
مفهوم‌شناسی نفوذ فرهنگی در قرآن کریم و بیانات مقام معظم رهبری

عبدالمحمود جهانگیری^۱ (نویسنده مسئول)

سمیه احمدی طیفکانی^۲

آسیه گلستانی^۳

زینب ربیعی^۴

چکیده

نفوذ فرهنگی به عنوان یکی از اساسی‌ترین عناصر تغییردهنده در باورهای دینی مردم و سبک زندگی آنان مورد توجه مقام معظم رهبری است. بنابر فرمایشات مقام معظم رهبری، در نفوذ فرهنگی دشمن سعی می‌کند باورهای جامعه و سبک زندگی آن‌ها را دگرگون کند. یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که بر اساس بیانات رهبر معظم انقلاب، شبهه افکنی یکی از مصادیق مهم در بعد تغییر باورها است که دشمن با القاء شبهه در مبانی

۱. استادیار دانشگاه علوم و معارف قرآن کریم، hamraz32@gmail.com

۲. دانش‌آموخته سطح ۳ کلام اسلامی، s.ahmadi_t@yahoo.com

۳. طلبه سطح ۴ فقه خانواده موسسه آموزش عالی معصومیه قم، دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق

اسلامی، ۴۷۲۱۰@moud@vatanmail.com

۴. دانش‌آموخته کارشناسی ارشد دانشکده معارف اسلامی هدی، قم، z.rabiee1212@gmail.com

اعتقادی، باعث تضعیف اسلام می‌شود. راه دیگر نفوذ، ترویج شایعه است که بر اساس شنیده‌ها و زمینه‌های قبلی افکار عمومی شکل می‌یابد و تمایلات و امیال ذهنی را به صورت واقعیتی عینی نشان می‌دهد و راه توطئه‌گری دشمن را تقویت می‌کند. سومین عامل، اشاعه خرافات در جامعه است که با نام اسلام و به نام دین خدا و به نام محبت اهل بیت علیهم‌السلام خرافاتی را اشاعه می‌دهند. در روش عملی تغییر سبک زندگی فردی و اجتماعی با مصادیقی از جمله تجمل‌گرایی است که دشمن از این طریق قصد وابسته کردن کشور را از طریق رواج تجمل‌گرایی به وسیله وارد کردن کالاهای مصرفی غربی دارد، مصرف‌گرایی نیز با تغییر در فرهنگ مصرف به‌ویژه در قشر زنان سبب فلج شدن اقتصاد جامعه را دارند. در رواج مدگرایی با نادیده گرفتن ارزش‌های معنوی، سودهای کلان فرهنگی و اقتصادی برای استعمارگران غربی را به ارمغان خواهد داشت در ترویج فساد و فحشا روح و جان انسان مورد هدف دشمن واقع می‌شود تا با پیاده کردن این استراتژی، سقوط جوامع اسلامی را به دنبال خواهد داشت. در جستار حاضر، روش گردآوری اطلاعات و داده‌ها کتابخانه‌ای، ابزارگردآوری فیش‌برداری و روش پردازش اطلاعات توصیفی - تحلیلی است. **کلیدواژگان:** مقام معظم رهبری، نفوذ فرهنگی، سبک زندگی، گام دوم انقلاب اسلامی.

مقدمه

فرهنگ اسلامی همیشه با خطر نفوذ دشمنان اسلام مواجه بوده است. رهبر معظم انقلاب اسلامی با الهام از معارف قرآن و احادیث معصومین علیهم السلام در موارد متعددی به این مهم اشاره دارند که بهره‌مندی از بیانات معظم له در این زمینه راهگشاست. اگر نفوذ فرهنگی از طرف دشمن بر جامعه اعمال شود، در بعد اعتقادی، عملی، کارکردهای جامعه و سبک زندگی اسلامی تغییراتی صورت می‌گیرد و از اسلامیت خارج می‌شود؛ به عبارت دیگر با نفوذ فرهنگی باورها، ایمان و عادات مردم تغییر می‌کند. از این رو، تحقیق در مورد موضوع مفهوم شناسی نفوذ فرهنگی ضرورت می‌یابد. به علت گستردگی موضوع در این تحقیق به دو بعد اعتقادی و عملی با استفاده از آیات و روایات در تبیین سخنان مقام معظم رهبری پرداخته شده است.

این تحقیق در بعد اعتقادی به تغییر باورها اشاره و در بعد عملی به تغییر سبک زندگی توجه دارد. در مبحث اول شبهه افکنی، ترویج شایعه، اشاعه خرافات بیان و در مبحث دوم تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی، مدگرایی و ترویج فساد و فحشا از عناوین اصلی نفوذ فرهنگی به شمار می‌آید. این پژوهش از نوع توصیفی تحلیلی است. شیوه جمع‌آوری مطالب نیز استفاده از منابع نرم‌افزاری و کتابخانه‌ای است.

۱. روش‌های نفوذ فرهنگی دشمن در منظومه فکری مقام معظم رهبری علیه السلام

روش‌های نفوذ فرهنگی از دیدگاه رهبر معظم انقلاب اسلامی علیه السلام به شرح ذیل است.

۱-۱. تغییر باورها

مسئله مهم در نفوذ فرهنگی تغییر در باورها است... دشمن سعی می‌کند در زمینه‌ی فرهنگی، باورهای جامعه را دگرگون کند؛ و آن باورهایی را که توانسته این جامعه را سرپا نگه دارد جابه‌جا کند، خدشه در آن‌ها وارد کند، اختلال و رخنه در آن‌ها به وجود بیاورد. خرج‌ها می‌کنند؛ میلیاردها خرج می‌کنند برای این مقصود؛ این رخنه و نفوذ فرهنگی است... (امام

خامنه‌ای، بیانات در دیدار فرماندهان سپاه پاسداران انقلاب اسلامی

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=30791>، 94/06/25 ۱۳

در حوزه تغییر باورها که از طرف دشمن با نفوذ فرهنگی بر جامعه اعمال می‌گردد موارد متعددی را می‌توان برشمرد که در این مجال به مهم‌ترین مصادیق آن پرداخته می‌شود.

۱-۱-۱. شبهه افکنی

یکی از مسائلی که در بحث نفوذ فرهنگی مورد نظر دشمن است شبهه افکنی در بین آحاد مردم است، مبارزه علنی با اسلام و تشیع و شبهه پراکنی‌های شیطنی علیه فرهنگ تشیع، همیشه بوده است و هیچ زمانی هم متوقف نخواهد شد؛ هرچند روزگار معاصر هم از نظر حجم شبهات و هم از نظر سطوح مخاطبان و جامعه هدف شبهه پراکنان، قابل مقایسه با دوران گذشته نیست. در دوران جدید، با توجه به وسایل ارتباط جمعی گسترده‌ای که در اختیار است، شبهات به جای آن که در کتاب‌های علمی و در جمع اندیشمندان و مجامع علمی مطرح شوند، در روزنامه‌ها و سایت‌ها و مجلات عمومی و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و ماهواره‌ای مطرح می‌شوند؛ و به همین دلیل، هم با زبانی ساده‌تر و عوام‌فریبانه‌تر مطرح می‌شوند؛ و هم در دایره‌ای وسیع و گسترده‌تر و حجمی بالا تکثیر و ترویج می‌شوند. به همین دلیل نقش تخریبی آن‌ها بسیار بالاست. مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «... یک بخش مهم از حادثه فرهنگی در جامعه امروز ما این است که این‌ها در معرض شبهات قرار می‌گیرند یعنی دشمنان شبهه‌القاء می‌کنند. دشمنان هم نه؛ منکرین فکر من و شما به القای شبهه می‌پردازند...» (امام خامنه‌ای، بیانات مقام معظم رهبری در جمع روحانیون استان کهگیلویه و بویراحمد در آسانه محرم، ۱۳۷۳/۳/۱۷، <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=11612>)

ایجاد شبهه در مبانی اعتقادی جهت تضعیف آن‌ها شیوه‌ای دیگر در نفوذ فرهنگی است. دشمن اگر در این زمینه به موفقیت نائل شود، زودتر و کم‌هزینه‌تر از سایر موارد می‌تواند به اهداف خود برسد. دشمن با گسترش عرفان‌های کاذب و شیطان‌پرستی و

لابالی‌گری، به استحاله مبانی دینی و عقیدتی و بی‌رنگ و بی‌اثر شدن تعالیم آسمانی در زندگی مردم می‌پردازد و از طرفداران یک مکتب، افرادی بی‌خاصیت به وجود می‌آورد. مشرکان صدر اسلام و اهل کتاب، با ایجاد شبهات متعدد درباره قرآن و تعالیم آن، قصد داشتند مسلمانان و سایر مردم را نسبت به نبوت پیامبر ﷺ و قرآن بدبین کنند؛ نمونه‌هایی از این القائات شیطانی عبارت‌اند از: شبهه مرگ و زنده شدن در قیامت، اساطیر الاولین خواندن قرآن، غیر الهی دانستن قرآن، بشر بودن پیامبر و فرشته نبودن، تعلیم گرفتن قرآن از فردی عجم (غیر عرب) و...

