

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
وصلی الله علی محمد وآله الطاهین

مطالعات قرآنی و حدیث

دوفصلنامه علمی - تخصصی مطالعات قرآن و حدیث

سال سوم، شماره اول / پاییز و زمستان ۱۳۸۸

صاحب امتیاز: دانشگاه امام صادق (ع)

مدیر مسئول: دکتر رضا محمدزاده

سرمدیر: دکتر مهدی ایزدی

مدیر داخلی: محمد جانی پور

اعضای هیئت تحریریه (به ترتیب الفبا)

آذرتاش آذرنوش استاد دانشگاه تهران
مهدی ایزدی دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)
محمدباقر باقری کنی استاد دانشگاه امام صادق (ع)
عبدالکریم بی آزار شیرازی دانشیار دانشگاه الزهراء (س)
احمد پاکتچی استادیار دانشگاه امام صادق (ع)
سید کاظم طباطبایی استاد دانشگاه فردوسی
عبدالهادی فقهی زاده دانشیار دانشگاه تهران
عباس مصلائی پور یزدی دانشیار دانشگاه امام صادق (ع)
سید رضا مؤدب استاد دانشگاه قم

مترجم چکیده‌ها به انگلیسی: دکتر محمود کریمی

ویراستار ادبی: محمد جانی پور

مقالات این دوفصلنامه لزوماً بیان‌کننده دیدگاه دانشگاه نیست.

نقل مطالب تنها با ذکر کامل مأخذ رواست.

۲۰۰ صفحه / ۳۰۰۰۰ ریال

امور علمی و تحریریه: دانشکده الهیات، معارف اسلامی و ارشاد

تلفن: ۵-۸۸۰۹۴۰۰۱، داخلی ۳۷۴، نمابر: ۸۸۰۸۰۴۲۴

تهران، بزرگراه شهید چمران، پل مدیریت، دانشگاه امام صادق (ع)

<http://quran.sadiqjournals.ir>

امور فنی و توزیع: مرکز تحقیقات میان رشته‌ای علوم انسانی و اسلامی، اداره نشریات

داخلی ۲۴۵، نمابر: ۸۵۷۵۰۲۵

صندوق پستی ۱۵۹-۱۴۶۵۵

<http://mag.isu.ac.ir>

E-mail: mag@isu.ac.ir

راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای انس با قرآن

در شرایط جنگ نرم

محسن موحدی*

تاریخ دریافت: ۱۳۸۸/۵/۲۴

تاریخ پذیرش: ۱۳۸۸/۱۱/۲۱

چکیده

هدف از این مقاله، بررسی راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای انس با قرآن در شرایط جنگ نرم، می‌باشد. بدین منظور با استفاده از روش تحقیق توصیفی از نوع کتابخانه‌ای و با مراجعه به اسناد و مدارک موجود، تعریف مفاهیم کلیدی مانند راهبرد و بررسی پیشینه تحقیق در مورد انس با قرآن، بر اساس مدل «سوات»، سوالات چهارگانه بررسی راهبردها و راهکارهای انس با قرآن بر اساس نقاط قوت، نقاط ضعف، فرصت‌ها و تهدیدات پیش روی رسانه‌ها در شرایط جنگ نرم؛ مطرح گردید.

مطالعه شگردهای دشمن در جنگ نرم از ابعاد مختلف فرهنگی، مذهبی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی و همچنین ابزارهای مورد استفاده در این جنگ مانند: مجلات و کتب، شبکه‌های ماهواره، اینترنت، اسباب بازی و... و طرح آن‌ها در قالب چهار دسته راهبرد اعم از تدافعی، تهاجمی، رقابتی و محافظه کارانه؛ راهکارهای مدنظر را رهنمون می‌گردد. نتیجه چنین راهکارهایی به ضرورت برنامه‌ریزی میان مدت و بلند مدت در خصوص مقابله با جنگ رسانه‌ای نظام سلطه و اجرای جنگ رسانه‌ای علیه آن، ارتقاء سطح فعالیت‌های رسانه‌ای و بهره‌گیری از فناوری برتر رسانه‌ای و امکانات نوین ارتباطی در جهت مقابله با هجوم رسانه‌ای و... منجر می‌شود.

واژگان کلیدی

قرآن کریم، رسانه، جنگ نرم، انس با قرآن، راهبرد، راهکار

* کارشناس ارشد علوم تربیتی و مدرس مرکز تربیت معلم اصفهان m_movahedi2007@yahoo.com

مقدمه

پس از جنگ جهانی دوم که میان کشورها آتش بس برقرار شد، طبیعت جنگ و منازعه میان دو اردوگاه ایدئولوژیک شرق و غرب، آنچه به ظاهر پایان درگیری‌ها و آتش بس نامیده می‌شد را در یکی از ابعاد خود از جنگ و درگیری گرم به سوی آنچه جنگ سرد نامیده می‌شود، کشانید و در نهایت باعث گسترده‌گی رسانه‌ها به خصوص در جهان غرب شد. از سوی دیگر، رواج دموکراسی و سهم خواهی‌های مردمی از قدرت و رشد سریع آن به سبب روشنگری‌های به وجود آمده در قرن ۱۸ و ۱۹، سبب شد اهمیت متغیر جدیدی به نام مردم در قالبی به نام افکار عمومی روزافزون شود.

خوی قدرت‌خواهی و افزایش دامنه آن در غرب باز هم نگاه‌ها را به سوی مناطق استراتژیک جهان از جمله خاورمیانه سوق داد و زمینه فرار از استعمار و استعمارگری در این منطقه که آمیخته به اندیشه‌های عمیق مذهبی و استقلال‌خواهی بود، جنگ دوم جهانی را برای به دست آوردن دوباره منطقه به سمت جنگ نرم با شگردها و ابزارهای جدید هدایت کرد، در حالی که در کشورهای منطقه خاورمیانه به دلیل شرایطی که استعمارگران پس از جنگ جهانی دوم در آن‌ها به وجود آورده بودند، چندان صدای گام‌های جنگ نرم شنیده نشد و این کشورها خاموش و بی‌هراس مشغول رتق و فتق درگیری‌های داخلی خودشان شدند که با دستان ماهر همان استعمار در گام اول اجرای سناریوی جنگ نرم طراحی شده بود. استعمارگران غربی ابتدا و با اتکا به شیوه‌های کهن استعماری خود، از حکومت‌های دیکتاتوری حاکمان نظامی در منطقه حمایت کردند تا بتوانند روند استقلال‌خواهی را در منطقه متوقف کنند و این در حالی بود که با مشاهده عدم امکان مهار نهضت‌های مردمی در کشورهای مختلف به این نتیجه رسیدند که نه تنها با اتکا به قدرت نظامی، بلکه با تدوین نظام سرمایه‌داری به صورت یک ایدئولوژی جذاب برای اقشار مختلف می‌توانند خلاء فکری موجود در این جوامع را با آنچه برای خودشان مطلوب است، پر کنند. (افتخاری، ۱۳۷۷، صص ۴۸-۵۰).

جمهوری اسلامی ایران به عنوان مهم‌ترین کشور منطقه خاورمیانه که موج عظیمی را با انقلاب سال ۱۳۵۷ تجربه کرده بود، به دلیل تغییرات بنیادین در سیاست خارجی و به کارگیری شعار استقلال کامل سیاسی، بیش از دیگر کشورهای منطقه خاورمیانه، در

مقابل این هجمه عظیم جنگی، اما نه با سلاح گرم قرار گرفت که طرف‌های مقابل آن دارای تجارب زیادی در زمینه تأثیر بر افکار عمومی دنیا و ادامه جنگ و استعمار با روش‌های نوین بودند. در واقع رویارویی ایران با دو ابرقدرت شرق و غرب به ویژه با ادبیاتی جدید، جایگاه ایران را در چارچوب دیپلماتیک جهان پیچیده‌تر کرد.

در ۳۰ سال پس از انقلاب اسلامی ایران به دلیل ماهیت جدیدی که در منطقه خاورمیانه تحت تأثیر ایران شکل گرفته بود، روند جنگ نرم با رنگ و بوی پررنگ‌تری دنبال شد. استعمارگران غربی به صراحت و وضوح میزان تأثیرگذاری ایران را روی افکار داخلی خود و به ویژه روی دیگر ساکنان این منطقه استراتژیک که به گفته بسیاری از کارشناسان سیاسی، ژئوپلیتیک‌ترین منطقه در کل جهان برای تمامی اهداف استعماری به شمار می‌رود، لمس می‌کردند و با توجه به دورانی که موسوم به جنگ سرد بود و با وجود به راه انداختن جنگ‌های وسیع نظامی در منطقه نیز نتوانسته بودند از میزان این اثرگذاری بکاهند، کم کم به این نتیجه رسیدند که برای از دست نرفتن بیش از پیش اهداف استعماری‌شان در منطقه از طریق نقش ایران به عنوان مهم‌ترین کشور فارسی زبان، ابزارهای جنگ نرم را بیش از قبل برای مقابله با این روند رو به رشد به کار بگیرند (نگارش، ۱۳۸۰، ص ۳۸).

در این میان باید گفت که یکی از ابزارهای جنگ نرم، رسانه است، تأثیر رسانه‌ها در تحولات اجتماعی و سیاسی جوامع قابل مشهود است. ما در دنیایی زندگی می‌کنیم که برای اخبار و داده‌های جدید گرسنه است؛ و هر کشوری دسترسی سریع‌تری به اخبار و اطلاعات برای شهروندان خود فراهم کند، از بقیه جلوتر می‌افتد. اگر همین شرایط را در رقابت کشورها در نظر بگیریم، نمی‌توان ادعا و نظریات بسیاری از کارشناسان سیاسی در مورد «جنگ دیجیتال عصر جدید» را انکار کرد. اکنون به جرأت می‌توان گفت که حفظ و گسترش قدرت استکباری نظام سلطه به حضور و ظهور رسانه‌هایشان در این دنیای دیجیتال وابسته است و یکی از مهم‌ترین وظایف رسانه‌های اسلامی، راهبرد گذاری در زمینه مقابله با جنگ نرم دشمن در راستای انس با قرآن کریم، می‌باشد.

۱. مفهوم راهبرد و روش بررسی آن

واژه راهبرد ترجمه کلمه «استراتژی»^۱ از ریشه یونانی «استراتژیما»^۲ به معنای فرمانده ارتش، مرکب از «استراتوس»^۳ به معنی ارتش و «اژو»^۴ به معنای رهبر گرفته شده است. مفهوم راهبرد ابتدا به معنای فن، هدایت، تطبیق و هماهنگ‌سازی نیروها جهت نیل به اهداف جنگ در علوم نظامی بکار گرفته شد. راهبرد، طرحی منسجم، جامع‌نگر و یکپارچه کننده برای حرکت در کوتاه‌ترین راه به سوی هدف، با بهترین بهره برداری از منابع و امکانات موجود است. استراتژی یا راهبرد، راه و روش رسیدن به اهداف بلندمدت و حیاتی است. یک موضوع استراتژیک و راهبردی، موضوعی است که جنبه حیاتی دارد؛ یعنی در استمرار شاخصه‌های حیات تأثیر عمده دارد و معمولاً در محیط رقابتی اهمیت خود را نشان می‌دهد (غفاریان، ۱۳۸۰، ص ۴۷).

