

تحلیل نقش سواد رسانه‌ای در ارتقای «تاب‌آوری شناختی» خانواده تراز مهدوی در مواجهه با جنگ روایت‌ها

سید علی کاظمی شیخ شبانی^۱ / امیر محسن عرفان^۲ / المیرا روحی پور^۳

چکیده

در عصر گسترش روزافزون فناوری‌های ارتباطی و تغییر ماهیت نبردها به جنگ شناختی؛ نهاد خانواده به‌عنوان کانون تربیت نسل منتظر، هدف هجمه‌های رسانه‌ای و روانی دشمن قرار گرفته است. هدف اصلی این جنگ که با بهره‌گیری از جنگ روایت‌ها پیگیری می‌شود، القای یأس، ناکارآمد نمایی دین و ایجاد انحرافات اعتقادی در میان منتظران است. پژوهش حاضر با روش توصیفی-تحلیلی و بهره‌گیری از منابع کتابخانه‌ای، به واکاوی نقش سواد رسانه‌ای به‌عنوان عامل توانمندسازی ارتقای تاب‌آوری شناختی خانواده تراز مهدوی و محافظت از آن پرداخته است. یافته‌های پژوهش به روشنی نشان می‌دهد که سواد رسانه‌ای، تاب‌آوری شناختی خانواده مهدوی را از طریق سه خروجی مشخص ارتقا می‌بخشد: نخست، با فعال‌سازی عنصر «خردورزی»، مهارت تفکر انتقادی را به‌عنوان سپر شناختی در برابر شایعات و اخبار جعلی شکل می‌دهد؛ دوم، با تقویت «خودمهارگری»، مدیریت مصرف رسانه‌ای را در خانواده نهادینه کرده و از فرسایش روانی جلوگیری می‌کند؛ و سوم، با تسهیل گذار از «ایمان تقلیدی» به «ایمان استدلالی»، خانواده را از وضعیت انفعال خارج و به کنشگرانی توانمند برای تولید ریز روایت‌های مهدوی و تحقق «جهاد تبیین» بدل می‌سازد. نتیجه آن‌که، تجهیز به سواد رسانه‌ای، پیش شرط قطعی برای حفظ ثبات اعتقادی و ارتقای تاب‌آوری خانواده منتظر در رویارویی با جنگ شناختی است.

واژگان کلیدی: خانواده تراز مهدوی، سواد رسانه‌ای، تاب‌آوری شناختی، جنگ روایت‌ها، جهاد تبیین.

۱. دانش پژوه سطح چهار مرکز تخصصی موعود حوزه علمیه قم. (نویسنده مسئول)

sayed.ali.kazemi67@gmail.com

Erfan@maaref.ac.ir

۲. استادیار گروه تاریخ فرهنگ و تمدن اسلامی، دانشگاه معارف اسلامی، قم، ایران.

elmirarohi1376@gmail.com

۳. فارغ التحصیل سطح دو حوزه علمیه ثامن الحجج پارس آباد، اردبیل، ایران.

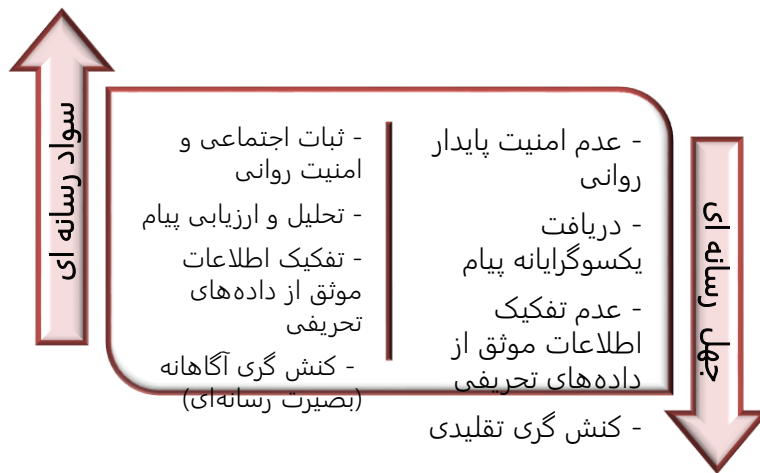
نهاد خانواده به عنوان زیربنای استحکام بخش هر اجتماع و رکن اصلی تمدن سازی محسوب می شود. همین جایگاه اساسی سبب شده است تا در عصر حاضر، این نهاد در کانون تمرکز تهدیدات نرم قرار گیرد. جنگ نرم که به عنوان پیچیده ترین، کارآمدترین و در عین حال کم هزینه ترین گونه تهدید علیه امنیت ملی و نظام ارزش ها شناخته می شود؛ امروزه ماهیتی شناختی پیدا کرده که مهم ترین مؤلفه عملیاتی آن، جنگ روایت ها است. در این نبرد، جریان تحریف با استراتژی وارونه کردن حقایق، به دنبال مهندسی افکار عمومی و جایگزینی روایت های ساختگی و جعلی است؛ فرآیندی که در نهایت به فرسایش سرمایه اجتماعی و تضعیف قدرت نرم نظام خواهد انجامید. این هجمه های شناختی و رسانه ای، پیش از همه، نهادی را هدف قرار داده اند که بستر اصلی تربیت نسل آینده است؛ یعنی خانواده تراز مهدوی.

در این وضعیت، خانواده تراز مهدوی که هویت آن بر دو اصل خدامحوری^۱ (حدید: ۳) و امام محوری^۲ (کلینی، بی تا: ج ۱، ص ۳۷۱) استوار بوده و به عنوان ریشه تربیت نسل منتظر عمل می کند، به صورت سیستماتیک هدف حملات شناختی قرار گرفته است. این هجمه هوشمند، استحاله درونی خانواده را از طریق ترویج مؤلفه هایی نظیر فردگرایی، مصرف زدگی، تبرج و خودباختگی فرهنگی دنبال می کند. در واقع، جنگ شناختی در بستر رسانه و با تبدیل ذهن به میدان نبرد، در پی تغییر باورها و الگوهای رفتاری جامعه دینی است (حاجی رحیمیان، ۱۴۰۴: ص ۱۰۵). مضاف بر این، اندیشه بنیادین مهدویت به دلیل کارکرد حیات بخش، امیدآفرین و ماهیت ضد طاغوتی خود (که حفظ و تعمیق آن، مهم ترین عامل صیانت و تعالی خانواده و جامعه است) به صورت جدی در معرض تخریب و تحریف قرار دارد. برای صیانت از این نهاد و باورهای بنیادین آن در مواجهه با تراکم پیام های رسانه ای، تجهیز به توانمندی های تحلیلی و تفکر انتقادی به ضرورتی راهبردی تبدیل می شود.

۱. «هُوَ الْأَوَّلُ وَالْآخِرُ وَالظَّاهِرُ وَالْبَاطِنُ وَهُوَ بِكُلِّ شَيْءٍ عَلِيمٌ»؛ او اول و آخر هستی و پدیدار و نهان وجود همه، اوست، و او به همه امور هستی و دانا است.

۲. «مَنْ مَاتَ وَلَيْسَ لَهُ إِمَامٌ فَمَيِّتُهُ مَيِّتَةٌ جَاهِلِيَّةٌ».

در مواجهه با این تهدیدات چندلایه، سواد رسانه‌ای از سطح یک مهارت فردی فراتر رفته و به ضرورتی استراتژیک، برای تضمین ثبات اجتماعی و امنیت روانی تبدیل شده است. همان‌گونه که به فرموده رهبر انقلاب، امروز دنیا، دنیای رسانه‌ها و تبلیغ و تبیین است. از این‌رو سواد رسانه‌ای به عنوان درکی مبتنی بر مهارت، با توانمندسازی افراد در دسترسی، تحلیل و ارزیابی پیام‌ها، تفکر انتقادی را فعال می‌سازد. این عامل محافظت‌کننده شناختی، مخاطب را قادر می‌سازد تا در ابهام و عدم قطعیت، اطلاعات موثق را از داده‌های تحریف شده تفکیک کرده و در گام بعد در برابر تراکم داده‌ها، کنشگری آگاهانه داشته باشد. پیامد مستقیم این تفکیک و کنشگری هوشمندانه، ارتقای ظرفیتی است که در مطالعات روان‌شناختی و متون دینی از آن، به «تاب‌آوری» تعبیر می‌شود.



از سوی دیگر، مفهوم تاب‌آوری شناختی که به توانایی بازیابی کارکرد اولیه و حفظ ثبات در شرایط پرفشار اطلاق می‌شود، با آموزه‌های دینی همپوشانی معناداری دارد. در گفتمان دینی، تاب‌آوری بر پایه‌هایی همچون تعقل، تقوا و صبر استوار است.^۱ در چالش‌های نوپدید عصر

۱. گزارش مرکز پژوهش‌های اتاق ایران با ترسیم افق «دولت کارآمد در جهان پرتلاطم»، صراحتاً بیان می‌کند که بقا و کارآمدی دموکراسی‌ها در قرن ۲۱ به توانایی آن‌ها برای «ارتقای تاب‌آوری دموکراتیک» وابسته است و تأکید می‌کند که این تاب‌آوری، نه با قدرت نظامی یا اقتصادی، بلکه با کیفیت حکمرانی، اعتماد عمومی و یادگیری نهادی سنجیده می‌شود. از آن‌جا که پرداختن به تاب‌آوری ضرورت راهبردی برای پایداری بلندمدت است، می‌توان گفت آینده از آن ملتی است که این زیرساخت را تقویت کند؛ و در این میان، خانواده کانون اصلی شکل‌گیری این «تاب‌آوری شناختی» در برابر جنگ روایت‌هاست.

غیبت که دشمن با استفاده از رسانه آن‌ها را تعمیق بخشیده است؛ سواد رسانه‌ای نقش بازدارنده را ایفا می‌کند؛ بدین معنا که با جلوگیری از هدر رفت فرصت‌ها و مدیریت داده‌ها، باعث تقویت بُعد خردورزی شده و ساختار اعتقادی فرد را در برابر القائات مخرب مصونیت بخشی می‌کند. به‌ویژه برای والدین، تجهیز به این سواد، راهکاری اساسی برای ترمیم شکاف دیجیتال و بازسازی مرجعیت تربیتی در خانواده است. پژوهش حاضر با توجه به این ضرورت، بر آن است تا ضمن تحلیل نقش سواد رسانه‌ای به عنوان قابلیت عملیاتی برای ارتقای خردورزی (تعقل) و خود مهارگری (صبر و تواضع به آن)، روند تأثیرگذاری آن بر تاب‌آوری شناختی خانواده تراز مهدوی را تبیین و راهبردهای برون رفت از چالش‌های جنگ روایت‌ها را ارائه کند.