از آن زمان تاکنون، دشمنان قسم‌خورده دین خدا، با شبهه‌آفرینی درباره پیامبر ﷺ و آموزه‌های قرآن، در قالب‌های نوین، کینه و عداوت خود را نسبت به مکتب و حیانی اسلام به نمایش گذاشته‌اند؛ شبهاتی همچون: ازدواج‌های مختلف پیامبر ﷺ، مسئله جهاد و اتهام جنگ‌افروزی، حکم قصاص و خشونت، تفاوت دیه و ارث زن با مرد، موضوع حجاب زن و ده‌ها نمونه دیگر که از طریق ماهواره و اینترنت و رسانه‌های جمعی ارائه کرده، بر اذهان و افکار عمومی تأثیر می‌گذارند و این شبهات برای کسانی که از درجات علم و ایمان بالایی برخوردار نباشند، خطرآفرین و گمراه‌کننده است. حضرت علی علیه السلام شبهات را بسترهای مناسبی برای ایجاد فتنه می‌دانند. می‌فرماید: «احْذَرُوا الشُّبُهَةَ فَإِنَّهَا وَضِعَتْ لِلْفِتْنَةِ» (ابن شعبه حرانی، ۱۳۸۰). قرآن کریم نیز در این باره می‌فرماید: «هُوَ الَّذِي أَنْزَلَ عَلَيْكَ الْكِتَابَ مِنْهُ آيَاتٌ مُحْكَمَاتٌ هُنَّ أُمُّ الْكِتَابِ وَأُخَرُ مُتَشَابِهَاتٌ فَأَمَّا الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ زَيْغٌ فَيَتَّبِعُونَ مَا تَشَابَهَ مِنْهُ ابْتِغَاءَ الْفِتْنَةِ وَابْتِغَاءَ تَأْوِيلِهِ وَمَا يَعْلَمُ تَأْوِيلَهُ إِلَّا اللَّهُ وَالرَّاسِخُونَ فِي الْعِلْمِ يَقُولُونَ آمَنَّا بِهِ كُلٌّ مِنْ عِنْدِ رَبِّنَا وَمَا يَذَّكَّرُ إِلَّا أُولُو الْأَلْبَابِ» (آل عمران: ۷).

کسانی که انگیزه بدعت در دین دارند، به متشابهات قرآن تمسک می‌کنند. آیات قرآن طبق دسته‌بندی خود آن، به دو دسته محکمات و متشابهات تقسیم می‌شوند. در عین حال قرآن می‌فرماید برخی از افراد به منظور فتنه افکنی متشابهات قرآن را می‌گیرند و بدون ارجاع آن‌ها به محکمات، تفسیرهای بی‌مبنا را پایه کار خود قرار می‌دهند. اینان برای ایجاد ابهام و

تردید در دل مؤمنان و در نتیجه انحراف افکار عمومی، به متشابهاات تمسک می‌کنند (شریفی، ۱۳۸۸: ۹۳).

نتیجه شیوع شبهه در جامعه، بی‌توجهی به ارزش‌ها و احکام دینی خواهد بود. به تعبیر پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، شبهه‌های بی‌مبنا و خواسته‌های غفلت‌آفرین موجب می‌شود که حرام خدا حلال و حلال خدا حرام دانسته شود (همان: ۶۸). حضرت علی علیه السلام در این باره می‌فرماید: «یستحلون حرامه به الشبهات الکاذبه و الالهواء الساهیه» (نهج البلاغه: حکمت ۳۶۹). ایجاد شبهه در جوامع از ناحیه مخالفان دین، همواره روش مناسبی برای گمراه کردن مردم و فرو بردن آنان در غبار جهل و غفلت و تغییر فرهنگ آنان است. به همین منظور جوامع اسلامی، دولتمردان و مردم در چنین شرایطی باید متوجه خطر نفوذ فرهنگی در این زمینه باشند.

۲-۱-۱. ترویج شایعه

امروزه شایعه به‌عنوان یکی از شیوه‌های مهم در نفوذ فرهنگی مطرح است؛ و پدیده‌ای است که بر اساس شنیده‌ها و زمینه‌های قبلی افکار عمومی شکل می‌گیرد. به کمک شایعه می‌توان تمایلات و امیال ذهنی یک طبقه و قشر اجتماعی را به صورت واقعی عینی نشان داد. مقام معظم رهبری در این خصوص می‌فرماید: «... می‌فهمند دروغ است، می‌دانند دروغ است، شایعه درست می‌کنند برای این‌که از نظام اسلامی چهره‌ای بسازند که گویی با صلح و استقرار صلح در دنیا مخالف است (بیانات در دیدار فرماندهان گردان‌ها، گروهان‌ها و دسته‌های عاشورای نیروی مقاومت بسیج سراسر کشور، در سالروز شهادت امام سجاد علیه السلام، ۱۳۷۱/۴/۲۲، <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2627>). در جای دیگر ایشان می‌فرمایند: «... مخصوص امروز هم نیست از اول انقلاب شایعه ساخته‌اند. ...» (بیانات در دیدار مسئولان و کارگزاران نظام جمهوری اسلامی، ۱۳۷۷/۴/۲۱، <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2895>).

جعل و پخش شایعات دروغین و نگران‌کننده، یکی از مهم‌ترین شاخه‌های نفوذ فرهنگی توطئه‌گران است. هنگامی که دشمن قادر نیست از طریق رویارویی صدمه‌ای وارد

کند، دست به پخش شایعات می‌زند و از این طریق، افکار عمومی را نگران و به خود مشغول ساخته و از مسائل ضروری و حساس منحرف می‌کند. شایعه‌سازی یکی از سلاح‌های مخرب برای جریحه‌دار ساختن حیثیت نیکان، پاکان و پراکنده ساختن مردم از اطراف آن‌ها است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ۴۳۷/۱۴).

اگرچه شایعه‌پراکنی همیشه یک مسئله اجتماعی و روانی با ابعاد گسترده است، همین ابعاد در زمان بحران، حالتی حادث‌تر به خود می‌گیرد. در هر برهه‌ی از زمان که اجتماع با مشکل روبرو شود، گزارش‌های نادرست حالتی زهرآگین پیدا می‌کنند. در زمان جنگ، شایعات با انتشار هشدارهای نا به جا و ایجاد امیدهای واهی، روحیه مردم را تضعیف می‌کنند و امنیت ملی را به خطر می‌اندازند؛ و بدتر از همه ویروس دشمنی و تنفر نسبت به اقلیت‌های صادق و باوفای جامعه را نشر می‌دهند (آلپرت و پستمن، ۱۳۷۴: ۸).

دهخدا در تعریف شایعه می‌گوید: «در تداول امروز، خبرهای بی‌اصل است که در میان مردم، بر سر زبان‌ها باشد» (دهخدا، ۱۳۴۱: ۱۹۱)؛ اما در تعریف دقیق‌تری از شایعه آمده است: «شایعه یک موضوع خاص گمانی بدون وجود ملاک‌های اطمینان‌بخش رسیدگی است که معمولاً به صورت شفاهی، از فردی به فرد دیگر انتقال می‌یابد» (آلپرت و پستمن، ۱۳۷۴: ۹).

