

جهادی بودن؛

الگوی اقدام و عمل قرآنی در مواجهه با رسانه‌های نوین

kalantarmehrjardy975@yahoo.com

hossein.solati1361@gmail.com

علیرضا کلاتر مهرجردی / دکترای جامعه‌شناسی سیاسی دانشگاه علامه طباطبائی

حسین صولتی / کارشناس ارشد اندیشه سیاسی دانشگاه پیام‌نور تهران

پذیرش: ۹۷/۲/۳

دریافت: ۹۶/۱۰/۲۶

چکیده

عصر حاضر جهان فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های نوین است. جامعه ایرانی از یک سو، با استفاده روزافزون از رسانه‌های نوین، و از سوی دیگر، با صورتی از مصرف‌زدگی به عنوان فاعل کاربست نوآوری‌ها مطرح است.

مفهوم «جهادی بودن» در این پژوهش، به‌عنوان الگویی پیش‌رونده دارای چهار مقوله علم، قدرت، برنامه، مجاهدت در خود، و هدف از آن تحقق پیشرفت در همه زمینه‌های مرتبط با زیست مسلمانان است. برای تبیین نظری مسئله ضمن اتکا به کلام وحی در احصای الگو، به رویکرد و نظریه «ترمیم‌پذیری» پارسونز اشاره شده است. مطابق این چارچوب، جامعه ایرانی - اسلامی یک ساخت در نظر گرفته شده، و رسانه‌های نوین دو وجه کارکرد مثبت و منفی دارند. فرهنگ جهادی براساس ذات مبتنی بر قوت و انعطاف در پیشرفت جامعه اسلامی، تلاش دارد تا مانع تأثیرات منفی این عرصه بر سبک زندگی گردد. پژوهش حاضر نشان می‌دهد که می‌توان با کاربست الگوی عمل جهادی، در جهت حفظ ارزش‌ها، انسجام اجتماعی و حضور فعال، به پیشرفت‌های مدنظر در برنامه‌ریزی‌های مرتبط با سبک زندگی اسلامی ناظر گشت.

کلیدواژه‌ها: قرآن، جهاد، جهادی بودن، الگو، اسلامی، رسانه‌های نوین، سبک زندگی.

مقدمه

که مروج و ناشر سبک‌های متفاوت و متعارض با سبک زندگی اسلامی است، حامل موج اثرگذاری مخرب بر مخاطب ایرانی است. مواجهه با این موج، که در مقاله حاضر با عنوان کارکرد منفی از آن نام برده شده، لازمه‌اش بهره‌مندی از حرکت و سرمایه‌ای بومی و کارآمد به منظور کاهش آسیب‌های آن است.

سؤال اصلی، که در مقاله حاضر مطرح می‌شود، این است که با توجه به نقش رسانه‌های نوین در زیست‌جهان مسلمانان، بدیل کارآمد و متأثر از مبانی اسلامی در مواجهه با آن چیست؟ بر این مبنا، این پژوهش در سه بخش، ابتدا به اختصار، به سبک زندگی، رسانه‌های نوین و تأثیرات آن بر نظام اجتماعی پرداخته، سپس به شکلی نوآورانه، به تبیین سبک زندگی، چگونگی عمل جهادی و مؤلفه‌های آن از منظر آیات و روایات می‌پردازد و متولیان را در این مهم، با توجه به سرمایه در دسترس به رویکردی قرآنی، رهنمون می‌گردد.

پیشینه تحقیق

- جواد معنی و همکاران (۱۳۹۵)، در مقاله‌ای تحت عنوان «طراحی مدل فرهنگ جهادی مبتنی بر مبانی دینی و ارزش‌های انقلاب اسلامی»، با روش کمی و توزیع پرسش‌نامه، ۲۳ شاخص برای فرهنگ جهادی بیان کرده است.

- فرهنگی و هانیه (۱۳۹۱)، در مقاله‌ای تحت عنوان «تأثیر رسانه‌ها در تبلیغ سبک‌زندگی غربی با تأکید بر الگوی پوشش غربی»، با روش پیمایشی، موضوع را بررسی کرده و به این نتیجه رسیده‌اند که در رسانه‌های داخلی و خارجی، مدگرایی رابطه معناداری با رسانه دارد.

- کوهی و همکاران (۱۳۹۳)، در مقاله‌ای تحت عنوان «بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پایبندی به سبک زندگی دینی» با روش کمی و نمونه‌گیری خوشه‌ای در شهر تبریز و همچنین با کمک آزمون استنباطی آنالیز واریانس، نتایج حاصل از الگوی رگرسیون خطی گام‌به‌گام، بر آن است که ماهواره و تلویزیون در میزان پایبندی به سبک زندگی مذهبی شهروندان نقش مهمی ایفا می‌کند.

با عنایت به پژوهش‌های صورت‌پذیرفته، مقاله حاضر درصدد است به ارائه یک الگوی مواجهه «اسلامی - ایرانی» بپردازد.

عصر کنونی به «عصر اطلاعات و ارتباطات» شهره است و فناوری‌های نوین اطلاعاتی پیچیده‌ترین ابزار ترویج اندیشه برای تأثیر آرام بر جوامع هستند. امروزه با توجه به سرعت رشد فناوری ارتباطات و اطلاعات، کیفیت و کمیت کاربرد این ابزار، در جهان بیشتر شده است. در گذشته، تعاملات رو در رو زمینه انتقال افکار، از جمله رونق و ترویج روش‌های زندگی را با روندی کند میان انسان‌ها فراهم ساخت که این خود نشان از فرصت پالایش آن داشت. ولی امروزه جوامع انسانی به صورت لحظه‌ای با هم در ارتباط‌اند. در نتیجه، زندگی دست‌خوش تغییرات سریع شده است.

روی دیگر این عرصه تنوع دادن به نفوذ و تخریب فرهنگی است؛ «نفوذ» و به تعبیر یین (Yen) «قدرت فرهنگی»، توانایی افراد و گروه‌ها برای پدید آوردن معانی و ساخت شیوه‌هایی از زندگی است که برای دیگران جذابیت داشته باشد (ین و همکاران، ۱۹۹۷، ص ۴۹). بدین‌روی، رسانه‌ها با داشتن نقش و اثر در شیوه زندگی و سلیقه شهروندان جامعه، در شرایط حاضر، در قالب رسانه‌های نوین، بیش از سایر ابزارها در این میدان نقش دارند. این اثرگذاری نیز به خاطر استقبال بیشتر مردم از آنهاست. جایگاه امروزین رسانه‌های ارتباطی در سطح جامعه، در جذب و اثرگذاری بر مخاطبان، «سبک زندگی» را با اهمیت ساخته است (سالزمن و یونگ، ۲۰۰۱، ص ۷۳).

فراملی شدن رسانه‌ها زمینه ظهور و توسعه رسانه‌های اجتماعی نوین را فراهم ساخت. میزان نفوذ این رسانه‌های نوین به حدی اهمیت دارد که حجم قابل توجهی از اوقات فراغت نسل جوان به گواه تحقیقات، در تالارهای گفت‌وگوی تعاملی و شبکه‌های اجتماعی مجازی صرف شده و حتی این بستر به مسیری برای ارضای علایق آنها درآمده است (الیوت و لمرت، ۲۰۰۸، ص ۱۱). بنابراین، بیجا نیست اگر گفته شود نظام ارزشی افراد تحت تأثیر رسانه‌ها قرار گرفته و سبک‌های زندگی در سطح دنیا متأثر از این مهم گشته است.

در این حال، «رسانه‌مندی نوین»، به معنای تغییر آنی نیازمندی‌های فرد در ذهن و سپس در عمل است. بدین‌روی، رسانه به‌عنوان پشتوانه فناوری، تا حد زیادی در شکل‌گیری نظام معرفتی فرد مؤثر است و پایه‌های زندگی (عمل) او را مشخص می‌کند. این تأثیرات بر سبک زندگی با توجه به واقع‌عمدتاً غیربومی رسانه نوین،

رسانه‌های نوین و سبک زندگی

در پردازش جایگاه رسانه‌های نوین، ابتدا لازم است به درکی از مفهوم «رسانه نوین» و «سبک زندگی» رسید. در علوم ارتباطات اجتماعی، مقصود از «رسانه» در اصطلاح، وسیله انتقال پیام از فرستنده به گیرنده است. این واژه در زبان لاتین «Medium» و جمع آن «Media» است. رسانه‌ها در یک تفکیک، به سه دسته سنتی، مدرن و نوین قابل تفکیک‌اند (حسنی، ۱۳۸۵، ص ۶۷).