پیشینه تحقیق

بررسی منابع کتابخانه‌ای و اسنادی نشان می‌دهد که در حوزه تهدیدشناسی خانواده، رجبی ده‌برزویی در مقاله خود با عنوان «بازتاب جنگ نرم بر خانواده از منظر آموزه‌های قرآن کریم» (رجبی ده‌برزویی، ۱۴۰۴: ۵۶-۶۹)؛ به این نکته مهم اشاره کرده است که هدف غایی جنگ نرم، فروپاشی درونی خانواده از طریق ترویج مؤلفه‌هایی همچون فردگرایی، مصرف‌زدگی و خود باختگی فرهنگی است. در همین زمینه و با تمرکز بر انحرافات اعتقادی، سلیمیان، در پژوهش خود تحت عنوان «تحلیل نقش وضع، تحریف و تأویل در بنیان جریان‌های انحرافی مهدویت» (سلیمیان، ۱۴۰۱: ص ۵۳-۷۵)؛ نشان داده است که چگونه جریان‌های معارض با تحریف روایات، در مهندسی ذهن مخاطب و ایجاد انحراف در باورهای اصیل مهدوی سعی و تلاش دارند.

در خصوص کارکردهای شناختی سواد رسانه‌ای، شهبازی و همکاران در مقاله‌ای با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان و کاهش اضطراب ناشی از اطلاعات غلط» (شهبازی و همکاران، ۱۴۰۴: پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت و...)؛ بیان داشته‌اند که مهارت‌های سواد رسانه‌ای با ارتقای تفکر انتقادی، رابطه‌ای مستقیم با کاهش اضطراب و افزایش سلامت روان در برابر اخبار جعلی دارد. همچنین مظفری و

همکاران در پژوهش خود با عنوان «نقش سواد رسانه‌ای در کاهش اخبار جعلی و راهبردهای مقابله با تهدیدات نرم» (مظفری و...، ۱۴۰۲؛ ص ۱۰۹-۱۲۱)؛ تأکید کرده‌اند که تسلط بر مهارت‌های ادراکی و زیبایی‌شناختی رسانه، مؤثرترین راهبرد برای خنثی‌سازی جنگ نرم رسانه‌های بیگانه است.

در نهایت، در زمینه مفهوم تاب‌آوری در بستر دین، لزگی و همکاران در مقاله خود با عنوان «مؤلفه‌های روان‌شناختی تاب‌آوری دینی بر اساس آموزه‌های اسلامی» (لزگی و همکاران، ۱۴۰۳؛ ص ۱۱۹-۱۳۸)؛ به واکاوی این سازه پرداخته و مؤلفه‌هایی نظیر «خردورزی» و «خودمهارگری» را به عنوان ستون‌های اصلی بازگشت به تعادل و سازگاری موفقیت‌آمیز در شرایط دشوار معرفی کرده‌اند.

با وجود پژوهش‌های ارزشمند مذکور، وجه تمایز اصلی پژوهش حاضر در تلفیق این متغیرها در راستای موضوع مهدویت است. این مقاله برخلاف مطالعات پیشین که سواد رسانه‌ای را صرفاً مهارتی فنی می‌دانستند، آن را به عنوان «محرک عملیاتی» مدل‌سازی می‌کند که مستقیماً مؤلفه‌های «تاب‌آوری شناختی» (مانند خردورزی) را در نهاد «خانواده تراز مهدوی» فعال می‌سازد. نوآوری دیگر این تحقیق، تمرکز بر تغییر رویکرد از «مصونیت انفعالی» به ایجاد «ایمان آگاهانه و استدلالی» در نسل منتظر، برای مقابله با جنگ پیچیده روایت‌هاست.

تبیین مفاهیم کلیدی تحقیق

برای تبیین دقیق نقش سواد رسانه‌ای در خانواده تراز مهدوی، ابتدا لازم است سه مفهوم کلیدی «خانواده تراز»، «سواد رسانه‌ای» و «تاب‌آوری شناختی» (و معادل دینی آن) باز تعریف و رابطه منطقی میان آن‌ها ترسیم گردد.

خانواده تراز مهدوی: خانواده در اندیشه اسلامی، تنها یک نهاد اجتماعی برای رفع نیازهای غریزی نیست، بلکه کانونی برای تربیت انسان موحد است و از این روست که بنایی محبوب‌تر از آن نزد خداوند وجود ندارد (ابن بابویه، بی‌تا؛ ج ۳، ص ۳۸۳). وقتی پسوند «مهدوی» به خانواده افزوده می‌شود، مأموریت این نهاد بخاطر نگاه جهانی موجود در این باور، از سطح فردی به سطح دینی تمدنی ارتقا می‌یابد؛ کما این که امیرالمومنین علی علیه السلام در معرفی ایشان

فرمودند: «او همان مهدی است که زمین را از عدل و داد پر کند، چنان که از جور و ستم پر شده باشد» (کلینی، بی تا: ج ۱، ص ۳۳۸). از این رو می توان گفت خانواده تراز مهدوی، نهادی است که تمامی مناسبات درونی (رابطه والدین و فرزندان) و بیرونی (رابطه با جامعه) آن بر مدار «امام» و «زمینه سازی برای ظهور» تنظیم شده و شکل می گیرد.

بر اساس تحلیل ها و تبیین های صورت گرفته در حوزه گفتمان های انتظار، خانواده مهدوی از رویکرد «انتظار عامیانه» (صرفاً دعا و گریه) عبور کرده و به «انتظار عالمانه و پویا» (گام نهادن در جهت زمینه سازی برای بزرگ ترین حرکت اصلاحی در جهان) رسیده است. لذا در این الگوی پویا، انتظار حرکت و آمادگی است. انتظار فرج یعنی کمر بسته بودن، آماده بودن، خود را از همه جهت برای آن هدفی که امام زمان برای آن هدف قیام خواهد کرد، آماده کردن... و او عبارت است از ایجاد عدل و داد، زندگی انسانی، زندگی الهی، عبودیت خدا؛ این معنای انتظار فرج است (خامنه ای: ۱۳۸۷). بنابراین، خانواده تراز مهدوی، یک واحد عملیاتی در جبهه حق است که کارکرد اصلی آن، تربیت «نیروی انسانی کارآمد» برای حکومت جهانی حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف است و در این زمینه همه تلاش خود را به کار می گیرد؛ زین سبب در بسیاری از زیارات مهم این عبارت را تکرار می کنیم: «و نُصَرِّقُ لَكُمْ مُعَدَّةً» (ابن قولویه، بی تا: ص ۲۱۸) که یکی از مصادیق یاری اهل بیت پرورش نسلی صالح و بصیر است.

سواد رسانه ای: مارشال مک لوهان (۱۹۶۵م)، برای اولین بار در کتاب خود با عنوان «درک رسانه؛ گسترش ابعاد وجودی انسان»، عبارت «سواد رسانه ای» را به کاربرد و نوشت: زمانی که دهکده جهانی تحقق یابد، لازم است انسان ها به سواد جدیدی به نام سواد رسانه ای دست یابند (بصیریان جهرمی، ۱۳۸۵: ص ۳۳). سواد رسانه ای در تعاریف استاندارد آکادمیک، از توانایی کار با ابزارهای تکنولوژیک فراتر است. این سواد مجموعه ای از مهارت هاست که به مخاطب امکان می دهد به «دسترسی»، «تحلیل»، «ارزیابی» و «تولید» پیام بپردازد.^۱ سواد رسانه ای به مهارت ها، دانش و درکی اطلاق می شود که به مصرف کنندگان استفاده مؤثر و ایمن از رسانه ها را اجازه می دهد. افراد با سواد رسانه ای، به اتخاذ انتخاب های آگاهانه، درک ماهیت

۱. مرکز آموزش های آزاد، آشنایی با سواد رسانه، <https://sbu.nahad.ir>.

محتوا و خدمات و بهره‌مندی از طیف کامل فرصت‌های ارائه شده توسط فناوری‌های جدید ارتباطی توانا هستند. آن‌ها توانایی بیش‌تری برای حفاظت از خود و خانواده‌هایشان در برابر مواد زیانبار یا ناخوشایند را دارند. بنابراین، توسعه سواد رسانه‌ای در تمامی بخش‌های جامعه باید ترویج شده و پیشرفت آن از نزدیک مراقبت گردد (نصیری و بختیاری، ۱۳۹۹: ص ۲۲). در بستر خانواده دینی، سواد رسانه‌ای به مثابه نوعی «فیلتر شناختی» عمل می‌کند. همان‌طور که شهبازی و همکاران اشاره کرده‌اند، سواد رسانه‌ای با تقویت «مهارت‌های تفکر انتقادی»، مخاطب را قادر می‌سازد تا در مواجهه با سیل اطلاعات، منفعل نباشد و بتواند اخبار جعلی و شبهات را تشخیص دهد (شهبازی و همکاران، ۱۴۰۱: ص ۸). این مهارت برای خانواده مهدوی که دائماً در معرض سنگین‌ترین و پیچیده‌ترین شبهات اعتقادی قرار دارد، به‌عنوان عامل محافظتی و بازدارنده عمل می‌کند. به بیان دیگر، سواد رسانه‌ای را باید نوعی توانمندی شناختی دانست که «ایمان موروثی» فرزندان را به «ایمان استدلالی» تبدیل می‌کند تا آنان در برابر هجمه‌های متراکم رسانه‌ای دچار تزلزل نشوند.