قرآن مجید از شایعه با لغت ارجاف نام برده و شایعه‌پراکنان را به نام مُرجفون می‌خواند. ارجاف به معنی لرزیدن است و آن دروغ‌پراکنی و انتشار اخباری است که دل‌های مردم را لرزانده و نگران نموده باشد. از شایعه در آیات قرآن سخن بسیار رفته است. همه پیامبران با بسیاری از شایعات مواجه بودند. گاهی شایعه ساحر بودن رواج داشت و گاهی شایعه قدرت طلبی و دیوانگی و ... قوم حضرت نوح علیه السلام، همواره شایعه گمراهی، قدرت طلبی و مجنون بودن او را رواج می‌دادند: «قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرَاكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» (اعراف: ۶۰). در جایی دیگر می‌گفتند: «فَقَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ مَا هَذَا إِلَّا بَشْرٌ مِثْلُكُمْ يَرِيدُ أَنْ يَتَفَضَّلَ عَلَيْكُمْ وَلَوْ شَاءَ اللَّهُ لَأَنْزَلَ مَلَائِكَةً مَا سَمِعْنَا بِهَذَا فِي آبَائِنَا الْأَوَّلِينَ» (مومنون: ۲۴)؛ جمعیت اشراف از قوم نوح که کافر شده بودند گفتند: این مرد بشری است هم چون شما که

می‌خواهد بر شما برتری جوید، اگر خدا می‌خواست پیامبری بفرستد فرشتگانی نازل می‌کرد، ما چنین چیزی هرگز در نیکان خود نشنیده‌ایم. خداوند درباره آنان می‌فرماید: «كَذَّبَتْ قَبْلَهُمْ قَوْمُ نُوحٍ فَكَذَّبُوا عَبْدَنَا وَقَالُوا مَجْنُونٌ وَازْدُجِرَ» (قمر: ۹)؛ پیش از آن‌ها قوم نوح تکذیب کردند. آری بنده ما را تکذیب کرده و گفتند او دیوانه است و از ادامه رسالتش باز داشتند.

هم‌چنین دیگر پیامبران از تیررس این‌چنین شایعاتی در امان نبودند. در زمان پیامبر اکرم ﷺ نیز، شایعات جامعه مسلمین را گرفتار تردید، سستی و اضطراب کرده بود. شایعات عصر پیامبر از لحاظ محتوایی مانند شایعات دیگر پیامبران بود. «كَذَلِكَ مَا آتَى الَّذِينَ مِنْ قَبْلِهِمْ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا قَالُوا سَاحِرٌ أَوْ مَجْنُونٌ» (ذاریات: ۵۳)؛ بدین‌سان بر آن‌هایی که از این پیش بودند پیامبری مبعوث نشد، جز آن‌که گفتند: جادوگری است، یا دیوانه‌ای است.

شایعه نقش مؤثری در جنگ‌های روانی دارد؛ زیرا بدون آن‌که برچسب منفی تبلیغات بخورد، شنونده آن را می‌پذیرد. بسیاری از اوقات ریشه شایعه حذف یا به فراموشی سپرده می‌شود و شنونده نیز نمی‌تواند مدرک و سند بخواند، چون گوینده هرگز ادعا نمی‌کند که مدرکی دارد. او فقط آنچه را شنیده تکرار می‌کند؛ اما خداوند از مسلمانان می‌خواهد که به راحتی هر سخنی را نپذیرند. قرآن کریم در این باره می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِنْ جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَنْ تُصِيبُوا قَوْمًا بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ» (حجرات: ۶).

تکیه بر اخبار غیر موثق بسیار خطرناک و موجب از هم پاشیدگی نظام جامعه‌ها است، مصائب فراوانی به بار می‌آورد، حیثیت و حقوق اشخاص را به خطر می‌اندازد، انسان را به بیراهه و انحراف می‌کشاند و به تعبیر جالب قرآن در آیه مورد بحث، سرانجام مایه ندامت و پشیمانی خواهد بود. این نکته نیز قابل توجه است که: ساختن خبرهای دروغین و تکیه بر اخبار غیر موثق، یکی از حرب‌های قدیمی نظام‌های جبار و استعماری است، که به وسیله آن جو کاذبی ایجاد کرده و با فریب و اغفال مردم ناآگاه، آن‌ها را گمراه می‌سازند و سرمایه‌های آن‌ها را به تاراج می‌برند. اگر مسلمانان دقیقاً به همین دستور الهی که در این آیه وارد شده، عمل کنند و خبرهای فاسقین را بدون تحقیق و تبیین نپذیرند، از این بلاهای بزرگ، مصون

خواهند ماند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۱۶۶/۲۲) و شایعات نیز نمی‌توانند در فرهنگ و اعتقادات آنان نفوذ پیدا کند.

۳-۱-۱. اشاعه خرافات

باورهای ناشی از نادانی، ترس از امور ناشناخته، درک نادرست از روابط علی معلولی را خرافات گویند (انوری، ۱۳۸۶). مقام معظم رهبری در این باره می‌فرماید: «... کسانی که خرافات را به نام اسلام بیان کنند بزرگ‌ترین دشمنی در این قسمت با اسلام، همین است که کسانی به نام اسلام و به نام دین خدا و به نام محبت اهل بیت علیهم‌السلام خرافاتی را اشاعه دهند که وقتی کسانی از این خرافات اطلاع پیدا می‌کنند بگویند (اگر اسلام این است ما اسلام را نمی‌خواهیم!). این ضربه‌ی بزرگی است. (بیانات در دیدار زائرین و مجاورین حرم مطهر رضوی،

(<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2830>، ۱۳۷۶/۱/۱)

قرآن کریم، از خرافات با عنوان «اساطیر» یاد کرده است. «اساطیر» به معنای «اباطیل» و سخنان بیهوده‌ای است که هیچ پایه و اساسی ندارند (طریحی، ۱۳۷۵). هنگامی گفته می‌شود «سطر فلان علینا تسطیرا» که شخصی سخنانی شبیه باطل بیاورد و زمانی که گفته شود: «فلان سطر علی فلان» که سخنان بیهوده بگوید (فراهیدی، ۱۴۱۰: ق ۳۷۳/۵).

در آیه «وَإِذَا تُلِيٰ عَلَيْهِمْ آيَاتُنَا قَالُوا قَدْ سَمِعْنَا لَوْ نَشَاءُ لَقُلْنَا مِثْلَ هَذَا إِنْ هَذَا إِلَّا أَسَاطِيرُ الْأَوَّلِينَ» (انفال: ۳۱)، کلمه اساطیر به معنای احادیث و جمع اسطوره است و بیشتر در اخبار خرافی استعمال می‌شود. جمله «قد سمعنا» و جمله «لو نشاء لقلنا» و همچنین تعبیر به «مثل هذا» با این‌که می‌بایست گفته باشند مثل هذو و یا مثلها همه حکایت کلام مشرکین است که اهانت ایشان را به آیات خدا و بی‌اعتنائی آن‌ها را نسبت به مقام رسالت می‌رساند و نظیر آن، آیه «ان هذا الا اساطیر الاولین»: «نیست این جز همان خرافات پیشینیان» است و معنای آیه این است که: «و اذا تتلی علیهم آیاتنا» وقتی آیات ما که تردیدی در آن نیست که از ناحیه ما است، بر ایشان تلاوت می‌شود با اینکه به خوبی کشف می‌کند از آن دین حقی

که ما از ایشان خواسته‌ایم معذرت‌خواهی و عناد به خرج داده و از در توهین به امر آن و بی‌اعتنائی به امر رسالت ما گفتند: «قد سمعنا» خیلی خوب شنیدیم و فهمیدیم که این حرف‌ها که برای ما می‌خوانی هیچ حقیقتی ندارد، حقیقتش این است که از همان خرافات عهد قدیم است، «لو نشاء لقلنا مثل هذا» اگر بخواهیم ما هم می‌توانیم مثل آن را بفایم، اما ما به امثال این‌گونه مطالب خرافی اعتنائی نداریم (طباطبایی، بی‌تا: ۸۷/۹).

منشأ عمده خرافات، جهل و نادانی بشر است؛ از این رو، این مسئله بیشتر در بین مردم عوام رواج پیدا نموده است.

