*The Quarterly Journal*
*Motaleate Tablighe Dini*
*Vol.3/issu.5/ Winter 2026*

# The Essential Requirements of Religious Propagation (Tabligh) in Preventing Cultural Assimilation (Identity Erosion) from the Perspective of the Supreme Leader (may God preserve him)

**Abd al-Husayn Khosrowpanah[1] - Qasem Babaei[2]**

Recived Data: 2024/06/23 Accept Data: 2024/10/28

One of the major challenges facing the contemporary Islamic world is the phenomenon of cultural assimilation. The necessity of confronting cultural assimilation arises from the need to preserve the identity and spirit of the nation, a goal that can be achieved through strengthening cultural foundations. The present article is written with the aim of examining the essential requirements of religious propagation (tabligh) in confronting cultural assimilation from the perspective of the Supreme Leader (may God preserve him), and it seeks to answer the following question: What are the essential requirements of religious propagation in confronting cultural assimilation from the perspective of the Supreme Leader (may God preserve him)? This study attempts to address the above question using a descriptive–analytical method. Through an examination of various dimensions of the issue, the findings indicate, first, that culture consists of three fundamental layers—insight, ethical disposition, and behavior—which may, at times, become subject to cultural assimilation. Second, the means of rescuing culture from assimilation and identity erosion lies in striving to render these three components dynamic and active. Third, the institution of religious propagation and the preachers of the Islamic seminaries possess full capacity to rescue culture from identity erosion across all three fundamental layers (insight, ethical disposition, and behavior). Fourth, the role of the institution of propagation (tabligh) in the insight layer consists in consolidating and strengthening the foundational layer of culture through both preventive and corrective stages; in the ethical disposition layer, through influence and reform; and in the behavioral layer, through both preventive and corrective functions.

**Keywords:** Cultural transformation, propagation, students, Supreme Leader (may God preserve him), fundamental layers, prevention and treatment.

1. Professor of the Department of Philosophy of the Research Institute of Islamic Culture and Thought (khosropanahdezfuli@gmail.com).

2. A graduate of Qom Theological Seminary, a PhD student in the philosophy of law, responsible author (ghbabaei9797@gmail.com).

فصلية علمية محكمة
مطالعات تبليغ دينى
سنة الثالث، العدد ٥، الشتاء ١۴۴٧هـ

# متطلبات التبليغ في الوقاية من الاستحالة الثقافية من منظور السيد القائد المعظّم حفظه الله

عبدالحسين خسروپناه[١] - قاسم بابايي[٢]

الإستلام: ١۴۴۵/١٢/١۶ القبول: ١۴۴۶/٠۴/٢۴

تُعَدّ مسألةُ الاستحالة الثقافية في العصر الحاضر من القضايا المهمّة في العالم الإسلامي. وتنبع ضرورةُ مواجهة الاستحالة الثقافية من أهمية الحفاظ على هوية الأمة وروحها، وهو أمر يتحقق من خلال تعزيز الأسس الثقافية. وقد كُتبت هذه المقالة بهدف دراسة متطلبات التبليغ في مواجهة الاستحالة الثقافية من منظور السيد القائد المعظّم حفظه الله، وتسعى للإجابة عن هذا السؤال: ما هي متطلبات التبليغ في مواجهة الاستحالة الثقافية من منظور السيد القائد المعظّم حفظه الله؟

تحاول هذه المقالة الإجابة عن السؤال المذكور باستخدام المنهج الوصفي-التحليلي. ومن خلال دراسة الجوانب المختلفة، تشير النتائج الى الامور التالية:

أولاً: تتكوّن الثقافة من ثلاث طبقات أساسية هي: الرؤية، والسلوك، والممارسة، والتي تتعرّض أحيانا للاستحالة الثقافية.

ثانياً: إن الحل لإنقاذ الثقافة من الاستحالة وفقدان الهوية يكمن في العمل على تنشيط وتفعيل هذه الأبعاد الثلاثة.

ثالثاً: تمتلك مؤسسة التبليغ والمبلّغون في الحوزات العلمية القدرة الكاملة على إنقاذ الثقافة من فقدان الهوية في الطبقات الأساسية الثلاث (الرؤية، والسلوك، والممارسة).

