

آینده پژوهی روند گسترش سلطه رسانه‌ای غرب بر جوامع اسلامی و تأثیرات آن بر مهدویت

علیرضا اکبری^۱

چکیده

جستار حاضر به بررسی روند گسترش جنگ نرم و تأثیرات مخرب آن بر تضعیف باورها و ارزش‌های فرهنگی جوامع اسلامی، به‌ویژه شیعیان با تأکید بر تاثیر بر ظهور و آرمان‌گرایی اسلامی می‌پردازد. در این مطالعه، ضمن مقایسه جنگ سخت و جنگ نرم، ویژگی‌ها، ابزارها، پیامدهای منفی جنگ نرم را تحلیل کرده است و مانعیت آن بر زمینه‌سازی ظهور امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف را واکاوی می‌کند.

دشمنان اسلام در جنگ نرم از ابزارهای جدید رسانه‌ای بهره می‌گیرند تا افکار عمومی را به سوی اهداف فرهنگی و سیاسی مورد نظر خود هدایت کنند. این پژوهش همچنین به برخی عوامل موثر بر گسترش روند سلطه رسانه‌ای دشمن بر مسلمانان، نظیر ضعف شیعیان در برابر امپراتوری رسانه‌ای دشمن، عدم سواد رسانه، افول اخلاق اجتماعی در رسانه‌ها و افزایش بی‌اعتمادی مردم به رسانه‌های داخلی در جوامع اسلامی می‌پردازد.

واژگان کلیدی: جنگ نرم، رسانه، روند، ظهور، مهدویت

تغییرات و تحولات شگرف جهانی در ساحت‌های مختلف اقتصادی، فرهنگی، سیاسی، ارتباطاتی، امور بین‌المللی و... سبب شده است تا نیاز به دینی در سطح جهانی، برای تکمیل و تسریع در امر «جهانی‌سازی یا جهانی شدن»، بیش‌تر نمایان می‌شود.

مهم‌ترین تفاوت شیعه با دیگر مذاهب اسلامی، اعتقاد به امامت و الهی بودن جانشینی پیامبر ﷺ و باور به حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف، به عنوان آخرین امام و منجی بشر، در آیین تشیع است. رشد روزافزون دین اسلام در طول تاریخ، موجب شده است تلاش‌های متعددی از سوی دشمنان اسلام برای نابودی آن و در رأس آن انکار و تضعیف مهدویت صورت بگیرد. جیمز دار مستر^۱ مستشرق مشهور می‌گوید: «قومی را که هر لحظه منتظر ظهور است، می‌توان کشتار کرد؛ اما مطیع نمی‌توان ساخت»^۲.

دشمنان اسلام، باور به مهدویت را مانعی در برابر اهداف خود می‌دانند و می‌کوشند با تضعیف یا انکار آن، به مقاصدشان دست یابند. از دیدگاه مقام معظم رهبری، ایمان به مهدویت، عامل امید، پویایی و روحیه مقاومت در میان مسلمانان است. انتظار ظهور، انسان را به تلاش برای اصلاح وضع موجود و دستیابی به اوضاع مطلوب ترغیب می‌کند و به همین دلیل، اندیشه مهدویت همواره مورد مخالفت دشمنان قرار می‌گیرد^۳.

افزایش پیروان دین اسلام و گسترش آن به سرزمین‌های دیگر، سبب شده است تا دشمنان اسلام و به‌ویژه دشمنان مهدویت، از راه‌های گوناگون برای نابودی آن اقدامات مختلفی صورت دهند که یکی از اساسی‌ترین آن اقدامات، جنگ نرم است.

پژوهش‌های مرتبط با این موضوع در دو دسته قرار می‌گیرند: نخست، آثار مربوط به جنگ نرم

1. James Darmsteter

۲. دارمستر، مهدی از صدر اسلام تا قرن سیزدهم هجری، ص ۹۷.

۳. نایینی، مقاله جان و جانان از نظر مقام معظم رهبری، ص ۵۹.

و رسانه و دوم، پژوهش‌های مرتبط با موانع و عوامل تعجیل یا تأخیر ظهور است. نوآوری این پژوهش در تلفیق این دو حوزه با بهره‌گیری از دانش آینده‌پژوهی برای تحلیل و بررسی موضوع است.

برخلاف پژوهش‌های پیشین که عمدتاً به روش کتابخانه‌ای انجام شده‌اند؛ این پژوهش با بهره‌گیری از دانش آینده‌پژوهی و روش تحلیل روند، تأثیر جنگ نرم بر باورهای مهدوی و آمادگی جهانی را بررسی می‌کند.

مفهوم‌شناسی

آینده‌پژوهی

«آینده» مسئله‌ای است که مردم می‌توانند برای آن به برنامه ریزی مبادرت و آن را ترسیم کنند. مردم برای آن که هوشمندانه اقدام کنند، باید از نتایج اعمال خود و دیگران آگاهی و درک کافی داشته باشد و نیز باید واکنش افراد و نیروهای خارج از کنترل آن‌ها را بررسی کنند؛ زیرا این پیامدها فقط در آینده خود را نشان می‌دهد.

آینده‌نگاری، آینده‌پژوهی، پیش‌بینی و... اصطلاحاتی هستند که در متون علمی و پژوهشی برجسته‌اند. در واقع، امروزه رشته علمی جدیدی که هدف آن مطالعه سیستماتیک آینده است، آینده‌پژوهی، آینده‌نگری یا پژوهش‌های معطوف به آینده نامیده می‌شوند و پژوهشگران این حوزه را «آینده‌پژوه»^۱ می‌نامند. پرومیچیچ از صاحب‌نظران، آینده‌پژوهی را مقوله میان رشته‌ای می‌داند که در پی کشف آینده‌های ممکن، محتمل و مطلوب است. هدف آینده‌پژوهی، تولد روش‌مند دانش راهنما و توجه به آینده در فرآیند تصمیم‌گیری است.^۲ در واقع، آینده‌پژوهی^۳،

1. futurist .

۲. کارگر، جستارهایی در مهدویت، ص ۸۳.

3. Futures Studies.

دانش ساختن آینده، بر اساس خواسته‌ها و آرمان‌های فرد است. آینده پژوهی را می‌توان «علم آینده» نامید؛ زیرا می‌کوشد تغییرات امروز را به شکلی خاص و مشخص به واقعیت مطلوب فردا تبدیل سازد و از این طریق، امکان همسوسازی تغییرات را با خواسته‌ها و آینده‌های مطلوب ما برآورده کند. بنابراین، همه انرژی ما بر این همسوسازی متمرکز خواهد شد.^۱ این توانایی آینده نگری برای پیش بینی تهدیدها و فرصت‌های پایان ناپذیر آینده بوده است تا بتوانیم با آن برای آینده استراتژی منطقی داشته باشیم.^۲

روند

مفهوم «رند» از رایج‌ترین مفاهیم در حوزه آینده اندیشی است که ما هر روز از آن استفاده و آن را درک می‌کنیم و بر اساس آن اعمال و واکنش‌های خود را تغییر می‌دهیم. روند در لغت به معنای حرکت عمومی در طول زمان برای تغییرات قابل اندازه گیری آماری است که از طریق داده‌های آماری به دست می‌آید.^۳ افت قیمت نفت، افزایش دما، گرایش به معنویت و... همگی روندهایی است که در سطوح مختلف مورد بحث قرار می‌گیرند.

روند در آینده پژوهی، تغییرات منظم داده‌ها در طول زمان است.^۴ تغییرات داده‌ها را می‌توان بر اساس الگویی ساده نشان داد، روندها بر اساس این فرض شکل می‌گیرند که تغییرات در جهان دارای تداوم تاریخی است.^۵ روندها از گذشته شروع شده‌اند و تا آینده ادامه می‌یابند. ماهیتی تکراری و تناوبی دارند و پیچیدگی‌ها را ساده می‌کنند و این ساده‌سازی از الگویی خاصی پیروی می‌کند.^۶

۱. حیدری، مقاله مبانی و مفاهیم آینده پژوهی، ص ۸۴.