از دلایل اصلی نیاز به راهبرد و تفکر راهبردی، وجود اختلاف عملکردها و برنامه‌ها، وجود محیط‌های مختلف، وجود تمایلات و سلايق متفاوت و پیچیدگی روابط انسانی است. برای تعیین راهبرد باید اهداف بلند مدت و مجموعه اقدامات کلان لازم برای رسیدن به آنها مشخص شود، چرا که راهبرد از تصمیم‌ها، برنامه‌ها و قواعد مرتبط ساختن اقدامات به یکدیگر برای رسیدن به هدف تشکیل شده است. معمولاً افراد و مجموعه‌ها در تشخیص اهداف کلی تا حدودی صحیح و مشترک عمل می‌کنند؛ اما در تدوین راهبرد، تفاوت‌های آشکاری بین آنها وجود دارد (غفاریان، ۱۳۸۰، ص ۲۰۵).

تدوین یک راهبرد صحیح مهم‌ترین عامل برتری بر الگوها و فعالیت‌های دیگران است. آیه شریفه «لَا تَهِنُوا وَلَا تَحْزَنُوا وَأَنْتُمْ الْأَعْلَوْنَ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ» (آل عمران: ۱۳۹)؛ شما مسلمانان نه هرگز در کار دین سستی کنید و نه اندوهناک شوید زیرا بلندمرتبه ترین ملل دنیا هستید اگر در ایمان ثابت قدم باشید، بیانگر همین حقیقت است که اگر راهبرد اسلام در زندگی فردی و جمعی ما مورد توجه قرار گیرد، الگوهای دیگر فرهنگ‌ها و تمدن‌ها قدرت رقابت با اسلام را نخواهند داشت.

در این تحقیق راهبردهای رسانه‌ای انس با قرآن در شرایط جنگ نرم مد نظر قرار می‌گیرد. به عبارت دیگر در بیان این راهبردها به انسجام و جامعیت برای رسیدن به

اهداف انس با قرآن کریم در مواجهه با جنگ نرم دشمن و سپس اجرائی کردن این اهداف در قالب راهکارهای رسانه‌ای انس اقشار مختلف جامعه با قرآن کریم، توجه ویژه‌ای شده است. برای بررسی راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای انس با قرآن کریم، در این تحقیق از مدل تحلیل SWOT استفاده گردید. در پاسخ سوالات تحقیق، نقاط قوت و ضعف و تهدیدات و فرصت‌های رسانه‌ای انس با قرآن کریم، شناسایی گردید.

بررسی ماتریس ارزیابی و تدوین راهبرد SWOT، چهار دسته راهبرد ارائه می‌دهد: (عالی، ۱۳۸۲، صص ۱۷-۱۸).

- راهبردهای تهاجمی^۵ (SO): در این راهبردها با بهره جستن از نقاط قوت از فرصت‌ها بهره برداری می‌شود.
- راهبردهای رقابتی^۶ (ST): با پرهیز از تهدیدات از نقاط قوت استفاده می‌شود.
- راهبردهای محافظه کارانه^۷ (WO): با بهره جستن از فرصت‌ها، نقاط ضعف از میان برده می‌شود.
- راهبردهای تدافعی^۸ (WT): نقاط ضعف را کاهش داده و از تهدیدات احتراز می‌شود.

جدول ۱. ماتریس ارزیابی مدل (SWOT)

نقاط ضعف (W)	نقاط قوت (S)	
راهبردهای WO	راهبردهای SO	فرصت‌ها (O)
راهبردهای WT	راهبردهای ST	تهدیدها (T)

۲. جایگاه و اهمیت رسانه در عصر حاضر

در مکتب اسلام، قرآن به عنوان بهترین و مطمئن‌ترین راه انس با حضرت حق تعریف شده است. گرچه انس با قرآن کریم مراحل مختلفی دارد از جمله: نگاه، شنیدن، روخوانی، قرائت، ترتیل، تلاوت، درس (مراجعه مکرر)، حفظ، تدبیر، تفکر، تمسک،

فهم و عمل؛ اما مرحله نهایی و اصلی انس، عمل کردن به دستورات آن امانت مقدس الهی و پیاده نمودن در جامعه می‌باشد. متأسفانه، امروزه در بسیاری از جوامع، انس با امور دنیوی بر انس با قرآن مقدم شده است.

در جامعه دینی ما نیز، گرچه در سایه عنایات حضرت حق و با تلاش و زحمات امام راحل(ره) و مسئولین دلسوز نظام به ویژه مقام معظم رهبری و نیز اساتید و خادمین قرآن کریم، بعد از انقلاب شکوهمند اسلامی، شاهد رشد روز افزون فعالیت‌های قرآنی هستیم، ولی میان وضعیت فعلی و آنچه مطلوب جامعه اسلامی است، تفاوت بسیار است. چرا که در کشور ما، علیرغم توجه به بحث آموزش‌های قرآنی، نسبت به بحث فرهنگ سازی کمتر عنایت شده است؛ در صورتی که این بحث مقدمه و مکمل بحث آموزش می‌باشد و تا هنگامی که جوانان ما انگیزه کافی برای یادگیری قرآن نداشته باشند، روش‌های آموزشی جوابگوی خطاهای موجود نیست.

از سوی دیگر، تعریف رسانه به صرف و ریخت‌نگری و بدون توجه به نگاه جامعه‌شناختی آن، که موجب تأثیرگذاری و تأثیرپذیری منشور گونه‌ای را فراهم می‌سازد میسر نیست. با نگاه به نظریه‌های ارتباطی در حوزه علوم ارتباطات و دیدگاه‌های جامعه‌شناسان در این خصوص، باید گفت رسانه از نگاه صاحب نظران هنوز واجد تعریف جامع و مانع نشده است. رسانه اسم آلت است از مصدر رسانیدن و به معنی وسیله رسانیدن است و در اصطلاح علوم ارتباطات اجتماعی، مقصود از رسانه وسیله رساندن پیام از پیام دهنده به پیام گیرنده است. (زورق، ۱۳۶۸، ص ۱۹۴).

تعریف رسانه از روی اولین و ساده‌ترین مدل ارتباطی آن، همان چیزی است که وسیله یا عامل شرایط ساز بین فرستنده پیام و گیرنده پیام است و پیام از طریق یا به وسیله آن ارسال می‌شود. بسیاری نیز بر اثر گذاری وسیله انتقال پیام بر فرایند ارتباطی سخن به میان آورده‌اند. لیکن در این تأثیر، حدی است و نباید چندان بر آن تأکید شود که در ورطه ماده‌گرایی گرفتار آییم (ساروخانی، ۱۳۷۹، ص ۳۹).

در نتیجه رسانه وسیله ایجاد ارتباط یا همان انتقال پیام است، اما وسیله‌ای است که در فرایند انتقال پیام می‌تواند تأثیرگذار هم باشد که میزان و چگونگی تأثیر آن مسلماً جای بحث جدی دارد. برای توجه به جنگ نرم رسانه‌ای دشمن در حیطه معارف

اسلامی و به ویژه قرآن کریم، که بدون شک به احساس مسئولیت هر چه بیشتر رسانه‌های اسلامی خواهد انجامید، کافی است بدانیم چون انس و عمل به قرآن و دستورات الهی آن و رها ساختن مسلمانان از تمامی رنج‌ها و بدبختی‌هایی که کشورهای قدرتمند و ستمگر بر آنان تحمیل کرده‌اند، عامل مهمی در میان مسلمانان است که همواره آنان را امیدوار به آینده و آماده برای مقابله با دشمنان نگاه داشته است.

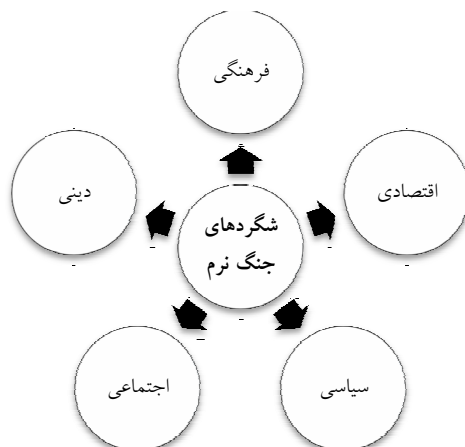
۳. شگردهای جنگ نرم

به راستی جنگ نرم چیست و تکنیک‌ها و روش‌های اجرایی آن کدامند؟ و چرا مقامات کاخ سفید برای اجرای آن علیه ایران وارد عمل شده‌اند؟ جنگ نرم در برابر جنگ سخت^۹ در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش رقیب را به انفعال یا شکست وا می‌دارد. اصطلاح جنگ روانی خود مقوله مفصلی است و با شگردها و شیوه‌های متنوعی اجرا می‌شود و باید آن را یکی از اشکال و زیر مجموعه‌های جنگ نرم دانست. جنگ رایانه‌ای و اینترنتی و راه اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و... نیز اشکال دیگر جنگ نرم هستند (مارسل، ۱۳۸۷، ص ۲۹).

آمریکا و جریان صهیونیسم بین‌الملل برای عملیاتی ساختن جنگ نرم و ناتوی فرهنگی علیه عقاید و شعائر اسلامی که قرآن کریم و انس مسلمانان در مراحل و مراتب مختلف، در رأس آن قرار می‌گیرد، طی سال‌های گذشته و برای سال‌های آینده شگردها و ابزارهایی را طراحی کرده‌اند، که در این نوشتار به برخی از آنها پرداخته می‌شود و سپس راهبردها و راهکارهای رسانه‌ای برای ایجاد انس با قرآن کریم در اقشار مختلف جامعه و در مقابله با این شگردها و ابزارها بررسی می‌گردد.

مقام معظم رهبری فرمودند: «این که ما بتوانیم طرح کلی دشمن را در مورد خودمان بدانیم، بخشی از توان دفاعی ماست. ندانستن این که دشمن چه در سر دارد و چه می‌خواهد بکند، غفلتی است که ممکن است ما را از امکان برخورد و دفاع محروم کند» (هدایت خواه، ۱۳۷۷، ص ۱۳).

مسلماناً کشورهای مهاجم در جنگ نرم، از شگردهای مختلف در ابعاد متنوع و گوناگون اعم از شگردهای اجتماعی، دینی، فرهنگی، اقتصادی و سیاسی استفاده می‌نماید.



نمودار ۱. ابعاد مختلف شگردهای جنگ نرم

۳-۱. شگردهای اجتماعی

شگردهای مهاجمان جنگ نرم در بعد اجتماعی را می‌توان در قالب الگوسازی، تغییر سبک زندگی، حقوق زنان و اقلیت‌ها، بهره برداری از آسیب‌های اجتماعی، قومیت گرایی و تقویت حس ملی گرایی مطرح نمود.

۳-۲. شگردهای فرهنگی

شگردهای مهاجمان جنگ نرم در بعد فرهنگی را می‌توان در قالب تخریب هدفمند فرهنگ اسلامی، آموزش و پرورش مهره‌ها، توجه به شرکای بالقوه و سخن گفتن از اصول متعالی بیان نمود.

۳-۳. شگردهای دینی

شگردهای مهاجمان جنگ نرم در بعد دینی را می‌توان در قالب شبهه پراکنی، فرقه سازی، دین سازی و ترویج اسلام آمریکائی بیان نمود.

۳-۴. شگردهای سیاسی

شگردهای مهاجمان جنگ نرم در بعد سیاسی را می‌توان در قالب ایجاد نافرمانی مدنی، حمایت از معترضین، تاسیس و تقویت موسسه‌های مردم نهاد و خدشه در مشروعیت حکومت اسلامی بیان نمود.

