جلسه: 459 | تاریخ تصویب: 24 اسفند 1378 | تاریخ ابلاغ: 8 آذر 1378 | شماره مصوبه: 1168

سیاستهای مقابله با تهاجم فرهنگی

‌مقدمه :

‌مفهوم تهاجم فرهنگی

‌تهاجم فرهنگی عبارت است از تلاش برنامه ریزی شده و سازمان یافته تمام یا بخشی از یک یا چند گروه اجتماعی - ‌فرهنگی یا ملت یا جامعه یا تمدن و یا دولت، برای تحمیل مبانی و اصول اجتماعی، باورها، ارزشها، اخلاقیات و‌رفتارهای مورد نظر خویش بر سایر گروهها و جوامع و ارائه اطلاعات انبوه به ملتها منجر به تأمین سیاسی و‌اقتصادی و... کشورهایی بشود که از این حربه استفاده می‌کنند.

‌هدف از تهاجم فرهنگی کنترل فرآیند تصمیم‌گیری و شیوه اطلاع رسانی و تغییر در نظام ارزشهاست که منجر به‌استیلای سیاسی و اقتصادی آنها می‌شود، بدین ترتیب که «‌مهاجم فرهنگی» سعی می‌کند با استفاده از برتری‌اقتصادی، سیاسی، نظامی، اجتماعی و فن آوری، به مبانی اندیشه و رفتار یک ملت هجوم آورد و با تجدید، ‌تضعیف، تحریف و احیانا" نفی و طرف آنها، زمینه حاکمیت اندیشه، ارزشها و رفتارهای مطلوب خویش را فراهم‌آورد. اساساً کالاهای فرهنگی این گروه دو دسته است که یکی مصرف داخلی دارد و دیگری کالاهای مصرفی‌صادرات است که پوچ گرایی و فساد را رواج می‌دهد و در واقع در اثر تهاجم این نوع اخیر از کالاها در کشورهای‌مقصد، فرهنگ مهاجم به این کشورها راه می‌یابد. برای مثال می‌توان به ویژگی اخلاق کار اشاره نمود که هیچ گاه به‌کشورهای مورد تهاجم منتقل نشده است. این ترویج از طریق زور نیست بلکه با بهره‌گیری از قوانین بازتابهای شرطی‌است که انسان بر طبق آن به محرکهای خارجی پاسخ می‌دهد.

‌بنابراین، تهاجم فرهنگی به مفهوم نفی هویت فرهنگی و ملی کشور مورد هجوم، برای برقرار کردن سلطه فکری و‌فرهنگی از طریق تغییر باورها، رفتارها، روشها و آداب و رسوم زندگی فردی و اجتماعی آن ملت، منطبق با الگوهای‌فرهنگ مهاجم خواهد بود.

‌خرده فرهنگها

‌در درون هر فرهنگ الگوهای متنوعی قابل مشاهده است که جامعه‌شناسی به آنها خرده فرهنگ می‌گوید. خرده‌فرهنگ، فرهنگ بخشی از جامعه است که در عین اینکه با فرهنگ کل جامعه پیوند دارد دارای ویژگیهای منحصر به‌خود نیز می‌باشد. تنوع خرده فرهنگها که گاه توأم با تعارض با یکدیگر نیز هست می‌تواند زمینه ساز تهاجم فرهنگی‌باشد. اگر تمدن و مدنیت پذیری را مجموعه‌ای از اندوخته‌های معنوی و مادی جامعه بدانیم خرده فرهنگها بخشی‌از مدنیت و تمدن جامعه را شامل می‌شوند که اسباب گسست فرهنگی را فراهم می‌آورند.

‌ویژگیهای تهاجم فرهنگی در جامعه دارای دو بعد سخت‌افزاری یا ساختاری (‌اسباب تهاجم فرهنگی) و بعد‌کارکردی (‌شامل زمینه‌های بروز تهاجم فرهنگی) است. ‌بعد کارکردی دارای دو بخش است که بخش دوم آن نیز به‌شرح زیر دارای تقسیماتی است.

1ـ خانواده

2ـ جامعه

1ـ2ـ کودکان (‌دختران، پسران).

2ـ2ـ نوجوانان (‌دختران، پسران).

3ـ2ـ جوانان (‌دختران، پسران).

4ـ2ـ جامعه زنان (‌مادران).

5ـ2ـ جامعه مردان (‌پدران).

‌هریک از این زیر گروهها دارای خرده فرهنگهایی هستند که عموماً در تعارض با یکدیگر عمل می‌کنند. حوزه تأثیر‌پذیری تهاجم فرهنگی از طریق خرده فرهنگها را می‌توان در عدم دستیابی به عزم و وحدت ملی بازشناخت.

‌تهاجم و تبادل فرهنگی

‌فرهنگ در وجه پویایی و خلاقیت، کارکردهای متفاوتی دارد. تبادل و تعامل فرهنگی از جمله این کارکردهاست.‌ آنچه ما تهاجم فرهنگی می‌خوانیم وجهی خاص از کارکرد ویژه یک فرهنگ در برابر فرهنگ دیگر است؛ وجهی که‌در آن فرهنگ مهاجم با تلاش برای تسلط بر فرهنگ مورد تهاجم، فرآیند دو سویه تعامل را به کشمکشی مخرب بدل‌می‌کند. کارکرد این فرآیند، با لحاظ تبیین یکی از ویژگیهای مهم فرهنگها، یعنی تبادل و تعامل، بهتر شایان درک‌خواهد بود.

ـ تبادل فرهنگی، آموختن و فراگرفتن انتخابی پاره‌ای از اندیشه‌ها و رفتارها از فرهنگهای دیگر به وسیله عموم افراد‌یک جامعه است .

ـ در تبادل فرهنگی، هدف، بارور کردن و کامل نمودن فرهنگی ملی است، ولی هدف تهاجم فرهنگی، تسلط بر‌فرهنگ دیگر و خود باخته و دنباله رو نمودن آن و احیاناً، از بین بردن فرهنگ دیگر است .

ـ تبادل فرهنگی با آگاهی و اراده است، ولی تهاجم فرهنگی با تحمیل خودآگاهانه یا ناخود آگاهانه انجام می‌شود.

ـ در تبادل فرهنگی، فرهنگها گیرنده عناصر مطلوب فرهنگی یکدیگرند، اما در تهاجم فرهنگی، فرهنگ مهاجم‌هنجارها، باورها و ارزشهای خود را که در فرهنگ مورد تهاجم نامطلوبند، بر فرهنگ مورد تهاجم تحمیل می‌کند.

ـ تبادل فرهنگی، با اتکاء به نقاط قوت فرهنگها انجام می‌شود، ولی تهاجم فرهنگی، با اتکاء به نقاط قوت فرهنگ‌مهاجم و نقاط ضعف فرهنگ مورد تهاجم به قوع می‌پیوندد.

‌در زمینه شناسایی مرز میان تبادل فرهنگی و تهاجم فرهنگی، چگونگی انتخاب و تعیین، اصول زیر، نقش محوری‌دارد:

1ـ اصل گزینش:

‌این سئوال از دیرباز فراروی اندیشمندان غیر غربی بوده است که در برابر فرهنگهای بیگانه چه موضعی باید اتخاذ‌کرد؟ گروهی که شیفته فرهنگ جدید اروپایی بوده‌اند، حتی بعضاً با نیت خدمت به مردم و کشور خویش، تسلیمی‌بی‌چون و چرا و استحاله کامل در فرهنگ غربی را توصیه کرده‌اند و گروه دیگر، خزیدن به کنج انزوا و محبوس‌نمودن خود در حصار جزمیت را توصیه کرده‌اند، اما راه صحیح آن است که آنچه مفید و مثبت است را به فرهنگ‌خودی جذب کرد و در عین حال از آفات و ناهنجارهای فرهنگهای دیگر پرهیز نمود. تشخیص خوبها و بدها نیز،‌باید براساس معیارهای ارزشی فرهنگ خودی سنجیده شود.