رابعاً: يتمثّل دور مؤسسة التبليغ في بُعد الرؤية في ترسيخ وتقوية الطبقة الأساسية للثقافة في مرحلتي الوقاية والعلاج، وفي بُعد السلوك من خلال التأثير والإصلاح، وفي بُعد الممارسة في مجالَي الوقاية والعلاج.

**الكلمات المفتاحية:** التحول الثقافي، الانتشار، الطلاب، السيد القائد المعظّم حفظه الله، الطبقات الأساسية، الوقاية والعلاج.

---

١. أستاذ قسم الفلسفة بمعهد أبحاث الثقافة والفكر الإسلامي (khosropanahdezfuli@gmail.com).

٢. خريج حوزة قم العلمية، طالب دكتوراه في فلسفة القانون، مؤلف مسؤول (ghbabaei9797@gmail.com).

فصلنامه علمی ـ تخصصی
مطالعات تبلیغ دینی
سال سوم، شماره پنجم، زمستان ۱۴۰۴

# بایسته‌های تبلیغ در جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی از منظر مقام معظم رهبری حفظه‌الله

عبدالحسین خسروپناه[۱] - قاسم بابایی[۲]

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۴/۰۳ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۸/۰۷

## چکیده

امروزه از مسائل مهم جهان اسلام مسئلهٔ استحالهٔ فرهنگی است. ضرورت مقابله با استحالهٔ فرهنگی به سبب حفظ هویت و روح ملت است و با تقویت پایه‌های فرهنگی اتفاق می‌افتد. مقالهٔ پیش‌رو با هدف بررسی بایسته‌های تبلیغ در مقابله با استحالهٔ فرهنگی از منظر مقام معظم رهبری حفظه‌الله نگارش شده و در پی پاسخ به این پرسش است که بایسته‌های تبلیغ در مقابله با استحالهٔ فرهنگی از منظر مقام معظم رهبری حفظه‌الله کدام‌اند. مقالهٔ حاضر تلاش دارد پرسش فوق را با روش توصیفی‌ـتحلیلی پاسخ گوید. با بررسی زوایای مختلف، یافته‌ها نشان می‌دهد اولاً فرهنگ از سه لایهٔ بنیادینِ بینش و منش و کنش تشکیل‌شده است که گاهی دچار استحالهٔ فرهنگی می‌شود؛ ثانیاً راهکار نجات فرهنگ از استحاله و بی‌هویتی، تلاش در پویا و فعال کردن سه بخش یادشده است؛ ثالثاً نهاد تبلیغ و مبلغین حوزه‌های علمیه ظرفیتِ کاملی برای نجات فرهنگی از بی‌هویتی در سه لایهٔ بنیادین (بینش و منش و کنش) هستند؛ رابعاً نقش نهاد تبلیغ در بخش بینش با استحکام و تقویت لایهٔ بنیادین فرهنگ در دو مرحلهٔ پیشگیری و درمان است و در بخش منش با تأثیرآفرینی و اصلاح‌گری، و در بخش کنش در دو بخش پیشگیری و درمان.

**واژگان کلیدی:** استحالهٔ فرهنگی، تبلیغ، طلاب، مقام معظم رهبری حفظه‌الله، لایه‌های بنیادین، پیشگیری و درمان.

---

۱. استاد گروه فلسفهٔ پژوهشگاه فرهنگ و اندیشهٔ اسلامی (khosropanahdezfuli@gmail.com)

۲. دانش‌آموختهٔ حوزهٔ علمیهٔ قم، دانشجوی دکترای فلسفهٔ حقوق، نویسنده مسئول (ghbabaei9797@gmail.com)

## مقدمه

مقام معظم رهبری ﷾ بیش از سه دهه است که نخبگان و آحاد جامعه را به مقابله با جنگ نرم آگاهی می‌دهد. توجه ایشـــان به جنگ نرم در دهه‌های مختلف با واژگانی مانند «تهاجم فرهنگی»، «شـــبیخون فرهنگی»، «غارت فرهنگی»، «قتل‌عام فرهنگی» و «ناتوی فرهنگی» مطرح شده است و اخیراً در دیدار با طلاب حوزه‌های علمیه از «استحالهٔ فرهنگی» نام برده است: «اگر ما در مقابل تحولاتِ نوبه‌نو، در موضـوع تبلیغ غفلت و سـســتی کنیم، دچار اسـتحالهٔ فرهنگی می‌شویم... که جبران آن به آسانی ممکن نیست؛ همچنان که امام ﷺ مکرر می‌گفت اگر اسلام در ایران سـیلی بخورد، تا سـال‌های سـال اثرش باقی خواهد ماند» (مقام معظم رهبری ﷾ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۴۰۲/۰۴/۲۲).