دیدگاه اسلام نسبت به خرافات، آن است که خرافات را به منزله غل و زنجیرهایی می‌داند که بشر بر دست و پای فکر و روح خود بسته است. «الَّذِينَ يَتَّبِعُونَ الرَّسُولَ النَّبِيَّ الْأُمِّيَّ الَّذِي يَجِدُونَهُ مَكْتُوبًا عِنْدَهُمْ فِي التَّوْرَةِ وَالْإِنْجِيلِ يَأْمُرُهُمْ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَاهُمْ عَنِ الْمُنْكَرِ وَيُحِلُّ لَهُمُ الطَّيِّبَاتِ وَيُحَرِّمُ عَلَيْهِمُ الْخَبَائِثَ وَيَضَعُ عَنْهُمْ إِصْرَهُمْ وَالْأَغْلَالَ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ فَاَلَّذِينَ آمَنُوا بِهِ وَعَزَّرُوهُ وَنَصَرُوهُ وَاتَّبَعُوا النُّورَ الَّذِي أُنزِلَ مَعَهُ أُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (اعراف: ۵۷)؛ همانان که از این فرستاده پیامبر درس نخوانده که [نام] او را نزد خود در تورات و انجیل نوشته می‌یابند پیروی می‌کنند [همان پیامبری که] آنان را به کار پسندیده فرمان می‌دهد و از کار ناپسند باز می‌دارد و برای آنان چیزهای پاکیزه را حلال و چیزهای ناپاک را بر ایشان حرام می‌گرداند و از [دوش] آنان قید و بندهایی را که بر ایشان بوده است برمی‌دارد پس کسانی که به او ایمان آوردند و بزرگش داشتند و یاری‌اش کردند و نوری را که با او نازل شده است پیروی کردند آنان همان رستگارانند. منظور از غل و زنجیر در دنیا، زنجیر جهل و نادانی، زنجیر انواع تبعیضات و زندگی طبقاتی، زنجیر بت‌پرستی و خرافات و زنجیرهای دیگر، است (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۶/۴۰۰).

در تاریخ اسلام، نمونه‌های زیادی از گرفتاری مردم در چنگال اساطیر و خرافات نقل شده است. به عنوان مثال علت نوشیدن آب توسط حیوانات را وجود دیوها در میان شاخ و جسم حیوانات می‌دیدند و یا اگر کسی را عقرب و مار می‌گزید، بر گردن مار و عقرب گزیده،

زیور آلات طلایی می‌آویختند (سبحانی، ۱۳۷۵: ص ۶۲-۵۷). دنیای امروز نیز درگیر خرافات با اشکال جدید است. علامه طباطبائی ادله دانشمندان طبیعی و متمدنین دنیا در خصوص پایه‌های علم امروزی که بر اساس حس و تجربه است را نمونه‌ای از خرافه پرستی عجیب امروزی می‌خواند و می‌گوید: «در حالیکه همین اساسشان خودش یکی از خرافه پرستی‌های عجیب است، برای اینکه علوم طبیعی از خواص طبیعت بحث می‌کند و آثار هر موضوعی را برای آن اثبات می‌نماید و به عبارتی دیگر این علوم مادی عرصه جولانگاهش تنها ماده است که باید آثار و خواص ناپیدای ماده را پیدا کند و اما غیر آثار آن را نمی‌تواند متعرض شود و در آن چیزی را اثبات و یا نفی کند، پس اعتقاد به نبود چیزی که دست حس و تجربه به آن نمی‌رسد، اعتقادی بدون دلیل و از روشن‌ترین مصادیق خرافه است» (طباطبایی، بی‌تا: ۳۲۹/۱).

یکی از مصادیق و شیوه‌های جنگ نرم برای غرق کردن انسان و جامعه در مرداب پندارها و اندیشه‌های باطل و جاهلی و البته آغازی برای نفی اصالت فرهنگی جامعه، خرافات است که می‌تواند تأثیرات منفی و نابهنجاری چون عقب ماندگی از جهات مختلف، رکود، انحرافات اخلاقی، عقیدتی و ... را به همراه داشته باشد.

از آنجا که نفوذ فرهنگی افکار عمومی و آرمان‌ها و باورهای عمومی را نشانه رفته است و یکی از لوازمات اصلی در تأثیرگذاری بر افکار عمومی، رسانه‌های جمعی است، بنابراین موضوع خرافات و باورهای نادرست در هم‌نشینی با رسانه‌های جمعی از اهمیت خاصی برخوردار می‌شود. از این رو می‌توان به این نتیجه رسید که دین آلوده به خرافات و آمیخته با تاریکی‌ها نمی‌تواند در مقابل پیشرفت‌های علمی مقاومت نماید (بیانات در دیدار فرماندهان و گروه کثیری از پاسداران انقلاب اسلامی به مناسبت روز پاسدار، ۱۳۷۸/۸/۲۲، <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2980>)

۲-۱. تغییر سبک زندگی فردی و اجتماعی

منظور از شیوه زندگی، یعنی مجموعه‌ای از رفتارها و عملکردهایی که به منظور تأمین

نیازها و احتیاجات روزمره خود به کار گیرد. افزون بر این، شیوه زندگی هر فردی بیانگر هویت شخصی و معرف شخصیت آن فرد است. سبک زندگی هر فرد و جامعه‌ای، شاخص و نشانه‌ای از هویت فردی و اجتماعی آن‌هاست. فرماندهان و کارگزاران دشمنان اسلام، برای تغییر باورها و ارزش‌های جامعه هدف، سعی می‌کنند از راه دگرگون کردن شیوه زندگی افراد، وارد شوند. تغییر در نوع پوشش، آرایش، طرز خوراک و نوع معماری و مدها و مدل‌های مختلف، زمینه تغییر در باورها و ارزش‌های افراد را نیز فراهم می‌کنند؛ هر چند پذیرش این نوع تغییرات، خود به یک معنی، معلول تغییر در باورها و ارزش‌ها و ذهنیت‌ها هم است. به تعبیر دقیق‌تر، رابطه باورها و ارزش‌ها و سبک زندگی، رابطه‌ای متقابل است. ابزارهای رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی و تبلیغی و ابزارهای مکتوب و تصویری، همگی برای تغییر در سبک زندگی به خدمت گرفته می‌شوند و به صورت آرام و غیر مستقیم، اهداف پشت پرده را عملیاتی می‌کنند (شریفی، ۱۳۸۹: ۱۴۷).

مقام معظم رهبری می‌فرمایند: «... یکی از عیوب ما و جوامع ما در طول زمان این بوده است که گاهی فرهنگ خود را متأثر می‌کردیم از فرهنگ بیگانگان، ما را سوق دادند به سمت زندگی کسانی که دل و جان‌شان خالی بود از نور معنویت؛ در سبک زندگی در کیفیت پوشش در کیفیت راه رفتن در کیفیت معاشرت‌ها و ارتباطات اجتماعی...» (بیانات در محفل انس با قرآن در روز اول ماه مبارک رمضان سال ۱۴۳۴ق: ۱۳۹۲/۴/۱۹،

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=23070>

نهاد خانواده یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین نهادهای تربیتی جامعه است و در سعادت و شقاوت فرد و جامعه، خانواده نقش اساسی دارد اگر دشمنان بخواهند به آداب و سنن و فرهنگ یک جامعه یورش ببرند، راه سهل و آسان رسیدن به هدف، خانواده است؛ و این را دشمن به خوبی دریافته است که تنها راه استحاله نظام جمهوری اسلامی بی اساس کردن و فروپاشی بنیان خانواده است. به همین خاطر تمام تلاش خود را بر این گذاشته‌اند که بنیان خانواده را در هم ریخته و به نابودی بکشانند؛ و برای از بین بردن این نهاد ارزشی لازم است

که تغییری در باورها و نگرش‌های عمومی صورت گیرد.

