پنج‌شنبه
۲۷ آذر ماه ۱۴۰۴
۲۷ جمادی‌الثانی ۱۴۴۷
۱۸ دسامبر ۲۰۲۵

سال دوم
قیمت: ۱۰هزارتومان

شماره
۴۳۶
www.Agaah.ir

روزنامه گروه رسانه‌ای مهر

آگاه
آگاه باشید؛ تا قله راهی نیست!



ویژگی‌های پهپادی که دشمن را آچمز می‌کند

ابابیل و توسعه فناوری پهپادی ایران

۲

پرونده ویژه



«آگاه» در پرونده ویژه خود به بررسی ضرورت شناخت آرایش رسانه و تبلیغاتی دشمن و تلاش برای مقابله با آن پرداخته است

جدال با رسانه‌های دشمن

با آثار و گفتاری از:
سعید توتونکار، محسن سلگی، نصیبه سادات حسینی معصومه فردوسی، حسین انجدانی، حامد بلالی، رضا واوسری مرتضی امیری نژاد، محمد عرفان خانی، نفیسه محمدی علی لرستانی، شادی ورشوچی و محمد سجاد شیرودی

در باب آرایش تبلیغاتی دشمن



مرتضی مفیدنژاد
روزنامه‌نگار

پس از پایان جنگ تحمیلی ۱۲ روزه یکی از موضوعاتی که به وضوح به چشم می‌خورد، تغییر فازهای جدی دشمن در حوزه عملیات روانی و آرایش تبلیغاتی بود. هر چند که واضح و مبرهن بود که حوزه فعالیت های تبلیغاتی دشمن همیشه یکی از تکیه‌گاه‌های اصلی دشمن محسوب می‌شده و سال‌هاست که برای آن سرمایه‌گذاری سنگینی می‌کند اما بعد از پایان جنگ ۱۲ روزه و نرسیدن به اهداف شوم‌شان، به این نتیجه رسیدند که در همان ابعاد تبلیغاتی و رسانه‌ای و با فشار بیشتری به این فضا ادامه دهند. در همین راستا و با توجه به تاکیدات رهبر انقلاب در چند دیدار اخیرشان به نظر می‌رسد در راستای مدیریت هرچه بهتر فضای تبلیغاتی و رسانه‌ای دشمن علیه منافع ملی ما و مقابله هوشمندانه و حکیمانه ما، ذکر چند نکته حائز اهمیت باشد:

الف) نباید از این انگاره مهم غفلت کنیم که به اتکای شواهد و پژوهش های صورت گرفته، هر چند که اقدامات رسانه های کشورمان درخور قدردانی و روبه جلوست، اما در تراز انقلاب اسلامی نیست. عدم به روز بودن و سرعت کافی در موضوعات راهبردی، به کارگیری راهبردهای انفعالی، کم برخورداری از نقشه‌های رسانه‌ای جریان‌ساز و غیرهم‌افزا بودن از مهم‌ترین موارد است. غفلت از تحلیل محوری، غلبه نگاه رویدادی، روزمرگی و ضعف نگاه به آینده (ساختاری و محتوایی) در «حوزه برنامه‌سازی»، ضعف ایده و پژوهش، پردازش خطی و تک بعدی به موضوعات در حوزه «مخاطرات و بحران‌ها»، از دیگر موارد است. نتیجه این نوع عملکرد پدیده وارونگی افکار عمومی، کاهش اعتماد مخاطبان، تعمیق شکاف رسانه با نخبگان، کاهش توان رقابتی و فرصت سازی برای رسانه های رقیب و دشمن را به دنبال داشته است که آنها نیز آرایش تبلیغی‌شان را روزانه مورد تغییر و تحول قرار می‌دهند.

ب) همه عزیزانی که در این حوزه فعال هستند باید بپذیرند که اکنون کار رسانه‌ای و سیاست گذاری رسانه‌ای و محافظت از نرم‌افزارها و مغزافزارهای فکری، معرفتی و نگرشی یک جامعه و موضوعاتی مانند افکار عمومی و... یک دانش تخصصی است. دیگر نمی‌توان با اندک مطالعه یا تجربه‌ای به‌راحتی این میدان را تشخیص یا سیاست گذاری درست انجام داد. اکنون در جهان این یک دانش میان رشته‌ای فوق‌العاده است و ما نمی‌توانیم بدون مجهز شدن به این دانش تخصصی موفق باشیم. به نظر می‌رسد در بسیاری از ایستگاه‌های تصمیم‌گیری یا سیاست گذاری، خلأ حضور متخصصانی که صاحب این دانش چندلایه و پیچیده هستند، وجود دارد که باید به آن توجه ویژه کرد.

ج) رصد بهنگام، تخصصی و پایش محتواهای رایج، راه مهمی برای دستیابی به اهداف در حوزه ایجاد آرایش دفاعی در مقابل هجمه تبلیغاتی دشمن است. برآورد از وضعیت جبهه دشمن و شناخت از عرصه فعالیت و توان جبهه خودی به شدت در شرایط امروز فقدانش احساس می‌شود. لزوم شناخت صحنه رسانه‌ای تبلیغی منطقه و جهان از موارد مهم و حیاتی است که در این حوزه باید در مرکز توجه باشد. ما ممکن است بتوانیم تک و پاتک‌های رسانه‌ای و روانی دشمن را تحلیل کنیم؛ اما وقتی به یک نقشه کلان آرایش رسانه‌ای دشمنان برسیم، می‌توانیم اقدام موثر صورت دهیم.

د) ارتقای آگاهی‌های جامعه از سازوکارهای رسانه‌ای بسیار مهم است. عموم مردم در مواجهه با انواع پیام‌ها و محتواهای رسانه‌ای و تبلیغی باید قدرت تشخیص و تمییز میان صحیح و ناصحیح را داشته باشند. برخی به این مفهوم، «سواد رسانه‌ای» می‌گویند، اما علاوه بر سواد رسانه‌ای، نیاز به سواد فضای مجازی نیز داریم. این دو دانش و مهارت‌ها باید به هم پیوسته باشند.

بازآرایش رسانه در معرکه منازعه تمدنی

قواعد طراحی جبهه رسانه‌ای تهاجمی

آزاده محمودیان
دانش‌آموخته علوم ارتباطات اجتماعی دانشگاه تهران

۱ روایت اول و بسته‌شدن پایان داستان

ما در کانون یک جنگ تمام عیار تبلیغاتی و رسانه‌ای در مقابل یک جبهه وسیع قرار گرفته ایم. دیده بانی میدان نبرد، خبر از آرایش پیوسته و منسجم و برنامه‌ریزی شده و مجهز در صفوف دشمن دارد. وضعیت دشمن در این میدان کاملا تهاجمی است؛ مترصد ایجاد رخنه‌ای کوچک برای حملات بزرگ است. از پس یک مرگ عادی یا یک برخورد روزمره یا یک حادثه طبیعی، به سرعت رگبار روایت‌پردازی‌ها از جبهه‌های از پیش آماده شده‌اش را آغاز می‌کند و به رسانه‌های رسمی ما مجالی جز پاسخ و واکنش و پدافند نمی‌دهد.

دشمن، غرض دارد و نمی خواهد واقعیت را بیان کند؛ بلکه می خواهد ناواقعیت بسازد و بتراشد و جنگ و نزاع پدید بیاورد. اکنون، رسانه در خدمت غرض سیاسی و حتی تمدنی قرار گرفته است. برگ برنده از آن کسی است که زودتر، ماشه روایت را بچکاند و ذهن‌ها را دچار اعوجاج کند.

رسانه های رسمی ما پیوسته در موقعیت دفاع و رفع و رجوع مهملات و قصه پردازی های بریده از واقعیت قرار دارند. اما پیروزی در این میدان نیازمند آرایش آفندی و تهاجم است. چطور با وجود جبهه منسجم و حرفه‌ای و تا بن دندان مجهز دشمنان، رسانه‌های رسمی می‌توانند خود را در موقعیت هجوم و حمله قرار بدهند؛ همین موضوع این نوشتار است.

۲ قاعده بنیادین در تکوین روایت غالب

نقطه آغاز رسیدن به «آرایش جنگی رسانه‌ای» و «موقعیت تهاجمی در نبرد روایت‌ها»، شناسایی دشمن و توان اوست. ایران به ویژه در دو دهه اخیر و با ظهور پدیده فضای مجازی آن قدر در نبرد رسانه‌ای زخم خورده است که عناصر جبهه دشمن را به دقت بشناسد. در مجموعه‌ای از دوایر متحدالمرکز از جبهه فعال دشمن، صهیونیست‌ها و آمریکا در مرکز و هسته قرار گرفته‌اند، در لایه بعدی بعضی از کشورهای اروپایی قرار دارند و در لایه حاشیه‌ای مزدورها و خائن‌ها و بی‌وطن‌ها. عناصر این جبهه، از پس یک جنگ تمام عیار نظامی به این باور رسیده‌اند که تصرف این ملک و این خاک و این سرزمین الهی و معنوی با ابزار نظامی ممکن نیست؛ از این رو «جنگ اطلاعاتی و جنگ روایت‌ها» را به عنوان سلاح کارساز خود بیش از پیش به کار گرفته‌اند.

جنگ اطلاعاتی و روایتی به معنای استفاده برنامه‌ریزی شده از اطلاعات، روایت‌ها و رسانه‌ها برای تاثیرگذاری، تضعیف، سردرگمی یا کنترل ادراک افکار عمومی ایرانیان، به‌خصوص جوانان است. نبرد روایت‌ها هربار به‌فراخور مختصات و وضعیت میدان، به گونه ای رخ می نماید؛ همواره در پی ساخت کج روایت مسلط است؛ از پرتاب روایت‌های رقیب غافل نمی‌شود؛ روایت تهاجمی و دست‌اول اما دروغین و ساختگی همیشه درآستین اوست و در نهایت با همین ابزارها بازی روانی خود را در کف میدان پیاده کرده و میوه‌اش را که تغییر و فتح فکرها و دل‌ها و ذهن‌هاست، در پایان یک عملیات ادراکی می‌چیند.

همه این مراحل بدون در دست‌داشتن میدان نبرد یعنی فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی غیرممکن می‌نماید و امروز حکمرانی بر این میدان نبرد در دستان دشمن ماست. او طبق نقشه چندلایه جنگی‌اش، در این میدان می‌تازد، سربازانش فرامین فرمانده‌ها را پیاده می‌کنند و هر لحظه از نیروهای سرگردان ما، سربازگیری می‌کند و ما در این سوی جبهه، در این جدال به سر می‌بریم که ضرورت حکمرانی بر میدان جنگ فرهنگی را برای یکدیگر تئوریزه کنیم.

۳ از دگرگونی آرایش تا دگرگونی بازیگران رسانه‌ای

«ارتباطات راهبردی» یکی از مهم‌ترین چارچوب‌های رسمی رسانه‌ای در غرب، به‌ویژه آمریکاست. در ایده مرکزی این راهبرد همه پیام‌ها و سکوت‌ها و تصاویر و کنش‌ها باید در خدمت یک هدف راهبردی باشند. در این نگاه، رسانه سلاح است؛ پیام مهمات است و روایت همان نقشه جنگ است. پس، آرایش جنگی رسانه‌ای در این نظریه در مرحله ابتدایی یعنی هماهنگی رسانه‌ها، هم‌راستایی پیام‌ها، پرهیز از پیام‌های متناقض و در مرحله بعدی تعیین دشمن روایی و هدف ادراکی. در این راهبرد آرایش میدان، موقعیت تهاجمی یعنی به‌جای پذیرش قاب و چارچوب دشمن، چارچوب جدید تحمیل کنی. یعنی رسانه، اهمیت حیاتی این واقعیت را فهم کند که برنده این نبرد کسی است که روایت را زودتر، پرتکرارتر و سازمان‌یافته‌تر منتشر کند؛ بازیگران را او نام گذاری کند؛ مرز خیر و شر را او تعیین کند؛ کسی که تعریف می‌کند، برنده است؛ نه کسی که پاسخ می‌دهد. در نبرد رسانه‌ای، دستی که در مقام پاسخ و واکنش و دفع قرار دارد برنده نیست؛ حتی اگر پاسخ‌هایی بی‌نقص و با سرعت روانه میدان کند. آن سویی که روایت اول را بگوید، زمین معنا را طراحی کند و دشمن خود را وادار به واکنش کند در موضع و نقش تهاجمی قرار دارد، نه برعکس. نکته مهم و اغلب مغفول آن است که تهاجمی بودن لزوما به معنای اقناع همه نیست؛ بلکه به معنای داشتن روایت مستقل و فعال است. قرارگرفتن مقام پاسخگویی پسینی، انکار توضیح فنی، نه روایی، از علائم طرف شکست‌خورده نبرد رسانه‌ای است. بر این اساس و با استناد به نتایج نزاع‌های واقع شده در دو دهه گذشته، در نبرد روایت‌ها احساس بر منطق، سرعت بر دقت و تعریف بر توضیح، رجحان شدید و غلیظ دارد.

۴ واقعیت اینجاست؛ روایت آنجاست

این واقعیت که رسانه و ملزومات و دانش آن غرب خاسته است موجب شده تا ما فهمی نابومی از خویشتن رسانه ای خود داشته باشیم. نسبت ما با زادگاه علم ارتباطات و رسانه، تقلیدی و در مقام پیرو تعریف شده است. در بهترین راهبردهای رسانه‌های رسمی، شاهد خوب‌پیاده‌شدن الگوهای رسانه‌ای هستیم که در عالم غربی طراحی و مکررا اجرا شده‌اند. این در حالی است که ما زمانی پیروز یک نبرد خواهیم بود که توان اجرای طرحی را داشته باشیم که دشمن نسبت به آن مسلط و حتی آشنا نباشد. در این تردیدی نیست که ما آنچه از این دانش و مهارت‌ها و پیچ و خم‌های آن وجود دارد را باید بیاموزیم و لحظه‌ای از به روز شدن غافل نشویم؛ اما به موازات آن، ضرورت میدان نبرد ایجاب می‌کند که داشته‌های فرهنگی و خلاقیت و روح انقلابی را به هم پیوند بزنیم و طرحی نو در عالم ارتباطات و رسانه دراندازیم. اکنون و در میانه آتش، مرجعیت رسانه‌ای ما با دیگری تمدنی ماست و زمام افکار عمومی به دست غیر افتاده است. همانطور که در هر دهه بر مهارت مهندسی و ساخت تجهیزات نظامی ما افزوده شد، از حیاتی‌ترین اقدامات این بود که قرابت محافل علمی و دانشگاهی با میدان نبرد رسانه‌ای نیز مورد توجه جدی قرار گیرد؛ امر مهمی که حتی بدان پرداخت اولیه نیز نشد.



۵ در فضیلت تولید ادبیات غرب‌شناسانه انتقادی

«شناسایی نقاط ضعف دشمن» اولین گزاره در پاسخ به پرسش چگونه حمله کنیم، است. در ابتدا ما باید بر این مهم اشراف دانشی و البته قلبی داشته باشیم که با یک تمدن به شدت معیوب و مختل و دست به گریبان با انبوه دشواری‌ها، روبه‌رو هستیم. برخلاف سیل حجیم کج‌روایت‌های روانه شده به میدان نبرد، آنجا بهشت نیست. ادبیات رسانه‌ای ما نیز باید به سوی تولید ادبیات مبتنی بر غرب‌شناسی انتقادی حرکت کند و بر این متمرکز شود که تمدن غرب به حقیقت و بر اساس واقعیات میدان، در معرض افول و انحطاط است. این آگاهی برای رسانه‌های ما می‌تواند یک برگ برنده قطعی قلمداد شود که قابلیت نفوذ تا عمق میدان دشمن را دارد و باید منجر به طراحی یک خط رسواسازی از این دیگری منحط فرسوده شود. این مهم دست‌مایه طراحی نقشه یکی از بهترین تهاجم‌های رسانه‌ای ما خواهد بود. کشف و روایت‌پردازی درباره امراض درونی تمدن غربی، از سیاست قدرت مآب آن گرفته تا فرهنگ اباحه گر و اقتصاد سرمایه سالارش کار دشواری نیست. رسانه باید بر نقطه هدف‌گیری‌اش تمرکز داشته باشد.

۶ هویت اسلامی-انقلابی به‌مثابه من ما

حملات آفندی تنها بر نقاط ضعف دشمن استوار نیست؛ بلکه آرایش تهاجمی با تکیه بر شناسایی و بهره‌مندی از ذخایر درونی صورت‌بندی می‌شود. رسانه باید به نیکی بداند که جوهره ما چیست و چرا این قدرت درونی همواره زیر آماج تهاجمی دشمن قرار داشته است. طرح هویت‌زدایی فرهنگی از دهه ۷۰ آغاز شد و خط قدرتمندی را با هدف ایجاد واگرایی‌های فرهنگی در جامعه ایرانی در پی گرفت. تهاجم فرهنگی و سکولاریسم تحمیلی هوشمندتر از جدی‌ترین و علنی‌ترین راهبردهای این خط بود که تهی‌سازی جامعه ایران از ارزش‌ها را هدف اصلی خود قرارداده بود. حساسیت سه دهه‌ای رهبر انقلاب در این باره، نشان از میزان اهمیت این نقشه دشمن و ضرورت آرایش متناسب در جبهه خودی داشت. در برابر تهاجم به اصالت های فرهنگی باید به سراغ مقاومت فرهنگی رفت و مقاومت منهای هویت، فرومی‌پاشد و هویت فرهنگی ما تنها در سایه استقلال در امان خواهد ماند. در شرایطی که از سوی مرزی مشخص احتمال هجوم افزایش می‌یابد باید تمرکز و قدرت آفندی و پدافندی در آن مرز افزایش یابد. در چنین شرایطی هیچ عقل سلیمی بازو رها کردن آن مرز را تایید نمی‌کند. در دهه‌های اخیر هیچ یک از مرزهای مورد هجوم ایران اسلامی به اندازه مرزهای فرهنگی مورد هجمه قرار نگرفته و البته خسارات وارده به افکار عمومی جامعه از مجرای رسانه‌های بیگانه غیرقابل انکار است. استقلال به عنوان یکی از مفاهیم کلیدی ادبیات و هویت انقلابی تضمین‌کننده اصالت‌های فرهنگی ماست که تنها با مرزبندی فرهنگی قابل تحقق است. مهم‌ترین هدف مرزبندی فرهنگی، جداسازی مواضع شناختی، ارزشی-هویتی و رفتاری میان خود و بیگانگان برای مصونیت از تهاجم نرم است. حکمرانی رسانه در این جبهه باید از دو سو طراحی داشته باشد؛ اولین و حیاتی‌ترین اقدام باید امنیت دادن به مرزهای فرهنگی و تضمین امنیت بلندمدت آن باشد و سپس طراحی حمله براساس نقاط برجسته و قدرتمند هویتی؛ که برخاسته از مؤلفه‌های اسلامی و انقلابی است.



طحان‌نظیف، سخنگوی شورای نگهبان:
آیت‌الله مدرسی‌یزدی، رئیس هیات مرکزی نظارت بر انتخابات میان‌دوره‌ای مجلس و خبرگان شد

پنج‌شنبه/ ۲۷ آذر ۱۴۰۴/ شماره ۴۳۶

از غزه تا سیدنی؛ بهانه‌ای تازه برای فشار بر حامیان فلسطین در غرب



علی معروفی‌آرانی
پژوهشگر حوزه صهیونیست و یهودیت

استرالیا از جمله کشورهایی است که چندی قبل در کنار انگلیس و فرانسه، دولت فلسطین را به رسمیت شناخت. این اقدام با مخالفت شدید اسرائیل و به ویژه نتانیاهو، نخست وزیر روبه رو شد. حمله سیدنی بهانه لازم را در اختیار نتانیاهو قرار داد تا مقامات استرالیا را به باد انتقاد بگیرد و به نوعی انتقام گیری کند. استرالیا همچنین در زمان جنگ اسرائیل در غزه، شاهد برگزاری تجمعات بزرگ علیه جنگ‌طلبی تل‌آویو و کشتار مردم در غزه بود.

بزرگ‌ترین مانع بر سر صلح در فلسطین، مقامات اسرائیل هستند. آنها می‌توانند با پایان دادن به اشغال خاک فلسطین به این نزاع ۸۰ ساله پایان دهند و فصل جدیدی از صلح و دوستی و آرامش و هم‌زیستی مسالمت‌آمیز را میان مسلمانان و یهودیان رقم بزنند.

نزاع اسرائیل- فلسطین و ادامه اشغال نظامی خاک فلسطین توسط اسرائیل، مسئله‌ای محدود به دو طرف یا حتی منطقه و کشورهای اسلامی نیست بلکه این نزاع و درگیری و اشغالگری، دیگر کشورهای جهان را هم درگیر خود کرده است. کشتار سیدنی از تبعات منفی و غیرقابل دفاع اشغالگری اسرائیل در فلسطین است چرا که جریانات افراط گرا و تندروی را در میان مسلمانان تقویت کرده است. به هیچ عنوان کشتار بی‌رحمانه و غیرانسانی افراد بی‌گناه قابل توجیه نیست. افرادی که تنها دلیل کشته شدن‌شان دین یهودی‌شان بود. ادامه اشغال فلسطین از سوی اسرائیل و جنگ و درگیری جریان‌های نژادپرست و تندرو را در همه بخش‌ها و دو طرف، تقویت می‌کند. از جمله در میان برخی مسلمانان که ممکن است برای انتقام‌گیری از ارتش اسرائیل دست به اقدام نادرست یعنی قتل یهودیان بزنند.

گرچه بعد از تراژدی و نسل کشی مردم غزه و اقدامات تجاوزکارانه رژیم صهیونیستی علیه کشورهای منطقه، تنفر و انزجار افکار عمومی در سطح جهان نسبت به این رژیم و طبیعتا یهودی ها به شکل تصاعدی افزایش یافته، اما با مکث و نگاهی دقیق‌تر، پرسش های جدی درباره اهداف پشت پرده این حادثه مطرح می‌شود که نمی‌توان آنها را جدی نگرفت؛ پرسش‌هایی از این دست که هدف عامل یا عاملان اصلی این حادثه چه بوده و چه کسی می‌تواند از چنین حادثه‌ای بهره‌برداری کند؟ آیا این اقدام، صرفا یک اقدام کوراست یا عملیاتی برنامه‌ریزی‌شده با اهداف مشخص که به مرور انگیزه‌های آن آشکار می‌شود؟

صلحی که با اشغال نمی‌روید



قابل پیش بینی است بعد از این حمله، این اتفاقات رخ دهد؛ افزایش فشار بر مهاجران مسلمان در استرالیا، افزایش سختگیری ها در برابر مهاجرت و سفر مسلمانان به استرالیا، تقویت نفوذ لابی یهودیان و اسرائیل در استرالیا، تقویت جایگاه و احتمال صعود احزاب راست و ضد مهاجر در استرالیا در انتخابات بعدی و افزایش سختگیری و جلوگیری در برابر فعالیت‌های حمایت از فلسطین و علیه اسرائیل.

با این حال به جرات می‌توان گفت بزرگ‌ترین عامل یهودستیزی در جهان امروز، اقدامات کابینه و ارتش اسرائیل است که از یک‌سو خاک فلسطین را به طور کامل اشغال کرده‌اند و از سوی دیگر به کشتار و فشار بر مردم فلسطین ادامه می‌دهند. آنها همزمان با شهرک‌سازی در خاک فلسطین، خودداری از به رسمیت شناختن دولت مستقل فلسطین و نابودی همه گزینه‌های مسالمت آمیز و جریان های صلح طلب فلسطینی، امید به صلح و توقف جنگ و خون ریزی را از بین می برند. رفتارهای تل‌آویو نه تنها احساسات ضد اسرائیلی را تقویت می‌کند بلکه گرایش‌های نژادپرستانه یهودستیزانه را نیز پررنگ می‌کند و به سود جریانات افراط‌گرای اسلامی است.

نخست وزیر استرالیا در همین رابطه درباره گرایش های نژادپرستانه یهودستیزانه گفت از این حمله «به شدت اندوهگین» شده است. او افزود: «این یک حمله هدفمند علیه یهودیان استرالیایی در نخستین روز حنوکاست؛ روزی که باید روز شادی و جشن ایمان باشد. این یک عمل شیطانی، یهودستیزانه و تروریستی است که قلب ملت ما را هدف قرار داده است. برای نفرت، خشونت و تروریسم در کشور ما هیچ جایگاهی وجود ندارد.» رهبران یهودی و مقامات اسرائیل نیز این حمله را نشانه‌ای از افزایش موج یهودستیزی در سراسر دنیا پس از حملات تروریستی گروه حماس در هفتم اکتبر ۲۰۲۳ ارزیابی کرده‌اند. مقامات اسرائیل همچنین از دولت استرالیا برای ناکافی بودن اقدامات حفاظتی از مجامع یهودی انتقاد کرده‌اند. تل‌آویو همچنان تلاش می‌کند از حمله مرگبار در استرالیا سوءاستفاده کرده و مسئولیت این حمله را متوجه ایران کند تا توجهات از نسل‌کشی در غزه منحرف شود.

این در حالی است که در میان کشورهایی که این حمله را محکوم کردند، ایران نیز حضور داشت. اسماعیل بقایی، سخنگوی وزارت امور خارجه ایران در پستی در حساب کاربری ایکس خود نوشت: «ما تروریسم و کشتار مردم بی‌گناه را در هر کجا که انجام شود، رد و محکوم می‌کنیم.»

با این حال، رژیم صهیونیستی از همان لحظات اولیه پس از تیراندازی تلاش کرده بود تا ایران را به خاطر این حادثه مقصر بداند.