«رسانه‌های نوین» مجموعه متمایزی از فناوری ارتباطی هستند که خصایص معینی را در کنار نو شدن، امکانات دیجیتال و در دسترس بودن وسیع برای استفاده به‌عنوان ابزارهای ارتباطی، دارا هستند. این‌گونه رسانه‌ها به سبب سطوح تعاملی، دسترسی کاربران را در هر زمان، مکان و قالب امکان‌پذیر کرده، کاربران، رسانه جمعی را در مقیاس رسانه کوچک و شخصی شده تجربه می‌کنند (بیر و شالا، ۲۰۱۰، ص ۱۵).

از دیگر سو، «سبک زندگی» به‌معنای روش و الگوی خاصی از زندگی، مجموعه‌ای نسبتاً هماهنگ از همه فعالیت‌های یک فرد در جریان زندگی روزمره بوده مستلزم مجموعه‌ای از عادات و جهت‌گیری‌ها، و بنابراین، برخوردار از نوعی نظم است. این مفهوم در یک نگاه الگوهای مصرف، روابط اجتماعی و سرگرمی و پوشش را شامل می‌گردد و حتی نگرش‌ها، ارزش‌ها و جهان‌بینی فرد و گروهی را که عضو آن است نیز بازمی‌نمایاند. بر این مبنای قرن بیستم آغاز تحولی بزرگ در مناسبات اجتماعی بود و تمام توجه اندیشمندان به ناگاه در هر عرصه، به سمت مصرف‌زدگی حادث سوق پیدا کرد. نظریه‌های متفاوتی تدوین و ارائه شد که تلاش داشت تبیین‌کننده آن باشد. در اواسط همین قرن و دهه اول قرن بیست‌ویکم، این وظیفه مهم را رسانه‌ها و در رأس آن، شبکه‌های ماهواره‌ای بر عهده گرفته، سعی می‌کردند تا مردم را مطابق الگوهای خود، به عمل وادارند (نظریه الگوبرداری: Modeling Theory). صاحبان فناوری بر این نکته واقف بودند که چگونه تماشا و ترویج رفتار دیگران در رسانه‌ها، موجب اقتساب آن رفتارها می‌شود (نظریه یادگیری اجتماعی: Social Learning Theory). حاصل آن به این باور منتهی گردید که اثرگذاری رسانه‌های نوین در فرهنگ‌سازی و تولید هنجارهای فرهنگی مسلم است. این رسانه‌ها به منظور انتقال هنجارهای لازم خود، مخاطبان را با دایره‌ای از انتظارات اجتماعی

آشنا می‌کنند که ممکن است تا پیش از آن نسبت به آن آگاهی نداشته باشند (نظریه انتظارات اجتماعی: Social Expectations).

در تبیین تأثیر رسانه‌های نوین بر سبک زندگی اسلامی - ایرانی، نظریه‌های سیستمی، که جامعه‌شناسان سیاسی و از جمله، نظریه «ترمیم‌پذیری» پارسونز به منظور حفظ انسجام اجتماعی پیشنهاد می‌کنند، قابل تأمل است. از این نظرگاه که بر دو قسمت کل و عناصر یا اجزاء تأکید شده است، ساختار اجتماعی به‌مثابه یک موجود زنده می‌ماند و اجزا و عناصر در رابطه‌ای جمعی، یک کلیت و یا یک جامعیت را تشکیل می‌دهند. علت اهتمام این مقاله به نظریه «سیستمی»، تأکید بر کارکرد و اصالت‌دهی به جمع است. «کارکرد» در این نظریه عبارت است از: نتیجه مفید عمل و رفتاری که عضوی - در جریان زندگی نسبت به سیستم و به نفع آن و به هنگام ایفای نقش اجتماعی - انجام می‌دهد. نظریه «ترمیم‌پذیری» پارسونز نیز از بطن نظریه «سیستمی تولد یافته و به این امر پرداخته است که وقتی کارکرد اعضا در سیستم مختل می‌شود، با توجه به قدرت ترمیم‌پذیری در سیستم، می‌توان آن را بار دیگر احیا کرد (تنهایی، ۱۳۸۹، ص ۲۵-۳۵). مطابق این چارچوب نیز جامعه ایرانی یک ساخت و کل در نظر گرفته می‌شود و رسانه‌های نوین، دارای دو وجه کارکرد مثبت و منفی در این سیستم هستند و کارکردشان در جهت اخلال در نظام اجتماعی، جامعه را با حالت ناپایداری مواجه می‌سازد.

سبک زندگی، که نماد نمایش هویت و شخصیت در جهان کنونی است، روش‌های متفاوت زندگی را بیان می‌کند و همچنین می‌تواند مقایسه «شیوه‌های زندگی» کشف شده در میان گروه‌های متفاوت را در جامعه نشان دهد (گیدنز، ۱۳۹۲، ص ۱۲۰). با این تعریف، در جامعه ایرانی، نگاه به مقوله «سبک زندگی» مستلزم توجه به ابعاد آن است که ایرانی به عنوان عامل هویت‌بخش، برمی‌گزیند و در آن چارچوب عمل می‌کند. این ابعاد در شکل کلان، شامل انسانیت، اسلامیت و ایرانیت است که هویت‌بخش سبک زندگی در جامعه ایران است.

امروزه الگوهای پوشش، شیوه‌های تغذیه، ارزش‌ها، نگرش‌ها و رفتارهای انسانی با سرعت تغییر می‌یابند و افراد برای انطباق با جهان پیرامون خویش، خود را نیازمند تغییرات در سبک زندگی می‌پندارند (گیدنز، ۱۳۸۰، ص ۶۱). بخش اعظم این نیاز از طریق

۱. مصرف‌گرایی

مصرف و مصرف‌زدگی به یکی از مسائل مهم در طی سال‌های اخیر تبدیل شده است، به گونه‌ای که مفسران اجتماعی از مصرف‌بیش از تولید، به‌عنوان نیروی پیش‌برنده یاد می‌کنند (منزولت، ۲۰۰۴، ص ۱). محاسبه مصرف، به‌عنوان بخش اساسی جامعه معاصر، دوری کردن از آن را در اشکال اجتماعی مدرن تقریباً غیرممکن جلوه داده است. به عبارت دیگر، حوزه‌های بسیار کمی در زندگی روزمره وجود دارد که تحت تأثیر روندها و اعمال مصرفی قرار نمی‌گیرد (ادوارد، ۲۰۰۵، ص ۱۳۲). در جهان امروز، فرهنگ مصرفی گوی سبقت را از دیگر سطوح ربوده و کانون زندگی جدید شده است. متفکران مطالعات فرهنگی بر این باورند که دنیای مدرن بیش از آنکه ماهیتی اقتصادی داشته باشد، رنگ و بوی مصرفی به خود گرفته است و بر همین اساس، افراد در دنیای مدرن و کنش‌های نیز مصرف‌گرا محسوب می‌شوند و در اثر رسانه‌ها، زندگی بیش از پیش تابع تمایل مصرف‌گرایی شده است. مصرف‌گرایی، که به تبع نوآوری در فناوری‌های نوین ارتباطی افزایش یافته، تربیت فرهنگی بر مبنای آموزه‌های سنتی در جوامع اسلامی را عمیقاً تضعیف کرده است (یصحانی، ۱۳۸۱، ص ۶۶). بدین‌روی، اینکه جامعه اسلامی چه راهبردی را باید دنبال کند حایز اهمیت است (جوادی و عبداللهیان، ۱۳۸۶، ص ۸۱).