۳-۵. شگردهای اقتصادی

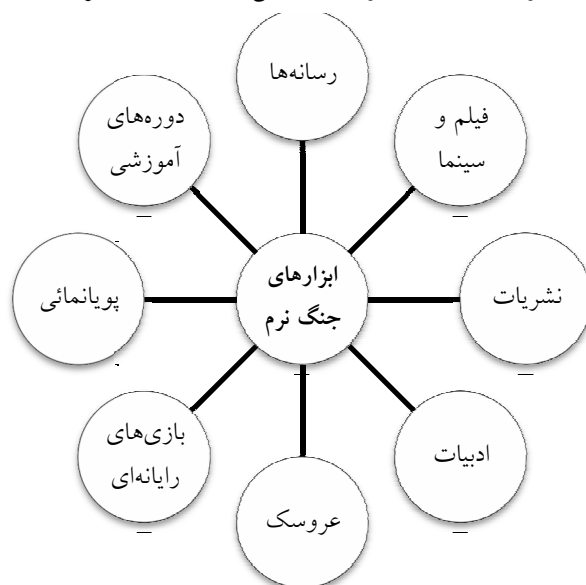
شگردهای مهاجمان جنگ نرم در بعد اقتصادی را می‌توان در قالب ایجاد نابسامانی‌های اقتصادی، جلوگیری از رشد اقتصادی و ناامید کردن مردم بیان نمود.

۴. ابزارهای جنگ نرم

بدون شناخت دقیق امکانات و ابزارها و شگردهای دشمن هرگز نمی‌توان آمیدی به مقابله درست و نتیجه بخش با دشمن داشت. آنچه که مشهود است این است که در جنگ همه جانبه غرب علیه اسلام و جمهوری اسلامی: (نگارش، ۱۳۸۰، ص ۹۰). برای همه مخاطبان در همه سطوح سنی و لایه‌های اجتماعی برنامه دارند.

- از همه شگردها و هنرهای تبلیغی مدرن برای این منظور استفاده می‌کنند.

- همه امکانات و توانمندی‌های خود را در این راستا به کار گرفته‌اند.



نمودار ۲. انواع ابزارهای مورد استفاده مهاجمان جنگ نرم

۵. پیشینه راهبردگذاری در زمینه انس با قرآن کریم

اصل ششم «منشور تربیتی نسل جوان» تحت عنوان انس با قرآن که در ضمن عرصه ایمان و معرفت بیان شده، هدف از انس با قرآن را چنین بیان می‌کند: احیای قلوب و تطهیر نفوس در مؤانست دائمی با قرآن و مداومت بر فهم عمیق معارف و فرهنگ قرآنی، بر اساس وصایای پیامبر و وفاداری به ثقل اصغر (سازمان ملی جوانان، ۱۳۷۶، ص ۱۳).

سندی با عنوان «اهداف تفصیلی و خط مشی اجرایی منشور تربیتی نسل جوان» بیانگر استراتژی نظام جمهوری اسلامی ایران، در رشد و ارتقای فرهنگی و تربیتی نسل جوان است که در آن، اهداف تفصیلی مانند: تشویق جوانان در زمینه بهره‌گیری از کلام معصومین (ثقل اصغر) در فهم معانی قرآن و پرهیز و اجتناب از تفسیر به رأی، همکاری و هماهنگی نهادهای فرهنگی و آموزشی برای فراهم ساختن مقدمات آشنایی نسل جوان با علوم و معارف قرآنی، ابلاغ و نشر پیام قرآن در عرصه‌های خانواده، مدرسه و اجتماع و تعمیم فرهنگ قرآنی در جامعه اسلامی و

خط مشی‌های اجرایی که در این سند مطرح شده‌اند موارد زیر را در بر می‌گیرد: تأسیس کانون قرآن به منظور سامان‌دهی امور قرآنی و هماهنگی فعالیت‌های فرهنگی و تبلیغی قرآن در سراسر کشور، تشکیل گروه‌های تواشیح و حفظ و قرائت قرآن و تشویق نوجوانان و جوانان به مؤانست مستمر با قرآن کریم، تألیف و تدوین کتاب تفسیر و ترجمه قرآن ویژه نسل جوان از متون مجموعه تفاسیر معتبر، اهدای قرآن به نوجوانان و جوانان به منظور مأنوس ساختن آنان با قرآن.

بر اساس این سند، اولویت‌های اجرایی دستگاه‌های دولتی در عرصه ایمان و معرفت به قرار زیر است: تدوین سیر مطالعاتی موضوعی، ویژه نسل جوان در حوزه اندیشه‌های بنیادی اسلامی، تحقیق در روش‌های اعتلای فکری و ارتقای معنوی جوانان متناسب با ظرفیت وجودی آنان، استفاده عملی از تمثیل و مثل، قصه و شعر و نمایش به منظور برانگیختن شور و شعور دینی نسل جوان، تهیه و تولید فیلم و سریال‌های

تلویزیونی، در معرفی الگوها و اسوه‌های دین داری به نسل جوان و... (سازمان ملی جوانان، ۱۳۷۶، صص ۱۴۷-۱۵۶).

گزارش نهایی نتایج پژوهشی طرح مشاوره ملی با جوانان، نشان می‌دهد که عقیده کسانی که می‌پندارند که جوانان از دین برگشته‌اند، نادرست و مخالف واقعیات موجود است. بر اساس آمار دیگر، میانگین اعتقادات دینی در تمام مراکز استان‌ها عددی بین ۸۶ تا ۸۸ درصد را نشان می‌دهد (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، ص ۲۸۹). این عدد می‌رساند که پراکندگی میزان اعتقادات دینی در سطح کشور یکسان است؛ لذا می‌توان برنامه‌ریزی نسبتاً یکسانی برای کل کشور اراده کرد. از سوی دیگر می‌بینیم که نگرش نسبت به نهادهای مذهبی با سطح درآمد، رابطه معکوس دارد، یعنی هرچه سطح درآمد بالاتر رود، نگرش نسبت به نهادهای مذهبی منفی‌تر می‌شود (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، صص ۲۰۴ و ۷۹۴).

همچنین می‌بینیم که میزان نگرش نسبت به نهادهای مذهبی با سطح تحصیلات نیز نسبت عکس دارد (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، ص ۲۲۲). دلیل احتمالی این مسأله آن است که نهادهای مذهبی نتوانسته‌اند در حدی از کیفیت و جذابیت و انعطاف‌پذیری باشند که با هر یک از اقشار جامعه، متناسب با نیازهای فکری و فرهنگی و علمی آنها برخورد کنند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، ص ۷۹۸).

نظر سنجی دیگر نشان می‌دهد که اگر بخواهیم جوانان ایران برخوردار از معتقدات دینی باشند باید راه‌های گسترش و افزایش قدرت زندگی را در آنها هموار سازیم (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، صص ۴۵۹-۴۶۸).

گروه دیگر از آمارها و نمودارها نشان می‌دهد که هرچه سطح تحصیلی پاسخ‌گویان و خانواده‌هایشان بالاتر باشد، نگرش آنها نسبت به نهادهای مذهبی مانند کارکرد مذهبی صدا و سیما، مساجد، روحانیون، هیأت‌های مذهبی و اماکن مقدسه ضعیف‌تر می‌شود (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، صص ۴۸۱-۴۷۸).

این بدان معناست که جدا از سایر عوامل، مدارس و دانشگاه‌های ما توفیق کافی در تقویت نگرش مثبت به نهادهای مذهبی در دانش‌آموزان و دانشجویان را ندارند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، ص ۸۴۹).

از سوی دیگر بر اساس تحلیل رگرسیون، پیش‌بینی اعتقادات قلبی دینی با مقیاس‌های مدل تحلیل اعتقادات دینی جوانان، نشان می‌دهد که نگرش به اماکن مقدسه و پس از آن نگرش به کارکرد مساجد، قوی‌ترین عوامل پیش‌بینی کننده اعتقادات قلبی دینی در جوانان هستند (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، ص ۸۸۶).

همان‌طور که بیان شد اماکن مقدسه ظرفیت بسیار زیادی جهت ارائه مفاهیم قرآنی دارند که متأسفانه از این ظرفیت، استفاده بسیار اندکی می‌شود و حتی گاهی اوقات ارائه تصویرهای غلط در اماکن مقدسه، این ظرفیت را کاهش می‌دهد.

گزارش یاد شده راهکارهای برنامه‌ای و اقدامات دستگاه‌های اجرایی را به صورت مفصل ارائه کرده که خلاصه آن چنین است: تمرکز دستگاه‌های سیاست گزار در امور جوانان بر دو مقوله هویت دینی و هویت ملی آن‌ها، تأکید بر اصلاحات جدی در برنامه‌های آموزش و پرورش دینی در مدارس و دانشگاه‌ها، کاهش موانع موجود در راه سلامت روانی جوانان و بالا بردن قدرت زندگی آنان، ایجاد ارتباط بیشتر میان نهادهای مذهبی با نسل جوان، انجام پژوهش‌های کاربردی برای رشد هویت دینی دانشجویان و دانش آموزان، تلاش صدا و سیما در پیوند شعور دینی با شور دینی و اندیشه با احساس و تعقل با هنر و ادبیات و ... (سازمان ملی جوانان، ۱۳۸۰، صص ۹۲۲-۹۲۹).

۶. تهدیدات رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم

یکی از پیامدهای منفی رسانه‌ها و جهانی شدن، تحت فشار قرار گرفتن دین و اعتقادات مذهبی به ویژه انس با قرآن کریم در مراتب والای آن مانند عمل به دستوران این کتاب آسمانی است. این امر در رسانه‌ها، تحت فشار سکولاریزم و نسبی‌گرایی واقع می‌شود. که این پیامدها، روحیه و فرهنگ قرآنی و اصول و ارزش‌های مطلق دینی را تحدید می‌کنند.

هجوم ضد ارزش‌های فرهنگ غرب از طریق رسانه‌ها به کشورهای جنوب با هدف مسخ فرهنگ‌های محلی و در واقع بی‌هویتی فرهنگی آن کشورها می‌باشد و ارزش‌های سنتی و دینی جامعه ما که ریشه در قرآن کریم و مفاهیم والای آن دارد، نیز روز به روز دست خوش فرایند جهانی شدن قرار می‌گیرد که این وضعیت تهدیدی برای انس با قرآن در عصر جهانی شدن می‌باشد (عالی، ۱۳۸۲، ص ۶۰). در چنین

وضعیتی فرد دچار سرگردانی و ضعف روحی در مقابل واقعیت‌های دینی و فرهنگی خود می‌شود.

استفاده افراد از انواع ابزارهای الکترونیکی نظیر اینترنت، ماهواره و رایانه، باعث گسترش «الگوهای رفتاری» مشابهی در سطح جهانی شده است که عموماً از آن با عنوان «هویت مجازی» یاد می‌شود. فرهنگ فعلی حاکم بر انواع ابزارهای ارتباطی به ویژه اینترنت و ماهواره، «هویت زا» است نه «هویت ساز» چرا که «ارزش‌های زندگی» که دین مطرح می‌کند بر آن حاکم نیست و «هویت انسانی» قربانی «هویت ماشینی» شده است (رضایی زارچی، ۱۳۸۵، ص ۸۹). در چنین حالتی فرد دچار غفلت یا حاکمیت ناخودآگاهی می‌شود که انس با قرآن کریم را تهدید می‌کند.