۲. کورنیش، آینده پژوهی پیشرفته، ص ۱۵.

۳. محمود زاده، روش‌های تحلیل آینده با رویکرد راهبردی، ص ۸۰.

۴. بوشهری و نظری زاده، روندهای راهبردی جهان مؤثر بر دفاع و صنایع دفاعی، ص ۲۳.

۵. کارگر، آینده پژوهی خانواده در ایران، ص ۸۱.

۶. مرکز آموزش و پژوهش‌های توسعه و آینده نگری، آشنایی با مبانی آینده پژوهی، ص ۸.

روند، نشان دهنده تغییر است. درک مفهوم روند بر درک مفهوم تغییر مبتنی می‌باشد. لذا هر چه تفکر بیش‌تر به سوی تغییر حرکت کند، بیش‌تر می‌تواند به درک روندها دست یابد. روند مجموعه‌ای از رویدادهای مرتبط است که در طول زمان رخ می‌دهند و ذهن انسان با تشخیص ارتباط منطقی میان آن‌ها، این رویدادها را در قالب روند تفسیر می‌کند.

نخستین گام در آینده‌پژوهی، شناسایی و تحلیل کلان‌روندهای جهانی مرتبط با حوزه مورد مطالعه است؛ زیرا این روندها چارچوب مراحل بعدی را تعیین می‌کنند.^۱

تبیین مسئله

گسترش زندگی ماشینی و کاهش تعاملات اجتماعی، زمینه افزایش وابستگی افراد به رسانه‌ها را فراهم کرده است. در نتیجه، رسانه‌ها به یکی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری افکار، نگرش‌ها و سبک زندگی انسان معاصر تبدیل شده‌اند. ازاین‌رو، رسانه‌ها با برخورداری از نفوذ گسترده و مستمر در زندگی روزمره، نقش تعیین‌کننده‌ای در هدایت افکار عمومی و جهت‌دهی به باورها و رفتارهای اجتماعی ایفا می‌کنند.

الوین تافلر معتقد است که وسیله ارتباطی، عرصه نبرد آینده را می‌سازند که از گلوله‌های سلاح جنگی بسیار مرگبارترند.^۲

جنگ نرم، مهم‌ترین ابزارهای نفوذ فرهنگی، نقش مؤثری در تضعیف باورها و ارزش‌های جوامع ایفا می‌کند. بررسی تجربه تاریخی اندلس اسلامی نشان می‌دهد که تهاجم فرهنگی و تغییر تدریجی نگرش‌ها و ارزش‌های دینی، از عوامل مهم افول این تمدن بوده است. بسیاری از پژوهشگران تاریخ اندلس، تغییر باورهای اسلامی را در میان حاکمان و مردم، از مهم‌ترین زمینه‌های فروپاشی اندلس دانسته‌اند. این تجربه تاریخی، بیانگر آن است که حفظ هویت

۱. پدرام، روندهای حاکم بر آینده جهان اسلام، ص ۱۰.

۲. شکرخواه، مقاله جنگ روانی رسانه ای، ص ۸۵.

فرهنگی، اعتقادی و ارتقای آگاهی اجتماعی، از الزامات مصون‌سازی جوامع اسلامی در برابر تهدیدهای جنگ نرم محسوب می‌شود.

با التفات به ابزارهای به کار رفته می‌توان جنگ‌ها را به سه دسته «جنگ سخت»، «جنگ نیمه سخت»، «جنگ نرم» تقسیم کرد.^۱

جنگ نرم که موضوع پژوهش است، نوعی تقابل فرهنگی است که بدون درگیری نظامی، با بهره‌گیری از ابزارهای فرهنگی، رسانه‌ای و فکری، درصدد تغییر باورها، ارزش‌ها و نگرش‌های جامعه هدف است. هدف اصلی این راهبرد، ایجاد دگرگونی در هویت فرهنگی و الگوهای فکری جامعه، به گونه‌ای است که ارزش‌ها و دیدگاه‌های طرف مقابل پذیرفته شود. در نتیجه، زمینه برای تحقق اهداف سیاسی و فرهنگی فراهم و بدون نیاز به مداخله مستقیم نظامی، بلکه با کم‌ترین میزان مقاومت امکان‌پذیر می‌شود.^۲

در عصر حاضر، رسانه، مهم‌ترین مؤلفه‌های قدرت کشورهاست که، نقش مؤثری بر افکار عمومی و شکل‌دهی به نگرش‌ها ایفا می‌کند. رسانه‌ها با بهره‌گیری از ابزارهای اقناعی و شناختی، می‌توانند بر باورها، ارزش‌ها و فرآیندهای تصمیم‌گیری مخاطبان اثر گذاشته و زمینه تغییر نگرش‌های فرهنگی، دینی و اجتماعی را فراهم سازند. پژوهشگر مشهور آمریکایی به نام «جوزف نای» قدرت نرم را به «توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران» و «قدرت برای جذب» تعریف می‌کند.^۳

امتیازات جنگ نرم

تجربه‌های تاریخی نشان می‌دهد که جنگ‌های سخت و نیمه‌سخت، به دلیل هزینه‌های بالا و نیز آثار محدود و ناپایدار و پیامدهای امنیتی و اجتماعی؛ از کارآمدی کم‌تری نسبت به

۱. شریفی، جنگ نرم، ص ۲۴.

۲. همان، ص ۲۷.

۳. عسگری، مقاله رویکردی انتقادی به نظریه قدرت نرم، ص ۶۴.

راهبردهای غیرنظامی برخوردارند. از این رو، بسیاری از قدرت‌های مداخله‌گر، به تدریج تمرکز خود را از تقابل نظامی به راهبردهای فرهنگی و شناختی معطوف کرده‌اند و جنگ نرم را به عنوان ابزاری مؤثرتر برای تأثیرگذاری بلندمدت بر جوامع و تحقق اهداف سیاسی و فرهنگی برگزیده‌اند. لذا جنگ نرم ویژگی‌های خاصی دارد؛ نظیر:

- غیرمستقیم و تدریجی بودن؛

- تمرکز بر نگرش، ارزش و هویت؛

- دشواری شناسایی و ماندگاری اثر.

اهتمام به مسئله ظهور و ضرورت آمادگی در عرصه‌های فکری و عملی منتظران، از حقایقی است که بر هیچ شیعه منتظری پوشیده نیست و با ملاحظه عملکرد رسانه‌های جهانی در کشورهای مسلمان و غیرمسلمان، در می‌یابیم که اعتقاد به منجی به صورت جدی به خطر افتاده و تبلیغات گسترده تخریبی و برنامه ریزی شده‌ای به منظور نفی و خرافاتی نشان دادن اعتقاد به منجی و همچنین زدودن حس عمیق انتظار و مهدی ستیزی وجود دارد.

اهداف جنگ نرم

مهم‌ترین اهداف جنگ نرم را می‌توان استحاله فرهنگی، استحاله سیاسی، اسلام هراسی، قومیت گرایی، آرمان زدایی، نمایش ناتوانی‌های ملت و فروپاشی نهاد خانواده اسلامی برشمرد.

ابزار جنگ نرم

ارتباط به ابزار نیاز دارد و رسانه وسیله‌ای است که فرستنده به کمک آن، معنا و مفهوم مورد نظر خود را به گیرنده منتقل می‌کند. لذا رسانه وسیله حامل پیام از فرستنده به گیرنده است.^۱ امروزه ابزارهایی مانند رایانه، ماهواره و اینترنت، همه جنبه‌های سیاسی، اجتماعی و اقتصادی را در بر گرفته و با زندگی روزمره انسان‌ها عجین شده‌اند؛ به گونه‌ای که مرزهای

۱. تیموری، رسانه‌ها و محیط‌های آموزشی- یادگیری، ص ۱۶.