بنابراین با ایجاد مدل‌های رفتاری جدید در خانواده‌ها، موفق به ایجاد مدل‌های رفتاری جدید بر اساس باورها و اعتقادات جدید می‌شوند. جامعه‌ی امروز ایران با این مسائل مواجه است که شاید رد آن را بتوان در تغییر سبک زندگی و مصرف‌گرایی یافت. مسئله‌ی حجاب، رواج ارزش‌های مصرفی، گسترش کالاهای مصرفی، تلاش خانواده‌ها برای تأمین اقتصادی بیشتر در راستای ارضای نیاز به مصرف، تغییر در سبک پوشش، رواج زنانه شدن مصرف و... مسائلی از این دست هستند... (جعفری، ۱۳۸۰: ۲۷). در تغییر سبک زندگی که به تبع نفوذ فرهنگی در جامعه صورت می‌گیرد مصادیقی وجود دارد که در ذیل به مواردی از آنها پرداخته می‌شود:

۱-۲-۱. تجمل‌گرایی

استعمارگران برای فراهم کردن زمینه‌های سقوط ملت ایران و نابودی فرهنگ ایرانی، از ترویج تجمل‌گرایی به روش‌های گوناگون کمک گرفتند. از آنجا که دشمنان اسلام، راه وابسته کردن ایران را از طریق رواج تجمل‌گرایی در آن تجربه کرده‌اند، بار دیگر در عصر حاضر این نقشه را به کار گرفته‌اند تا نیروی جوان و سرمایه‌های عظیم کشور را به مدپرستی و تجمل‌گرایی سرگرم کنند، با این تفاوت که این بار تبلیغ می‌کنند محصولات خارجی بهتر است. با کمال تأسف، امروزه بر روی پوشاک و دیگر وسایل زندگی مسلمانان مارک‌ها و خط‌های خارجی، بسیار به کار می‌رود که برخی از این نوشته‌ها، پیام‌های زشت اخلاقی و شهوانی را در بردارد. اگر نقاب مرغوبیت یا استحکام جنس خارجی به کنار زده شود، چهره زشت وابستگی و ذلت و سرانجام، نابودی فرهنگ ایرانی در پس آن به چشم می‌خورد.

مقام معظم رهبری در این باره می‌فرمایند: «... کسانی که اهل تجمل و چسبیدن به زر و زیور آلات هستند و یا کورکورانه یا چشم بسته می‌خواهند از الگوهای غربی در لباس و پوشاک و سبک زندگی تقلید کنند غالباً از سواد و معلومات و معرفت کافی بهره ندارند...» (بیانات در جمع خواهران ارومیه، ۱۳۷۵/۶/۲۸،

(<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2812>).

از این رو می‌توان گفت که اعمال نفوذ فرهنگی غرب از دیدگاه مقام معظم رهبری سبب تجمل‌گرایی شده است ... امروزه اثر مستقیم روحیه تجمل‌گرایی بر واردات کالاهای مصرفی لوکس و پیروی از مدهای گوناگونی که حجم انبوهی از فرهنگ و ارزشهای غربی را یکدک می‌کشند، بر کسی پوشیده نیست نگاهی به زندگی روزانه مرفهین بی درد نشانگر این واقعیت است که پیروی از مد، حتی در شیوه خوراک آنان نیز دگرگونی پدید آورده است. البته زیان روحیه رفاه‌جویی و تجمل‌گرایی تنها در تغییر شیوه پوشش، خوراک و رفتارهای اجتماعی و شخصی آشکار نمی‌شود بلکه در بالا رفتن میزان بزهکاری‌ها و زیر پا نهادن اصول اخلاقی نیز اثری شگرف دارد (مرکز تحقیقات سپاه، تهاجم فرهنگی، ۱۳۷۸: ۳۶).

در جامعه‌ای که تمام تلاش اعضای آن، دست‌یابی به تجملات بی حد و حصر باشد، دیگر مفاهیمی چون زهد، قناعت، انفاق و ایثار هیچ جایگاهی نخواهد داشت؛ زیرا همه این ارزش‌ها مخالف خواست و میل آنان است و هیچ کدام برای آن‌ها ارزشی ندارند. تجمل‌پرستی در میل درونی انسان به اندوختن مال و زینت‌های مادی ریشه دارد. خداوند در قرآن می‌فرماید: «وَقَالَ مُوسَى رَبَّنَا إِنَّكَ آتَيْتَ فِرْعَوْنَ وَ مَلَائِهِ زِينَةً وَأَمْوَالًا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا رَبَّنَا لِيُضِلُّوا عَنْ سَبِيلِكَ رَبَّنَا اطْمِسْ عَلَيَّ أَمْوَالِهِمْ» (یونس: ۸۸)؛ موسی علیه السلام گفت: پروردگار ما! تو فرعون و اشراف وابسته او را در زندگی دنیا، زیور و دارایی داده‌ای که با آن، مردمان ما را از راه تو گمراه کنند. خدایا! دارایی آنان را نابود ساز. اگر مال و زینت‌های دنیایی، دل‌ها را تسخیر نمی‌کرد، پیامبر عظیم‌الشأنی هم چون موسی علیه السلام از خداوند نمی‌خواست اموال فرعونیان را درهم کوبد تا مبادا این جاذبه‌ها، قوم او را بفریبد و آنان را از بندگی خدا باز دارد. حال اگر جامعه‌ای، فریب این جاذبه‌ها را بخورد، در همه مسائل زندگی، بینش مادی خواهد داشت. بدین ترتیب، در جهت‌گیری‌های فردی و گروهی، مادیات اصل و مبنا قرار می‌گیرد و با حاکمیت سودجویی بر ذهن اعضای آن، دیگر انگیزه الهی و معنوی برای آنان رنگ می‌بازد (رستگاران، ۱۳۸۲: ۳۰).

امام باقر علیه السلام درباره ارزش مال و سرمایه و شیوه حفظ و مصرف آن می‌فرماید: **إِنَّ مِنْ بَقَاءِ الْإِسْلَامِ وَالْمُسْلِمِينَ أَنْ تَصِيرَ الْأَمْوَالُ عِنْدَ مَنْ يَعْرِفُ فِيهَا الْحَقَّ وَ يَصْنَعُ فِيهَا الْمَعْرُوفَ، وَإِنَّ مِنْ فِنَاءِ الْإِسْلَامِ وَ فِنَاءِ الْمُسْلِمِينَ أَنْ تَصِيرَ الْأَمْوَالُ عِنْدَ مَنْ لَا يَعْرِفُ فِيهَا الْحَقَّ وَ لَا يَصْنَعُ فِيهَا الْمَعْرُوفَ** (ابن شعبه بحرانی، ۱۳۸۰: ۳۲۶)؛ بقای اسلام و مسلمانان در این است که اموال و سرمایه‌های جامعه نزد کسانی قرار گیرد که راه مصرف پسندیده آن اموال را بشناسند و آن‌ها را در راه پسندیده مصرف کنند. فنا و نابودی اسلام و مسلمانان نیز در این است که اموال و سرمایه‌ها نزد افرادی باشد که راه مصرف پسندیده را در اموال نشناسند و آن‌ها را در مسیر و جهت مطلوب مصرف نکنند. یکی از این راه‌های نامطلوب، مصرف اموال در امور تجملاتی است که به فرموده آن حضرت، نابودی جامعه اسلامی را به دنبال خواهد داشت؛ زیرا با حاکم شدن روحیه تجمل پرستی، چه بسا کالاها و خدمات به جای تأمین نیازهای واقعی و لازم، صرف زیاده روی‌ها و لأبالی‌گری‌های افراد شود و فقر را در پی آورد (رستگاران، ۱۳۸۲: ۲۴).

۲-۱-۲. مصرف‌گرایی

نفوذ فرهنگی و رسانه‌ای با هدف استحاله فرهنگی امت اسلامی به واسطه تغییر ذائقه از فرهنگ ناب اسلامی به فرهنگ منحط غربی انجام می‌شود. در این مقابله، با به کارگیری تخریب بنیان خانواده و تغییر سبک، راهبرد استحاله ایدئولوژی، تضعیف هویت‌های اسلامی، تغییر زندگی اسلامی به سبک زندگی غربی تلاش می‌شود. دشمن برای سکولار نمودن، ابتدا دین را صرفاً جدا می‌کند و ساحت اجتماعی زندگی را کاملاً از آن جدا می‌کند و در مرحله بعد، در ساحت فردی دین دخالت می‌نماید.