به گزارش رسانه‌های اسرائیلی، مقامات این کشور مظنون به ارتباط ایران با این دو عامل هستند. این مقامات همچنین احتمال دست‌داشتن گروه‌های شبه نظامی دیگر چون حزب‌الله، حماس و لشکر طیبه پاکستان را در این حمله مطرح کرده‌اند. در جمع بندی می‌توان گفت حادثه سیدنی تنها یک رویداد تراژیک داخلی نبود، بلکه بازتابی از سایه سنگین بحران فلسطین و استمرار اشغالگری اسرائیل بر امنیت و ثبات جهانی است. تصمیم استرالیا برای به رسمیت شناختن دولت فلسطین، تغییری در سیاست غرب نسبت به مسئله فلسطین رقم زد و خشم تل‌آویو را برانگیخت، اما حمله سیدنی فرصتی به دست اسرائیل داد تا با بهره‌برداری سیاسی از این فاجعه، افکار عمومی را از جنایات غزه منحرف و فشارها را بر مخالفان خود افزایش دهد. با این حال، خشونت و قتل بی‌گناهان در هر شکلی محکوم است و ریشه اصلی تنش ها را باید در اشغال سرزمین فلسطین، سرکوب مردم آن و مسدود شدن راه‌های صلح جست‌وجو کرد. تا زمانی که این اشغال پایان نیابد، افراط گرایی، نفرت پراکنی و ناامنی در نقاط مختلف جهان همچنان تداوم خواهد داشت.

روز اقتصادی دولتی‌ها در پاستور
ادعای برخورد با گران‌فروش‌ها



در جلسه هیات دولت که روز گذشته (چهارشنبه) به ریاست مسعود پزشکیان برگزار شد، علاوه بر طرح موارد اجرایی توسط اعضا، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، در خصوص ارتباط سازنده و مفید بین وزارت آموزش و پرورش و سازمان آموزش فنی حرفه‌ای گزارشی ارائه کرد. بنابر این گزارش، دانش‌آموزان آموزشگاه‌های فنی حرفه‌ای هفته‌ای سه نوبت در کارخانجات بزرگ مشغول کارآموزی می‌شوند که این رویداد، قدم مهمی در مسیر کسب مهارت و پرورش نیروهای انسانی ماهر در مدارس محسوب می‌شود.

رئیس جمهور نیز در این باره، با تاکید بر اهمیت ارتقای سطح علمی و مهارتی دانش‌آموزان سراسر کشور گفت: سقف یادگیری دانش‌آموزان به امکانات و فناوری‌های قدیمی و ناکارآمد برای امروز و آینده، محدود و محصور نشود. طبیعتا ضرورت دارد آنها با فناوری‌های به روز در دنیا، هوش مصنوعی و دستاوردهای جدید علمی آشنا شوند و مهارت‌های مرتبط با آنها را یاد بگیرند. همچنین اجرای طرح کارآموزی دانش‌آموزان آموزشگاه‌های فنی و حرفه‌ای با حضور در کارخانجات بزرگ در تمام استان‌ها که گزارش آن ارائه شد، بسیار ارزشمند بوده و باید در سراسر کشور تداوم یابد.

پس از پایان جلسه، تعدای از اعضای کابینه در جمع خبرنگاران حضور یافتند و به پرسش‌های آنها پاسخ دادند. غلامرضا نوری‌قرلجه که پیش از این، شایعاتی مبنی بر کناره‌گیری او از دولت وفاق در فضای مجازی پخش شد و از سوی تیم رسانه‌ای دولت هم تکذیب شد، با بیان اینکه افزایش قیمت برخی اقلام در بازار یک واقعیت است، گفت: اینکه آیا این افزایش از قیمت‌های مصوب بالاتر است، باید بررسی شود که کدام کالاها چقدر افزایش قیمت پیدا کرده است.

وی با یادآوری اینکه نظارت بر بخش خرده‌فروشی بازار تنها با وزارت جهاد کشاورزی نیست، بقیه دستگاه‌ها نیز پای کار هستند و نظارت‌های لازم را انجام می‌دهند، اظهار کرد: همکاران گزارشی از نظارت‌ها و بازرسی‌ها و اقدامات تعزیری که در مورد گران‌فروشی‌ها اتفاق افتاده در اختیار عموم مردم قرار می‌دهند.

وزیر جهاد کشاورزی با بیان اینکه بازرسی‌ها شدت پیدا می‌کند، با هرگونه گران‌فروشی و سوءاستفاده یا عدم عرضه که بتواند بازار را مختل کند برخوردهای جدی و قاطع صورت می‌گیرد تصریح کرد: کمیته تنظیم بازار شب عید و ماه رمضان در وزارتخانه به صورت رسمی شکل گرفته است تا بازار ماه‌های پیش رو یک بازار منظم و متعادل باشد.

برنامه دولت برای افزایش حقوق کارگران بررسی می‌شود

احمد می‌دری، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی دومین عضو تیم اقتصادی دولت بود که در هیات دولت دیده شد. او از تصویب مصوبه‌ای در دولت خبر داد و گفت: مصوبه‌ای داشتیم که بر اساس آن، شرکت قطار رجا که فکر می‌کنم از سال ۸۸ به سازمان تامین اجتماعی واگذار شده بود، در واقع به راه‌آهن عودت داده شد و در مقابل، دارایی‌های جدیدی دریافت می‌کنیم.

وی افزود: دارایی‌هایی که دریافت می‌کنیم، بر اساس سیاست‌های جدید، بیشتر در حوزه توسعه میادین گازی کشور است که طرح‌هایی درآمدزا و سودآور تر برای سازمان تامین اجتماعی هستند. این واگذاری‌ها از جمله واگذاری‌های غلطی بوده که در دوره‌های قبل انجام شده و مشکلات عدیده‌ای را برای مردم ایجاد کرده است.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی همچنین درباره برنامه‌های دولت برای افزایش حقوق کارگران در سال آینده با توجه به روند افزایشی قیمت‌ها، اعلام کرد: طی دو هفته آینده، نشستی با کارفرمایان در تاریخ هشت دی و همچنین با تشکل‌های کارگری برگزار می‌کنیم و در آنجا نظرات مختلف را مورد بررسی قرار می‌دهیم.

پیمان جبلی، رئیس رسانه ملی در خصوص طرح صیانت و واگذاری اختیارات آن به سازمان تنظیم مقررات رسانه‌های صوت و تصویر فراگیر در کمیسیون فرهنگی مجلس و وجود برخی انتقادها، اظهار کرد: جزییات این طرح در کمیسیون فرهنگی در حال بررسی است و بنده اطلاعات چندانی از جزییات آن ندارم. به هر حال وظیفه دستگاه‌های کشور از جمله قوه مقننه و مجریه این است که برای تکمیل چرخه تنظیم‌گری و نظارت طرح‌هایی را داشته و برنامه‌ریزی کنند و این بر اساس تکالیف برنامه هفتم توسعه است.

علاءالدین رفیع‌زاده، دیگر مقام دولتی بود که در حلقه خبرنگاران قرار گرفت و در زمینه برخورد با سازمان‌های دولتی که در مصرف انرژی مطابق دستورالعمل رفتار نمی‌کنند، گفت: اینکه بخواهیم سازمان را جریمه نقدی کنیم یا برق و انرژی‌شان را قطع کنیم، بستگی به نظر وزارتخانه‌های مربوطه دارد و آنها تصمیم می‌گیرند، اما همین‌قدر که مطلع شویم دستگاهی در مصرف انرژی اسراف دارد بررسی خواهیم کرد و حتی مردم در مراجعات‌شان به سازمان‌های اداری این موضوع را به ما گزارش می‌کنند.

و اما هفته جاری یک خبر در رسانه‌ها و خبرگزاری‌ها منتشر شد؛ وزیر میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی از نماینده مردم تهران شکایت کرد. سیدرضا صالحی امیری پس از خروج از جلسه هیات دولت در این باره فقط به این مطلب بسنده کرد که شکایت به صورت رسمی انجام شده است که در گذشته و در این خصوص توضیحات کافی را دادم و نمی‌خواهم در این خصوص مجددا صحبتی داشته باشم.

مطالبه شهردار تهران؛ نیاز به ۹۰۰۰ اتوبوس داریم

علیرضا زاکانی وقتی با نمایندگان اصحاب رسانه مواجه شد درباه موضوع چمن‌کاری میدان آزادی با بیان اینکه در برخی مکان‌ها که جنبه نمادین دارد، چمن‌ها را ترمیم می‌کنیم و معمولا برای جنس ترمیم‌مان نیاز از چمن‌های کم‌آب‌بر استفاده می‌کنیم تا میزان آب برای آن کمتر باشد و هر روز نیاز به آن نداشته و نهایتا هفته‌ای یک بار نیاز به آب دادن باشد، گفت: در عین حال در مکان‌هایی که نمادین نیست، اینگونه عمل نمی‌کنیم و سه سال است که بذر چمن نمی‌کاریم. او با اشاره به نیاز اتوبوس برای پایتخت تاکید کرد:

برای تهران نیاز به ۹۰۰۰ اتوبوس داریم. چهار سال پیش ۸۶۰ اتوبوس فعال و در گردش تحویل گرفتیم و هم اکنون بالغ بر ۲۵۰۰ اتوبوس فعال در تهران داریم. پای گران‌فروشی‌ها به خصوص در شب یلدا به میدان پاستور باز شد. امین حسین رحیمی، وزیر دادگستری با بیان اینکه هر آنچه از تخلفات انجام شده در بازار که به ما گزارش شود با آن برخورد می‌کنیم، اما اگر همه موارد را اعلام نمی‌کنیم به این دلیل است که نمی‌خواهیم بازار ملتهب شود؛ گفت: تاکنون مواردی از برخوردها را اعلام کرده‌ایم و نظارت‌ها همچنان تداوم دارد. تقویت حوزه پرورش در نظام تعلیم و تربیت همواره مورد تاکید مسئولان بلندپایه نظام قرار دارد. در همین راستا حضرت آیت‌الله خامنه‌ای ۲۷ اردیبهشت سال جاری در دیدار هزاران تن از فرهنگیان به غفلت از معاونت پرورشی و حذف آن در گذشته با استدلال‌های غلط اشاره کردند و افزودند: خوشبختانه اکنون به مسائل پرورشی توجه خوبی وجود دارد که باید کارها در این زمینه به بهترین وجه دنبال و انجام شود. حال وزیر آموزش و پرورش در حاشیه جلسه هیات دولت خبرداد: در حوزه پرورشی طرح تحول پرورشی را آماده کرده‌ایم که کاملا با رویکردهای جدید کار را دنبال می‌کنیم.

ویژگی‌های پهپادی که دشمن را آچمز می‌کند
ابابیل و توسعه فناوری پهپادی ایران

پهپاد ابابیل به عنوان یکی از نخستین سامانه‌های هواپیمای بدون سرنشین بومی ایران، همچنان جایگاه قابل‌توجهی در ساختار اطلاعاتی، شناسایی و حتی رزمی نیروهای مسلح کشورمان دارد. این پهپاد که در دهه‌های گذشته و در نسخه های مختلف توسعه یافته، به ویژه در نسخه «ابابیل - ۳» به بلوغ عملیاتی رسیده و در ماموریت‌های متنوعی مورد استفاده قرار گرفته است.

طراحی ساده با رویکرد عملیاتی

ابابیل-۳ پهپادی با ابعاد متوسط و طراحی آیرودینامیک ساده است که تمرکز اصلی آن بر سهولت تولید، نگهداری و استقرار سریع بوده است. استفاده از مواد کامپوزیتی سبک در بدنه، امکان پرتاب از سکوهای متحرک و بازیابی آسان، این پهپاد را به گزینه‌ای مناسب برای عملیات تاکتیکی در سطوح مختلف تبدیل کرده است.

مشخصات پروازی و مداومت عملیاتی

آنطور که خبرگزاری «مهر»، گزارش داد؛ این پهپاد با بهره‌گیری از موتور پیستونی و ملخ عقب، قادر است با سرعتی در حدود ۱۵۰ تا ۲۰۰ کیلومتر بر ساعت پرواز کند. برد عملیاتی آن بیش از ۲۰۰ کیلومتر برآورد می‌شود و مداومت پروازی تا حدود هشت ساعت، امکان پوشش طولانی‌مدت مناطق هدف را فراهم می‌کند. چنین مشخصاتی، ابابیل - ۳ را به ابزاری کارآمد برای ماموریت‌های پایش مرزی، شناسایی میدانی و جمع‌آوری اطلاعات تبدیل کرده است.

توان شناسایی و جمع‌آوری اطلاعات

ابابیل - ۳ به سامانه‌های الکترواپتیک و مادون قرمز مجهز است که قابلیت تصویربرداری در روز و شب را فراهم می‌کند. انتقال همزمان داده‌ها و تصاویر به ایستگاه کنترل زمینی، این پهپاد را در نقش یک پلتفرم موثر ISR (شناسایی، نظارت و تجسس) قرار داده و امکان تصمیم‌گیری سریع در سطوح فرماندهی را افزایش می‌دهد.

قابلیت‌های رزمی محدود اما هدفمند

اگرچه ماموریت اصلی ابابیل شناسایی تعریف شده، اما در سال‌های اخیر نسخه‌هایی با قابلیت حمل تسلیحات سبک نیز معرفی شده‌اند. امکان حمل بمب‌های هدایت‌شونده کوچک، این پهپاد را به یک سامانه هجومی تاکتیکی با دقت قابل قبول تبدیل کرده است؛ هرچند ظرفیت حمل مهمات آن محدود بوده و برای ماموریت‌های ضربتی کوتاه‌برد طراحی شده است.

عملکرد عملیاتی و گستره به‌کارگیری

ابابیل - ۳ در سازمان‌های مختلف نظامی و امنیتی کشور به کار گرفته شده و به دلیل هزینه عملیاتی پایین، سادگی تعمیر و قابلیت تولید انبوه، یکی از پهپادهای پرتعداد در ناوگان بدون سرنشین ایران محسوب می‌شود. این پهپاد در ماموریت‌های آموزشی، شناسایی و پشتیبانی اطلاعاتی سابقه عملیاتی قابل‌توجهی دارد.

نقاط قوت و چالش‌ها

از منظر تحلیلی، مهم‌ترین مزیت ابابیل - ۳ را می‌توان در سادگی، پایداری و انعطاف عملیاتی آن دانست. در مقابل، سقف پروازی، برد محدودتر نسبت به پهپادهای سنگین و صدای بیشتر موتور پیستونی، از جمله محدودیت‌هایی است که این سامانه را عمدتا به ماموریت‌های تاکتیکی و منطقه‌ای محدود می‌کند. پهپاد ابابیل، به ویژه در نسخه ابابیل - ۳، نمونه‌ای از رویکرد مرحله‌ای ایران در توسعه فناوری پهپادی است؛ سامانه‌ای که اگرچه از نظر فناوری در رده پهپادهای پیشرفته سنگین قرار نمی‌گیرد، اما به واسطه کارآمدی، هزینه پایین و تطبیق‌پذیری بالا، همچنان نقش مهمی در ساختار دفاعی و امنیتی کشور ایفا می‌کند.



در بازدید رئیس ستاد کل نیروهای مسلح از دانشگاه امام حسین (ع) مطرح شد
ضرورت اکتساب فناوری‌های نوظهور و اقتدارآفرین

امیر سرلشکر سید عبدالرحیم موسوی، رئیس ستاد کل نیروهای مسلح همزمان با گرامیداشت هفته پژوهش، فناوری و نوآوری در کشور، روز چهارشنبه (۲۶ آذر) با حضور در دانشگاه جامع امام حسین (ع) از دستاوردهای تحولی این دانشگاه در حوزه‌های علوم انسانی و علوم فنی و مهندسی بازدید کرد.

وی در ابتدای ورود به دانشگاه ضمن استقبال توسط رئیس دانشگاه، مزار شهدای گمنام دانشگاه را زیارت و سپس از نمایشگاه دستاوردهای تحولی حوزه علوم انسانی و اجتماعی دانشگاه در ابعاد تحولی هفتگانه دانشگاه تراز اسلامی بازدید کرد.

رئیس ستاد کل نیروهای مسلح در این حضور، ضمن آشنایی با آخرین محصولات و دستاوردهای دانشکده و پژوهشکده‌های دانشگاه در حوزه علوم انسانی، نکات خود را برای ارتقای قدرت نرم انقلاب اسلامی ارائه کرد.

وی همچنین با حضور در آزمایشگاه‌های حوزه فنی و مهندسی دانشگاه، ضمن آشنایی با فرآیندهای تربیت سرمایه انسانی متخصص و تولید دانش و فناوری‌های بومی در دانشگاه جامع امام حسین (ع)، بر ضرورت اکتساب فناوری‌های نوظهور و اقتدارآفرین تاکید کرد.

در پایان این بازدید، سرلشکر موسوی با حضور در شورای دانشگاه، سخنان سردار محمدرضا حسنی‌آهنگر، فرمانده دانشگاه جامع امام حسین (ع) در خصوص فعالیت‌های دانش‌بنیان دانشگاه و شبکه توانمند شرکت‌های دانش‌بنیان برتر کشور در پردیس علم، فناوری و نوآوری دانشگاه را استماع کرد. سرلشکر موسوی در ادامه این بازدید با تبریک هفته پژوهش و فناوری، از اقدامات جهاد علمی مسئولان، اساتید و دانشجویان دانشگاه جامع امام حسین (ع) قدردانی کرد و گفت: این وجهه خوب دانشگاه جامع امام حسین (ع) به عنوان یک دانشگاه مسئله‌محور و حل‌کننده مسئله در جامعه و حرف‌های دقیق و منصفانه و صادقانه‌ای که بزرگان کشور در خصوص دانشگاه زده‌اند، نشان‌دهنده جایگاه والای این دانشگاه در کشور است و بنده همه این تعاریف را قبول دارم. وی با بیان اینکه این دانشگاه منظومه فکری امامین انقلاب را خوب فهم کرده و برای تحقق رهنمودها و فرامین رهبر انقلاب اسلامی، الگوهای خوبی را ارائه کرده است، اظهار کرد: یکی از امتیازات این دانشگاه این است که آرمان‌گرایی را همراه با عملگرایی دنبال می‌کند و در کلیه فعالیت‌های علمی و مرزشکنی‌های دانشی، صداقت در پیگیری آرمان‌های انقلاب اسلامی هم مشهود است. همچنین حضور اساتید و متخصصان جوان در این دانشگاه، یکی از مزیت‌های مهم این مجموعه است که موجب پیشرفت سریع دانشگاه در حوزه‌های مختلف علم، فناوری و نوآوری شده است.



رئیس ستاد کل نیروهای مسلح تاکید کرد: این دانشگاه به دنبال ارائه الگوهای دانشگاه تراز اسلامی است و این موضوع از کسب رتبه‌های برتر در کشور توسط این دانشگاه نیز مهم‌تر است. اساتید این دانشگاه باید الگوی استاد تراز انقلاب اسلامی را ارائه کنند. سرلشکر موسوی یادآور شد: این موضوع که کلیه فعالیت‌های علمی و فناوری این دانشگاه بر اساس نیازهای کشور طراحی و اجرا شده، موجب اثربخش بودن فعالیت‌های دانشگاه در کشور شده است؛ اما در حوزه علوم انسانی پژوهش‌های بسیار خوبی در مورد مشکلات و چالش‌های مبتلا به کشور انجام شده که مسئولان ذی‌ربط به احتمال زیاد از آن بی‌خبر هستند یا استفاده نمی‌کنند که لازم است دانشگاه، آنها را مطلع کند. علاوه بر مسئول ارشد نیروهای مسلح، جانشین فرمانده کل سپاه هم روز گذشته به دانشگاه امام حسین (ع) رفت و در مراسم گرامیداشت هفته پژوهش حضور یافت و در سخنانی با بیان اینکه سپاه، نظام، آحاد جامعه و شهدا به تکالیف خود برای مقابله با استکبار عمل کرده‌اند، عنوان کرد: توطئه‌های دشمنان علیه نظام جمهوری اسلامی ایران هیچ‌گاه موفق نبوده و این حقیقتا نشان‌دهنده قدرت انقلاب اسلامی است.



پزشکیان، رئیس جمهور:

مهم‌ترین اولویت ما توسعه ناوگان عمومی و تکمیل کریدورهای ریلی کشور است

پنج‌شنبـه/ ۲۷ آذر ۱۴۰۴/ شماره ۴۳۶



جهاد تبیین در سپهر پساغزه و ضرورت طراحی عملیات فرهنگی پیش‌دستانه

جنگ رسانه‌ای به مثابه جنگ هستی‌ها



محسن سلگی

آگاه مسائل فرهنگی

بیانات اخیر رهبر انقلاب درباره قرارداشتن جمهوری اسلامی در «کانون یک جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای»، اگر در پرتو تحولات پس از جنگ غزه و جنگ ۱۲ روزه اخیر خوانده شود، دلالتی فراتر از یک هشدار مقطعی می‌یابد. مسئله صرفا تشدید عملیات روانی یا افزایش حجم دروغ و خبر جعلی نیست؛ آنچه رخ داده، تغییر ماهیت میدان تقابل است. جنگ رسانه‌ای وارد مرحله‌ای شده که می‌توان آن را به درستی «هستی شناختی» نامید؛ مرحله‌ای که در آن، موضوع نزاع نه روایت‌ها، بلکه نحوه بودن انسان، فهم او از واقعیت و نسبتش با مفاهیمی چون ظلم، مقاومت، امنیت و آینده است.

پساغزه؛ تغییر میدان از روایت به وجود

غزه، صرفا یک رخداد سیاسی یا نظامی نبود؛ نقطه گسست در نظم معنایی جهان معاصر بود. برای نخستین بار، شکاف میان وجدان عمومی ملت‌ها و روایت رسمی رسانه‌های مسلط به‌طور عیان نمایان شد. این شکاف است که جبهه دشمن را وادار به بازآرایی رسانه‌ای کرده است. در پساغزه، دیگر هدف اصلی، پنهان‌سازی جنایت نیست، بلکه عادی‌سازی آن و از این مهم‌تر، بی‌اعتبارسازی مفاهیمی است که امکان داوری اخلاقی را برای انسان حفظ می‌کنند. در این مرحله، رسانه به زیست جهان بدل شده است. مخاطب نه صرفا شنونده خبر، بلکه ساکن فضایی است که در آن، معیار تشخیص حق و باطل، مقاومت و تروریسم، دفاع و خشونت، به‌تدریج دگرگون می‌شود. اینجاست که جنگ رسانه‌ای از سطح روان‌شناختی عبور کرده و به ساحت هستی‌شناختی پا می‌نهد.

آرایش دشمن؛ جبهه‌ای فراتر از رسانه

«جبهه وسیع دشمن» که رهبر انقلاب از آن یاد می‌کنند، در پساغزه، بیش از هر زمان دیگر، ماهیت شبکه‌ای و چندلایه یافته است. رسانه‌های اصلی غربی، پلتفرم‌های اجتماعی، نهادهای به ظاهر فرهنگی، دانشگاه‌ها، سلبریتی‌ها و روشنفکران وابسته، در یک تقسیم کار نانوشته اما منسجم عمل می‌کنند. کارویژه این جبهه، نه صرفا اقناع، بلکه بازتعریف بدیهیات است. در این میان، استفاده از روایت‌های معکوس اخلاقی ـ وقتی اشغالگر در مقام قربانی و مقاومت در جایگاه متهم می‌نشیند ـ به تکنیک محوری بدل شده است. این تکنیک، مستقیما هستی اخلاقی مخاطب را هدف می‌گیرد و او را از امکان قضاوت محروم می‌کند.

جهاد تبیین؛ دفاع از بنیان‌های وجودی

در چنین میدانی، جهاد تبیین نمی‌تواند به پاسخگویی خبری یا تولید محتوای واکنشی تقلیل یابد. تبیین، اگر بخواهد کارآمد باشد، باید به دفاع از بنیان‌های فکری و وجودی انقلاب اسلامی ارتقا یابد. مسئله، صرفا توضیح مواضع سیاسی نیست؛ مسئله، صیانت از دستگاه مفهومی‌ای است که انسان را قادر به فهم جهان و کنش مسئولانه در آن می‌کند. از این منظر، تاکید رهبر انقلاب بر «تبلیغ» ناظر به این سطح از تقابل است. تبلیغ، صورت تمدنی علم و تبیین است؛ مرحله‌ای که در آن، معنا از سطح گزاره عبور می‌کند و به تجربه زیسته بدل می‌شود. تحقیق و تبیین بدون تبلیغ، در جهان پساغزه، عملا به معنای خلع سلاح است.

بازخوانی مبنایی ایده تبلیغ در منظومه فکری انقلاب اسلامی

بیانات رهبر حکیم انقلاب اسلامی در دیدار فضلا، طلاب و مبلغان حوزه‌های علمیه در ۲۱ تیر ۱۴۰۲ بر مداری استوار بود که این مدار، می‌تواند و باید راهنمای جهاد تبیین و تبلیغ و در جنگ روایت در زمان حاضر و جهان پساغزه (جنگ وجودی یا هستی‌شناسیک) باشد؛ مداری که در آن انسان محوری الهی در برابر اومانیسم الحادی، جامعه‌سازی و افق تمدن‌سازی به یکدیگر پیوند می‌خورند. در این چارچوب، «تبلیغ» نه امری ثانوی یا الحاقی به علم، بلکه مرتبه‌ای متعالی از آن تلقی می‌شود؛ مرتبه‌ای که از تبیین به معنای متعارف، خنثی و صرفا گزارشی را فرآوری می‌کند. برای فهم این ارتقا، ابتدا باید به نقد نگاه کارتزین یا دکارتی به علم و نهاد علم پرداخت؛ نگاهی که علم را محصول ذهن فردی منزوی و دانشگاه را کارخانه تولید گزاره‌های علمی می‌دانست. در دهه‌های پایانی قرن بیستم، حتی در غرب نیز این تلقی با چالش مواجه شد و نظریه‌های جدید «دانشگاه و فرهنگ» پدید آمدند. نظریه‌هایی همچون «حماسه سازمانی» کلارک نشان دادند که تولید علم، بیش از آنکه امری صرفا عقلانی و فردی باشد، فرآیندی عاطفی، جمعی و ارتباطی است و در بستر همدلی و هم‌سخنی عالمان شکل می‌گیرد. در این نگاه، دانشگاه و حوزه نه صرفا نهاد آموزش، بلکه زیستگاه و محیط زندگی انسان‌اند. با این همه، این چرخش وجودی در غرب، هرگز به عمق و گستره نگاه وجودی ـ الهی در فلسفه صدرایی نمی‌رسد؛ فلسفه‌ای که فلسفه مختار رهبران انقلاب اسلامی است. در حکمت متعالیه، دوگانگی علم و عالم و نیز انفکاک علم از عالم، نفی می‌شود. علم، نه امری بیرون از انسان، بلکه عین نحوه وجود اوست. انسان به میزان علمی که دارد، عالم می‌شود و جهان را همان‌گونه که می‌فهمد، زندگی می‌کند. از همین روست که در فلسفه صدرایی، وجود و علم تساوق دارند و حتی فراتر از تساوی، در یک نسبت وجودی قرار می‌گیرند.