سیاسی دولت‌ها معنای گذشته را از دست داده و بخش زیادی از معرفت بشری و اندیشه‌ها از طریق رسانه‌ها شکل می‌گیرد و با قدرت اعجاب آور خود قادر است جوامع مختلف را در نقاط مختلف دنیا در شکل‌گیری یک جریان فکری مشترک رهنمون سازد. در این عصر، استعمارگران در خارج و معاندان در داخل کشور، از رسانه به عنوان ابزاری برای دستیابی به مقاصد خویش نگاه می‌کنند.^۱

جنگ نرم، به ابزارهای گوناگون و همه امکانات موجود نیاز دارد؛ چون هدف آن، تأثیرگذاری بر قلوب و اذهان مردم است. لذا نمی‌توان در این زمینه از ابزارهای جنگی سخت، مانند نظامی و تجهیزات سنگین استفاده کرد.

رسانه‌ها از نظر ارتباطی یا رسانه شخصی‌اند که مخاطبان محدود دارند، مانند تلفن و یا رسانه جمعی‌اند که مخاطبانشان انبوه هستند و در محدوده جغرافیایی گسترده‌تر به کار می‌روند.^۲ مهم‌ترین ابزارهای جنگ نرم و کارکردهای آن‌ها، به دو دسته «رسانه‌ها» و «صنایع فرهنگی» تقسیم می‌شوند؛ بدین شرح:^۳

۱. رسانه‌ها

«رسانه» در جنگ نرم به گونه‌ای است که به زعم برخی، جنگ نرم همان جنگ رسانه‌ای است؛ ولی رسانه‌ها جزیی از سیاست و قدرت‌اند. رسانه‌های صوتی، تصویری و نوشتاری، بهترین راه برای تغییر ذهنیت‌ها و باورها و ارزش‌ها یک ملت‌اند.

در حال حاضر، قدرت اول تبلیغاتی جهان، آمریکا، انگلیس، فرانسه و آلمان هستند. شبکه‌های مختلف رویترز، آسوشیتدپرس و یونایتدپرس؛ بیش از ۵۵ هزار دفتر در جهان دارند و روزانه بیش از ۵۵ میلیون کلمه به کشورهای جهان مخابره می‌کنند و حدود ۸۵ درصد اخبار در دنیا، پرداخته

۱. جهان پرور؛ مقاله ابزار رسانه و جنگ نرم، ص ۵۵.

۲. فولادی؛ مقاله چیستی رسانه با تأکید بر رسانه دینی، ص ۱۹۶.

۳. ر.ک: شریفی، ص ۸۹.

همین غول‌های خبری است. بیش از دوازده هزار روزنامه و مجله در سراسر دنیا، از همین شبکه‌های خبری تغذیه می‌شوند.^۱

الف) روزنامه‌ها

مطبوعات، اعم از چاپی و الکترونیکی، با وجود گسترش فناوری‌های جدید ارتباطی، همچنان از رسانه‌های مهم در اطلاع‌رسانی، شکل‌دهی افکار عمومی و انتقال پیام‌های فرهنگی و اجتماعی به شمار می‌روند.

ب) شبکه‌های رادیویی

دارندگان این شبکه‌ها، همیشه تلاش کرده‌اند با استفاده از آن، سیاست‌ها و برنامه‌های خود را به گوش جهانیان برسانند و با تبلیغات و سیاه‌نمایی‌های گسترده در عرصه‌های مختلف کشور، مورد نظر را مورد هجوم خود قرار دهند. در حدود ۳۰ شبکه رادیویی فارسی زبان که تعداد آن‌ها نیز در حال افزایش است، اغلب به صورت شبانه روزی در حال پخش برنامه به زبان فارسی هستند و رادیوهایی مثل رادیو آزادی، بی بی سی، صدای ایران و رادیو فردا به ترویج الحاد و بی دینی می‌پردازد.

ج) شبکه‌های تلویزیونی

این جعبه جادویی، بر اندیشه‌ها و رفتارهای مخاطبان خود تأثیر سحرآمیز دارد و بخش عمده‌ای از اوقات ساکنان خانه را نیز به خود اختصاص می‌دهد. تلویزیون، مهم‌ترین کانال ارتباط جمعی است و به همین دلیل مورد توجه جدی سیاستمداران قرار گرفته است. ابزاری که حکومت‌ها می‌توانند متناسب با ایده‌های خود، از آن استفاده کنند و افکار عمومی را آن گونه که می‌خواهند، جهت‌دهی کنند. در حال حاضر تعداد زیادی شبکه تلویزیونی فارسی زبان در خارج کشور، در حال پخش برنامه علیه جمهوری اسلامی هستند؛ شبکه‌های سیاسی

۱. واعظی، استعمار فرانو، جهانی سازی و انقلاب اسلامی، ص ۹۷.

۲. صنایع فرهنگی

دسته دوم ابزارهای جنگ نرم، صنایع فرهنگی اند که عبارتند از:

الف) شبکه‌های مجازی و اینترنت

«اینترنت و شبکه‌های اجتماعی»، به دلیل دسترسی و سرعت انتشار محتوا، از مهم‌ترین ابزارهای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، باورها و ارزش‌های جوامع محسوب می‌شوند و می‌توانند هم فرصت‌های فرهنگی و آموزشی و هم تهدیدهای شناختی و فرهنگی را به همراه داشته باشند.

ب) ماهواره

«فناوری ماهواره‌ای»، از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطات جدید به شمار می‌رود و با گسترش دسترسی به محتوای فرامرزی، ظرفیت بالایی برای تأثیرگذاری بر افکار عمومی، ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی جوامع دارند.

ج) ادبیات مکتوب: داستان کوتاه و رمان

«داستان کوتاه و رمان»، از مهم‌ترین ابزارهای انتقال ارزش‌ها و الگوهای فرهنگی هستند و بر شکل‌دهی نگرش‌ها و ترویج مفاهیم فکری و فرهنگی، نقش مؤثری ایفا می‌کنند.

د) فیلم و سینما

«رسانه‌های تصویری»، به‌ویژه سینما، به دلیل نقش مؤثر اطلاعات بصری در ادراک انسان، از مهم‌ترین ابزارهای انتقال فرهنگ و شکل‌دهی افکار عمومی به شمار می‌روند. این رسانه‌ها با بازنمایی ارزش‌ها، هویت‌ها و الگوهای فرهنگی، بر جهت‌دهی نگرش‌های اجتماعی و انتقال پیام‌های فرهنگی و سیاسی نقش مهمی ایفا می‌کنند. هالیوود^۱ با سالانه نزدیک به ششصد حلقه

فیلم سینمایی؛^۱ افزون بر درآمد هنگفت، ۷۸ درصد سینماها و تلویزیون‌های دنیا را تغذیه می‌کند. در مقایسه ارزش‌های حاکم بر جهان غرب و ارزش‌های اسلامی، میان آن‌ها هیچ سنخیتی نیست و با توجه به محتوای ایدئولوژیکی سینمای غرب، ترویج فیلم‌های غربی در کشورهای اسلامی، جز رواج اندیشه‌های غربی پیامدی ندارد. در حوزه تغییر رفتار می‌توان به فیلم‌های خارجی و حتی داخلی اشاره کرد که اباحه‌گری، عادی بودن ارتباط با غیر همجنس، برتر بودن سبک زندگی غربی و خانواده‌های بی‌سامان را ترویج می‌کنند. فیلم‌های متعددی نظیر «روز استقلال»، «پیشگویی‌های نوسترآداموس»، «ماتریکس»، «ارباب حلقه‌ها»، «آخرالزمان» و «سفر به سرزمین موعود» به تحریف اندیشه موعودگرایی، ضدیت با ایران، استیلای غرب، کرنش دیگران در مقابل توانایی‌های تمدنی غرب به ویژه آمریکا می‌پردازد.^۲

با غفلت سینمای کشورهای اسلامی نسبت به آینده‌گرایی، در حالی‌بود به مسئله آینده‌گرایی توجه خاصی وجود دارد و از سال ۱۹۲۳ اولین تولید سینمایی با مضمون آخرالزمان تولید شده است و سال‌هاست که مسیحیان و یهودیان دنیا را آماج تبلیغات و ایدئولوژی‌های منجی‌گرایانه خود قرار داده‌اند؛ ولی آموزه مهدویت با ظرفیت بالایی که دارد، هر چه زمان می‌گذرد، امکان استفاده از بخشی از آن به دلیل رقابت و پیش‌دستی دیگران از میان می‌رود.