۲. جهانی‌سازی

پدیده «جهانی‌سازی»، که به دست شبکه‌های فناورانه قدرت و ثروت انجام می‌گیرد، جهان را دست‌خوش تحول ساخته است. این تحول اگرچه توان خلاقیت و ارتباط را تقویت می‌کند، در عین حال، امکان حق انتخاب را از جوامع سلب می‌کند؛ بدین‌معنا که از یک‌سو، هویت‌هایی را مبتنی بر منافع خود به جوامع می‌دهد، و از سوی دیگر، به خاطر طرح انحصاری بزرگ متمرکز ساختن اطلاعات، تولید و بازار در بخشی از جمعیت و خلاص ساختن بقیه به شکل‌های گوناگون، سبب‌ساز «نه بزرگ» (به بیان تورنر) می‌گردد (احمدی، ۱۳۷۶، ص ۱-۱۱). در نتیجه، پیامد دیگر این عرصه، تحت تأثیر قرار دادن گرایش‌های انسان از زیست در غالب رسانه‌های نوین بوده که پیامد آن، تحدید اصول و ارزش‌های مطلق در شکل‌دهی سبک زندگی مطلوب است (رفیع‌پور، ۱۳۷۸، ص ۵۶). توسعه فرهنگ غرب

داده رسانه‌های جمعی ایجاد می‌گردد. در سال‌های اخیر، با توجه به افزایش استفاده از رسانه‌های نوین در کشور، شاهد تغییر در مجموعه‌ای از رفتار، عادات، عقاید و ارزش‌های مردم هستیم (اجلالی، ۱۳۸۷، ص ۵۳). بنابراین، عصر کنونی مواجه با جامعه اطلاعاتی است که در آن، انسان‌ها از یکدیگر آگاهی در زمان دارند، به‌گونه‌ای که این ویژگی سبک زندگی جمعی را تحت‌الشعاع قرار داده است. هر فرد و گروه تحت تأثیر القائات، سلايق و ذائقه‌هایی را برگزید، آن را در زندگی روزمره خود تجربه می‌کند. فرد به میزانی که در دسترس ابزار و محصول مدرن‌تر ارتباطی قرار دارد، ممکن است بیشتر آن را در زندگی فردی متجلی سازد و بدین‌سان، سبک زندگی به گونه‌ای فزاینده متأثر از فناوری بوده، فرد و جامعه را در تعارض با گذشته قرار می‌دهد. انسان سنتی، که کمتر علاقه و توان بدعت داشت و شاید نیازی به این تغییر نمی‌دید، اکنون با زمانه دیگری روبه‌رو شده است که سعی دارد مسیر زندگی را به او تلقین کند. رسانه‌ها همواره مرکز اولیه تولید داده و اخبار هستند. وقتی یک مطلب و ایده نو توسط رسانه‌ها در اختیار مردم قرار می‌گیرد، در پی آن، نیاز و انگیزه متناسب با آن را نیز در مردم شکل می‌دهد. کسی که چاق است، در مواجهه با تبلیغات رسانه‌ای، به این فکر می‌افتد که باید لاغر شود و در واقع، تعدد پیام‌ها، ایده جدیدی برای ورزش کردن، استفاده از رژیم‌ها و داروهای خاص را در او شکل می‌دهد. برای مثال، شبکه ماهواره‌ای من و تو و شبکه‌های مشابه به صورت هدفمند به تغییر سبک زندگی ایرانی مسلمان توجه دارند. برای مثال، هیچ‌گاه در منوی غذایی ایرانی، مشروبات الکلی بخشی از تشریفات غذا خوردن ایرانیان نبوده است؛ اما در این شبکه، هنگام معرفی برنده مسابقه آشپزی، لذت این مسابقه، تنها با مشروبات الکلی تکمیل می‌شود. در واقع، چیزی را که با نظام ارزش‌های ما متفاوت است، به‌عنوان امری عادی و متداول وارد سفره ایرانی می‌کند.

از سوی دیگر، بر اساس آمار، بیشترین تأثیر رسانه معطوف به پیام‌های غیرمستقیم است و پیام‌های مستقیم تأثیر کمتری دارد. شناخت این مهم و استفاده از اطلاعات سرگرمی‌محور، یکی از روش‌های موفق در کشورهای پیشرفته است و خیلی خوب توانسته‌اند هویت ملی و فرهنگی خود را با استفاده از این روش حفظ کنند. با این توضیح، در ذیل، به اختصار به دو کارکرد آسیب‌زای رسانه نوین اشاره می‌شود:

بدیلی برای آن ایجاد گردد. در این مجال، با تمرکز بر منتخب آیات قرآنی و مهم‌ترین مؤلفه‌های کلیدی، این بدیل در قالب «فرهنگ جهاد و عمل جهادی» تبیین می‌گردد:

الف. معنا و مفهوم «فرهنگ جهادی»

«جهاد» از آموزه‌های مهم و پر اهمیت قرآن است. این واژه و مشتقات آن ۴۱ بار و در ۳۶ آیه از آیات وحی آمده و در ۲۲ رکوع قرآنی (ر.ک: لسانی فشارکی و مرادی، ۱۳۸۵، ص ۴۴). با مجموع ۱۹۵ آیه، اهمیت و جایگاه، مختصات و اقتضات و پیامدهای آن بیان شده است.

«جهاد» واژه‌ای عربی و از ریشه «جهد» است؛ به این معنا تلاش، مشقت (جوهری، ۱۳۶۸، ج ۲، ص ۴۶۰)، مبالغه در کار، توانایی (نجفی، ۱۹۸۱، ج ۳، ص ۲۱)، به کمال چیزی رسیدن، کوشیدن به اندازه طاقت و تلاش همراه با رنج (عمید، ۱۳۷۲، ماده جهاد) است. کتاب *قاموس قرآن* «تلاش همراه با رنج» را جامع همه اقوال می‌داند. علاوه بر این، افعال این ماده، همه از باب مفاعله آمده و به معنای تکتیر است. بدین‌رو، از کلام «وجاهدوا فی الله حق جهاده» (حج: ۷۸)؛ سه برداشت استفاده می‌شود: یکی از ماده، یکی از هیئت و یکی از «حق جهاده»؛ یعنی در راه خدا تلاش کنید؛ تلاش بسیار شدید (قرشی، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۷۸).

در اصطلاح، «جهاد» معنای مبارزه کردن در راه خدا در نبرد با مشرکان و دشمنان، با هدف اعتلای اسلام و برپا داشتن شعائر ایمانی یا دفاع از آن است (نجفی، ۱۹۸۱، ج ۳، ص ۲۱). عبارت «جهاد» در متون دینی علاوه بر این معنای مصطلح، به مفهوم «جهاد اکبر» در برابر هوای نفس است. در تفسیر *المیزان*، کلمه «جهاد» به معنای «جهد و کوشش در دفع دشمن» است و بیشتر بر مدافعه در صحنه جنگ اطلاق می‌شود. ولی گاهی به طور مجاز توسعه داده می‌شود؛ به گونه‌ای که شامل رفع هر چیزی می‌شود که ممکن است شری به آدمی برساند؛ مانند شیطان که آدمی را گمراه می‌سازد و نفس اماره که آن نیز آدمی را به بدی‌ها امر می‌کند (طباطبائی، بی‌تا، ج ۱۴، ص ۱۲۷). در این معنا، جهد و به‌کارگیری تمام توان خویش در پیشبرد راه خدا و کلمه «سبیل الله» به معنای دین خداست، و منظور از «مجاهده با اموال و انفس»، عمل تا آخرین درجه توانایی در انجام تکلیف الهی است (همان).

از طریق رسانه‌ها به کشورهای دیگر، با تأثیرپذیری فرهنگ‌های محلی همراه است. در این فضا، ارزش‌های سنتی جوامع اسلامی به‌عنوان زیرساخت سبک زندگی اسلامی، روز به روز دست‌خوش این فرایند قرار می‌گیرد (عالی، ۱۳۸۲، ص ۴۴). در چنین وضعیتی، فرد در مقابل آرمان‌های دینی و فرهنگی دچار سرگردانی شده، و قادر به گزینش سبک زندگی با فرهنگ بومی نیست.