تاب‌آوری شناختی: تاب‌آوری در روان‌شناسی، به معنای ظرفیت افراد برای حفظ سازگاری مطلوب و هیجانات مثبت در محیط‌های ناخوشایند است و به عنوان منبعی برای مقاومت در برابر فشارهای محیطی عمل می‌کند. انجمن روان‌شناسی آمریکا (APA) این سازه را به صورت فرآیند «سازگاری خوب» در مواجهه با ناملایمات، تروما، تهدیدها یا منابع قابل توجه استرس (نظیر مشکلات خانوادگی و ارتباطی) تعریف کرده است (عبدالمحمدی و همکاران، ۱۴۰۳: ص ۳). بنابراین، تاب‌آوری به معنای نبود آسیب نیست، بلکه فرآیند، توانایی یا پیامد سازگاری موفقیت‌آمیز به رغم شرایط چالش‌برانگیز و تهدیدکننده است (سامانی و همکاران، ۱۳۸۶: ص ۲۹۱). برخلاف تصور سنتی، تاب‌آوری توانمندی یا فرآیند ایستا نیست و میزان آن در طول زمان تغییرپذیر است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تاب‌آوری صرفاً صفت فردی نیست، بلکه در سطوح «خانوادگی» و «اجتماعی» نیز متبلور می‌شود (حسینی و همکاران، ۱۳۹۹: ص ۱۲۸).

با رویکرد دینی، این مفهوم همپوشانی دقیقی با کلیدواژه قرآنی صبر و استقامت فرهنگی دارد. خداوند متعال در قرآن به پیامبرش دستور داده و می‌فرماید: ﴿فَاسْتَقِمَّ كَمَا أُمِرْتَ وَمَنْ تَابَ مَعَكَ...﴾ (هود: ۱۱۲)؛ پس همان‌گونه که فرمان یافته‌ای، استقامت کن؛ و همچنین کسانی که

با تو به سوی خدا آمده‌اند [باید استقامت کنند]. در روایات مهدوی نیز بر «ثبات قدم» در عصر غیبت تأکید ویژه‌ای شده است. در روایت صحیح السندی که شیخ صدوق در کتاب کمال الدین از امام باقر (ع) نقل کرده چنین آمده است: «يَأْتِي عَلَى النَّاسِ زَمَانٌ يَغِيبُ عَنْهُمْ إِمَامُهُمْ فَيَا طُوبَى لِلثَّابِتِينَ عَلَى أَمْرِنَا فِي ذَلِكَ الزَّمَانِ...؛ زمانی بر مردم آید که امامشان غیبت کند و خوشا بر کسانی که در آن زمان بر امر ما ثابت بمانند» (صدوق، ۱۳۹۵: ج ۱، ص ۳۳۰). اندیشه مهدویت، سیر تمدن بشری را هدفمند دانسته و مهم‌تر این که با بشارت پیروزی صالحان و پرهیزکاران در آینده و ظهور امام حاضر، انگیزه درونی مضاعفی برای تلاش و استقامت، به انسان می‌بخشد (عرفان، ۱۳۹۴: ص ۷۵).

لزگی و همکاران در نظریه داده بنیاد خود در مورد «تاب‌آوری دینی»، دو مؤلفه اصلی را شناسایی کرده‌اند:

۱. **خردورزی:** به معنای استفاده از عقل برای تحلیل شرایط و پرهیز از هیجان‌زدگی؛
۲. **خود مهارگری:** به معنای کنترل درونی در برابر وسوسه‌ها و فشارهای محیطی (لزگی و همکاران، ۱۳۹۹: ص ۱۲).

بنابراین، تاب‌آوری منتظرانه در برابر این تقابل شناختی، تلاشی برای «حفظ وضع موجود» نیست، بلکه فرآیندی پویاست که در آن، فشار روانی ناشی از شبهات و حمله‌های رسانه‌ای، به جای فرسایش روان، به محرکی برای گذار از «ایمان سطحی» به «ایمان استدلالی» و دستیابی به مراتب بالاتری از انتظار همراه با یقین و استقامت تبدیل می‌شود.

چارچوب نظری پژوهش (رهیافت شناختی سواد رسانه‌ای با الگوی جیمز پاتر)

این پژوهش برای تبیین چگونگی تأثیر سواد رسانه‌ای بر تاب‌آوری شناختی خانواده، از نظریه سواد رسانه‌ای شناختی جیمز پاتر^۱ بهره می‌برد. پاتر در تبیین نظریه خود، سواد رسانه‌ای را نه

۱. جیمز پاتر در پاییز ۲۰۰۱، به عنوان عضو هیات علمی دپارتمان ارتباطات در دانشگاه کالیفرنیا، سانتا باربارا (UCSB) پیوست. او دارای دو مدرک دکترا، یکی در رشته نظریه‌های ارتباطات و دیگری در سیستم‌های آموزشی است. پاتر پیش‌تر در دانشگاه‌هایی، از جمله فلوریدا استیت، ایندیانا، یو سی ال ای و استنفورد تدریس کرده است. او سردبیر اسبق مجله «پخش رسانه‌های الکترونیکی» و همچنین دایرةالمعارف بین‌المللی خشونت رسانه‌ای است. پاتر بیش از ۱۵ کتاب و

مهارت ساده فنی، بلکه مجموعه‌ای از چشم‌اندازها می‌داند که مخاطب، فعالانه برای تفسیر پیام‌ها از آن‌ها استفاده می‌کند (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۱۷). هسته مرکزی این نظریه، گذار از فرآیند منفعلانه «جور کردن معنا» (پذیرش سطحی پیام) به فرآیند فعالانه «معناسازی» (تفسیر عمیق و شخصی) است (همان، ص ۱۵). این الگو بر سه ستون اصلی استوار است:

الف) جایگاه فردی^۱ این مؤلفه، کانون مرکزی و پیشران اصلی سواد رسانه‌ای است. در این نظریه، جایگاه فردی، ترکیبی از اهداف و انگیزه‌هاست که وظیفه کنترل و فیلترینگ ورودی‌های ذهن را بر عهده دارد (همان، ص ۱۰ و ۲۴). اگر جایگاه فردی ضعیف باشد، شخص در «وضعیت خودکار» قرار می‌گیرد و به رسانه اجازه می‌دهد تا عادت‌های ذهنی او را برنامه‌ریزی کند؛ اما هرچه فرد نسبت به اهداف خود آگاه‌تر باشد، از انفعال خارج شده و کنترل بیش‌تری بر تأثیرات رسانه خواهد داشت (مهدوی‌نسب و همکاران، ۱۴۰۳: ص ۸۹).

ب) ساختارهای دانش سواد رسانه‌ای به منظومه‌ای از اطلاعات سازمان‌یافته در ذهن

تعداد زیادی مقاله علمی منتشر کرده است. حوزه پژوهشی اصلی او سواد رسانه‌ای و خشونت رسانه‌ای است و در حال حاضر بر نظریه‌ای عمومی درباره رسانه‌های جمعی کار می‌کند که در آن صنعت رسانه، محتوا، مخاطبان و تأثیرات را در نظامی یکپارچه تبیین می‌کند. او نویسنده کتاب پرفروش «سواد رسانه‌ای» (انتشارات SAGE، چاپ ششم) و پژوهشگر اصلی پروژه‌ای به ارزش ۳٫۳ میلیون دلار درباره خشونت تلویزیونی ملی است که توسط انجمن اینترنت و تلویزیون آمریکا (NCTA) تأمین مالی شده است. همچنین او خالق «نظریه خطی‌سازی» است که چارچوبی جامع برای تبیین رسانه‌های جمعی، پیام‌ها و تأثیرات آن‌ها بر افراد و ساختارهای اجتماعی ارائه می‌کند.

۱. در تبیین نسبت میان نظریه شناختی جیمز پاتر و آموزه‌های اسلامی، ذکر این نکته معرفت‌شناختی ضروری است که اگرچه این پژوهش از ساختار «جایگاه فردی» در نظریه پاتر به عنوان چارچوب نظری بهره برده است؛ دچار تقلیل‌گرایی مفاهیم دینی نشده است. جایگاه فردی در نظریه پاتر، ماهیتی خنثی و سکولار دارد و ناظر به «مکانیزم تسلط فرد بر خود» است که اهداف آن را امیال شخصی تعیین می‌کند؛ اما در الگوی پیشنهادی این پژوهش، ما با حفظ «ساختار مکانیزم»، «محتوا»ی آن را بر اساس انسان‌شناسی اسلامی بازتعریف کرده‌ایم؛ بدین معنا که در خانواده مهدوی، «جایگاه فردی» نه بر پایه اومانیسم و خودبنیادی، بلکه بر «تقوا» استوار است. در این‌جا، تقوا به عنوان یک «پلیس درونی» و «سیستم خودکنترلی هوشمند» عمل می‌کند که دقیقاً همان کارکرد «انگیزاننده قوی» در مدل پاتر را دارد، با این تفاوت جوهری که جهت‌گیری آن به جای «لذت فردی»، به سمت «کمال معنوی و رضایت امام عصر علیه السلام» تنظیم شده است. بنابراین، تقوا در این مدل، نسخه متعالی و الهی‌شده همان جایگاه فردی است که سواد رسانه‌ای را از یک مهارت تکنیکی به یک فضیلت اخلاقی تبدیل می‌کند.



نیازمند است. پاتر تأکید می‌کند که ساختار دانش، صرفاً انباشت اطلاعات نیست، بلکه به سازماندهی دقیق اطلاعات در ابعاد مختلف (شناختی، اخلاقی و...) نیازمند است (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۱۱). این ساختارها، چهار حوزه شناخت محتوا، صنایع رسانه‌ای، تأثیرات رسانه و جهان واقعی را شامل است (همان، ص ۸۶).

ج) مهارت‌های رسانه‌ای، آن توانمندی است که فرد با استفاده از آن‌ها اطلاعات را پردازش می‌کند تا از سطح «چور کردن معنی» فراتر رود. پاتر مهارت‌های شناختی همچون تحلیل، ارزیابی، استقرا و استنتاج را قابلیت‌های ضروری برای «معناسازی» می‌داند (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۱۷). در میان این مهارت‌ها، دو مهارت نقش کلیدی دارند: نخست تحلیل که شکستن پیام به عناصر سازنده برای فهم لایه‌های زیرین است (همان: ص ۲۰)؛ و دوم ارزیابی که قضاوت درباره ارزش عناصر پیام با مقایسه آن‌ها با یک استاندارد مشخص است (مهدوی نسب و همکاران، ۱۴۰۳: ص ۸۸).