ها پویا نمایی

علی‌علیه: «... إِنَّمَا قَلْبُ الْحَدَّثِ كَالْأَرْضِ الْحَالِيَةِ مَا أَلْقَى فِيهَا مِنْ شَيْءٍ قَبْلَتْهُ ...»^۳.

«صنعت پویانمایی و کارتون» در میان کودکان و نوجوانان، طرفداران فراوانی دارد و مفاهیم و ارزش‌های بسیاری را به بچه‌ها می‌توان منتقل کرد. نظر به ماندگاری تعلیم و تربیت در دوران کودکی، از طریق پویانمایی و سرگرمی‌ها می‌شود آینده‌فرد و جامعه را رقم زد. تربیت‌های زمان

۱. ر.ک: نشریه اسکرین دلی، شماره ماه می سال ۲۰۰۸.

۲. عرفان، رسانه و آموزه مهدویت، ص ۴۹.

۳. سیدرضی، نهج البلاغه، نامه ۳۱.

کودکی در حقیقت تا حدود زیادی شخصیت آینده فرد را شکل می‌دهد و لذا در آموزه‌های دینی ما بر تربیت دینی دوران کودکی و نوجوانی تأکید فراوان شده است؛ اما این حقیقتی است که غرب به خوبی آن را شناخته است و از آن، استفاده‌های لازم را می‌برد و طراحی پویانمایی‌های جدید برای کودکان، عروسک‌ها و اسباب بازی‌ها در اختیار فرهنگ غرب است، نظیر کارتن‌های هری پاتر، سفید برفی.

و) بازی‌های رایانه‌ای

«بازی‌های رایانه‌ای» به عنوان یکی از تأثیرگذارترین رسانه‌های جدید، به دلیل ماهیت تعاملی، جذابیت بالا و نیز مدت زمان قابل توجه استفاده؛ نقش مهمی در شکل‌دهی نگرش‌ها، ارزش‌ها، هویت فرهنگی و الگوهای رفتاری کاربران، به ویژه کودکان و نوجوانان، ایفا می‌کنند. از این رو، این رسانه در ادبیات جنگ نرم، به عنوان یکی از ابزارهای مؤثر انتقال پیام‌های فرهنگی، اجتماعی و ایدئولوژیک شناخته می‌شود. برخی پژوهش‌ها نشان می‌دهند که محتوای بازی‌های رایانه‌ای می‌تواند در بازنمایی ارزش‌ها، سبک زندگی و هنجارهای فرهنگی نقش داشته باشند و از طریق تأثیر بر فرایند جامعه‌پذیری، بر نگرش و رفتار مخاطبان مؤثر باشند؛ به همین دلیل، تولید و محتوای این بازی‌ها از منظر فرهنگی و تربیتی اهمیت ویژه‌ای یافته است.^۱

ز) نمادها و مدها

استفاده وسیع و هنرمندانه از «نماد» و «مد» از ابزارهای جنگ نرم است. روحیه تنوع طلبی و نوگرایی نوجوانان و جوانان موجب می‌شود که مد و نماد، جایگاه ویژه‌ای در میان آنان داشته باشد. مدگرایی و تنوع طلبی، به خودی خود ممکن است اشکالی نداشته باشد؛ اما دشمنان اسلام سعی می‌کنند با استفاده از این روحیه ابتدا با ترویج مدها و نمادهای خاصی در میان قشر نوجوان و جوان جامعه نفوذ کنند و بعد از ترویج مدها و نمادهای مخصوص خود، سعی می‌کنند دل‌بستگان به آن‌ها

۱. حق وردی طاقانکی، مقاله بازی‌های یارانه‌ای ابزار قدرت نرم، ص ۱۲۳.

را با مبانی فکری و ارزشی مورد نظر خود آشنا کنند؛ مانند ترویج نمادهای شیطان پرستی

ج) استفاده از ظرفیت مراکز علمی

برخی دانشگاه‌های معتبر غربی، علاوه بر کارکردهای آموزشی و پژوهشی، در جهت گسترش ارزش‌ها و رویکردهای نظام لیبرالی و سکولار فعالیت می‌کنند. بر این اساس، این مراکز از طریق تولید دانش، تربیت نخبگان علمی و تأثیرگذاری بر نظام‌های آموزشی سایر کشورها؛ در توسعه نفوذ فکری و فرهنگی غرب نقش دارند. زیبایی‌شناسی برژینسکی در سال ۱۹۹۳ میلادی درباره اقتدار آموزش و دانشگاهی آمریکا می‌گوید:

«در حال حاضر بیش از پانصد هزار دانشجوی خارجی که نزدیک به دویست هزار نفر آن‌ها آسیایی هستند؛ در ایالات متحده تحصیل می‌کنند و این رقم، چندین برابر تعداد دانشجویان خارجی در هریک از دیگر کشورهاست و پیش بینی شده است که بیش از هشتاد درصد انتقال و پردازش داده‌ها، از آمریکا نشأت می‌گیرد»^۱.

اشخاصی مانند نخست وزیر سابق مالزی ماهاتیر محمد و رجب طیب اردوغان رئیس جمهور ترکیه؛ حتی دانشجویان ایرانی بازگشته از آمریکا که مروج سکولاریسم و لیبرالیسم غربی در کشورهای خود شدند؛ پس از بازگشت نسبت به گذشته کاملاً استحال شده‌اند.

«ادوارد برمن» در کتاب کنترل فرهنگ، تبیین کرده است که برخی مؤسسات بین‌المللی، از قبیل بنیاد هنری فورد، بنیاد کارنگی و راکفلر، در قالب تأسیس مراکز علمی در کشورهای جهان سوم و با عناوینی مانند توسعه کشورهای جهان سوم و رشد آموزشی مردم؛ در حقیقت به دنبال نفوذ در فرهنگ و ارزش‌های آن‌ها هستند و می‌کوشند نخبگان علمی آن‌ها را به منظور منافع غرب هدایت کنند.

حال پس از شناخت تأثیرات گسترش جنگ نرم در بین جوامع اسلامی و تأثیر آن بر تداوم تأخیر

۱. برژینسکی، خارج از روندهای کنترل، ص ۱۱۰.

ظهور؛ سزاوار است روندهای موثر بر گسترش جنگ نرم در جوامع اسلامی و به خصوص بر شیعه بررسی شود.

روندهای موثر بر گسترش جنگ نرم و افزایش سلطه رسانه مخرب

با ملاحظه قرائن موجود در روایات آخرالزمانی و شواهد تجربی حاضر، می‌توان روندهایی را که بر گسترش جنگ نرم دشمنان و عدم تحقق جامعه مهدوی منتظر در بین جوامع شیعی مؤثر است برشمرد:

روند افزایش بی‌اعتمادی به رسانه‌های داخلی

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم: «سیأتی علی الناس... و اؤتمن الخائن و یخون الامین.»^۱

یکی از روندهایی که موجب گسترش جنگ نرم و تأثیر رسانه‌های بیگانگان بر جوامع اسلامی می‌شود؛ بی‌اعتمادی مردم به حکومت و دولت خود است.

«اعتماد»، عاملی است که در بستر زمان و با توجه به شناخت و تجربه ما نسبت به متغیرهای بیرونی شکل می‌گیرد. به عبارت دیگر، اعتماد، محصول شرایط اقتصادی و اجتماعی است که در طول زمان و در نتیجه مجموعه‌ای از تعاملات ایجاد می‌شود. در این فرآیند ظریف و تدریجی، اعتماد ذره ذره افزایش می‌یابد؛ اما ممکن است یکباره از دست برود.