امروزه استفاده افراد از انواع ابزارهای الکترونیکی مجازی، موجب گسترش الگوهای رفتاری مشابه شده است که عموماً از آن با عنوان «جهان مجازی» یاد می‌شود (عاملی، ۱۳۸۲). فرهنگ حاکم بر انواع ابزارهای ارتباطی، در پایه نخست، «هویت‌زا» است، نه «هویت‌ساز»؛ زیرا بی‌توجه به ارزش‌های بومی، «هویت انسانی» را قربانی غیر آن می‌سازد (رضایی، ۱۳۸۵، ص ۵۱). در چنین حالتی، عموماً فرد به طور ناخودآگاه مؤلفه‌های عرضه‌شده را برمی‌گزیند. در شکل عمیق‌تر، موجب بیگانگی انسان از خویشتن خویش می‌شود (شمشیری، ۱۳۸۲، ص ۷۰). رسانه‌های نوین همچنین متأثر از سیطره یک فرهنگ، به صورت غیرمستقیم، تنوع فرهنگی را مصادره می‌کنند و مؤلفه‌هایی از فرهنگ مهاجم را بر ذهن‌ها حاکم می‌سازند. شیپور جهانی‌سازی در رسانه نوین، ارزش‌ها و آموزه‌هایی را با خود به همراه دارد که عمدتاً در تعارض با باورها و تصورات انسان مسلمان از سبک زندگی است (سجادی، ۱۳۸۰، ص ۵۱). در رسانه‌های نوین، افراد در برابر تهاجم‌های فرهنگی بیگانه، منفعل و گرفتار «ازخودبیگانگی فرهنگی» شده‌اند؛ زیرا نمی‌توانند به ارزش آنچه خود در اختیار دارند، پی ببرند (سادات، ۱۳۸۰، ص ۸۰). در نتیجه متزلزل شدن ارزش‌ها در اثر نبودن فضایی مناسب برای ظهور عقاید، زمینه تعارض بین فرهنگ‌ها پدیدار می‌گردد که بیشترین تأثیر را بر ارزش‌های دینی و اخلاقی دارد، به گونه‌ای که در این عرصه، کشورهای جهان سوم به سبب انفعال محتوایی، دچار نفوذ فرهنگی شده، داشته‌های خود را از دست خواهند داد (قادری، ۱۳۹۳، ص ۳۶-۳۷ جواد و عبداللهیان، ۱۳۸۶، ص ۷۸).

قرآن و سبک زندگی

برای تأمین رویکرد نظری و با فرض پذیرش آنچه در سطح فضای مجازی دربرگیرنده رسانه‌های نوین، به شکل هدفمند جریان دارد، لازم است به شکل ایجاب در جهت احصاء بر مبنای فکر اسلامی،

سبیل الله»، «فی سبیلی»، «فی سبیله» به کار رفته که منظور، در راه خدا بودن است. این معنا را می‌توان در آیات ۲۱۸ بقره؛ ۵۴ مائده؛ ۹۵ نساء؛ ۷۲ و ۷۴ انفال؛ ۱۹ و ۲۰ و ۴۱ و ۸۱ توبه؛ ۱۵ حجرات؛ و ۱۱ صف مشاهده کرد.

۲. جان باختگی و نفس ستیزی

«جهاد» به معنای به‌کارگیری تمام توان در پیشبرد راه خداست و این بهره‌گیری از تمام توان، زمانی معنا پیدا می‌کند که انسان از همه تعلقات مالی و جانی خود در این راه هزینه کند. ذکر عبارات «اموال» و «نفس» در آیات متعدد در پی عبارت «جهاد فی سبیل الله»، در آیات ۹۵ نساء؛ ۵۴ مائده؛ ۷۲ انفال؛ ۲۰ توبه؛ ۱۵ حجرات؛ و ۱۱ صف به این حقیقت اشاره دارد که مسیر جهاد در راه خدا، جز با گذشتن از تعلقات هموار نمی‌گردد (گیلانی، ۱۳۹۰، ص ۳۷۹).

در همین منوط، فرمایش مقام معظم رهبری، که تلاش علمی را از مصادیق «جهاد با نفس» دانسته‌اند، به یاری می‌آید:

«جهاد» یعنی: حضور در میدان با مجاهدت، با هدف و با ایمان؛ این می‌شود جهاد. لذا «جاهدوا بأموالکم و انفسکم فی سبیل الله»، جهاد با نفس کجاست؟ فقط به این است که توی میدان جنگ برویم و جانمان را کف دست بگیریم؟ نه، یکی از انواع جهاد با نفس هم این است که شما شب تا صبح را روی یک پروژه تحقیقاتی صرف کنید. «جهاد با نفس» این است که از آسایش جستان بزنید و در محیط علمی، صرف وقت کنید تا یک حقیقت زنده علمی را به دست بیاورید؛ جهاد با نفس این است (در دیدار با جهادگران، ۲ تیر ۸۹).

۳. طرد مودت دشمنان خدا

در آیه یک سوره ممتحنه خداوند، به مؤمنان امر می‌کند که دشمن او (خدا) و دشمن خودتان را دوست نگیرید. آن‌گاه اشاره می‌کند که شما نسبت به آنها اظهار مودت می‌کنید، درحالی‌که آنها به آنچه از سوی حق برای شما آمده کافر شده‌اند و رسول خدا و شما را به خاطر ایمان به خداوندی که پروردگار همه شماست، از شهر و دیارتان بیرون می‌رانند. سپس می‌فرماید: «اگر شما برای جهاد در راه من و جلب خشنودی‌ام هجرت کرده‌اید، با آنها پیوند دوستی، برقرار نسازید،

در قرآن، برای «جهاد» می‌توان سه وجه شناسایی نمود: وجه نخست، جهاد با گفتار است، و مصداق آن سوره توبه، آیه ۷۳ که می‌فرماید: «يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ جَاهِدِ الْكُفَّارَ وَالْمُنَافِقِينَ»، و منظور از جهاد با کفار و منافقان در این آیه، جهاد در قالب زبانی آن است.

وجه دوم، جهاد به معنای عمل و کردار است، به مصداق سوره حج، آیه ۷۸ که می‌فرماید: «وَجَاهِدُوا فِي اللَّهِ حَقَّ جِهَادِهِ»، یعنی حق جهاد را برای خدا بجا آورید.

وجه سوم، جهاد به معنا و قالب مبارزه و رزم است؛ به مصداق سوره نساء، آیه ۹۵ که می‌فرماید: «لَا يَسْتَوِي الْقَاعِدُونَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ غَيْرُ أُولَى الضَّرَرِ وَالْمُجَاهِدُونَ فِي سَبِيلِ اللَّهِ بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ»، و منظور از مجاهدان در این سخن قرآن، جنگ‌جویان در راه خداست (تفلیسی، ۱۳۷۱، ص ۲۱۷). بنابراین، نباید از کاربرد عبارت «جهاد» در قرآن نتیجه گرفت که جهاد انحصاراً و قطعاً به معنای رویارویی با غیر است. لازم به توضیح است که مشتقات جهاد در کلام وحی، در همه جا این بار معنایی را ندارد، بلکه گاهی فقط در معنای لغوی آن را یعنی تلاش همراه با سختی مطمح نظر است.

از مصادیق معنای حداکثری تعبیر «جهاد» در قرآن، آیه ۵۲ سوره فرقان است که خطاب به پیامبر اکرم ﷺ آمده است: از کافران اطاعت نکن. از تأمل در آیات مشخص می‌گردد که این گروه کسانی هستند که قصد دارند پیامبر ﷺ را از حرکت معرفتی و تبلیغی منصرف کنند و خداوند به پیامبر ﷺ دستور جهاد با آنها را می‌دهد؛ اما جهادی نه با نبرد مسلحانه، بلکه با کلام وحی و بر پایه فرهنگ.

ب. ویژگی‌ها و اقتضائات جهادی بودن

از تأمل در مفاهیم آیات مرتبط به جهاد، مشخص می‌شود که جهاد از نظر قرآن، شامل هر تلاشی در راه خداست که یکی از مصادیق آن، نبرد با مشرکان و دشمنان اوست. در نتیجه، جهاد و اقتضائات جهادی، که کلام وحی به آن اشاره دارد، نباید منحصر به صحنه نبرد فیزیکی تفسیر گردد، بلکه مهم‌ترین ویژگی‌هایش در معنای فرهنگ آن عبارت از:

۱. قصد و هدف الهی

در ۱۳ آیه از قرآن، کلمه «جهاد» و مشتقات آن، با قیدهای: «فی

تنها کسانی هستند که پس از گام نهادن در راه ایمان، هرگز تردید نکنند، و این نشانهٔ صداقت آنان است.

۶. تکلیف محوری

مجاهد در راه حق هنگام انجام وظیفه، متعهدانه به تکلیف عمل می‌کند و هرگز از مسئولیتی که به عهده اوست، شانه خالی نمی‌کند. در آیهٔ ۴۴ سورهٔ توبه، خطاب به پیامبر اکرم ﷺ آمده است که مؤمنان به خدا و روز قیامت، برای ترک مجاهده با مال و جان در راه خدا از تو اجازه نمی‌خواهند، بلکه در هر شرایطی آمادهٔ انجام وظیفه‌اند. از بخش پایانی آیه، این نکته به دست می‌آید که رعایت تقوا، عامل مهمی در تقویت مسئولیت‌پذیری در مجاهدان است.