بر اساس الگوی نظری پاتر، سواد رسانه‌ای فرایندی شناختی است که با بهره‌گیری از دانش و مهارت‌های تحلیلی، مانع از پذیرش خودکار پیام‌های انحرافی می‌شود و ظرفیت «تاب‌آوری شناختی» را محقق می‌سازد. ارزیابی این الگو در بستر واقعیت‌های اجتماعی نشان می‌دهد که خانواده مهدوی، امروزه در کانون یک تقابل همه‌جانبه شناختی قرار دارد؛ فضایی که در آن، رسانه‌های معارض با ایجاد اشباع اطلاعاتی (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۱۰)؛ فروپاشی نظام باورهای خانواده را هدف گرفته‌اند. بنابراین، برای ارائه الگویی موفق از تاب‌آوری، پیش از تدوین هرگونه راهبرد صیانتی، باید ماهیت تهدیدات و تاکتیک‌های جریان تحریف را به دقت شناخت؛ موضوعی که در ادامه به واکاوی آن پرداخته می‌شود.

۱. سواد رسانه‌ای و رصد و دیده بانی جنگ شناختی در عرصه مهدویت ستیزی

پس از تبیین چارچوب نظری، ترسیم دقیق مختصات میدان نبرد، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. امروزه خانواده مهدوی در یک محیط ایزوله زیست نمی‌کند، بلکه درست در کانون یک جنگ شناختی تمام عیار قرار دارد؛ نبردی پیچیده که در آن، دشمن برخلاف جنگ‌های سخت که مرزهای جغرافیایی را هدف می‌گرفتند، اکنون «مرکز تصمیم‌گیری» و «ساختارهای دانش»

نسل منتظر را نشانه رفته است. در این کارزار، جریان معارض با ایجاد اختلال در فرآیند پردازش اطلاعات و اشباع اطلاعاتی-تبلیغاتی به جای تسخیر سرزمین، به دنبال تسخیر اراده‌ها و بازنویسی اهداف و انگیزه‌های درونی افراد است. هدف نهایی دشمن در این مهندسی پنهان، آن است که خانواده را در سطح مصرف کننده متوقف کرده و با القای معانی یأس‌آلود، بدون مداخله نظامی، نهاد بنیادین خانواده را از درون دچار استحاله و فروپاشی کند. در این بخش، سه سطح از تهدیدات نرم که با هدف تخریب این ساختارهای شناختی و تضعیف تاب‌آوری خانواده مهدوی طراحی شده‌اند؛ مورد واکاوی قرار می‌گیرند.

۱-۱. تاکتیک شناسی جریان تحریف

راهبرد کلان جبهه معارض در تقابل با خانواده مهدوی، فراتر از دروغ پردازی‌های سطحی، شکل دهی به فرآیندی پیچیده، منظم و نرم‌افزارانه است که پژوهشگران از آن با عنوان «جریان تحریف» یاد می‌کنند. گروهی در تحلیل قرآنی خود، این پدیده را نه رخدادی مقطعی، بلکه «کنش فرهنگی-رسانه‌ای» می‌دانند که در هندسه جنگ نرم، نقش مکمل و بسترساز برای اقدامات سخت را ایفا می‌کند. از منظر آنان، هدف غایی این جریان، ایجاد «اختلال در دستگاه محاسباتی» مخاطب است (خانی، بی‌تا: ص ۸۳ و ۱۰۲). قرآن کریم نیز از وارونه‌سازی واقعیت به مثابه یک فتنه سخن گفته و فرموده است: «لَقَدْ ابْتِغَوْا الْفِتْنَةَ مِنْ قَبْلُ وَقَلَّبُوا لَكَ الْأُمُورَ...» (توبه: ۴۸) قطعاً پیش از این هم فتنه جویی می‌کردند و امور را بر تو وارونه و دگرگون می‌ساختند.

در سطح رسانه‌ای، این جریان با بهره‌گیری از تکنیک‌های عملیات روانی، میدان نبردی را می‌آراید که داوری از آن به «جنگ روایت‌ها» تعبیر می‌کند. در این کارزار، دشمن با اشباع اطلاعاتی و تکنیک‌های شناختی، جایگاه «حق و باطل» را جابه‌جا می‌کند تا قدرت تشخیص از خانواده سلب شود. همان‌طور که در منابع راهبردی اشاره شده است، هنر جنگ روایت‌ها، تغییر جایگاه ظالم و مظلوم است تا مخاطب، روایت دشمن را به عنوان حقیقت محض بپذیرد.^۱

۱. داوری، ابعاد جنگ نرم افزاری و جنگ روایت‌ها، <https://BV6vvv.n.ir/jy2>.

اما پیچیده‌ترین و خطرناک‌ترین لایه این تهدید که باورهای مهدوی را نشانه رفته، استفاده از تکنیک‌های تخصصی تحریف در متون دینی است. بعد از بررسی و ترفند شناسی جریان‌های انحرافی روشن می‌شود که آن‌ها همیشه از ترفند «جعل صریح» (ساخت حدیث دروغین) استفاده نمی‌کنند، بلکه به سراغ روشی نامحسوس‌تر، یعنی «تحریف معنوی» می‌روند. در این تاکتیک، الفاظ روایت دست‌نخورده باقی می‌ماند؛ اما معنای آن دگرگون می‌شود. مدعیان دروغین با شگردهایی نظیر «تقطیع روایات» (حذف صدر و ذیل کلام برای پنهان کردن قرائن فهم) و «تفسیر به رأی» (حمل الفاظ بر معانی باطل و خودساخته)، مراد معصوم را مصادره به مطلوب می‌کنند. این تحریف باعث می‌شود که خانواده‌های فاقد سواد حدیثی، در ظاهر با کلام امام روبه‌رو باشند؛ اما در باطن، محتوای مخرب فرقه انحرافی را دریافت کنند (شهبازیان، بی‌تا: ص ۳۲ تا ۳۶).

خروجی قطعی این بحران در نهاد خانواده، شکل‌گیری «یأس و بن‌بست نمایی» و در نهایت «استحاله سبک زندگی» است. وقتی دستگاه محاسباتی اعضای خانواده با داده‌های تحریف شده تغذیه شود، موتور محرک «انتظار پویا» از کار می‌افتد و بستر برای تغییر الگوهای رفتاری، ترویج اباحه‌گری و «قیح‌زدایی از گناه» فراهم می‌گردد (رجبی ده برزویی، بی‌تا: ص ۸۵).

۲-۱. شکاف دیجیتال و تضعیف مرجعیت والدین

یکی از چالش‌های مهمی که راه نفوذ دشمن به خانواده را هموار می‌کند، پدیده‌ای است که به آن «شکاف دیجیتال» می‌گویند. این شکاف، به معنای فاصله‌ای است که میان فرزندان و والدین در استفاده از فناوری وجود دارد. پژوهش‌های میدانی حریری و زمانی‌راد نشان می‌دهد که میانگین کل آشنایی، علاقه، و استفاده والدین و فرزندان از فناوری اطلاعات حاکی از این است که میانگین کل متغیرها در والدین ۲/۰۴ و در فرزندان ۳/۱۶ است (حریری، بی‌تا: ص ۱۵). البته یافته‌های پژوهشی در این زمینه نشان می‌دهد که این فاصله، فقط به خاطر نداشتن گوشی یا اینترنت نیست؛ مشکل والدین صرفاً نداشتن گوشی هوشمند نیست (دسترسی فیزیکی دارند)، بلکه مشکل اصلی آن‌ها پایین بودن سواد دیجیتال و ضعف در دسترسی انگیزشی (ترس یا بیزاری از تکنولوژی) است که باعث شده است نتوانند به سطح استفاده متداول و هوشمندانه

برسند و در نتیجه مرجعیت خود را در برابر فرزندان از دست داده‌اند (کاظمی، بی‌تا: ص ۱۸۳ و ۱۹۲). این نابرابری باعث شده است والدینی که در گذشته نقش اصلی را در کنترل اطلاعات خانه داشتند، حالا در برابر فرزندان خود احساس ضعف کنند و دیگر نتوانند بر محتوای ورودی به ذهن آن‌ها نظارت کنند.

نتیجه مستقیم این عقب‌ماندگی، از دست رفتن قدرت تربیتی والدین است. رحمتی در تحلیل خود هشدار می‌دهد وقتی والدین از نرم‌افزارها و محیط‌های آنلاینی که فرزندان در آن زندگی می‌کند، بی‌خبرند؛ فرزندان عملاً به رهاسدگی در فضای مجازی دچار می‌شوند (رحمتی، بی‌تا: ص ۱۶۴ و ۱۶۹). در تکمیل این بحث، طاهره ماهروزاده تأکید می‌کند که این شکاف، مستقیماً «رشد اخلاقی» کودکان و نوجوانان را هدف قرار داده است. به گفته او، چون نمی‌توان فضای مجازی را به کلی حذف کرد یا با روش‌های قهری جلو آن را گرفت، تنها راه نجات این است که والدین سواد رسانه‌ای خود را بالا ببرند تا بتوانند به جای تماشاچی بودن، تهدیدهای این فضا را مدیریت و آن را به فرصتی برای تربیت اخلاقی تبدیل کنند (ماهروزاده، خبرگزاری حوزه 2B.ir/ug2B). در نهایت، این شکاف مهارتی به مثابه رخنه‌ای در فضای تربیتی عمل می‌کند که بدون ترمیم آن، عملاً تاب‌آوری شناختی خانواده مهدوی در برابر نفوذ نرم دشمن و حفظ هویت نسل منتظر ناممکن خواهد بود.