این نگاه، علم را ذاتا تربیتی می‌فهمد. علم برای علم، محلی از اعراب ندارد؛ علم برای تعالی انسان و سعادت دنیوی و اخروی اوست. بر همین اساس، امام راحل همه عالم را مدرسه می‌دانست و رهبر انقلاب نیز علم را از انحصار دانشگاه و حتی حوزه خارج می‌کنند. در این تلقی، علم ماهیتی مردمی، انسانی و جهانی می‌یابد و در برابر نگاه برج‌عاج‌نشین برخی روشنفکران و نظریه‌هایی چون وفاق و گفت‌وگوی هابرماسی قرار می‌گیرد؛ نظریه‌ای که عنصر عاطفی علم و نقش عقل عمومی و مردمی را نادیده می‌گیرد و گرفتار آکادمی‌سالاری می‌شود. با این مبنا مشخص می‌شود که تاکید متمایز رهبر انقلاب بر «تبلیغ»، به معنای نفی تحقیق و تبیین نیست، بلکه ناظر به مخالفت با دوگانه‌انگاری و محصورشدن نهاد علم در خود است. تحقیق و تبیین، آنگاه که در قالب تبلیغ و ترویج وارد ساحت بین‌الاذهانی و اجتماعی می‌شوند، نه‌تنها تضعیف نمی‌شوند، بلکه اثری هم‌افزا می‌یابند و انگیزه پژوهشگر را نیز فزونی می‌بخشند. تبلیغ، علم را از انزوا خارج می‌کند و آن را به نیرویی زنده، کارآمد و اثرگذار در جامعه و تاریخ بدل می‌سازد.

توصیه‌های سیاستی؛ بازطراحی عملیات فرهنگی

یکم- عبور از سیاست‌های رسانه‌ای واکنشی: نهادهای فرهنگی باید از منطق پاسخگویی پسینی خارج شوند و به طراحی روایت‌ها و زیست‌جهان‌های پیش‌دستانه بیندیشند. ابتکار عمل در جنگ هستی‌شناختی، شرط بقا و نیز شرط اعتلاست.

دوم- تبدیل حوزه و دانشگاه به کانون تولید معنا: خروج از آکادمی‌سالاری و پیوند فعال با جامعه، نه یک توصیه اخلاقی، بلکه یک ضرورت امنیت فرهنگی است. علم باید به زبان زندگی ترجمه شود.

سوم- سرمایه‌گذاری راهبردی بر ادبیات و روایت: زبان، مهم‌ترین میدان نبرد است. بدون تولید ادبیات عمیق، داستانی و چندلایه، حتی صادق‌ترین معارف نیز به حاشیه رانده خواهند شد.

چهارم- بازتعریف نقش نخبگان و اصحاب قلم: نویسنده، استاد و مبلغ، دیگر صرفا تولیدکننده متن نیست؛ او کنشگر میدان است. نوشتن، خود یک عملیات فرهنگی و کنش گفتاری یا نوشتاری است.

بهره سخن

پساغزه، ما را وارد مرحله‌ای تازه از تقابل کرده است؛ مرحله‌ای که در آن، جنگ رسانه‌ای به جنگ هستی‌ها بدل شده است. جهاد تبیین، اگر بخواهد در این میدان اثرگذار باشد، باید از سطح واکنش عبور کند و به طراحی فعالانه معنا و زندگی بیندیشد. تنها در این صورت است که می‌توان ابتکار عمل را باز پس گرفت و از انسان، فرهنگ و افق تمدنی انقلاب اسلامی صیانت کرد.

روش‌های جنگ تبلیغاتی دشمن علیه جمهوری اسلامی ایران

نبرد با اذهان



حجت‌الاسلام علی لرستانی

آگاه مسائل فرهنگی

پس از پیروزی انقلاب اسلامی، دشمنان جمهوری اسلامی ایران تمامی توان خود را برای مقابله با این حرکت عظیم تاریخی به میدان آوردند. از جنگ تحمیلی گرفته تا تحریم‌های همه‌جانبه، از تهدید نظامی تا فشارهای سیاسی و اقتصادی، هرآنچه در توان داشتند به کار بستند تا این ملت را به زانو درآورند و انقلاب را از مسیر خود منحرف سازند و بیشترین تلاش آنها در جنگ تحمیلی ۱۲ روزه رقم خورد اما نتیجه این تلاش‌ها، برخلاف خواست دشمن، چیزی جز شکست‌های پیاپی نبود.

تجربه سال‌ها تقابل به آنان آموخت که ایران، با فشار خارجی فرو نخواهد پاشید؛ زیرا ملتی که از درون قوی باشد، با هیچ هجمه‌ای از بیرون شکست نمی‌خورد.

پس از جنگ تحمیلی ۱۲ روزه راهبرد دشمن بیش از پیش تغییر کرد. آنان دریافتند که اگر قرار است نفوذی صورت گیرد، اگر استعمار و استحاله‌ای در کار باشد، باید از درون آغاز شود. کشوری که ستون‌های درونی‌اش مستحکم است، در برابر شدیدترین فشارهای خارجی نیز مقاوم خواهد ماند؛ اما اگر این ستون‌ها سست شود، حتی فشار اندک نیز می‌تواند اثرگذار باشد. بر همین اساس، دشمن تمرکز خود را بر تضعیف درونی جمهوری اسلامی ایران گذاشت؛ تضعیفی آرام، تدریجی و مبتنی بر عملیات روانی و رسانه‌ای گسترده و قوی. در این مسیر، جنگ تبلیغاتی به یکی از اصلی‌ترین ابزارهای دشمن تبدیل شد. با صرف هزینه‌های هنگفت، بهره‌گیری از شبکه‌های گسترده رسانه‌ای و استفاده از تکنیک‌های پیچیده اقناع افکار عمومی، تلاش شد تصویری بحرانی و فروپاشیده از ایران ارائه شود. مشکلات اقتصادی، که بخشی از آن ناشی از فشارهای خارجی و بخشی حاصل ضعف‌های مدیریتی است، به‌گونه‌ای بزرگ‌نمایی شد که گویی کشور در بحرانی بی‌سابقه گرفتار آمده است. هدف از این بزرگ‌نمایی، تضعیف روحیه مردم و ایجاد یأس و بی‌اعتمادی نسبت به آینده بود. دشمن برای پیشبرد این پروژه، از ابزارهای مشخص و حساب‌شده‌ای بهره می‌گیرد.

نخستین و شاید موثرترین ابزار، فضای مجازی است. شبکه‌های اجتماعی، اپلیکیشن‌ها و سایت‌های خبری به بستری برای شکل‌دهی به افکار عمومی تبدیل شده‌اند. در این فضا، واقعیت آن‌گونه که هست روایت نمی‌شود؛ بلکه حقیقت، گزینشی، ناقص یا وارونه به مخاطب عرضه می‌گردد. روایت‌های غلط با سرعتی بالا منتشر می‌شوند و پیش از آنکه فرصت تحلیل و بررسی فراهم شود، ذهن‌ها را تسخیر می‌کنند.

در برابر این هجمه، راهکاری جز «تبیین» وجود ندارد. تبیین صحیح، عالمانه و مبتنی بر اسلام ناب می‌تواند پرده از تحریف‌ها بردارد و واقعیت را شفاف و بی‌پیرایه در اختیار مردم قرار دهد. تبیین، صرفا واکنشی منفعلانه به روایت دشمن نیست، بلکه کنشی فعال و پیش‌دستانه است. در کنار آن، نخبگان، اندیشمندان و متخصصان حوزه رسانه باید مسئولیت خود را جدی بگیرند و روایت صحیح را پیش از گسترش روایت‌های غلط به جامعه ارائه دهند. در جنگ روایت‌ها، تاخیر، به معنای شکست است.

دومین ابزار دشمن، استفاده هدفمند از سلبریتی‌هاست. چهره‌هایی که در حوزه‌های مختلف، از هنر و ورزش گرفته تا فضای مجازی، به‌عنوان الگو به جامعه معرفی می‌شوند. دشمن می‌کوشد با بهره‌گیری از نفوذ اجتماعی این افراد، هویت اصیل اسلامی ـ ایرانی را تضعیف کند و به جای آن، هویتی مصرف‌گرا، سطحی و غرب‌زده را ترویج دهد. در این الگو، ارزش‌ها جای خود را به شهرت، لذت‌طلبی و فردگرایی افراطی می‌دهند.

در برابر این جریان، جامعه نیازمند بازتعریف مفهوم «الگو» است. سلبریتی واقعی، کسی نیست که صرفا دیده می‌شود، بلکه کسی است که مسیر درست زندگی را نشان می‌دهد. قهرمانان حقیقی این ملت، کسانی هستند که با ایمان، ایثار و مجاهدت، از عزت و استقلال کشور دفاع کرده‌اند. چهره‌هایی چون شهید حاج قاسم سلیمانی، نماد هویتی هستند که می‌تواند نسل جوان را در برابر تهاجم فرهنگی مصون سازد. هرگاه این الگوها در ذهن و دل جامعه تثبیت شوند، ابزار سلبریتی‌سازی دشمن کارایی خود را از دست خواهد داد.

سومین ابزار دشمن، نفوذی‌ها و افراد خودفروخته‌اند. کسانی که آگاهانه یا ناآگاهانه، در زمین دشمن بازی می‌کنند و با ایجاد التهاب، دامن زدن به شایعات، بزرگ‌نمایی مشکلات و ساختن حاشیه‌های بی‌اساس، فضای روانی جامعه را ملتهب می‌سازند. این جریان‌ها، با تولید روایت‌های دروغین، تلاش می‌کنند اعتماد عمومی را تضعیف کرده و مردم را نسبت به آینده ناامید سازند. مقابله با این تهدید، نیازمند هوشیاری دائمی و اقدام قاطع نهادهای مسئول است. نیروهای اطلاعاتی و امنیتی باید این عناصر را شناسایی کرده و با آنان برخورد قانونی و بازدارنده داشته باشند. هیچ فرد یا جریانی نباید اجازه داشته باشد با اقدامات خود، فشار بیشتری بر مردم تحمیل کند. مسئولان نیز وظیفه دارند با شفافیت، پاسخگویی و مدیریت صحیح، زمینه سوءاستفاده دشمن را از بین ببرند.

آنچه امروز در برابر ملت ایران قرار دارد، صرفا یک منازعه سیاسی یا اقتصادی نیست؛ بلکه نبردی عمیق و ریشه‌دار میان حق و باطل است. باطل، برای سلطه بر ملت‌ها، بهره‌کشی از منابع آنان و فروکاستن انسان به موجودی صرفا مادی، ناگزیر از مقابله با حق است و چون حق، بزرگ‌ترین مانع در برابر این سلطه است، باطل تمام توان خود را برای نابودی آن به کار می‌گیرد. امروز، تمامی حق در برابر تمامی باطل ایستاده است؛ ایستادگی‌ای که تنها به خود محدود نمی‌شود، بلکه به دیگر ملت‌ها نیز پیام مقاومت می‌دهد و چنانچه مقاومت کنیم، این وعده الهی است که پیروزی، با جبهه حق خواهد.

پیروزی در فهم درست ماهیت میدان

آشوب ذهنی
هدف پنهان جنگ رسانه‌ای



علیرضا احمدی قره زاغ

مدرس حوزه و دانشگاه پژوهشگر

کاربرد مکرر واژگان و استعاره‌های نظامی در بیانات رهبر انقلاب برای توصیف وضعیت رسانه ای امروز، یک انتخاب صرفا بلاغی یا احساسی نیست؛ بلکه نشانه‌ای روشن از دگرگونی ماهیت منازعه در جهان معاصر است. ما دیگر صرفا با رقابت رسانه‌ها یا اختلاف روایت‌ها مواجه نیستیم، بلکه در کانون یک جنگ سازمان‌یافته، چندلایه و هدفمند قرار داریم؛ جنگی که میدان آن ذهن انسان‌ها، ابزارش تصویر و روایت و هدف نهایی‌اش تغییر باور، تضعیف ایمان اجتماعی و فروپاشی ادراک مشترک است. پس از جنگ ۱۲روزه و تقویت گفتمان مقاومت در سطح منطقه‌ای، جبهه معارض نه‌تنها دچار عقب‌نشینی نشد، بلکه با آرایش تازه‌ای وارد میدان شد؛ آرایشی که از تقابل عینی فاصله گرفته و به جنگ ادراکی و شناختی متمایل شده است. در این میدان جدید، «باور» هدف نهایی است و «ابهام» مهم‌ترین سلاح.

از جنگ سخت تا پروژه آشوب ذهنی

مسئله اصلی جنگ رسانه‌ای، صرفا بمباران خبری، دروغ‌پردازی یا شایعه‌سازی نیست. آنچه امروز به‌صورت هدفمند دنبال می‌شود، پروژه تولید آشوب ذهنی است؛ وضعیتی که در آن، مخاطب دیگر قادر به تشخیص مرز میان خبر، تحلیل، واقعیت و جعل نیست. دشمن در این مرحله، کمتر به اقناع مستقیم می‌اندیشد و بیش از آن بر ایجاد «سرگردانی معرفتی» تمرکز می‌کند؛ سرگردانی‌ای که نتیجه‌اش نه الزاما تغییر صریح موضع سیاسی، بلکه فرسایش اعتماد عمومی، بی‌حسی اخلاقی، بی‌تفاوتی اجتماعی و کناره‌گیری از کنش فعال است.

هشدار رهبر انقلاب درباره قرار گرفتن کشور در «کانون جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای» دقیقا ناظر بر همین نقطه بحرانی است؛ نقطه‌ای که جامعه، پیش از آنکه در میدان واقعی دچار شکست شود، در فهم واقعیت دچار اختلال می‌شود. در چنین وضعیتی، با جامعه‌ای مواجه‌ایم که تحلیل ندارد، اما احساس دارد؛ واکنش نشان می‌دهد، اما جهت ندارد.

نبرد ایمان و تردید

در سطح الهیاتی، جنگ رسانه‌ای امتداد تاریخی نبرد حق و باطل است؛ با این تفاوت بنیادین که ابزار این نبرد دیگر تیغ و تفنگ نیست، بلکه روایت، تصویر و چارچوب‌بندی معناست. رسانه معارض در این لایه، به‌ندرت به انکار صریح ایمان دینی متوسل می‌شود؛ راهبرد موثرتر، فرسایش تدریجی اعتماد به کارآمدی ایمان است. القای ناکارآمدی مقاومت، طبیعی‌سازی سازش و بازنمایی دین به‌مثابه امری شخصی، غیرعقلانی و ناتوان از حضور در عرصه عمومی، بخشی از این عملیات نرم است. در برابر این فشار، ایمانی که صرفا احساسی، غیرتحلیلی و فاقد پشتوانه تبیینی باشد، توان ایستادگی نخواهد داشت. مصون‌سازی الهیاتی، نیازمند تبیینی هوشمندانه است که پیوند ایمان با عقلانیت، عدالت، تجربه تاریخی و واقعیت‌های میدانی را به زبانی متناسب با انسان معاصر بازخوانی کند. ایمان بدون تبیین، در برابر فشار رسانه‌ای، شکننده است.

دستکاری واقعیت، نه پنهان‌سازی آن

در لایه هستی‌شناختی، دشمن در پی پنهان کردن واقعیت نیست، بلکه به‌دنبال بازچینش آن است. رسانه‌های معارض با بهره‌گیری از تکنیک‌هایی چون برجسته‌سازی گزینشی، تکرار تصویرهای خاص، حذف زمینه‌ها و روایت‌های نیمه‌واقعی، جهانی موازی می‌سازند؛ جهانی که در آن، مقاومت مترادف بحران، امنیت مترادف خشونت و ایستادگی مترادف عقب‌ماندگی معنا می‌شود. وجه خطرناک این جهان موازی در آن است که کاملا دروغین نیست؛ بلکه از قطعات واقعی ساخته شده، اما با چینشی هدفمند. ازاین‌رو، پاسخ به این جنگ، صرفا تکذیب یک خبر یا اصلاح یک گزاره نیست، بلکه نیازمند تولید کلان روایت‌های منسجم و واقع‌نما است؛ روایت‌هایی که بتوانند تصویر کلی از جهان، مناسبات قدرت و جایگاه مقاومت را به‌درستی به مخاطب منتقل کنند.

دشمن چگونه اقناع می‌کند؟ لایه روش‌شناختی

در سطح روش‌شناختی، جبهه رسانه‌ای دشمن به خوبی منطق پلتفرم‌ها و زیست رسانه‌ای مخاطب را فهم کرده است. اقناع امروز، کمتر عقلانی ـ خطی و بیشتر احساسی، سریع، تصویری و شبکه‌ای است. ویدئوهای کوتاه، روایت‌های شخصی، طنزهای گزنده، برانگیختن خشم یا ترحم و تولید هیجان منفی، ابزارهای اصلی این نبردند. «ویروسی شدن» محتوا، نتیجه تصادف نیست؛ حاصل طراحی دقیق براساس الگوریتم‌هاست. در مقابل، بخش قابل‌توجهی از تولید محتوای خودی، همچنان اسیر منطق رسانه‌های کلاسیک است: طولانی، خطابه‌محور و بی‌اعتنا به منطق مصرف دیجیتال. این نابرابری روش‌شناختی، یکی از جدی‌ترین نقاط ضعف جبهه فرهنگی خودی محسوب می‌شود.

چرا استعاره نظامی؟

کاربرد استعاره نظامی از آن روست که رسانه امروز، تصمیم‌ساز است، نه صرفا اطلاع‌رسان. همان‌گونه که در جنگ واقعی، بی‌طرفی معنا ندارد، در جنگ رسانه‌ای نیز سکوت، تاخیر یا انفعال، عملا به نفع جبهه رقیب تمام می‌شود. این استعاره، همچنین بر ضرورت آرایش جبهه‌ای تاکید دارد؛ تقسیم نقش، فرماندهی فکری، هماهنگی پیام و هم‌افزایی میان کنشگران.

از پیام تا عملیات؛ راهکارهای عملیاتی

نخستین گام، عبور از واکنش محوری و حرکت به سوی طراحی عملیات روایی است. هر رویداد مهم باید از پیش دارای بسته روایتی باشد. دوم، تربیت کنشگران رسانه‌ای میدانی ضروری است؛ افرادی که هم به مبانی فکری مسلط‌اند و هم زبان پلتفرم‌ها را می‌شناسند. سوم، سرمایه‌گذاری بر روایت‌های انسانی، تجربه‌محور و زیسته مقاومت، بسیار اثرگذارتر از گزارش‌های رسمی است و نهایتا، نوآوری در ادبیات، شرط بقاست؛ زیرا اگر ادبیات متناسب با زمان تولید نشود، اندیشه – even اگر عمیق و اصیل باشد – در میدان جنگ روایت‌ها محو خواهد شد. این جنگ، بی‌صداست؛ اما آینده‌ساز است. پیروزی در آن، پیش از هر چیز، به فهم درست ماهیت میدان وابسته است.





سردار رادان، فرمانده کل انتظامی کشور:
هوشمندسازی ترافیک با مشارکت بخش خصوصی کلید خورد

پنج‌شنبـه/ ۲۷ آذر ۱۴۰۴/ شماره ۴۳۶



جهاد تبیین؛ از تشخیص صحنه تا طراحی ضربه در جنگ روایت‌ها
عملیات شناختی پیش‌دستانه



حسین انجدانی
پژوهشگر جنگ شناختی

اگر جنگ‌های کلاسیک بر تصرف سرزمین‌ها متمرکز بودند، جنگ‌های معاصر بر تصرف «معنا» و مهار «ادراک» استوارند و اگر در آن میدان‌ها، سقوط یک خاک نشانه شکست بود، در این میدان، فروپاشی معنا و اغتشاش ذهن، نشانه مغلوب‌شدن است. آنچه امروز رهبر انقلاب از آن به عنوان قرارگرفتن در «کانون یک جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای» یاد می‌کنند، ناظر به همین تغییر بنیادین در ماهیت نزاع است؛ نزاعی که بر سر «تفسیر واقعیت» و «جهت‌دهی به فهم جمعی» جریان دارد. در چنین میدانی، شکست یا پیروزی، نه در خط مقدم نظامی، بلکه در عمق ذهن‌ها و لایه‌های پنهان حافظه اجتماعی رقم می‌خورد.

پس از تحولات اخیر منطقه، آرایش رسانه‌ای دشمن دچار جهش کیفی شده است. جبهه دشمن، آرایش رسانه‌ای خود را از «اقناع منفعل» به «هجوم فعال» تغییر داده است. دیگر هدف صرفا قانع‌کردن مخاطب نیست؛ هدف، بازتعریف واقعیت است. در این جنگ، دشمن نمی‌کوشد بگوید چه چیزی درست است؛ بلکه می‌کوشد تعیین کند «چه چیزی واقعیت دارد.» از همین جاست که جنگ رسانه‌ای، ماهیتی هستی‌شناختی می‌یابد؛ چراکه رسانه دیگر ابزار اطلاع‌رسانی نیست، بلکه «سلاح تغییر هستی‌شناسی» انسان معاصر است و دیگر با یک جبهه رسانه‌ای کلاسیک مواجه نیستیم؛ بلکه با شبکه‌ای چندلایه، سیال و هوشمند روبه‌روییم که از رسانه‌های رسمی غربی آغاز می‌شود، در پلتفرم‌های دیجیتال امتداد می‌یابد و با استفاده از اینفلوئنسرهای اجاره‌ای، هنرمندان، نهادهای به‌ظاهر مدنی و حتی برخی صداهای بومی دگراندیش تکمیل می‌شود. این همان «جبهه وسیع دشمن» است؛ جبهه‌ای که کارویژه‌اش، نه اقناع عقل، بلکه فرسایش ایمان، اختلال در حافظه جمعی و فروپاشی انسجام معنایی جبهه مقاومت است. در چنین شرایطی، حقیقت اگر روایت نشود، مغلوب می‌شود و اگر ادبیات نداشته باشد، محو خواهد شد.

دشمن، در این میدان، مستقیما به سراغ «مبانی» آمده است. هدف حمله «معرفت دینی»، «هویت شیعی»، «منطق مقاومت» و «الهیات انقلاب» است. در این جنگ، دشمن دیگر به نفی صریح حقیقت بسنده نمی‌کند؛ بلکه با «بازروایت» واقعیت، حقیقت را از درون تهی می‌سازد. مقاومت، به‌جای آنکه کنش مشروع دفاعی معرفی شود، به مثابه خشونت تصویر می‌شود؛ قربانی، جای جلاد می‌نشیند و تاریخ، با تکنیک‌های روایی، وارونه بازسازی می‌شود. تحریف تاریخ مقاومت، وارونه نمایی مفاهیم جهاد و ظلم‌ستیزی و بازتعریف خشونت به نفع اشغالگر، اجزای یک پازل واحدند؛ پازلی که اگر به‌موقع شناخته نشود، افکار عمومی را به نفع دشمن چینش می‌کند و اگر به‌موقع مهار نشود، به اغتشاش ادراکی و سپس به انفعال اجتماعی می‌انجامد.

در برابر چنین آرایشی، جهاد تبیین، صرفا پاسخگویی واکنشی یا تولید محتوای انباشتی نیست؛ جهاد تبیین، «عملیات شناختی پیش‌دستانه» است. تبیین، اگر به بازگویی گزاره‌ها تقلیل یابد، دیر یا زود مغلوب سرعت و حجم عملیات دشمن خواهد شد. تبیین موثر، مستلزم شناخت دقیق آرایش دشمن، درک منطق عملیات او و سپس طراحی مهندسی‌شده پاسخ است؛ پاسخی که نه‌فقط به شبهه، بلکه به «ریشه شبهه‌سازی» حمله کند. خطای رایج در جبهه خودی آن است که جنگ رسانه‌ای را صرفا در سطح روش‌ها می‌بیند و از لایه‌های عمیق‌تر آن غفلت می‌کند. حال آنکه این جنگ، همزمان در سه سطح در حال وقوع است؛ در سطح الهیاتی، دشمن ایمان را به عنوان منبع معنا و مقاومت هدف گرفته است؛ در سطح هستی‌شناختی، واقعیت را نسبی و سیال جلوه می‌دهد تا هیچ حقیقت ثابتی باقی نماند و در سطح روش‌شناختی، با بهره‌گیری از الگوریتم‌ها، روان‌شناسی جمعی و تکنیک‌های اقناع نوین، ادراک توده‌ها را مهندسی می‌کند. ما با یک «نبرد تمام‌عیار شناختی» مواجه‌ایم، نه صرفا اختلاف روایت. گمان می‌کنیم با تکثیر پیام، می‌توان با جنگ روایت‌ها مقابله کرد؛ حال آنکه مسئله، کمیت پیام نیست، کیفیت «نظام معنا»ست. دشمن، معنا می‌سازد؛ ما نباید صرفا معنا را شرح دهیم، بلکه باید «معماری معنا» کنیم.

در چنین میدانی، بزرگ‌ترین سلاح جبهه انقلاب، «ادبیات» است؛ اما نه هر ادبیاتی. ادبیاتی که فاقد جذابیت، روایت و تخیل باشد، حتی اگر حق باشد، به حاشیه رانده می‌شود. اندیشه، اگر زبان مناسب نداشته باشد، محو می‌شود و این یک قاعده راهبردی در جنگ معناست. دشمن، پیش از آنکه موشک بسازد، «داستان» ساخته است؛ پیش از آنکه افکار عمومی را هدف بگیرد، احساسات را تسخیر کرده است. از این‌رو، جهاد تبیین، نیازمند بازآرایی جبهه انقلاب و «هم‌افزایی نهادی» است. حوزه و دانشگاه، اگر در جزایر جداگانه باقی بمانند؛ رسانه و هنر، اگر از اندیشه گسسته شوند؛ عملیات فرهنگی به سرانجام نخواهد رسید. جبهه انقلاب، باید از منطق «پاسخگویی پراکنده» عبور کرده و به سمت «طراحی عملیات فرهنگی منسجم» حرکت کند؛ عملیاتی که مبتنی بر شناخت ضعف‌های دشمن، شکاف‌های روایی او و ظرفیت‌های مغفول خودی باشد.