۷. ولایت‌پذیری

ایمان انسان‌ها در سایهٔ عمل آنها تجلی می‌یابد. بدین‌رو، خداوند آنان را با امتحان‌های الهی می‌آزماید، و جهاد یکی از امتحانات است (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، تفسیر آیهٔ ۱۶ سورهٔ توبه).

۸. استواری بر ملامت‌گران

اقتضای دیگری که برای مجاهدان در راه خدا در آیهٔ ۵۴ سورهٔ مائده بیان شده این است که از ملامت و نکوهش ملامت‌گران نهراسند.

۹. طرد دنیاطلبی

قرآن کریم هر موضوعی را که به‌عنوان عامل سعادت معرفی کرده، در کنار آن خطراتی را که مانع رسیدن به سعادت متصور است، گوشزد کرده است. از تدبیر در آیات، می‌توان دریافت که «دنیاطلبی» از بزرگ‌ترین موانع سست‌ایمانی مسلمانان در راه خداست. در آیهٔ ۴۵ سورهٔ توبه، در توصیف کسانی که از پیامبر اکرم ﷺ اجازه ترک جهاد می‌گیرند، آمده است: این افراد به خدا و روز قیامت ایمان ندارند و در تردیدشان سرگردان‌اند.

«دنیاطلبی» به‌عنوان آفتی برای حرکت جهادی معرفی شده است، در آیهٔ ۳۸ سورهٔ توبه، خداوند می‌فرماید: «شما را چه عذر و بهانه‌ای است که وقتی به شما می‌گویند برای نبرد در راه خدا از شهر و دیارتان بیرون روید، به سستی و کاهلی می‌گرایید و به

درحالی که من به آنچه پنهان یا آشکار می‌سازید از همه داناتم، و هریک از شما چنین کاری کند از راه راست گمراه شده است» (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶، ج ۵، ص ۱۵۷).

شرح نزول آیهٔ فوق، دربارهٔ یکی از مهاجران به نام حاطب بن ابی‌بلتعه است که در آستانهٔ فتح مکه، مخفیانه برای سران مکه نامه‌ای فرستاد. اما پیامبر ﷺ با اطلاع از ماجرا به واسطه جبرئیل، دستور دادند نامه را در میانهٔ راه از حامل آن پس بگیرند. خداوند در این باره می‌فرماید: «ما از شما و آنچه غیر از خدا می‌پرستید، بیزاریم». بدین‌رو، مجاهدان از ابراز دوستی با دشمنان خدا منع می‌شوند. اما در آیات ۹ و ۸ همین سوره می‌فرماید: «خدا شما را از نیکی کردن و رعایت عدالت نسبت به کسانی که با شما در امر دین پیکار نکردند و شما را از خانه و دیارتان بیرون نراندند، نهی نمی‌کند. تنها شما را از دوستی و رابطه با کسانی نهی می‌کند که در امر دین با شما پیکار کردند و شما را از خانه‌هایتان بیرون راندند، یا به بیرون راندن شما کمک کردند. و هر کس با آنان رابطهٔ دوستی داشته باشد ستمگر است».

از این دو آیه، یک اصل کلی و اساسی در خصوص نحوهٔ رابطه با غیرمسلمانان به دست می‌آید و آن اینکه مسلمانان موظفند در برابر کسانی که بر ضد اسلام قیام می‌کنند و یا دشمنان اسلام را یاری می‌دهند، سرسختانه بایستند و با آنها پیوند دوستی نبندند. اما اگر آنها در عین کافر بودن نسبت به اسلام و مسلمانان بی‌طرف بمانند، مسلمانان می‌توانند با آنها رابطه برقرار سازند.

۴. صبوری بر مصائب

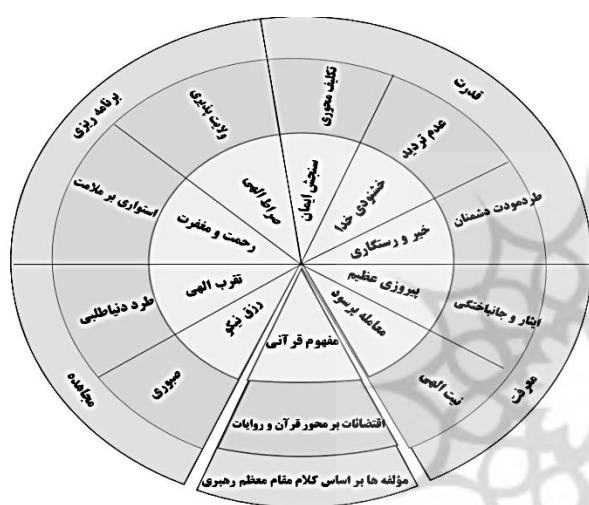
صبر در برابر مشکلات، همواره ملازم با مفهوم «جهاد» است. آیهٔ ۱۱۰ سورهٔ نحل می‌فرماید: «... مغفرت و رحمت خداوند شامل حال کسانی است که پس از آنکه در فتنه و سختی قرار گرفتند هجرت کردند و سپس مجاهده و صبر نمودند».

۵. ایمان و عدم تردید

از اوصاف مجاهدان در راه خدا، ایمان به خدا و رسول است. بدین‌رو، نکتهٔ قابل تأمل در آیهٔ ۱۵ سورهٔ حجرات این است که آیه با «انما» آغاز شده و اعمال حد می‌کند؛ بدین معنا که مؤمنان واقعی

۸. برتری و تقرب خدا: «... خداوند جهادکنندگان را بر خانه‌نشینان به پاداشی بزرگ برتری داده است؛ به درجات و رتبه‌هایی و آموزش و رحمتی ویژه از سوی خود؛ و خدا همواره بسیار آمرزنده و مهربان است» (نساء: ۹۵-۹۶).

۹. رزق نیکو: «... و کسانی که ایمان آوردند و هجرت کردند و در راه خدا جهاد نمودند و آنان که مهاجران را پناه دادند و یاری کردند، مؤمنان حقیقی فقط آنانند؛ برای آنان آموزش و رزق نیکو و فراوانی است» (انفال: ۷۴).



نمودار (۱): مختصات عمل جهادی یا جهادی بودن

با تدبیر در احصای رویکرد اسلامی، در قرآن و روایاتی که ذکر گردید و همچنین گفتمان رهبری نظام جمهوری اسلامی ایران، که بر چهار مؤلفه اساسی «معرفت»، «قدرت»، «برنامه» و «مجاهدت» تأکید دارد (بیانات، ۱۳۹۲) نمودار شماتیک اقدام و عمل جهادی متولیان در رابطه با عرصه‌های گوناگون اجتماعی به تصویر درآمده است.

متولیان و اثربخشی اقدام و عمل

اقتضای اثربخشی اقدام و عمل متولیان در چارچوب تبیین شده (عمل جهادی) توجه به اصولی است که بر پایه مبانی اسلامی بر آن تأکید شده است. بدین منظور به مهم‌ترین این اصول در دو بعد، «ایجابی» و «سلبی» اشاره می‌شود:

الف. اصول ایجابی

۱. محوریت قرآن و دین: لازم است قرآن به شکل کاربردی، پایه و

دنیا میل می‌کنید؟ آیا به زندگی دنیا به جای آخرت دل خوش شده‌اید؟ زندگی دنیا در برابر آخرت جز کالایی اندک نیست». همچنین در آیه ۲۴، به این مانع اساسی در راه جهاد، با جزئیات بیشتری پرداخته است. آنچه در این آیه به آن اشاره شده همگی مظاهر زندگی دنیوی است که تعلق انسان به آنها، مانعی بزرگ برای تلاش جهادگرانه به شمار می‌آید.

ج. نتایج و آثار جهادی بودن

در این قسمت، به آثار این معنا و مفهوم برای حاملان آن (اعم از افراد و نهادها) با ذکر آیات مرتبط اشاره می‌گردد:

۱. معامله پرسود: «ای اهل ایمان، آیا شما را به تجارتی راهنمایی کنم که شما را از عذابی دردناک نجات می‌دهد؟ به خدا و پیامبرش ایمان آورید و با مال‌ها و جان‌هایتان در راه خدا جهاد کنید. این اگر معرفت و آگاهی را داشته باشید برای شما بهتر است» (صف: ۱۰-۱۱).

