نامه دهخدا.
۶. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، المفردات فی غریب القرآن، مترجم: محمد کیلانی، بی جا، دفتر نشر الکتاب، چاپ دوم، ۱۴۰۴ ه.ق.
۷. شعاع حسینی، فرامرز؛ داستانی، علی، دغدغه ها و نگرانی های امام خمینی (ره)، تهران: مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی (ره)، چاپ اول، ۱۳۸۴.
۸. صدری افشار، غلامحسین؛ حکمی، نسترن؛ حکمی، نسرتین، فرهنگ فارسی امروز، تهران: نشر کلمه، چاپ اول، ۱۳۷۷.
۹. معاونت سیاسی نمایندگی ولی فقیه در سپاه، شرحی بر بیانیه گام دوم انقلاب، تهران: مرکز چاپ سپاه، چاپ اول، ۱۳۹۷.
۱۰. معین، محمد، فرهنگ فارسی معین، تهران: زرین، نگارستان کتاب، ۱۳۸۲.
۱۱. منطقی، مرتضی، تهاجم تبلیغاتی، تهران: نشر عابد، ۱۳۸۲.
۱۲. اخترشهر، علی، «دشمن شناسی از منظر مقام معظم رهبری»، مجله معارف، شماره ۶۴، اسفند ۱۳۸۷.
۱۳. دارابی، علی، «گام دوم انقلاب اسلامی، تهاجم نرم و سواد رسانه ای»، دو فصلنامه علمی مطالعات قدرت نرم، شماره ۲، ۱۳۹۹.
۱۴. صیادی، سمیه؛ محسنی، طاهره، «روش های تبلیغی کفار و منافقین در قرآن»، دو فصلنامه تفسیر پژوهی، شماره ۱۳، ۱۳۹۹ ه.ش.
۱۵. محبتی، مریم، «دشمن شناسی قرآنی و استراتژی پیامبر»، مجله معارف، شماره ۴، زمستان ۱۴۰۱.
۱۶. Khamenei.ir