نکته بنیادین آن است که دشمن، به رغم هیمنه رسانه‌ای، در یک نقطه راهبردی آسیب‌پذیر است: او فاقد «معنای پایدار» است. روایت‌های غربی، اگرچه پرزرق‌وبرق‌اند، اما از درون تهی‌اند و همین خلأ معناست که می‌تواند به نقطه نفوذ جبهه تبیین بدل شود. جهاد تبیین «آفند روایی» است؛ عملیات فرهنگی پیش‌دستانه، دقیقا باید بر افشای این خلأ، برجسته‌سازی تناقض‌های درونی روایت دشمن و ارائه بدیل معنادار و انسانی از سوی جبهه مقاومت متمرکز شود.

بنابراین جهاد تبیین، صرفا وظیفه اصحاب رسانه نیست؛ بلکه یک تکلیف تمدنی است. همان‌گونه که در میدان نظامی، هر رزمنده جایگاه خود را می‌شناسد، در این میدان نیز هر صاحب قلم و بیان، هر معلم، هر هنرمند و هر کنشگر فرهنگی، بخشی از این آرایش است. ما مامور به نتیجه نیستیم، اما مامور به «طراحی درست تکلیف» هستیم؛ و در این جنگ، طراحی، خود بخشی از تکلیف است. اگر روایت بسازیم و معنا را بازپس بگیریم، حتی اگر مسیر طولانی باشد، کفه اراده جمعی به نفع جبهه حق سنگین خواهد شد. جهاد تبیین، یعنی بازپس‌گیری حقیقت از محاصره روایت‌ها و این، امروز خط مقدم نبرد ماست.

از غزه تا ایران؛ جهاد تبیین در معماری جنگ رسانه‌ای و بازطراحی عملیات فرهنگی مقاومت
جهاد تبیین به‌مثابه پدافند فعال شناختی

دکتر محمد سجاد شیرودی
استاد دانشگاه و پژوهشگر

تحولات پرشتاب غرب آسیا طی سال‌های اخیر، به‌ویژه از جنگ غزه تا جنگ تحمیلی ۱۲ روزه علیه جمهوری اسلامی ایران، نشان می‌دهد که منطق اصلی درگیری‌ها از سطح صرفا نظامی، به سطحی عمیق‌تر یعنی جنگ روایت‌ها و نبرد شناختی منتقل شده است. در جنگ غزه، برای نخستین بار پس از دهه‌ها، روایت رسمی غرب درباره «دفاع مشروع اسرائیل» با چالش جدی در افکار عمومی جهانی مواجه شد؛ تصاویر جنایات، کشتار غیرنظامیان و تخریب زیرساخت‌های حیاتی، امکان پوشاندن واقعیت را به‌طور کامل از دستگاه رسانه‌ای غرب سلب کرد، اما این شکست، نه به عقب‌نشینی دشمن، بلکه به بازآرایی آرایش رسانه‌ای او انجامید؛ گذار از تلاش برای «پنهان‌سازی واقعیت» به تلاش برای تغییر چارچوب فهم واقعیت. در همین چارچوب، غزه به آزمایشگاهی برای بازطراحی سازوکارهای جنگ شناختی تبدیل شد؛ سازوکارهایی که در گام بعد، در سطحی گسترده‌تر علیه ایران به کار گرفته شد. جنگ تحمیلی ۱۲ روزه، از این منظر، صرفا یک درگیری محدود نظامی نبود؛ بلکه اوج یک عملیات همزمان نظامی-رسانه‌ای-شناختی بود که از تجربه غزه درس آموخته و ارتقا یافته بود. در این دوره، دشمن تلاش کرد جمهوری اسلامی را در سطح ادراک جهانی به‌عنوان «کانون بی‌ثباتی منطقه» و در سطح افکار عمومی داخلی به‌عنوان «عامل ناامنی آینده» بازنمایی کند. رهبر انقلاب در همین زمینه تاکید کرده‌اند که جمهوری اسلامی امروز در «کانون یک جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای» قرار دارد و هدف اصلی این جنگ، «تغییر محاسبات و ذهنیت‌ها»ست، نه صرفا تاثیرگذاری مقطعی بر افکار عمومی در چنین وضعیتی، جهاد تبیین نه یک توصیه اخلاقی، بلکه یک راهبرد امنیتی-تمدنی برای صیانت از هویت، ثبات و آینده انقلاب اسلامی است.

تحلیل میدان: پیوستگی غزه و جنگ ۱۲ روزه در منطق جنگ رسانه‌ای

در جنگ غزه، فروپاشی تدریجی روایت‌های رسمی غرب، باعث شد مفاهیمی چون «دفاع مشروع»، «جنگ علیه ترور» و «امنیت اسرائیل» اعتبار پیشین خود را در افکار عمومی جهانی از دست بدهند، با این حال، دشمن با سه جابه‌جایی راهبردی، میدان را مدیریت کرد:

- انتقال مسئله از «جنایت» به «پیچیدگی منازعه»؛
- جایگزینی «مسئولیت حقوقی» با «ضرورت‌های امنیتی»؛
- برجسته‌سازی خطر گسترش ناامنی منطقه به‌جای تمرکز بر قربانیان.

این تغییر چارچوب‌ها موجب شد که به‌جای شکل‌گیری یک اجماع جهانی علیه رژیم صهیونیستی، نوعی ابهام اخلاقی در افکار عمومی شکل بگیرد. پروژه روایی دشمن، پس از غزه، از سطح «حمایت از اسرائیل» به سطحی بالاتر ارتقا یافت: بازنمایی ایران به‌عنوان منشأ ریشه‌ای بی‌ثباتی منطقه‌ای. در این چارچوب:

- حمایت ایران از مقاومت، «ماجراجویی ایدئولوژیک» معرفی شد؛
- قدرت موشکی و دفاعی ایران، «تهدید علیه صلح جهانی» تصویر شد؛

و نهایتا افکار عمومی برای پذیرش یک مواجهه سخت‌تر با ایران آماده شد.

این روند، زمینه را برای جنگ تحمیلی ۱۲ روزه فراهم کرد؛ جنگی که از ابتدا با «پیوست رسانه‌ای و شناختی» طراحی شده بود، نه صرفا با منطق نظامی کلاسیک. در جنگ ۱۲ روزه علیه ایران، سه لایه به‌طور هم‌زمان فعال شدند:

لایه نظامی: درگیری رأی ارسال پیام بازدارندگی معکوس؛

لایه رسانه‌ای: ایجاد موج خبری جهانی، برجسته‌سازی گزینشی وقایع و استفاده حداکثری از پلتفرم‌ها،

لایه شناختی: القای «آینده‌هراسی»، تشدید تردید نسبت به عقلانیت تصمیمات نظام و تلاش برای فرسایش اعتماد عمومی.

این هم‌افزایی نشان می‌دهد که دشمن، جنگ آینده را به معنای جنگ پراکنده یا جنگ منتشر در همه سطوح می‌فهمد؛ جنگی که مرز مشخصی میان جبهه و عقبه و میان رسانه و میدان نبرد باقی نمی‌گذارد.

هدف‌شناسی دشمن: از مقاومت فلسطین تا هویت انقلابی ایران

تحلیل پیوسته غزه و جنگ ۱۲ روزه علیه ایران، نشان می‌دهد که هدف دشمن، صرفا محدود به تضعیف یک بازیگر منطقه‌ای نیست؛ بلکه او به دنبال ضربه‌زدن به گفتمان مقاومت به‌عنوان یک الگوی بدیل نظم جهانی است. این هدف در مواجهه با ایران، سه بعد اساسی دارد:

گسست مردم-مقاومت: با القای این دوگانه که «هزینه مقاومت از سود امنیت بیشتر است»، دشمن می‌کوشد پیوند عاطفی-عقلانی مردم با مقاومت را تضعیف و آن را یک «بار اضافی بر دوش ملت» جلوه دهد.

تخریب عقلانیت راهبردی نظام: راهبرد دفاعی-بازدارنده جمهوری اسلامی تلاش می‌شود به‌عنوان مجموعه‌ای از تصمیمات احساسی، غیرمحاسبه‌شده و صرفا ایدئولوژیک معرفی شود؛ در حالی که بخش مهمی از این راهبرد، مبتنی بر اصول پذیرفته‌شده بازدارندگی نامتقارن در ادبیات امنیتی است.

تهی‌سازی مفاهیم و ادبیات انقلابی: مفاهیمی مانند جهاد، شهادت، استکبارستیزی و استقلال، در رسانه‌های دشمن به ابزار بحران‌سازی و عقب‌ماندگی تصویر می‌شوند. رهبر انقلاب بارها تاکید کرده‌اند که دشمن اولا مفاهیم را تحریف می‌کند و ثانیا میدان جنگ را از سطح جغرافیا به سطح معنا و ذهن منتقل می‌کند.

معماری دشمن: شبکه قدرت روایت در میدان پساغزه

دشمن در تجربه غزه آموخت که بدون اکوسیستم روایت، امکان مدیریت ادراک وجود ندارد. همین الگو، با دقت بیشتر، در جنگ ۱۲ روزه علیه ایران به کار گرفته شد. عناصر این معماری عبارتند از:

رسانه‌های جریان اصلی: تثبیت چارچوب کلی و تولید دستورکار؛

اندیشکده‌ها و نخبگان شبه‌مستقل: عقلانی‌سازی روایت و تولید زبان سیاست‌گذاری؛

شبکه‌های اجتماعی و اینفلوئنسرها: عاطفی‌سازی پیام و ایجاد هم‌ذات‌پنداری؛

پلتفرم‌ها و الگوریتم‌ها: تنظیم میدان دیده‌شدن و اولویت‌گذاری بر اساس منطق پلتفرمی.

این ترکیب، همان «جبهه وسیع دشمن» است که رهبر انقلاب از آن یاد می‌کنند؛ جبهه‌ای که رسانه، دانشگاه، سینما، فناوری و حتی سرگرمی را در یک کل منسجم به کار می‌گیرد.

جهاد تبیین؛ از واکنش پساغزه تا کنش پیش‌دستانه در جنگ ۱۲ روزه

تجربه پساغزه نشان داد که ضعف در روایت‌سازی و تولید ادبیات راهبردی مقاومت، می‌تواند دستاوردهای میدانی را در سطح افکار عمومی خنثی کند. جنگ ۱۲ روزه علیه ایران یک گام فراتر رفت و آشکار کرد که این ضعف، می‌تواند هزینه امنیتی مستقیم نیز ایجاد کند.

در این شرایط، جهاد تبیین باید:

از سطح دفاعی-واکنشی به سطح ابتکار در تعریف مسئله ارتقا یابد؛

از فعالیت‌های فردی پراکنده به سمت شبکه‌های ماموریت‌محور حرکت کند؛

و از تمرکز بر سرعت و حجم محتوا، به سمت عمق و انسجام معنا سوق یابد.

به تعبیر رهبر انقلاب، اگر «ادبیات مناسب» متناسب با میدان و نیاز زمان تولید نشود، اندیشه در معرض محو شدن قرار می‌گیرد؛ نه صرفا در سطح تئوری، بلکه در سطح حضور اجتماعی و سیاسی.

جمع‌بندی تحلیلی

برآیند تحولات از غزه تا جنگ تحمیلی ۱۲ روزه ایران، نشان می‌دهد:

ماهیت جنگ تغییر کرده است؛ نقطه ثقل نبرد، از خاک و جغرافیا به ذهن و ادراک منتقل شده است.

پیروزی بدون روایت، تثبیت نمی‌شود؛ حتی موفقیت‌های میدانی، اگر در قالب یک روایت منسجم و باورپذیر عرضه نشود، در سطح افکار عمومی پایدار نمی‌ماند.

جهاد تبیین یک ماموریت فرهنگی صرف نیست؛ بلکه بخشی از منظومه پدافند غیرعامل شناختی و امنیت ملی است؛ یعنی حفاظت فعال از ذهن و محاسبات جامعه در برابر دستکاری سازمان‌یافته.

بنابراین، جهاد تبیین در سطوح راهبردی باید به‌عنوان پدافند فعال شناختی بازتعریف شود؛ پدافندی که:

پیش‌دستانه است، نه صرفا پاسخگو؛

شبکه‌ای است، نه متکی به تک‌صداها؛

بر معماری معنا تمرکز دارد، نه صرفا تولید محتوا.

نتیجه‌گیری نهایی

اگر جهاد تبیین را به‌مثابه یک عملیات فرهنگی-راهبردی در نظر بگیریم، تحلیل از غزه تا جنگ ۱۲ روزه علیه ایران نشان می‌دهد که میدان نبرد امروز، پیش از هرچیز، میدان مهندسی معنا و مدیریت ادراک است. در این میدان، دشمن با تکیه بر شبکه‌ای از رسانه‌ها، اندیشکده‌ها، پلتفرم‌ها و نخبگان، تلاش می‌کند روایت انقلاب اسلامی را به حاشیه براند و بدیل‌های مسلط خود را بر ذهن‌ها حاکم سازد. پاسخ متناسب با این سطح از تهدید، تنها با تکثیر پیام حاصل نمی‌شود؛ بلکه نیازمند معماری روایت، شبکه‌سازی کنشگران و ارتقای جهاد تبیین به سطح سیاست عمومی و پدافند فعال‌شناختی است. اگر این بازتعریف به‌طور جدی دنبال شود، جنگ رسانه‌ای نه فقط تهدید، بلکه فرصتی برای جهانی‌سازی گفتمان مقاومت و بازتعریف معادلات قدرت در عصر شبکه‌ای خواهد بود.

تبیین رسانه‌ای به‌مثابه عملیات فرهنگی و دفاع ذهنی
آموزش تاریخ در بستر دیجیتال

نفیسه محمدی
آگاه مسائل فرهنگی

در عصر جنگ‌های ترکیبی، مرزهای امنیت صرفا به عرصه نظامی محدود نیستند و حفاظت از ذهن و ادراک جامعه به یکی از مولفه‌های اصلی امنیت ملی تبدیل و گسترش فناوری‌های دیجیتال و حضور فراگیر رسانه‌ها موجب شده است که تفاوت میان واقعیت و بازنمایی رسانه‌ای کمرنگ شود؛ در نتیجه، هر کاربر در معرض نبرد شناختی قرار دارد. در این زمینه، آموزش تاریخی در عصر دیجیتال علاوه بر ابزار آموزشی، یکی از راهکارهای اصلی برای استحکام هویت جمعی و گسترش مقاومت فرهنگی در برابر جریان‌های تحریف واقعیت است. آموزش تاریخ دیگر به معنی انتقال ساده رویدادهای گذشته نیست، بلکه نوعی سازوکار فرهنگی برای ایجاد آگاهی انتقادی، تقویت احساس تعلق و محافظت از حافظه تاریخی جامعه است. این رویکرد به افراد کمک می‌کند میان اطلاعات درست و محتوای تحریف شده تمایز قائل شوند. حافظه تاریخی، نقش پادزهر را در برابر عملیات روانی و شناختی ایفا می‌کند و به شهروندان امکان می‌دهد تداوم هویت فرهنگی خود را حفظ کنند.

ازاین‌رو، لازم است عملیات فرهنگی و اطلاع‌رسانی فعال با هدف بازسازی فضای ذهنی جامعه طراحی شود. مفهوم «جهاد تبیین» در همین چارچوب قرار دارد؛ اقدامی راهبردی برای مصون‌سازی جامعه پیش از تاثیرپذیری از تحریف‌ها. آموزش تاریخی دیجیتال یکی از ابزارهای محوری این عملیات است که با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین، مشارکت کاربران و روش‌های تعاملی، آگاهی انتقادی را تقویت کند. اجرای چنین طرحی ضمن مواجهه با روایت‌های مغرضانه، زمینه نهادینه‌سازی نوعی سواد تاریخی و رسانه‌ای پایدار را در سطح جامعه فراهم می‌آورد. بازآرایی میدان ادراک عمومی مستلزم همکاری نزدیک میان نهادهای آموزشی، پژوهشی و رسانه‌ای است. ترکیب دانش جامعه‌شناسی و تاریخ با ابزارهای فناورانه به بازتولید روایت‌هایی علمی، جذاب و قابل دسترسی می‌انجامد که مصونیت در برابر روایت‌های مخرب و سطحی را درپی دارد. مشارکت تاریخ‌پژوهان، معلمان، تولیدکنندگان محتوا و فعالان رسانه‌ای نیز، پیام‌های فرهنگی را از قالب رسمی خارج و زمینه اثرگذاری گسترده‌تری را فراهم می‌کند. این هم‌گرایی حرفه‌ای باعث انتقال دانش معتبر در قالبی مناسب برای نسل جوان و کاربران فضای مجازی می‌شود.

یکی از پیش‌نیازهای دفاع شناختی، توانایی جامعه در تحلیل و ارزیابی محتوای رسانه‌ای است. آموزش سواد رسانه‌ای به شهروندان کمک می‌کند تا مکانیزم‌های دستکاری اطلاعات را شناسایی کنند، با تکنیک‌های تحریک عاطفی آشنا شوند و در مقابل بازنمایی‌های ساختگی واکنش منطقی نشان دهند. درکنار آموزش نظری، طراحی دوره‌های تعاملی، بازی‌های دیجیتال و برنامه‌های آموزشی برخط می‌تواند این مهارت را در قالبی تجربی و جذاب گسترش دهد. چنین آموزش‌هایی موجب ارتقای قدرت تحلیل و حفظ استقلال فکری مخاطبان در فضای رسانه‌ای می‌شود. طراحی یک سامانه ملی آموزش تاریخ که شامل اسناد معتبر، تصاویر و ویدیوها و روایت‌های بازبینی‌شده باشد، امکان دسترسی آسان و مشارکت همگانی را فراهم می‌کند. فناوری‌هایی مانند واقعیت افزوده و واقعیت مجازی تجربه تاریخی را از حالت مطالعه منفعل به تجربه‌ای زیسته و تعاملی تبدیل می‌کنند؛ به‌گونه‌ای که یادگیری تاریخ به فرآیندی زنده بدل می‌شود.

ادغام فناوری دیجیتال با آموزش تاریخی به افراد امکان می‌دهد در شکل‌گیری حافظه جمعی نقش مستقیم داشته باشند. «یادمان‌های دیجیتال مردمی» با مشارکت کاربران در تولید و بازنشر محتواهای تاریخی شکل می‌گیرند و ازطریق آن، مفهوم تاریخ از روایت رسمی به تجربه اجتماعی تبدیل می‌شود. این نوع مشارکت هم به تقویت اعتماد عمومی نسبت به منابع معتبر کمک می‌کند و هم مقاومت ذهنی جامعه را در برابر جریان‌های تحریف‌گر بالا می‌برد. در نتیجه، فضای دیجیتال نه تنها تهدیدی برای هویت جمعی نیست، بلکه بستری برای بازسازی آن است.

پلتفرم‌های دیجیتال آموزشی زمانی موفق خواهند بود که نظام بازخورد و ارزیابی پویا داشته باشند. واکنش کاربران، تحلیل داده‌ها و تعاملات در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند ملاک ارزیابی اثربخشی پیام‌های تاریخی قرارگیرد. با رصد تحولات محتوایی و شناسایی به‌موقع تحریف‌ها، امکان پاسخ سریع و انتشار محتوای اصلاحی فراهم می‌شود. این فرآیند، آموزش تاریخی را از سطح نظری به ابزار عملی مدیریت بحران‌های شناختی ارتقا می‌دهد و قابلیت تصمیم‌گیری دقیق‌تر در سیاست‌گذاری فرهنگی را درپی دارد. اجرای موفق چنین طرحی نیازمند وحدت راهبردی میان نهادهای آموزشی، فرهنگی و رسانه‌ای است. هم‌افزایی ساختارهای رسمی با نهادهای مردمی و رسانه‌های مستقل، پیام تاریخی را گسترده‌تر و موثرتر به جامعه منتقل می‌کند.

در مجموع، آموزش تاریخ در بستر دیجیتال، محور مقاومت در برابر جنگ شناختی است. این نوع آموزش با تکیه بر فناوری، مشارکت مردمی و روایت‌سازی علمی، قادر است درک عمومی را نسبت به تاریخ و هویت ملی بازسازی کند. تقویت حافظه جمعی، افزایش ظرفیت تفکر انتقادی و ایجاد واکنش آگاهانه در پاسخ به تحریف‌ها از مهم‌ترین نتایج آن است. از این بعد، آموزش تاریخ هم فرآیند یادگیری، هم بخشی از راهبرد دفاع ملی است که هدفش حفاظت از حقیقت و ثبات ذهنی جامعه است. به مفهوم دقیق، در جنگ ترکیبی مدرن، نبرد نه‌تنها در زمین نظامی بلکه در لایه‌های شناختی و فرهنگی نیز جریان دارد. دشمن با بهره‌گیری از فضای رسانه‌ای و ابزارهای فناورانه درپی تغییر ادراک عمومی از واقعیت است. در مقابل، کشور باید از همان ابزارها برای بازسازی مرزهای ذهنی و تثبیت روایت ملی بهره گیرد. ترکیب آموزش تاریخی با فناوری‌های تعاملی، سواد رسانه‌ای بالا و انسجام نهادی، ساختار دفاع شناختی پایداری ایجاد می‌کند که جامعه را مقاوم می‌سازد. ازاین‌رو، آموزش تاریخی، سواد رسانه‌ای و جهاد تبیین سه ضلع اصلی معماری دفاع ذهنی به‌شمار می‌روند. نتیجه چنین راهبردی، تربیت نسلی هوشیار است که می‌تواند فضای رسانه‌ای را تحلیل کند، هویت تاریخی خود را حفظ کند و در برابر تحریف‌های دشمن واکنش فعال نشان دهد. دوام این راهبرد نیز در گرو برنامه‌ریزی هوشمند، هماهنگی نهادی و استفاده هدفمند از فناوری‌های دیجیتال است. در چنین چارچوبی، آموزش تاریخ نه یک فعالیت فرعی فرهنگی بلکه رکن بنیادین امنیت ملی و ابزار شکل‌دهی مقاومت شناختی در برابر جنگ‌های ترکیبی است.





هوشنگ بازوند، معاون وزیر راه:

با توسعه کریدور در مناطق محروم اشتغال‌زایی می‌کنیم

هدف‌شناسی دشمن در منازعات تمدنی

جنگ بر سر معنا



رضا واوسری

پژوهشگر معارف انقلاب اسلامی

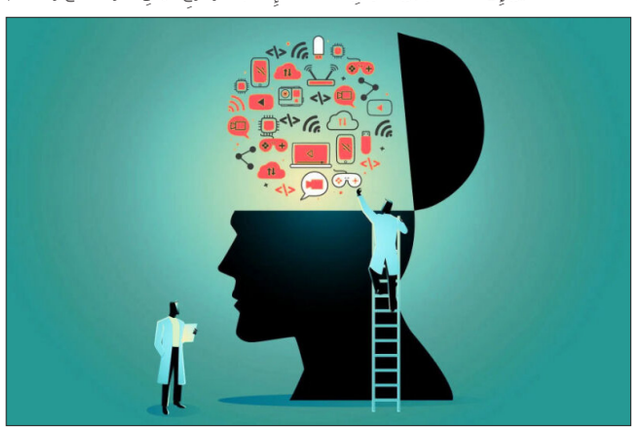
هدف‌شناسی دشمن در هر منازعه تمدنی، مقدمه ضروری طراحی راهبرد دفاع و پیشرفت است. انقلاب اسلامی از آغاز، نه صرفا یک جابه‌جایی قدرت سیاسی، بلکه یک «تحول معرفتی و هویتی» بوده است؛ ازاین رو طبیعی است که میدان اصلی تقابل، بیش و پیش از آنکه نظامی یا اقتصادی باشد، میدان «مبانی فکری و نظام معنایی» باشد. دشمنی که از مواجهه مستقیم با قدرت سخت جمهوری اسلامی ناتوان است، تمرکز خود را بر تخریب لایه‌های عمیق‌تری قرارداده است که روح و عقل جمعی انقلاب را می‌سازند؛ معارف اسلامی، هویت شیعی و منطق انقلابی. تهاجم به معارف اسلامی در قالب‌های متنوع تولید محتوا- از سریال و فیلم تا مقاله و خبر- واجد یک الگوی مشترک است: «گسست معنا از متن وحی.» در این رویکرد، مفاهیمی چون عدالت، جهاد، انتظار، ولایت و حتی عقلانیت دینی، از بستر قرآنی و سنتی خود جدا و به صورت گزینشی، تقلیل‌یافته یا وارونه بازنمایی می‌شوند. قرآن کریم به‌صراحت نسبت به چنین تحریف‌هایی هشدار داده است: «يُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ» (نساء، ۴۶). تحریف در اینجا لزوما جعل لفظ نیست، بلکه جابه‌جایی معنا و کارکرد مفاهیم است؛ همان کاری که در بسیاری از محصولات رسانه‌ای معاصر مشاهده می‌شود، وقتی جهاد به خشونت کور و مقاومت به افراط‌گرایی تقلیل داده می‌شود. در سطح هویت شیعی، هدف دشمن نه انکار آشکار تشیع، بلکه تهی‌سازی آن از کارکرد اجتماعی و سیاسی است. تشیع مطلوب گفتمان مسلط جهانی، تشیعی آیینی، منزوی و فاقد ظرفیت کنش تاریخی است. این در حالی است که در منطق قرآن، ایمان بدون کنش اجتماعی بی‌معناست: «الَّذِينَ إِنْ مَكَّنَّاهُمْ فِي الْأَرْضِ أَقَامُوا الصَّلَاةَ وَ آتَوُا الزَّكَاةَ وَ أَمَرُوا بِالْمَعْرُوفِ وَ نَهَوْا عَنِ الْمُنْكَرِ» (حج،۴۱). تشیع علوی و حسینی، بر اساس همین منطق، همواره با مسئولیت تاریخی، عدالت‌خواهی و ایستادگی در برابر طاغوت تعریف شده است. روایت مشهور امام حسین(ع) که فرمود: «إِنَّمَا خَرَجْتُ لِطَلَبِ الْإِصْلَاحِ فِي أُمَّةِ جَدِّي» دقیقا نشان می‌دهد که قیام، امری معرفتی و اخلاقی است پیش از آنکه نظامی باشد.