۲. خیر تام و رستگاری: «پیامبر و کسانی که به او ایمان آوردند با مال‌ها و جان‌هایشان جهاد کردند، اینانند که همه خیرات برای آنان است و اینانند که رستگارند» (توبه: ۸۸).

۳. فوز عظیم: «... خداوند برای آنان باغ‌هایی آماده کرده است که از زیر درختان آن نهرهایی جاری است. در آنجا، جاودانه‌اند. این است کامیابی بزرگ!» (توبه: ۸۹؛ صف: ۱۲).

۴. خشنودی خدا: آیه یک سوره ممتحنه در این باره قبلاً ذکر شد.

۵. سنجش ایمان: «... به یقین، ما شما را امتحان می‌کنیم تا مجاهدان از شما و صابران را مشخص نماییم...» (محمد: ۳۱). «آیا گمان کرده‌اید که شما را به خود واگذارند، درحالی‌که هنوز کسانی از شما را که جهاد کردند و غیر خدا و پیامبرش و مؤمنان را محرم اسرار خود نگرفتند، از دیگران معلوم و مشخص نکرده است...؟» (توبه: ۱۶).

۶. هدایت به صراط الهی: «... کسانی که برای ما کوشیدند، بی‌تردید آنان را به راه‌های خود راهنمایی می‌کنیم...» (عنکبوت: ۶۹).

۷. رحمت و مغفرت الهی: «... به یقین، پروردگارت نسبت به کسانی که پس از آزار دیدن هجرت کردند، سپس جهاد نمودند و شکیبایی ورزیدند، آری، پروردگارت پس از این بسیار آمرزنده و مهربان است» (نحل: ۱۱۰؛ توبه: ۲۰-۲۱).

بیان می‌دارد: «ای کسانی که ایمان آوردید، تقوای الهی پیشه کنید و سخن استوار بگویید». در مباحث فرهنگی، قرآن برای مردم بیانی روشن است «هَذَا بَيَانٌ لِلنَّاسِ» (آل عمران: ۱۳۸)؛ و ضمن شناخت ظرفیت مخاطبانش بر پرهیز از حرکت فوق طاقت تأکید دارد (انفال: ۶۶).

۷. **توجه به روش:** در سوره نحل آمده است: «با حکمت و پند نیکو، به راه حق بخوان، و با مخالفان به شیوه‌ای که نیکوتر است، گفت‌وگو کن». در آیه ۱۵۹ سوره آل عمران هم بر مشورت در انجام حرکت به‌عنوان روشی پسندیده تأکید گردیده است.

ب. اصول سلبی

۱. **دستاویز قرارداد:** در سوره آل عمران، آیه ۷۸ آمده است: «همانا از اهل کتاب، گروهی زبان خود را به خواندن کتاب و دست‌نوشته خود چنان می‌چرخاند که گمان کنید از کتاب آسمانی است، درحالی که نیست». این آیه اشاره به روش حرکت شبه متولیان دارد که برای سرگرم کردن مردم بدان اقدام می‌کنند.

۲. **پیروی از هوای نفس:** آیه ۹۶ سوره طه بیانگر آن است که چنانچه هوای نفس انسان را از مسیر خارج سازد برخی حقایق آمیخته دیده نخواهد شد. به عبارت دیگر، تا وقتی انسان از درون فریب نفس خویذ را نخورد، نمی‌تواند دیگران را فریب دهد (طباطبائی، بی‌تا، ج ۷، ص ۳۸۴).

۳. **کمیت‌گرایی:** در آیه ۱۲۲ سوره توبه آمده است: «سزاوار نیست که همه مؤمنان به جهاد رهسپار شوند. پس چرا از هر گروهی دسته‌ای کوچ نمی‌کنند تا در دین فقیه شوند و هنگامی که به سوی قوم خویش بازگشتند آنان را بیم دهند تا شاید حذر کنند؟» پس در انجام برنامه‌ریزی و مدیریت جهادی، نباید تمام توان و نیرو را به یک جهت سوق داد، بلکه باید گزینشی و متنوع عمل کرد.

۴. **انفعال:** در آیه ۲ سوره مدثر، خداوند به پیامبرش می‌فرماید: «به پا خیز و هشدار ده!» در قرآن، دو بار عبارت «قم» و هر دو خطاب به پیامبر وارد شده که یک جا برای عبادت و خودسازی است (مزمّل: ۲) و دیگری برای ارشاد و تعالی جامعه. بدین‌روی، استنباط می‌گردد که شرط تعالی حرکت رهبران و

اساس اقدامات فرهنگی قرار گیرد؛ زیرا قرآن خود را هدایتگر (بقره: ۲) و حکیم (یس: ۱ و ۲) می‌نامد.

۲. **عنصر زمان:** یکی از اصول عمل جهادی، توجه به «عنصر زمان» است. برخی آیات به این موضوع اشاره دارند (قدر: ۱). نزول قرآن در زمان خاص، بیانگر آن است که انتخاب زمان مناسب در حرکت بسیار اهمیت دارد. مطابق آیه ۵۹ سوره طه، حضرت موسی علیه السلام گفت: وعده گاه ما و شما روز زینت است که همه مردم جمع شده باشند.

۳. **برنامه‌ریزی و تدبیر:** هر حرکتی نیاز به برنامه‌ریزی دارد و فرهنگ و عمل جهادی بدون آن اثربخشی نخواهد داشت. آیه ۵۷ سوره انبیاء و ۱۰۶ سوره اسراء بیانگر اهمیت برنامه‌ریزی در حرکت و داشتن برنامه درازمدت و زمان‌بندی شده در مواجهه با مسائل - تهدید سبک زندگی - است.

۴. **اولویت‌سنجی:** پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله می‌فرماید: «کلکم راع و کلکم مسئول عن رعیتة.. الرجل راع علی اهل بیته... فإل المرأة راعیة علی اهل بیت بعلمها و ولده» (طباطبائی، بی‌تا، ج ۸، ص ۱۵)؛ همه شما نسبت به زیردست خود مسئولید؛ مرد مسئول خانواده‌اش و زن مسئول خانواده همسرش و فرزندان اوست. از این حدیث، برمی‌آید که باید در انجام کار و به‌ویژه حرکت جهادی در مواجهه با مسائل (تهدید سبک زندگی)، اصلاح و هدایت خود و بستگان نسبت به جامعه، در اولویت قرار گیرد.

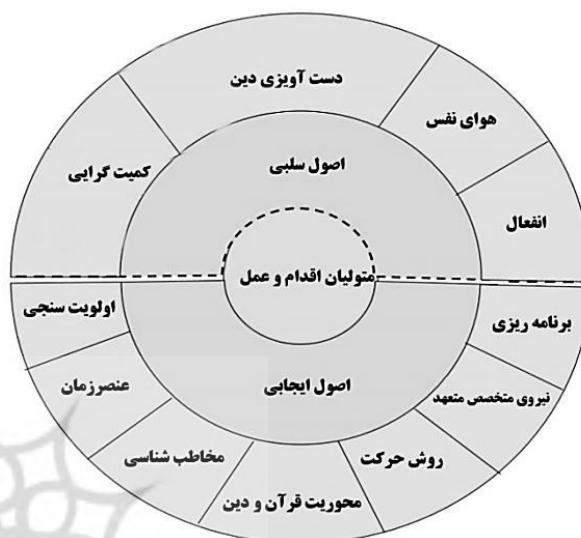
۵. **نیروی متخصص و متعهد:** در آیه ۴۳ سوره طه، حضرت موسی علیه السلام از خدا می‌خواهد: «و از اهل‌م وزیری برایم قرار بده»، که موضوع اشاره به سنگینی رسالت دارد. در اشاره به جدیت در کار، در دستور خداوند به بنی‌اسرائیل آمده است: «خُذُوا مَا آتَيْنَاكُمْ بِقُوَّةٍ وَ اذْكُرُوا مَا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ» (اعراف: ۱۷۱)؛ به آنان گفتیم آنچه را به شما دادیم قدرتمندانه و جدی بگیرید و آنچه را در آن است به یاد آورید. باشد که اهل تقوا شوید. بدین‌روی، به نظر می‌رسد، عمل و تحقق فرهنگ قرآنی، نیازمند قدرت و جدیت است مبتنی بر تقدم تزکیه بر تعلیم (آل عمران: ۱۶۴) در متولیان است.