البته آنچه در فرهنگ خودی قابل ذکر است، اینکه در‌فرهنگ خودی نیز می‌تواند ارزشهای منحطی وجود داشته باشد. رژیم قبل نیز از طریق برخی اقدامات ظاهری و‌مضحک سعی داشت نشان دهد که حافظ فرهنگ خودی است.

2ـ اصل تحصیل و جذب

‌گزینش ویژگی‌های مثبت فرهنگ‌های دیگر، به تنهایی نمی‌تواند نقشی مؤثر در بالندگی و رشد فرهنگ ایفا کند. از‌طرف دیگر، اتکاری صرف به گزینش مزبور، فرهنگ را آسیب‌پذیر خواهد ساخت. پس از گزینش یک جزء فرهنگ‌دیگر، باید آن جزء تجزیه و تحلیل و سپس سنخیت آن با فرهنگ خودی سنجیده شود، تا بتواند در مجموعه‌فرهنگ خودی ثبوت و قرار یابد.

3ـ اصول تولید فرهنگی

‌سومین اصل در نظریه تعامل فرهنگی، تولید فرهنگی است. یعنی فرهنگی بالنده است که علاوه بر پاسخگویی به«‌سئوالات موجود»، «‌سئوال ساز» نیز باشد. در این مقام، فرهنگ از حالت «‌واکنشی» صرف خارج و به جایگاه«‌کنشی» صعود می‌کند.

‌با توجه به سه اصل فوق در تعامل فرهنگی، در می‌یابیم که تعامل، گزینش صرف یا تسلیم در برابر فرهنگ بیگانه‌نیست، بلکه فرآیندی است که در آن، فرهنگ خودی با توجه به غنای درونی خویش و با در نظر داشتن نیازهای‌خود، جزئی از فرهنگ بیگانه را گزینش و تحلیل کند و آن را در قالب یک باز تولید فرهنگی، همگون و هم سنخ با‌ماهیت خود، به کار میگیرد؛ اما اگر هر یک از این سه اصل و یا جملگی از جریان تعامل خارج شوند و قدرت‌فرهنگی فرهنگ بیگانه در این دادوستد اعمال و حاکم شود، پدیده‌ای شکل می گیرد که آن را «‌تهاجم یا هجوم‌فرهنگی» می‌نامیم.

‌فرهنگ مهاجم، فرصت گزینش، شناخت و تجزیه و تحلیل مواد تشکیل دهنده خود (‌ارزشها، مبانی، معیارها و...) را‌به فرهنگ مورد هجوم نمی‌دهد، بلکه با برخورداری از قدرت تهاجمی خود، ارزشها و معیارهایی را بر آن تحمیل‌می‌کند، که گاه حتی در حیطه سرزمین خودش نیز فاقد مطلوبیت و مشروعیت است.

‌تعامل فرهنگی، عاملی در جهت رشد، شکوفایی و غنی شدن فرهنگهاست. ولی هجوم فرهنگی، ارزشها و‌معیارهای مذهبی و ملی فرهنگ مورد هجوم را از ساخت آن زدوده و یا تضعیف می‌کند و فرهنگی با ارزشهای مغایر‌و متضاد با گذشته جانشین می‌سازد.

‌هدف هجوم فرهنگی، کمرنگ کردن و در صورت امکان، هدم و نابودی باورها و ارزشهای فرهنگی و جانشینی‌ارزشهای مورد نظر خویش است. در حالی که تعامل فرهنگی، غنای فرهنگهای متعامل را افزایش می‌دهد و با آشنا‌نمودن فرهنگها با یکدیگر، افقهای دید آنها را وسعت می‌بخشد و آنها را رساتر می‌سازد. تهاجم فرهنگی با انگیزه‌ ایجاد دگرگونی‌های مطلوب در بخشهای اساسی، فرهنگ مورد تهاجم (‌شناختها، باورها، ارزشها، گرایشها، رفتارها و‌کردارها) صورت می گیرد ‌بنابر این، هنگامی که فرهنگی از وجه تعامل با فرهنگ‌های دیگر خارج شود و از راههای اعمال قدرت، چون‌غالبیت سیاسی یا اقتصادی و در نهایت با قدرت فرهنگی سعی در تحمیل ارزشهای خود به فرهنگ دیگر نماید،‌کارکرد فرهنگ غالب را «‌تهاجم فرهنگی» می‌نامند. هدف تهاجم و ترویج بخشی منحط و غیر کارآمد از فرهنگ‌است. اگر مصداق یک تهاجم استیلای فرهنگی برتر بر فرهنگی منحط باشد، پسندیده است، مانند آنچه در صدر‌اسلام مسلمین انجام دادند.

‌

مراحل و ابعاد تهاجم فرهنگی

1ـ شناخت ملتها

‌طبیعی است که نفوذ در هر جامعه و بهره برداری بیشتر و بهتر از آن و تربیت هر ملت به صورت دلخواه، ‌مستلزم شناخت زبان، تاریخ و جغرافیا، آداب و رسوم آن جامعه و آگاهی از روحیات و خصلتها و باورها و اعتقادات‌آن ملت است. از این رو کشورهای سلطه گر برای پیشبرد اهداف خود مجبورند وضع گذشته و حال جوامع مورد‌نظر را مطالعه کنند و در این راه از علوم گوناگون به خصوص علوم اجتماعی و جامعه‌شناسی بهره جویند.

‌مهاجمان فرهنگی به تجربه دریافته‌اند که برای گشودن زمینه تسلط بر ملتها باید در وهله اول فرهنگ آن جوامع را‌مطالعه کنند و شناخت جامعه شناسانه و روان شناسانه قوی از مردم آنها به دست آورند. این ویژگی تهاجم،‌ اصلی‌ترین شناسه توسعه‌طلبی و فرهنگ ستیزی نظام سرمایه داری است، که در رأس مهاجمین به فرهنگ سایر‌ملل، فعال است.

2ـ بی هویت کردن و از خود بیگانه ساختن ملتها

‌برای اینکه ملتها وابستگی به فرهنگ سرمایه داری را بپذیرند و تقلید و پیروی از الگوهای آن را از ضروریات ‌اجتناب‌ناپذیر زندگی خود بدانند، لازم است که احساس کنند خود چیزی ندارند و یا آنچه دارند بی‌ارزش و غیر مفید‌است. این خود کم بینی و احساس نیازمندی سبب می‌شود، دست نیاز به سوی دنیای سرمایه داری دراز کنند و برای ‌جبران عقب ماندگی و رسیدن به قافله تمدن، فرهنگ سفارشی آنها را بپذیرند. لذا برای ایجاد آن احساس و نیاز، نظام‌سرمایه داری اقدام به بی‌اعتبار ساختن فرهنگ بومی و از خود بیگانه ساختن ملتها می‌کند و برای دستیابی به این‌هدف از راهها و ابزارهای گوناگونی بهره میگیرد که مهمترین آنها به قرار زیر است:

1ـ2ـ تضعیف باورها و اعتقادات مذهبی

‌رفتار انسان، محصول اندیشه و بینش اوست که مجموعه جهان بینی، رفتار و افکار انسان را شکل می‌دهد. درجامعه‌اسلامی هر فرد مسلمان براساس جهان بینی اعتقادات و باورهای مذهبی خویش رفتار می‌کند و مهاجم فرهنگی‌درصدد است این باورها و اندیشه‌ها را

تضعیف و تخریب نماید.

2ـ2ـ بی‌ارزش ساختن ارزشهای اخلاقی و ترغیب به رها شدن از قیود ‌مهاجمان فرهنگی از راه طرح و ترویج اندیشه‌ها و نظریاتی که مبانی و ریشه ارزشها و اخلاق را می‌سوزاند مانند:‌ دنیا گرایی، رفاه‌طلبی و مصرف گرایی، آزادی بی‌قید و نسبی بودن ارزشهای اخلاقی که معمولاً با ابزار هنری و ادبی‌انجام میگیرد و همچنین با گسترش فساد و فحشا از طریق تئاتر، سینما، تلویزیون، ماهواره و مجلات و نظایر آن،‌تلاش کرده‌اند تا عملاً" اخلاق را از جوامع بزدایند.