الگوی مصرف نوعی رفتار اجتماعی به شمار می‌آید و تغییر اصولی آن، نیازمند تغییر در فرهنگ است و نمی‌توان فقط با متغیرها و تعیین‌کننده‌های اقتصادی، الگوی مصرف را از وضع موجود به وضع مطلوب تغییر داد. در حقیقت برای تغییر الگوی مصرف لازم است افزون بر تغییر در متغیرهای اقتصادی مؤثر بر الگوی مصرف، فرهنگ مصرفی را نیز تغییر

داد؛ زیرا پدید آوردن رفتار پایدار جدید در حوزه مصرف، تغییر الگوی مصرف گرایی پوشش بدون پایدار ساختن فرهنگ ممکن نیست و برای به وجود آوردن این تغییر پایدار، فقط تغییر در تعیین کننده‌های اقتصادی کافی نیست، بلکه تغییر در تعیین کننده‌های فرهنگی و ارزشی، اجتماعی و سیاسی نیز مهم است (همان: ۹۳).

فرهنگ مصرف گرایی عواقب روانی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی دارد. مصرف گرایی از نظر روانی ممکن است محرومیت از مصرف کالایی یا خدماتی در فرد احساس عزت نفس پایین و یا محرومیت ایجاد کند. از نظر اقتصادی باعث فلج شدن تولیدات داخلی و واردات غیر ضروری برخی کالاها شود. از نظر اجتماعی نیز منجر به مدگرایی و عواقب آن می‌شود؛ و از لحاظ سیاسی ممکن است رهبران و حاکمان سیاسی را زیر سؤال ببرد. در این لایه از نفوذ فرهنگی، زنان که متکفل اصیل تربیت جامعه هستند، جامعه اصلی هدف به شمار می‌آیند. تعبیر مقام معظم رهبری در این رابطه این است که: بانوان در نظام جمهوری اسلامی باید قدر عظمتی را که اسلام به آنان داده را بدانند دام مصرف زدگی را که سرمایه داران چپاول گر جهانی بر گرد زن امروز دنیا تنیده‌اند کاملاً بدرند. ...» (پیام به ملت

شریف ایران در پایان چهلمین روز ارتحال امام خمینی علیه السلام، ۱۳۶۸/۴/۲۳، <https://farsi.khamenei.ir/message-content?id=2141>). این قشر در نظام سیاسی اسلام از جایگاه رفیعی برخوردار است؛ پس هر گونه تزلزل در نقش و کارکردهای این قشر، بنیان جامعه اسلامی را متزلزل می‌سازد. دشمن در این خصوص شیوه‌های گوناگونی انجام می‌دهند که یکی از انواع بارز آن، تلاش برای پوشش زدایی است. این شیوه در سیاست مصرف گرایی فرهنگی و افزایش مدپرستی و تجمل گرایی رخ می‌نماید (قربی، ۱۳۹۲: ۹۴).

امام صادق علیه السلام رئیس مذهب از امام علی علیه السلام روایت می‌کند که می‌فرمود: «کار این امت به خیر (و خوشی) است تا آن زمان که لباس عجم (اشراف خارجی و غیر عرب) نپوشند و خوراک‌های عجم نخورند و چون چنین کنند خدا آنان را خوار می‌کند (عاملی، ۱۴۱۲ق: ۱۱۵). محمدرضا حکیمی در ذیل این حدیث آورده‌اند: مسلمانان صدر اسلام زندگی

ساده‌ای داشتند و ایمان اسلامی - از راه برانگیختن آنان به ساده‌زیستی و بی‌نیازی و ترك پرمصرفی - از آنان امتی استوار و نیرومند و متکی به خود ساخته بود و به سبب همین صفت‌های ارزشی بود که بر هر کس که با آنان کارزار می‌کرد پیروز می‌شدند، لیکن از آن به بعد - بیشتر - در نعمت‌های رنگارنگ فرو رفتند و به زندگی‌های اشرافی و اسراف‌ی روی آوردند و آن روحیات بالا را که به آن‌ها خو گرفته بودند از دست دادند. جامعه انقلابی، زمانی که ساده‌زیستی و پایداری را ترك نکرده است به هدف‌های خود می‌رسد؛ لیکن در غالب احوال عکس این می‌شود (حکیمی، ۱۳۷۳: ۳۲).

جامعه و افرادی که دچار بیماری اسراف و تبذیر شوند و زیاده روی در مصرف، به جای تولید، برای آن‌ها عادی و مرسوم شود، خود به خود گرفتار استثمار می‌شوند و به ناچار برای تأمین نیازهای مصرفی خود، همواره به سوی بیگانگان دست دراز می‌کنند؛ و استثمار اقتصادی، سیاسی و فرهنگی را می‌پذیرند. مصرف‌گرایان به تدریج ذهن خویش را نیز به روی پذیرش اندیشه و فرهنگ دیگران می‌گشایند (قربی، ۱۳۹۲). از همین روی خداوند به مسلمانان امر می‌کند که از فرمان اسراف کاران اطاعت نکنید: «وَلَا تُطِيعُوا أَمْرَ الْمُشْرِكِينَ» (شعرا: ۵۱). در حقیقت پیام آیه این است که پیروی از اشرافیان نهی شده است (طباطبایی، بی‌تا). مردم یک جامعه هنگامی که به بیماری مصرف‌گرایی مبتلا شدند ناخودآگاه برای مصرف بیشتر به بیگانگان نیز به همان ترتیب بیشتر وابسته خواهند شد و این همان هدف دشمن خواهد بود تا بتواند از طریق کالاهای مصرفی فرهنگ نادرست خود را به مسلمانان و جوامع هدف تزریق کند. مقام معظم رهبری بر این نظر هستند که باید به خطر نفوذ فرهنگی از طریق مصرف‌گرایی توجه داشت.

۳-۱-۲. مُدْگرای

یکی از اثرات مخرب نفوذ فرهنگی رواج مُد و مُدگرایی در بین مردم به ویژه زنان است. صرف توجه به مادیات و زندگی دنیا و نادیده گرفتن ارزش‌های معنوی، استعمارگران را بر آن داشت تا از هر طریق برای رسیدن به آن تلاش کنند. در این رهگذر، برای دستیابی به منافع

اقتصادی بزرگ، زنان را بهترین وسیله یافتند و از وجود برهنه آن‌ها برای تبلیغ کالاهای خود بهره گرفتند. آن‌ها همواره برهنگی را تشویق می‌کردند و به شکل گسترده علیه حجاب تبلیغ می‌نمودند. همین امر سبب شد فرهنگ بی‌حجابی سیر صعودی به خود بگیرد و آرام آرام بی‌حجابی به فرهنگی مسلط تبدیل شود. استعمار با تکیه بر پیشرفت‌های علمی - صنعتی خود یا فرهنگ‌ها، مصرف و فساد را به جای آموزش مبانی تکنولوژیکی و علوم بر جوامع دیگر غالب می‌کند یا همراه وسایل صنعتی به انتشار فرهنگ خود دست می‌زند. مقام معظم رهبری می‌فرماید: «... با ورود فرهنگ اروپایی این مدگرایی و نوگرایی در مصرف به شکل عجیبی تشدید شد...» (بیانات در دیدار با اعضای شورای فرهنگی اجتماعی زنان،
(<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2407>، ۱۳۶۹/۱۰/۱۶

و در جایی دیگر می‌فرمایند: «... به اعتقاد من، گرایش به سمت مدگرایی و تجمل‌گرایی و تازه‌طلبی و افراط در کار آرایش و نمایش در مقابل یکی از بزرگترین عوامل انحراف جوامع و انحراف زنان ماست...» (سخنرانی در دیدار با جمع کثیری از پرستاران به مناسبت میلاد حضرت زینب کبری علیها السلام و روز پرستار، ۱۳۷۰/۸/۲۲)

(<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2511>)