۶. **مخاطب‌شناسی:** در آیه ۴۴ سوره طه به تأثیرگذاری روش بیان فرهنگ جهادی اشاره شده است: «بروید به سوی فرعون؛ به نرمی با او سخن بگویید». در آیه دیگری با شناخت مخاطب،

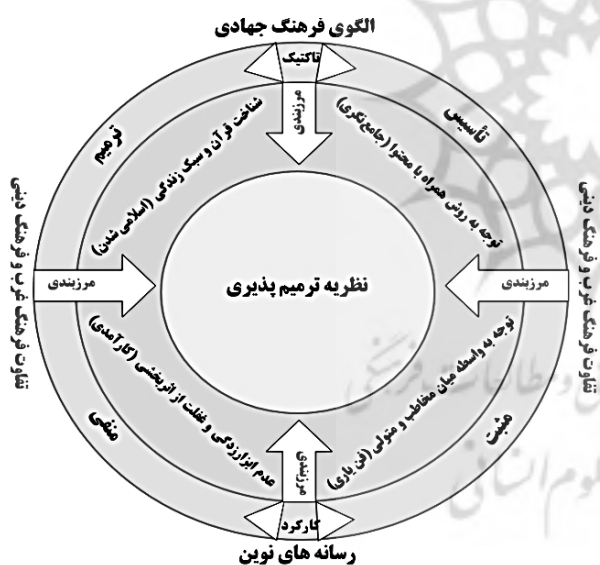
برنامه‌های غیراخلاقی این شبکه مطرح گردید و گفته شد که مجموعه‌های تلویزیونی این شبکه خیانت را در خانواده‌ها نظریه پردازی می‌کند و در نتیجه، بسیاری از خانواده‌ها از دیدن این شبکه اجتناب کردند. این الگو، مؤثر باید برای سایر رسانه‌های نوظهور ادامه پیدا کند و فراتر از حوزه رسانه رسمی، با کاربست رسانه‌های نوین و تأمین محتوای لازم، در هریک از حوزه‌های فردی و اجتماعی هجمه و مغایرت سبک زندگی غیر و غربی آنها را با آموزه‌های دینی و فطرت الهی برجسته گردد.

در تاکتیک دوم، باید ایجاد سبک زندگی ایرانی - اسلامی به شکل تأسیسی، و فرهنگ و عمل جهادی در دستور کار قرار داده شود و فعالیت‌ها صرفاً به سلب و در نقد سبک زندگی غربی محدود نگردد. جامعه ایرانی و فراتر از آن، جهان اسلام، که «امت واحده» را تشکیل می‌دهند، یک سلسله نیازهایی در زندگی دارند که باید آن نیازها را به روش مناسب و نوآورانه در چارچوب نظام فکر اسلامی تدبیر کرد.

متولیان امر و پرهیز از انفعال طلبی است و با کم‌تحركی و گوشه‌گیری اثربخشی در کار حاصل نخواهد شد. در نمودار شماتیک شماره (۲) مؤلفه‌های ایجابی و سلبی در فرهنگ جهادی به تصویر درآمده است:



نمودار (۲) اصول سلبی و ایجابی فرهنگ جهادی



نمودار (۳): حرکت جهادی، نظریه «ترمیم‌پذیری» و رسانه‌های نوین

در نمودار شماتیک (۳)، تاکتیک‌های مواجهه با کارکرد رسانه‌های نوین از سوی متولیان به تاسی از حرکت جهادی و با فرض کارآمدی نظریه «ترمیم‌پذیری» به تصویر درآمده است. لازمه حرکت جهادی برای مقابله با تأثیرات مخرب رسانه‌های نوین بر سبک زندگی اسلامی ارائه یک چارچوب فرهنگی دینی - قرآنی است که به کارکرد دوگانه رسانه در خصوص سبک زندگی ایرانی - اسلامی و جایگاه حرکت جهادی توجه داشته باشد.

جهادی بودن الگوی سبک زندگی ایرانی - اسلامی

نهادینه‌سازی سبک زندگی ایرانی - اسلامی نیازمند به‌کارگیری راهبردی؛ اتکا به فرهنگ جهادی با دو تاکتیک؛ نقد سبک زندگی غیر و بیگانه، و نیز شناخت و پاسخ به نیازها به روش مناسب و نوآورانه در چارچوب مبانی و فکر اسلامی است که نه به شکل تریبی، بلکه همزمان دنبال شود. فرهنگ جهادی - همان‌گونه که اشاره شد - انفعالی و تدافعی نیست، بلکه بازتابی از گزاره‌های کیفی ذیل است: - حرکت و کار برای خدا؛ مجاهد در حرکت، تمام هم و غم خویش را رضایت الهی می‌داند.

- خستگی‌ناپذیری، جدیت در چالش با موانع، شتاب همراه با بصیرت و غفلت نکردن از دشمن. - فراموش نکردن آرمان و جهت؛ مطابق فرموده رهبر معظم انقلاب، همان تحقق تمدن نوین اسلامی است.

تاکتیک نخست به این معناست که به شکل ترمیمی، مضر بودن مؤلفه‌های سبک زندگی مهاجم هرچه بیشتر برای مردم تبیین و تشریح گردد. برای نمونه، در حوزه رسانه، شبکه فارسی وان و

نتیجه‌گیری

وادهیم؟ یا باید به این تذکر قرآنی نظر کنیم که «فَحَبِطْتُ أَعْمَالَهُمْ فَلَا تُقِيمُ لَهُمْ يَوْمَ الْقِيَامَةِ وَزْنًا» (کهف: ۱۰۵).

آنها که از منظر دنیایی، ظاهر عمل را حفظ می‌کنند و به گمان خود، اعمال پسندیده انجام می‌دهند، چون از سرچشمه بی‌نسیب‌اند، اعمال آنها حبط می‌گردد. با توجه به آنچه گفته شد، فرهنگ و حرکت جهادی به واسطه قوت زبان وحی و خصلت بومی مبتنی بر فرهنگ ایرانی، در چارچوب تعالی و رشد انسانی قرار داد. با این برداشت از حرکت، که وسیله رستگاری و نجات مؤمن است، در انجام آن باید به کمالی والا اندیشید و قبل از آنکه دل خوش باشیم که چنین و چنان هستیم، باید از این نگران باشیم که آنچه می‌خواستیم نرسیده‌ایم. بدین‌روی، با توجه به رسالت دینی و اسلامی، نه تنها باید از مصرف‌گرایی صرف در این عرصه پرهیز کرد، بلکه توصیف و تبیین صحیح موضوع را باید پررنگ ساخت. متولی اسلامی باید با ارائه بدیل مطلوب، به خلق اسطوره تربیت دینی بپردازد و با تبعیت از سیره ائمه اطهار^{علیهم‌السلام}، به ارائه و ترویج الگوهای مناسب بپردازد.

پیشرفت‌های معاصر در حوزه فناوری و به‌ویژه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، و شیوع آن در جوامع اسلامی، از جمله ایران در حوزه‌های گسترده و از جمله گستره فرهنگ و سبک زندگی، عوارضی قابل ملاحظه بر جای گذاشته است، به‌گونه‌ای که به لحاظ ارزیابی ارزشی، واجد دو چهره گردیده: گروهی آن را عین خیر دانسته، و گروهی در نقطه مقابل، آن را عین شر و خطر شمرده‌اند. دسته اول با رویکردی حداقلی بر ویژگی‌هایی همچون فردگرایی، کثرت‌گرایی، تنوع‌پروری و نوآوری تأکید دارد و گروه دوم با رویکردی حداکثری، بر ابعاد و مظاهر منفی فناوری به مصداق رسانه‌های نوین در حوزه فرهنگ، از جمله لذت‌پروری و لذت‌جویی، هویت‌زدایی، نسبی‌گرایی، انفعال و مانند آن اشاره دارند و بدین‌روی، آن را با جامعه دینی سازگار نمی‌دانند. استدلال آن است که این مهم، فقط به صورت و ظاهر بسنده نکرده، به تدریج، مضمون قالب‌ها (سبک زندگی) را نیز تغییر می‌دهد. تجربه کشور (متولیان فرهنگی) در انجام حرکت‌های فرهنگی در دوران معاصر، راهنمای خوبی در این زمینه است. در این باره، سخن آن است که نمی‌توان رسانه‌های نوین را به کنار نهاد و آن را عین شر تلقی کرد و نباید آن را خیر مطلق دانست، بلکه ضمن استقبال از فناوری و کاربرد آن، باید در الگو و فرهنگ جهادی با فرض شرایط مقبولیت آن، در جهت حفظ ارزش‌ها و حضور موثر، کارآمد و فعال اندیشید. حفظ رویکرد انتقادی بدون اقدام بدیل، به تجربه ضمنی، از واقعیت‌هایی تلخ حکایت دارد که نباید از آن غافل ماند.