در همین چارچوب، حمله به «منطق انقلابی» با القای دوگانه‌های کاذب صورت می‌گیرد؛ عقلانیت در برابر انقلابی‌گری، پیشرفت در برابر مقاومت و رفاه در برابر عدالت. حال آنکه قرآن کریم، عقلانیت را در پیوند با ایستادگی در برابر ظلم تعریف می‌کند: «لَا تَرْكَنُوا إِلَى الَّذِينَ ظَلَمُوا فَتَمَسَّكُمُ النَّارُ» (هود، ۱۱۳). عقل منفصل از عدالت، در منطق وحی، عقل نیست، بلکه ابزاری در خدمت سلطه است. ازاین رو، تلاش برای تصویرسازی از انقلاب اسلامی به عنوان حرکتی احساسی و غیرعقلانی، تلاشی آگاهانه برای قطع پیوند میان عقل، ایمان و مقاومت است.

این راهبرد در موضوع «قیام فلسطین» به‌صورت برجسته‌تری بروز می‌یابد. جنگ امروز، بیش از آنکه جنگ موشک و تانک باشد، جنگ روایت‌هاست. دشمن می‌کوشد با تحریف تاریخ، جای ظالم و مظلوم را جابه‌جا کند؛ اشغالگری ساختاری را به «دفاع مشروع» و مقاومت مردمی را به «تروریسم» بدل سازد. قرآن کریم این جابه‌جایی مفهومی را یکی از شگردهای همیشگی جبهه باطل می‌داند: «وَ قالَ الَّذينَ كَفَرُوا لِلَّذينَ آمَنُوا اتَّبِعُوا سَبيلَنا وَ لْنَحْمِلْ خَطاياكُمْ» (عنکبوت، ۱۲). پیشنهاد تحریف‌شده «صلح»، «عادی‌سازی» و «همزیستی» بدون رفع ریشه ظلم، در واقع دعوت به پذیرش نظام ستم است.

در برابر این جنگ روایتی، مقاومت فلسطین صرفا یک واکنش نظامی نیست، بلکه تداوم یک منطق قرآنی است که اجازه سکوت در برابر ظلم را نمی‌دهد: «وَ ما لَكُمْ لا تُقاتِلُونَ فِي سَبيلِ اللَّهِ وَ الْمُسْتَضْعَفينَ» (نساء، ۷۵). سکوت در برابر اشغال، در این منطق، نه بی‌طرفی، بلکه همراهی با ظلم است. از همین‌روست که دشمن، به‌جای مواجهه مستقیم با این منطق، می‌کوشد آن را از درون تهی کند؛ با سیاه‌نمایی مقاومت، برجسته‌سازی خطاهای جزیی و حذف زمینه‌های تاریخی اشغال.

در نهایت، آنچه این تهاجم فکری را خطرناک می‌سازد، پراکندگی و انباشت تدریجی آن است. هر خبر، هر سریال و هر مقاله به‌تنهایی ممکن است بی‌اهمیت جلوه کند، اما در مجموع، شبکه‌ای معنایی می‌سازد که به‌تدریج «حس تشخیص» را تضعیف می‌کند. امیرالمومنین(ع) در نهج‌البلاغه هشدار می‌دهد: «إِنَّمَا بَدْءُ وُقُوعِ الْفِتَنِ أَهْوَاءٌ تُتَّبَعُ وَ أَحْكَامٌ تُبْتَدَعُ». فتنه از آنجا آغاز می‌شود که معیارها جابه‌جا شوند و انسان، بی‌آنکه متوجه باشد، باطل را در لباس حق بپذیرد.



ازاین رو، مواجهه با تهاجم به مبانی فکری انقلاب، پیش از هر چیز، نیازمند بازسازی آگاهانه روایت اصیل اسلامی و انقلابی است؛ روایتی متکی بر قرآن، سنت معتبر و عقلانیت تاریخی. تنها در این صورت است که جامعه می‌تواند در جنگ روایت‌ها، نه در موضع دفاع منفعل، بلکه در جایگاه کنشگر آگاه و اثرگذار ظاهر شود.

معماری مقابله در میدان نبرد شناختی

فرمان آرایش جنگی



سعید سپاهی

تحلیلگر امنیت شناختی

«امروز ما... در کانون یک درگیری تبلیغاتی و رسانه‌ای هستیم»؛ این تعبیر دقیق رهبر انقلاب در دیدار با مداحان (۱۴۰۴/۰۹/۲۰)، یک خبر نیست، بلکه یک «اعلام وضعیت جنگی» در میدان نبرد ادراک است. ایشان با صراحت از یک «جبهه وسیع» سخن می‌گویند که با مرکزیت آمریکا و با استفاده از تمام ابزارها، از هالیوود تا مزدوران بی‌وطن، یک هدف را دنبال می‌کند: «باید دل‌ها را تغییر بدهد، باید مغزها و فکرها را عوض کند» (۱۴۰۴/۰۹/۲۰).

این یعنی دشمن پس از شکست در میدان‌های سخت نظامی و اقتصادی، تمام توان خود را در جبهه جنگ نرم متمرکز کرده و نبرد را به یک جنگ هویتی تمام‌عیار تبدیل کرده است. در برابر چنین تهاجم همه‌جانبه‌ای، دیگر نمی‌توان با رویکردهای پراکنده، پدافندی و انفعالی عمل کرد. ما نیازمند یک «معماری مقابله» و یک «آرایش جنگی» هوشمند هستیم؛ آرایشی که نه تنها حملات دشمن را دفع کند، بلکه نقاط ضعف او را هدف گرفته و او را در زمین خودش به چالش بکشد.

تمام این آرایش تهاجمی نیازمند «مهمات» است. مهمات ما در این نبرد، «ادبیات» است. همان‌طور که رهبری فرمودند: «اگر یک «فکری» وجود داشته باشد و «ادبیات» متناسب با آن فکر وجود نداشته باشد، آن فکر می‌میرد.»

اولین اصل در هر آرایش جنگی، شناخت دقیق میدان و هدف دشمن است. رهبر انقلاب در همان دیدار، هدف اصلی دشمن را اینگونه تبیین می‌کنند: «محو کردن آثار مشعشع مفاهیم انقلابی» (۱۴۰۴/۰۹/۲۰). این یعنی جنگ، یک جنگ سیاسی صرف نیست؛ یک جنگ هویتی است. سبیل اصلی، نه دولت، که «معارف اسلامی، معارف شیعی و معارف انقلابی» است (۱۴۰۴/۰۹/۲۰). دشمن فهمیده است تا زمانی که این سنگرهای معنایی پابرجا هستند، تهاجم نظامی و فشار اقتصادی، راه به جایی نخواهد برد. بنابراین، تمام امپراتوری رسانه‌ای خود را برای بی‌اعتبارکردن این مبانی، تحریف تاریخ و ایجاد شبهه در باورهای نسل جوان بسیج کرده است. شناخت این هدف، به ما کمک می‌کند تا آرایش دفاعی و تهاجمی خود را دقیقا در همین نقاط متمرکز کنیم.

تاکنون، بخش بزرگی از فعالیت رسانه‌ای ما، «پدافندی» و واکنشی بوده است؛ یعنی منتظر مانده‌ایم تا دشمن شبهه‌ای را مطرح کند و سپس ما به دنبال پاسخ و تکذیب آن بوده‌ایم. این استراتژی، ما را همیشه در موضع تدافعی و خستگی نگه می‌دارد. فرمان رهبر انقلاب در همان دیدار، یک تغییر پارادایم راهبردی است: «در مواجهه با دشمن، به دفاع از آنچه او شبهه‌آفرینی می‌کند اکتفا نکنید... دشمن نقطه ضعف زیاد دارد؛ آن نقطه ضعف‌ها را هدف قرار بدهید، به آنها هجوم بیاورید.» (۱۴۰۴/۰۹/۲۰)

این «دکترین تهاجمی»، قلب معماری جدید مقابله ماست و باید در سه لایه عملیاتی شود. لایه اول، تهاجم به مبانی فکری است؛ یعنی به جای پاسخ به شبهات روزمره، باید با تولید محتوای عمیق و هنرمندانه، بنیان‌های فکری تمدن غرب (اومانیسم، لیبرالیسم، سکولاریسم) را به چالش کشید و پوچی و تضادهای درونی آن را برای نسل جوان خودمان و حتی برای افکار عمومی جهان آشکار ساخت. لایه دوم، تهاجم به کارنامه عملی دشمن است؛ باید به صورت مستمر و با استفاده از تمام ابزارهای رسانه‌ای، کارنامه سیاه دشمن در حوزه حقوق بشر، دموکراسی، جنگ‌افروزی و استعمار را روایت کرد. باید داستان جنایات آنها را آنقدر تکرار کرد که دیگر نتوانند با نقاب «مدافع آزادی» به میدان بیایند و لایه سوم، تهاجم به شکاف‌های داخلی آنهاست؛ جبهه دشمن، یک جبهه یکپارچه نیست؛ مملو از شکاف‌های سیاسی، اجتماعی و نژادی است. وظیفه رسانه‌های ما، شناسایی، بزرگ‌نمایی و عمق‌بخشی به همین شکاف‌هاست تا انرژی دشمن، صرف مهار بحران‌های داخلی خودش شود.

تمام این آرایش تهاجمی، نیازمند «مهمات» است. مهمات ما در این نبرد، «ادبیات» است. همانطور که رهبری فرمودند، «اگر یک «فکری» وجود داشته باشد و «ادبیات» متناسب با آن فکر وجود نداشته باشد، آن فکر می‌میرد.» (۱۴۰۴/۰۹/۲۰) ما باید با تمام توان، به تولید «ادبیات مقاومت» در تمام قالب‌های ممکن روی بیاوریم. این یعنی هیات‌ها، به تعبیر ایشان، باید به «پایگاه ادبیات مقاومت» تبدیل شوند. (۱۴۰۴/۰۹/۲۰) سینما، تئاتر، رمان، موسیقی و هنرهای تجسمی ما باید زبان گویای این ادبیات باشند. تاثیر یک «نوحه خوش‌ساخت خوش‌مضمون» یا یک فیلم سینمایی قدرتمند، به تعبیر ایشان، گاهی از صدها ساعت سخنرانی استدلالی بیشتر و ماندگارتر است. (۱۴۰۴/۰۹/۲۰) این تولید ادبیات، صرفا یک کار فرهنگی نیست؛ بلکه بخشی از همان آرایش جنگی است که باید «به سمتی برود که دشمن درست همان سمت را هدف قرارداده» است. (۱۴۰۴/۰۹/۲۰)

ما در میانه یک جنگ تمام‌عیار هستیم. پیروزی در این نبرد، نیازمند کنارگذاشتن کارهای جزیره‌ای، پراکنده و انفعالی است. باید یک «فرماندهی واحد فرهنگی»، آرایش جنگی جبهه خودی را متناسب با آرایش دشمن طراحی کند. باید وظیفه هرنهاد (حوزه، دانشگاه، صدا و سیما، هنرمندان) در این آرایش مشخص شود. باید از لاک دفاعی خارج شد و با شجاعت، به قلب دشمن هجوم آورد. جنگ امروز، جنگ بر سر «حقیقت» نیست؛ جنگ بر سر «باور مردم» است و این فرمان، نقشه راه پیروزی در این نبرد سرنوشت‌ساز است.

چگونه عملیات رسانه‌ای دشمن را خنثی کنیم؟

نفوذناپذیری رسانه‌ای



محمد عرفان‌خانی

آگاه مسائل فرهنگی

ملت ایران قبل از وقوع انقلاب اسلامی، بارها شاهد هجوم نظامی دشمنان خارجی بودند و در این مقاطع حساس، فرازو نشیب‌های زیادی را پشت سر گذاشتند. در دوره انقلاب اسلامی اگرچه به پشتوانه مقاومت حاکمیت مرکزی، از تعدد حملات نظامی کاسته شد اما دشمن همچنان دست از تحرک نظامی برنمی‌داشت و با توانی مضاعف به دنبال تصرف خاک ایران بود. تسلط کامل بر ثروت ملی ایران از نخستین روز ورود جریان استعمار، مهم‌ترین خواسته دشمن بود و ایستادگی انقلاب اسلامی در برابر این سلطه‌جویی، جبهه دشمن را به دلهره انداخته بود. دشمن در سال‌های اولیه پیروزی انقلاب، همواره در پی تکرار و تشدید این تحرکات نظامی بود و تا مدت‌ها به همین راهبرد پایبند ماند. اما در سال‌های بعدی، تسلیم‌ناپذیری توأمان دولت و ملت ایران، دشمن را از ادامه این مسیر مأیوس کرد. شکست پروژه تصرف خاک ایران در جریان جنگ هشت ساله، دشمن را به این باور رساند که تحرک نظامی علیه ایران، نتیجه‌ای جز ائتلاف نیروی جبهه خودی و تقویت روحیه ایستادگی جبهه مقابل نخواهد داشت. پیرو همین تحلیل، توجه دشمن در سال‌های متمادی انقلاب بیش از هر چیز، معطوف به تهاجم رسانه‌ای علیه ایران شد. دشمن به خوبی فهمیده بود که در صورت تداوم همراهی مردم با حاکمیت، در رویارویی نظامی نیز شانسی برای پیروزی نخواهد داشت و برای تسلیم ایران، ملزم به ایجاد شکاف عمیق میان دولت و ملت ایران است تا از این طریق، حمایت فضای عمومی را جلب کرده و در سایه همراهی مردم، موفق به تسخیر نظامی ایران شود. سناریویی که دشمن در جنگ ۱۲ روزه، انتظار وقوع آن را می‌کشید اما این بار هم ناکام بود. مردم ایران نه تنها در تهاجم نظامی علیه حاکمیت مرکزی با دشمن هم مسیر نشدند بلکه متحد و یکپارچه مقابل او ایستادند. با این حال دشمن، همچنان بر تداوم تبلیغات رسانه‌ای اصرار می‌ورزد و امید دارد که با تسخیر فکر و ذهن ایرانیان، آنها را مجاب به تبعیت از خود کند. همانطور که رهبر انقلاب فرمودند: «ما در کانون یک درگیری تبلیغاتی و رسانه‌ای هستیم، با یک جبهه وسیع. تصرف این ملک به عملیات نظامی میسر نبود و به فشار اقتصادی محقق نشد. امروز فقط و فقط امید به یک جنگ فکری و معنوی است. فشار نرم برای شکستن مقاومت ملی و مجبورسازی ملت به تسلیم.»

در چنین شرایط حساسی، تغییر آرایش رسانه‌ای و مقابله با نفوذ رسانه‌ای دشمن، به امری حیاتی تبدیل شده است. نیروهای جبهه انقلاب برای خنثی‌سازی عملیات رسانه‌ای دشمن، مکلف به پیگیری دو راهبرد اساسی هستند:

۱. افشای ذات خبیث دشمن

دشمن در فضای رسانه، سعی وافری بر تطهیر جنایات خود دارد و هر جنایتی را تلاش برای تحقق صلح و آزادی معرفی می‌کند.

همانطور که برای مشروع نمایی حملات نظامی خود به عراق و افغانستان، این کشورها را محور شرارت نامید و این حملات نظامی را برای حفظ ثبات و امنیت جهان ضروری دانست یا وقتی به نسل‌کشی مردم مظلوم غزه پرداخت، از این جنایت انکارناپذیر در قالب مبارزه با تروریسم تجلیل کرد و این اقدام را تنها راه نابودی گروهک تروریستی و مخرب حماس معرفی کرد. تمام اینها در حالی است که بر اساس شواهد متعدد تاریخی؛ خود دشمن بزرگ‌ترین مانع بازگشت صلح و امنیت به منطقه است. این خود دشمن بود که با اشغال فلسطین، جنگ و جنایت را آغاز کرد و با سگ‌هاری همچون اسرائیل، به جنایت گسترده علیه مردم منطقه پرداخت. جنگ‌های بزرگ منطقه از جمله جنگ‌های اسرائیل در سال‌های ۱۹۴۸، ۱۹۵۶، ۱۹۶۷ و ۱۹۷۳ میلادی با اعراب، از همان نقطه شروع شد. اکنون که دشمن بار دیگر سعی در تطهیر خشونت دارد و تحرکات نظامی اخیر خود را صلح‌طلبی قدرت می‌نامد، باید با استناد به شواهد تاریخی فوق، ذات خبیث دشمن را افشا کرده و این توطئه رسانه‌ای را در نطفه خفه کرد.

اکنون که دشمن بار دیگر سعی در تطهیر خشونت دارد و تحرکات نظامی اخیر خود را صلح‌طلبی قدرت می‌نامد، باید با استناد به شواهد تاریخی فوق، ذات خبیث دشمن را افشا کرده و این توطئه رسانه‌ای را در نطفه خفه کرد

۲. افشای نقاط ضعف جبهه دشمن

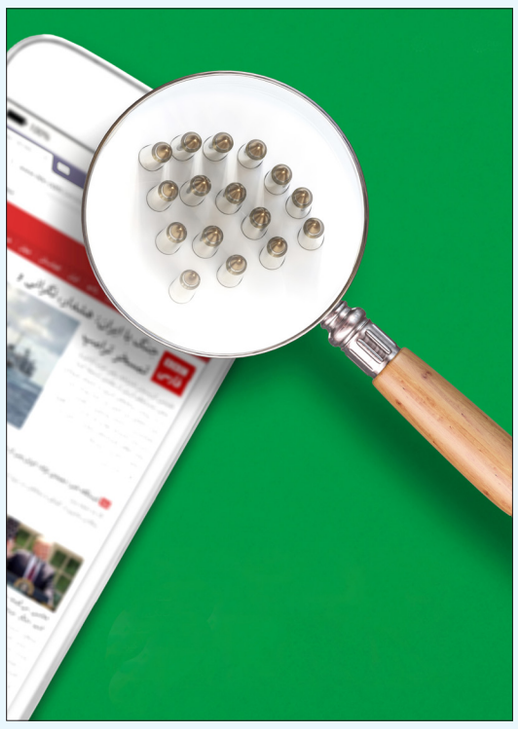
آمریکا و اسرائیل در شرایطی به بزرگ‌نمایی مشکلات داخلی کشور می‌پردازند که خود آنها بیش از ایران، به این مشکلات مبتلا هستند. نتانیاهو در حالی کمبود آب ایران را به باد سخره می‌گیرد که به اعتراف تلویزیون خود اسرائیل، مردم این کشور به آب آشامیدنی دسترسی نداشته و فعلا چاره‌ای جز تصفیه آب از طریق جوشاندن آن ندارند. باید با افشای این نقاط ضعف فاحش، جبهه رسانه‌ای دشمن را در موضع ضعف قرارداد تا دیگر نتواند از طریق بزرگ‌نمایی مشکلات داخلی کشور به افکار عمومی ایران نفوذ کرده و خود را منجی مردم معرفی کند. اگر همه به این واقعیت پی ببرند دشمن بیش از خود ما، گرفتار نقاط ضعف است، دشمن چگونه می‌خواهد خود را منجی معرفی کند وقتی خودش نیازشدیدتری به منجی دارد؟

آغاز مسیر پیروزی در جنگ روایت‌ها

اتحاد را صادر کنیم!

حجت الاسلام حامد بلالی پزوه

آگاه مسائل اندیشه



یکی از بدیهیات اندیشه سیاسی و اجتماعی اسلام آن است که پیروزی بر دشمن بدون اتحاد، امری ناممکن است. مقام رهبری نیز بعد از جنگ ۱۲ روزه، بر این امر تاکید ویژه داشتند. این اصل، صرفا ناظر به میدان‌های سنتی نبرد، جغرافیای خاک و درگیری‌های فیزیکی نیست، بلکه در عصر جدید، به صورت جدی به عرصه‌ای دیگر منتقل شده است؛ فضای مجازی و زیست‌بوم داده. فضایی که امروز محل شکل‌گیری افکار عمومی، هویت‌های فردی و جمعی و تصمیم‌های کلان اجتماعی است و غفلت از آن، به‌معنای واگذاری بدون جنگ یکی از اصلی‌ترین ابزارهای نبرد نوین به دشمن به شمار می‌رود.

در جنگ امروز، دشمن صرفا به دنبال اقناع مخاطب نیست، بلکه هدف اصلی او استیلا بر ذهن، ذائقه و نظام ادراکی جوامع است. سلاح این جنگ شناختی عبارت است از روایت، الگوریتم و داده (از اطلاعات رفتاری و الگوهای مصرف گرفته تا داده‌های مکانی، ارتباطی و شناختی). در این میدان، پلتفرم‌های آمریکایی و غربی نظیر اینستاگرام، توییتر و دیگر شبکه‌های مشابه، نه ابزارهای خنثی ارتباطی، بلکه بازوهای سلاح به دست نظام سلطه محسوب می‌شوند؛ چراکه مالکیت، سیاست‌گذاری، معماری فنی و مهندسی فرهنگی این سکوها، به‌طور کامل در اختیار ساختار قدرت غربی است.

در چنین شرایطی، اتحاد مسلمین دیگر نمی‌تواند صرفا به بستر فیزیکی، همدلی قلبی یا بیانیه‌های سیاسی محدود بماند. اتحاد واقعی در عصر دیجیتال، مستلزم «هم‌پلتفرمی» است؛ یعنی حضور مشترک، سازمان‌یافته و هدفمند در بسترهایی که قواعد آنها توسط دشمن نوشته نشده باشد. استفاده گسترده از سکویی که به‌صورت ساختاری فرهنگ دشمن را بازتولید می‌کند و همزمان داده‌های حیاتی کاربران مسلمان را ذخیره و تحلیل می‌کند، آشکارا با مفهوم مقاومت و استقلال در تعارض است.

در این نقطه، نقش جمهوری اسلامی ایران به عنوان مبدأ مقاومت و یکی از کشورهای برخوردار از تجربه تحریم، فشار حداکثری و جنگ ترکیبی برجسته می‌شود. نخبگان ایران در این سال‌ها دریافته‌اند که بدون استقلال در زیرساخت‌های دیجیتال، استقلال سیاسی و فرهنگی نیز در معرض تهدید دائمی قرار دارد. تکمیل شبکه ملی اطلاعات- به عنوان زیرساخت بومی انتقال، ذخیره و پردازش داده- شرط لازم این استقلال است.

این مسیر، دو الزام اساسی دارد: نخست، کنارگذاشتن تدریجی کالاها و خدمات دیجیتال صهیونیستی و آمریکایی در داخل کشور یا حداقل، قانونمندسازی و اعمال حکمرانی بر آنها. دوم، حمایت هوشمند و مستمر از پلتفرم‌های بومی به منظور رسیدن آنها به یک مقیاس اثرگذار. بدیهی است که هرچه تعداد کاربران یک سکو افزایش یابد، قدرت روایت‌سازی و جریان‌سازی آن نیز فزونی می‌گیرد.

پس از تثبیت در داخل، نوبت به صادرات رسانه‌ای و پلتفرمی می‌رسد؛ یعنی عرضه سکوهای بومی به کشورهای منطقه، مسلمانان، جبهه مقاومت و در نهایت، کل جهان. این اقدام، به طور همزمان دارای سه بعد اساسی است: فرهنگی، زیرا روایت بدیل و مستقل ارائه می‌دهد؛ اقتصادی، زیرا بازار مشترک و زنجیره منطقه‌ای ایجاد می‌کند و امنیتی، زیرا داده‌ها را از چنگال دشمن خارج می‌سازد.

خداوند در آیه ۶۵ سوره توبه می‌فرماید حتی اگر از شما ۱۰۰ نفر استوار باشند، بر ۱۰۰۰ نفر غلبه پیدا می‌کنند. این آیه، به توازن نسبی توان اشاره دارد؛ گویی می‌خواهد بگوید برای پیروزی، دست‌کم یک دهم دشمن ابزار و نفرات آماده کنید. اگر بتوانیم این قاعده را به جنگ پلتفرمی تعمیم دهیم، بدین معناست که اگر دشمن سکویی با پنج میلیارد کاربر در اختیار دارد، ما نیز باید حداقل به یک دهم آن، یعنی سکویی با ۵۰۰ میلیون کاربر بیندیشیم. امروز، هرچند سکویی با حدود ۱۰۰ میلیون کاربر در اختیار داریم، اما این نه نقطه پایان، بلکه آغاز مسیر خودکفایی و پیروزی در جنگ روایت‌هاست.

این مسیر، نیازمند برنامه‌ریزی دقیق، حمایت حاکمیتی، اقناع اجتماعی و یک مهاجرت دیجیتال است. اتحاد در فضای مجازی، شرط لازم پیروزی در میدان نبرد نوین است؛ میدانی که اگر در آن غایب باشیم، قافیه را حتی در میدان‌های دیگر باخته و کارمان ساخته است و البته؛ اگر قصد حمله به گفتمان منحط غرب و نجات جهانیان از چنگ استعمار فکری مستکبرین را داریم، غفلت از آن قطعا مانع تحقق هدفمان خواهد بود.



عراقچی، وزیر امور خارجه:
ایران پیامی به آمریکا ارسال نکرده است

بازتعریف ساختار نظام و آرایش رسانه‌ای تبلیغی
تحول برای جهش

عماد خورشید طلب
آگاه مسائل فرهنگی

واقعیت این است که در طول چند دهه اخیر، به‌ویژه دو دهه گذشته، فناوری‌های جدید ارتباطی و رسانه‌ای با سرعتی بسیار بالا در جهان به وجود آمده‌اند. کشور ما نیز از این قاعده مستثنا نبوده و این فناوری‌ها به داخل کشور وارد شده‌اند. مسئولان مربوطه در هر دوره زمانی سیاست‌هایی را در قبال این ابزارهای جدید اتخاذ کرده‌اند، ساختارهایی را تاسیس کرده‌اند و برنامه‌ها و قوانینی در مجلس تصویب شده است. این نکته قابل انکار نیست، اما مسئله اصلی این است که این تصمیمات، ساختارها و قوانین به صورت انباشتی و خطی نسبت به هریک از فناوری‌های نوین اتخاذ شده‌اند.