۳-۱. روایت‌های انحرافی و کج‌فهمی‌های مهدوی

علاوه بر تهدیدات عمومی، اندیشه مهدویت، با انحرافات محتوایی سازمان‌یافته‌ای روبه‌روست که نقش انکار، وضع، تحریف و تأویل در شکل‌گیری آن‌ها بنیادین است. این جریان‌های تحریفی با ایجاد سردرگمی شناختی در والدین، چرخه طبیعی انتقال ارزش‌های دینی در خانواده مهدوی را به شدت مختل می‌سازند؛ به‌طوری‌که والدین به دلیل ضعف در سواد رسانه‌ای، توانایی تفکیک مطالب معتبر از شبهات را از دست داده و ناخواسته معارف مهدویت را با ابهام به نسل بعد منتقل می‌کنند. در مقابل، فرزندان که در فضای مجازی همواره با روایات تقطیع شده و شبهات ساختارمند مواجه هستند؛ در برابر این انتقال ضعیف و افغان نشده، موضع‌گیری منفی و تدافعی اتخاذ می‌کنند که این امر به گسست ارتباطی و



اعتقادی در کانون خانواده می‌انجامد. بر این اساس، شناخت ابعاد این تقابل ادراکی، به واکاوی چهار ضلع اصلی از کج‌فهمی‌های رسانه‌ای نیازمند است که مستقیماً نظام باورهای سیستم خانواده مهدوی را هدف قرار داده‌اند:

الف) تزریق یأس و سیاه‌نمایی: در تاکتیک‌های جنگ شناختی، دشمن و جریان‌های انحرافی تلاش می‌کنند با ارائه تصویری تیره از آینده، «تاب‌آوری» خانواده منتظر را در هم بشکنند. رهبر معظم انقلاب در تبیین دقیق این راهبرد دشمن می‌فرماید: «چند خصوصیت در این عقیده مهدویت هست که این خصوصیات برای هر ملّتی، در حکم خون در کالبد و در حکم روح در جسم است. یکی، از آن‌ها امید است» (بیانات در دیدار قشرهای مختلف مردم، ۱۳۷۶/۹/۲۵). تاریخ نشان می‌دهد که «یکی از وسایل سرکوب ملّت‌ها در طول تاریخ تزریق یأس و ناامیدی در آن‌ها بوده است» (خامنه‌ای، ۱۳۹۱: ص ۳۰۴). در سطح رسانه‌ای، دشمنان «سعی می‌کنند فضای تیره‌یی را در مقابل چشم‌ها ترسیم کنند؛ فضای تیره به این معنا که به ملّت‌ها تفهیم کنند که نیروی ذاتی شما، فرهنگ شما، اعتقادات شما، شخصیت و هویت ملی شما، نمی‌تواند برای شما کاری انجام بدهد» (میلاد حضرت مهدی عجل‌الله‌تعالی‌فرجه‌الشریف قم، ۱۳۷۰/۱۱/۳۰). از این رو، می‌توان گفت در واقع، امروزه مأموریت رسانه دشمن در تقابل با فرهنگ مهدویت این است که با «جنگ روایت‌ها» و تکنیک‌های شناختی، جایگاه حق و باطل را تغییر داده و با بزرگ‌نمایی کاستی‌ها، «دستگاه محاسباتی» خانواده منتظر را در تشخیص افق روشن آینده مختل سازد.

ب) قرائت انفعالی از انتظار (انتظار ویرانگر): تلقین این که باید نشست تا جهان پر از ظلم شود تا امام بیاید، مخرب‌ترین تحریف معنایی است که اولاً، خانواده و در مرحله بعد، جامعه را به بی‌تفاوتی می‌کشاند. پژوهش‌های گفتمان‌شناسی نشان می‌دهد که این برداشت با روح روایات که انتظار را «افضل اعمال» (صدوق، ۱۳۷۸: ج ۲، ص ۳۶) و «جهاد» (حرانی، ۱۴۰۴: ص ۳۷) «مایه قبولی اعمال» (نعمانی، ۱۳۹۷: ص ۲۰۰)^۱ معرفی می‌کنند، در تضاد مطلق

۱. «أَلَا أُخْبِرُكُمْ بِمَا لَا يَقْبَلُ اللَّهُ عَزَّ وَ جَلَّ مِنَ الْعِبَادِ عَمَلًا إِلَّا بِهِ فَقُلْتُ بَلَى فَقَالَ شَهَادَةُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنْ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَ رَسُولُهُ ... وَ الْإِنْتَظَارُ لِلْقَائِمِ».

است و خانواده را از جایگاه «زمینه ساز فعال» به «ناظر منفعل» تنزل می دهد.

ج) ملاقات گرایی (تقلیل گرایی): ترویج این باور که وظیفه منتظر، صرفاً تلاش برای «دیدن امام» است و نه «عمل به دستورهای ایشان»، انحرافی است که مسئولیت های اجتماعی خانواده را حذف می کند. این رویکرد، انتظار را به یک تجربه شخصی و صوفی منشانه تقلیل داده و جایگاه «نایب عام» و مرجعیت دینی را در عصر غیبت تضعیف می کند؛ در حالی که هدف، تربیت یاور است، نه صرفاً دیدار (سلیمیان، ۱۳۹۴: ص ۴۵).

د) تطبیق و توقیت (تعیین وقت): رسانه های انحرافی و برخی افراد کم دقت با تطبیق های نادرست علائم ظهور بر حوادث روز و تعیین زمان خاص برای ظهور، هیجانات کاذبی در جامعه ایمانی و خانواده های مهدوی ایجاد می کنند. آسیب اصلی این تاکتیک، فراموشی وظایف اصلی در قبال امامت و باعث شکل گیری «یأس پس از عدم تحقق وعده» است که موجب سست شدن بنیان های اعتقادی و بی اعتمادی نسل جوان به اصل مهدویت می شود؛ امری که در روایات با شدت تمام تکذیب شده (سلیمیان، ۱۳۹۴: ص ۴۲)؛ از آن جمله روایتی است از امام صادق (ع): «كَذَّبَ الْمُؤَقَّتُونَ، مَا وَقَّتْنَا فِيمَا مَضَى، وَلَا نُوقَّتُ فِيمَا يُسْتَقْبَلُ؛ وقت گذاران دروغ می گویند. ما در گذشته، وقت [ظهور] را تعیین نکرده ایم و در آینده نیز تعیین نمی کنیم» (طوسی، ۱۴۱۱: ص ۲۶۱-۲۶۲).

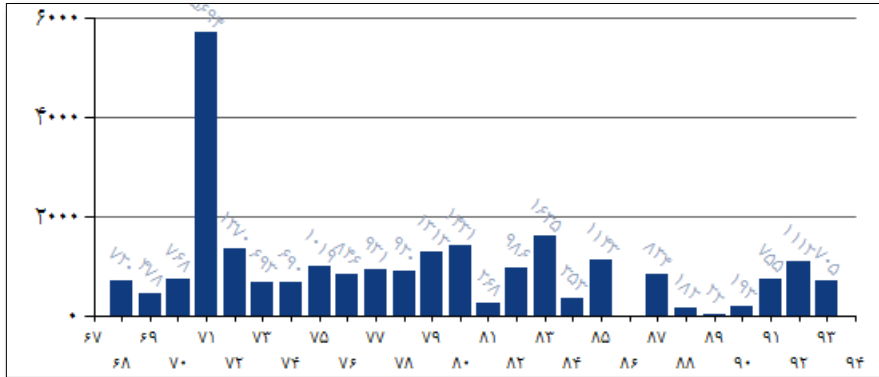
۲. کارکردهای صیانتی سواد رسانه ای در نهاد خانواده

بر اساس الگوی شناختی پاتر، در برابر راهبردهای تهاجمی دشمن که «باورها» و «امید به آینده» را نشانه رفته است؛ صرفاً «منع و فیلترینگ بیرونی» کارساز نخواهد بود؛ چراکه مرزهای فیزیکی در فضای سایبر بی معنا شده اند. راهبرد جایگزین در این الگو، ایمن سازی شناختی از طریق تقویت «جایگاه فردی» است. در این رویکرد، سواد رسانه ای فراتر از مهارتی فنی، به عنوان ضرورتی راهبردی عمل می کند که با فعال سازی «مهارت های پردازش اطلاعات» (مانند تحلیل و ارزیابی) و غنی سازی «ساختارهای دانش»، مخاطب را از وضعیت «پذیرش خودکار» پیام خارج می سازد. این فرآیند مستقیماً عامل تقویت مؤلفه های تاب آوری شناختی (مانند خردورزی و خود مهارگری) در اعضای خانواده است. در ادامه، سه کارکرد پدافندی که برآمده از



این چارچوب نظری هستند، تشریح می‌شود:

۱-۲. تفکر انتقادی و مصونیت بخشی شناختی در برابر اخبار جعلی



از جمله مهم‌ترین پیش‌نیازها برای صیانت از حریم خانواده، درک صحیح از میدان نبردی است که رسانه در آن نقش سلاح را ایفا می‌کند. در الگوی شناختی، تا زمانی که خانواده ماهیت این هجمه را نشناسد، در وضعیت نمودار عددی - تاریخی تبیین کلیدواژه تهاجم فرهنگی از ۲۷۹ فیش در بیانات آیت الله خامنه‌ای انفعال باقی می‌ماند. در همین زمینه اشاره به این بیان عمیق و دقیق مقام معظم رهبری، جایگاه خطیر این رویارویی را روشن خواهد کرد که ایشان فرمودند:

الان یک جنگ تبلیغاتی و رسانه‌ای بسیار تندی علیه ما وجود دارد، درست مثل جنگ تحمیلی... الان امکانات تبلیغاتی و رسانه‌ای ما در مقابل دشمن، مثل امکانات آن روز ما است در مقابل دشمن؛ البته آن روز ما غلبه کردیم بر دشمن، امروز هم غلبه خواهیم کرد؛ بدون تردید غلبه خواهیم کرد، اما وضع این است (بیانات در تاریخ، ۱۳۹۷/۰۷/۲۵).