با توجه به نکات فوق و آنچه در مباحث قبل اشاره شد، از جمله: تفاوت فرهنگ غرب و فرهنگ دینی (مرزبندی)؛ شناخت فرهنگ قرآنی و سبک زندگی اسلامی (اسلامی شدن)؛ توجه به روش همراه با محتوا (جامع‌نگری)؛ عدم ابزارزدگی و غفلت از اثربخشی (کارآمدی)؛ و توجه به مواجهه با واسطه میان مخاطب و متولی (فن‌یاری)؛ ضرورت تغییر نگاه متولیان بیش از پیش معلوم می‌گردد. اگر حرکت فرهنگی کم‌نتیجه و یا مخاطب به اقدام در این زمینه کم‌اقبال است، باید بیشتر اهتمام به خرج داد؟ یا باید در جهت توجیه، خودفریبی و رضایت خود، هرچه بیشتر به فناوری و عرصه مجازی

محور شاخص	رسانه‌های نوین	سبک زندگی ایرانی - اسلامی	فرهنگ جهادی
مؤلفه‌ها	فردی شده دسترسی نوآوری جذابیت	انسانیت اسلامیت ایرانیّت	علم قدرت برنامه مجاهدت
کارکرد	مصرف‌گرایی تضعیف ایمان نسبی‌گرایی هویت‌زایی	تشخص الگویی هویتی	الگوی بدیل
عرصه	فردی و اجتماعی	فردی و اجتماعی	مدیریتی و راهبردی
هدف	جامعه مصرفی جهانی سازی	الگوی بومی پیشرفت	فرهنگ مقاومت
راهکار	ترمیم محتوای منفی کاربست شکلی آن	نقد سبک زندگی غیر و بیگانه کاراندیشی خلأهای موجود	الگوی فرهنگ دینی - قرآنی

منابع.....

- اجلالی، پرویز، ۱۳۸۷، *تحلیل رسانه‌ها*، تهران، آگه.
- احمدی، حبیب، ۱۳۷۶، «الن تورن جامعه‌شناس نو مارکسیستی: جامعه برنامه‌ریزی شده و جنبش‌های اجتماعی»، *نشریه دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه شهید باهنر کرمان*، ش ۱، ص ۱۱-۱.
- تفلیسی، ابوالفضل حبیب‌بن ابراهیم، ۱۳۷۱، *وجوه قرآن*، تصحیح مهدی محقق، تهران، دانشگاه تهران.
- جوادی یگانه، محمدرضا و حمید عبدالهیان، ۱۳۸۶، *دین و رسانه*، تهران، دفتر پژوهش‌های رادیو.
- جواهری، محمدحسن، ۱۹۸۱، *جواهرالکلام فی شرح تسرائح الاسلام*، بیروت، دارالاضواء.
- جوهری، اسماعیل بن حماد، ۱۳۶۸، *الصاحح اللغه*، بیروت، دارالعلم.
- حسنی، محمد، ۱۳۸۵، *فرهنگ و رسانه‌های نوین*، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
- رضایی، محمدرضا، ۱۳۸۵، *بررسی نسبت جهانی‌شدن با تربیت دینی*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران دانشگاه تهران.
- رفیع‌پور، فرامرز، ۱۳۷۸، *آنومی یا آتشفنگی اجتماعی*، تهران، سروش.
- سادات، محمدعلی، ۱۳۸۰، *اخلاق اسلامی*، تهران، سمت.
- سجادی، عبدالقیوم، ۱۳۸۰، «استراتژی کلان جامعه دینی در برخورد با جهانی‌شدن»، *نگاه*، ش ۴۷، ص ۴۷-۵۹.
- شمشیری، بابک، ۱۳۸۲، *بررسی پیامدهای ناشی از گرایش افراطی به آموزش مجازی و فناوری ارتباطی و اطلاعاتی*، تهران، آیتز.
- طباطبائی، سیدمحمدحسین، بی‌تا، *تفسیر المیزان*، ترجمه سیدمحمدباقر موسوی همدانی، قم، رجا.
- عالی، مرضیه، ۱۳۸۲، *تبیین فرصت‌ها و چالش‌های جهانی‌شدن*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران، دانشگاه تربیت مدرس.
- عاملی، سعیدرضا، ۱۳۸۲، «دو جهانی شدن‌ها و آینده جهان»، *کتاب ماه علوم اجتماعی*، ش ۶۹، ص ۱۵-۲۸.
- عمید، حسن، ۱۳۷۱، *فرهنگ عمید*، تهران، امیرکبیر.
- فرهنگی، علی اکبر و کیانا هائیه، ۱۳۹۱، «تأثیر رسانه‌ها در تبلیغ سبک زندگی غربی با تأکید بر الگوی پوشش غربی»، *پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی*، دوره دوم، ش ۵، ص ۱۳۹-۱۶۳.
- قادری، عبدالواحد، ۱۳۹۳، *طرح مطالعاتی بهره‌گیری از رسانه‌های نوین در ترویج فرهنگ و مفاهیم دینی و قرآنی*، تهران، معاونت فرهنگی جهاد دانشگاهی واحد تربیت مدرس.
- قرشی بنایی، سیدعلی اکبر، ۱۳۷۱، *قاموس قرآن*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- کوهی، کمال و همکاران، ۱۳۹۳، «بررسی تأثیر رسانه‌های داخلی و خارجی بر میزان پابندی به سبک زندگی دینی»، *پژوهش‌های راهبردی امنیت و نظم اجتماعی*، دوره سوم، ش ۱، ص ۷۹-۹۴.
- گیدنز، آنتونی، ۱۳۸۰، *راه و رسم*، ترجمه منوچهر صبوری کاشانی، تهران، شیرازه.
- _____، ۱۳۹۲، *تجدد و تشخیص: جامعه و هویت شخصی در عصر جدید*، ترجمه ناصر موفقیان، تهران، نشر نی.
- گیلانی، ماجد عرسان، ۱۳۹۰، *فلسفه تربیت اسلامی*، ترجمه، نقد و اضافات بهروز رفیعی، چ دوم، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- لسانی فشارکی، محمدعلی و حسین مرادی‌زنجانی، ۱۳۸۵، *روش تحقیق موضوعی قرآن کریم*، زنجان، قلم مهر.
- معدنی، جواد و همکاران، ۱۳۹۵، «طراحی مدل فرهنگ جهادی مبتنی بر مبانی دینی و ارزش‌های انقلاب اسلامی در دانشگاه اسلامی»، *مدیریت*، دوره پنجم، ش ۱، ص ۴۹-۷۰.
- مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۸۶، *برگزیده تفسیر نمونه*، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- یصحنای اسماعیل، سعید، ۱۳۸۱، «جهانی‌سازی و استراتژی مقاومت»، *کتاب نقد*، ش ۲۴ و ۲۵، ص ۵۳-۶۹.
- Baer, Craig; Schaller, Bob, 2010, *Writing for the internet; A guid to real communication in virtual space*, UAS; Craig Baehr and Bob Schaller.
- Edwards, Tim, 2000, *Contradition of Consumption, Concepts, Practices and Politics in Consumer Society*, Buckingham, Open University Press.
- Elliott, A; Lemert. C., 2008, *the New Individualism: The Emotional Costs of Globalization*, Routledge, London.
- Causally ordered Hwang S.Y, 1997, A Protocol for & .Yen, L. H, "Huang, T.L and Applications, message delivery in mobile computing systems", *Mobil Networks*, n. 2, P. 365-372.
- Mansvelt, Juliana, 2004, *Geographies of Cosumption*, London, Sage Publication.
- Palen, L; Salzman, M; Youngs, E, 2001, "Discovery and Integration of Mobile Communications in Everyday Life", *Personal and Ubiquitous Computing*, V. 109, p. 73