3ـ2ـ تحقیر و تحریف تاریخ

‌مهاجمان فرهنگی از راه طرح و ترویج اندیشه‌ها و نظریاتی که مبانی و ریشه ارزشها و اخلاق را می‌سوزاند مانند:‌ دنیا گرایی، رفاه‌طلبی و مصرف گرایی، آزادی بی‌قید و نسبی بودن ارزشهای اخلاقی که معمولاً با ابزار هنری و ادبی‌انجام میگیرد و همچنین با گسترش فساد و فحشا از طریق تئاتر، سینما، تلویزیون، ماهواره و مجلات و نظایر آن،‌تلاش کرده‌اند تا عملاً اخلاق را از جوامع بزدایند.

3ـ2ـ تحقیر و تحریف تاریخ

‌فرهنگ هر جامعه ریشه در تاریخ آن جامعه دارد و تاریخ هر ملت، شناسنامه و حافظ هویت و اصالت آن است. از‌این رو سلطه گران برای به اجرا در آوردن مقاصد خود و تحمیل فرهنگ دلخواه خویش، دست به تحقیر و تخریب‌تاریخ ملتها می‌زنند. در این راستا تا جایی که بتوانند این ملتها را بی‌تمدن و تاریخ خود را دارای تمدن باستانی و با‌سوابقی روشن معرفی می‌کنند و در حالی که مردم جوامع از تاریخ خود بی‌خبر و یا به آن بی‌توجه‌اند، آموزش تاریخ‌خود را برای آنان ضروری و مهم جلوه می‌دهند و چنین القا می‌کنند که چون تاریخ آنها اهمیتی ندارد و در تمدن و‌پیشرفت نقشی نداشته است، شایسته نیست مورد مطالعه و آموزش قرار گیرد. به همین علت کودکان و نوجوانان‌جوامع تحت سلطه، تاریخ و قهرمانان کشورهای سلطه گر را به خوبی می‌شناسند، ولی از تاریخ و نقطه‌های عطف‌تاریخی شان و دانشمندان و قهرمانان جامعه خود اطلاعی ندارند و اگر هم اطلاعی داشته باشند، نادرست و نامنظم‌است.

‌سلطه طلبان اگر دریافتند که تاریخ ملتی به قدری پرآوازه است که نمی‌توانند آن را از مردمش بستانند، دست به‌تحریف تاریخ آن ملت می‌زنند و بخشهای کم اهمیت آن را مهم و با عظمت نشان می‌دهند تا از قسمتهای مهم و‌اصل تاریخ خود غافل بمانند.

4ـ2ـ تخریب و نفی هویت ملی

‌پیوندهای ملی و بومی سبب پایداری جامعه و ایجاد هویت واحد می‌شوند. بی‌هویت جلوه دادن اقوام و یا ایجاد‌تفرقه‌های فرهنگی، زبانی، موجبات گسستگی پیوندهای اجتماعی را فراهم می‌آورد و هویت ملی و فرهنگی را‌خدشه دار می‌سازد. دشمنان سعی می‌کنند به روش‌های گوناگون این ویژگیها را از هم متمایز و در مقابل یکدیگر قرار‌دهند. یکی از ترفندهای قدیمی مهاجمان در سده‌های اخیر ایجاد تفرقه‌های قومی، قبیله‌ای و مذهبی است. آنان با‌ایجاد و تقویت جریانهای انحرافی و نیز حمایت از تشکل‌های وابسته در زمینه‌های اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و‌اجتماعی سعی در برهم زدن وحدت و یکپارچگی جامعه دارند.

5ـ2ـ تخریب الگوها و اسوه‌های خودی

‌انسان‌ها و به ویژه جوانان برای تنظیم چگونگی حیات فردی و اجتماعی نیازمند الگویند. الگوها هر چه بیشتر با‌فرهنگ خودی سازگار باشند، رفتار اجتماعی جامعه از همسویی و هماهنگی بیشتری برخوردار خواهد شد.‌ مهاجمان فرهنگی با درک این نیاز، سعی در تخریب الگوهای مذهبی و ملی دارند و تلاش می‌کنند بااستفاده از‌امکانات و ابزارهای تبلیغی، نظیر فیلمهای تلویزیونی و سینمایی، برنامه‌های ماهواره‌ای، کتب و مجلات و نشریات‌و حتی تبلیغات تجاری و اقتصادی، الگوهای منطبق با فرهنگ خویش را بسازند و در بین گروههای مختلف جامعه‌رواج دهند. تاریخ جوامع اسلامی به ویژه جامعه شیعی ایران، مملو از شخصیتهای علمی، اجتماعی و مبارزاتی‌است که هر یک به نوبه خود می‌توانند الگوهای سازنده‌ای برای جامعه باشند. الگوپذیری بعضی از جوانان از نوع و‌طرح لباس، آرایش مو، رفتارهای اجتماعی، لوازم مصرفی بیگانگان و غیره، نمونه‌ای از هجوم فرهنگی بیگانه است.

6ـ2ـ ترویج خط و زبان بیگانه

‌خط و زبان، دو نمود از هویت ملی هر جامعه و عامل پیوند اجتماعی به شمار می‌روند. از طریق این دو وسیله‌ارتباطی، پیامها مبادله می‌شوند و مواریث فرهنگی از نسلی به نسل دیگر انتقال می‌یابند. خط و زبان فارسی که خود‌یکی از مفاخر ادب بشری است، طی قرون متمادی و بیش از هزار سال با فرهنگ اسلامی درآمیخته و هویت‌اسلامی ـ ایرانی یافته است. مهاجمان فرهنگی سعی در بی‌اعتبار کردن این میراث گرانبها دارند و درصدد ترویج خط‌و زبان خویش هستند. از این رو تلاشی که در بعضی از کشورهای منطقه به منظور محو آثار فارسی از زبان‌های بومی‌صورت میگیرد در همین زمینه است. حذف واژه‌های عربی و تزریق واژه‌های انگلیسی و فرانسوی به زبان فارسی در‌زمان گذشته را نباید اتفاقی تلقی کرد. متأسفانه کماکان عده‌ای سعی دارند با استفاده از واژه‌ها و اصطلاحات بیگانه‌در گفتگوها و مکتوبات، دانسته یا ندانسته این ترفند دشمن را رواج دهند. در کنار این خطر باید به این مسئله نیز‌وقوف داشت که در دنیای معاصر زبان انگلیسی یک زبان علمی است.

7ـ2ـ تحقیر استعدادها و توان مردم

‌اگر مردم نیرو و استعدادهای خدادادی خود را بشناسند و باور کنند، دیگر دست نیاز به سوی بیگانه دراز نخواهند‌کرد. دشمنان برای اینکه این دست همیشه دراز بماند و این احساس نیاز تداوم یابد، توانایی‌ها و استعدادهای مردم و‌به ویژه جوانان را تحقیر و در بسیاری موارد سرکوب می‌کنند.

8ـ2ـ تعارض علم و دین

‌مهاجمان فرهنگی برای القای شبهات عقیدتی، بزرگنمایی مشکلات فکری، غافل نمودن از مبانی استدلالی و‌منطقی، ترویج سطحی نگری از یک سو و تحجر گرایی از سوی دیگر و در نتیجه آسیب پذیری عقیدتی و جز آن، در‌تلاشند تا ارزش تعالیم و باورهای اسلامی را خدشه دار سازند و تعلیمات آن را در پاسخگویی به نیازهای فکری،‌فرهنگی جدید نسل جوان در عصر حاضر ناتوان جلوه دهند.

9ـ2ـ ناکار آمد نشان دادن دین

‌یکی از شبهات عقیدتی، مطرح کردن مسئله «‌ناکار آمد بودن دین در امر حکومت است» که شبهه‌ای قدیمی و نشأت‌گرفته از تفکر جدایی دین از سیاست است. حال آن که در مکتب

اسلام، دین و دولت، دنیا و آخرت همانند عقل و‌دین ملازم و قرین اند؛ ملازمتی که در تفکر غربی، انکار شده است.