رواج مدگرایی در امت اسلامی استفاده از پدیده مُد، سودهای کلان فرهنگی و اقتصادی را برای استعمارگران غربی به ارمغان آورده است. آن‌ها با ترویج مدهایی که در اتاق‌های جنگ روانی و فرهنگی طراحی می‌شوند، علاوه بر این که فرهنگ غیر انسانی را در میان ملت‌های دیگر رواج می‌دهند، راهی نیز برای فروش محصولات نه‌چندان ضروری خود می‌یابند و سرمایه‌های هنگفتی از کشورهای آماج تهاجم خارج می‌کنند. لوازم لوکس، لباس، لوازم بهداشتی، لوازم آرایشی، نمونه‌هایی از ابزار مد هستند. با این اوصاف، یکی از ابزارهای نفوذ فرهنگی در جامعه استفاده وسیع و هنرمندانه از نمادها و مد است. در حالی که دین اسلام با این شیوه به شدت مخالف است. از امام صادق علیه السلام نقل است که: خداوند به پیامبری از پیامبرانش وحی می‌کند که به مؤمنان بگو: «لَا تَلْبَسُوا لِبَاسَ أَعْدَائِي وَلَا تَنْظَعُوا

مَطَاعِمَ اَعْدَائِهِ، وَ لَا تَسْلُكُوا مَسَالِكَ اَعْدَائِهِ، فَتَكُونُوا اَعْدَائِي كَمَا هُمْ اَعْدَائِي» (ابن بابویه، ۱۴۱۳ق، ۱/۲۶۳)؛ لباس دشمنان مرا نپوشید و غذای دشمنان مرا نخورید و به شیوه دشمنان من رفتار نکنید که شما نیز همانند آنان جز و دشمنان من خواهید شد!

روحیه تنوع طلبی و نوگرایی نوجوانان و جوانان به ویژه دختران جوان سبب می شود مُد و نماد، جایگاه ویژه‌ای در میان آنان داشته باشد. هرچند ممکن است مدگرایی و تنوع طلبی، به خودی خود اشکالی نداشته باشد، دشمنان اسلام می کوشند با استفاده از این روحیه، نخست با ترویج مدها نمادهای خاصی در میان قشر نوجوان و جوان جامعه نفوذ کنند، بعد از آن، دل بستگان به آن‌ها را با مبانی فکری و ارزشی دلخواه خود آشنا سازند. بسیاری از افراد که صرفاً به خاطر تنوع طلبی از مدها و نمادها استفاده می کنند، بعد از آشنایی با اندیشه‌ها و ارزش‌های نهفته در برخی از مدها و نمادها، آن‌ها را کنار می گذارند، اما در عین حال، برخی دیگر به دلایل متفاوت، با آن اندیشه‌ها و ارزش‌ها احساس هم سنخی، هم دلی می کنند و آرام آرام در دام فرقه‌ها و گروه‌های مختلف گرفتار می شوند. معاندان و کارگزاران جنگ رسانه‌ای می کوشند با ترویج مدگرایی و رواج سبک پوشش غربی و پوشش‌های منحط که برخلاف موازین اسلامی طراحی و تولید شده‌اند با پوشش رایج در جوامع مسلمان مقابله کنند و از آن جایی که اولین نمود حاکمیت اسلام در مجامع اسلامی، بسترهای عینی و ظاهری است، هر گونه تخریب ظواهر اسلامی (نوع پوشش اسلامی در سطح جامعه) ممکن است از میزان مقاومت در برابر اندیشه‌های منحط غربی بکاهد و در گام بعدی، استحاله ارزشی و فرهنگی را سبب شود (قربی، ۱۳۹۲: ۱۰۱).

۴-۱-۲. ترویج فساد و فحشا

دشمنان اسلام در طول تاریخ برای سیطره پیدا کردن بر جوامع اسلامی از ابزارهای گوناگونی هم چون ابزارهای نظامی، سیاسی، فرهنگی و اقتصادی استفاده کرده‌اند که در این میان، بدحجابی و به دنبال آن ترویج و گسترش فساد و فحشا، یکی از خطرناک‌ترین سلاح‌های دشمن در اعمال نفوذ فرهنگی به شمار می آید؛ سلاحی که برخلاف سلاح‌های

متفاوت، روح و جان انسان را هدف قرار داده و او را از دورن متلاشی می‌سازد. مهم‌ترین شیوه دشمنان دین به عنوان یک استراتژی، نشر فساد و فحشاء در جوامع اسلامی و دینی است. قرآن کریم یکی از حيله‌های شیطان را فراخواندن به فساد و فحشاء می‌داند و می‌فرماید: «الشيطان يعدكم الفقر و يامرکم بالفحشاء» (بقره: ۲۶۸)؛ شیطان به شما وعده فقر می‌دهد و شما را به فحشاء دعوت می‌کند و در جای دیگر آمده است: «فانه يامر بالفحشا و المنکر» (نور: ۲۱)؛ او (شیطان) به فحشاء و زشتی فرمان می‌دهد. در این دو آیه به سه مسأله مهم: «فقر»، «فحشاء» و «منکر» اشاره شده است که هر کدام می‌تواند جامعه‌ای را به سقوط بکشاند. وقتی فقر و فساد و فحشاء پدید آید، روح ایمان و جوانمردی و غیرت دینی و ملی از بین می‌رود و اندلسی دیگر پدید می‌آید. مقام معظم رهبری می‌فرماید:

«قدرت‌های سلطه‌گر، بزرگ‌ترین عامل توجیه و نشر فسادند، فساد اخلاقی، فساد جنسی و فساد اعتقادی». دشمن که همواره اشاعه فرهنگ دینی و اعتقاد به خداوند و معنویات را مانع اصلی هدف‌های خود می‌بیند، برای کم‌رنگ کردن این اعتقادات، با ایجاد خلل در اعتقادات قشر جوان، در به انحراف کشاندن و بی‌هویت کردن آنان می‌کوشد» (سخنرانی آیت الله خامنه‌ای در چهل و دومین مجمع عمومی سازمان ملل نیویورک، ۱۳۶۶/۶/۳۱،

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=8089>

محمد سقازاده و حمزه کریم خانی، ۱۳۸۵: ۴۱).

ایشان همچنین می‌فرمایند: «... این فرهنگ فحشایی که امروز متاسفانه سراسر دنیا و بیش از همه دنیای فقیر جهان سوم را فرا گرفته از کجا آمده است این یکی از صادرات فرهنگ غربی و تمدن استعماری و استکباری است...» (سخنرانی در مراسم بیعت جمع کثیری از اقشار مختلف مردم شهرهای قم، رفسنجان و کهنوج، ۱۳۶۸/۴/۱۹،

<https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=2134>

آن‌ها مصداق این آیه شریفه‌اند: «یحبون ان تشیع الفاحشه فی الذین امنوا» (نور: ۱۹). دوست دارند که فساد و فحشاء در میان مؤمنان رواج یابد. امام رضا علیه اسلام در همین

راستا می‌فرمایند: «آن کس که گناه را نشر دهد، رانده است و آن کسی که گناه را پنهان می‌دارد، مشمول آمرزش الهی است» (کلینی، ۱۳۷۲: ۳۲۸/۷). لذا در طول تاریخ به ویژه در فتح اندلس، بهره‌های لازم را از این راهکار برده‌اند. شهید مطهری در تبیین فتح اندلس به دست مسیحی‌ها می‌نویسد: «نقشه‌ای که مسیحیان برای تصرف اندلس و بیرون کشیدن آن از دست مسلمانان کشیدند این بود که به صورت دوستی و خدمت، وسایل عیاشی برای آنها فراهم کردند؛ باغ‌ها و بوستان‌ها، وقف ساختن شراب شد. دختران زیبا و بی‌حجاب در خیابان‌ها به عشق و عاشق‌سازی پرداختند. سرگرمی‌های شهوانی از هر جهت فراهم شد و روح ایمان و جوانمردی مرد. پس از این جریان بود که توانستند مسلمانان را بی‌درنگ از دم تیغ بگذرانند» (مطهری، بی‌تا: ۱۷ / ۲۳۵). حضرت امام خامنه‌ای این مسأله را به صورت دقیق تبیین می‌نمایند:

«اروپایی‌ها وقتی خواستند اندلس را از مسلمانان پس بگیرند، اقدامی بلند مدت کردند. آن روز صهیونیست‌ها نبودند؛ اما دشمنان اسلام و مراکز سیاسی، علیه اسلام فعال بودند. آن‌ها به فاسد کردن جوانان پرداختند و در این راستا، انگیزه‌های مختلف مسیحی، مذهبی یا سیاسی داشتند. یکی از کارها این بود که تاکستان‌هایی را وقف کردند تا شراب آن‌ها را به طور مجانی در اختیار جوانان قرار دهند! جوانان را به سمت زنان و دختران خود سوق دادند تا آن‌ها را به شهوات آلوده کنند گذشت زمان راههای اصلی برای فاسد یا آباد کردن یک ملت را عوض نمی‌کند. امروز هم آن‌ها همین کار را می‌کنند» (بیانان مقام معظم رهبری، دیدار با دانشجویان و جوانان سیستان بلوچستان،

مورخه ۱۳۸۱/۱۲/۶، <https://farsi.khamenei.ir/speech-content?id=8798>).

