**آماده صفحه‌آرایی 22/7/97**

**نام کتاب: جنگ نرم، نفوذ و سواد رسانه‌ای**

**نویسنده: سید محمدرضا خوشرو**

**ناشر: انتشارات اداره کل پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما**

**چاپ نخست: 1395**

**معرفی: ؟؟؟؟؟**

از قرون گذشته بهترین شیوه برای تسلط بر جوامع و به دست‌گیری حکومت‌ها جز از طریق جنگ سخت و به‌کارگیری ابزار و حرفه‌های نظامی امکان‌پذیر نبود و نتیجه اولیه چنین جنگ‌هایی قتل و کشتار انسان‌ها بود. جنگ نرم به لحاظ آنکه فرامنطقه‌ای است راهبردی فرهنگی، اعتقادی سیاسی و اجتماعی دارد و بدون سر و صدا بسیار گسترده است و از سویی کم‌هزینه‌ و با شیوه‌ها و ابزار گوناگون عمل می‌کند و سرانجام بر روح و روان و اخلاق و دین آثار تخریبی دارد و بسیار مورد توجه سازمان‌های جاسوسی و محافل استکباری قرار گرفته است. اگرچه جنگ نرم در طول قرون مختلف به‌خصوص در صدر اسلام و زمان امامت ائمه معصومین وجود داشته است و به‌روشنی می‌توان به نمونه‌های فراوانی از این سبک استناد و به حرکت‌های فریب و شایعه و روش‌های مشابه جنگ نرم فعلی اشاره و تحلیل کرد.

با توجه به جایگاه مؤثر جنگ نرم در حوزه‌های مختلف و نقش آن در شکل‌دهی به عناصر مختلف زندگی فردی و اجتماعی، کتاب "جنگ نرم، نفوذ و سواد رسانه‌ای" از معدود کتب منتشره‌ای است که نگاهی نو به این‌گونه مباحث دارد.

جمهوری اسلامی ایران نیز از ابتدای انقلاب اسلامی از سوی استکبار جهانی و با برنامه‌ریزی‌های دقیق مورد این هجمه واقع شده است. اصلی‌ترین هدف جنگ نرم در برابر نظام اسلامی برخورد و تقابل با ماهیت اسلام ناب است چرا که کشورهای استکباری مهم‌ترین خطر مقابل خود را نهادینه شدن و گسترش اسلام ناب می‌دانند و در این راستا موضوعاتی مانند هدف قرار دادن وحدت امت اسلام، افکار و روحیات جامعه اسلامی، اعتقادات، عفاف و حجاب، خانواده و جوانان به هدف اصلی دشمنان اسلام که همان برخورد با اسلام نجات‌بخش امت‌های مختلف می‌باشد مورد توجه آنان بوده است. یکی از مهم‌ترین روش‌های برخورد با جنگ نرم در ابتدا شناخت شیوه‌ها و ابزارهای جنگ نرم است. برای این مهم ارتقاء سطح دانش، دقت و درایت، کسب تخصص‌های لازم و مهم‌تر از همه مطالعه در علوم دینی و قرآنی که عالی‌ترین شکل مواجهه با دشمنان را آموزش داده است و رئوس حفظ حاکمیت دینی، جامعه اسلامی، افکار و روحیات و اعتقادات دینی، خانواده و به‌خصوص جوانان را بیان داشته است به طریق عالمانه و ماهرانه با رعایت ضرورت‌های زمان و مکان لازم است و باید با بیان شیوا و به‌روز و بهره‌گیری از عناصری مهم نظیر رسانه و وسایل ارتباط جمعی، روش‌ها و اهداف دشمنان را خنثی کرد. در این حال، بیانات و هشدارهای مدبرانه رهبر معظم انقلاب در خصوص مواجهه با ترفندهای سلطه‌طلبانه استکبار چراغی پرفروغ در شناخت و شیوه‌های تقابل با جنگ نرم دشمنان به شمار می‌رود.

**توصیف کتاب**

پیرو بیانات مقام معظم رهبری(مدظله‌العالی) در دیدار با مدیران و دست‌اندرکاران سازمان صداوسیما در 20 مهر 94، کتاب پیشِ ‌رو با هدف توصیف، تحلیل و تبیین ابعاد مختلف جنگ نرم و رسانه‌ای دشمن در مواجهه با فرهنگ و اعتقادات مردم ایران، با بهره‌گیری از دیگر آثار اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه و سایر مراکز پژوهشی تهیه شده است.

در تدوین این کتاب، مطالبی از آثار و کتب زیر گردآوری، تنظیم و بازآفرینی شده است:

1. حسینی، سیده‌صدیقه (1391)؛ الگوهای رسانه‌ای در مقابله با اهداف فرهنگی در جنگ نرم. قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
2. پاتر، جیمز (1391)؛ بازشناسی رسانه‌های جمعی با رویکرد سواد رسانه‌ای؛ (ترجمه امیریزدیان، مونا نادعلی و پیام آزادی)؛ قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
3. طلوعی، علی (1391)؛ سواد رسانه‌ای درآمدی بر شیوه یادگیری و سنجش؛ تهران: دفتر مطالعات و برنامه‌ریزی رسانه‌ها.
4. مجموعه فصلنامه‌های تخصصی مطالعات جوان و رسانه اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه، و مجموعه بولتن تخصصی امواج شبهه؛ همچنین در این مجموعه تلاش شده است تا به رویکرد راهبردی ارتقای سطح سواد رسانه‌ای مخاطبان توجه ویژه مبذول شود.