‌در اسلام، رهبری دینی و سیاسی در بسیاری از مقاطع و به ویژه در صدر اسلام، یکی بوده است. به خصوص که‌علاوه بر وظایف اساسی دولت اسلامی در خصوص تأمین نظم و آرامش و تنظیم روابط اجتماعی، فراهم آوردن‌مقدمات تعالی روحی و سعادت معنوی جامعه نیز بر عهده حکومت اسلامی نهاده شده است. اما سکولاریسم ‌به صورت ابزاری ایده جدایی دین از سیاست، یا نا کار آمد بودن دین در امر حکومت را القاء و تبلیغ می‌کند و‌غربزدگان در کشورهای مسلمان و به ویژه ایران نیز، همین اندیشه را رواج داده‌اند.

3ـ تحمیل فرهنگ

‌بدیهی است مردمی که از فرهنگ خود دور شوند و یا از انتساب به فرهنگ و تمدن و تاریخ خود احساس حقارت‌کنند، در پذیرش و قبول هویت فرهنگی جدید آمادگی بسیار دارند؛ در این هنگام است. که مهاجم فرهنگی، فرهنگ‌دلخواه خود را با وسایل گوناگون و به وسیله تبلیغات فراوان و ظاهری آراسته و فریبا در بین مردم می‌گستراند تا به‌تدریج، مردم با ارزشها، معیارها و عقاید مورد نظر او خو بگیرند و فرهنگ وارداتی در آنها پدیدار شود؛ اهم روشها و‌ابزارهایی که دشمن به این منظور از آنها استفاده می‌کند، عبارتند از :

1ـ3ـ آموزش

‌سردمداران تمدن و فرهنگ غرب، پس از آنکه حضور مستقیم و بی‌واسطه خویش را در سایر

کشورها، به منظور‌گسترش نفوذ و سلطه اقتصادی، سیاسی، اجتماعی، ممکن و مقدور ندیدند، سعی کردند نمایندگانی از بین خود‌ملتها برگزینند و مسؤولیت فراهم آوردن زمینه سلطه پذیری را به آنان واگذار کنند که اکثر غربگرایان خود باخته در‌جهان سوم عهده‌دار این وظیفه شدند. آنان که معمولا" پس از مسافرت به غرب و تحصیل و حشر و نشر در آن دیار، ‌مقهور پیشرفت و فن‌آوری برتر غرب می‌شدند، پس از بازگشت به کشور خویش به بلندگوی فرهنگ بیگانه تبدیل‌می‌گشتند. از طرف دیگر، درپی پذیرش باورهای علمی، به ویژه باور برتری دانش تجربی و همچنین اخذ دانش‌تجربی از غرب، به علت ناسازگاری شیوه‌های تحصیل دانش جدید با شیوه‌های دستیابی به دانش قدیم، شیوه‌های‌تحصیل دانش قدیم مورد انتقاد قرار گرفت و به دنبال آن الگوهای جدید مطرح و فراگیر شد. الگوهای یاد شده، هم از‌نظر سازمانی و هم از نظر شیوه‌های آموزش، اشاعت یافت و کمک مؤثری به تحقق و شکل گیری پدیده تهاجم‌فرهنگی نمود.

2ـ3ـ تبلیغات

‌اگر تبلیغات را مهمترین سلاح نظام سلطه به منظور نفوذ فرهنگی در جوامع بدانیم، چندان مبالغه نکرده‌ایم. اهمیت‌تبلیغات را از حجم عظیم سرمایه گذاریهایی که در این زمینه شده است، می‌توان دریافت. امروز سلطه طلبان از‌آخرین پیشرفتهای روان‌شناسی و پیشرفته‌ترین دستاوردهای صنعتی برای تبلیغات رنگارنگ خود سود می‌جویند.‌شبکه‌های ماهواره‌ای همچون تار عنکبوت، فضای پیرامون کره زمین را احاطه کرده‌اند. با تبلیغ، کاهی را کوه و‌کوهی را کاه و حق را ناحق و ناحق را حق جلوه می‌دهند. از سوی دیگر، پخش یک سویه گزارش‌های خبری از‌طریق خبرگزاریهای خارجی و شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی سراسری غربی، نمایش مداوم فیلمهای سینمایی و‌مجموعه‌ها و کارتون‌های تلویزیونی امریکایی، اروپایی و ژاپنی و نظایر آنها، در انتقال نمادها و ارزشها و شیوه‌های‌زندگی فریبنده جوامع سرمایه داری، نقش‌های اصلی را ایفا می‌کنند.

3ـ3ـ ارتباطات

‌در قرن حاضر، چشمگیرترین پیشرفتهای فن‌آوری در عرصه ارتباطات رخ داده است. به واسطه این پیشرفت‌ها افراد‌بشر به آسانی می‌توانند در کمترین زمان ممکن با یکدیگر ارتباط برقرار کنند و بر روی افکار و شکل زندگی یکدیگر‌تأثیر بگذارند و آن را دگرگون سازند. این ویژگی، رسانه‌های ارتباطی را ابزار دست مهاجمان فرهنگی قرارداده است،‌تا به واسطه آن بر ذهن و دل انسانها تسلط پیدا کنند و تعیین کنند که انسانها باید به چه فکر کنند یا به چه فکر نکنند،‌از چه واقعه‌ای مطلع شوند، چه بپوشند، چه بخورند و چگونه زندگی کنند. در حالی که مردم جهان سوم از وقایع‌پیرامون محل زندگی خود اطلاع ندارند، با نامهای رؤسای جمهوری امریکا و هنرپیشگان هالیوود و خوانندگان غربی‌به خوبی آشنا هستند. به واقع، بمباران خبری و تبلیغی بدون وقفه با استفاده از دستاوردهای پیشرفته فن‌آوری‌ارتباطی، مانند ماهواره و ویدئو، بسیاری از مردم کشورهای غیر پیشرفته را از هویت خود بیگانه کرده و در ایمان و ‌اعتقاد آن‌ها به فرهنگ بومی و سنت‌های خودی، خلل وارد ساخته است. از طریق دو دسته اطلاعات جاری و‌تاریخی در تصمیم‌گیری‌های ملی مداخله صورت میگیرد این امر گاه حتی مسئولان یک کشور را نیز به سمت‌تصمیم‌گیری‌هایی هدایت می‌کند که به نفع خود است و در عین حال مسئول احساس آزادی و استقلال و کرامت‌انسانی نیز می‌نماید. مکان بارز آن رویکرد مسئولین فرهنگی جامعه ما نسبت به موسیقی «‌پاپ» است .

4ـ3ـ انتشارات

‌انبوه انتشارات گوناگونی که در صدها هزار نسخه چاپ و منتشر می‌شود، اهمیت و تأثیر آن را در شکل‌گیری فرهنگ‌عمومی مردم نشان می‌دهد. تأثیر تبلیغات غیر مکتوب یا شفاهی بر مخاطبان فوری است، ولی انتشارات بر‌خوانندگان، نفوذی دیرپا و ماندگار دارد و به همین لحاظ اهمیت بیشتری نیز دارد. در این روش می‌تواند مفاهیم مورد ‌نظر در قالب داستانهای شیرین و جذاب درآید و با کیفیت مطلوب و عکسها و طرحهای زیبا و با تعدادی وسیع در‌اختیار علاقه‌مندان قرار گیرد. برای نمونه می‌توان به انتشار کتاب «‌آیات شیطانی» در طرحها و اندازه‌های گوناگون و با‌زبانهای متفاوت اشاره کرد. انواع برگه‌های تبلیغاتی که همراه کالاها وارد کشور می‌شوند، یکی دیگر از ابزارهای نفوذ‌و القای فرهنگ بیگانه است ؛ اولین تأثیر منفی آن ورود تعداد زیادی واژه و اصطلاح بیگانه به زبان فارسی است.‌یعنی ورود کالاهای خارجی به خود خود، حامل فرهنگ بیگانه است.