یکی از کارکردهای مهم رسانه، ایجاد همدلی و همبستگی اجتماعی است که از مهم‌ترین عوامل تعجیل در ظهور امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف است؛ اما این همبستگی فقط تا زمانی که خطا یا احساس خطا از سوی اعتمادکننده نسبت به اعتمادشونده به وجود نیاید، محقق می‌شود؛ ولی به محض بروز کوچک‌ترین شک یا تردید، این اعتماد می‌تواند به کلی بی‌اثر و حتی بازسازی مجدد آن، بسیار دشوار یا ناممکن شود.^۲

۱. شریف، المجازات النبویه، ص ۲۶۵.

۲. دانایی فرد، واکاوی سازوکارهای کلیدی تقویت اعتماد عمومی به دولت: رویکرد نگاه شهروندی، شماره ۸، ص ۱۰۵.

به عنوان مثال، در کشور ایران، طی نظر سنجی سال ۱۳۸۳، سازمان صدا و سیما با بیش از ۷۰ درصد، انتخاب نخست مردم برای دریافت اخبار بود اما این اعتماد طی روندی نزولی هفده ساله، به کم‌تر از ۴۵ درصد رسید^۱ و با شروع جنگ‌های تحمیلی دو، سه و قطعی اینترنت دوباره اعتماد افزایش یافت.

اعتماد، بنیادی‌ترین مؤلفه سرمایه اجتماعی و شاخصی اساسی برای سنجش انسجام و پایداری اجتماعی است. این مفهوم در دو سطح اعتماد بین‌فردی و اعتماد نهادی نمود می‌یابد که به ترتیب گویای اعتماد افراد به یکدیگر و اعتماد آنان به نهادهای اجتماعی و حاکمیتی است. کاهش اعتماد نهادی، بستر مناسبی را برای گسترش جنگ نرم و افزایش نفوذ رسانه‌های معارض فراهم می‌سازد؛ زیرا در چنین اوضاعی، بخشی از افکار عمومی، منابع خبری غیررسمی و خارجی را از رسانه‌های رسمی معتبرتر تلقی می‌کند. عواملی نظیر ضعف شفافیت، ناکارآمدی مدیریتی، تحقق نیافتن وعده‌ها، رقابت‌های سیاسی، انتشار آمارهای غیرواقعی و نیز اقدامات سازمان‌یافته رسانه‌ای برای تضعیف مشروعیت نظام سیاسی؛ از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر فرسایش اعتماد عمومی و در نتیجه افزایش آسیب‌پذیری جامعه در برابر جنگ نرم به شمار می‌آیند.

کاهش اعتماد عمومی، علاوه بر افزایش پذیرش اخبار نادرست و تضعیف اعتماد نهادی؛ مشارکت و همراهی مردم با سیاست‌های عمومی را کاهش می‌دهد. از آن‌جا که موفقیت سیاست‌های فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و سایر برنامه‌های کلان، مستلزم اعتماد و همکاری شهروندان است؛ کاهش اعتماد می‌تواند اجرای مؤثر این سیاست‌ها را با چالش جدی مواجه سازد. در نظام‌های مردم‌سالار، از جمله جمهوری اسلامی ایران، اعتماد عمومی یکی از مهم‌ترین پشتوانه‌های حکمرانی محسوب می‌شود. از این‌رو، کاهش آن نه تنها کارآمدی سیاست‌های

۱. خبرگزاری تسنیم، به نقل از محسن شاکری نژاد، <https://tasnimnews.ir/3482913>.

جاری را تضعیف می‌کند، بلکه تحقق برنامه‌های کلان آرمانشهر مهدوی، از جمله سیاست‌های مرتبط با زمینه‌سازی ظهور و تقویت همبستگی اجتماعی را نیز با موانع جدی اجرایی روبه‌رو می‌سازد.

روند افزایش ضعف و سستی شیعیان در مقابل امپراتوری رسانه‌ای دشمن

پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلّم: «... و علت اصوات الفساق و استمع منهم»^۱ تلاش‌های مخرب دشمنان در جنگ نرم سبب تغییر رفتارهای مسلمانان، مانند مقاومت غیر قانونی در برابر حاکمیت، عدم مقاومت در برابر نفوذ دشمن، حتی کمک به دشمن برای نفوذ به کشور شده است. لذا یکی از روندهای تأثیر پذیر از گسترش جنگ نرم، افزایش ضعف و خمودگی در بین شیعیان است که به فرهنگی مخرب تبدیل شده است؛ به گونه‌ای که برای رسیدن به اوضاع مطلوب تلاش چندانی نمی‌کنند، نظیر فتنه‌های که در ایران در دهه‌های اخیر قبل از جنگ تحمیلی دو وسه اتفاق افتاد.

عبدالکریم تاراس چرنینکو، اولین مترجم نهج‌البلاغه به زبان روسی می‌گوید: «به نظر من رسالت شیعیان بسیار سنگین است؛ نباید کوتاهی کنند؛ والا وهابیان و داعشی‌ها دینی وارونه از اسلام را به مردم ارائه خواهند کرد».^۲

دشمنان علاوه بر تغییر روندهای سیاسی، فرهنگی مسلمانان، در تلاش‌اند تا ذائقه‌های مورد نظر خود را جایگزین آن سازند. رقابت دشمنان در فضای رسانه‌ای برای تسخیر افکار عمومی جهان اسلام، پیوسته در حال افزایش است و روش‌های جدیدی را می‌آزمایند؛ مانند ظهور ایردراپ (Airdrop)، به معنای توزیع رایگان ارزهای دیجیتال به کاربران، نظیر ایردرآپ‌های تلگرامی، مانند همستر، که بیش از دویست میلیون کاربر جذب کرده است و حدود چهل میلیون

۱. راوندی، الخرائج و الجرائح، ج ۳، ص ۱۱۳۴.

۲. سایت اطلاع رسانی جوان: <https://www.javanonline.ir/>؛ rD۰۰۴۶

کاربر آن ایرانی بوده اند.

برآورد می‌شود جمعیت شیعیان جهان حدود ۴۰۰ میلیون نفر است که تقریباً یک چهارم کل مسلمانان را تشکیل می‌دهد؛ ولی اینان نتوانستند به جایگاه اثرگذاری در جهان و آرمان زمینه سازی ظهور در سطح جهان دست یابند. سهم شیعیان از این فضای مجازی بسیار کم است. لذا شیعیان باید با بهره گیری از ظرفیت‌ها و تکنیک‌های رسانه ای و به کارگیری اصول تبلیغات و عملیات روانی، برای توسعه منافع امت اسلامی تلاش کنند.

بحرین از جمله کشورهای با اکثریت جمعیت شیعه است و بیش از ۷۵ درصد مسلمانان این کشور را شیعیان تشکیل می‌دهند. با این حال، آنان در مناصب عالی حکومتی کم‌ترین سهم و مشارکت سیاسی را دارند. کشور هند با بیش از ۱۸۰ میلیون نفر مسلمان و حدود ۲۵ میلیون شیعه، متأسفانه شیعیان از نظر سیاسی جایگاه ویژه‌ای ندارند. پاکستان پس از ایران بیشترین جمعیت شیعه (حدود ۲۵ درصد جمعیت این کشور) را داراست؛ ولی هویت آن‌ها در ساختار اجتماعی پاکستان دچار تزلزل است. در عراق نیز با آن‌که بیش‌تر جمعیت این کشور را شیعیان تشکیل می‌دهد، به دلیل وجود بیگانگان، هنوز شیعیان نتوانسته‌اند به قدرت سیاسی برسند. جمهوری اسلامی ایران به عنوان مهم‌ترین کشور شیعه، به دلیل برخورداری از نظام سیاسی مبتنی بر تشیع، ظرفیت‌های اقتصادی، پیشینه تمدنی و آموزه‌های انقلاب اسلامی، از توان قابل توجهی برای افزایش نفوذ و اقتدار منطقه‌ای برخوردار است. با این حال، این ظرفیت با چالش جدی جنگ رسانه‌ای مواجه است؛ به گونه‌ای که صدها شبکه ماهواره‌ای به زبان‌های مختلف با رویکردی ضد ایرانی فعالیت می‌کنند.