این کتاب در پنج فصل اصلی شامل جنگ نرم؛ سواد رسانه‌ای، مفهوم‌شناسی و مبانی نظری، جنگ نرم در آیات قرآن کریم و دیدگاه امام و رهبری، جنگ نرم در حوزه خانواده و سبک زندگی، جنگ نرم در حوزه باورها و اعتقادات دینی و جنگ نرم در حوزه انقلاب اسلامی و آرمان‌ها و ارزش‌ها تشکیل شده است و در صدد است سواد رسانه‌ای عموم افراد جامعه را نسبت به اهداف دشمن در جنگ نرم افزایش دهد و پیام‌های رسانه‌ای در این زمینه را نهادینه کند. بخش مفهوم‌شناسی جنگ نرم شامل مباحثی مانند تعریف قدرت، خاستگاه مفهومی - نظری جنگ، تعریف و انواع جنگ، شاخص‌های قدرت نرم، ابزارهای جنگ نرم، کارکردهای جنگ نرم، اهداف جنگ نرم، ویژگی‌های جنگ نرم و برخی شگرد‌های جنگ نرم است.  
سواد رسانه‌ای در فصل اول این کتاب تبیین شده که متونی مانند مروری اجمالی بر مفهوم و اصول سواد رسانه‌ای، مروری بر نظریه‌های سواد رسانه‌ای و مروری بر رویکردهای مختلف سواد رسانه‌ای را دربر می‌گیرد. جنگ نرم از دیدگاه قرآن کریم، جنگ نرم از دیدگاه حضرت امام خمینی(ره) و رهبر معظم انقلاب، چرایی هجمه دشمن علیه زن و خانواده در جنگ نرم، اقدامات دشمن در حوزه جنگ نرم رسانه‌ای و اهداف دشمن در جنگ نرم علیه زن و خانواده عناوین دیگر مباحث این کتاب است. مصادیق جنگ نرم در حوزه خانواده و فرهنگ جنسیتی، راهبردها و راهکارهای مقابله با جنگ نرم، مفهوم‌شناسی سبک زندگی، چرایی و هدف جنگ نرم علیه سبک زندگی اسلامی ایرانی، ابزارهای جنگ نرم در تغییر سبک زندگی، چگونگی نقش رسانه‌ها در تغییر فرهنگ و سبک زندگی و مصادیق جنگ نرم علیه سبک زندگی اسلامی ایرانی در شبکه‌های ماهواره‌ای از موضوعات دیگر این کتاب است. عناوینی مانند چیستی اعتقادات اسلامی و نقش آن در ثبات فرهنگی، ابعاد جنگ نرم در حوزه اعتقادات، شبکه‌های ماهواره‌ای در حوزه اعتقادات دینی، انواع شبهات مطرح شده در شبکه‌های ماهواره‌ای و راهبردهای پاسخ‌گویی و مقابله با شبهات برای تبیین مباحث در این کتاب ذکر شده است. جنگ نرم و مبانی نظری انقلاب اسلامی، جنگ نرم و ارزش‏‌های انقلاب اسلامی، تأمل رسانه‌‏ای و جنگ نرم و حوزه عملکرد انقلاب اسلامی را از عناوین دیگر مباحث این کتاب می‌توان ذکر کرد.

**مقدمه**

در مقدمه کتاب آمده است: در طول 37 سال پس از پیروزی انقلاب شکوهمند اسلامی، دشمنان انقلاب و نظام جمهوری اسلامی به انحای مختلف به مقابله با آرمان‌ها و ارزش‌های مردم ایران اسلامی پرداخته‌اند. این مقابله همواره از میادین جنگ تحمیلی گرفته تا فشارهای مداوم اقتصادی، وجود داشته است. لیکن از یک برهه زمانی به بعد، استکبار جهانی که در چارچوب استعمار نو، به دنبال منافع خویش از هر عملی فروگذار نبود، به این حقیقت پی برد که برای دستیابی به اهداف اقتصادی (چپاول منابع و...) و سیاسی(براندازی و تغییر نظام حاکم)، تسلط بر عرصه فرهنگی، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است؛ چرا که با ایجاد تغییر در کوچک‌ترین عناصر اجتماعی یا همان مؤلفه‌های فرهنگی، به مثابه سلول‌های بنیادین جامعه، می‌توان تغییراتی شگرف در دیگر ابعاد ایجاد نمود. مقام معظم رهبری بارها با تعابیری نظیر "شبیخون فرهنگی" و "ناتوی فرهنگی"، این تهاجم هدفمند فرهنگی دشمن به باورها و اعتقادات مردم را هشدار داده‌اند که همه آنها در چارچوب مفهومی به نام "جنگ نرم" و "نفوذ" قابل تحلیل و تبیین است.

باید توجه داشت که فرآیند نفوذ، هم‌زمان ناظر بر سه جنبه گزینش اطلاعات، ابزار ارتباطی و راه­های روان‌شناختی است که این سه ویژگی برای آن متصور است:

1. نفوذ از طریق نشر اطلاعات گزینش شده که ممکن است درست یا غلط باشد.
2. نفوذ با بهره‌گیری از هر ابزار ارتباطی که ممکن است رسانه­ای یا غیررسانه‌ای باشد.
3. نفوذ به منظور تأثیرگذاری با توسل به دستاویزهای مختلف روان‌شناختی.

با توجه به ویژگی­های نفوذ، کشورهای متخاصم تلاش می‌کنند با بهره‌گیری از انواع ظرفیت‌های قدرت نرم خویش که امروزه مهم‌ترین آنها را رسانه‌ها تشکیل می‌دهند، با بهره‌گیری از نفوذ در لایه­های مختلف جامعه، بدون آتش گشودن و درگیری مستقیم، رقیب خود را منفعل و مقهور نموده، اهداف خود را محقق سازند.

راهبرد اصلی مواجهه و مقابله با این سبک جنگ نرم و تلاش برای نفوذ که عمدتاً باید بر بستر سپهر رسانه‌ای کشور شکل گیرد، ارتقای سطح بصیرت مخاطبان رسانه و به تعبیر دیگر، سطح سواد رسانه‌ای آنان است. تغییر موضع مخاطب از حالت منفعل به فعال، موجب می‌شود تا در هنگام مواجهه با پیام‌های رسانه‌ای، بتواند ضمن پاسخ‌گویی به سؤالات اساسی مرتبط با چرایی و چگونگی ارسال پیام، با حداکثر بهره‌گیری مفید و حداقل تأثیرات مخرب، از این ورطه نجات یابد. تعیین رژیم مصرف رسانه‌ای و ارتقای مهارت‌های تحلیل موضوعات و شگردهای رسانه‌ای، این امکان را به مخاطب فعال می‌دهد تا هم بداند که از کدام منبع، چه میزان و چگونه نیازهای رسانه‌ای خویش را برطرف سازد و هم بتواند از غلبه ناخودآگاه رسانه‌ها بر فکر و ذهن خویش جلوگیری کند. این مهم محقق نخواهد شد جز با آموزش‌های عمومی مخاطبانی که امروزه بیش از پیش در معرض رسانه‌ها و پیام‌های آنان قرار دارند. در بحبوحه جنگ نرم رسانه‌ای دشمن، رسانه ملی نیز به مثابه دانشگاه عمومی، وظیفه دارد تا این مهارت‌ها را به‌سرعت به عموم جامعه آموزش دهد و ضمن ارتقای سطح سواد رسانه‌ای آنان نسبت به اهداف و شگردهای جنگ نرم دشمن، ضرورت و قدرت گزینش‌گری پیام‌های مخرب رسانه‌ای را برای آنان نهادینه سازد.