در مواجهه با این جنگ تمام عیار، اولین و حیاتی‌ترین مهارت سواد رسانه‌ای که در نظریه پاتر از آن به عنوان هدف سواد رسانه یاد می‌شود؛ «قدرت کنترل» است؛ یعنی سواد رسانه‌ای به مردم نشان می‌دهد که چگونه کنترل را از رسانه به خود معطوف کنند و دریابند که رسانه‌ها چگونه آن‌ها را برنامه‌ریزی می‌کنند (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۲۱). خروجی حاصل شده این می‌شود که فرد توانایی پرسشگری در برابر هر پیام و عدم پذیرش غیرانتقادی آن‌ها را پیدا می‌کند. در



خانواده مهدوی که با سیل شایعات (مثل تطبیق‌های دروغین علائم ظهور یا اخبار یأس‌آور) روبه‌رو است، این مهارت حکم نقش مکانیسم دفاعی شناختی را ایفا می‌کند. پژوهش‌ها در این زمینه نیز مؤید آن است که بین «سواد رسانه‌ای» و «کاهش اضطراب ناشی از اطلاعات غلط» رابطه معناداری وجود دارد. وقتی فرد مهارت ارزیابی منبع را ندارد، هر شایعه‌ای را واقعیت می‌پندارد و به «اضطراب وجودی» دچار می‌شود؛ اما تفکر انتقادی با فعال‌سازی قوه «خردورزی»، به فرد کمک می‌کند تا اعتبار منبع را بسنجد و هدف پشت پرده پیام را کشف کند (شهبازی و همکاران، ۱۴۰۱: ص ۱۲). این مهارت، خانواده را در برابر تاکتیک‌هایی نظیر تحریف و تقطیع روایات، تطبیق علائم و ناامیدی‌های ناشی از عدم تحقق آن‌ها مصونیت‌بخشی می‌کند؛ زیرا فرد مجهز به سواد رسانه با تکیه بر استانداردهای دینی می‌داند که هر ادعایی بدون تکیه به ادله عقلی و نقلی و نظرگاه متخصصان آن حوزه، مردود است. یکی از مهم‌ترین ترفندهای روان‌شناختی فرقه‌ها، «مغزشویی» یا «بازسازی» فکری است. یکی از کاربردهای این ترفند، مسائل فرقه‌ای است که مدعیان با شیوه‌های مختلف بر روی مرتبطان خود انجام داده و آن‌ها را پس از جذب، تغییر هویت داده‌اند. بازسازی فکری می‌تواند از طریق مکانیزم‌های روانی خاصی صورت گیرد که دارای مدل‌های متفاوتی است (اسحاقیان درچه و حیدری چراتی، ۱۳۹۹: ص ۱۳۸).

ضرورت تجهیز به این مهارت زمانی دوچندان می‌شود که بدانیم مأموریت خانواده مهدوی صرفاً دفاع نیست، بلکه کنشگری فعال است. رهبر معظم انقلاب در بیانیه مهم گام دوم انقلاب اسلامی به بحث جنگ رسانه‌ای و ضرورت امیدآفرینی اشاره کرده و فرمودند:

در میان ملت نقش قشرهای فعال و اثرگذار بیش‌تر از دیگران است. جوانان و نخبگان اولین کسانی هستند که میدان جنگ رسانه‌ای، آن‌ها را به نقش‌آفرینی فرا می‌خواند. شما جوانان باید پیش‌گام در شکستن این محاصره تبلیغاتی باشید. در خود و دیگران نهال امید به آینده را پرورش دهید. ترس و نومیدی را از خود و دیگران برانید. این نخستین و ریشه‌ای‌ترین جهاد شما است (بیانیه گام دوم، ۱۳۹۷/۱۱/۲۲).

ناگفته پیداست که ما زمانی در این جهاد موفق خواهیم بود که رسانه را خوب بشناسیم و

سواد استفاده از آن را به بهترین شکل ممکن فراگرفته باشیم.

۲-۲. تنظیم‌گری رفتار رسانه‌ای و پایداری روانی در محیط خانواده

دومین راهبرد پدافندی که در نظریه پاتر مستقیماً با مفهوم «جایگاه فردی» (به عنوان مرکز کنترل و تصمیم‌گیری) مرتبط است، گذار از «مصرف بی‌رویه» (وضعیت خودکار) به «رژیم مصرف هوشمند» است (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۱۲). همان‌طور که جسم انسان با پرخوری آسیب می‌بیند، ساختارهای شناختی ذهن نیز در برابر «سرریز اطلاعات» دچار فرسایش می‌شوند. در جنگ شناختی، دشمن با سوء استفاده از ضعف جایگاه فردی مخاطبان و بمباران مداوم اخبار منفی، سعی در شکستن «تاب‌آوری روانی» خانواده دارد. در این زمینه، آموزش‌های سواد رسانه‌ای خانواده محور تأکید دارند که والدین باید نقش «دروازه بانی» را ایفا کنند تا هوشمندانه ورودی‌های خانه را کنترل کند؛ اما این اعمال کنترل نباید با زور باشد، بلکه باید با توافق جمعی بر سر قوانین مصرف صورت گیرد (امینی، ۱۳۹۹). رسانه، افکار و هیجان‌های مخاطب را آماج تغییر و تهاجم خود قرار می‌دهد و می‌کوشد منابع شکل‌دهنده تصمیم‌ها و رفتارهای انسان را تحت کنترل گیرد. نتیجه این تسخیر ذهن و اندیشه، دگرگونی بافت جامعه و ساختارهای اساسی آن در زمینه‌ای است که گردانندگان رسانه اراده کرده‌اند. بر همین اساس، فرایند و چرخه اثرگذاری رسانه بر عرصه مهدویت را می‌توان ذیل چهار محور «استحکام بخشی به باور مهدوی»، «اصلاح اندیشه‌ها و احساس‌های نامطلوب»، «تغییر رفتار ناصواب» و «پیریزی ساختار جدید» صورت‌بندی کرد (عرفان، ۱۳۹۲: ص ۳۲). بنابراین، مدیریت زمان و انتخاب آگاهانه و گزینشی محتوا را باید تمرینی عملی برای پرورش «خود مهارگری» دانست؛ همان عنصری که هم از ارکان تاب‌آوری دینی به‌شمار می‌رود و هم کار ویژه اصلی «جایگاه فردی» در الگوی سواد رسانه‌ای پاتر است. برآیند چنین مدیریت آگاهانه‌ای، حفظ سکینه و آرامش روانی در خانه خواهد بود و دقیقاً همین فضای آرام، بستر ضروری و اجتناب‌ناپذیر برای تحقق تربیت مهدوی محسوب می‌شود.

۳-۲. تحلیل بازنمایی‌ها؛ رمزگشایی از پیام‌های تحریف‌شده

در الگوی پاتر، پیچیده‌ترین مرحله سواد رسانه‌ای، درک مفهوم «بازنمایی» است. دستیابی به

این فهم، به آگاهی عمیق از پشت پرده و ماهیت صنایع رسانه‌ای نیازمند است. به زبان ساده، مخاطب باید بداند که رسانه هرگز مانند یک آینه، واقعیت را عیناً بازتاب نمی‌دهد؛ بلکه آنچه به ما نشان می‌دهد، واقعیتی است که توسط خود رسانه ساخته و پرداخته شده است. پژوهشگران تصریح دارند که آشنایی با مهارت‌های ادراکی و زیبایی‌شناختی، مؤثرترین راه برای خنثی‌سازی تهدیدات نرم است (مظفری و همکاران، ۱۴۰۲: ص ۹۵). یکی از مهم‌ترین ترفندهای رسانه‌ای جریان‌های انحرافی مهدوی، «ترویج عالم‌گریزی» و تخریب چهره نهاد فقاقت از طریق بازنمایی وارونه است؛ چنان‌که با برچسب‌هایی چون «دزدان راه» (در ادبیات بهائیت) یا متهم کردن علما به «انحطاط ایمانی شیعیان» و عامل «تمدید غیبت» (در گفتمان مدعیانی چون علی یعقوبی)، عالمان دین را نه پناهگاه فکری جامعه، که مانعی بر سر راه حقیقت جلوه می‌دهند. این تصویرسازی واژگون که دقیقاً با هدف بی‌اثرسازی مرجعیت علمی و جایگزینی مطالب سطحی فرقه‌ای صورت می‌گیرد، آشکارا مصداق «بازنمایی رسانه‌ای» است؛ جایی که رسانه با وارونه‌سازی واقعیت، متخصصان مرجع را رقیب و دشمن و خود را ناجی می‌نمایاند و بدین‌سان دستگاه تشخیص مخاطب را مختل می‌کند. نتیجه چنین مهندسی شناختی، دورساختن مخاطب از عالمان ربّانی و مستعد ساختن او برای پذیرش روایت‌های انحرافی و عوام‌پسند است (رضانژاد و کامیاب، بی‌تا: ص ۱۲۳).

در کارزار جنگ شناختی، به‌ویژه در سینمای غرب و بازی‌های رایانه‌ای، با استفاده از همین قدرت بازنمایی، اغلب چهره‌ای خطرناک، بی‌رحم و ویرانگر از منجی اسلام ساخته می‌شود. اگر نوجوان خانواده، آگاهی لازم را برای خوانش پشت پرده تصاویر نداشته باشد و در «وضعیت خودکار» پیام را دریافت کند، این تصاویر به ضمیر ناخود آگاه او نفوذ و نوعی «هراس پنهان» نسبت به منجی و ظهور ایجاد می‌کند.

در این جا سواد رسانه‌ای با تعمیق مهارت تحلیل پیام سازنده، به اعضای خانواده می‌آموزد که چگونه تکنیک‌های اقناعی (مانند برچسب‌زنی، کلیشه‌سازی و مظلوم‌نمایی) را رمزگشایی کنند (مظفری و همکاران، ۱۴۰۲: ص ۹۸). این فرآیند که می‌توان آن را «ابهام‌زدایی» از پیام‌های دشمن نامید، باعث می‌شود که خانواده مهدوی مقهور جذابیت‌های فرمی و بصری تولیدات هالیوودی و جریانات انحرافی که به دنبال انکار، تخریب، تحریف و جایگزین‌سازی در



مسئله مهدویت است، نشده و با تکیه بر «جایگاه فردی» خود، اصالت باورهایش را حفظ کند.

۳. کارکردهای ایجابی سواد رسانه‌ای؛ از انفعال فرهنگی تا کنشگری فعال

طبق نظریه پاتر، فقط «دفاع کردن» و بالا بردن آگاهی (ساختارهای دانش رسانه‌ای) کافی نیست. درست است که باید از خانواده در برابر آسیب‌ها محافظت کنیم؛ برای ساختن تمدن مهدوی به چیزی فراتر از دفاع نیاز داریم. در نگاه اسلامی، «انتظار» به معنای نشستن و دست روی دست گذاشتن نیست، بلکه طبق برخی از روایات افضل اعمال امت (صدوق، ۱۳۷۸: ج ۲، ص ۳۶)^۱ معرفی شده است. بنابراین، خانواده مهدوی نمی‌تواند بی تفاوت باشد، بلکه باید مثل «نیروی فعال» عمل کند؛ همان‌گونه که در موارد متعدد اقرار می‌کند. «و نُصَرِّقُ لَكُمْ مُعَدَّةً» که این اقرار، حقیقت نصرت در ساحت فردی، خانوادگی و اجتماعی را در بر گرفته و شخص منتظر را از هر گونه انفعال فرهنگی در عرصه مهدویت رهایی می‌بخشد.