امروز ما با پدیده همگرایی مواجه هستیم. چه بخواهیم و چه نخواهیم، چه بپسندیم و چه نپسندیم، فناوری‌های رسانه‌ای از صنعت چاپ گرفته تا استفاده از ظرفیت‌های هوش مصنوعی برای تولید محتوای رسانه‌ای همگرا شده‌اند. پدیده همگرایی نشان می‌دهد که رسانه‌های جمعی، رسانه‌های اجتماعی، بازی‌های ویدیویی، تابلوهای شهری، تبلیغات محیطی و انواع ویکی‌ها، فروم‌ها، پادکست‌ها و... همگی در یک الگوی همگرا فعالیت می‌کنند؛ بنابراین، نمی‌توانیم آن خرده بازخوردهای قانونی یا ساختاری را که به‌صورت انباشتی و خطی انجام شده‌اند کافی بدانیم. امروز به یک نظام رسانه‌ای نوین در کشور نیاز داریم؛ یک نظام رسانه‌ای تحول‌آفرین که متناسب با شرایط جدید جامعه و جهان باشد. باید به آن اضافات و تغییراتی که در ادوار مختلف ایجاد کرده‌ایم توجه کنیم. این مانند چرخ یک ماشین است که برای حفظ تعادل، مدام به آن فلزاتی در چپ و راست اضافه کرده‌ایم. اکنون که نگاه می‌کنیم، این اضافات آن‌قدر زیاد شده‌اند که دیگر چرخ نمی‌تواند به درستی حرکت کند؛ بنابراین، نیاز به بازطراحی و نظام‌سازی‌های نوین متناسب با این همگرایی داریم. حتی رسانه‌های سنتی و آیینی ما، مانند هیات‌ها، تکایا، مجالس روضه، آیین‌های شب‌های قدر، پیاده‌روی اربعین و اعتکاف نیز باید در همگرایی با رسانه‌های جمعی و نوین بازتعریف شوند. ما به یک آرایش رسانه‌ای جدید نیاز داریم که هم تکثر کافی داشته باشد و هم تنوع لازم را ارائه دهد. این آرایش باید قادر باشد انواع رسانه‌ها را به‌صورت همگرا به نتیجه برساند.

این نکته‌ای کلان و راهبردی برای رسیدن به آرایش جدید رسانه‌ای است؛ البته باید از منافع بخشی عبور کنیم. متولیان وزارتخانه‌ها و نهادها و سازمان‌هایی که در عرصه تبلیغات و رسانه فعال هستند باید منافع نظام را بر منافع بخش خود ترجیح دهند و اگر تغییری نیاز است، آن را در سایر عرصه‌ها نیز اعمال کنند. این یک تصمیم ضروری است و انتخاب نیست؛ این یک الزام و اجبار است. هرچه دیرتر به سراغ این تغییر برویم، آسیب بیشتری خواهیم دید.

بازتعریف ساختار نظام و آرایش رسانه‌ای تبلیغی جمهوری اسلامی ایران نیازمند شجاعت و دانش توأمان است. همچنین باید واقع‌بینی و آرمان‌بینی توأم داشته باشیم و متولیان هر بخش باید توانایی عبور از منافع بخشی خود را داشته باشند و افق‌های وسیع‌تری را ببینند. در ادامه نکته قبلی، باید اشاره کنم که دوره‌ای که در آن بخش مالکیت و مدیریت رسانه‌ای ما غالب بود و بخش تنظیم‌گری در جایگاه دوم یا کوچک‌تری قرار داشت، به پایان رسیده است. در حال حاضر، بخش تنظیم‌گری به مراتب قوی‌تر از بخش مدیریت شده است. این تغییر مهمی است که باید در آرایش و نظام جدید رسانه‌ای به آن توجه کنیم.



تحول در تاکتیک‌های رسانه‌ای دشمن
جنگ «هستی‌شناختی»

معصومه فردوسی
پژوهشگر مطالعات زنان و اندیشه سیاسی اسلام

جنگ غزه را نمی‌توان صرفا در چارچوب یک رویارویی نظامی یا حتی سیاسی تحلیل کرد؛ آنچه پس از این جنگ برجسته‌تر از هر زمان دیگر رخ نمود، انتقال ثقل منازعه به «میدان رسانه» و «نبرد روایت‌ها» بود. در این میدان، رسانه نه بازتاب‌دهنده واقعیت، بلکه خود به یکی از ابزارهای اصلی تولید، تحریف و جهت‌دهی واقعیت بدل شد. از این منظر، جنگ رسانه‌ای پس از غزه نه ادامه جنگ نظامی با ابزارهای نرم، بلکه یک ساحت مستقل از منازعه است که قواعد، بازیگران و منطق خاص خود را دارد.

۱. دگردیسی تاکتیک‌های رسانه‌ای دشمن

نخستین تحول قابل توجه، تشدید و نظام‌مند شدن جنگ روانی است. اگر در دهه‌های گذشته تمرکز رسانه‌ای دشمن عمدتا بر مشروع‌سازی اقدامات نظامی یا امنیتی خود بود، پس از جنگ غزه شاهد عبور از «دفاع روایی» به «تهاجم شناختی» هستیم. در این مرحله، هدف صرفا اقناع مخاطب نیست، بلکه ایجاد سردرگمی شناختی، فرسایش عاطفی و بی‌ثبات‌سازی نظام ارزشی مخاطبان، به‌ویژه در جوامع حامی مقاومت، در دستور کار قرار گرفته است. تولید انبوه اخبار متناقض، برجسته‌سازی گزینشی تصاویر خشونت‌بار و تکرار روایت‌های شبه‌اخلاقی از جمله ابزارهای این جنگ روانی‌اند.

دومین تغییر مهم، بهره‌گیری هدفمند از اینفلوئنسرها و کنشگران غیررسمی رسانه‌ای است. برخلاف رسانه‌های سنتی که به طور مستقیم با دولت‌ها یا نهادهای قدرت پیوند دارند، اینفلوئنسرها با سرمایه «اعتماد اجتماعی» و «صمیمیت ظاهری» عمل می‌کنند. دشمن با استفاده از این چهره‌ها، روایت‌های خود را در قالب تجربه شخصی، دغدغه انسانی یا حتی طنز و سرگرمی عرضه می‌کند. این امر موجب می‌شود پیام‌های سیاسی و ایدئولوژیک در لایه‌ای غیرسیاسی پنهان شوند و مقاومت مخاطب در برابر آنها کاهش یابد.

سومین تاکتیک، ساخت روایت‌های معکوس است؛ یعنی جابه‌جایی جایگاه قربانی و متجاوز. در این چارچوب، خشونت ساختاری و نظام‌مند رژیم اشغالگر به حاشیه رانده شده و تمرکز بر واکنش‌های دفاعی یا کنش‌های مقاومت، به‌عنوان «منبع اصلی بی‌ثباتی» بازنمایی می‌شود. این روایت معکوس، نه‌تنها در رسانه‌های خبری، بلکه در محصولات فرهنگی، گزارش‌های حقوق بشری گزینشی و حتی متون دانشگاهی نفوذ یافته است.

۲. «جبهه وسیع دشمن»: شبکه‌ای فراتر از رسانه

مفهوم «جبهه وسیع دشمن» اشاره به شبکه‌ای چندلایه و درهم‌تنیده از بازیگران دارد که فراتر از رسانه‌های خبری کلاسیک عمل می‌کنند. **نخستین لایه**، رسانه‌های اصلی غربی‌اند که همچنان نقش مرجعیت خبری را در سطح جهانی ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها با تعیین دستور کار (Agenda Setting) و چارچوب‌بندی (Framing)، افق ادراک مخاطب را محدود می‌سازند؛ حتی سکوت آنها درباره برخی جنایات، خود شکلی از کنش رسانه‌ای محسوب می‌شود.

لایه دوم، شبکه‌های اجتماعی پلتفرم‌محور هستند. این پلتفرم‌ها با الگوریتم‌های غیرشفاف، حذف یا محدودسازی محتوا و برچسب‌گذاری‌های جهت‌دار، به بازیگر فعال جنگ رسانه‌ای تبدیل شده‌اند. آنها نه صرفا میزبان محتوا، بلکه تنظیم‌کننده میدان دیده‌شدن و نادیده‌ماندن‌اند. در این فضا، «قدرت الگوریتم» جایگزین «قدرت سردبیر» شده است.

لایه سوم، نهادهای به‌ظاهر فرهنگی، هنری و حقوق بشری‌اند که با ادبیات بی‌طرفی و انسان‌دوستی، روایت‌های خاصی را بازتولید می‌کنند. گزارش‌ها، جشنواره‌ها، بیانیه‌ها و پروژه‌های پژوهشی این نهادها اغلب واجد سوگیری‌های ساختاری‌اند، هرچند در ظاهر از زبان ارزش‌های جهانی سخن می‌گویند.

لایه چهارم، روشنفکران وابسته یا همسو هستند که در دانشگاه‌ها، اندیشکده‌ها و رسانه‌های تحلیلی فعالیت می‌کنند. این گروه با تولید مفاهیم، چارچوب‌های نظری و تفسیرهای به‌ظاهر پیچیده، به عقلانی‌سازی روایت مسلط کمک می‌کنند. نقش آنها نه تبلیغ مستقیم، بلکه مشروع‌سازی معرفتی است.

در نهایت، برخی دولت‌های عادی‌ساز نیز بخشی از این جبهه‌اند. این دولت‌ها با استفاده از رسانه‌های منطقه‌ای و دیپلماسی عمومی، تلاش می‌کنند مقاومت را به عنوان مانعی برای «ثبات»، «توسعه» و «صلح» معرفی کنند و افکار عمومی خود را برای پذیرش نظم مطلوب دشمن آماده سازند.

۳. چرا جنگ رسانه‌ای امروز «هستی‌شناختی» شده است؟

توصیف این جنگ به عنوان «هستی‌شناختی» از آن روست که نزاع دیگر صرفا بر سر مرز، قدرت یا منافع نیست، بلکه بر سر تعریف «بودن» و «حق زیستن» است. در جنگ رسانه‌ای پس از غزه، مسئله این است که چه کسی حق دارد خود را قربانی بداند، چه کسی شایسته همدلی است و اساسا کدام زندگی «قابل سوگواری» محسوب می‌شود. این سطح از منازعه، مستقیما با لایه‌های عمیق هویت، معنا و ارزش‌های بنیادین انسانی گره خورده است. از سوی دیگر، حذف یا بی‌اهمیت‌سازی رنج فلسطینیان در روایت‌های مسلط، نوعی انکار هستی نمادین است؛ گویی اگر رنجی روایت نشود، وجود ندارد. در مقابل، مقاومت نیز صرفا برای بقا در میدان نظامی نمی‌جنگد، بلکه برای بقا در میدان معنا و حافظه جمعی تلاش می‌کند. به همین دلیل، جنگ رسانه‌ای به نبردی بر سر «وجود در تاریخ» و «ثبت در حافظه جهانی» تبدیل شده است.

در نهایت، هستی‌شناختی شدن این جنگ ناشی از پیوند آن با آینده نظم جهانی است. روایت پیروز، نه‌تنها گذشته را تفسیر می‌کند، بلکه امکان‌های آینده را نیز محدود یا گشوده می‌سازد. از این منظر، جنگ رسانه‌ای پس از غزه، نزاعی است بر سر اینکه جهان آینده بر چه ارزش‌ها، چه روایت‌ها و چه انسان‌شناسی‌ای بنا خواهد شد و این، عمیق‌ترین و بنیادی‌ترین سطح هر منازعه است.

از آشوب ذهنی تا ابتکار روایی؛ جهاد تبیین در میدان جنگ رسانه‌ای
طراحی عملیات فرهنگی؛ از واکنش تا پیش‌دستی

شادی ورشوچی
دکترای کلام اسلامی

پس از تحولات اخیر منطقه و به ویژه جنگ غزه، دیگر تردیدی باقی نمانده است که رویارویی اصلی جمهوری اسلامی و جبهه مقاومت با دشمن، صرفا در میدان نظامی رخ نمی‌دهد. آنچه رهبر انقلاب از آن با عنوان «قرارگرفتن در کانون جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای» یاد می‌کنند، ناظر به میدانی است که در آن، ذهن‌ها هدف قرار گرفته‌اند و «واقعیت» پیش از آنکه با گلوله تحریف شود، با روایت دگرگون می‌شود. در چنین وضعیتی، جهاد تبیین یک توصیه اخلاقی نیست، بلکه یک ضرورت امنیتی و تمدنی است.

آرایش جدید دشمن؛ از رسانه کلاسیک تا مهندسی ذهن

جنگ رسانه‌ای امروز، دیگر محدود به بی‌بی‌سی، سی‌ان‌ان یا روزنامه‌های زنجیره‌ای غربی نیست. «جبهه وسیع دشمن» اکنون شبکه‌ای مرکب از رسانه‌های جریان اصلی، پلتفرم‌های اجتماعی، اتاق‌های فکر، سلبریتی‌ها، اینفلوئنسرها و حتی برخی نهادهای ظاهرا فرهنگی است که همزمان و هماهنگ عمل می‌کنند. ویژگی اصلی این آرایش جدید، فاصله‌گرفتن از اقناع عقلانی صریح و حرکت به‌سوی «اثرگذاری احساسی و ناخودآگاه» است.

در این میدان، خبر اهمیت ثانویه دارد؛ آنچه تعیین‌کننده است، «چارچوب‌بندی» خبر است. تصاویر گزینشی، روایت‌های معکوس، قربانی‌نمایی از دشمن و حذف زمینه‌های تاریخی، مجموعه‌ای از عملیات‌های روانی را شکل می‌دهد که هدف نهایی آن، ایجاد آشوب ذهنی و فروپاشی اعتماد به روایت مقاومت است. از همین روست که جنگ رسانه‌ای امروز، ماهیتی هستی‌شناختی پیدا کرده؛ یعنی در پی تغییر درک مردم از واقعیت، خیر و شر، قربانی و متجاوز است.

جنگ روایت‌ها؛ فلسطین به‌مثابه میدان نمونه

پرونده فلسطین، نمونه شاخص جنگ روایتی است. دشمن در این میدان، به‌دنبال انکار نیست، بلکه در پی «توجیه آن» است. تحریف تاریخ اشغال، حذف دهه‌ها جنایت و تقلیل مقاومت به «خشونت کور» در حالی انجام می‌شود که رژیم صهیونیستی در قامت قربانی بازنمایی می‌شود. این وارونگی مفهومی، تنها با تکرار و تکثیر روایت ممکن شده است؛ روایتی که در قالب سریال، مستند، خبر فوری، پست شبکه اجتماعی و اظهارنظر هنرمند بازتولید می‌شود.

نقطه ضعف جبهه خودی در این میدان، فقر محتوا نیست بلکه ضعف در «زبان روایت» است. بسیاری از پیام‌های درست، به‌دلیل ادبیات نامتناسب، توان ورود به عرصه عمومی را پیدا نمی‌کنند. به تعبیر رهبر انقلاب، اگر ادبیات مناسب تولید نشود، اندیشه عملا محو خواهد شد؛ حتی اگر حق باشد.

طراحی عملیات فرهنگی پیش‌دستانه

جهاد تبیین زمانی به نتیجه می‌رسد که از حالت واکنشی خارج شود. پاسخ‌دادن به هر دروغ، اگر بدون طراحی کلان باشد، ما را به زمین بازی دشمن می‌کشاند. آنچه امروز نیاز است، «طراحی عملیات فرهنگی پیش‌دستانه» است؛ عملیاتی که بر شناخت دقیق نقاط ضعف دشمن و مزیت‌های گفتمانی جبهه انقلاب استوار باشد.

در سطح کلان، حوزه و دانشگاه باید از موضع تدافعی فاصله بگیرند و به تولید چارچوب‌های تحلیلی بپردازند که قابلیت ترجمه به زبان رسانه و هنر را داشته باشد. در سطح میانی، رسانه‌های داخلی نیازمند بازآرایی محتوایی‌اند؛ عبور از گزارش‌های کلیشه‌ای و حرکت به سوی روایت‌های انسانی، داستان‌محور و مبتنی بر تجربه زیسته و در سطح خرد، کنشگران فضای مجازی باید آموزش ببینند که چگونه با زبان کوتاه، تصویر و احساس، پیام عمیق را منتقل کنند.

زبان، سلاح اصلی نبرد

در نهایت، آنچه این جنگ را تعیین می‌کند، «زبان» است. زبانی که بتواند حقیقت را نه صرفا توضیح، بلکه قابل احساس کند. دشمن این را به خوبی فهمیده است؛ اگر ما در تولید ادبیات جذاب، چندلایه و به‌روز تعلل کنیم، حتی پیروزی‌های میدانی نیز در حافظه جمعی شکست معنا خواهد شد. جهاد تبیین، امروز بیش از هر زمان دیگر، نیازمند فرماندهانی است که هم میدان نبرد را بشناسند و هم زبان آن را.

نکته کلیدی در جهاد تبیین، تشخیص تفاوت میان «اطلاع‌رسانی» و «هویت‌سازی» است. دشمن در جنگ رسانه‌ای امروز کمتر به دنبال قانع‌کردن منطقی مخاطب است و بیشتر در پی بازتعریف هویت‌هاست؛ اینکه مخاطب خود را در کدام سوی تاریخ ببیند، با کدام رنج هم‌ذات‌پنداری و کدام ارزش‌ها را بدیهی یا مشکوک تلقی کند. به همین دلیل، حمله به مفاهیمی چون مقاومت، شهادت، امت و حتی معنای عدالت و انسانیت، شکلی نرم اما عمیق به خود گرفته است. اگر جبهه انقلاب صرفا به پاسخگویی موردی اکتفا کند و نتواند روایت کلان خود از «معنای زندگی، مبارزه و آینده» را بازسازی و به‌روز کند، در سطح ناخودآگاه اجتماعی میدان را واگذار خواهد کرد؛ حتی اگر در سطح خبر و تحلیل، دست بالا را داشته باشد.

از این منظر، جهاد تبیین نیازمند فرماندهی واحد اما کنشگری متکثر است. نه تمرکز صرف بر نخبگان کافی است و نه رهاسازی کامل میدان به افراد پراکنده. باید شبکه‌ای هوشمند از تولیدکنندگان معنا شکل بگیرد که هرکدام به زبان و اقتضای مخاطب خود سخن بگویند، اما در چارچوب یک نقشه راه مشترک حرکت کنند. آینده جنگ رسانه‌ای، آینده‌ای است که در آن «غلبه روایی» مقدم بر غلبه میدانی خواهد بود. اگر امروز برای اداره این میدان، نظریه، آموزش و سازمان‌دهی نداشته باشیم، فردا ناچار خواهیم بود هزینه شکست ذهنی را با پیروزی‌های پرهزینه‌تر جبران کنیم؛ هشداری که بیانات اخیر رهبر انقلاب، آن را پیشاپیش و با دقتی راهبردی ترسیم کرده است. ان شاءالله همگی با تلاش مضاعف و توکل به خداوند متعال قدمی در حد توان، در این امر مقدس برداریم.

نقطه آغاز، شناخت دقیق «آرایش دشمن»
اگر روایت نکنیم، روایت می‌شویم...

دکتر نصیبه سادات حسینی
پژوهشگر، مدرس حوزه و دانشگاه

تحولات شتابان عرصه ارتباطات و رسانه، ماهیت تقابل‌های معاصر را از میدان‌های سخت نظامی به میدان‌های پیچیده ادراکی و گفتمانی منتقل کرده است. در این وضعیت، آنچه از آن به «جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای» یاد می‌شود، صرفا یک استعاره نیست، بلکه بیانگر نوعی نبرد واقعی بر سر معنا، روایت، هویت و اراده جمعی جوامع است. تاکید رهبر انقلاب بر قرار داشتن نظام اسلامی در «کانون یک جنگ رسانه‌ای» ناظر به همین جابه‌جایی میدان تقابل و ضرورت بازتعریف مسئولیت کنشگران فرهنگی، رسانه‌ای و فکری در شرایط جدید است.

در این چارچوب، «جهاد تبیین» به مثابه راهبرد کلان فرهنگی، ناظر به کنش آگاهانه، فعال و هدفمند در عرصه تولید معنا و تنظیم ادراک عمومی است. جهاد تبیین نه واکنشی منفعل و تدافعی، بلکه کنشی پیش‌دستانه و عملیات‌محور برای تثبیت و تقویت گفتمان حق در برابر شبکه‌ای سازمان‌یافته از روایت‌سازی‌های تحریف‌گرانه است. از این منظر، تبیین، صرف انتقال اطلاعات یا پاسخگویی مقطعی به شبهات نیست، بلکه فرآیندی منسجم از شناخت میدان، تحلیل بازیگران، و طراحی عملیات فرهنگی متناسب با شرایط جنگی است. نقطه آغاز هر اقدام موثر در این میدان، شناخت دقیق «آرایش دشمن» است. جبهه رسانه‌ای معارض، ساختاری یکپارچه و ساده ندارد، بلکه شبکه‌ای چندلایه و به‌هم‌پیوسته از رسانه‌ها، کنشگران، نهادهای فکری و سلبریتی‌های فرهنگی است که با تقسیم کار مشخص، اهداف مشترکی را دنبال می‌کنند. این جبهه از ترکیب رسانه‌های رسمی بین‌المللی، پلتفرم‌های دیجیتال، تولیدات سرگرمی‌محور و جریان‌سازان شبه‌علمی بهره می‌برد و با استفاده از تکنیک‌هایی چون برجسته‌سازی گزینشی، طبیعی‌سازی ارزش‌های خاص، تحریف تاریخی و دوقطبی‌سازی اجتماعی، ذهن مخاطب را در معرض مهندسی مستمر قرار می‌دهد.

ویژگی مهم جنگ رسانه‌ای معاصر، پنهان بودن بخش قابل توجهی از عملیات دشمن است؛ به گونه‌ای که مخاطب در بسیاری موارد، کنش رسانه‌ای را نه به عنوان اقدام سیاسی، بلکه به مثابه روایت طبیعی از واقعیت می‌پذیرد. این امر سبب می‌شود که مرز میان خبر، تحلیل، سرگرمی و جهت‌دهی ایدئولوژیک عملا از میان برود. از این رو، یکی از الزامات جهاد تبیین، ارتقای سواد راهبردی رسانه‌ای در میان کنشگران خودی است؛ سوادی که فراتر از مهارت‌های فنی، ناظر به فهم لایه‌های پنهان قدرت، گفتمان و ایدئولوژی در متن پیام‌های رسانه‌ای باشد.

در کنار شناخت دشمن، توجه به وضعیت جبهه خودی اهمیتی بنیادین دارد. یکی از چالش‌های اساسی در این حوزه، گسست میان «اندیشه» و «ادبیات» است. بسیاری از مفاهیم عمیق و راهبردی انقلاب اسلامی، به دلیل فقدان بیان متناسب با زیست‌جهان مخاطب معاصر، دچار کم‌اثرشدگی یا حتی به حاشیه رانده شده‌اند. تجربه نشان داده است که صرف درستی محتوا، تضمین‌کننده اثرگذاری آن نیست؛ بلکه این محتوا باید در قالب‌هایی روایت شود که با زبان، احساسات، دغدغه‌ها و افق انتظارات مخاطب امروز هم‌خوانی داشته باشد. در غیر این صورت، اندیشه (حتی اگر درست باشد) در میدان رقابت روایت‌ها، مجال بروز و ماندگاری نخواهد یافت.

طراحی «نقشه عملیاتی فرهنگی» در جهاد تبیین، مستلزم عبور از رویکردهای جزیره‌ای و واکنشی به سمت برنامه‌ریزی منظومه‌ای و آینده‌نگر است. این نقشه باید بر پایه تحلیل دقیق میدان، شناسایی مخاطبان هدف، اولویت‌بندی پیام‌ها و انتخاب ابزارهای متناسب تدوین شود. در چنین نگاهی، همه کنشگران رسانه‌ای - از نویسنده و استاد دانشگاه تا فعال فضای مجازی، رمان نویس، پژوهشگر و هنرمند - بخشی از یک آرایش کلان محسوب می‌شوند که هماهنگی و هم‌افزایی آنها شرط موفقیت در نبرد رسانه‌ای است. از سوی دیگر، عملیات فرهنگی موفق، نیازمند توجه همزمان به نقاط قوت جبهه خودی و نقاط ضعف دشمن است. سرمایه معنایی مقاومت، تجربه زیسته ملت‌ها، پیوند عدالت‌خواهی با فطرت انسانی و ظرفیت بالای روایت‌های اخلاقی و انسانی، از جمله مزیت‌هایی است که می‌تواند مبنای تولید ادبیات اثرگذار قرار گیرد. در مقابل، تناقضات درونی گفتمان‌های مسلط رسانه‌ای غرب، شکاف میان ادعا و واقعیت و فرسایش اعتماد عمومی به رسانه‌های جریان اصلی، فرصت‌هایی است که در صورت شناخت درست، قابلیت تبدیل شدن به اهرم‌های راهبردی در جهاد تبیین را دارد.

در نهایت، جهاد تبیین را باید بخشی از یک «زیست رسانه‌ای مسئولانه» دانست؛ زیستی که در آن، سکوت، بی‌طرفی یا تاخیر در موضع‌گیری، خود به منزله کنش و گاه به نفع جبهه رقیب تلقی می‌شود. در چنین شرایطی، اصحاب قلم و بیان، بیش از هر زمان دیگر، مسئول نسبت میان حقیقت و روایت هستند. اگر ادبیات مناسب، به موقع و هوشمندانه تولید نشود، اندیشه - حتی اگر ریشه‌دار و اصیل باشد - در هیاهوی جنگ روایت‌ها محو خواهد شد. جهاد تبیین، پاسخی راهبردی به این وضعیت است؛ پاسخی که شرط تحقق آن، شناخت دقیق میدان، انسجام در عمل و شجاعت در روایت‌گری است.