**فصل اول: جنگ نرم؛ سواد رسانه‌ای، مفهوم‌شناسی و مبانی نظری**

فصل نخست در دو قسمت به مفهوم‌شناسی پرداخته است. در قسمت اول تعریف، خاستگاه مفهومی و نظری جنگ نرم، شاخصه‌ها و ابزارها، کارکردها، اهداف و ویژگی‌های جنگ نرم و در قسمت دوم به مفهوم‌شناسی سواد رسانه‌ای پرداخته شده و اصول آن مورد تحلیل قرار گرفته است.

نگارنده درباره سواد رسانه‌ای می‌نویسد: امروزه، وسایل ارتباط جمعی به دلیل نفوذ و پوشش گسترده در بخش قابل توجهی از جامعه، نقشی پررنگ در ایجاد رفتارهای جمعی، عمومی و نهادینه‌سازی فرهنگ داراست و البته به همین دلیل در فضای جنگ نرم، بسیاری از تخریب الگوها و باورها در فکر و ذهن مخاطب نیز در بستر سپهر رسانه‌ای روی می‌دهد. جامعه‌پذیری و فرهنگ‌پذیری از بدو تولد در انسان آغاز می‌شود و تا هنگام مرگ ادامه می‌یابد و در این فرایند خانواده، گروه هم‌سالان، سامانه رسمی آموزشی و رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو، مطبوعات و فضای مجازی نقش دارند. در دوران کنونی نقش رسانه‌ها بسیار بیشتر از موارد دیگر است، بر این اساس، رسانه‌ها می‌توانند یکی از پایه‌های ایجاد و حفظ نظم عمومی یا به چالش کشیدن آن باشند. جاذبه و نفوذ رسانه‌ها به‌ویژه تلویزیون ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی مجازی اینترنتی یا موبایلی در شرایط فعلی، بدیهی است و نقش آن در آموزش، هدایت، جهت‏دهی و قالب‏سازی افکار عمومی‌ جامعه انکارناپذیر است.

میزان ساعات روزانه‌ای که کودکان و نوجوانان امروزی در حال مصرف رسانه‌ای هستند، چندین برابر بیشتر از ارتباطات روزانه خانوادگی آنهاست و بر این اساس امروزه رسانه‌های جمعی، نقشی اساسی در شکل‌گیری شخصیت و رفتار کودکان ایفا می‌کنند. با توجه به برنامه‌ریزی دشمنان جهت بهره‌گیری از ظرفیت مصرف رسانه‌ای در قالب اهداف جنگ نرم، ضرورت طراحی و تدوین رژیم مصرف رسانه‌ای با رویکرد سواد رسانه‌ای بیش از پیش محسوس است.

نویسنده ضمن مروری اجمالی بر مفهوم و اصول سواد رسانه‌ای می‌نویسد: سواد رسانه‌ای، قدرت مخاطب در تجزیه و تحلیل پیام‌های مختلف همراه با نگاه انتقادی به محتوای آنهاست. "سواد خواندن"، "سواد بصری" و "سواد رایانه‌ای"، معادل سواد رسانه‌ای نیست و تنها اجزای سازنده سواد رسانه‌ای به‌شمار می‌روند. سواد رسانه‌ای شامل همه توانایی‌ها و دانش‌های مربوط به رسانه است. به زبان ساده سواد رسانه‌ای مثل یک رژیم غذایی، هوشمندانه مراقب است که چه مواردی مناسب‌اند و چه مواردی مضر. سواد رسانه‌ای می‌تواند به مخاطبان رسانه‌ها بیاموزد که از حالت انفعالی و مصرفی خارج شده و رابطه متقابلانه و فعالانه داشته باشند. به بیان دیگر هدف اصلی سواد رسانه‌ای به‌خصوص در رابطه با رسانه‌های جمعی، می‌تواند میزان سنجش محتوای هر پیام با عدالت اجتماعی باشد. رسانه‌ها محصول نهایی خود را با توجه به اهداف از پیش تعیین‌شده تحویل مصرف‌کننده می‌دهند و الزاماً آن چیزی نیست که به ظاهر نشان داده می‌شود. نقش سواد رسانه‌ای را در تحلیل و تبیین پیام با مثالی روشن می‌کنیم. برای نمونه، اگر در فیلم سینمایی پسرکی ده ساله در حال دویدن باشد و همان لحظه به مرد چهل ساله تبدیل شود، برای تماشاگر حرفه‌ای سینما امری عجیب نبوده و می‌داند که رجوع به آینده یا گذشته در یک پلان می‌تواند اتفاق بیفتد، اما همین امر برای کسی که اولین‌بار فیلم سینمایی می‌بیند، مبهم و گیج‌کننده است. این سهولت و قدرت تشخیص برای بیننده حرفه‌ای نوعی سواد رسانه‌ای است.

سواد رسانه‌ای از چهار حیطه شناختی، حسی، زیبایی‌شناسی و اخلاقی تشکیل شده است که با هم در یک پیوستار تعاملی قرار می‌گیرند. سواد رسانه‌ای، قدرت درک فعالیت رسانه‌ها و نحوه معناسازی رسانه‌ای است، به این صورت که شیوه‌های ساماندهی پیام‌های رسانه‌ای و نحوه استفاده از آنها را مورد توجه قرار می‌دهد. نگارنده درباره تاریخچه سواد رسانه‌ای می‌نویسد: سازمان بین‌المللی یونسکو به‌طور فعال از دهه 1960م به پشتیبانی از آموزش رسانه‌ای همت گماشت و تلاش کرد در این زمینه، برنامه‌ای جهانی را اجرا کند. این عملکرد در جهت جبران نابرابری اطلاعات بین کشورهای شمال و جنوب است؛ زیرا کشورهای شمال بیشتر تولیدکننده اطلاعات بوده و کشورهای جنوبی دریافت‌کننده منفعل اطلاعات هستند. در اواسط دهه 1970م موضوع سواد رسانه‌ای در برخی کشورها مانند امریکای لاتین و کشورهای اروپایی مانند ایتالیا و اسپانیا مورد توجه قرار گرفت. اصلی‌ترین هدف آموزش سواد رسانه‌ای در این کشورها برطرف کردن نابرابری اطلاعاتی بین کشورهای پیشرفته و عقب‌افتاده بوده است. نکته قابل توجه آنجاست که در کشورهایی مانند کانادا از سواد رسانه‌ای برای مقابله با فرهنگ امریکایی و استحکام و تقویت هویت کانادایی استفاده شده است، اما در کشوری مانند ژاپن این مفهوم برای مطالعه انتقادی تولیدات رسانه‌ای و نقد و تحلیل واقعیت‌های ارائه شده از سوی رسانه‌ها به‌کار برده می‌شود. در آفریقای جنوبی آموزش سواد رسانه‌ای به منظور ارتقای سطح آموزش عمومی افراد جامعه مورد استفاده قرار گرفت، در حالی که در برخی از کشورهای انگلیسی‌زبان مانند اسکاتلند و استرالیا، آموزش سواد رسانه‌ای، آموزش مهارت‌های زبانی به‌شمار می‌رود.

