



فصل چہارم

دفاع غیر نظامی

درس نهم

شناخت و مقابله با جنگ نرم



جنگ نرم :

- یعنی «جنگ به وسیله ابزارهای فرهنگی و پیشرفته امروزی»؛
- یعنی «جنگ به وسیله نفوذ، دروغ و شایعه پراکنی»؛
- یعنی «تهاجم به مرزهای ایمانی، عقیدتی و فرهنگی».

حضرت آیت الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی ۱۳۸۸/۰۹/۰۴

جنگ نرم

در طول تاریخ این مرز و بوم، دشمنی ابرقدرت‌ها با ما به صورت توطئه‌های مختلفی در قالب جنگ سخت مانند درگیری قومی، ترور، کودتای نظامی، تهاجم نظامی (جنگ تحمیلی) و جنگ نرم مانند شبیخون فرهنگی طراحی و اجرا شده است. پس از ناکامی دشمنان در جنگ سخت، آنان جنگ نرم را با شدت و گستردگی بیشتری ادامه داده‌اند.

در جنگ نرم دشمنان به دنبال تسخیر باورها و ارزش‌های یک ملت‌اند. تسخیر قلب‌ها و مغزهای مردم کشورهای دیگر هدف اصلی جنگ نرم است. وقتی دشمنان به هدف خود برسند، در حقیقت جبهه مقابل را به جبهه خودی تبدیل کرده‌اند و در چنین صورتی دیگر نیازی به تسخیر نظامی کشور هدف و یا دخالت رسمی و مستقیم در نظام حاکم نیست، بلکه این اهداف را خود آن ملت که همگی یا بخش عمده‌ای از آنها در اثر جنگ نرم به جبهه مقابل پیوسته‌اند، تأمین می‌کنند. اگر نیازی هم به جنگ نظامی باشد، با کمترین مقاومت از سوی کشور مورد تهاجم روبه‌رو خواهند شد و با هزینه‌ای بسیار کم به هدف خود خواهند رسید.

در جنگ نرم دشمن سعی می‌کند با برنامه‌ریزی کامل و دقیق و با استفاده از همه ابزارهای ممکن بر باورها، ارزش‌ها، احساسات و رفتارهای جامعه هدف تأثیر بگذارد. به گونه‌ای که آنان همان چیزی را باورداشته باشند که دشمن می‌خواهد، همان کاری را انجام دهند که او دوست دارد. همان احساسات و تمایلاتی را ابراز نمایند که دشمن اراده کرده است. در جنگ نرم مهاجمان سعی می‌کنند از طریق تغییرات فکری و فرهنگی مردمان جامعه هدف را ناخودآگاه به نیروی خودی تبدیل نمایند.

«در جنگ نرم دشمن به سراغ سنگرهای معنوی می‌آید که آنها را محو کند. دشمن به سراغ ایمان‌ها، معرفت‌ها، عزم‌ها، پایه‌ها و ارکان اساسی یک نظام و کشور می‌آید که اینها را منهدم کند. نقاط قوت را در تبلیغات خود به نقاط ضعف تبدیل کند. فرصت‌های یک نظام را به تهدید تبدیل کند.»

(مقام معظم رهبری عجالتاً)

هدف جنگ نرم

هدف جنگ نرم این است که باورها و ارزش‌های جامعه هدف را به گونه‌ای جهت دهند که همچون مهاجمان بیندیشند، همچون آنان فکر کنند و هرآنچه آنان خوب می‌دانند، خوب بدانند. هرآنچه دشمن زشت می‌پندارد زشت بدانند. نه تنها از همفکری و همسویی با دشمنان قسم‌خورده خود احساس شرمندگی نکنند، بلکه با افتخار از آن یاد کنند.