به نقل از مرکز افکارسنجی خبرگزاری فارس در یکی از حوادث آبان ۹۸ در ایران، پنج رسانه بی بی فارسی، ایران اینترنشنال، صدای آمریکا، رادیو فردا، من و تو و صفحات مجازی آن‌ها در

مدت ۴۶ روز (۲۳ شهریور تا ۹ آبان) مجموعاً ۳۸۰۰۳ دروغ را درباره حوادث ایران منتشر کرده اند.^۱ استعمار برای جلوگیری از نشر اسلام با سوء استفاده از جریان‌های تندرو مذهبی، شبکه‌های ماهواره‌ای مذهبی نیز تأسیس کرد تا علاوه بر رسیدن به مقاصد اصلی، برخی شبکه‌های مذهبی دیگر را که به منظور روشنگری و با روش نیکو مذهب خود را تبلیغ می‌کنند نیز، هم تحت تأثیر این شبکه‌ها قرار دهند؛ به صورتی که حدود سی شبکه ماهواره‌ای در جهان را اگر شیعی بدانیم، بیش از هفده شبکه ماهواره‌ای نظیر فدک، سلام، مرجعیت و بقیع؛ با تأمین مالی از آمریکا و انگلیس، موجب تفرقه بین شیعه و سنی می‌شوند.^۲

هجمه‌های شبکه‌های مجازی غربی، جا به جایی ارزش‌ها و فقدان تصویر کامل از نظام آرمانی جامعه شیعی، می‌تواند در زمانی که گفتمان رقبا، به شدت در حال اشباع جهان به تصویر ترسیم سازی جامعه آرمانی خود است؛ شیعه را در حالتی انفعالی فرو برده است و از فعال بودن به انفعال سوق دهد.^۳

مطرح ترین مضرات شبکه‌های اجتماعی در بین جوانان و کاربران در ایران اسلامی، ایجاد ضعف در دیده و دل، افسردگی مفرط، زایل شدن عقول، فلج مغزی، اعتیاد مجازی، تبلی و تن پروری، افت تحصیلی، نابودی اعتقادات دینی و باورهای معنوی است. در واقع رسانه، ابزاری است که با استفاده از آن می‌توان بر اندیشه ملت و به ویژه کودکان و نوجوانان اثر گذاشت و به مرور آنان را با هویت فرهنگی شان بیگانه کرد، در چنین وضعیتی لازم است ضمن اتخاذ استراتژی تدافعی و حمایت همه جانبه مردم، دانسته شود که در اوضاع فعلی، چگونه باید از امکانات رسانه ای موجود بهترین بهره را برد و در زمینه ترویج مهدویت، تبلیغات جهانی کرد و قدمی به منظور آمادگی جهانی برای ظهور برداشت.

۱. خبرگزاری کیهان، ۳۸۰۰۰ دروغ در ۴۶ روز؛ <https://kayhan.ir/>؛ nK۰۰۱۳.

۲. سید افقهی، خبرگزاری ایمن، Czy3imna.ir/x.

۳. عرفان، رسانه و آموزه مهدویت، ص ۴۹.

برنامه‌های دیگر دشمن را بر این روند، می‌توان الگوسازی‌های فرهنگی و اجتماعی، ترویج زبان انگلیسی، ترویج اسلام آمریکایی، تک محصولی کردن اقتصاد و آموزش و تربیت مهره‌های اثرگذار برشمرد.

روند افزایش بی سوادی رسانه‌ای

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم: «و یصدق الکاذب و یکذب الصادق»^۱.

با گسترش فناوری‌های جدید، اینترنت و جهانی‌شدن، مفهوم سواد از توانایی خواندن و نوشتن فراتر رفته و مهارت‌های لازم را برای تعامل آگاهانه با رسانه‌ها و جامعه جهانی نیز دربر گرفته است. در عصر ارتباطات، افراد به‌طور مستمر در معرض پیام‌های گسترده رسانه‌ای قرار دارند و رسانه‌ها در شکل دهی به نگرش‌ها، رفتارها، عواطف و روابط اجتماعی نقشی اساسی ایفا می‌کنند. از این رو، تربیت شهروندانی برخوردار از سواد رسانه‌ای و توانمند برای زیست در جامعه جهانی، به یکی از ضرورت‌های نظام‌های آموزشی تبدیل شده است.

سواد رسانه‌ای، در واقع به معنای توانایی مصرف آگاهانه و نقادانه رسانه‌ها، تحلیل و ارزیابی پیام‌ها، تشخیص منافع پنهان، پرهیز از تقلید کورکورانه، حفظ استقلال فکری و مشارکت فعال در اصلاح عملکرد رسانه‌هاست و به مخاطب کمک می‌کند تا از رسانه‌ها، هوشمندانه و سودمندانه بهره‌مند شود. لذا سواد اطلاعاتی و سواد رسانه‌ای به عنوان دو مهارت اساسی برای ارزیابی، تحلیل و استفاده صحیح از اطلاعات اهمیت ویژه‌ای یافته‌اند.

فقدان سواد رسانه‌ای، زمینه‌ساز گسترش شایعات و آسیب‌های اجتماعی می‌شود؛ در حالی که سواد رسانه‌ای، با تقویت مهارت تشخیص منابع معتبر، اعتبارسنجی اخبار و مقابله با شایعات، از فریب افکار عمومی جلوگیری می‌کند. بنابراین، میان سواد رسانه‌ای و پذیرش شایعات رابطه‌ای معکوس وجود دارد. بخش مهمی از سواد رسانه‌ای، به انتخاب رسانه معتبر، برای دریافت

۱. محدث نوری، مستدرک الوسائل، ج ۱۱، ص ۳۷۲.

اطلاعات، مهارت مقابله ذهنی با شایعات و تمیز دادن و اعتبارسنجی منبع اطلاعات و اخبار بر می‌گردد. عرصه رقابت و تقابل اندیشه‌ها، به بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای برای مواجهه آگاهانه با تبلیغات و جریان‌های فکری، به‌ویژه در موضوعات اعتقادی نیازمند است.

سطح سواد رسانه‌ای، به نقل از حجت الاسلام عاملی، عضو شورای عالی فضای مجازی در مناطق شهری بزرگ در ایران ۲۲.۹ درصد، در مناطق حومه شهر ۱۸ درصد، در شهرهای کوچک ۱۸.۹ درصد و در مناطق روستایی ۱۷.۹ درصد است. سطح سواد عمومی رسانه‌ای ایرانی‌ها نیز عدد ۱۲ از ۱۰۰ است.^۱

عوامل مؤثر بر افزایش بی‌سوادی رسانه‌ای را می‌توان به عدم سیاست‌گذاری مناسب بر ترویج سواد رسانه‌ای در سیستم‌های آموزشی، نبود زیرساخت‌های ارتباطی، عدم هوشیاری خانواده‌ها به خطرهای فضای مجازی، دسترسی آسان به اینترنت و عدم نظارت بر فضای مجازی و ضعف در قوانین حقوقی بر آن برشمرد.