در امریکا اصطلاح سواد رسانه‌ای و آموزش رسانه‌ای مترادف بوده است اما در کنفرانس سواد رسانه‌ای در سال 1990م، سواد رسانه‌ای به صورت "توانایی دسترسی و ارزیابی پیام‌های رسانه‌ای در اشکال مختلف" تعریف شده است. در سال 1982 سازمان یونسکو بیانیه‌ای در مورد آموزش سواد رسانه‌ای آماده کرد. این بیانیه را که 19 کشور امضا کردند با نام "بیانیه گرانوالد" شناخته می‌شود. در این بیانیه آمده است که رسانه‌ها یکی از نیروهای قابل توجه و قدرتمند در جامعه هستند و این نیازمند آموزش سواد رسانه‌ای در اشکال منسجم و سیستماتیک در بین شهروندان است.

نویسنده درباره اصول سواد رسانه‌ای نوشته است: سواد رسانه‌ای مبتنی بر برخی اصول بنیادی است که مبنای استدلال آن را نیز تشکیل می‌دهد. آموزش‌دهندگان سواد رسانه‌ای در مورد بعضی از اصول سواد رسانه‌ای اتفاق‌نظر دارند که مهم‌ترین آن عبارت است از:

الف) رسانه‌ها عرضه‌کننده وقایع طراحی‌شده و گزینشی هستند؛ تمامی رسانه‌ها پیش از نشان دادن واقعیت‌ها، آن را به دقت گزینش، ویرایش، مونتاژ، طراحی و بازسازی می‌کنند. سواد رسانه‌ای به ما کمک می‌کند واقعیت اصلی را از تصویر مجازی و دگرگون شده آن در رسانه باز شناسیم.

ب) واقعیت‌ها محصول تصویرگری رسانه‌ها هستند؛ تا زمانی که تجربه مستقیم از واقعیت‌های بیرونی نداشته باشیم، رسانه‌ها تنها واسطه‌هایی را برای ما تصویرسازی می‌کنند. برای نمونه، تصویری که از کشورهای اسلامی و از جمله ایران در رسانه‌های غربی نشان داده می‌شود پر از خشونت، استبداد و بی‌توجهی به حقوق اساسی افراد است، در حالی که در واقع این‌گونه نیست.

ج) مخاطبان از مفاهیم رسانه‌ها، ادراکی متفاوت ندارند؛ هر چند ما پیام رسانه‌ها را از صافی اعتقادات و باورهایمان گذر می‌دهیم و درک می‌کنیم، اما جالب اینکه گروه‌های قومی مختلف وقتی در معرض یک پیام واحد قرار می‌گیرند، به طورمعمول درکی متفاوت از مضمون و محتواهای پیام‌ها ندارند.

د) تصویرسازی رسانه‌ها اهداف تجاری دارد؛ می‌توان گفت رسانه‌ها به مردم همان چیزی را می‌دهند که مورد خواست و نیاز مردم است تا مخاطبان بیشتری را به سوی خود جذب کنند، اما سرانجام ما هستیم که در مقام مصرف‌کنندگان پیام و محتوای رسانه‌ها جزئی از مسئله و بخشی از راه‌حل به شمار می‌رویم؛  
هـ) پیام رسانه‌ها ایدئولوژیک است؛ این اصل سواد رسانه‌ای به جنبه‌های فرهنگ بهره‌گیری از برنامه‌های تلویزیونی و محصولات رسانه‌ای توجه دارد و تأثیراتی را که رسانه‌ها از اعتقادات و باورهای افراد یا نظام ارزشی دست‌اندرکاران آنها گرفته، مورد بررسی قرار می‌دهد.

ز) پیام رسانه‌ها دارای نتایج سیاسی و اجتماعی است؛‌ برای شناخت و بررسی آثار و نتایج رسانه‌ها باید راه‌ها و شیوه‌های نمایش، انعکاس و بازآفرینی واقعیت‌ها را در رسانه کشف و بررسی کرد. افزون‌بر این، باید بدانیم چه چیزی، به وسیله چه کسانی، چگونه و چرا و با چه اهدافی به تصویر کشیده می‌شود.

**فصل دوم: جنگ نرم در آیات قرآن کریم و دیدگاه رهبران جمهوری اسلامی**

در فصل دوم، ابتدا جنگ نرم در آیات قرآن کریم مورد بررسی قرار می‌گیرد و سپس جنگ نرم از دیدگاه امام خمینی(ره) و پس از آن از دیدگاه مقام معظم رهبری(مدظله‌العالی) مورد بررسی قرار می‌گیرد. در این قسمت همچنین آسیب‌های جنگ نرم و نیز شرایط تحقق اهداف رسانه ملی در حوزه جنگ نرم و راه‌های مقابله با آن با یک جمع‌بندی به پایان می‌رسد.

نگارنده درباره شیوه‌های جنگ نرم نکات زیر را یادآوری می‌کند:

شبهه‌افکنی و ایجاد تردید و تشکیک در عقاید یکی از ترفندهای دشمن در جنگ نرم است. تاریخ نشان داده هرگاه ایمان و اعتقاد به باورهای دینی در جامعه‌ای تقویت شود، این جامعه و حکومت شکست‌ناپذیر خواهد شد. در نقطه مقابل، ایجاد تردید در قلوب مؤمنین و القاء شبهات اعتقادی یکی از روش‌های دشمنان در جنگ نرم با هدف شکست جامعه ایمانی است.

از این‌رو، امروزه یکی از اهداف اصلی برخی شبکه‌های ماهواره‌ای القاء، بسط و گسترش شبهه‌ در اعتقادات اقشار مختلف جامعه، به‌ویژه جوانان است و در صورت ورود این شبهات به بطن اذهان جامعه و بی‌پاسخ ماندن آنها، به انحرافات اعتقادی منجر خواهد شد. از دیدگاه قرآن کریم ایجاد شک و تردید در عقاید در ابعاد مختلف صورت گرفته است:

اول) ایجاد تردید در نبوت با تحقیر رهبران آسمانی: دشمنان اسلام در جنگ نرم علیه پیامبر و مسلمانان برای ایجاد تردید در نبوت پیامبر تلاش می‌کردند تا نبوت ایشان را زیر سؤال ببرند و قرآن را کلام یک فرد عادی قلمداد کنند.