این جا روشن می‌شود که چگونه سواد رسانه‌ای با تقویت اراده و «جایگاه فردی»، پویایی و کنشگری خانواده را تسهیل می‌کند. این مهارت باعث می‌شود اعضای خانواده از «مصرف‌کننده ساده» به «تولیدکننده فعال» تبدیل شوند. در این مرحله، خانواده دیگر فقط تماشاگر نیست، بلکه با «معناسازی» و تولید پیام، خود را برای نقش‌آفرینی در میدان «جهاد تبیین معارف حقه» آماده می‌کند.

۳-۱. گذار از «ایمان تقلیدی» به «ایمان استدلالی»

در تحلیل رفتارهای رسانه‌ای، واقعیت این است که رسانه فراتر از بستر سرگرمی، به عنوان «الگوساز» عمل می‌کند. مخاطبان، به‌ویژه در سنین شکل‌گیری شخصیت، تمایل دارند آنچه را در قاب تصویر می‌بینند، بدون پردازش عمیق تقلید کنند. این وضعیت ایجاب می‌کند که رسانه‌های منتسب به جبهه حق، هوشیاری مضاعفی داشته باشند؛ چرا که پیام‌های آنان در ذهن مخاطب، مشروعیت دینی پیدا می‌کند (سخی حلیمی، ۱۳۸۲: ص ۳۴۱).

این وضعیت «تقلید محض» که در ادبیات نظری سواد رسانه‌ای (نظریه جیمز پاتر) به «جور

۱. أَفْضَلُ أَعْمَالٍ أُمَّتِي إِنْتِظَارُ فَرَجِ اللَّهِ.

کردن معنا» تعبیر می‌شود؛ سطحی ابتدایی از مواجهه با پیام است که در آن فرد خودکار و منفعل، نمادها را شناسایی کرده و معانی استاندارد را می‌پذیرد (پاتر، ۱۳۸۵: ص ۱۴). در عصر جنگ شناختی، باقی ماندن در این سطح خطرناک است؛ زیرا «ایمان تقلیدی» (که حاصل جور کردن معناست) تاب مقاومت در برابر شبهات پیچیده را ندارد. در این جا سواد رسانه‌ای با فعال‌سازی مهارت‌های تحلیل و ارزیابی، ذهن را به سطح عالی «معناسازی» ارتقا می‌دهد. در این سطح، فرد دیگر مقلد نیست، بلکه با تکیه بر اهداف و ساختارهای دانش خود، فعالانه دست به تفسیر و بازسازی معنا می‌زند (همان: ص ۱۵). در این سطح، فرد دیگر مقلد نیست، بلکه استدلال‌گر است و وقتی عضوی از خانواده مهدوی با مهارت‌های سواد رسانه (تفکر انتقادی و منطقی) آشنا باشد، در مواجهه با شبهات ضد مهدوی، به جای فرار یا انکار، به دنبال «پاسخ» می‌گردد. این جست‌وجوگری باعث می‌شود ایمان او از لایه ظاهری گذر کرده و به «ایمان آگاهانه» تبدیل شود.

۳-۲. خانواده کنشگر و تولید جایگزین (ریز روایت‌های مهدوی)

در مدل‌های پیشرفته سواد رسانه‌ای، مخاطب ایده‌آل، کسی است که هم مصرف‌کننده و هم «تولیدکننده» باشد. خانواده تراز مهدوی باید از انفعال خارج شده و خود را «رسانه» بداند. امروز جنگ، جنگ روایت‌هاست و پیروز میدان کسی است که «روایت اول» و «روایت جذاب» را بسازد. امروزه روایت هالیوود که در تفکر غربی ریشه دارد، از فرجام تاریخ جز استیلای فرهنگ غرب و بقای پیروانش را تبلیغ نمی‌کند. در این فیلم‌ها با این صحنه روبه‌رویم که موجوداتی شرور و شیطانی در زمین فساد می‌کنند، و درست وقتی مردم غافل‌گیر شده‌اند، آمریکا در قامت «منجی» سر می‌رسد و جهان را نجات می‌دهد. در این تصویرسازی، دیگران جز کرنش در برابر توان تمدنی و فناوریانه غرب، به‌ویژه آمریکا، چاره‌ای ندارند. این فیلم‌ها با استفاده افراطی از جلوه‌های ویژه و صحنه‌های رایانه‌ای، مخاطب را چنان مسحور می‌کنند که برتری منجی‌گری قهرمان داستان را بی‌چون و چرا بپذیرد. تولیداتی چون آرماگدون، نارنیا، بیگانه، ترمیناتور، ارباب حلقه‌ها، هری پاتر، مومیایی و ایندیانا جونز، همگی بازتاب همین نگرش ارزشی به آخرالزمان و جدال خیر و شر هستند (عرفان، ۱۳۹۴: ص ۵۰).

خانواده مهدوی می‌تواند به جای این که صرفاً تماشاگر محتوای دیگران باشد، با تولید «ریز روایت‌ها» در فضای مجازی کنش‌گری کند. این کنش‌گری لزوماً ساخت فیلم سینمایی نیست، بلکه انتشار یک عکس نوشته امیدبخش، باز نشر یک استدلال منطقی درباره فلسفه غیبت، یا حتی دنبال و تایید کردن کنشگری متخصصان در این زمینه و واکنش هوشمندانه (کامنت‌گذاری) در زیر پست‌های شبهه‌ناک، مصداق بارز «یاری امام» است. این رویکرد، روحیه «مسئولیت‌پذیری» را در فرزندان زنده می‌کند و به آن‌ها می‌آموزد که در برابر تحریف حقیقت، ساکت نباشند. در حقیقت، کنش‌گری رسانه‌ای خانواده تراز، مصداق بارز و جدید فریضه «امر به معروف و نهی از منکر» در عصر غیبت است؛ چرا که صیانت از سلامت روانی جامعه و مقابله با گمراهی افکار عمومی، از بالاترین درجات این واجب الاهی محسوب می‌شود و سکوت در برابر هجمه شناختی دشمن، با فلسفه انتظار سازگار نیست.

۳-۳. سواد رسانه‌ای؛ قابلیت عملیاتی «جهاد تبیین»

هدف غایی اتصال سواد رسانه و مهدویت در خانواده تراز، تحقق «جهاد تبیین» است. بر اساس مبانی قرآنی، استراتژی شیاطین بر پایه «اغوا»^۱ (ص: ۸۲) و «تزیین»^۲ (زیبا نشان دادن باطل) است (نمل: ۲۴). در چنین میدانی، سواد رسانه‌ای توانمندی «افسون‌زدایی» و مقابله با «تزیین باطل» است؛ یعنی جهاد تبیین فقط سخن گفتن نیست، بلکه به کارگیری مهارت «تحلیل» برای کنار زدن لایه جذاب و فریبنده‌ای است که دشمن روی باطل کشیده است. از این رو، اگر انتظار پویا را به معنای «قانع نشدن، قبول نکردن وضع موجود زندگی انسان و تلاش برای رسیدن به وضع مطلوب» بدانیم (خامنه‌ای: ۱۳۸۷)؛ یکی از مؤلفه‌های اصلی این تلاش در قرن بیست و یکم، مجهز بودن به مهارت‌های رسانه‌ای است.

در پارادایم شناختی پاتر، بدون سواد رسانه‌ای، جهاد تبیین ممکن نیست؛ زیرا فردی که «ساختارهای دانش» و مهارت کافی ندارد، یا به همسویی ناآگاهانه با اهداف رسانه‌های

۱. «قَالَ فَبِعِزَّتِكَ لَأُغْوِيَنَّهُمْ أَجْمَعِينَ»؛ گفت: به عزت همه آنان را گمراه می‌کنم.

۲. «وَزَيَّنَ لَهُمُ الشَّيْطَانُ أَعْمَالَهُمْ فَصَدَّهُمْ عَنِ السَّبِيلِ فَهُمْ لَا يَهْتَدُونَ»؛ شیطان اعمالشان را برای آن‌ها زینت داده بود، و با این که ظاهراً چشم بینا و عقل و خرد داشتند، پرده بر دید و درکشان افکند و از راه حق بازداشت.

معارض دچار می‌گردد یا با دفاع بد، به «ضد تبلیغ» تبدیل می‌شود. سواد رسانه‌ای به خانواده مهدوی «تکنیک» می‌دهد تا بتواند «محتوا» (پیام مهدویت) را به درستی منتقل کند. به بیانی دقیق‌تر، این فرآیند ترکیبی از سه رکن است:

مهدویت (ساختار دانش): محتوا و پیام را تأمین می‌کند.

سواد رسانه‌ای (مهارت‌ها): قالب و تکنیک را فراهم می‌کند.

خانواده (جایگاه فردی): مجری و عامل دارای اراده است.

ترکیب این سه عنصر، به شکل‌گیری جریانی منجر می‌شود که در برابر جریان‌های تحریف‌گر رسانه‌ای، به تبیین واقعیت می‌پردازد. این همان مصداق بارز روایاتی است که منتظران را به «مرباطه» (نعمانی، ۱۳۹۷: ص ۱۹۹) (مرزبانی) تشبیه کرده‌اند؛ با این تفاوت که امروز مرزها، مرزهای عقیدتی در فضای سایبر است.

امروزه جهاد تبیین یکی از اصلی‌ترین راهکارها برای خنثی سازی شیطنت‌های رسانه‌ای دشمن است که در وصف اهمیت جهاد تبیین به برخی از بیانات رهبر شهید اشاره می‌شود که ایشان در ارتباط کنش صحیح ما نسبت به رسانه و جهاد تبیین فرمودند:

[دانشجویان] در فضای مجازی غرق نشوند. خب حالا فضای مجازی با همه حرف‌هایی که از آن طرف و از این طرف گفته می‌شود، بالاخره در کشور وجود دارد؛ شبکه‌های اجتماعی وجود دارد، فضای مجازی وجود دارد. بعضی‌ها نشسته‌اند که از طرف فضای مجازی، سیل‌وار، تحلیل و خبر و مطلب و مبنا به این‌ها داده شود؛ این غلط است. شما روی فضای مجازی سوار شوید، شما فضای مجازی را هدایت کنید، از طرف شما فکر و خبر و تحلیل به فضای مجازی برود، نه بالعکس. اینها آفت فعالیت دانشجویی است (خامنه‌ای، ۱۴۰۲).