در اثر تأثیرات رسانه‌ها، بسیاری از آموزش‌هایی که توسط پیامبران و مربیان و بزرگ الهی فرمول بندی شده بود کم رنگ شده‌اند؛ زیرا که زندگی بیش از پیش تابع تمایل مصرف گرایی است. مصرف گرایی و مدپرستی که توسط تجارت آزاد و جهانی شدن غربی افزایش یافته تمایل به ایمان معنوی و رشد فرهنگی و نیز انس با منابع وحی به ویژه قرآن کریم را عمیقاً تضعیف کرده است. آزادی اخلاقی و بی بند و باری به عنوان دستاورد عصر جدید که راه کشورهای اسلامی و بشریت را به سوی آینده‌ای بهتر و روشن‌تر می‌گشاید، تلقی می‌شود (یصحانی، ۱۳۸۱، ص ۱۲۱) که این امر و آسان طلبی بسیاری از مؤلفه‌های قرآنی را به چالش کشیده و آن را تهدید می‌کند.

گرایش و اتکای شدید و افراطی به رایانه و آموزش مجازی و نیز به کارگیری فناوری ارتباطی - اطلاعاتی باعث بیگانگی انسان از خویشتن خویش که همانا فطرت خدایی اوست، می‌شود. این خود بیگانگی موجب جهان بیگانگی خواهد شد بدین معنا که انسان از شناخت، درک و در نهایت سازگاری و هم‌نوایی با جهان هستی و طبیعت عاجز می‌ماند و جهان در بیگانگی نیز، نتیجه‌ای جز خدا فراموشی و خدا بیگانگی در پی نخواهد داشت (شمشیری، ۱۳۸۲، ص ۹۷). در نتیجه این گوشه‌گزینی و از آنجا که انس با قرآن کریم و عمل به دستورات آن بر اساس فطرت خداجوی بشر است، با مشکل مواجه خواهد شد.

رسانه‌ها با سیاست جهانی شدن فرهنگ‌ها درصدد هستند تا با سیطره یک فرهنگ، مسئله پلورالیسم فرهنگی را از بین ببرند و یک فرهنگ با مؤلفه‌هایی که از روابط جدید اجتماعی و سیاسی بهره می‌برد را بر همه افکار، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها حاکم سازند و جهانی شدن سیاست، فرهنگ و اقتصاد برخی ارزش‌ها و آموزه‌هایی را با خود به همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و ارزش‌های دینی و تصورات ما از آموزه‌های قرآن کریم است (سجادی، ۱۳۸۲، ص ۸۸).

هویت ملی، ابزاری برای تفکیک یک ملت از ملت دیگر با تکیه بر آگاهی مشترک حول مفهوم یا مفاهیم تعریف شده جمعی است و تا زمانی که آگاهی مشترکی برای تفکیک خود از دیگری به وجود نیاید، هویت ملی، امکان شکل‌گیری ندارد. در ارتباط با مقوله رسانه و جهانی شدن مسئله نگران‌کننده، رشد تک فرهنگی^۱ است، رسانه‌های جهانی غرب به مردم دیکته می‌کند که چه بپوشند، چه بخورند، چگونه زندگی و چگونه فکر کنند (عالی، ۱۳۸۵، ص ۱۳۲). این روند باعث می‌شود که فرهنگ محلی و خودی کم رنگ شود و نوعی فرهنگ جهانی که معمولاً فرهنگ سلطه و مصرف‌گرایی است در نتیجه ارتباطات و رسانه‌های جهانی شکل گیرد.

رشد تک فرهنگی: رسانه‌ها با سیاست جهانی شدن فرهنگ‌ها درصدد هستند تا با سیطره یک فرهنگ، مسئله پلورالیسم فرهنگی را از بین ببرد و یک فرهنگ با مؤلفه‌هایی که از روابط جدید اجتماعی و سیاسی بهره می‌برد را بر همه افکار، فرهنگ‌ها و تمدن‌ها حاکم سازند و جهانی شدن دین، سیاست، فرهنگ و اقتصاد برخی ارزش‌ها و آموزه‌هایی را با خود به همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و ارزش‌های دینی است و این امر مفاهیم و آموزه‌های دینی و قرآنی را با تهدید مواجه می‌سازد. (سجادی، ۱۳۸۲، ص ۷۷).

گسترش زبان انگلیسی: با جهانی شدن و گسترش وسایل ارتباط جمعی، به خصوص رادیو و تلویزیون برخی از زبان‌های بومی و سنت‌های ریشه دار در حال از بین رفتن است (شایسته فر، ۱۳۸۶، ص ۱۳۴). در رسانه‌های الکترونیکی جدید، غالباً زبان انگلیسی سلطه دارد و خود را به همه (فرهنگ) کشورها تحمیل کند. در حالی که این زبان سنخیتی با روح آموزه‌های قرآنی نداشته و نمی‌تواند احساسات جوان مسلمان

را جهت انس با قرآن کریم در مراتب بالا فراهم سازد چرا که در سایه زبان قرآن که عربی است این انتقال ممکن است.

سطحی نگری: جهانی شدن با ایجاد تغییراتی که در فرهنگ‌ها و درهم آمیختگی ادیان بوجود می‌آورد تفکرات دینی را با نوعی محسوسیت و معقولیت تزکیه شده نسبت به چیزهای ظاهری، بر سطح اشاره می‌ورزند. در عرصه رسانه‌ها، متون و تصاویر، به دنیای بیرونی فراتر از دال‌ها اشاره ندارد. ایماژ، سطوح، ظاهر و حضور همه جایی در تفکر دوران اخیر است، ظاهر و نمود به باطن و جوهر تبدیل می‌شود (نوذری، ۱۳۷۹، ص ۶۱). از این روی در رسانه‌های نوین به محتوای دینی بهایی داده نشده و بر ظواهر دین، تاکید می‌شود در نتیجه به ابعاد درونی دین که به ترویج فرهنگ قرآن و انس با آن، می‌پرداخت اشاره نشده و به سطوح و ظواهر دین و تربیت دینی بسنده می‌کنند و به دنبال آن موجب رواج خرافات و بدعت‌ها می‌گردد (سادات، ۱۳۸۰، ص ۱۵).

متزلزل شدن ارزش‌ها: با ظهور نهضت جهانی شدن و تئوری‌ای یکپارچه سازی و نبودن فضایی مناسب برای ابراز و ظهور عقاید، شیوه‌ها و سلیقه‌های متفاوت، زمینه برخورد بین فرهنگ‌ها و تمدن‌ها پدیدار می‌گردد که بیشترین تأثیر را بر ارزش‌های دینی و اخلاقی دارد. بطوری که در این عرصه کشورهای جهان سوم به دلیل عدم تجهیز به امکانات مناسب دچار تهاجم فرهنگی شده و ارزش‌های خود را از دست خواهند داد و موجبات سکولاری شدن آن‌ها را فراهم می‌آورد.

رشد سکولاریزاسیون: از آثار منفی جهانی سازی فرهنگی، فرآیند «سکولاریزاسیون» است. این فرآیند، کلیه شئون فرهنگی، اجتماعی، اخلاقی یک جامعه اسلامی را دیانت زدایی می‌کند. اکنون جهانی سازی از طریق شبکه‌های ارتباطی، سکولاریزاسیون را در جوامع اسلامی و غیر اسلامی تبلیغ می‌کند و در طی آن ادبیات مردم عوض شده، مفاهیم دینی و قدسی کمتر استعمال می‌شود و به جای آن‌ها واژه‌ها و مفاهیم غیر دینی و غیربومی را به کار برند. به جای «جامعه دینی» از «جامعه مدنی»، و به جای «عدالت» از «دموکراسی» و مشارکت غربی دم می‌زنند، به جای اخلاق و اجرای احکام الهی، از تساهل و تسامح استفاده می‌شود.

مسجد زدایی: با ظهور رسانه و فناوری نوین همچون ماهواره، رایانه، تلویزیون که همگی نقش آموزشی و تربیتی را دارا هستند، میزان کنترل مساجد، اماکن مذهبی، نهادهای دینی و مدارس بر آموخته‌ها، کیفیت و جهت گیری‌های دینی، ارزشی و تربیتی کاهش می‌یابد و مساجد و نهادهای مذهبی رقبای جدیدی را شاهد خواهند بود دیگر تعلیم مسائل دینی محدود به مسجد نخواهد بود. در دوران جهانی شدن انواع سایت‌ها از طریق آموزش مجازی به قبول دانشجو و طلاب اقدام می‌کنند و این بجز از بین رفتن ارزش‌های دینی و قرآنی، معنایی دیگر ندارد.

۷. فرصت‌های موجود رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم

۷-۱. گفتمان دینی

از دیدگاه پست مدرن‌ها گفتمان محور شناخت و حتی وسیله‌ای برای تولید دانش است (آهنچیان، ۱۳۸۲، ص ۸۰) رسانه و فناوری‌های نوین با توجه به خصیصه گفتمان و در اختیار داشتن فرا رسانه‌هایی چون کامپیوتر، اینترنت، ماهواره‌ها و سایر رسانه‌های دیجیتالی نوین در فرایند تربیت دینی، منجر به نهادینه کردن فرهنگ قرآنی می‌شود. مفهوم «گفتمان دینی»^{۱۱} در طول زمان برای فرهنگ قرآنی ارمغان‌هایی داشته از جمله: افزایش شکیبایی در برابر دیدگاه ادیان دیگر، بالندگی فرهنگ قرآنی و پیدایش و رشد راه‌های نو برای حل چالش‌های قرآنی و ارتقای گرایش به همکاری و صمیمیت روابط بین فردی و بین گروهی با توجه به مفاهیم قرآنی را به همراه خواهد داشت.

۷-۲. الگوآفرینی دینی

از ویژگی‌های رسانه اسلامی، آفرینش الگو و نماد دینی قرآنی بر مبنای محبت و مهرورزی است. این در حالی است که در رسانه‌های غربی افرادی چون آرنولد شوارتزنگر، سیلوستر استالونه و افرادی دیگر نماد خشونت و ایثارگری در فیلم‌های هالیوودی هستند و یا سامورایی‌ها در فیلم‌های ژاپنی و... که از طریق خشونت طلبی، مصرف گرایی، سکس و... به ارائه تصویری از انسان ایده آل غربی که خود را فدای دیگران می‌کنند می‌پردازد. رسانه اسلامی با توجه به رسالت دینی و اسلامی خود نه تنها از ارائه خشونت طلبی، مصرف گرایی و ... جلوگیری می‌کند بلکه آن را نفی می‌کند.

رسانه اسلامی با خلق کتاب‌ها، فیلم‌ها و بازی‌های رایانه‌ای و ... به خلق اسطوره تربیت دینی با محوریت قرآن کریم می‌پردازد. رسانه اسلامی با تبعیت از سیره ائمه اطهار (ع) و با ارائه تصویری از عمل به قرآن و انس با این کتاب آسمانی توسط ائمه اطهار، به ارائه الگو می‌پردازد.