دوم) ایجاد تردید در نبوت با درخواست معجزات نامعقول: برخی معاندان با ایجاد شک و شبهه و تردید در دل‌ها خواستار معجزاتی نامعقول از پیامبر(ص) بودند تا در صورت عدم وقوع آنها، نبوت حضرت انکار شود و آیین شرک همچنان پایدار بماند؛ در حالی که اگر می‌خواستند ایمان بیاورند، بارها معجزاتی از حضرت صادر شده بود که برای تصدیق نبوت ایشان کافی بود. برای نمونه می‌گفتند: «تا از زمین چشمه‌ای برای ما نجوشانی، هرگز به تو ایمان نخواهیم آورد». (‏باید)‏ برای تو باغی از درختان خرما و انگور باشد و آشکارا از میان آنها جویبارها روان ‌سازی؛ یا چنانکه ادعا می‌کنی، آسمان را پاره پاره بر (‏سر)‏ ما فرو اندازی؛ یا خدا و فرشتگان را در برابر ‏(‏ما حاضر)‏ آوری؛ یا برای تو خانه‌ای از طلا‏(‏کاری)‏ باشد؛ یا به آسمان بالا روی و به بالا رفتن تو (‏هم) اطمینان نخواهیم داشت، تا بر ما کتابی نازل کنی که آن را بخوانیم. بگو: پاک است پروردگار من، آیا ‏(‏من)‏ جز بشری فرستاده هستم؟» (اسراء/ 93-90).

سوم) ایجاد تردید در وحیانی بودن قرآن: قرآن کریم از زبان مخالفان درباره شبهه‌افکنی درباره وحیانی بودنش می‌فرماید: «آیا از میان ما (‏وحی)‏ بر او القا شده است؟ ‏(‏نه)‏ بلکه او دروغ‌گویی گستاخ است... (قمر/ 25و26). افسانه معرفی کردن قرآن از جمله در آیه 31 سوره انفال و آیه 24 سوره نحل نیز برای ایجاد این تردید بود. آنچه نویسنده کتاب آیات شیطانی و نویسندگان کتب ضاله در صدد اثبات آن هستند، ایجاد تردید و به دنبال آن، تکذیب کامل وحیانی بودن قرآن کریم است.

ادعای امروزی بعضی روشنفکران معاصر که قرآن را تجربه شخصی وحیانی پیامبر می‌دانند و الفاظ قرآن را به پیامبر نسبت می‌دهند، نه وحی مُنزَل، ناظر به همین شبهه است.

**فصل سوم: جنگ نرم در حوزه خانواده و سبک زندگی**

در فصل سوم به "جنگ نرم در حوزه خانواده و سبک زندگی" پرداخته شده و جنگ نرم و سبک زندگی و چرایی هجمه دشمن به جایگاه زن و خانواده مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

نگارنده درباره ابزارهای جنگ نرم در تغییر سبک زندگی می‌نویسد: وقوع جنگ نرم، بدون شناخت ابزارهای کاربردی در اجرای آن ممکن نیست. به عبارت دیگر، جنگ نرم ابزارها و الزامات کاربردی‌ دارد که امکان وقوع آن را ممکن می‌سازد. اساساً همین ابزارهاست که یکی از وجوه برجسته و نقطه تمایز آن با جنگ سخت با همان معنای متعارف از جنگ است. اگر بخواهیم به مهم‌ترین ابزار کاربردی در جنگ نرم علیه سبک زندگی اشاره کنیم، بی‌گمان رسانه‌ها اعم از مجازی و واقعی، مهم‌ترین ابزار قابل استفاده در جنگ نرم هستند. جنگ رسانه‌ای یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و جنگ‌های جدید بین‌المللی است و در سال‌های اخیر با گسترش اینترنت و توسعه فناوری‌های ارتباطاتی و تسهیل دسترسی به شاهراه ارتباطی برای هر کس، در هر جا و هر زمان، همچنین گسترش و تنوع فعالیت‌های شبکه‌های ماهواره‌ای به سهولت قابل انجام است. مهم‌ترین رسانه‌ها در جنگ نرم عبارتند از:

**1. شبکه‌های ماهواره‌ای**

یکی از خصوصیات بارز جنگ نرم پنهان بودن آن است و مردمی که زیر بمباران جنگ رسانه‌ای قرار دارند، چه بسا ممکن است دامنه و عمق حملات سنگین آن جنگ را درک نکرده، حتی از وجود آن بی‌خبر باشند. ایجاد شبکه‌های ماهواره‌ای متنوع و گوناگون با صرف هزینه‌های کلان و سنگین در راستای همین ویژگی جنگ نرم صورت گرفته است. در این شبکه‌ها برای تمام ذائقه‌ها و سلایق ایرانی‌، برنامه‌سازی و برنامه‌ریزی کرده‌اند؛ از فیلم و سریال و موسیقی و هنر تا ابتذال و تبلیغات کالاهایی که هدف آنها تغییر ذائقه و تفکر ایرانی- اسلامی مخاطبان، آن هم به صورت مخفیانه و زیرپوستی است. در راستای این هدف، شبکه ‏تلویزیونی "من و تو"، با ارائه برنامه‏‌های تفریحی و سرگرمی و با جهت‌گیری خلاف شئونات اخلاقی و بومی مردم ایران و به عبارت دیگر، تغییر سبک زندگی اسلامی، در عمل مکمل شبکه‏‌هایی همچون "فارسی‌وان" است که با هدف‌گیری "مادران و زنان" جامعه ایران و به‌کارگیری چاشنی‏هایی مانند آشپزی، طنز و حتی رقص، سبکی از زندگی ترسیم می‌کند که هیچ سنخیتی با هویت ملی و مذهبی زنان ایرانی ندارد. برای نمونه، در برنامه معروف "بفرمایید شام" که از شبکه من و تو پخش می‌شود، ذائقه مخاطبان به این سو می‌رود که میهمانی‌ها می‌تواند و بلکه بهتر است فردی و در اصطلاح مجردی باشد؛ در صورتی که اساس صله‌ رَحِم و مهمانی در سبک زندگی اسلامی ایرانی، خانواده است؛ یا برای نمونه، عادت دادن مخاطبان به راحت بودن با نامحرم در مهمانی‌ها، یا سرو مشروب بر سر سفره و... همه اینها تابع راهبرد تغییر سبک زندگی از طریق تغییر ذائقه مخاطب است. کارویژة دیگری که امروزه عموم رسانه‌های غربی و البته رسانه ملی پیرامون ترویج سبک زندگی غربی انجام می‌دهند، تولید نیاز کاذب است، که این امر بیشتر از طریق آگهی‌های بازرگانی صورت می‌گیرد.