■ اهداف جنگ نرم

- ۱ تحریک و هدایت احساسات در جهت اهداف و خواسته‌های دشمن
- ۲ ایجاد اختلاف و قراردادن مردم کشور در مقابل همدیگر
- ۳ بدبین کردن مردم نسبت به وضعیت فعلی و آینده کشور
- ۴ سیاه‌نمایی و القای وجود بحران در کشور
- ۵ ایجاد ناامیدی و القای بن‌بست
- ۶ برجسته‌سازی نقاط ضعف و انکار پیشرفت‌ها

■ حوزه‌های جنگ نرم



■ حوزه فرهنگی

همانطور که می‌دانید فرهنگ هر کشور، باورها و ارزش‌های مردم آن است و رسانه‌ها ابزار انتقال فرهنگ‌ها بین ملت‌ها هستند. معمولاً در رسانه‌ها سبک زندگی خاصی توسط هنرمندان، ورزشکاران، ستاره‌ها و مشاهیر به شکلی جذاب تبلیغ می‌شود. سبک خاصی از پوشش، عادات رفتاری، انواع غذاها،



نمادها، موسیقی و حتی اصطلاحات خاصی در گفتگوها ترویج می‌شود. مخاطبین رسانه با پیروی از سبک زندگی شخصیت محبوب خود، مانند آنها رفتار کرده و به آرامی ارزش‌ها و باورهای جدیدی پیدا می‌کنند، این موضوع اگر در کل جامعه گسترش پیدا می‌کند، به تدریج تغییر سبک زندگی و غلبه فرهنگی به وجود می‌آید. حال اگر مردم قهرمانان نامناسبی را به عنوان الگوی روش زندگی خود ترجیح بدهند در این مبارزه فرهنگی شکست خواهند خورد.



ویروس کرونا در ایران جان دست کم چندین نفر را گرفته است.



سازمان گزارشگران بدون مرز: ایران اطلاع‌رسانی مستقل درباره کرونا را سرکوب می‌کند.



پرزیدنت ترامپ بار دیگر صحت آمارهای رژیم ایران در مورد کرونا را زیر سؤال برد.

حوزه اجتماعی

رفتارهای جامعه انسانی متأثر از هویت ملی، چارچوب‌های فکری و عادات‌های رفتاری آنهاست. انسجام ملی، امید به آینده، شور و شوق و پویایی جامعه به نحوه نگرش آن جامعه به موضوعات مختلف بستگی دارد. رسانه‌ها با جهت‌دهی به اولویت‌های زندگی جامعه، رفتارهای مردم را هدایت می‌کنند. معمولاً رسانه‌های دنیا تلاش دارند که با ترویج ناامیدی نسبت به آینده کشور و بزرگ‌نمایی اختلافات قومی و مذهبی، روحیه ملی را تضعیف کنند. همچنین شبکه‌های اجتماعی در این عرصه جایگزین شبکه‌های انسانی شده و سلیقه‌ها و ذائقه‌های جامعه را شکل می‌دهند.

فعالیت (۱)

بررسی کنید چرا رسانه‌های بیگانه در موضوع بیماری حاصل از ویروس کرونا به جای تمرکز بر توصیه‌های بهداشتی بر تعداد درگذشتگان تأکید داشتند.

حوزه اقتصادی

در اقتصاد دنیای امروز مردم جامعه نقش اساسی را در تغییرات تولید و مصرف کالاها ایفا می‌کنند. رسانه‌ها با استفاده از ابزارهای تبلیغاتی و جذاب می‌توانند نگاه تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را به سوی کالاهای خاصی هدایت کنند. علاوه بر این ترویج باورهای غلطی مانند ترجیح کالای خارجی بر داخلی، بی توجهی به تولید داخل توسط مسئولین، مصرف‌گرایی و توجه به کالاهای لوکس می‌تواند شرایط اقتصادی کشور را نابسامان کند. همچنین رسانه‌های غربی با القای آشفتگی فضای کسب و کار، ترغیب مردم به خرید ارز و سکه و کالایی که نیازی به آن ندارند، به این نابسامانی دامن می‌زنند. مثلاً در موضوع کرونا توجه به شایعه کمبود شدید کالاهای بهداشتی و ضروری، صف‌های طولانی و ازدحام در فروشگاه‌ها را نتیجه داد.



وزارت خزانه‌داری آمریکا ۹ نهاد و شهروند ایرانی را تحریم کرد.