۳-۷. تمثیل و کنایه^{۱۲}

با توجه به اقدامات و سرمایه‌گذاری‌های رسانه‌های غربی که دیگر نه از راه مستقیم، بلکه از طریق غیر مستقیم جوانان و جامعه اسلامی را تهدید می‌کنند و وانمود می‌کنند که برنامه ارائه شده، برنامه‌ای مناسب است ولی در لفافه و پنهانی در جهت پیاده سازی برنامه خود می‌پردازند. رسانه اسلامی نیز با ارائه تمثیل گونه اهداف خود، منظور خود را به بیننده منتقل می‌کند چرا که گفته می‌شود بیننده به ارائه مطالبی که مستقیماً به او گفته می‌شود واکنش نشان داده و مقاومت کند، ولی در روش تمثیل وار، رسانه پیام‌های تربیتی و دینی خود را، در لفافه و غیر صریح بیان می‌شود و از این طریق به «آموزش پنهان» از طریق رسانه می‌پردازد. رسانه اسلامی منظور خود با استفاده از فرامین دینی و معنوی سازی رسانه‌ای، علم روانشناسی، علم ارتباطات، ترفندهای رسانه‌ای و ... طوری به فراگیر القاء می‌کند که بی آن که منظور و هدف خود را به صورت مستقیم بازگو کند، بیننده را به آن سمت می‌کشاند.

۴-۷. سرگرمی و تفریح^{۱۳}

علم آموزی و تربیت با ابزار سرگرمی، از شگردهای رسانه‌ها است. از این رو رسانه اسلامی با ارائه داستان‌ها، پخش فیلم، سخنرانی و ... از داستان‌های قرآنی و زندگانی ائمه اطهار در ارتباط با عمل به آموزه‌های دینی و قرآنی و انس با قرآن به روشی که کودک و یا نوجوان دوست دارد، استفاده کرده و بی هیچ مقاومتی به ارائه پیام خود می‌پردازد. برعکس رسانه‌های غربی که با ارائه برنامه‌های ضد ارزشی و تبلیغ مصرف گرایی قصد بی هویت کردن بیننده را دارند رسانه اسلامی با ارائه برنامه‌های مفید و مفرح که بیننده هم در صورت خستگی از مطالعه یا کار روزانه، می‌تواند از امکانات تفریحی قابل

دسترس در رسانه استفاده کند و هم فراگیر را سرگرم کرده و نیز به «آموزش پنهان» او می‌پردازد (پور طهماسبی، ۱۳۸۷، صص ۱۳۷-۱۴۴).

۷-۵. مسجد مجازی^{۱۴}

زیستن در دنیای مجازی کلیت زندگی و حتی فهم انسان را تغییر می‌دهد. منظور از فهم، روال طبیعی ادراک است که در وضعیت پست مدرن از مجرای واقعی و طبیعی خود خارج می‌شود و سبک و سیاق خاص می‌یابد. سر و کار رسانه با هویت است؛ با ذهن، فهم، پارادایم‌ها، تصویرها و تصویرسازی‌ها می‌باشد. یعنی با دگرگونی در آن‌هاست که اخلاق، رفتار و اندیشه انسان دگرگونی می‌پذیرد (پور طهماسبی، ۱۳۸۷، ص ۱۴۸). رسانه اسلامی و قرآنی، با بمباران اطلاعاتی در زمینه تربیت اخلاقی و قرآنی افراد جامعه، بدون این که نیازی به حضور فیزیکی فرد باشد تعالیم دینی مساجد را به او می‌آموزد. همان طوری که حضرت امام خمینی (ره) آن مرد خدایی فرمودند که رسانه را باید تبدیل به دانشگاه همگانی تبدیل کنیم اشاره به همین قدرت رسانه‌ها می‌باشد.

۸. نقاط قوت رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم

۸-۱. تقویت و پر بار کردن فعالیت‌های فرهنگی و هنری

مقام معظم رهبری در این خصوص تاکید دارند: «جنگ نرم یک واقعیت است؛ این تمام نشده. چون تمام نشده، همه وظیفه داریم. وظیفه مجموعه فرهنگی و ادبی و هنری هم وظیفه مشخصی است: بلاغ، تبیین؛ بگویند، خوب بگویند. من همیشه تکیه بر این می‌کنم: بایستی قالب را خوب انتخاب کنید و هنر را بایستی تمام عیار توی میدان بیاورید؛ نباید کم گذاشت، تا اثر خودش را بکند» (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۰۶/۱۴).

۸-۲. اتحاد مردم و جریان‌های سیاسی و دوری از اختلاف و تردید و بدبینی

مقام معظم رهبری در این مورد یادآور شده است: «دشمن در جنگ نرم تلاش دارد با استفاده از ابزارهای فرهنگی و ارتباطاتی پیشرفته و با شایعه و دروغ پراکنی و استفاده از برخی بهانه‌ها، میان آحاد مردم تردید، بدبینی، و اختلاف ایجاد کند ... در قضایای پس از انتخابات، به بهانه انتخابات، ایجاد تردید و اختلاف کردند تا دل‌های مردم نسبت به

یکدیگر و نسبت به مسئولان چرکین شود و در چنین فضای مشوش و شلوغی، عناصر مغرض، خائن و دست آموز خود را برای کارهای اخلال گرانه وارد صحنه کنند اما به دلیل بصیرت مردم به نتیجه نرسیدند...» (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۰۹/۰۴).

مسلم‌رسانه اسلامی و قرآنی در ایجاد اتحاد بین مردم و دوری از اختلافات جزئی بر محور مفاهیم قرآنی و در راستای ایجاد انس با قرآن کریم، نقش مهمی ایفا خواهد نمود.

۸-۳. امید به آینده و نگاه خوش بینانه همراه با اعتماد به نفس

مقام معظم رهبری، امید و اعتماد به نفس را سبب ناامیدی مخالفان دانسته و در این باره می‌فرماید: «مخدوش کردن نشانه‌های امید و تبدیل آن‌ها به نشانه‌های یأس و تردید، و القای بن بست و سیاه‌نمایی، و در نهایت گرفتن پویایی جامعه یکی از خطوط مخالفان است» (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۰۷/۰۲).

از آنجا که امید به آینده و دید خوش بینانه همراه با اعتماد به نفس و دوری از ناامیدی در آموزه‌های دینی و قرآنی و از جمله انس با قرآن کریم و عمل به این کتاب آسمانی نهفته است، پس رسانه اسلامی و قرآنی نقشی مهم در این زمینه ایفا خواهد نمود.

۸-۴. راه اندازی کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه پردازی آزاد

مقام معظم رهبری در این زمینه می‌فرماید: «بهترین زمینه برای ایجاد فضای اظهارنظر آزاد، تسریع در راه اندازی کرسی‌های آزاداندیشی در دانشگاه‌ها است»
مباحث مهم قرآنی که نقش مهمی در انس با قرآن کریم هم ایفا می‌کنند، نیز قابلیت طرح و بررسی در این کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه پردازی دارند که رسانه اسلامی و قرآنی در ارائه این محورها و دامن زدن به بحث‌های عمیق و اصولی، نقش مهمی دارد.

۸-۵. بصیرت آحاد جامعه و به ویژه نخبگان

یکی از مهم‌ترین راهبردهای ارائه شده و مورد تاکید مقام معظم رهبری برای مقابله با جنگ نرم، «بصیرت» آحاد جامعه به ویژه خواص و نخبگان است. ایشان در ارتباط با

ضرورت وجود بصیرت می‌فرمایند: «بصیرت قطب نماي حرکت صحیح در اوضاع اجتماعی پیچیده امروز است به گونه‌ای که اگر کسی این قطب‌نما را نداشت و نقشه‌خوانی بلد نبود ممکن است ناگهان خود را در محاصره دشمن ببیند. اگر بصیرت نباشد، انسان حتی با نیت خوب ممکن است گمراه شود و در راه بد قدم بگذارد» (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۷/۱۵).

بر همین مبنا می‌توان مدعی شد راهکارهای بصیرت افزایی مسلمانان از دل مفاهیم قرآن و در نتیجه انس با قرآن کریم و عمل به دستورات این کتاب آسمانی استخراج می‌شوند که رسانه اسلامی و قرآنی در این زمینه، نقش مهمی ایفا خواهد نمود.

۶-۸. ایستادگی و عدم سازش در برابر دشمنان انقلاب و نظام اسلامی

رهبر معظم انقلاب در این رابطه می‌فرمایند: «به صراحت اعلام می‌کنیم ما با استکبار و نظام سلطه و تسلط چند کشور بر جهان مخالفیم و نخواهیم گذاشت این چند دولت با سرنوشت دنیا بازی کنند.» (خامنه‌ای، ۱۳۸۸/۱۱/۲۸).

انس با قرآن و عمل به دستورات این کتاب آسمانی نیز حربه‌ای است که در طول تاریخ اسلام و به ویژه تشیع نقشی مهم در ایستادگی مسلمانان و شیعیان در برابر دشمنان ایفا نموده است و این امر پس از پیروزی انقلاب اسلامی در جریان جنگ تحمیلی و انواع توطئه‌های دشمنان خارجی و داخلی آشکار شده است. رسانه اسلامی و قرآنی در گسترش این فرهنگ ایستادگی و مقاومت و به تعبیر مقام معظم رهبری باج ندادن به دشمن، از نقاط قوت مهمی برخوردار است که با بهره‌گیری صحیح از آن می‌توان به حداکثر توان مقاومت در برابر دشمن دست یافت.

۹. نقاط ضعف رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم

۹-۱. عدم برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی در مخاطبان

یکی دیگر از نقش‌ها و وظایف رسانه‌ها دمیدن روح تعهد و مسئولیت نسبت به دین و میهن و ارزش‌های والای انسانی اسلام در اقشار مختلف جامعه است. آیات و روایات در بر دارنده موضوع امر به معروف و نهی از منکر و مسئولیت همگانی مسلمین در برابر جامعه‌ی اسلامی و حتی نسبت به جامعه‌ی بشری، از جمله نرم‌افزارهای لازم برای

برانگیختن حس تعهد و مسئولیت در جامعه است که رسانه اسلامی و قرآنی می‌تواند با تبیین عالمانه و جذاب آن‌ها، زمینه انس با قرآن کریم را برای عملی ساختن دستورات این کتاب مقدس در زندگی فردی و اجتماعی افراد، فراهم سازد و عدول از این وضعیت از مهم‌ترین نقاط ضعف این رسانه خواهد بود.

۲-۹. تبیین نکردن مفهومی و مصداقی رابطه ایمان و انس با قرآن کریم

از جمله اقداماتی که رسانه‌ها توان انجام داده‌اند آن را داشته و در پناه آن گستره و عمق فرهنگ قرآنی بیش از پیش فزونی می‌یابد تشریح مستدل رابطه ایمان دینی و انس با قرآن کریم است که هرگز نباید شانه از زیر بار آن خالی نمایند. برای خدایی شدن اجتماع باید ایمان و باور دینی افراد جامعه تقویت گردد. رسانه‌ها که بیشترین مخاطب را به خویش اختصاص داده است به دو طریق می‌توانند به این هدف دست یابند: نخست این که از همه‌ی توان و امکانات خویش برای تشریح منطقی و جذاب رابطه ایمان و انس با قرآن کریم بهره بگیرند و دوم این که با بازسازی صحنه‌های تاریخی از واقعیت‌های پرافتخار گذشته، کارآمدی فوق‌العاده ایمان را در رابطه با انس با قرآن کریم به نمایش بگذارند. مسلماً عدم تبیین رابطه بین ایمان و انس با قرآن کریم توسط رسانه قرآنی و اسلامی، از نقاط ضعف مهم چنین رسانه‌ای تلقی می‌گردد.