مقام معظم رهبری ﷾ تضـاد میان ایمان و کفر را تضـاد دائمی و نزاع جاویدان می‌داند و بر این باور است که صـحنهٔ نازلهٔ تضاد ایمان و کفر به شکل دقیق‌تر در جنگ نرم صـحنه‌پردازی می‌شـود؛ چراکه جنگ نرم صـحنهٔ رویارویی دروغ‌های بزرگ با واقعیت‌های تردیدناپذیر اسـت. جنگ نرم نوعی جنگ سرد است که درنهایت ممکن است به اسـتحالهٔ فرهنگی منجر شـود و استحالهٔ فرهنگی زمینه‌ساز تغییر در بخش‌های دیگر حاکمیت است. بنابراین وظیفهٔ همگانی مقابله با اسـتحالهٔ فرهنگی اسـت. مقابله با جنگ نرم و اسـتحالهٔ فرهنگی که هویت دینی و انقلابی ما را نشانه گرفته است، فریضه‌ای واجب و ضروری است که مسئولیت آحاد جامعه را در پی دارد. رهبری عظیم‌الشـأن دراین‌باره می‌فرماید: فرهنگ یک جامعه بیانگر هویت آن جامعه است و هویت جامعهٔ ایرانی بر اساس فرهنگ اسلام ناب است که انقلاب اسلامی بر اساس آن بنیان نهاده شده است، و هدف دشمن مقابله با ایران اسلامی است که نمی‌توان لحظه‌ای از آن غفلت کرد (مقام معظم رهبری ﷾ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۹۲/۰۹/۱۹).

آنچه در این میان بر عهدهٔ حوزه‌های علمیه و مبلغین است، آگاهی‌بخشی و مبارزه با جنگ نرم اسـت که با تبیین اندیشـه‌های دینی و تبلیغ معارف اسـلامی و آگاهی‌بخش از خدمات انقلاب می‌توانند گام‌های مهمی در مبارزه با جنگ نرم و استحالهٔ فرهنگی بردارند.

مقالهٔ پیش‌رو با هدف بررسی بایسته‌های تبلیغ در مقابله با اسـتحالهٔ فرهنگی از منظر مقام معظم رهبری ﷾ نگارش شده و در پی پاسخ به این پرسش است که بایسته‌های تبلیغ در مقابله با اسـتحالهٔ فرهنگی کدام‌اند. این تحقیق بر این فرضـیه اسـتوار اسـت که فرهنگ دارای لایه‌های بنیادین و میانی اسـت که هرکدام از لایه‌های سـطوح فرهنگ نیازمند کمربند محافظتی اسـت.

لایهٔ بنیادینِ فرهنگ بخشِ باورها اســت که در هویت دینی و ملی نمود دارد. این بخش گاهی دچار ضعف و سستی می‌شود و به سمت فقر هویتی و تغییر و استحالهٔ فرهنگی می‌رود. یکی از راه‌های مبارزه با آن، اقدامِ نهاد تبلیغ و حوزه‌های علمیه است که مبلغین می‌توانند با استحکام و تقویت لایهٔ بنیادین فرهنگ در دو مرحلهٔ پیشگیری و درمان، این بخش را تقویت کنند.

بخش دومِ لایهٔ فرهنگ بخشِ کنش‌ها و رفتارها اســت که گاهی این بخش دچار آســیب و کج‌رفتاری می‌شــود. نقش مبلغان در این بخش در دو مرحلهٔ تأثیرآفرینی و اصــلاحگری اســت. درنهایت گاهی لایهٔ نهایی فرهنگ، یعنی منش‌ها، دچار آسیب می‌شود که نهاد تبلیغ و مبلغان در این بخش به دو شکل پیشگیری و درمان می‌توانند کارآمد باشند.

در بخش پیشینهٔ پژوهش، مقالات و کتاب‌های کمتری یافت شد که عبارت‌اند از:

۱. آقاپور، علی و امیر ســیاه‌پوش (۱۳۹۰). فرهنگ در منظر مقام معظم رهبری حفظه‌الله. چ۱، نشــر شهر تهران (وابسته به سازمان فرهنگی-هنری شهرداری تهران).