فعالیت (۲)

بررسی نمایید خرید کالای تولید داخل چه تأثیری بر جهش تولید و شکوفایی اقتصاد کشور عزیزمان ایران دارد؟

حوزه سیاسی

در نظام مردم‌سالاری دینی، مردم نقش اساسی را در پشتیبانی و حمایت از تصمیمات مسئولین سیاسی کشور ایفا می‌کنند. بنابراین یکی از برنامه‌های اصلی رسانه‌های بیگانه القای ناکارآمدی نظام و تأثیر نداشتن آرای مردم در سرنوشت کشور است. این رسانه‌ها با صرف هزینه‌های هنگفت به اختلاف نظرهای سیاسی دامن زده، اکثر موضوعات و مسائل جاری جامعه را سیاسی نشان‌داده و دائماً از مخالفان حمایت می‌کنند.



فعالیت (۳)

چرا رسانه‌های خارجی به صورت هماهنگ با شایعه تکثیر کرونا، مردم را از حضور در جشن ملی ۲۲ بهمن منع می‌کردند؟

حوزه علمی

رسانه‌های جهان در این عرصه سعی دارند تا با برجسته‌کردن نقاط ضعف نظام آموزشی کشور آن را ناکارآمد نشان دهند. همچنین امید به آینده مناسب را در نسل جوان که موتور محرک کشور در حرکت پویای علمی هستند از بین می‌برند. توجه افراطی به بازی‌ها و سرگرمی‌ها به جای کتاب و مباحث

علمی، باعث گسترش تبدیلی و تن‌پروری می‌شود. بزرگ‌نمایی ضعف در تولید و اشتغال جوانان و سرپوش‌گذاشتن بر موفقیت‌های علمی ایرانیان در داخل و خارج از کشور مسیر علمی را ناامیدکننده نشان می‌دهد. این امر باعث می‌شود جوانان نسبت به تلاش در عرصه علمی ناامید شوند و قدرت علمی کشور کاهش پیدا کند.

فعالیت (۴)

در خصوص دستاوردهای علمی چندسال اخیر کشور در موضوعات مختلف تحقیق نموده و در کلاس بحث نمایید.

حوزه زیست محیطی

یکی از عرصه‌های اصلی در جنگ نرم ترویج فرهنگ نادرست رفتار با طبیعت و برخورداری از محیط زیست می‌باشد. سبک زندگی ماشینی و رفاه‌طلبی باعث شده تا بخش بزرگی از منابع طبیعی کشور مانند جنگل‌ها، سواحل دریا، رودخانه‌ها صرف منافع شخصی شوند. بهره‌برداری نادرست از منابع آب و خاک و تولید بی‌رویه آلودگی و زباله‌های صنعتی از جمله رفتارهایی نادرست در این زمینه است. کاهش تولید محصولات کشاورزی در برخی از روستاها خصوصاً در شمال کشور و مناطق کم‌بارش وابستگی اقتصادی را نیز نتیجه می‌دهد.



روش‌های مقابله با جنگ نرم

«در جنگ نرم هیچ وقت عکس‌العملی عمل نکنید. البته پاسخ دشمن را باید داد اما بهتر از عکس‌العملی عمل کردن و واکنشی عمل کردن، عمل کردنِ کُنشی و ابتکاری است. یک قدم همیشه از دشمن خودتان جلوتر باشید؛ حدس بزنید که دشمن چه کار می‌خواهد بکند، چه حرکتی می‌خواهد انجام بدهد، حرکتِ خنثی‌کننده و پیش‌گیرنده را قبل از او انجام بدهید؛ مثل یک شطرنج‌باز ماهر که حدس می‌زند طرف مقابل چه حرکتی را انجام خواهد داد، و قبل از اینکه حرکت را انجام بدهد، کاری را انجام می‌دهد که او قفل بشود، نتواند آن حرکت را انجام بدهد؛ همیشه جلوتر از او حرکت کنید.»

(مقام معظم رهبری در دیدار بسیجیان ۱۳۹۸/۹/۶)

مراحل مقابله با جنگ نرم

گام اول	گام ابتدایی برای مقابله با جنگ نرم پذیرش وجود این جنگ است.
گام دوم	شناخت دشمن، برنامه‌های دشمن و روش‌های مقابله با آنهاست.
گام سوم	شناخت فرهنگ و تاریخ پرافتخار سرزمین مان و آشنایی با جذابیت‌های آن است.
گام چهارم	تشخیص الگوها و ارزش‌های نامناسب فرهنگی که در رسانه‌ها تبلیغ می‌شود.
گام پنجم	برنامه‌ریزی برای مقابله با جنگ نرم دشمن براساس شناخت صحیح می‌باشد.