کاظمی، وزیر آموزش و پرورش:

توزیع شیر در ۱۰۰ درصد مدارس دولتی انجام می‌شود

پنج‌شنبـه/ ۲۷ آذر ۱۴۰۴/ شماره ۴۳۶

وظیفه همه مراقبت از رسانایی جامعه ایران است

جامعه رسانا





سعید توتونکار
آگاه مسائل اندیشه

در این نوشته می‌خواهم درباره جامعه رسانا بنویسم. جامعه رسانا یعنی جامعه‌ای که به اقتدار معنی رسیده. اقتدار معنی یعنی داشتن فرهنگی غنی و روحی متعالی و تاریخی پیوسته و هویتی مشخص و روابط زنده و پویا بین این معنای کلی و شاکله شخصیت و شکل و صورتی که آن معنا و این شخصیت را به تدریج نمودار می‌کند. جامعه رسانا یعنی جامعه‌ای خودآگاه و خودشناخته و خودساخته.

جامعه ایران، جامعه‌ای رساناست. البته با آن الگوی آرمانی خویش فاصله دارد. جنود عقل در میان مردم ایران شیوع عمومی و عمیق دارند. همزیستی مردم ایران با جنود عقل در سرگذشت تاریخی ایرانیان ثبت و ضبط شده است. لذا ایران هیچ گاه بدون مردم نبوده و رها نشده. ما ایرانیان هیچ گاه آنچنان از هم دور نشدیم که شناخته نشویم و هیچ گاه در برابر سختی‌ها طوری منفعل نبودیم که برضد خود بشوریم. البته تجربه‌های تلخ داشته‌ایم؛ اما همیشه ایران و ایرانی‌گری معنادار بوده و هست. این روند هر چه پیشتر آمده شدت بیشتری پیدا کرده و صیقل بیشتری خورده و شفاف‌تر و آشکارتر شده است. در جنگ ۱۲ روزه اخیر، ملت ایران نشان دادند که جامعه‌ای رسانا هستند. درست زمانی که ابزارها از زندگی عقب ماندند، جامعه ما با سرعت حضور خود را ثابت کرد. نشان داد که جامعه‌ای شناسا و رساناست.

برخی چنین گمان کردند که رفتار ایرانیان منفعلانه بود؛ اما شاهد بودیم که ایرانیان فعال بودند و نه منفعل. این را زمانی بهتر می‌فهمیم که طرح دشمن رسوا شد و معلوم شد که تلاش ده‌ها ساله رسانه‌های همدست با خط عملیات دشمن، نتوانسته بر رسانایی ذاتی مردم ایران غلبه پیدا کند و میانجی‌گری معرفت جمعی و معارفه اجتماعی را از ذات آگاه و حاضر ایرانیان برباید.

در واقع جنگ اخیر جنگی در میان جنگ‌ها بود. جنگ‌های فرهنگی و اقتصادی و امنیتی و سیاسی و رسانه‌ای و سایبری، بسیار پیش از این آغاز شده و همواره ادامه دارد. شروع این تجاوز آشکار، حاصل شناخت غلط صاحبان رسانه از مخاطبان ایرانی بود. آنها گمان می‌کردند توانسته‌اند به وسیله تیغ زهرآگین رسانه‌ها بدنه ایرانی را تکه تکه کنند تا با یک ضربه محکم و ناگهانی فروپاشی حکومت و متلاشی شدن ملت اتفاق بیفتد. نتیجه آزمون پرهزینه و رسواکننده، برعکس بود. ناگهان آنچه را که طی ده‌ها سال ایران‌ستیزی و اسلام‌هراسی و شیعه‌گریزی و ضدانقلابی‌گری در جهان ترویج و تبلیغ کرده بودند به خاکستر نشست و قامت بلند ایران و ایرانی در میانه معرکه سنگین و بی‌نظیر ۱۲ روزه به رخ همه مردمان کشیده شد. قاب رسانه‌های رسمی شکافت و حقیقت چنان درخشید که جای انکار برای هیچ کس باقی نگذاشت. جنگ ۱۲ روزه نشان داد که ایران در طلیعه تمدنی بزرگ و در مسیر بازگشتی تاریخی قرار دارد. البته این، بازگشت به چیزی شبیه گذشتگان نیست. خلقی جدید در افقی نو رو به آینده است.

بحران معنی در عصر جدید

شاید بتوان گفت بزرگ‌ترین چالش امروز انسان، بحران معنی در عصر جدید است. معنی در واقع آن روح کلی و هویت متحد است که به تمام اجزای ذیل خود شخصیت، تعریف و تمایز می‌بخشد. چرا باید در این باره سخن بگوییم؟ امروزه به واسطه نگاه یک‌جانبه و تندروی در اصالت دادن به فرد و میل به مادیت، شاهد تزریق بی‌امان و بیمارگونه ابزارها به قوه هاضمه جامعه هستیم. ابزارهایی که بر انسان غلبه می‌کنند؛ در حالی که بنا بود دستیار انسان باشند. اشتهای پایان‌ناپذیر و بی‌رویه به صنعتی شدن و اصل قرار گرفتن ارزش ثروت، قدرت، شهرت و برخورداری و تلذذ مادی به جای اصالت بی‌نیازی، انسان امروزین را تبدیل به جعبه ابزار و خادم ابزار و نگهبان ابزار کرده است. آدم‌ها دائما نسبت به دارایی‌هایی خارج از ذات خود سنجیده و امتیاز داده می‌شوند. تو گویی کار درباره انسانیت تمام شده و حالا نوبت به افزونه‌های دیگر است و شاید هم انسانیت از دسترس خارج شده و جای خالی آن باید با ارزش‌های ساختگی پر شود.

اینکه انسان از موضوعیت خارج شود و اشیا و دارایی‌های مختلف مادون انسان تبدیل به هدف زندگی انسان شوند یعنی با یک بحران بزرگ معنوی و تمدنی در عصر جدید مواجهیم. با یک وارونگی عجیب و فراگیر. بزرگ‌ترین نقطه ضعف تمدن غربی را می‌توان همین امر دانست. بحران معنی و آثاری که از پس آن گریبانگیر انسان شده. گرفتار شدن انسان در محاصره بی‌امان ابزارها از جمله رسانه، تنها یکی از آنهاست. انسان به شدت آلوده به ابزار است؛ بدون آنکه درباره معناداری نسبت خود با ابزار چیزی بداند. اینجا فقط داشتن و انباشتن، اصالت و اولویت دارد، نه اندیشیدن به اینکه چه را و چرا باید داشته باشیم. در چنین فضایی، بی‌چون و چرا، تبدیل وسیله‌ها به مدل‌های جدیدتر یک فضیلت و امتیاز اجتماعی به شمار می‌آید. ابزار جدیدتر مایه مباهات است و نشان می‌دهد که شما انسان‌تر هستید و شأن بالاتری دارید. حکم آن است که شما می‌فرمایید و حق آن است که شما تمنا می‌کنید. نتیجه کلان تمدنی آن نیز می‌شود غده بزرگ سرطانی اسرائیل و غده‌های سرطانی خوش‌خیم و بدخیم بسیار دیگر که حیات انسانی را و زندگی انسان را تهدید می‌کنند.

رسانه به چه کار می‌آید؟

وقتی می‌خواهیم درباره رسانه و جایگاه آن سخن بگوییم بهتر است اولین سوال این باشد که رسانه چیست و به چه کار می‌آید؟

رسانه ابزار و امکانی در خدمت معنای جامعه است تا با اعضای بدنه ارتباط برقرار کند. این رابطه، روابط بین اعضا را نیز تعریف و معنی‌دار می‌کند. وقتی انجام این ماموریت به نحوی تبدیل به مهارت مشترک و پایدار بیشتر اعضا شد، می‌گوییم این جامعه رساناست. جامعه نارسانا به مرگ شخصیتی دچار می‌شود. اجزای آن همدیگر را نمی‌فهمند و با گمگشتگی و بی‌پناهی و آوارگی و آسیب‌پذیری دست به گریبانند.

رسانایی جامعه با شخصیت‌مندی و مراقبت از آن ارتباط مستقیم دارد. جامعه با دو چیز شخصیت پیدا می‌کند. یکی جامعیت و دیگری جمعیت. جامعیت به معنی‌دار بودن شما کمک می‌کند و جمعیت این معنی را به بدنه تسری می‌دهد و امکان بروز و ظهورش را فراهم می‌کند. هر جامعه با شخصیتی به رسانایی برای به دست آوردن آن و رسانه برای مراقبت از آن نیازمند است. در نتیجه آنچه در این نوشته می‌آید نه انکار ضرورت رسانه است و نه نادیده گرفتن آثار و فوائد آن. بلکه سخن بر سر وارونگی نسبت انسان و رسانه است. یعنی درباره حاکمیت رسانه بر انسان. وقتی رسانه بر جامعه حاکم شد، به جای اینکه وظیفه ذاتی خویش را انجام دهد جانشین یک امر مهم در جامعه می‌شود. یک امر اصیل را از جامعه می‌گیرد و خود را به جای آن می‌نشاند و به عبارتی گویاتر جامعه را از معنی می‌میراند، رسانایی ذاتی جامعه را سلب کرده، از خودمانی‌ها محروم می‌کند و آن را به خود وابسته و معتاد می‌کند. در این مرحله، معنی دیگر یک امر جانانه نیست؛ بلکه در میان ابزارها و رفت و برگشت رسانه‌ها ساخته می‌شود و به خورد جامعه داده می‌شود. افراط در رسانه، جامعه را از حضور محروم می‌کند. یاد را از جامعه می‌گیرد و اجازه تمرکز و توجه و خودشناسی به آن نمی‌دهد. در نتیجه فهم از انسان به رسانه منتقل می‌شود و اندیشیدن از جان به ابزار واگذار می‌گردد. تصمیم در آنجا گرفته و فرمان از آنجا صادر می‌شود. حالا دیگر سخن گفتن از اختیار و انتخاب و آزادی و زندگی نیز مشروط است. آشکارترین مثال در این باره را می‌توان در چالش میان انسان بعد از این و هوش مصنوعی دانست یا از بعدی دیگر نسبتی که انسانی مانند ترامپ با جهان انسانی برقرار می‌کند.

در فقدان شناخت انسان از خود و روابطش، آگاهی ساختگی جایگزین خواهد شد و حکومت را به دست خواهد گرفت. حکومتی که تمام منافع آن در قطع ارتباط واقعی انسان‌ها با هم و حتی با خودشان است تا با کنترل فاصله‌ها سلطه مطلق به دست آورد. انسان‌ها حتی باید از خود غایب باشند و خود را نیز فراموش کنند و درباره اینکه چه هستند و که هستند از رسانه کمک بگیرند. انگار هیچ حقیقتی از درون آنها نمی‌جوشد و هیچ ربطی بین آنان و معنی باقی نمانده است. یک نیاز بزرگ و فقر عمومی در جامعه بشری به وجود می‌آید که می‌توانست وجود نداشته باشد.

هر جامعه برای بقای خویش و حفظ حیاتش به رسانایی و رسانه‌ای که از رسانایی مراقبت کند، نیازمند است. اگر جامعه رسانایی خود را از دست داد، رسانه به ابزاری برای سلطه تبدیل خواهد شد. جامعه نارسانا نمی‌داند کجاست و نمی‌داند به کجا و از کجا و با چه و چگونه می‌رود. خودش را و اجزایش را و اعضایش را نمی‌شناسد. از گذشته و آینده‌اش کنده شده و نسبت خود با زمین و آسمانش را گم می‌کند. چشم انداز ندارد. قدم در تاریکی می‌گذارد. پریشان و افسرده است. غریبه و تنهاست. ضعیف و بی‌انگیزه است. هر چه بزرگ‌تر می‌شود، به جای زنده‌تر شدن، سنگین‌تر می‌شود. انگار بودن و داشتن هم برای او مصیبت و درد است. چون از معنای خویش جدا شده و نقشه کلی را گم کرده است. اگر مدیریت حرکت چنین جامعه‌ای به دست رسانه‌های بیگانه بیفتد، جایگزین مهارت ذاتی و خودمانی و وجدانی فرد و جامعه می‌شود. در این صورت جامعه دیگر حاضر نیست. پرت و پلاست. عاقل نیست؛ جاهل است. با اراده نیست؛ در اختیار است. در حرکت نیست؛ تحت کنترل است. در نتیجه با تحریک و تخدیر و تهدید و تشویق و تحریم و تزویر و تنبیه و ترغیب و تحریض و تسکین، کار می‌کند. در این صورت صاحبان رسانه در عمل مالک و عهده‌دار فرد یا جامعه‌ای هستند که خویشتن خویش را و هویت و حقیقت و شخصیت خویش را به رسانه واگذار کرده و در قاب رسانه به بازشناسی خویش و درک خویشتن می‌پردازد. جامعه‌ای که خود را نمی‌شناسد و در خویش حاضر نیست و خود را گم کرده و در جهل نسبت به خود و جهان خودمانی رها شده است.

رسانایی خصلت و خاصیتی جانانه است که پس از اشباع شدن، در ساحت تنانه‌ها نیز جاری می‌شود. پس از کفایت فعالیت قوای وحدت‌بخش و هویت‌آفرین درون انسان، بسته به میزان سرشاری و برخورداری، سویه‌های گنجانده شده در آن، امتدادهای وجودی خویش را می‌گسترند تا اینکه در صورت و تن و فراتن نمود پیدا می‌کنند. محصول نهایی این تحول، در افکار و گفتار و رفتار و عادات و سنن و مراسم و فرهنگ و ادب و مهارت و هنر و صنعت تعین پیدا می‌کند.

برای نزدیک شدن به مفهوم رسانایی، می‌تواند از معانی دوستی، محبت، انسانیت، اتحاد، نظم، نظام، حکومت، قانون، همگرایی و وفاق استفاده کند. در طرف مقابل مفاهیمی همچون دشمنی، شهوت‌زدگی، شیطنت، تفرقه، پریشانی، ازهم پاشیدگی، آشفتگی، بلاتکلیفی، شقاق و پراکندگی را داریم.

در ادبیات دینی دو سوی این ماجرا ذیل دو مفهوم کلان صورت‌بندی می‌شود. عقل و جهل. یکی از بزرگ‌ترین ثروت‌های معنوی ما ایرانیان و البته در مرتبه‌ای بالاتر انسان، دسترسی به متون مقدس دینی و دریافت‌های آسمانی است. خوشبختانه ادبیات فارسی سرشار از معانی نابی است که می‌تواند دسترسی و ارتباط ما با آنها را آسان‌تر، سریع‌تر، عینی‌تر، ملموس‌تر و خودمانی‌تر کند. ما زبان فاخری داریم که ظرفیت‌های خود را برای ایجاد ارتباط جهان روحانی و جسم و جهان مادی فعال کرده است. زبان اولین و اصیل‌ترین رسانه‌ای است که انسان از آن بهره‌برداری کرده است. درباره خاستگاه زبان نیز سخن بسیار است. در هر حال زبان مناسب، یکی از آن مقدمات لازم برای رسانا کردن جامعه است. یکی از دلایل تاکید حضرت آیت‌الله خامنه‌ای (حفظه‌الله) درباره پاسداشت زبان و فرهنگ و ادب فارسی، حفظ ظرفیت رسانایی جامعه است. زبان امانتدار معانی خودمانی جامعه است. لذا می‌تواند در لحظات بحرانی جانی تازه به جامعه بدمد. توجه خاص رهبر انقلاب به حوزه تولید ادبیات از این بابت است. زبان می‌تواند نگهبان هویت ما باشد، به شرط اینکه ما نیز مراقب زبان باشیم. گفت‌وگو درباره عقل و جهان معنایی آن و جهل و جهان معنایی آن به ما کمک می‌کند تا بتوانیم رساتر و عینی‌تر راجع به رسانایی جامعه سخن بگوییم.

عقل وجه ممیزه روح زندگی انسانی است. به کار بستن آن روابط انسانی را در جامعه به وجود خواهد آورد و زندگی در بستر این روابط جاری خواهد گشت و صورت‌های خود را خواهد آفرید. پس فراهم کردن مقدمات سیطره عقل از یک سو و جلوگیری از آلودگی زندگی به رد پای جهل از سوی دیگر، کمک خواهد کرد تا زندگی در طبقات و اشکال بودن ما جریان یابد و اتصال به آگاهی و دانایی برقرار شود. مجموع عناصری که تدارک جمعی آنها ظرفیت کامل برای جریان عقل را فراهم می‌کند جنود عقل نامیده می‌شود و مجموع عناصری که دچار شدن به آن فرصت سواستفاده را به جریان جهل می‌دهد، ذیل عنوان جنود جهل صورت‌بندی و فهرست شده است.

کارکرد جنود عقل در واقع شناسا کردن اجزا و ایجاد معارفه بین آنهاست. ایجاد آشتی و آشنایی بین عناصر جامعه و متحد کردن آنها و برکشیدن دوستی و محبت و راندن شقاق و نفرت و عداوت. بسیاری اوقات ما بلد نیستیم رابطه برقرار کنیم. گاهی رابطه برقرار کردن برای ما آسان است؛ اما نمی‌دانیم با این رابطه بناست چه کار بکنیم. گاهی همین ندانم‌کاری‌ها تخریب‌هایی در روند اجتماعی شدن به وجود می‌آورند و اعتماد و اتکای اجتماعی ما را کاهش می‌دهند. اگر درباره دوستی‌ها و یکدستی‌ها به حد کافی نیاموخته باشیم، نه میل درونی ما برانگیخته خواهد شد و نه فضای جامعه از آن استقبال خواهد کرد. نتیجه، غیبت جامعه از خویشتن و محو دیگری شدن است. رسانایی در سطحی از آگاهی و لایه‌ای از دانایی شکل می‌گیرد که در آن معارفه بنیادین اجتماعی شکل گرفته است. افراد برای هم ناشناخته نیستند. بیگانگی نمی‌کنند. یکدیگر را نادیده نمی‌گیرند. انکار نیز نمی‌کنند. جمع آدم‌ها در چنین جامعه‌ای جمع معروف‌هاست. اتحاد روحانی به ایشان نوعی نظام اجتماعی داده و همگی یکدیگر را اعضای یک پیکر می‌بینند. انگار خانواده‌ای گسترده‌اند و درکی خودمانی از خیر و شر و نفع و ضرر همدیگر دارند. در چنین جامعه‌ای حتی قوانین کمتر به کار می‌آیند. نه به خاطر نادیده گرفته شدنشان؛ بلکه به خاطر اینکه افراد سرمایه‌های آشتی و آشنایی ذاتی خود را به اشتراک می‌گذارند و سعه صدری به جامعه می‌بخشند که کارها کمتر به خط‌کش‌های قانونی می‌رسد. یعنی افراد به جای زندگی کردن در مرزهای قانونی در متن توسعه یافته معاریف اجتماعی به مقام و منزلت بی‌نیازی می‌رسند.

با مراجعه به فهرست نسبتا بلند جنود عقل و جهل که تصویری چندبعدی از واقعیت این دو مفهوم به ما می‌دهند، به روشنی درمی‌یابیم که جنود عقل در واقع مقدمات آشتی و آشنایی و انس و یکپارچگی و یگانگی ماست و جنود جهل عوامل دوری، بغض، دشمنی، ضعف، سستی و پراکندگی ما.

یک سوی ماجرا خیرخواهی و حق‌طلبی و امید و شکر و مهربانی و انس‌جویی و رفاقت و صداقت و پاکدامنی و حلم و پرده‌پوشی و همگرایی و یادآوری و بی‌نیازی و وفاداری و مدارا و شهامت و امانت‌داری و شناسایی است که همگی اسباب همدلی و هم‌افزایی هستند و سوی دیگر آن مکر و پرده‌دری و تنبلی و عهدشکنی و ریا و دروغ و خودنمایی و ستم و آلودگی و سخت‌گیری و خودخواهی و سنگ‌دلی و فریفتگی و سهل‌انگاری و تفرقه و بخل و خیانت و سرکشی که باعث جدایی و واگرایی و ناامنی جامعه می‌شوند.

مراقبت از رسانایی جامعه ایران

جامعه رسانا صفات و عاداتی را در خود گسترش داده که افراد و اعضا و اجزایش را در امنیت و سلامت گرد هم می‌آورد. گویی یک تن بزرگ زنده هوشمند چابک ماهرند. در مقابل جامعه نارسانا را داریم که هر آن در لبه پرتگاه از هم پاشیدگی و ناجامعگی است و ناچار برای کنار هم نگه داشتن جمعیت به ابزارهای نامتعارف متوسل می‌شود. لذا اگر ابزارها در چنین جامعه‌ای به هر دلیل دچار اختلال شوند، آن جامعه دیگر کار نمی‌کند. به یک معنی دچار مرگ می‌شود. مرگی از پس یک حیات مصنوعی که توسط ابزار مراقبت می‌شد.

وظیفه همه ما مراقبت از رسانایی جامعه ایران است. فهم مشترک، زبان مشترک، فرهنگ مشترک، معنای مشترک و عزم مشترک برای مراقبت از داشته‌ها و حرکت به سوی آرمان‌ها. پیروزی‌های اخیر و آشکار شدن پیشرفت‌های بزرگ که اکثر آنها طی ده‌ها سال پنهان مانده بود، به معنی غفلت و عدم مراقبت از سرمایه‌های معنوی ملت ایران نیست. آنچه برای دشمن آشکار شد، هدف قطعی جنگ‌های پس از این است. تمام مؤلفه‌های شناسایی و رسانایی اجتماعی ما زیر ضرب حملات رسانه‌ای و تبلیغاتی دشمن است. دلبستگی مردم به معارف اسلامی و شیعی و انقلابی و نگهبانی غیورانه آنان از هویت و فرهنگ ایرانی، دشمن را بارها به شکست واداشته. طبیعی است که آنان پس از این با تمرکز بیشتری ریشه‌های معرفت ایرانی را نشانه بگیرند و برای ترمیم اشتباهات خود تصمیمات جدید اتخاذ کنند و سرمایه‌گذاری بیشتری برای دور کردن مردم از هم و مردم از حکومت و مسئولان از یکدیگر انجام دهند و خود به عنوان میانجی و تصمیم‌گیر در شکاف‌های به وجود آمده قرار گیرند و هدف نابودی ایران و ایرانی را از نزدیک دنبال کنند. همدلی و اتحاد مردم در روزهای سخت دشمن را همچنان که در جنگ ۱۲ روزه اتفاق افتاد عقب خواهد راند و او را از رسوایی‌هایی که این روزها برای خود به بار آورد پشیمان خواهد کرد.

کمینگاه دیجیتال؛ فرمان آرایش جنگی در نبرد فرهنگی

دکترین نبرد در بزنگاه



دکتر مرتضی امیری نژاد
آگاه مسائل رسانه

امروز با تغییر میدان نبرد، دیگر نه با «خاکریزهای سرزمینی» که با «جغرافیای ادراک» مواجهیم. سلاح دشمن، دیگر نه «گلوله» که «روایت» است و هدفش، نه «اشغال خاک» که «تسخیر ذهن» است. در این جنگ شناختی بی‌امان، غول رسانه‌ای دشمن، ارتشی نامرئی و چابک ساخته که بدون شلیک حتی یک گلوله، به دنبال فتح سنگر به سنگر باورهای ماست. در برابر چنین آرایشی، نیازمند یک «آرایش جنگی رسانه‌ای» متقابل، هوشمند و تهاجمی هستیم.

هژمونی روایت: از کنترل سرزمین تا کنترل ذهن

قدرت رسانه‌های دشمن، نه در انتقال «خبر» که در «مهندسی چارچوب فهم» آن خبر است. آنها با برجسته‌سازی گزینشی، تولید روایت‌های جهت‌دار و کنترل دستور کار ذهنی جامعه، به دنبال ایجاد یک «هژمونی روایی» هستند؛ یعنی وضعیتی که در آن، جامعه، جهان را نه آنطور که هست، بلکه آنطور که دشمن می‌خواهد، ببیند و تحلیل کند. در این نبرد، بزرگ‌ترین سرمایه ما یعنی «هویت اسلامی»، «معارف شیعی» و «ارزش انقلابی» سیبل اصلی است. دشمن تلاش می‌کند با تحریف تاریخ و ایجاد شبهه، این سرمایه‌های معنایی را تضعیف کرده و جامعه را از درون، خلع سلاح هویتی کند.

کمینگاه دیجیتال: میدان نبرد نامتقارن

فضای مجازی، به یک «کمینگاه دیجیتال» تبدیل شده است؛ میدانی که در آن، خبر جعلی با ظاهر مستند، شایعه به صورت موجی و عملیات روانی با نقاب «صدای مردم» منتشر می‌شود. ویژگی اصلی این کمینگاه، نامرئی بودن منبع حمله است. این پدیده، تشخیص «خبر» از «عملیات» را دشوارتر از همیشه کرده و هر کاربر بی‌خبر را ناخواسته به سرباز پیاده‌نظام ارتش دشمن برای تکثیر پیام تبدیل می‌کند.

نتیجه راهبردی:

از پدافند به آفند؛ دکترین نبرد در کمینگاه

مقابله با این ارتش رسانه‌ای، تنها با ابزارهای سنتی و رویکرد پدافندی (تکذیب و پاسخگویی) ممکن نیست. ما نیازمند یک دکترین تهاجمی هستیم. این دکترین باید بر سه اصل استوار باشد:

۱. کنشگری پیش‌دستانه:

ما نباید منتظر حمله دشمن بمانیم. باید با تولید روایت‌های قدرتمند و مستمر از دستاوردها، تاریخ و مبانی فکری خود، «دستور کار ذهنی» جامعه را خودمان تعیین کنیم.

۲. روایت‌سازی به جای خبررسانی:

ما نباید فقط «خبر» بدهیم؛ باید «معنا» بسازیم. هر خبر باید در یک چارچوب روایی بزرگ‌تر قرار گیرد که به مخاطب در فهم و تحلیل آن کمک کند.

۳. تکیه بر ارتش مردمی:

بزرگ‌ترین سرمایه ما، مردم مومن و انقلابی هستند. باید با توانمندسازی و شبکه‌سازی فعالان مردمی در فضای مجازی، «ارتش سایبری خودی» را برای مقابله با امواج دشمن سازماندهی کرد. از این رو، جنگ امروز، جنگ بر سر «حقیقت» نیست؛ جنگ بر سر «باور مردم» است. در این جنگ، پیروز کسی است که راوی اول و راوی برتر روایت‌ها باشد.