**2. شبکه‌های اجتماعی مجازی**

طی سال‌های اخیر، جنگ نرم با بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی و فناوری‌های مبتنی بر اینترنت، مانند نرم‌افزارهایی که قابلیت نصب بر گوشی‌های همراه را دارند، ابعادی جدید و عمیق پیدا کرده است. برای بهره‌گیری از ابزارها و روش‌های تبلیغی با هدف اثر نهادن بر گروه‌ها و مردم کشورهای هدف به منظور تغییر نگرش، ارزش‌ها و رفتارهای آنها برنامه‌ریزی‌های کلانی صورت گرفته است. امروزه شبکه‌های اجتماعی بزرگ و پرطرفدار کنار کارکردهای مثبتشان، ابزاری مناسب در راستای جنگ نرم علیه ارزش‌های اسلامی در اختیار کشورهای غربی و گروه‌های معاند و منحرف به‌شمار می‌روند. فراگیر شدن بهره‌گیری از اینترنت در ایران و عضویت پررنگ جوانان ایرانی در شبکه‌های اجتماعی مجازی، ضرورت توجه بیشتر به اقدامات مخرب این شبکه‌ها در حوزه اعتقادات و ارزش‌های دینی را دوچندان می‌کند. مهم‌ترین آسیب‌های شبکه‌های اجتماعی در حوزه حجاب، ترویج روابط نامناسب بین زن و مرد نامحرم، اشاعه اخبار دروغ، القاء شبهات ضددینی و ترویج فرقه‌های منحرف است.

**3. بازی‌های رایانه‌ای**

بازی‌های رایانه‌ای در حقیقت نوعی سرگرمی تعاملی هستند و هدف اولیه از ساخت بازی‌ها، سرگرمی است، اما نظر به قابلیت‌های آن، این سرگرمی امروزه به ابزاری در جنگ نرم علیه کودکان و نوجوانان با هدف تخریب اسلام و تشیع و تغییر سبک زندگی اسلامی تبدیل شده است. در بسیاری از این بازی‌ها، ارزش‌های ایرانی- اسلامی زیر سؤال می‌رود و فرهنگ غربی در ذهن کودکان و نوجوانان جایگزین می‌شود. نکته مهم این است که تعدادی از بازی‌های رایانه‌ای که در کشورهای غربی با محدودیت و ممنوعیت مواجه هستند، در کشور ما به‌راحتی و با قیمت پایین در دسترس کاربران است. برای نمونه بازی معروفی که در استرالیا به علت مشکلات اخلاقی ممنوع اعلام شده، به‌راحتی با چند هزار تومان در اختیار نوجوانان قرار می‌گیرد و متأسفانه جزو بازی‌های پرطرفدار بین نوجوانان پسر است. نکته تأمل‌برانگیز اینکه این بازی‌ها کاملاً با راهبرد و برنامه‌ریزی خاصی طراحی می‌شوند. برای نمونه در سبک بازی‌های اکشن، شرکت "کانفلیست" بازی‌هایی چون "توفان صحرا" (1 و 2)، "ویتنام" و "گلوبال استورم" را به بازار عرضه کرده است. شرکت "کوماوار" بیش از 80 بازی تک‌مرحله‌ای منتشر کرده است. این بازی‌ها به‌طورمعمول در عراق، افغانستان و ایران روی می‌دهد مانند بازی مقابله جنبش شیخ‌المهدی و...؛ این شرکت‌ها به‌صورت مستقیم با اهداف سیاسی ساخته شده است. در این بازی‌ها کاربر در عمل، نیروی نظامی امریکایی یا غربی را کنترل می‌کند و باید به کشورهای اسلامی حمله کند. بعضی از شرکت‌های دیگر زیرکانه‌تر عمل می‌کنند و در نگاه اول بازی‌های آنها، ضداسلامی و ضدایرانی شناخته نمی‌شود یا تصور بر این است که به منظور معرفی تاریخ ایران یا اسلام ساخته شده است؛ اما با تأمل بیشتر خواهیم دید به‌صورت کاملاً مخفیانه و نرم در پی القای تفکرات ضداسلامی و ضدانسانی خود هستند. شرکت "یوبی‌سافت" از جمله این شرکت‌هاست. دو بازی معروف "شاهزاده ایران" و "آیین قاتل" ساخته این شرکت و با موضوع اسلام‌هراسی است. همچنین تبلیغ خشونت و پرخاش‌گری، ترویج فرهنگ برهنگی، بی‌حیایی و بی‌عفتی، شیطان‌پرستی، فراماسونری، سحر و جادو، مباحث ضداخلاقی، اسوه‌سازی از شخصیت‌های ضداخلاقی، گناه و اصرار بر آن در خلال بازی، از بین بردن قُبح بسیاری از گناهان توسط تکرار خطا، نمایش و تبلیغ استفاده از مواد مخدر و الکل، نمایش روابط آزاد و نامشروع جنسی، استفاده از نمادهای فراماسونری و تبلیغ زندگی غربی از جمله محورهایی است که در لایه‌های زیرین این‌گونه بازی‌ها جاگرفته‌اند و بسیاری از کودکان و نوجوانان تنها به علت جذابیت‌های بصری، جذب این بازی‌ها می‌شوند و ناخواسته فرهنگ و ارزش‌های غرب به صورت نرم و آرام‌آرام وارد افکارشان می‌شود.

**4. عروسک باربی و کن**

اسباب‌بازی نیز از جمله ابزاری است که دشمن در جنگ نرم به خوبی از آن بهره می‌جوید و نمونه بارز آن را می‌توان در طراحی عروسک باربی مشاهده کرد. "باربی" یک مانکن عروسکی از یک خانم 20-19 ساله است، با بدنی لاغر و قدی بلند در حدود 195 سانتی‌متر. طبق نظر متخصصان ارتوپد، اگر انسانی با این اندام وجود داشته باشد، نمی‌تواند قدم از قدم بردارد و به‌یقین با صورت به زمین خواهد خورد. لباس‌های باربی بسیار متنوع و بسیار گران‌قیمت و تجملاتی است و عریان‌گرایی، اشراف‌گرایی و مصرف‌گرایی سه مؤلفه اصلی این لباس‌ها هستند. عروسک پسر به نام "کن" محصول دیگر شرکت "ماتل" نیز دوستِ پسر معروف باربی است که در بازی‌ها، کارتون‌ها، مجموعه اسباب‌بازی و... همراه باربی دیده می‌شود.