5ـ3ـ تحقیقات

‌پژوهشهایی که کشورهای غربی درباره جوامع شرقی به ویژه جوامع اسلامی انجام می‌دهند، همواره به منظور کشف‌حقایق و خدمت به جهان اسلام نیست، بلکه بسیاری از این پژوهشها برای شناخت نقاط قوت و ضعف این جوامع‌و یافتن راههای نفوذ و رخنه در آنهاست. از این روست که گاهی بودجه تحقیقاتی مستشرقان از طریق مراکز دفاعی و‌ نظامی یا سیاسی پرداخت می‌شود، نه دانشگاهها و مراکز علمی، بنابر این یکی از بهترین و مطمئن‌ترین راههای‌القای فرهنگ بیگانه، انتشار نتایج بعضی از این پژوهشها توسط مهاجمان فرهنگی است .

‌عوامل درونی سلطه پذیری فرهنگی یا پذیرش تهاجم فرهنگی

‌تبادل و برخورد فرهنگی بین جوامع مختلف، امری طبیعی و اجتناب‌ناپذیر است. تنویر افکار و رشد فرهنگی‌جامعه، در پرتو تبادل فرهنگی با دیگران قابل حصول است. ولی اگر جامعه‌ای از درون تهی و آسیب‌پذیر شد، تبادل‌فرهنگی تبدیل به تهاجم فرهنگی می‌شود.

ضعف و ناتوانی و آسیب پذیری در درون فرهنگ هر جامعه است که‌زمینه سلطه پذیری را فراهم می‌سازد. عوامل درونی سلطه پذیری اعم از فرهنگی و غیر فرهنگی را باید شناسایی و‌مرتفع کرد تا زمینه آسیب‌پذیری به حداقل برسد. به طور معمول خلاء فرهنگی و فکری زمینه مساعدی برای تهاجم‌فرهنگی است. اگر اندیشه اسلامی موجود و دستاوردهای فکری انقلاب اسلامی نتواند نیازهای فکری و فرهنگی‌افراد جامعه به ویژه نسل جوان و تحصیل کرده و تشنه حقیقت و انسانیت را پاسخ دهد، میدان برای هجوم فکری و‌ تبلیغی غرب باز می‌شود. عوامل درونی آسیب پذیری را می‌توان در سه حوزه کلان نظری و ساختاری و برنامه ریزیـ اجرا دسته‌بندی کرد:

‌حوزه اول ـ آسیب‌پذیریهای ناشی از مشکلات نظری

1ـ آسیب پذیری در فهم و درک مسائل فرهنگی و هنری بین صاحب‌نظران غیر حکومتی و مسئولان نظام که‌موجب تعارض در معیارها و ارزش‌های فرهنگی جامعه شده است.

2ـ عدم تعمیق بینش، دانش و تربیت دینی به عنوان مبانی فرهنگ و اندیشه ملی.

3ـ تعارض نظریه فقهی در مرجعیت با نظریه مرجعیت حاکم.

4ـ عدم تبیین دقیق و همه جانبه اندیشه‌های مختلف.

5ـ پاسخ ندادن استادان و صاحبنظران حوزه و دانشگاه و مراکز تحقیقاتی به نیازهای نظری و فکری جامعه.

6ـ عدم تبیین مبانی و سیاستهای اصولی نظام در عرصه فرهنگ و هنر (‌ادبیات، فیلم، تئاتر، موسیقی، نقاشی و‌غیره).

7ـ تفکر انفعالی جامعه علمی و فنی کشور در برابر غرب و تأثیرپذیری فرهنگی ناشی از آن .

8ـ وجود بنیانهای فکری مبنی بر نا کار آمدی نظام حکومت مبتنی بر دین .

9ـ عدم شناخت دقیق و عمیق غرب در ایران و روی آوردن به سطوح ظاهری آن .

10ـ بی‌توجهی به گذشته تاریخی کشور در مسیر شناخت و برنامه‌ریزی حال و آینده .

11ـ عدم ارتباط نظام‌مند معرفتی بین حوزه و دانشگاه در جهت حل مشکلات فکری و بینشی و عقیدتی.

‌حوزه دوم ـ آسیب‌پذیریهای ناشی از اشکالات یا ویژگی‌های ساختاری (‌فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی)

‌الف ـ فرهنگی

1ـ فقدان الگوی فرهنگی در سطوح مختلف فرهنگی.

2ـ وجود ضعف‌های جدی در نظام تعلیم و تربیت .

3ـ یکسان پنداری عملکرد مدیران، روحانیون و اسوه‌های فکری با ارزشهای دینی و دامن زدن به این باور در نگرش‌عمومی .

4ـ عدم وجود الگوی تبیینی برای تعمیق ارزشها و باورهای دینی در جامع .

ب ـ اجتماعی

1ـ نارسایی در گستره عدالت اجتماعی.

2ـ مطلق‌گرایی در تحقق و تأمین ایده آلها و آرمانها بدون توجه به واقعیات موجود.

3ـ ناهمگونی نهادهای اجتماعی و تداخل در وظایف.

4ـ فقدان پیوند مستحکم بین نهادهای اجتماعی و اقشار گوناگون مردم.

5ـ جوان بودن جمعیت کشور.

ج ـ اقتصادی

1ـ نارسایی در گستره نظام اقتصادی مبتنی بر دین .

2ـ عدم توجه به اقتصاد بومی و منطقه‌ای در فرآیند نوسازی اقتصادی.

3ـ نارسایی در رویکرد اقتصاد فرهنگ و هنر کشور.

‌دـ سیاسی

1ـ آمیختگی مصالح فرهنگی نظام با منافع گروهها.

2ـ تسلط بعضی خرده فرهنگ‌ها از طریق سیاسی بر فرهنگ ملی در تاریخ کشور.

3ـ کم توجهی به نظرات مردم در تصمیم‌گیری‌های سیاسی.

4ـ نقش تخریب متقابل جناحهای سیاسی (‌گرایش‌های مختلف سیاسی در مجموعه طرفداران نظام) که نتیجه‌اش‌اجماع مرکب بر ناتوانی و نا کار آمدی و حتی فریبکاری نظام است .

5ـ قطبی شدن فضای سیاسی کشور (‌قطب‌های افراطی) و تضعیف فضای اعتدال و عقلانیت و صمیمیت .

‌حوزه سوم ـ آسیب پذیریهای ناشی از اشکالات برنامه‌ریزی ـ اجرا

1ـ فقدان نظام ارزیابی عملکرد فرهنگی دستگاهها و نهادهای رسمی و غیر رسمی.

2ـ عدم توجه به سیاستهای مصوب فرهنگی نظام جمهوری اسلامی.

3ـ کم توجهی به فرهنگ بر نظام برنامه ریزی کشور.

4ـ عدم شناخت کافی از نیازهای فرهنگی جامعه .

5ـ عدم توجه به نیازهای فرهنگی مناطق مختلف کشور در برنامه ریزی فرهنگی .

6ـ توزیع نامناسب امکانات فرهنگی .

7ـ کم توجهی به نیازهای طبیعی و جدید جامعه به ویژه طبقه جوان در برنامه ریزیهای فرهنگی.

8ـ تضعیف یا عدم توجه به نهادهای فرهنگی سنتی (‌مانند کانونها و هیأت‌های مذهبی، فعالیتهای محلی مذهبی) و‌عدم جایگزینی نهادهای جدید.

9ـ وجود آثار نسبتا" عمیق سیاستهای فرهنگی دوران گذشته و به ویژه دوران پهلوی .

10ـ تغییرات مکرر در سیاستگذاری و جهت گیریهای سازمانی .

11ـ فرآیند جهانی شدن و عدم جلوگیری از آثار مضر آن در فرهنگ خودی.