افراد شایعه‌پذیر و شایعه‌گو، زود باور، ناامن و زود برانگیخته، پرگو، فاقد اعتماد به نفس و کزاندیش هستند. ضعف سواد رسانه، پیامدهای متعددی دارد، نظیر تهدید سلامت اخلاق اجتماعی، اعتیاد اینترنتی، آسیب جسمی، نقض حریم خصوصی، هدر رفتن عمر، تضییع حق الله و حق الناس و فرد گرایی.^۲

به گزارش خبرنگار ایرنا، سردار سید کمال هادیان فر، رئیس پلیس تولید و تبادل اطلاعات ناجا (فتا) ضمن تأیید افزایش شکایات اعلام کرد: «جرائم سایبری در کشور از سال ۱۳۹۰ تاکنون (۱۳۹۷)، حدود ۹۰۰ درصد افزایش یافته است».^۳

رسانه امروزه به ابزاری در دست شیطان تبدیل شده است. دشمنان اسلام برای تغییر باورها و

۱. جهانگیری، مقاله بررسی ارتباط بین سواد رسانه‌ای و سواد سلامت جسمانی، ص ۴۱.

۲. رحمتی، مقاله ضعف سواد خانواده در استفاده از فضای مجازی و پیامدهای اخلاقی آن، ص ۱۸.

۳. خبرگزاری جمهوری اسلامی؛ <https://irna.ir/xjpfyP>.

ارزش‌های جامعه مذهبی ایران از تمام روش‌ها، مثل ترویج سکولار، پلورالیسم، اومانیسم، مغایرت عقل و دین، اباحه‌گری، شریعت‌گریزی، تساهل و تسامح، فمینیسم، مخالفت با اسلام فقه‌ای و نظام ولایت فقیه، گسترش شبهات دینی در بستر رسانه، پخش شایعات، حاکم شدن اصل لذت، تغییر اولویت‌ها، فریب مخاطب و زشت نشان دادن ارزش‌ها بهره‌جسته‌اند.

روند گسترش افول اخلاق اجتماعی در رسانه

هر جامعه برای حفظ نظم، امنیت و سلامت، مجموعه‌ای از ارزش‌ها و قواعد اخلاقی را تعیین می‌کند. در جوامع دینی، این قواعد علاوه بر قوانین، بر آموزه‌های دینی استوار است. با گسترش نقش رسانه در زندگی، رعایت اخلاق رسانه ضرورتی اساسی یافته است.

رسانه در شکل‌دهی و تحول روابط انسان‌ها با یکدیگر نقش مهمی دارد و از این طریق بر اخلاق اجتماعی، یعنی مجموعه هنجارها و بایدها و نبایدهای حاکم بر روابط اجتماعی، تأثیر می‌گذارد.

مقام معظم رهبری می‌فرماید: «هویت حقیقی جامعه، هویت اخلاقی آن‌هاست؛ یعنی در واقع بنیان اصلی برای یک اجتماع، شاکله اخلاقی آن جامعه است»^۱.

جامعه منتظر و زمینه‌ساز ظهور که خود را برای پذیرش و همکاری با قیام امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف آماده می‌کند، در صورتی می‌تواند بستری مناسب برای ظهور باشد که ویژگی‌هایی نظیر خدا باوری، کفر به طاغوت‌ها و مبارزه با قدرت‌های مستکبر، عدالت‌مداری و عدالت‌گستری، تکریم مومنان، حفظ عزت و احترام مسلمانان، ایثار و تعاون، وفای به عهد، امانت‌داری در آن فراهم شده باشد و بدون آن‌ها وصف زمینه‌سازی برای چنین جامعه‌ای بی‌معنا خواهد بود.

در عصر حاضر که بسیاری از فضایل اخلاقی جای خود را به رذایل اخلاقی داده‌اند؛ فضای

۱. مقام معظم رهبری در دیدار مسئولان صدا و سیما، <https://khl.ink/f/۵۳۶۷۵>.

مجازی با توجه به ویژگی‌های منحصر به فردی که دارد؛ بیش از هر فضای دیگری به رعایت اخلاق نیاز دارد. فضای مجازی علاوه بر آزادی بیان، ارتباط با اشخاص گوناگون، امکان ناشناس بودن را نیز به افراد می‌دهد؛ ولی سبب نمی‌شود که به دروغ پردازی و اعمال غیر اخلاقی و خلاف قانون پرداخت و خدشه دار کردن حیثیت افراد، از بین رفتن ایمان، گسترش اختلافات را موجب شد. افول اخلاق اجتماعی در رسانه، کمک به دشمنان و گسترش جنگ نرم را موجب می‌شود. جنگ نرم فروپاشی روانی ملت را سبب می‌شود و دشمن تلاش می‌کند با ترویج یأس و ناامیدی در جامعه به اهداف خود برسد و بی‌اعتمادی را رواج دهد.

در یک نگرش کلی، بر اساس مطالعات انجام شده، می‌توان حوزه‌های اخلاق اجتماعی را این‌گونه فهرست کرد: اخلاق همبستگی (اعتماد، تعاون، فردگرایی و جمع‌گرایی)، اخلاق صداقت (پرهیز از دروغ و ریا)، اخلاق جنسی (وفاداری، عشق و خانواده و مناسبات جنسی)، اخلاق حرفه‌ای (اخلاق اصناف، اخلاق اقتصادی، پرهیز از ارتشا، تقلب و فرار از مالیات)^۱.

مهم‌ترین چالش‌های اجتماعی جامعه ایران در سال ۱۳۹۶ به نقل از مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری ایران؛ بی‌تفاوتی اجتماعی، سرمایه اجتماعی و اعتماد عمومی، کارکردهای اجتماعی فضای مجازی، فساد و تقلب علمی، به محاق رفتن عدالت آموزشی و گسترش ریسک‌پذیری جنسی بوده است.^۲

برخی از این بی‌اخلاقی‌ها در فضای رسانه‌ای جمهوری اسلامی ایران را می‌توان فشار دولتمردان بر خبرنگاران، مثل عدم پخش برخی از اخبار منفی در مورد کاندیدای انتخاباتی، پرونده‌های خاص مفسدان اقتصادی، تحریف واقعیت‌ها با تقطیع تصاویر واقعی، انتشار اخبار جعلی، عدم شفافیت سازی در شرایط جنگی، دانست.

رسانه زمینه ساز، به منظور ایجاد انگیزه در میان منتظران و ارتقای سطح عملکرد آنان در قبال

۱. یاهک، رصد ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران، ص ۱۰.

۲. نجاتی، خبرگزاری خبرآنلاین، پنجاه و دو چالش اجتماعی ایران، zBdvkhabaronline.ir/x.

ارزش‌های مهدوی، می‌بایست تمامی فعالیت‌های جامعه منتظر قبل ظهور را ترسیم کند و برای بالارفتن همدلی و آگاهی قشرهای مختلف جامعه تلاش کند.

نتیجه گیری

در واکاوی آینده پژوهانه روندهای موثر بر گسترش سلطه رسانه‌ای غرب بر جوامع اسلامی؛ این یافته‌ها ملاحظه گردید:

- در واکاوی امتیازات جنگ نرم با جنگ‌های دیگر و ابزار و اهداف آن این نتیجه ملاحظه شد که بر خلاف جنگ سخت، آثار و نفوذ جنگ نرم از سایر جنگ‌ها بسیار عمیق‌تر است و تلفات انسانی بسیار کم‌تری دارد.

- روندهای مختلفی بر کلان روند گسترش سلطه رسانه‌ای غرب موثر است که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان روند افزایش بی‌اعتمادی رسانه‌های داخلی، روند افزایش ضعف و سستی شیعیان در مقابل امپراتوری رسانه‌ای دشمن، روند افزایش بی‌سوادی رسانه‌ای و روند گسترش افول اخلاقی اجتماعی رسانه‌ای را نام برد.

- روند افزایش بی‌اعتمادی به رسانه‌های داخلی در جوامع اسلامی، می‌تواند بر اجرای مصوبات مهدوی تصویب شده دولت‌های اسلامی تاثیر بگذارد و مانعیت تشکیل آرمانشهر مهدوی را سبب گردد.