محتوا و مضمون کارتون‌ها و بازی‌های باربی، رقص و آواز و لباس‌های عریان است که از طریق با ارزش نشان دادن جادو (به‌جای قدرت ماورایی خداوند) به اهداف خود می‌رسد. باربی در بسیاری از این کارتون‌ها با دوست پسرهای خود نقش بازی می‌کند. هویت اصلی باربی در سبک زندگی او نمودار است. سبک زندگی مبنی بر لذت‌محوری و شهوت‌آلود. طبق نظر کارشناسان غربی، باربی آموزگار سکس است که با آموزش عریان‌گرایی، اباحه‌گری، مصرف‌گرایی، تجمل‌گرایی و ایجاد مشکل سوء‌تغذیه برای کودکان ما نقش الگو را پیدا کرده است.

این عروسک با نقش‌ها و شخصیت‌های متفاوت در 40 سال گذشته با طرز پوشش نیمه‌برهنه و گاه هم بیشتر، آرایش، فرم اندام و... به‌راحتی فرهنگ منحط غربی را به داخل خانه مسلمانان آورد و با تغییر ذائقه کودکان به‌خصوص دختران به آنها از کودکی یاد می‌دهد که باید چه اندام و چه نوع پوششی داشته باشند. دختر بچه‌هایی که با این عروسک‌ها بازی و با آن ارتباط برقرار می‌کنند، در آینده با الگوبرداری از طرز و اندازه لباس، آرایش صورت و مو و تن‌آرایی باربی، نسبت به حجاب، وقار، متانت و خیلی از صفاتی که برای یک زن پسندیده است؛ بی‌اعتنا می‌شوند و این همان جنگ نرم با هدف تخریب شعائر دینی است که خیلی آهسته و آرام وارد خانه‌های ایرانی می‌شود. طرح این ذهنیت که ترکیب اندام باربی هیچ‌گاه به هم نخواهد خورد، در تربیت دختران برای اینکه در سنین بزرگسالی هیچ‌گاه باردار نشوند (که مبادا فرم اندامشان به هم بخورد) بسیار مؤثر بود. امروزه باربی روی تمام وسایل مورد استفاده کودکان و نوجوانان اعم از لوازم‌التحریر، لوازم بهداشتی و آرایشی، پوشاک، اسباب‌بازی، لوازم تزئینی و... حک شده است و حتی خوردنی‌های فانتزی کودکان مانند آدامس و شکلات نیز از حضور باربی بی‌نصیب نیستند، چرا که دخترها در سراسر جهان، باید حضور مدل و الگوی غربی خود (باربی) را همواره در پیرامون خود حس کنند.

**5. پویانمایی (انیمیشن و کارتون‌ها)**

بی‌تردید این مسئله که کودکان، بیشترین توجه و دلبستگی را به برنامه‌های انیمیشن دارند انکارناشدنی است. اینکه می‌بینیم بلافاصله پس از پخش یک کارتون که مورد توجه کودکان قرار می‌گیرد، تصویر آن در جاهای مختلف در لباس‌ها، دفترها، کیف‌های مدرسه، و امثال آن حک می‌شود، نشان از جذابیت و الگودهی این نوع اثرگذاری است. یکی از مشهورترین شرکت‌های سرگرمی و انیمیشن در امریکا شرکت "والت‌دیزنی" است و پنتاگون از دهه پنجاه به بعد ارتباطی نزدیک با شرکت دیزنی دارد. از اهدافی که به‌شدت در کمپانی‌های سازنده انیمیشن دنبال می‌شود، تمسخر و حمله به آموزه‌های اخلاقی و دینی و ترویج اعمال نهی شده در ادیان همچون نمایش بی‌حد و مرز شهوت و امیال جنسی است. کودکان در این انیمیشن‌ها به طرز باور نکردنی با مقوله سکس و عشق‌های طولانی روبه‌رو می‌شوند.

ترویج جادوگری و سِحر، توسل به شیاطین و اجنه و حل کردن مشکلات پیشِ ‌رو با بهره‌مندی از نیروهای فرابشری، مضمون آشنای بسیاری از انیمیشن‌هایی است که برای کودکان معصوم ما ساخته می‌شود. این انیمیشن‌ها به فرزندان ما می‌آموزند که تنها راه نجات بشریت از طریق جادو و ارتباط با اجنه است و به‌جای داشتن اعتقادات الهی می‌توانند با تکیه بر سِحر و ارتباط با شیاطین جن بی‌نیازی فطری خود مبنی‌بر ارتباط با ماوراء را رفع کنند. برای نمونه در انیمیشن محبوب کودکان "باب اسفنجی" سبک زندگی خاصی تبلیغ می‌شود و تفریح و خنده به شرط تمسخر دیگران، تغییر الگوی غذایی فست‌فودی، تغییر کلیشه‌های جنسیتی، ایجاد شکاف نسلی شدید، توهین به سالمندان و رعایت نکردن بهداشت فردی از جمله مؤلفه‌های این سبک زندگی است. در این انیمیشن چیزی به نام خانواده وجود ندارد و واحد اجتماعی آن فرد است که این موضوع منجر به آسیب دیدن بنیان خانواده می‌شود.

**6. کتب آموزش زبان انگلیسی**

یکی دیگر از ابزارهای دشمن در تغییر سبک زندگی، گنجاندن مؤلفه‌های سبک زندگی غربی در لابه‌لای متون آموزش زبان انگلیسی است. به طورمعمول کتاب‌های مرجع آموزش زبان توسط مؤسسات انگلیسی و امریکایی - همچون "آکسفورد" و "لانگمن" تهیه می‌شوند. در این کتاب‌ها رقص، واژه نامأنوسی نیست و شراب و آبجو پای ثابت آنهاست. این کتاب‌ها در ترویج فرهنگ غربی پا را از این فراتر می‌گذارند و تمرین‌هایی می‌دهند تا دانش‌آموز خود را در آن فضا تصور کند و بگوید اگر جای آنها بود چه می‌کرد!؟ برای نمونه در تمرینی بیان می‌شود: «سوفیا امشب پارتی دارد و دوستانش را دعوت کرده است. او برای مهمانان برنامه‌های خوبی دارد و الان تصمیم گرفته میز شام را بچیند؛ اما نمی‌خواهد که پسرها کنار پسرها و دخترها کنار دخترها قرار بگیرند، فهرستی از دوستانش را به شما می‌دهد و از شما می‌خواهد میز را طوری بچینید که هیچ دختری در کنار دختر دیگر قرار نگیرد!» و نمونه‌های فراوان مشابه از این‌گونه مثال‌ها در کتاب‌های آموزشی انگلیسی، فرانسوی، آلمانی، ایتالیایی و... وجود دارد. همچنین بخشی از مفاهیم این کتاب‌ها به معرفی مشاهیر غربی و بیان حتی مسائل شخصی زندگی‌شان اختصاص دارد، این مشاهیر گاه یک خواننده و رقاص معروف یا یک بازیگر مشهور هالیوودی هستند که به مثابه الگو به کودک و نوجوان مسلمان ایرانی معرفی می‌شوند.