۳-۹. عدم ارایه تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از آموزه‌های قرآنی

تاریخ پرافتخار دین مبین اسلام و مذهب سرافراز تشیع ملامت از اسوه‌های فداکاری و از جان گذشتگی در راه آرمان‌های الهی و انسانی می‌باشد که معرفی خالی از خرافه آن‌ها نقش بسزایی در عمق بخشی و گسترش فرهنگ قرآنی در جامعه‌ی اسلامی خواهد داشت. رسانه‌ها چنانچه بخواهند از این استعدادها بهره‌مند شوند در پدید آبی و توسعه فرهنگ قرآنی و ایجاد و افزایش انس با قرآن کریم استفاده نمایند لازم است تصویری دقیق، منطقی و واقع‌گرایانه از آموزه‌های قرآنی ارائه دهند در غیر این صورت دچار چالش و نقطه ضعف مهمی در این زمینه خواهند شد.

۹-۴. تحریفات و پیرایه‌ها در پرداختن به آموزه‌های قرآنی

آلودن گوهر آموزه‌های قرآنی، به خرافات و تحریفات نه فقط از الگو بودن این مفاهیم والا در ذهن و دل مخاطبان رسانه‌ها جلوگیری می‌کند، بلکه ابتدا زمینه تمسخر و دهن کژی نسبت به این آموزه‌ها را فراهم ساخته و اندک اندک آن‌ها زیر سؤال خواهد رفت. دچار شدن رسانه قرآنی و اسلامی به تحریفات و پیرایه‌ها در آموزه‌های قرآنی، بدون شک نقطه ضعف مهمی است که همه قابلیت‌های رسانه را به چالش خواهد کشید.

۹-۵. تحریف معنوی آموزه‌های قرآنی

خطر وارونه جلوه کردن هر نهضت و قیامی فقط در قالب تحریف لفظی و گزارش دورغ در مورد آن تحقق نمی‌یابد، بلکه گاهی با آنکه اصل حادثه و جزئیات آن به شکلی صحیح گزارش و ارایه می‌گردد، لکن با تحریف معنوی، آثار سازنده آن نهضت از بین رفته و نقش الگویی آن دچار ضعف شدید می‌شود. «تحریف معنوی یعنی منحرف کردن روح و معنی یک جمله یا یک حادثه و چون بحث در اطراف حادثه است پس تحریف معنوی یک حادثه یعنی این که علل و انگیزه‌ها و همچنین هدف آن حادثه را چیز دیگری غیر از آنچه هست معرفی کنیم» (مطهری، ۱۳۸۵، ص ۱۰۴).

رسانه قرآنی و اسلامی باید علاوه بر جلوگیری از تحریف لفظی آموزه‌های قرآنی، نهایت دقت و ظرافت در جلوگیری از تحریف معنوی این آموزه‌ها نیز داشته باشد که در غیر این صورت، دچار نقطه ضعف مهم در برابر هجمه رسانه‌ای دشمن در قالب جنگ نرم رسانه‌ای خواهد شد و به ناچار شکست خواهد خورد.

۹-۶. جدائی احساسات و منطق در تبلیغ آموزه‌های قرآنی

کار دیگری که در رسانه‌ها پیرامون آموزه‌های قرآنی باید انجام گیرد، آمیختن منطق و احساسات با هم در ارایه فرهنگ قرآنی است. بدیهی است که اگر فقط به جنبه ظاهری این آموزه‌ها توجه شود؛ و همه نگاه‌ها و دل‌ها به ثواب قرائت قرآن بدون عمل موثر به دستورات این کتاب آسمانی، ختم شود فرهنگی شکل می‌گیرد که از حد احساسات فراتر نمی‌رود.

۹-۷. دور از دسترس قرار دادن الگوهای قرآنی

یکی از اموری که در پدید آیی و ترویج انس با قرآن، تأثیرگذار است این است که ارایه و معرفی الگوها به گونه‌ای باشد که مخاطبان باور کنند می‌توانند از آن‌ها پیروی کنند و مانند آن‌ها با قرآن کریم مأنوس واقعی باشند. در غیر این صورت این خطر وجود دارد که مردم احساس کنند عمل به دستورات قرآن کریم و انس با آن، امری آسمانی است که برای انسان‌های عادی قابل پیروی نمی‌باشد. رسانه قرآنی و اسلامی در زمینه معرفی و قابل دسترس معرفی کردن آموزه‌های قرآنی و همچنین تبیین نقش افراد جامعه در این راستا، نقشی مهم ایفا خواهد نمود.

۹-۸. عدم بهره‌گیری از مصاحبه‌ها و وصیت نامه بزرگان و شهدا پیرامون انس با قرآن

کریم

یکی از وظایف رسانه‌ها در مورد ترویج انس با قرآن کریم، همگانی ساختن این عرصه و ایجاد حس پیروی و الگوی قرار دادن پیش‌تازان این میدان در تک تک افراد جامعه است. از این رو پخش به موقع و کارشناسانه مصاحبه‌های شهدای سرافراز دوران انقلاب و دفاع مقدس و آزادگان و جانبازان گرانسنگ و نیز قطعاتی از وصیت نامه‌ها و خاطرات این مأنوسان واقعی و سترگ می‌تواند تأثیر بسزایی در قابل پیروی ساختن الگوهای فداکاری و جانبازی بر جای گذارده و فرهنگ قرآنی را ریشه‌دار نماید. مسلماً غفلت از این امر تا حد زیادی رسانه قرآنی و اسلامی را در برابر رسانه‌های مخرب و مضر با نقاط ضعف عمده رو به و خواهد کرد.

۱۰-۱. بررسی راهبردهای رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم

طبق ماتریس ارائه شده در مدل SWOT می‌توان راهبردهای چهارگانه زیر را ارائه نمود:

۱-۱۰. راهبردهای تهاجمی (SO)

در این راهبردها، با بهره جستن از نقاط قوت رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم، از فرصت‌های موجود در این زمینه، بهره برداری می‌گردد:

- ۱- راه اندازی گفتمان دینی بر مبنای مفاهیم والای قرآنی با بهره گیری از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در راستای تقویت و پربار کردن فعالیت‌های فرهنگی و هنری.
- ۲- الگو آفرینی دینی در زمینه انس با قرآن کریم با استفاده از قابلیت فعالیت‌های فرهنگی و هنری پربار رسانه اسلامی و قرآنی.
- ۳- خلق تمثیل و کنایه مناسب و در شان موضوعات مهم قرآنی در راستای بهره مندی از فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی رسانه اسلامی و قرآنی.
- ۴- استفاده از سرگرمی و تفریح سالم و نشاط آور در زمینه آموزه‌های قرآنی با استفاده از گنجینه عظیم رسانه اسلامی و قرآنی برای فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی.
- ۵- ایجاد مسجد مجازی در تبیین آموزه‌های قرآنی بر مبنای ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در فعالیت‌های پربار فرهنگی و هنری.
- ۶- راه اندازی گفتمان دینی بر مبنای مفاهیم والای قرآنی با استفاده از فرصت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در ایجاد اتحاد و همدلی مردم و نهادهای سیاسی.
- ۷- الگو آفرینی دینی در زمینه انس با قرآن کریم با استفاده از قابلیت رسانه اسلامی و قرآنی در ایجاد اتحاد و همدلی مردم و نهادهای سیاسی.

۱۰-۲. راهبردهای محافظه کارانه (WO)

- در این راهبردها، با بهره جستن از فرصت‌های موجود رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم، نقاط ضعف این حیطه از میان برده می‌شود:
- ۱- برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی به ویژه در قبال مفاهیم قرآنی در مخاطبان با استفاده از فرصت رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی گفتمان دینی.
 - ۲- تبیین مفهومی و مصداقی رابطه ایمان و انس با قرآن کریم بر مبنای فرصت موجود رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی گفتمان دینی.
 - ۳- ارائه تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از آموزه‌های قرآنی با استفاده از فرصت رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی گفتمان دینی.
 - ۴- محو تحریفات و پیرایه‌ها در پرداختن به آموزه‌های قرآنی بر مبنای فرصت موجود رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی گفتمان دینی.

۵- جلوگیری از تحریف معنوی آموزه‌های قرآنی با استفاده از فرصت رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی گفت‌وگو دینی.

۱۰-۳. راهبردهای رقابتی (ST)

در این راهبردها، با پرهیز از تهدیدات رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم، از نقاط قوت موجود در این زمینه استفاده می‌شود:

۱- جلوگیری از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در راستای تقویت و پربار کردن فعالیت‌های فرهنگی و هنری.

۲- برخورد با هویت زایی در زمینه آموزه‌های قرآنی با استفاده از قابلیت فعالیت‌های فرهنگی و هنری پربار رسانه اسلامی و قرآنی.

۳- مقابله با تک فرهنگی و کم رنگ شدن آموزه‌های قرآنی در راستای بهره‌مندی از فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی رسانه اسلامی و قرآنی.

۴- جلوگیری از سکولار شدن جوامع و فراموشی مفاهیم قرآنی با استفاده از گنجینه عظیم رسانه اسلامی و قرآنی برای فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی.

۵- برخورد با سطحی‌نگری و خرافه در آموزه‌های قرآنی بر مبنای ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در فعالیت‌های پربار فرهنگی و هنری.

۱۰-۴. راهبردهای تدافعی (WT)

در این راهبردها، نقاط ضعف رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم را کاهش داده و از تهدیدات پیش رو در این زمینه احتراز می‌شود:

۱- جلوگیری از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی.

۲- برخورد با هویت زایی در زمینه آموزه‌های قرآنی با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی.

۳- مقابله با تک فرهنگی و کم رنگ شدن آموزه‌های قرآنی با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی.

۴- جلوگیری از سکولار شدن جوامع و فراموشی مفاهیم قرآنی با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی.

۵- برخورد با سطحی نگری و خرافه در آموزه‌های قرآنی با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی.

۱۱. بررسی راهکارهای رسانه‌ای انس با قرآن کریم در شرایط جنگ نرم

بر اساس یافته‌های این تحقیق در چهار حیطه مورد نظر و راهبردهای ارائه شده در مدل SWOT و برای کاربست یافته‌ها و اجرائی نمودن برخی از این راهبردها، راهکارهای زیر ارائه می‌گردد:

۱-۱۱. راهکارهای اجرائی نمودن راهبردهای تهاجمی (SO)

۱- با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های گروهی، جلسات پرسش و پاسخ و گفت‌وگوهای دینی بر مبنای مفاهیم والای قرآنی در صدا و سیما، روزنامه‌ها و مجلات و پایگاه‌های اینترنتی راه اندازی گردد. در این راستا و برای تأثیرگذاری هر چه بیشتر حوزه‌های علمیه اولاً: به مباحث قرائت، حفظ و تفسیر توجه بیشتری شود. ثانیاً: در حوزه‌ها، همانند برخی از حوزه‌های علمیه جهان اسلام، تفسیر به عنوان درس اصلی در نظر گرفته شود. ثالثاً: همانند اکثر حوزه‌های علمیه جهان اسلام، تدریس دروس، با زبان و لهجه عربی صورت پذیرد. رابعاً: در حوزه‌های علمیه به کلیه مراحل انس با قرآن کریم، توجه کافی مبذول شود.

۲- با استفاده از قابلیت فعالیت‌های فرهنگی و هنری پربار رسانه‌های جمعی، الگو آفرینی دینی در زمینه انس با قرآن کریم با ساخت انواع برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی، نوشتن کتب و مقالات و طراحی وبلاگ و پایگاه‌های اینترنتی، انجام گیرد.