- ضعف شیعیان و عدم مقابله با جنگ نرم دشمن، تغییر سبک زندگی و پیروی از الگوی غربی را موجب می‌شود که نتیجه آن، فاصله گرفتن از آرمانشهر مهدوی و زمینه سازی ظهور می‌باشد.

- عدم سواد رسانه در جوامع اسلامی، تسهیل تاثیر پذیری در جنگ نرم و پذیرش شایعات، شبهات و آسیب‌های اجتماعی و دینی را موجب می‌شود.

- یکی از روندهای موثر بر گسترش سلطه رسانه‌ای غرب بر جوامع اسلامی، افول اخلاق اجتماعی در فضای رسانه است که سبب می‌شود، ویژگی‌های مهم آرمانشهر، نظیر خدا باوری، مبارزه با قدرت‌های مستکبر، عدالت‌مداری، تکریم مومنان، ایثار و وفای به عهد؛ به تدریج از جامعه رخت بربندد و بدون آن‌ها، وصف زمینه سازی برای چنین جامعه‌ای بی‌معنا خواهد بود.

منابع:

۱. آقای، سید داوود، نقد و بررسی نظریه‌های مطرح درباره نقش رسانه‌ها در مدیریت بحران، فصلنامه پژوهش‌های ارتباطی، شماره ۵۶، ۱۳۸۷.
۲. امیرتیموری، محمدحسن، رسانه‌ها و محیط‌های آموزشی. یادگیری، نشر سمت، تهران، ۱۳۹۸.
۳. اینگلیس، فرد، نظریه رسانه‌ها، ترجمه: محمود حقیقت کاشانی، دانشکده صدا و سیما، تهران، ۱۳۷۷.
۴. برژینسکی، زبیبگنیو، خارج از روندهای کنترل، ترجمه: عبدالرحیم نوّه ابراهیم، نشر اطلاعات، تهران، ۱۳۹۴.
۵. بوشهری، علیرضا و فرهاد نظری‌زاده، روندهای راهبردی جهان مؤثر بر دفاع و صنایع دفاعی، مؤسسه آموزشی تحقیقاتی صنایع دفاعی، تهران، ۱۳۸۹.
۶. پدram، عبدالرحیم، روندهای حاکم بر آینده جهان اسلام، فصلنامه مطالعات سیاسی جهان اسلام، شماره ۶۵، ۱۳۹۲.
۷. جهان‌پور، محمد مهدی و بهرخ گنجی، ابزار رسانه و جنگ نرم، فصلنامه مدیریت رسانه، دوره ۷، ش ۴۴، ۱۳۹۸.
۸. جهانگیری زرقانی، رؤیا؛ شهناز هاشمی و علی گرانمایه‌پور، بررسی سطح سواد رسانه‌ای و سواد سلامت جسمانی، فصلنامه علمی مطالعات فرهنگ و ارتباطات، شماره ۵۵، ۱۴۰۰.
۹. حیدری، امیر هوشنگ، مبانی و مفاهیم آینده‌پژوهی، فصلنامه ترویج علم، شماره ۷، ۱۳۹۳.
۱۰. حسن دانایی‌فرد، حسن؛ علیرضا حسن‌زاده و سمیه نصراللهی، واکاوی سازوکارهای کلیدی تقویت اعتماد عمومی به دولت: رویکرد نگاه شهروندی، فصلنامه پژوهش‌های

- راهبردی سیاست، دانشگاه علامه طباطبائی، شماره ۸، تهران، ۱۳۹۳.
۱۱. حق‌وردی طاقانکی، بازی‌های یارانه قدرت جنگ نرم، مطالعات عملیات روانی، شماره ۱۶، ۱۳۸۶.
۱۲. دارمستتر، جیمز، مهدی از صدر اسلام تا قرن سیزدهم هجری، ترجمه: محسن جهانسوز، تهران، ۱۳۱۷.
۱۳. رحمتی، حسینعلی، ضعف سواد خانواده در استفاده از فضای مجازی و پیامدهای اخلاقی آن، مطالعات اخلاق کاربردی، شماره ۲۸، ۱۳۹۶.
۱۴. سلطانی‌فر، محمدمهدی، رسانه و مشارکت سیاسی، مرکز تحقیقات استراتژیک، مجمع تشخیص مصلحت نظام، تهران، ۱۳۸۸.
۱۵. شریف رضی، محمد بن حسین، المجازات النبویه، مؤسسه علمی دارالحدیث، سازمان چاپ و نشر، قم، ۱۳۸۰.
۱۶. شریفی، احمدحسین، جنگ نرم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، قم، ۱۳۸۹.
۱۷. شکرخواه، یونس، جنگ روانی رسانه‌ای، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۱، تابستان ۱۳۸۲.
۱۸. ضیایی‌پرور، حمید، جنگ نرم ۱، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین‌المللی ابرار معاصر، تهران، ۱۳۸۶.
۱۹. عرفان، محسن، رسانه و آموزه مهدویت، بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود، قم، ۱۳۹۴.
۲۰. عسگری، محمود، رویکردی انتقادی به نظریه قدرت نرم، فصلنامه راهبرد دفاعی، شماره ۲۸، تهران، ۱۳۸۹.
۲۱. فولادی‌وند، محمد، چپستی رسانه با تأکید بر رسانه دینی، فصلنامه معرفت فلسفی، شماره ۳۶، قم، ۱۳۹۱.

۲۲. قطب‌الدین راوندی، **الخرائج و الجرائح**، ترجمه علامه محمدشریف خادم و غلامحسن محرمی، مؤسسه الامام المهدی، قم، ۱۴۰۹ق.

۲۳. کارگر، رحیم، **آینده‌پژوهی خانواده در ایران**، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ۱۳۹۷.

۲۴. _____، **جستارهایی در مهدویت**، بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود(عج)، قم، ۱۳۸۶.

۲۵. کورنیش، ادوارد، **آینده‌پژوهی پیشرفته**، ترجمه سیاوش ملکی‌فر و فرخنده ملکی‌فر، نشر آینده‌پژوه، تهران، ۱۳۹۴.

۲۶. محدث نوری، میرزا حسین، **مستدرک الوسائل**، ۲۹ جلد، آل‌البیت، قم، ۱۳۶۵.

۲۷. محمودزاده، امیر؛ شهرام شاکریان و زهرا شاهقلی، **روش‌های تحلیل آینده با رویکرد راهبردی**، نشر علم‌آفرین، تهران، ۱۳۹۲.

۲۸. نایینی، مرتضی، **جان و جانان از نظر مقام معظم رهبری**، فصلنامه انتظار موعود، شماره ۲، ۱۳۸۰.

۲۹. واعظی، حسن، **استعمار فرانو، جهانی‌سازی و انقلاب اسلامی**، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، قم، ۱۳۸۶.

۳۰. یاهک، سجاد و سماکشاورز دیزجینی، **رصد ارزش‌های اخلاقی در جامعه ایران**، پژوهشگاه هنر و فرهنگ ارتباطات، تهران، ۱۴۰۰.

منابع اینترنتی

۱. خبرگزاری جمهوری اسلامی (ایرنا)، جرایم سایبری در کشور ۹۰۰ درصد افزایش یافت،
<https://irna.ir/xjpFyP>، خبرگزاری جمهوری اسلامی.
۲. خبرگزاری جوان، مصاحبه عبدالکریم تاراس، خبرگزاری جوان،
<https://www.javanonline.ir/0046rD>.
۳. خبرگزاری خبرآنلاین، خبرآنلاین، <https://www.khabaronline.ir>.
۴. خبرگزاری مهر، خبرگزاری مهر، <https://www.mehrnews.com/>.
۵. خبرگزاری مشرق، خبرگزاری مشرق، <https://www.mashregnews.ir>.
۶. خبرگزاری هوشمند خبری خبرفارسی، خبرفارسی، <https://khabarfarsi.com/>.
۷. دفتر حفظ و نشر آثار آیت الله خامنه‌ای، قله پاسداری، khamenei.ir،
<https://khl.ink/f/53675>.