‌

سیاستهای مقابله با تهاجم فرهنگی

‌الف ـ سیاستهای کلی

1ـ مشخص کردن نقاط تهدید و مورد هجوم.

2ـ تعمیق شناخت و باور دینی.

3ـ اصلاح رفتار مدیران

4ـ ترویج و گسترش معرفت و ارزشهای اسلامی ـ ایرانی و انقلاب اسلامی و رسوخ در قلوب افراد.

5ـ ایجاد زمینه‌های مناسب برای شناسایی، هدایت استعدادها و حمایت از خلاقیتهای انسانی و کوشش برای شکوفا‌شدن روحیه ابداع هنری و نوآوری در حوزه‌های مختلف.

6ـ تلاش هرچه بیشتر برای برقراری عدالت اجتماعی.

7ـ اهتمام به آراستگی سیمای جامعه به مظاهر اسلام و انقلاب اسلامی.

8ـ رعایت اصول و ارزشهای اسلامی ـ ایرانی در برنامه ریزی‌های توسعه کشور.

9ـ ساماندهی و هماهنگ کردن فعالیت‌های فرهنگی نهادها و دستگاههای فرهنگی کشور.

10ـ تلاش در جهت قانونمندی بیشتر در فعالیتهای فرهنگی و معنوی .

11ـ ایجاد زمینه‌های رشد کمی و کیفی و آثار و خدمات فرهنگی و بهره‌گیری از فن‌آوری مناسب روز و پویا سازی و‌فعال کردن عناصر فرهنگ.

12ـ فراهم آوردن امکان استفاده بهینه از آثار و خدمات فرهنگی برای عموم مردم .

13ـ گزینش و اولویت بندی بخشهای مورد تهاجم .

14ـ تحکیم وحدت و همبستگی ملی ضمن احترام به آداب و رسوم و فرهنگ‌های محلی.

15ـ اهتمام به اطلاع رسانی صحیح و بارور کردن اوقات فراغت جامعه از طریق رسانه‌ها.

16ـ احیاء و حمایت از نهادهای فرهنگی مردمی.

17ـ توجه به بخش فرهنگ در نظام کلی برنامه ریزی توسعه کشور.

18ـ ارزیابی و بازشناسی مستمر سیاستها، معیارها و ضوابط فعالیتهای فرهنگی در بخشهای مختلف.

19ـ اهتمام نسبت به معرفی شخصیتهای تاریخی اسلامی و ایران .

20ـ توجه به کارآمد بودن دین در امر حکومت و مبارزه با تفکر جدایی دین از سیاست .

21ـ افزایش شناخت و مطالعه دقیق در زبان، تاریخ، جغرافیا، آداب و رسوم اسلامی و ایرانی و آگاهی از روحیات و‌گرایشها و باورهای مردم کشور برای برنامه‌ریزی فرهنگی مبتنی بر واقعیت‌ها.

22ـ توجه به اهمیت و نقش ابزارهای هنری و به کارگیری شیوه‌ها و بیان هنری در ترویج مفاهیم و معارف اسلامی،‌ایرانی و تعمیق و اصلاح فرهنگ عمومی.

23ـ ارائه الگوها و سرمشق‌های مناسب برای آحاد جامعه.

24ـ گسترش فرهنگ امر به معروف و نهی از منکر.

25ـ تکیه بر نیروهای مؤمن و متعهد آموزش دیده فرهنگی.

26ـ تفکیک نتایج عملکرد مدیران بخشهای گوناگون از ارزشهای دینی.

27ـ مشارکت و بسیج مردمی برای رسیدگی به مشکلات فرهنگی.

28ـ هماهنگی بین ارگانها و نهادها برای جلوگیری از تأثیر منفی بعضی از برنامه‌ها و فعالیت‌های غیر فرهنگی مؤثر و‌فرهنگ.

29ـ توسعه و گسترش زبان و ادبیات فارسی در کشور.

30ـ شناخت و بهره‌گیری از امکانات جهان اسلام و دنیای شرق برای تقویت خود و مقابله با تهاجم.

31ـ ایجاد توافق بر روی ابعاد فرهنگ اسلامی.

32ـ توجه و اطلاع رسانی به شخصیتها و گروههای مرجع نسبت به پیامدهای نامطلوب مواضع و رفتار آنان.

33ـ اولویت بخشیدن به اصل مهم پاسخگویی منطقی و با سعه صدر به پرسشها و ابهامات، به جای تخطئه سیاسی ‌یا ارزشی.

ب ـ راهبردهای اجرایی

1ـ جوانان

1ـ1ـ آشنا ساختن جوانان به افکار و آراء و دیدگاههای حضرت امام خمینی (‌ره) و مبانی انقلاب اسلامی .

2ـ1ـ تعمیق بینش نسل جوان در مواجهه علمی با فرهنگها و مظاهر تمدن و تبادل و اشاعه فرهنگی.

3ـ1ـ تلاش در جهت آشنا ساختن جوانان با جنبه‌های مثبت فرهنگی اقوام و ملتها و تمدنها و وجوه اشتراک و‌افتراق آن با فرهنگ خودی.

4ـ1ـ تشویق جوانان نسبت به امر اسلام‌شناسی و ایران‌شناسی در مراکز علمی و دانشگاهی و هدایت تلاشهای آنان‌در حوزه فرهنگ و تمدن اسلامی .

5ـ1ـ اهتمام نسبت به معرفی منابع اصیل فرهنگی اسلام و ایران به جوانان.

6ـ1ـ نقد و بررسی، اصلاح، تصحیح و تنقیح متون و منابع و مآخذ علمی و فرهنگی اسلام و ایران جهت تسهیل امر ‌استفاده علمی نسل جوان.

7ـ1ـ نیاز سنجی و بررسی تقاضاهای فرهنگی جوانان و پاسخگویی مناسب به آن از طریق ارائه الگوسازی مناسب.

8ـ1ـ تقویت تفکر و تعقل و قدرت نقادی و انتخاب در عرصه تلاقی و تعارضه افکار .

9ـ1ـ فراهم آوردن امکان حضور فعال و مشارکت جوانان در برنامه‌ها و فعالیتهای فرهنگی و اصلاح نگرش جامعه‌مبنی بر اعتماد و باور داشتن به توانایی‌ها و شایستگی‌های نسل جوان .

10ـ1ـ نشاط آفرینی فرهنگی از طریق ایجاد و گسترش تسهیلات ورزشی و پرورش و تقویت روح و جسم .

11ـ1ـ معرفی هنر اصیل و سازنده به جوانان.

12ـ1ـ گسترش مراکز مشاوره و راهنمایی جوانان.

13ـ1ـ فراهم ساختن شرایط و امکانات کافی برای مطالعه و تحقیق.

14ـ1ـ ایجاد اشتغال برای جوانان.

15ـ1ـ ایجاد شرایط لازم برای ازدواج جوانان.

2ـ آموزش و پرورش

1ـ2ـ تأکید بر رسالت تربیتی ـ علمی مراکز آموزشی و تربیت همراه با آموزش و تقدم امور تربیتی در آموزش و‌پرورش .

2ـ2ـ به کارگیری شیوه‌های آموزشی جدید مبتنی بر پرورش اندیشیدن درست، منطقی و آزاد

و پاسخ منطقی به‌سئوالات و ابهامات و ایجاد روحیه پرسشگری .

3ـ2ـ تقویت کتابخوانی در مدارس.

4ـ2ـ توجه به اصلاح مداوم کتابهای درسی و تکمیل آنها براساس نیازهای آموزشی عصر حاضر.

5ـ2ـ توجه به تربیت فردی و خانوادگی دانش‌آموزان.

6ـ2ـ توجه و برنامه ریزی برای تربیت سیاسی ـ اجتماعی دانش‌آموزان.

7ـ2ـ تقویت و اهتمام به آموزش مربیان پرورشی و معلمان .

8ـ2ـ لزوم هماهنگی در فعالیت‌های تربیتی مدارس کشور.

9ـ2ـ توجه به نهاد خانواده و ارتباط مستمر بین مدرسه و خانواده از طریق انجمن اولیاء و مربیان.