**فصل چهارم: جنگ نرم در حوزه باورها و اعتقادات دینی**

در فصل چهارم جنگ نرم در حوزه باورها و اعتقادات دینی بررسی می‌شود. در این فصل ابعاد جنگ نرم در حوزه اعتقادات و طرح انواع شبهات و راه‌های مقابله و پاسخ‌گویی به آن مورد ارزیابی و تحلیل قرار گرفته است.

نگارنده درباره جنگ نرم در حوزه باورها و اعتقادات دین می‌نویسد: با تضعیف بازده اشکال نظامی جنگ و شکست راهبرد نظامی (کودتا، شورش، تجزیه‌طلبی، ترور، حمله گسترده و...)، رویکرد استکبار جهانی و در رأس آن امریکا، برای رویارویی با نظام جمهوری اسلامی ایران، دست‌خوش تغییر شد و براندازی نرم، با دو راهبرد "تغییر ساختار" و "تغییر رفتار" از درون، در دستور کار سران کاخ سفید قرار گرفت (سراج، 1386، ص23). به دنبال آن، اصطلاحات جنگ نرم و "قدرت نرم"، وارد گفتمان سیاسی دنیا و به تبع آن، کشور ما شد. منظور از جنگ نرم، مجموعه عملیاتِ تلاش برای کشاندن نبرد سیاسی و فرهنگی به حوزه باورها و عناصر ذهنیِ دخیل در تعیین رفتار فردی و اجتماعی است. در چنین معنایی، پیدایش جنگ نرم را نمی‌توان با پیدایش و تکامل وسایل ارتباط جمعی و اجتماعی هم‌زمان دانست؛ بلکه از ابتدای ارتباطات انسانی، شیوه‌های جنگ نرم وجود داشته است و در گذشت زمان، ابزارها، نحوه و هدف استفاده از آن دچار تغییر شده است. انسان‌ها از زمانی که برای زیستن و دستیابی به منابع و منافع بیشتر با یکدیگر درگیر شدند، از ابزارهای مختلفی برای مقابله با یکدیگر استفاده کردند. از زمان پیدایش وسایل ارتباط جمعی و اهمیت یافتن افکار عمومی، شیوه‌های جنگ نرم برای مقدمه، تکمیل و گاه جایگزینی جنگ سخت به کار گرفته شد.

اگر حیات انسانی را دارای سه ساحت: باورها و اعتقادات، گرایش‌ها و ارزش‌ها، و کنش‌ها و رفتارها بدانیم، جنگ نرم بیشتر با ساحت باورها و اعتقادات سروکار دارد؛ هر چند سرانجام، بر گرایش‌ها و ارزش‌ها، و کنش‌ها و رفتارها نیز اثر خواهد کرد. در ادامه این نوشتار، نقش و اهمیت اعتقاد در زندگی و نحوه ساخته شدن و تغییر آن در فرایند جنگ نرم، مورد بحث قرار می‌گیرد و با توجه به مختصات جمهوری اسلامی ایران، اعتقادات اسلامی و تلاش‌ها برای ایجاد خلل در این اعتقادات از سوی دشمنان جمهوری اسلامی ایران مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

جنگ نرم به دنبال استحاله فرهنگی و هویتی است و موجودیت فیزیکی مخاطب، حفظ، ولی از نظر هویتی به یکی از ابزارهای دشمن تبدیل می‌شود. در این جنگ، چون افکار و هیجان‌های آنها در معرض تغییر و حمله قرار می‌گیرد، دشمن تلاش می‌کند منابع دخیل در تصمیم‌گیری‌ها و رفتارهای افراد را تحت کنترل در آورد. از این‌روست که با تسخیر چنین مقری، بافت جامعه و ساختارهای اساسی آن به‌گونه‌ای تغییر خواهد کرد که مطلوب دشمن باشد.

**فصل پنجم: جنگ نرم در حوزه انقلاب اسلامی، آرمان‌ها و ارزش‌های آن**

در این فصل از کتاب، جنگ نرم در حوزه انقلاب اسلامی، آرمان‌ها و ارزش‌های آن به همراه بحث‌هایی درباره جنگ نرم و مبانی نظری انقلاب اسلامی و سپس جنگ نرم و ارزش‌های انقلاب اسلامی و حوزه عملکرد انقلاب اسلامی مورد بررسی و تحلیل قرار گرفته است.

نگارنده در بخشی از این فصل نوشته است: انقلاب اسلامی را به دلیل احیای ارزش‏های اسلامی و ارائه تفکری نو، در تضاد با جریان حاکم جهانی، باید یکی از بسترهای مهم جنگ نرم غرب پس از تولید این مفهوم در حوزه ادبیات سیاسی و نظامی و امنیتی جهان برشمرد. شاید هیچ‌یک از حوزه‏های جنگ نرم، همانند انقلاب اسلامی ایران کارزار این نوع از نبرد نبوده است؛ چه به لحاظ موضوعی و چه به لحاظ جغرافیایی، چه با توجه به گستردگی عملیات نرم و چه با در نظر گرفتن حجم و نوع تکنیک‏های به کار رفته و چه با نظر به وفاق و هم‌گرایی قطب‏های مختلف قدرت جهانی درباره آن، با هیچ مصداق دیگری قابل مقایسه و مشابهت نیست. امریکا و متحدین غربی آن در این شرایط نابرابر و با امکانات ارتباطی- اطلاعاتی برتر، با هدف سلطه سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و تمدنی، به منظور تخریب بزرگ‏ترین چهره مخالف و به حاشیه راندن رقیب ایدئولوژیک خود، با همه توان و امکاناتش به میدان آمده‌اند.

مواجهه با این هجوم متراکم، آرام، فکری، پیوسته و گسترده، نیازمند شناخت حوزه‏های عملیات و جبهه‏های گستردة آن همچنین تکنیک‏ها و ابزارهای این تهاجم و از همه مهم‏تر اهداف کوتاه‏مدت و بلندمدت آن است.

کتاب جنگ نرم، نفوذ و سواد رسانه‌ای به اهتمام سید محمدرضا خوشرو از سوی مرکز پژوهش و سنجش افکار اداره کل پژوهش‌های اسلامی رسانه در دسترس علاقه‌مندان قرار گرفته است.