۳- در راستای بهره‌مندی از فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی رسانه‌های گروهی، تمثیل و کنایه مناسب و در شان موضوعات مهم قرآنی به ویژه برای کودکان در رادیو و تلویزیون و مجلات مخصوص آنان خلق گردد. توجه نکردن به مخاطب، و عدم انعطاف این برنامه‌های قرآنی، بینندگان، به ویژه کودکان را، نه تنها به قرآن راغب نمی‌کند، بلکه ناخواسته به جای مانوس کردن آنان با قرآن، احساس بیگانگی و

بی‌رغبتی را در آن‌ها پرورش می‌دهد. در اینجاست که استفاده از مفاهیم قرآن و برقراری ارتباط مفهومی با مخاطب اهمیت خود را آشکار می‌سازد.

۴- با استفاده از گنجینه عظیم رسانه‌های جمعی برای فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی، سرگرمی و تفریح سالم و نشاط آور در زمینه آموزه‌های قرآنی برای همه سنین به ویژه کودکان و نوجوانان مهیا گردد. مثلاً ایجاد ارتباط سمعی - بصری مخاطب با ظواهر قرآن از طریق پخش تلاوت‌های جذاب و به تصویر کشاندن مفاهیم قرآن با استفاده از شیوه‌های نو و متنوع و همچنین پخش در زمان‌های مناسب در این راستا موثر است.

۵- با استفاده از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه‌های گروهی در فعالیت‌های پربار فرهنگی و هنری، مسجد مجازی در تبیین آموزه‌های قرآنی راه اندازی گردد. چرا که آشنا کردن نسل جوان با فرهنگ غنی اسلامی و احکام و دستورات الهی از طریق ارائه تبلیغات فرهنگی با روشی نوین مانند استفاده از اینترنت و معرفی سایت‌های فعال در زمینه آموزه‌های قرآنی مفید به نظر می‌رسد.

۶- با استفاده از فرصت‌های رسانه‌های جمعی در ایجاد اتحاد و همدلی مردم و نهادهای سیاسی، جلسات مناظره و گفت‌وگوهای دینی بر مبنای مفاهیم والای قرآنی و با رعایت شرایط مطلوب به دور از هر گونه آشوب آفرینی و جنجال، راه اندازی گردد.

۷- با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های گروهی در راه اندازی کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه پردازی، متن و برنامه کامل یا خلاصه فعالیت‌های انجام شده در محافل علمی و دانشگاه‌ها بر مبنای مفاهیم والای قرآنی، پخش و منتشر گردد.

۸- با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های گروهی در بصیرت‌افزایی آحاد جامعه و به ویژه نخبگان، مناظرات و گفت‌وگوهای آگاهی بخش و بصیرت‌افزای معرفتی و دینی بر مبنای مفاهیم والای قرآنی، پخش و منتشر گردد.

۹- با استفاده از قابلیت رسانه‌های جمعی در بصیرت‌افزایی آحاد جامعه و به ویژه نخبگان، الگو آفرینی دینی بصیرت و آگاهی در زمینه آموزه‌های قرآنی با معرفی موارد تاریخی صورت گیرد.

۱۰- با بهره گیری از ظرفیت‌های رسانه‌های گروهی در ایستادگی و عدم سازش در برابر دشمنان انقلاب و نظام اسلامی، جلسات گفتمان دینی بر مبنای مفاهیم والای قرآنی راه اندازی گردد.

۱۱-۲. راهکارهای اجرایی نمودن راهبردهای محافظه کارانه (WO)

۱- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره مفاهیم قرآنی در رسانه‌های جمعی، احساس مسئولیت و تعهد دینی به ویژه در قبال مفاهیم قرآنی در مخاطبان برانگیخته شود. که بهره گیری از نیروهای مؤثر نظیر نویسندگان، فرهنگیان، هنرمندان در فعالیت‌های فرهنگی- تبلیغی جهت ارائه آثاری در زمینه مقابله با آسیب‌ها و فتنه‌های آخرالزمان، لازم است.

۲- با راه اندازی گفتمان دینی و عقیدتی درباره رابطه ایمان و انس یا قرآن کریم و ذکر شواهد تاریخی در رسانه‌های گروهی، این رابطه تبیین و تفهیم گردد. در این راستا آموزش تخصصی طلاب و اساتید جهت جریان شناسی مفاهیم قرآنی و شناسایی شبهات و یافتن پاسخ به آن‌ها جهت اطلاع رسانی فرهنگی لازم است.

۳- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره آموزه‌های قرآنی در رسانه‌های جمعی، تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از این آموزه‌ها ارائه گردد که این امر با آموزش طلاب و اساتید همگام با تحولات روز و تجهیز به فناوری اطلاعات برای مقابله با آفات و شبهات مباحث قرآنی مفید و ضروری به نظر می‌رسد.

۴- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره آموزه‌های قرآنی در رسانه‌های جمعی، تحریفات و پیرایه‌ها در پرداختن به این آموزه‌ها محو شود. در این زمینه تربیت خطیبان مخلص و صالح برای وعظ و سخنرانی در رسانه‌های دیداری و شنیداری و روضه خوانی و ذکر مصیبت اهل بیت علیهم السلام به دور از جعل‌ها و تحریف‌ها مهم است.

۵- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره آموزه‌های قرآنی در رسانه‌های جمعی، از تحریف معنوی این آموزه‌ها جلوگیری شود. شناسایی و حمایت از مؤلفان و ناشرانی که به تألیف و چاپ کتاب، نشریه، مقاله و... در زمینه قرآن و انس با این کتاب

آسمانی اشتغال دارند و اختصاص دادن تسهیلات ویژه‌ای به آن‌ها در نمایشگاه بین‌المللی کتاب و دیگر عرصه‌ها در این راستا ضروری است.

۶- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره آموزه‌های قرآنی در رسانه‌های جمعی، احساسات و منطق در تبلیغ این آموزه‌ها پیوند نزدیک داشته باشند. ممانعت از چاپ کتب مخالف شرع و مقدسات اسلامی و جریان‌های انحرافی از اهم کارهای مربوط به این مسئله است.

۷- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره آموزه‌های قرآنی در رسانه‌های جمعی، الگوهای انس با قرآن کریم در دسترس قرار گیرند. شناسایی محققان نخبه در زمینه علوم قرآن و گرامی داشت علما و شخصیت‌های محقق این حوزه جهت تشویق، حمایت و انتشار آثار مربوط به آنان مفید می‌باشد.

۸- با راه اندازی مباحث علمی و عقیدتی درباره آموزه‌های قرآنی در رسانه‌های جمعی، از مصاحبه‌ها و وصیت نامه بزرگان و شهدا پیرامون انس با قرآن کریم بهره‌گیری مناسب صورت گیرد.

۹- برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی به ویژه در قبال مفاهیم قرآنی در مخاطبان با استفاده از فرصت رسانه اسلامی و قرآنی در الگو آفرینی دینی که ارسال رایگان کتب و نشریات در خصوص انس با قرآن کریم به مراکز فرهنگی داخلی و سایر کشورها و همچنین پخش برنامه‌های دیداری و شنیداری موثر و مفید، ضروری است.

۱۰- با استفاده از سرگرمی و تفریح سالم و نشاط آور در رسانه‌های گروهی، احساس مسئولیت و تعهد دینی به ویژه در قبال مفاهیم قرآنی در مخاطبان کودک و نوجوان برانگیخته شود. تهیه و پخش فیلم‌های سینمایی، پویانمایی و... مناسب جهت مقاطع سنی مختلف در راستای ترویج فرهنگ اصیل اسلامی و قرآنی برای مقابله با مفاسد اجتماعی، کارساز می‌باشد.

۱۱-۳. راهکارهای اجرایی نمودن راهبردهای رقابتی (ST)

۱- با بهره‌گیری از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در راستای تقویت و پربار کردن فعالیت‌های فرهنگی و هنری و شناخت شاخص‌های تهاجم فرهنگی غرب در بیانات امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم

والای قرآنی جلوگیری گردد. نقد فیلم‌های دینی و ضد دین و راه اندازی سایت نقد فیلم در مقابله با فیلم‌های ضد آموزه‌های قرآنی، در این راستا نقشی مهم ایفا می‌کند.

۲- با استفاده از قابلیت فعالیت‌های فرهنگی و هنری پربار رسانه اسلامی و قرآنی و تشخیص عوامل هویت ساز، با هویت زایی رسانه‌های دشمن در جنگ نرم و به ویژه در زمینه آموزه‌های قرآنی برخورد گردد. تولید محتوا و برنامه‌هایی در خصوص آشنایی تمامی اقشار جامعه با این آموزه‌ها، فلسفه انس با قرآن کریم و عوامل زمینه سازی این انس، کمک زیادی به این امر مهم خواهد نمود.

۳- در راستای بهره مندی از فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی رسانه اسلامی و قرآنی و با شناخت ویژگی‌های فرهنگ منحن غربی، با تک فرهنگی و کم رنگ شدن آموزه‌های قرآنی مقابله گردد. ساخت محتوا و برنامه‌هایی در خصوص آشنا سازی مخاطبان خصوصاً نسل جوان با فرهنگ غنی اسلامی و نشان دادن برتری فرهنگ اسلامی بر فرهنگ غرب و سایر کشورها از اهم فعالیت‌های این بخش می‌باشد.

۴- با استفاده از گنجینه عظیم رسانه اسلامی و قرآنی برای فعالیت‌های پربار هنری و فرهنگی و بررسی و ترویج علائم و عواقب سکولاریزاسیون و دین زدایی در جامعه، از سکولار شدن جوامع و فراموشی مفاهیم قرآنی جلوگیری شود. برنامه سازان می‌توانند با استفاده از قصص قرآنی، جامعه را با ساده‌ترین و در عین حال زیباترین زبان، به حقیقت رهنمون سازند؛ چرا که داستان‌های ذکر شده در قرآن کریم با بیانی شیوا و فصیح و مشخص، به فرد ارائه شده است. از سوی دیگر، ویژگی‌های خاص در قصص قرآنی موجود است که در هر قصه‌ای یافت نمی‌شود؛ زیرا هدف از طرح این قصه‌ها آموزش و تربیت انسان‌ها بوده است.

۵- بر مبنای ظرفیت‌ها و قابلیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در فعالیت‌های پربار فرهنگی و هنری و تأکیدات مقام معظم رهبری در مبارزه با خرافه به ویژه در آموزه‌های قرآنی، با سطحی نگری و خرافه در این آموزه‌ها برخورد گردد. به تصویر کشیدن زندگی اندیشمندان و عالمانی که در سنین مختلف با قرآن مأنوس بوده‌اند و نیز تصویرسازی مستند از کودکان و نوجوانان مأنوس با قرآن و نیز تهیه فیلم داستانی و

سریال در این زمینه، از دیگر سوژه‌هایی است که در برنامه سازی می‌توان از آن بهره گرفت.

۶- با بهره گیری از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه پردازی. در زمینه تهاجم فرهنگی غرب و جنگ نرم و مؤلفه‌ها و مشخصه‌های این جنگ، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی جلوگیری گردد. تقویت و تعمیق زمینه‌های بحث و گفتگو با مجامع بین‌المللی و علما ادیان الهی در زمینه انس با قرآن کریم در اجرای این راهکار مهم به نظر می‌رسد.

۷- با استفاده از قابلیت رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه پردازی، با هویت زایی و نه هویت سازی در زمینه آموزه‌های قرآنی مقابله گردد.

۸- با بهره مندی از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در راه اندازی کرسی‌های آزاداندیشی و نظریه پردازی، با تک فرهنگی و کم رنگ شدن آموزه‌های قرآنی مقابله شود. ساخت محتوا، فیلم، تئاتر و مستندسازی در خصوص تهاجم فرهنگی در این زمینه مهم است.