آگاه/ روزنامه گروه رسانه‌ای مهر
مدیرمسئول: محمدمهدی رحمتی
سردبیر: امیر اسماعیلی
دبیر تحریریه: رضا ظریفی
مدیر داخلی: عماد خورشیدطلب
دبیران گروه‌ها: هادی رضایی سیاست | سید مرتضی مفیدنژاد پرونده‌های ویژه
مجتبی مشهدی محمد فرهنگ

روزنامه گروه رسانه‌ای مهر
روزنامه آگاه
۴۳۶

خیابان رازی، خیابان هاشمی فر، ساختمان ابن سینا کد پستی: ۱۱۳۳۸۳۵۵۱۳
۶۶۷۸۷۶۵۵-۰۲۱ ۸۸۷۶۵۶۷۸-۰۲۱ چاپ: همشهری

agaah_ir m@agaah.ir www.Agaah.ir

پنج‌شنبه

۲۷ آذر ماه ۱۴۰۴

۲۷ جمادی‌الثانی ۱۴۴۷ | ۱۸ دسامبر ۲۰۲۵

اذان صبح	۰۵:۳۶
اذان ظهر	۱۲:۰۰
اذان مغرب	۱۷:۱۲
نیمه‌شب‌شرعی	۲۳:۱۵

#تجربه_کردم

مثل وقتی از پنجره هواپیما به زمین نگاه می‌کنیم و همه چیز، «متفاوت، کلی و ریز»ه، خوشحالی و غم‌های دنیا، «نِسبی» ان...
درست موقع خوشحالی کسی و قومی و جایی... قوم و جا و کسان دیگه‌ای در اوج اندوهن رفیق!
بزرگان گفته‌ن که یه معنی «نبستن دل به دنیا»، درک همین قضیه‌س. موقع خوشحالی‌ت به غمگین‌ها... و موقع غم به خوشحال‌ها فکر کن تا بفهمی دنیا شل‌ترو «گذرا»تر از «عمر گذاشتن»ه!

سیدمحمد سادات‌اخوی / نشر پرنده

چند توصیه برای اینکه در زمستان بیمار نشوید



یک کارشناس تغذیه می‌گوید؛ برخلاف تصور رایج، ایمنی بدن با مصرف کوتاه‌مدت و هیجانی چند خوراکی یا مکمل تقویت نمی‌شود. آنچه اهمیت دارد، پیوستگی رفتارهای ما در چند هفته و چند ماه است.

فصل سرما همیشه با افزایش سرماخوردگی، آنفلوآنزا و عفونت‌های ویروسی تنفسی همراه است. نه به این دلیل که سرما ویروس می‌سازد، بلکه چون سبک زندگی ما در این فصل به نفع ویروس‌ها تغییر می‌کند؛ کمتر تحرک داریم، بیشتر در فضاهای بسته می‌مانیم، نور خورشید کمتر می‌شود و الگوی تغذیه‌مان به هم می‌ریزد. در چنین شرایطی اگر سیستم ایمنی تضعیف شود، اولین قربانی‌اش دستگاه تنفسی خواهد بود.

■ **سیستم ایمنی را در طول سال تقویت کنید:** تقویت سیستم ایمنی در فصل سرما، نتیجه انتخاب‌های ساده اما پیوسته است؛ تغذیه متعادل، خواب کافی، تحرک منطقی، مدیریت استرس و پرهیز از افراط در مصرف مکمل‌ها. بدن در زمستان ذاتا ضعیف‌تر نمی‌شود، مگر آنکه ما مراقبت آگاهانه از آن را کنار بگذاریم.

زهرا اولادی، کارشناس تغذیه و رژیم درمانی می‌گوید: «برخلاف تصور رایج، ایمنی بدن با مصرف کوتاه‌مدت و هیجانی چند خوراکی یا مکمل تقویت نمی‌شود. آنچه اهمیت دارد، پیوستگی رفتارهای ما در چند هفته و چند ماه است. یعنی تقویت سیستم ایمنی بهتر است در طول سال مورد توجه باشد. نه وقتی تازه زمستان از راه رسید.»

■ **پروتئین فقط برای عضله‌سازی نیست:** به گفته اولادی، «پروتئین فقط برای عضله سازی نیست؛ بخش مهمی از ساختار سیستم ایمنی به آن وابسته است. آنتی بادی‌ها و بسیاری از سلول‌های دفاعی بدن از پروتئین ساخته می‌شوند. رژیمی که پروتئین کافی ندارد، حتی اگر سرشار از میوه و سبزی باشد، ایمنی برای بدن ایجاد نمی‌کند.»

■ **ویتامینی که درست فهمیده نشده است:** ویتامین C سال‌هاست که به‌عنوان نماد مقابله با سرماخوردگی شناخته می‌شود، اما نقش واقعی آن اغلب بد فهمیده شده است. این ویتامین، سرماخوردگی را درمان نمی‌کند اما کمبودش می‌تواند طول و شدت بیماری را افزایش دهد.

■ **کمبود این ویتامین در زمستان تشدید می‌شود:** در فصل زمستان، کاهش نور خورشید باعث افت سطح ویتامین D در بسیاری از افراد می‌شود. این ویتامین نقش مهمی در تنظیم پاسخ ایمنی دارد و کمبود آن با افزایش عفونت‌های تنفسی مرتبط دانسته شده است.

■ **خواب را دست‌کم نگیرید:** خواب ناکافی، یکی از قوی‌ترین عوامل تضعیف‌کننده سیستم ایمنی است. حتی چند شب خواب کمتر از ۶ تا هفت ساعت می‌تواند تولید آنتی بادی‌ها را کاهش دهد، التهاب بدن را بالا ببرد، توان دفاعی بدن را کاهش دهد و احتمال ابتلا به عفونت‌های ویروسی مثل سرماخوردگی‌ها را افزایش می‌دهد.

■ **تحرک بدنی در سرما حذف نشود:** خیلی از افراد تحرک بدنی را در فصل سرما حذف می‌کنند! در حالی که بی‌تحرکی در هر فصلی دشمن سلامت است. برخلاف تصور، ورزش سنگین و ناگهانی در فصل سرما می‌تواند ایمنی را موقتا کاهش دهد اما ورزش‌های سبک خانگی، پیاده‌روی (روزانه ۲۰ تا ۳۰ دقیقه) و حرکات کششی، گردش سلول‌های ایمنی را بهبود می‌دهند و به تنظیم خواب شبانه و کاهش استرس کمک می‌کنند.

■ **مراقب استرس مزمن باشید:** استرس مزمن با افزایش هورمون کورتیزول، سیستم ایمنی بدن را فرسوده می‌کند و توان آن برای ترمیم و مقابله با بیماری‌ها را کاهش می‌دهد.



رزمایش طرح ترافیکی زمستان ۱۴۰۴

رزمایش طرح ترافیکی زمستان ۱۴۰۴ با حضور سردار احمدرضا رادان، فرمانده کل انتظامی جمهوری اسلامی ایران، در دانشگاه علوم انتظامی امین برگزار شد.

عکس: زهرا صباغی / خبرگزاری صداوسیما

چگونه از خشکی چشم در هوای سرد زمستان پیشگیری کنیم؟

ناراحتی‌های چشم در زمستان به دلیل هوای سرد رایج هستند اما می‌توانید با چندین راهکار ساده از چشم‌های خود در برابر سرما محافظت کنید.

یوگش چوگوله، جراح متخصص آب مروارید، قرنیه و عیوب انکساری در موسسه ملی چشم‌پزشکی پونا هند گفت: مردم ناراحتی‌های چشمی زیادی را تجربه می‌کنند که همه آنها با رطوبت کم در زمستان آغاز می‌شوند. ظرفیت هوای سرد برای نگه داشتن رطوبت در مقایسه با ظرفیت هوای گرم کمتر است، بنابراین، اشک‌ها هنگام قرارگرفتن در معرض هوای سرد محیط، نسبت به قرارگرفتن در معرض هوای گرم، با سرعت بیشتری تبخیر می‌شوند.

استفاده بیش از حد از گرمایش داخلی بر چشمان تاثیر می‌گذارند. گرمای مرکزی و بخاری‌های اتاق، نمونه‌هایی از سیستم‌های گرمایشی هستند که رطوبت هوا را از بین می‌برند و به دلیل گرمایش بیش از حد در داخل خانه، باعث خشکی، سوزش و قرمزی چشم می‌شوند. حرکت بین باد سرد و هوای گرم و خشک داخلی، فشار زیادی بر سطح چشم وارد می‌کند و برخی از علائم رایج ناراحتی‌های چشمی در ماه‌های زمستان عبارتند از:

- تاری دید و قرمزی چشم
- پلک‌های متورم
- خستگی چشم
- آبریزش چشم

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که در ماه‌های زمستان، فرد حتی اگر معمولا مشکلی با خشکی چشم نداشته باشد، علائم خشکی چشم را تجربه خواهد کرد. عوامل متعددی که روزانه با آنها مواجه می‌شویم، علائم مرتبط با خشکی چشم را بدتر می‌کنند که در ادامه به برخی از این موارد اشاره شده است.

■ **پلک نزدن کافی در طول زمان استفاده از صفحه نمایش:** زمستان سرد اغلب ما را در داخل خانه به سمت صفحه نمایش گوشی‌های‌مان می‌کشاند. وقتی افراد در داخل خانه کاری با وسایل الکترونیکی انجام می‌دهند یا برای مدت طولانی به صفحه نمایش خیره می‌شوند، تمایل کمتری به پلک زدن دارند. پلک زدن کمتر، هم خشکی و هم خستگی چشم فرد را افزایش می‌دهد.

■ **استفاده نکردن از عینک آفتابی در زمستان:** عدم استفاده از عینک آفتابی در زمستان می‌تواند برای چشم مضر باشد، زیرا برف زمستانی می‌تواند تا ۸۰ درصد از اشعه ماورابنفش خورشید را منعکس کند.

■ **نادیده گرفتن هیدراتاسیون:** در طول فصل زمستان، مردم معمولا آب کمتری می‌نوشند که این مصرف آب کمتر بر چشم‌ها تاثیر می‌گذارد. مهم است که تعادل در تغذیه و مصرف مایعات برقرار شود.

■ **قرارگرفتن چشم‌ها در معرض باد سرد بدون محافظ:** در زمستان، وقتی بدون عینک از خانه بیرون می‌روید، هوای سرد رطوبت چشم‌ها را جذب می‌کند. این جذب رطوبت موجب سوزش چشم و ایجاد آلرژی می‌شود. برای جلوگیری از این امر، باید از عینک آفتابی یا عینک اسکی استفاده کرد.

■ **غفلت در استفاده از مرطوب‌کننده‌های هوا:** ماندن طولانی‌مدت در اتاق گرم بدون دستگاه بخور، می‌تواند موجب تبخیر اشک شود.

■ **مالیدن مکرر چشم‌ها:** افراد اغلب به دلیل احساسات ناشی از خشکی و تحریک، چشم‌های خود را می‌مالند. این عادت کوچک خطر تحریک یا عفونت را افزایش می‌دهد.

سایت هلث گزارش کرد، این علائم تحریک‌کننده احتمالا در طول فعالیت‌های روزمره ایجاد می‌شوند اما آگاهی جزئی در مورد این محرک‌ها می‌تواند به ایجاد تنظیمات ساده‌ای کمک کند که تحریک، ناراحتی و تاثیرات بلندمدت آنها بر چشم را در طول زمستان به حداقل برساند.

نسخه جدید چت جی‌پی‌تی برای رقابت با گوگل معرفی شد

اوپن‌ای‌آی نسخه جدید GPT-Image ۱.۵ را با قابلیت ویرایش سریع‌تر برای رقابت با هوش مصنوعی نانو بنانا پرو (Nano Banana Pro) جمینای معرفی کرد.

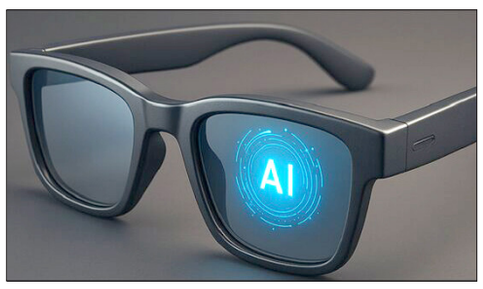
جدیدترین مدل تصویری اوپن‌ای‌آی در شرایطی عرضه می‌شود که رقابت با گوگل جمینای شدت گرفته و انتظارها برای تصاویر آماده افزایش یافته است. مدل‌های تولید تصویر هوش مصنوعی در طول سال ۲۰۲۵ جهشی بزرگ داشتند و اوپن‌ای‌آی این جهش را به آخرین ماه‌های سال کشانده است.

به نقل از آی‌ای، روز سه‌شنبه، این شرکت مدل GPT-Image ۱.۵ را منتشر کرد؛ جدیدترین مولد تصویر که عملکرد سریع‌تر، پیروی دقیق‌تر از دستورها و ابزارهای ویرایش دقیق‌تر را وعده می‌دهد. این مدل بلافاصله برای همه کاربران چت جی‌پی‌تی در سراسر جهان و از طریق رابط برنامه‌نویسی کاربردی اوپن‌ای‌آی با نام GPT-Image-۱.۵ در دسترس قرار گرفت. اوپن‌ای‌آی همچنین یک فضای اختصاصی برای خلق تصویر در نوار کناری چت جی‌پی‌تی معرفی کرد که شامل سبک‌های آماده و طراحی‌های پرطرفدار است.

این به روزرسانی نشانه‌ای از تغییر مسیر از دستورالعمل‌های ساده متنی به سمت جریان کاری بیشتر مبتنی بر تصویر است. تجربه نخست بسیاری از افراد با چت جی‌پی‌تی تبدیل یک دستورالعمل متنی به تصویر است. این راهی جادویی برای دیدن توانایی این فناوری است، اما رابط چت در اصل برای این کار طراحی نشده بود.

اوپن‌ای‌آی می‌گوید GPT-Image ۱.۵ تا چهار برابر سریع‌تر از نسخه قبلی اجرا می‌شود. این شرکت همچنین ادعا می‌کند مدل جدید، دستورها را به‌ویژه در ویرایش‌های تکراری دقیق‌تر دنبال می‌کند.

این عینک می‌شنود!



عینک هوش مصنوعی «متا» اکنون می‌تواند به کاربر خود در بهتر شنیدن گفت‌وگوها کمک کند.

شرکت «متا» (Meta) روز سه‌شنبه از به‌روزرسانی عینک‌های هوش مصنوعی خود خبر داد که به کاربر امکان می‌دهد تا در محیط‌های پرسروصدا، صدای طرف مقابل خود را بهتر بشنود.

متا می‌گوید این ویژگی ابتدا در عینک‌های هوشمند «ری-بن متا» (Ray-Ban Meta) و «اوکلی متا اچ‌اس‌تی‌ان» (Oakley Meta HSTN) در آمریکا و کانادا در دسترس خواهد بود. علاوه بر این، عینک‌ها به‌روزرسانی دیگری را نیز دریافت می‌کنند که به کاربر امکان می‌دهد تا از اپلیکیشن «اسپاتیفای» (Spotify) برای پخش آهنگی استفاده کند که با آنچه در حال حاضر می‌بیند، مطابقت دارد. برای مثال، اگر کاربر به جلد یک آلبوم موسیقی نگاه کند، عینک می‌تواند آهنگی را از آن هنرمند پخش کند یا اگر به درخت کریسمس خود با انبوهی از هدایا نگاه کند، موسیقی مخصوص تعطیلات پخش می‌شود. این قابلیت بیشتر یک ترفند است، اما نشان می‌دهد که متا چگونه به ارتباط دادن آنچه مردم می‌بینند با اقداماتی که می‌توانند در اپلیکیشن‌های خود انجام دهند، فکر می‌کند.

ویژگی تمرکز بر گفت‌وگو، کاربردی‌تر به نظر می‌رسد. این ویژگی که اولین بار در «کنفرانس کانکت» (Connect conference) شرکت متا در اوایل سال جاری میلادی معرفی شد، از اسپیکرهای عینک هوش مصنوعی برای تقویت صدای شخصی که کاربر در حال صحبت کردن با اوست، استفاده می‌کند. متا می‌گوید کاربران عینک‌های هوشمند می‌توانند با کشیدن دسته سمت راست عینک خود یا از طریق تنظیمات دستگاه، سطح تقویت صدا را تنظیم کنند. این ویژگی به آنها امکان می‌دهد تا سطح صدا را با دقت بیشتری متناسب با محیط کنونی خود مانند رستوران، قطار شهری یا هر جای دیگری تنظیم کنند.

این چسب هر وقت بخواهید آزاد و محکم می‌شود

قطعات وسایل الکترونیکی را نمی‌توان به راحتی برای بازیافت از هم جدا کرد و علاوه بر آن چسب‌های بر پایه نفت، چندان سازگار با محیط زیست نیستند. دانشمندان با توسعه یک چسب قابل تغییر که عمدتا از روغن گل رز ساخته شده است، به هر دو این مشکل‌ها پرداخته‌اند.

دانشمندان چسب‌های هوشمندی را توسعه داده‌اند که می‌توانند بین حالت‌های اتصال و عدم اتصال، به طور مداوم تغییر حالت دهند. متاسفانه، بسیاری از این مواد هنوز از فرآورده‌های جانبی نفت ساخته شده‌اند که استخراج و پالایش آنها به طور آشکار با محیط زیست سازگار نیست.

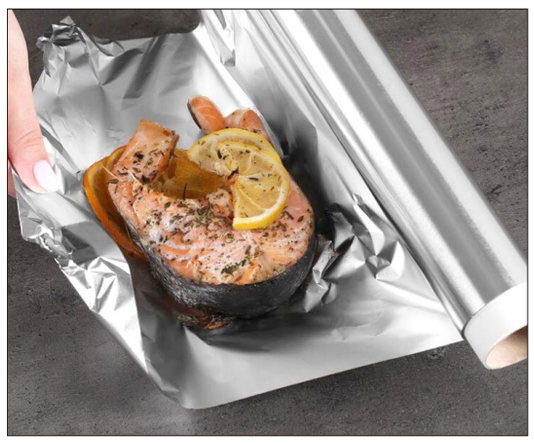
به همین دلیل است که پروفسور کوانگ-اون جئونگ، دانشجوی دکترا و همکارانش از دانشگاه ملی جئونبوک کره، مونومر تتراهیدروژرانیول متاکریلات (TGMM) را بررسی کردند. این مونومر که از روغن گل رز مشتق شده، به انعطاف‌پذیری، پایداری مکانیکی و زیست‌تخریب‌پذیری شناخته می‌شود.

هنگامی که این ترکیب در معرض نور ماورا بنفش قرار می‌گیرد، به شکل مایع در می‌آید و به آن اجازه می‌دهد تا روی موادی مانند فلز، پلاستیک، لاستیک، شیشه، چوب پنبه و کاغذ اعمال شود. هنگامی که متعاقبا در معرض نور مرئی قرار می‌گیرد، جامد می‌شود و یک پیوند محکم تشکیل می‌دهد.

برای تبدیل مجدد آن به مایع و در نتیجه آزاد شدن پیوند فقط باید نور فرابنفش بیشتری اعمال شود و اگر بعدا با قرارگرفتن در معرض نور مرئی دوباره پیوند بخورد، بیش از ۹۰ درصد از قدرت چسبندگی اولیه خود را حفظ می‌کند. این چسب علاوه بر ادغام در لوازم الکترونیکی با بازیافت آسان‌تر، می‌تواند کاربردهای دیگری نیز داشته باشد. چسب هوشمند و قابل استفاده مجدد برای طیف وسیعی از کاربردهای عملی نوید بخش است. این چسب می‌تواند نقش ارزشمندی در نظارت بر محیط زیست، الکترونیک هوشمند و سیستم‌های مونتاژ تطبیقی که در آنها چسبندگی قابل کنترل و قابل استفاده مجدد بسیار مهم است، ایفا کند.

سبک زندگی

نگرانی درباره فویل اغراق‌آمیز است



به گفته یک متخصص علوم و صنایع غذایی، نگرانی‌ها پیرامون فویل آلومینیوم تا حد زیادی اغراق‌آمیز است. فویل در استفاده صحیح، ایمن است. اما کلید سلامت در درک این است که چه زمانی نباید از آن استفاده کرد.

دکتر نسرین مویدنیا، متخصص علوم و صنایع غذایی می‌گوید: فویل‌های آلومینیومی مورد استفاده در صنایع غذایی از نوع غذایی و طبق استاندارد با خلوص بالای ۹۹ درصد آلومینیوم تولید می‌شوند. این فویل‌ها به دلیل ویژگی‌های ممانعت مطلق در برابر نور، اکسیژن، رطوبت و مقاومت حرارتی تا بیش از ۳۰۰ درجه سانتی گراد، در فرآیندهای حرارتی و نگهداری کاربرد دارند و معمولا از آنها برای پوشاندن غذا برای نگهداری در یخچال و فریزر و عمدتا برای پخت در فر استفاده می‌شود. اما شاید در هر بار استفاده این سوال در ذهنمان مطرح شود که فویل آلومینیوم می‌تواند برای سلامت خطرناک باشد؟

ما روزانه مقادیری از آلومینیوم را از منابع طبیعی مانند آب و غذاهای مختلف دریافت می‌کنیم. اما خوشبختانه بدن ما در مقابل آلومینیوم دفاع قوی دارد. جذب آلومینیوم از دستگاه گوارش معمولا بسیار ناچیز است. کلیه‌ها در افراد سالم، تقریبا تمام مقدار آلومینیوم جذب شده را به سرعت و با کارایی بالا دفع می‌کنند. خطر تجمع آلومینیوم، متوجه افرادی است که از قبل دچار نارسایی کلیوی هستند، زیرا بدن آنها توانایی دفع موثر این فلز را از دست داده و تجمع احتمالی آن می‌تواند باعث بروز عوارضی چون آسیب مغزی و نرمی و ضعف شدید استخوان‌ها شود. بنابراین، تا زمانی که کلیه‌ها سالم هستند، دلیلی برای نگرانی وجود ندارد.

آیا آلومینیوم می‌تواند باعث آلزایمر شود؟

شاید در مورد ارتباط آلومینیوم و آلزایمر شنیده باشید. این نگرانی سال‌هاست مطرح است، اما خبر خوب اینکه با وجود تحقیقات گسترده، نهادهای علمی معتبر بین‌المللی مانند سازمان جهانی بهداشت هنوز هیچ مدرک قطعی مبنی بر اینکه آلومینیوم موجود در رژیم غذایی باعث بیماری آلزایمر می‌شود، پیدا نکرده‌اند. حال سوال این است که فویل‌های آلومینیومی غذا چه زمانی آسیب‌زا می‌شوند؟ وقتی که یون‌های آلومینیوم از سطح فلز جدا شده و وارد غذا می‌شوند یعنی پدیده‌ای به نام «مهاجرت.»

چه غذاهایی نباید در ارتباط مستقیم با فویل‌ها باشند؟

غذاهای ترش. قوی‌ترین اسیدهای غذایی مثل آبلیمو، سس گوجه، سرکه، نارنج و ترشی می‌توانند لایه محافظ فویل را حل کنند. همچنین پخت در دمای بالای فرو تماس طولانی، نرخ مهاجرت را به شدت بالا می‌برد. حتی نمک زیاد می‌تواند فرآیند خوردگی فویل را تسریع کند. پس یادمان باشد که غذای ترش یا شور را هرگز مستقیما در تماس با فویل و برای پخت به مدت طولانی در دمای بالا، قرار ندهیم.

استفاده از کاغذ نسوز توصیه می‌شود

اصولا بهتر است برای استفاده بدون دغدغه از فویل، از «کاغذ نسوز» استفاده شود. اگر غذا ترش یا شور است، ابتدا آن را با کاغذ نسوز یا کاغذ پخت بپوشانید. کاغذ نسوز جلوی مهاجرت یونی را می‌گیرد. توجه داشته باشید که کاغذ مومی برای فر مناسب نیست و ذوب می‌شود. برای حفظ رطوبت غذا، جلوگیری از سوختن رویه یا توزیع یکنواخت حرارت، روی کاغذ نسوز را با فویل بپوشانید.

این یک اقدام فنی برای حفظ کیفیت غذاست. برای پخت، فویل‌های ضخیم، مقاومت فیزیکی بیشتری دارند و ایمن‌تر هستند. هرگز نباید فویل وارد مایکروویو شود، چون خطر جرقه و آسیب به دستگاه وجود دارد. فویل برای پوشاندن روی سینی، به عنوان درپوش ظروف یا برای نگهداری کوتاه‌مدت غذاهای غیر اسیدی و سرد نیز کاملا ایمن است.

آب و هوا

هشدار کاهش ۱۵ درجه‌ای دما در ۲۳ استان

سازمان هواشناسی از بارش گسترده برف و باران در اکثر مناطق کشور تا شنبه آینده خبر داد و برای کاهش تا ۱۵ درجه‌ای دما در ۲۳ استان هشدار نارنجی صادر کرد.

بر اساس تحلیل نقشه‌های همدیدی و آینده‌نگری سازمان هواشناسی امروز پنج‌شنبه در اکثر مناطق کشور به جز استان‌های آذربایجان غربی و شرقی، کردستان، کرمانشاه و شرق سیستان و بلوچستان، بارش پیش‌بینی می‌شود. شدت بارش در این روز برای استان‌های فارس، کرمان، هرمزگان، بوشهر و جزایر واقع در خلیج فارس و تنگه هرمز خواهد بود.

فردا جمعه نیز در اکثر مناطق کشور به جز آذربایجان غربی و شرقی، اردبیل، کردستان، کرمانشاه و ایلام بارش خواهیم داشت. شنبه بارش با شدت کمتر در نیمه شرقی و جنوبی کشور ادامه خواهد داشت، یک‌شنبه در شمال شرق کشور بارش پراکنده پیش‌بینی می‌شود.

امروز پنج‌شنبه در اکثر مناطق کشور کاهش دما رخ خواهد داد. تا روز شنبه خلیج فارس، تنگه هرمز، دریای عمان و دریای خزر مواج خواهند بود.