10ـ2ـ برنامه‌ریزی مناسب برای غنی سازی اوقات فراغت دانش‌آموزان و گسترش فعالیت‌های فوق برنامه مدارس.

11ـ2ـ توجه به امر ورزش مدارس .

12ـ2ـ تقویت مراکز مشاوره و راهنمایی دانش‌آموزان.

13ـ2ـ تقویت تشکلهای دانش آموزی در مدارس به ویژه تشکلهای مذهبی.

3ـ دانشگاهها و نظام آموزش عالی

1ـ3ـ اهتمام در جهت نشر و معرفی اندیشه‌های امام خمینی (‌ره) و مبانی نظام جمهوری اسلامی .

2ـ3ـ تربیت نسل انقلابی و اسلامی که پیام انقلاب را درک و با حفظ و عمل به آن موجب ماندگاری و استمرار برکات‌انقلاب و درون زایی ارزشهای انقلابی شود.

3ـ3ـ اهتمام به تعاطی افکار و تبادل آراء با تمسک به روشهای منطقی.

4ـ3ـ توجه کافی به حل مسائل عصر با رجوع به معارف دینی و آراء و دیدگاههای حضرت امام خمینی (‌ره) و رهبر‌ معظم انقلاب اسلامی .

5ـ3ـ اهتمام به تأمین نیازهای فرهنگی و تقویت علمی اساتید.

6ـ3ـ اهتمام به امر آموزش وپژوهش در علوم انسانی.

7ـ2ـ ایجاد نظام برنامه ریزی، نظارت و ارزیابی فرهنگی و اجتماعی در دانشگاهها.

8ـ3ـ قانونمند کردن فعالیتهای فرهنگی و پشتیبانی مادی و معنوی از فعالیتهای قانونی در دانشگاه.

9ـ3ـ گسترش زمینه‌های ارتباط دانشگاهها بادستگاهها و سازمانهای فرهنگی

10ـ3ـ بهره‌گیری هرچه بیشتر از‌مشارکت دانشجویان و اساتید در تولید و اجرای برنامه‌های فرهنگی.

11ـ3ـ حفظ و تعمیق پیوندهای اسلامی ـ ایرانی دانشجویان بورسیه شاغل به تحصیل با اندیشمندان ایرانی در‌خارج از کشور.

12ـ3ـ گسترش زمینه‌های ارتباط دانشجویان غیر حضوری و شبانه با نهادها و سازمانهای

فرهنگی دانشگاه.

4ـ حوزه‌های علمیه

1ـ4ـ تبیین مبانی تفکر و نظام اجتماعی اسلامی در ابعاد اقتصادی، سیاسی، اخلاقی، فرهنگی و...

2ـ4ـ توجه بیشتر و مقتضیات و تحولات زمان و نقد و تنقیح دستاوردهای فرهنگی جوامع بشری و استفاده از نتایج‌قابل انطباق با اصول و ارزشهای اسلامی .

3ـ4ـ پاسخگویی به مسائل عصر و بهره‌گیری و توجه بیشتر به آراء و اندیشه‌های حضرت امام خمینی(‌ره) و رهبر‌معظم انقلاب اسلامی.

4ـ4ـ تلاش در جهت ترویج فرهنگ فراگیر و ناب اسلامی و مقابله با خرافات، موهومات، جمود و تحجر فکری،‌ مقدس مأبی و ظاهر گرایی.

5ـ4ـ تنظیم نظام آموزشی حوزه و تقویت تحقیقاتی آن متناسب با نیازهای فرهنگی کشور، به ویژه نیازهای فرهنگی‌جوانان.

6ـ4ـ تربیت نیروی انسانی متخصص متناسب با اهداف انقلاب و نظام جمهوری اسلامی.

7ـ4ـ توجه بیشتر به وحدت حوزه و دانشگاه و راهکارهای عملی آن .

8ـ4ـ اهتمام به جذب هرچه بیشتر نخبگان فکری به حوزه‌های علمیه.

9ـ4ـ برنامه ریزی برای ارتباط مستقیم و گسترده با تمامی اقشار مردم در جامعه ایران.

10ـ4ـ توجه بیشتر به روشهای کارآمد و نوین تبلیغ و ارشاد توسط حوزه‌های علمیه.

11ـ4ـ تبیین مبانی نظری مسائل فرهنگی و هنری (‌ادبیات، فیلم، تئاتر، موسیقی و...) متناسب با مقتضیات روز.

12ـ4ـ تلاش برای هماهنگی بیشتر بین مراجع دینی و رهبری مذهبی ـ سیاسی .

13ـ4ـ آینده‌نگری و جلو بودن از زمان در نظریه‌پردازی و تبیین آراء اسلامی.

14ـ4ـ پرهیز از سوق دادن فعالیت دینی و فرهنگی روحانیت به نهادهای رسمی و دولتی و اتکاء هرچه بیشتر به‌فرهنگ سازی خود جوش در روابط متقابل روحانیت با مردم .

15ـ4ـ ترویج فرهنگ قرآن، نهج البلاغه و فرهنگ معاد در میان اقشار جامعه جهت سالم سازی اخلاق اجتماعی.

16ـ4ـ بهره‌گیری از هنر مشروع و مؤثر در تبلیغ دینی .

17ـ4ـ صیانت از روشهای سنتی تبلیغ همراه با بازسازی آن .

18ـ4ـ آسیب شناسی تبلیغ دینی .

19ـ4ـ توجه به نیازهای متنوع و متکثر انسان و جامع نگری در آن و نگاه متوازن و متعادل .

20ـ4ـ توجه به علم کلام و مسائل نوین آن.

21ـ4ـ توجه به علوم انسانی بانگاه اسلامی .

22ـ4ـ ایجاد نظام ارزیابی و سنجش در تبلیغ و آثار آن .

23ـ4ـ مشخص نمودن آسیب‌های فرهنگی ناشی از نادیده گرفتن مبانی دینی و آسیب‌های ناشی از عدم توجه به‌واقعیات اجتماعی.

24ـ4ـ نگاه متعادل و متوازن به مراسم جشن عزاداری مذهبی.

25ـ4ـ تکیه بر مردم و خود جوشی آنان در تبلیغ.

26ـ4ـ برخورداری از موضع فعال و نه منفعل در تبلیغ دین در سطوح گوناگون.

5ـ مساجد

1ـ5ـ توجه به مساجد و ساماندهی امور آن به عنوان مراکز نشر و گسترش فرهنگ اسلامی.

2ـ5ـ توجه به بهسازی فیزیکی مساجد و زیباسازی آن .

3ـ5ـ تربیت امام جماعت عالم و آشنا به مسائل روز و جوانگرا.

4ـ5ـ استفاده از فضای مساجد برای مطالعه کتب دینی و علمی و فکری و تبادل فکری و تبادل آراء.

5ـ5ـ دعوت از متفکران دانشگاهی برای سخنرانی در مساجد.

6ـ5ـ همکاری در فعالیتهای کمک آموزشی و تربیتی و تفریحی.

7ـ5ـ ایجاد فضای سبز مثلاً پارک در کنار مسجد.

8ـ5ـ ایجاد مراکز مطالعه روزنامه و مجلات در کنار مساجد و فعال نمودن کتابخانه‌های مساجد.

9ـ5ـ ایجاد زمینه همکاری بین نهادهای مردمی و مساجد.

10ـ5ـ تقویت کانونهای فرهنگی و هنری مساجد.

11ـ5ـ ترسیم جایگاه مسجد در نظام کشور و تعیین ساختار مناسب برای آن .

12ـ5ـ ایجاد ارتباط بین مسجد و مدرسه در هر محل.

13ـ5ـ ترمیم، اصلاح و آموزش خادمین مسجد، هیأت امنا و عوامل دیگر.

ج ـ دستگاههای تبلیغی و رسانه‌های گروهی

1ـ برنامه‌های فرهنگی و هنری

1ـ1ـ توجه نهادها و رسانه‌های گروهی به تولید مؤثر فرهنگی.