همچنین فرمودند:

اکنون عرصه نبرد ما کجاست؟ می‌گویند جنگ اقتصادی، و درست هم می‌گویند. دشمن جنگی تمام‌عیار در حوزه اقتصاد علیه ما به راه انداخته است؛ آنان اتاق جنگ دارند، با دقت شرایط را می‌سنجند، مأموران خود را گمارده‌اند و پیوسته در تکاپو هستند. تردیدی در وجود چنین جنگی نیست، اما در کنار آن، نبرد دیگری نیز جریان دارد که اغلب از آن غافلیم. اهمیت آن جنگ، نه تنها کمتر از جنگ



اقتصادی نیست، بلکه گاه زمینه‌ساز اثرگذاری جنگ اقتصادی نیز می‌شود. آن جنگ چیست؟ جنگ رسانه‌ای است؛ نبرد فضا سازی عمومی و تبلیغاتی... (خامنه‌ای، ۱۳۹۷).

نتیجه‌گیری

یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که در عصر «جنگ شناختی»، سواد رسانه‌ای، دیگر نه مهارت جانبی، بلکه متغیری بنیادین در تأمین امنیت هستی‌شناختی «خانواده تراز مهدوی» است. تحلیل‌ها حاکی از آن است که بین ارتقای سواد رسانه‌ای و تقویت «تاب‌آوری شناختی» همبستگی مستقیم و معناداری وجود دارد؛ بدین‌سان که مهارت‌های تفکر انتقادی و تحلیل پیام، با فعال‌سازی دو بازوی دینی «خردورزی» و «خود مهارگری»، اعضای خانواده را از مصرف‌کنندگان منفعل داده‌های مسموم، به کنشگرانی هوشمند تبدیل می‌کند. این مکانیزم دفاعی، با خنثی‌سازی تکنیک‌های وارونه‌نمایی و شبهه افکنی دشمن، مانع فرسایش سرمایه اجتماعی و استحاله ارزش‌های دینی شده و ثبات روانی و اعتقادی کانون خانواده را در تلاطمات آخرالزمانی تضمین می‌کند.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش بر ضرورت گذار راهبردی از رویکرد سنتی «قرنطینه رسانه‌ای» (مصونیت انفعالی) به سمت «ایمن‌سازی شناختی» تأکید دارد. خانواده مهدوی برای ایفای نقش تمدن‌ساز خود، به «ایمان استدلالی» و آگاهانه نیازمند است که تنها در سایه تلفیق آموزه‌های مهدوی که امروزه مهم‌ترین آن‌ها سلوک منتظرانه است، با هوشمندی رسانه‌ای حاصل می‌شود. بنابراین، تاب‌آوری شناختی برآمده از این سواد، نه تنها ساختار خانواده را در برابر بمباران اخبار جعلی مصونیت می‌بخشد، بلکه با حفظ و تعمیق روحیه امید و پویایی، بستر لازم را برای بازسازی مرجعیت تربیتی والدین، پرورش «نسل منتظر» و در نهایت تحقق جامعه زمینه‌ساز فراهم می‌آورد.



منابع

قرآن کریم.

۱. اسحاقیان درچه، جواد؛ حیدری چراتی، حجت (۱۳۹۹). «*تحلیل راهکارهای مشترک نفوذ جریان‌های انحرافی معاصر در بستر آموزه‌های مهدویت*»، فصلنامه انتظار موعود، شماره ۶۸.
۲. بصیریان جهرمی، حسین و بصیریان جهرمی، رضا (۱۳۸۵). «*درآمدی به سواد رسانه‌ای و تفکر انتقادی*»، فصلنامه رسانه، سال ۱۷، شماره ۴.
۳. پاتر، جیمز (۱۳۸۵). «*تعریف سواد رسانه‌ای*»، مترجم: لیدا کاووسی، فصلنامه رسانه، سال ۱۷، شماره ۴ (پیاپی ۶۸).
۴. حسینی، سیده اسماء؛ محمدی، حنانه و سعادت، زینب (۱۳۹۹). «*بررسی ویژگی‌های روان‌سنجی مقیاس تاب‌آوری شناختی در نمونه‌ای از جامعه ایرانی*»، فصلنامه اندازه‌گیری تربیتی، سال ۱۱، شماره ۴۲.
۵. حرانی، حسن بن علی (۱۴۰۴ق). *تحف العقول*، مصحح: علی‌اکبر غفاری، قم، جامعه مدرسین.
۶. خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۱). *ولایت و حکومت (بیانات مقام معظم رهبری درباره ولایت و حکومت)*، تهران، مؤسسه جهادی مرکز صهباء.
۷. خامنه‌ای، سیدعلی، (۱۳۸۷). *بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم به مناسبت نیمه‌ی شعبان*، ۲۷/۰۵/۱۳۸۷، تهران: پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر حفظ و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی خامنه‌ای.
۸. سخی حلیمی، غلام (۱۳۸۲). *رسانه و جنبش‌های اسلامی معاصر*، قم، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۹. صدوق، محمدبن علی (۱۳۷۸ق). *عیون أخبار الرضا علیه السلام*، مصحح: مهدی لاجوردی، تهران، نشر جهان.
۱۰. صدوق، محمدبن علی (۱۳۹۵ق). *کمال‌الدین و تمام النعمه*، محقق: علی‌اکبر غفاری، تهران، اسلامیه.



۱۱. طوسی، محمد بن الحسن (۱۴۱۱ق). *الغیة*، محققان: عبادالله تهرانی و علی احمد ناصح، قم، دارالمعارف الإسلامية.
۱۲. داوری، جواد (۱۴۰۰). *ابعاد جنگ نرم/افزاری و جنگ روایت‌ها*، پایگاه خبری تحلیلی راهبرد معاصر.
۱۳. رجبی ده برزویی، اصغر (شهریور ۱۴۰۴). «*بازتاب جنگ نرم بر خانواده از منظر آموزه‌های قرآن کریم*»، دوفصلنامه مطالعات اعتقادی سیاسی، دوره ۳، شماره ۵.
۱۴. عبدالمحمدی، کریم؛ علی‌محمدی، عسگر و غدیری صورمان‌آبادی، فرهاد (۱۴۰۵). «*ویژگی‌های روان‌سنجی نسخه فارسی مقیاس ارزیابی تاب‌آوری (RES)*»، فصلنامه پژوهش‌های کاربردی روانشناختی، انتشار آنلاین.
۱۵. عرفان، امیرمحسن (۱۳۹۲). «*راهکارهای غلبه‌ی پیام مهدوی بر فرهنگ عامه‌پسند در رسانه‌ها*»، فصلنامه انتظار موعود، شماره ۴۳.
۱۶. عرفان، امیرمحسن (۱۳۹۴). *رسانه و آموزه مهدویت: بازنمایی الگوی مطلوب رسانه در عرصه اندیشه مهدویت*، قم، مؤسسه بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود عجل‌الله تعالی فرجه‌الشریف.
۱۷. سلیمیان، خدامراد (زمستان ۱۴۰۱). «*تحلیل نقش وضع، تحریف و تأویل در بنیان جریان‌های انحرافی مهدویت*»، فصلنامه انتظار موعود، شماره ۷۹.
۱۸. سامانی، سیامک؛ جوکار، بهرام؛ صحراگرد، نرگس (۱۳۸۶). «*تاب‌آوری، سلامت روانی و رضایتمندی از زندگی*»، روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران (اندیشه و رفتار)، دوره ۱۳، شماره ۳، شماره پیاپی ۵۰.
۱۹. شهبازی، علیرضا؛ عزیزی، محمد؛ عزیزی، مهدی؛ غلاملو، مهدی (۱۴۰۴). «*نقش سواد رسانه‌ای در تقویت مهارت‌های تفکر انتقادی دانش‌آموزان و کاهش اضطراب ناشی از اطلاعات غلط*»، در مجموعه مقالات پنجمین کنفرانس بین‌المللی پژوهش‌های مدیریت، تعلیم و تربیت در آموزش و پرورش، تهران، خرداد ۱۴۰۴، [بی‌ناشر]، صص ۳۵۲۶-۳۵۳۵.
۲۰. لزگی، علینقی؛ خطیب، سیدمهدی؛ داداشی، مهدی (۱۴۰۳). «*مؤلفه‌های روان*

شناختی تاب‌آوری دینی بر اساس آموزه‌های اسلامی»، اسلام و پژوهش‌های

روان‌شناختی، شماره ۲۱، بهار و تابستان، ص ۱۱۹-۱۳۸.

۲۱. مرکز آموزش‌های آزاد دانشگاه شهید بهشتی (بی‌تا). *آشنایی با سواد رسانه*، سامانه آموزش مجازی نهاد.

۲۲. مظفری، نوش‌آفرین و همکاران (زمستان ۱۴۰۲). «نقش سواد رسانه‌ای در کاهش اخبار جعلی و راهبردهای مقابله با تهدیدات نرم رسانه‌های خارجی در ایران»، مطالعات راهبردی ارتباطات، سال سوم، شماره ۱۰.

۲۳. مهدوی‌نسب، حسین؛ فرزاد نیا، نیما؛ آذر، داود (۱۴۰۳). «شناسایی و رتبه‌بندی راهکارهای ارتقاء سواد رسانه‌ای دانشجویان دانشگاه‌های افسری آجا در مواجهه با جنگ شناختی مبتنی بر نظریه سواد رسانه‌ای جیمز پاتر»، فصلنامه مدیریت نظامی، سال ۲۴، شماره ۴ (پیاپی ۹۶).

۲۴. نصیری، بهاره (۱۳۹۹). *سواد رسانه‌ای و والدگری رسانه‌ای در فضای مجازی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۲۵. نعمانی، محمد بن ابراهیم (۱۳۹۷ ق). *الغیبه*، محقق: علی‌اکبر غفاری، تهران، نشر صدوق.

۲۶. خبرگزاری بین‌المللی قرآن (۱۳۹۷). *اهداف جنگ پنهانی علیه مهدویت و تضعیف اندیشه ظهور منجی*، کد خبر: ۳۷۶۶۶۲۴.

۲۷. خبرگزاری حوزه (۱۴۰۳). *شکاف دیجیتالی بین والدین و فرزندان آسیب‌زا است*، کد خبر: ۱۱۵۴۵۴۶.