ایشان نیز فرموده‌اند:

«تهاجم فرهنگی مثل خود کار فرهنگی، اقدام آرام و بی‌سر و صدایی است. یکی از راه‌های تهاجم فرهنگی این بوده است که سعی می‌کنند جوانان مؤمن را از پایبندی‌های متعصبانه به ایمان که همان عواملی است که یک تمدن را نگه می‌دارد، منصرف کنند.

همان کاری را که در اندلس، در قرن‌های گذشته کردند؛ یعنی جوانان را در عالم به فساد و شهوت رانی و می‌گساری و این چیزها مشغول کردند. این کارها حالا هم انجام می‌گیرد» (موسسه ایمان جهادی، ۱۳۹۰: ۱۲۰).

نتیجه‌گیری

دشمن انواع شگردها را برای تضعیف اسلام به کار می‌گیرد و سعی دارد فرهنگ غرب و افکار مادی را ترویج کند و این کار را از طریق نفوذ فرهنگی انجام می‌دهد. آن چه مسلم است این که هیچ چیز خطرناک‌تر از رواج فرهنگ غرب و توجه به مادیات و افکار بی‌اساس مادی‌گری و شیوع خرافات و شایعات و شبهه افکنی و ترویج شهوات در جوامع اسلامی نیست؛ بنابراین دشمنان تلاش می‌کنند تا از راه‌های گوناگون در فرهنگ و اعتقادات جوامع مختلف نفوذ پیدا کرده و فرهنگ مردم جوامع دیگر را آن طور که به نفع خودشان است تغییر دهند. فحشا و فساد را به گونه‌ای ترویج می‌دهند که مردم جوامع را سرگرم کنند تا از رسیدن به اهداف عالی‌هی خود باز بمانند و باورهایشان را به شکلی تغییر دهند که به راحتی دست از اعتقادات خود بردارند.

تغییر سبک زندگی فردی و اجتماعی از طریق تجمل‌گرایی، مصرف‌گرایی و گرایش به مد و مدپرستی نیز یکی دیگر از راه‌هایی است که دشمنان آن را طی می‌کنند تا به فرموده رهبر انقلاب بتوانند هویت ملی و اسلامی مردم را از بین ببرند در این میان استفاده ابزاری از زنان را نیز نباید از نظر دور داشت؛ زیرا دشمنان، زنان را مناسب‌ترین عنصر برای انحرافات دینی مسلمانان می‌دانند. با این نگاه، دشمنان دین و اسلام با ابزارهای موجود که در اختیار دارند مانند رسانه‌ها، مشغول ترویج منکرات و فساد در بین خانواده‌ها، مخصوصاً جوانان هستند تا بدین وسیله بتوانند جامعه هدف را تضعیف نمایند و در پایان از بین ببرند. در این صورت نفوذ فرهنگی خود را بر جامعه اسلامی اعمال نموده‌اند.

منابع

۱. قرآن کریم، ترجمه: ناصر مکارم شیرازی، تهران: دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی، ۱۳۸۰ ش.
۲. نهج البلاغه، ترجمه: محمد دشتی، چاپ سیزدهم، قم: مشهور، ۱۳۸۰ ش.
۳. ابن بابویه، محمد بن علی، من لایحضره الفقیه، چاپ دوم. بی جا: انتشارات دارالاضواء، ۱۴۱۳ ق،
۴. ابن شعبه حرانی، حسن، تحف العقول عن آل رسول، ترجمه محمد باقر کمره‌ای، چاپ هشتم، انتشارات کتابچی، ۱۳۸۰.
۵. انوری، حسن، فرهنگ بزرگ سخن، جلد چهارم، چاپ پنجم، تهران، انتشارات سخن، ۱۳۸۶.
۶. جعفری، وفا، ثروت از دیدگاه قرآن، قم، انتشارات سپاه، ۱۳۸۰.
۷. جی دبلیو آلپرت و لئو پستمن، روان شناسی شایعه، ترجمه ساعد دبستانی، چاپ دوم، تهران، سروش، ۱۳۷۴.
۸. حر عاملی، محمد بن حسن، هدایه الامه الی الاحکام الائمه (منتخب المسائل)، مشهد، مجمع البحوث الاسلامی، ۱۴۱۲ ق.
۹. حسینی شریفی، احمد، جنگ نرم، قم، موسسه آموزشی پژوهشی امام خمینی، ۱۳۸۹.
۱۰. حکیمی، محمدرضا، قیام جاودانه، تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۳.
۱۱. دهخدا، علی اکبر و دیگران، لغت نامه دهخدا، تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۴۱.
۱۲. رستگاران، علیرضا، تجمل‌گرایی از دیدگاه اسلام، تهران، مرکز پژوهش‌های صدا و سیما، ۱۳۸۲.
۱۳. سبحانی، جعفر، فروغ ابدیت، چاپ دوازدهم، قم، دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۵.

۱۴. شریفی، احمدحسین، *موج فتنه از جمل تا جنگ نرم*، چاپ نهم، تهران، کانون اندیشه جوان، ۱۳۸۸.
۱۵. طباطبائی، محمدحسین، *تفسیرالمیزان*، ترجمه محمدباقر موسوی همدانی، ج ۱ و ۹ و ۱۵، چاپ پنجم، قم، انتشارات اسلامی، بی تا.
۱۶. طریحی، فخرالدین، *مجمع البحرین*، محقق: احمد حسینی اشکوری، ج ۱، چاپ سوم، تهران، انتشارات مرتضوی، ۱۳۷۵.
۱۷. فراهیدی، خلیل بن احمد، *العین*، جلد ۵، چاپ دوم، انتشارات دار الهجره، ۱۴۱۰ق.
۱۸. کریم خانی، حمزه و سقازاده، محمد، *هجوم خاموش*، چاپ هشتم، قم، عطر یاس، ۱۳۸۵.
۱۹. کلینی، محمد بن یعقوب، *اصول کافی*، ترجمه: محمدباقر، کمره‌ای، چاپ دوم، جلد ۷، تهران، انتشارات اسوه، ۱۳۷۲.
۲۰. محمد جواد قربی، «نظام رسانه‌ای غرب و اشاعه مصرف‌گرایی فرهنگی در فرایند پوشش‌زدایی امت اسلامی»، *مجله رسانه و امت*، شماره اول، ص ۱۰۱، ۱۳۹۲.
۲۱. مرکز تحقیقات سپاه، *تهاجم فرهنگی*، تهران، معاونت انتشارات سپاه پاسداران، ۱۳۷۸.
۲۲. مطهری، مرتضی، *مجموعه آثار*، جلد ۱۷، تهران، انتشارات صدرا، بی تا.
۲۳. مکارم شیرازی، ناصر، و همکاران، *تفسیر نمونه*، جلد ۶ و ۱۴، تهران، انتشارات درالکتب الاسلامیه، ۱۳۷۴.
۲۴. مؤسسه ایمان جهادی، *دغدغه‌های فرهنگی*، شرح مزجی بیانات مقام معظم رهبری، چاپ سی‌ام، تهران، مؤسسه ایمان جهادی، ۱۳۹۰.
۲۵. نوئل کاپفر، ژان، *شایعه*، ترجمه: خداداد موقر، تهران، نشر و پژوهش شیراز، ۱۳۸۰.
۲۶. پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار امام خامنه‌ای: khamenei.ir