2ـ1ـ ترویج مفاهیم و معارف اسلامی و رعایت حد اعتدال در تبلیغ.

3ـ1ـ تقویت روحیه تقوا و اخلاق اسلامی .

4ـ1ـ الگوسازی مناسب و توجه به سیره پیامبر(ص) و ائمه اطهار(ع).

5ـ1ـ توجه به تاریخ اسلام و معرفی اصحاب و یاران پیامبر گرامی و ائمه اطهار(ع).

6ـ1ـ یادآوری حماسه ایثار شهدا، جانبازان و آزادگان در دوران انقلاب و دفاع مقدس.

7ـ1ـ حفظ روحیه و شور انقلابی مردم.

8ـ1ـ هماهنگی در تبلیغ و فعالیت‌های رسانه‌ای .

9ـ1ـ به کارگیری قالبهای متنوع هنری برای عرضه مفاهیم فرهنگ اسلامی .

10ـ1ـ جمع آوری دقیق‌ترین و آخرین اطلاعات مربوط به فعالیت‌های فرهنگی و اطلاعاتی و ارتباطی در سطح‌جهانی و استفاده از آنها در برنامه‌ریزی و فعالیت تبلیغاتی کشوری و بین المللی.

11ـ1ـ نیاز سنجی مخاطبان و توزیع متناسب برنامه‌ها.

12ـ1ـ تربیت نیروی انسانی دست اندر کار در عرصه‌های فرهنگی متناسب با اهداف فرهنگی نظام به ویژه در‌بخشهای تصمیم‌گیری و ارزیابی و نظارت مستمر بر فعالیت آنها.

13ـ1ـ بهینه سازی و روز آمد کردن روشهای سنتی تبلیغ در عین حال استفاده از روشهای نوین.

14ـ1ـ فعالتر شدن تبلیغات اسلامی در نمادهای محلی فرهنگی .

15ـ1ـ گسترش کیفی فعالیت تبلیغات اسلامی .

16ـ1ـ گسترش فعالیت‌های کارشناسی تبلیغات اسلامی .

17ـ1 کمک به نهادهای مردمی برای فعالی شدن روزمره در مسائل فرهنگی و فکری .

18ـ1ـ گسترش اردوهای مذهبی ـ تفریحی در سراسر کشور خصوصاً روستاها.

19ـ1ـ استفاده کامل از فضاهای فرهنگی ـ مذهبی مانند حسینیه‌ها برای ایجاد تحرک جفرافیایی ـ فرهنگی .

20ـ1ـ تقویت مراکز فرهنگی و هنری و کمک به افزایش تولیدات این مراکز.

21ـ1ـ تشکیل و تقویت و تجهیز مراکز اسلامی رسانی و حمایت و هدایت صحیح این مراکز.

22ـ1ـ تقویت مراکز پژوهشی فرهنگی .

23ـ1ـ تشویق مردم به مشارکت و هدایت انگیزه‌های آنان در جهت فعالیت در امور فرهنگی

و هنری .

2ـ مطبوعات

1ـ2ـ کمک به ایجاد تفاهم ملی در جهت توسعه فکری و فرهنگی از طریق تعاطی افکار و تبادل آراء و تمسک به‌روشهای منطقی.

2ـ2ـ کمک به ایجاد ثبات برای توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی و جلوگیری از غربزدگی و التقاط.

3ـ2ـ گسترش فرهنگ نقد و گفتگو با توجه به ارزشهای معنوی، مبانی و مواضع اصولی .

4ـ2ـ صیانت خود جوش و درون زا از ارزشهای دینی و انقلابی به وسیله مطبوعات .

5ـ2ـ روشن کردن گسل‌های اجتماعی و فرهنگی در چارچوب قوانین.

6ـ2ـ نزدیک کردن نظریه‌های موجود در جامعه با طرح علمی و کارشناسی این نظریات و نقد صحیح .

7ـ2ـ سعی در تقریب ذهبی داخل کشور و خارج از آن بوسیله برجسته کردن ساختارهای اقتصادی و ساختارهای‌فرهنگی با احترام به ارزشهای ملی و فرهنگی اسلامی.

8ـ2ـ فراهم آوردن امکان گفتگوهای کارشناسی برای رسیدن به راهبردهای فرهنگی در جهت اهداف ملی بدون پرده‌دری، حرمت شکنی، قانون شکنی و جوسازی.

9ـ2ـ بررسی مشکلات اجتماعی برای یافتن راه‌حل‌های عمومی.

10ـ2ـ بررسی راههای جلوگیری از نفوذ سیاسی، فرهنگی و اجتماعی دشمنان برای حفظ استقلال کشور.

11ـ2ـ توسعه و تقویت خبرگزاری داخلی.

12ـ2ـ ارتقاء کمی و کیفی با دستیابی به شیوه‌های مطلوب و جامع در انتشار اخبار و مطالب.

13ـ2ـ جلوگیری از عوام‌زدگی و عوام فریبی و تکیه بر باورها، عادات و شیوه‌های درست.

3ـ صدا و سیما

1ـ3ـ تلاش در جهت تبیین و تعمیق بخشیدن ایمان مذهبی مخاطبان با بهره‌گیری از بهترین ابزارهای هنری در کلیه‌برنامه‌های صدا و سیما.

2ـ3ـ ارائه الگوهای مناسب برای اقشار مختلف مخاطبان به ویژه کودکان و نوجوانان و جوانان در برنامه‌های‌مختلف با شیوه‌های مستقیم و غیر مستقیم.

3ـ3ـ فراهم سازی زمینه‌های ارتقاء آگاهی مخاطبان (‌بینش و دانش) در زمینه‌های مختلف علوم و فرهنگ، به ویژه‌دین در کلیه برنامه‌ها با جهت گیری مناسب و منطقی.

4ـ3ـ ارتقاء بخشیدن کیفیت محتوایی کلیه برنامه‌های صدا و سیما با ارتباط جدی و عمیق‌تر و مستمر با اساتید‌حوزه و دانشگاه .

5ـ3ـ به کار گیری ابزارهای نوین و فن‌آوری جدید در تهیه کلیه برنامه‌های صدا و سیما برای ارتقاء کیفیت تصویری‌برنامه‌ها.

6ـ3ـ توجه جدی جهت عملی نمودن فرمایشات و رهنمودهای حضرت امام خمینی(‌ره) و مقام معظم رهبری‌پیرامون صدا و سیما.

7ـ3ـ بهره‌گیری از تولیدات داخلی و در صورت لزوم برنامه‌های خارجی تلویزیونی با توجه به ارزشهای اسلامی و‌عدم مغایرت آنها با دینداری، کفرستیزی، ساده زیستی و اخلاق اسلامی .

8ـ3ـ افزایش پوشش جمعیتی و جغرافیایی صدا و سیما.

9ـ3ـ تقویت مراکز خبری با بهره‌گیری از دانش فنی جدید و انتخاب شیوه‌های مؤثر و متنوع تبلیغاتی.

10ـ3ـ بهره‌گیری از نظریات و تجربیات مسئولان، اساتید و کارشناسان امور فرهنگی و هنری و ارتباط جمعی .

11ـ3ـ ایجاد زمینه‌های مناسب برای بهره‌گیری مطلوب و متعادل فرهنگی و هنری از اوقات فراغت و تفریح.

12ـ3ـ تقویت ارتباط مناسب و مکمل بخش فرهنگ با مردم.

13ـ3ـ هماهنگی در تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی فرهنگی با بخش‌های فرهنگی سیاستهای فوق در جلسات 444‌ مورخ 78.4.1، 445 مورخ 78.4.15، 447 مورخ 78.5.12، 450 مورخ 78.7.20، 451 مورخ 78.8.4، 452‌مورخ 78.8.18، 453 مورخ 78.9.16، 455 مورخ 78.10.14 و 459 مورخ 78.12.24 شورای عالی انقلاب‌فرهنگی به تصویب نهایی رسید.