۹- با بهره گیری از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در بصیرت افزایی آحاد جامعه و به ویژه نخبگان، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی جلوگیری گردد.

۱۰- با بهره گیری از ظرفیت‌های رسانه اسلامی و قرآنی در ایستادگی و عدم سازش در برابر دشمنان انقلاب و نظام اسلامی، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی جلوگیری شود. فراهم آوردن زمینه اتحاد مسلمانان در خصوص آسیب‌های ناشی از نامأنوس بودن با قرآن کریم و راهکارهای جهانی مبارزه با آن، از اهمیت بالایی برخوردار است.

۱۱-۴. راهکارهای اجرایی نمودن راهبردهای تدافعی (WT)

۱- با برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی و بر مبنای فرمایشات مقام معظم رهبری در زمینه تهاجم فرهنگی و جنگ نرم، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی جلوگیری شود. گسترش و تقویت مناسبات فرهنگی با ملل و اقوام

- مختلف به ویژه کشورهای مسلمان به منظور مبادلات، تفاهم نامه و موافقت نامه در خصوص ایجاد انس با قرآن کریم و مقابله با جنگ نرم علیه مسلمانان، ضروری است.
- ۲- مقابله با تک فرهنگی و کم رنگ شدن آموزه‌های قرآنی بر اساس کارکرد رسانه‌ها در زمینه برانگیختن احساس مسئولیت و تعهد دینی به ویژه در جوانان و نوجوانان که مطالعه و بررسی به منظور شناخت شیوه‌های مطلوب معرفی معارف اسلامی و قرآنی خصوصاً تسری انس با قرآن کریم به سراسر جهان اسلام اهمیت دارد.
- ۳- با تبیین مفهومی و مصداقی رابطه ایمان و انس با قرآن کریم در رسانه‌ها، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی ممانعت به عمل آید. انجام مطالعات و تحقیقات بین‌المللی در خصوص آموزه‌های قرآنی و حمایت از پژوهش‌های قرآنی در ایران و خارج از کشور در این تبیین اهمیت زیادی دارد.
- ۴- با ارایه تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از آموزه‌های قرآنی در رسانه‌ها، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی جلوگیری شود. نظارت بر فعالیت مطبوعات کشور خصوصاً هفته‌نامه‌های اجتماعی برای جلوگیری از ترویج فرهنگ غرب و جریان‌های ضد قرآنی در این زمینه مهم است.
- ۵- با ارایه تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از آموزه‌های قرآنی در رسانه‌ها، از سکولار شدن جوامع و فراموشی مفاهیم قرآنی ممانعت به عمل آید. ایجاد زمینه معرفی و تبیین مکتب اهل بیت در انس با قرآن کریم در این راستا کارگشا خواهد بود.
- ۶- بر اساس فرمایشات مقام معظم رهبری و حساسیت مراکز علمی - پژوهشی، با سطحی‌نگری و خرافه در آموزه‌های قرآنی با ارایه تصویری منطقی و واقع‌گرایانه از این آموزه‌ها در رسانه‌ها، مقابله شود. برنامه ریزی برای شناسایی استعدادها درخشان خصوصاً در رشته‌های علوم انسانی و معرفی آنها به مراکز تحقیقاتی قرآنی جهت بهره‌گیری از قابلیت و استعداد آنها در مطالعات راهبردی قرآنی در کشور مهم است.
- ۷- با محو تحریفات و پیرایه‌ها در پرداختن به آموزه‌های قرآنی در رسانه‌ها، در مقابل تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی ایستادگی شود. برنامه ریزی برای جذب متخصصان علوم اسلامی ایرانی داخل و خارج از کشور جهت پیشگیری و

مقابله با فاصله‌گیری جوانان و اقشار مختلف جامعه از قرآن کریم به ویژه از طریق رسانه‌ها، اهمیت زیادی دارد.

۸- در راستای پیوند احساسات و منطق در تبلیغ آموزه‌های قرآنی، با تک فرهنگی و کم رنگ شدن این آموزه‌ها مقابله شود. تأسیس دانشگاه بین‌المللی قرآن یا تأسیس رشته علوم قرآنی در مقاطع کارشناسی ارشد و دکتری به منظور تربیت متخصص قرآن شناسی، تربیت متخصص در امر شبهات و پاسخگویی به آنها، تربیت متخصص در آسیب شناسی مباحث قرآنی که در رسانه‌ها مشغول به کار گردند، اهمیت بالائی دارد.

۹- بر مبنای پیوند احساسات و منطق در تبلیغ آموزه‌های قرآنی، با سطحی نگری و خرافه در این آموزه‌ها برخورد شود. برگزاری همایش‌ها و سلسله نشست‌های تخصصی در خصوص شبهات و آسیب شناسی مباحث قرآنی در دانشگاه‌های سراسر کشور با همکاری کانون‌های قرآنی مستقر در دانشگاه‌ها و همچنین انعکاس این امور در رسانه‌ها بسیار مهم است.

۱۰- با در دسترس قرار دادن الگوهای انس با قرآن کریم در رسانه‌ها، از تهاجم فرهنگی غرب بر مبنای مفاهیم والای قرآنی، جلوگیری شود. تبیین تحولات فکری - اجتماعی جهان در خصوص آموزه‌های قرآنی و همچنین تبیین عملکرد دشمن در ضربه زدن به اعتقادات اصیل اسلامی بر اساس فرمایشات امام خمینی (ره) و مقام معظم رهبری در این زمینه کارگشاست.

نتیجه‌گیری

نباید از جنگ نرم دشمن در زمینه اعتقادات اسلامی و قرآنی و همچنین استفاده گسترده از انواع رسانه‌ها در این جنگ و در نتیجه لزوم آمادگی رسانه‌ای مسلمانان برای مقابله با جنگ نرم غافل شد. باید وجود جنگ را پذیرا باشیم. گمان نکنیم جنگ، فقط جنگ نظامی و سخت است. درک این‌که در شرایط جنگ نرم قرار داریم، کمک می‌کند تا موقعیت خود را بهتر بشناسیم و وظیفه خود را دقیق‌تر تعیین کنیم. بدانیم اگر هدف اصلی جنگ نرم تغییر باورها و ارزش‌های اسلامی است؛ بنابراین بهترین راه مبارزه با آن ترویج و تقویت فرهنگ اسلامی و قرآنی است، که این امر با استفاده از ظرفیت رسانه‌ها و به ویژه در ارتباط با آموزه‌های قرآنی بسیار قابل توجه است.

این جهاد و مبارزه نرم باید تا جایی ادامه یابد که توان مخالفان دین و نظام اسلامی به حداقل برسد به گونه‌ای که نتوانند هیچ ضربه‌ای به اسلام و مسلمانان و در اصل اعتقادات اصیل آن‌ها وارد سازند. براین اساس تحلیلگران این حوزه، برنامه‌ریزی میان مدت و بلند مدت در خصوص مقابله با جنگ رسانه‌ای نظام سلطه و اجرای جنگ رسانه‌ای علیه آن، توسعه کمی و کیفی دستگاه‌های مرتبط و امکانات و تجهیزات مورد نیاز، شناسایی عوامل و امکانات داخلی و منطقه‌ای مرتبط و امکانات و تجهیزات مورد نیاز، شناسایی عوامل و امکانات داخلی، منطقه‌ای و فرا منطقه‌ای این جنگ، آموزش، توجیه و تربیت متخصصین مورد نیاز این نبرد، برگزاری همایش، نشست‌های تخصصی و هم‌اندیشی، ارتقاء سطح فعالیت‌های رسانه‌ای و بهره‌گیری از فناوری برتر رسانه‌ای و امکانات نوین ارتباطی در جهت مقابله با هجوم رسانه‌ای را از جمله وظیفه دستگاه‌های مسئول جمهوری اسلامی در اجرا و مقابله با جنگ رسانه‌ای اعلام می‌کنند.

یادداشت‌ها

- 1- Strategy
- 2- Strategema
- 3- Stratos
- 4- Ago
- 5- Strength Opportunities
- 6- Strength Threats
- 7- Weaknesses Opportunities
- 8- Weaknesses Threats
- 9- Hard War
- 10- Monoculture
- 11- Discourse
- 12- Allegoy
- 13- Diversion
- 14- Hyper _ School

کتابنامه

قرآن کریم.

آهنچیان، محمد رضا (۱۳۸۲)، آموزش و پرورش در شرایط پست مدرن، تهران: انتشارات طهوری.

اسماعیل یصحانی، سعید (۱۳۸۱)، «جهانی سازی و استراتژی مقاومت»، فصلنامه کتاب نقد، شماره ۲۴ و ۲۵.

پور طهماسبی، سیاوش (۱۳۸۷)، نقش و عملکرد تربیتی رسانه در عصر پست مدرن، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه شاهد.

خامنه‌ای، سید علی (۱۳۸۸)، آرشیو بیانات، پایگاه اینترنتی مقام معظم رهبری.

رضایی زارچی، محمد رضا (۱۳۸۵)، بررسی نسبت جهانی شدن با تربیت دینی، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه شاهد.

رضوی زاده، سید نورالدین (۱۳۸۷)، بررسی تأثیر مصرف رسانه‌ها بر سبک زندگی ساکنان تهران، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات.

زورق، محمد حسن (۱۳۶۸)، مبانی تبلیغ، تهران: سروش.

سادات، محمد علی (۱۳۸۰)، اخلاق اسلامی، تهران: انتشارات سمت.

ساروخانی، باقر (۱۳۷۹)، جامعه‌شناسی و ارتباطات، تهران: اطلاعات.

سازمان ملی جوانان، (۱۳۷۶)، اولویت‌های اقدامات اجرایی دستگاه‌ها و سازمان‌های دولتی بر اساس منشور تربیتی نسل جوان، تهران: سازمان ملی جوانان.

سازمان ملی جوانان، (۱۳۸۰)، وضعیت و نگرش جوانان ایران، تهران: انتشارات نسل سوم.

سجادی، عبدالقیوم (۱۳۸۰)، استراتژی کلان جامعه دینی در برخورد با جهانی شدن، نشریه

پگاه، شماره ۴۷

شمشیری، بابک (۱۳۸۲)، بررسی تحلیل پیامدهای ناشی از گرایش افراطی به آموزش مجازی و فناوری ارتباطی و اطلاعاتی، برنامه درسی در عصر فناوری اطلاعات و ارتباطات، تهران: آیتز.

عالی، مرضیه (۱۳۸۲)، تبیین فرصت‌ها و چالش‌های جهانی شدن برای آموزش و پرورش ایران، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه تربیت مدرس.

غفاریان، وفا (۱۳۸۰)، استراتژی اثربخش، تهران: انتشارات فرا.

مارسل، دانسی (۱۳۸۷)، نشانه‌شناسی رسانه‌ها، ترجمه گودرز می‌رانی، تهران: چاپار.

نگارش، حمید (۱۳۸۰)، هویت دینی و انقطاع فرهنگی، قم: نهاد نمایندگی ولی فقیه در سپاه، مرکز تحقیقات اسلامی.

نوذری، حسین علی (۱۳۷۹)، پست‌مدرنیته و پست‌مدرنیسم، تهران: انتشارات نقش جهان.

هدایت خواه، ستار (۱۳۷۷)، تهاجم فرهنگی، تهران: انتشارات معاونت پرورشی وزارت آموزش و پرورش.