این کتاب مشــتمل بر شــش بخش اســت که عناوین آن‌ها عبارت‌اند از: مبانی فرهنگ؛ عرصــه‌های فرهنگ؛ جبههٔ فرهنگی؛ مدیریت فرهنگی؛ تبلیغ و نشــر فرهنگ؛ عوامل و ابزار آن؛ و صــدور و انتشــار فرهنگ انقلاب. بخشــی از کتاب به اســتحالهٔ فرهنگی پرداخته اســت؛ اما در بخش «بایسته‌های تبلیغ» مطالبی بیان نشده است.

۲. امانی، نیره (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی فرهنگی تمدن اسلامی (تهاجم فرهنگی) و راهکار مقابله با آن با نظر به آیات و روایات. پژوهشنامهٔ مطالعات راهبردی در علوم انسانی و اسلامی، ۱ (۴).

نویســنده در این مقاله با بررســی اســتحالهٔ فرهنگی، به راه‌های مقابله با آن از طریق تقویت فرهنگی خودی و مجازات مفســدان فرهنگی، به تحلیل راهکارهای مقابله پرداخته اســت، اما به بایستگی‌های تبلیغ اشاره‌ای نشده است.

## ۱. مفاهیم

### ۱-۱. فرهنگ

واژهٔ فرهنگ در عربی معادل «الثقافة» در اصل به معنای «تیزهوشی، پیروزی و مهارت» به کار رفته و پس از آن به معنای «اســتعداد و توان فراگیری علوم و صــنایع» اســتعمال شــده اســت (ابن‌منظور، ۱۴۱۴ق، ص۱۲۷). واژهٔ فرهنگ در زبان‌های انگلیســی، فرانســوی و آلمانی معادلِ

«Koltur، Culture، Culture» است که از ریشهٔ لاتینیِ «Colere» هستند. این واژهٔ معانی گسترده‌ای همچون «مسکن گزیدن، کشت کردن، حراست کردن، و پرستش کردن» دارد (پهلوان، ۱۳۸۲، ص۳۰۴). در زبان فارسی مرکب از «فر» که پیشوند است و «هنگ» از ریشهٔ «ثنگ» اوستایی به معنای «کشیدن و فرهیختن» است و در همین زبان نیز به معنای «گفت‌وگو، ادب، شعور، تربیت اجتماعی، باورها و هنر» آمده است (انوری، ۱۳۸۱، ج۶، ص۵۳۴۷). تعریفِ اصطلاحی فرهنگ بسیار متنوع است، به‌گونه‌ای که برخی ادعا کرده‌اند بالغبر ۲۵۰ تعریف برای آن ذکر کرده‌اند (ابوالقاسمی، ۱۳۸۵، ص۵۸). برخی نویسندگان بر این باورند که به سبب تنوع مباحث دربارهٔ فرهنگ، به دشواری می‌توان از مفهوم فرهنگ آگاه شد. در این بخش به برخی تعاریف مشهور خواهیم پرداخت و در ادامه دیدگاه مقام معظم رهبری حفظه‌الله دربارهٔ ماهیت فرهنگ را بیان خواهیم کرد:

**ادوارد تیلور**

ادوارد تیلور با تأثیرپذیری از رویکردهای تکامل‌گرایی، فرهنگ را مجموعهٔ پیچیده‌ای از دانش، اعتقادات، قوانین، آداب و رسوم می‌داند و هر آموختهٔ دیگر که انسان را شامل می‌شود، به آن می‌افزاید. وی همچنین در کتاب خود به نام «فرهنگ ابتدایی»، فرهنگ را «کلی» پیچیده می‌داند که شامل باورها، هنرها، اخلاق، عادات و هر توانایی‌ای می‌شود که انسان به عنوان عضوی از جامعه کسب می‌کند (طالبی، ۱۳۸۵ش، صص۱۷۵ـ۱۹۹).

**کلاید کلاکهون**

کلاید کلاکهون یکی از انسان‌شناسان آمریکایی است که معتقد است فرهنگ میراثی اجتماعی است که فرد از گروه خود دریافت می‌کند. همچنین بر اساس اندیشهٔ او، فرهنگ راهی برای اندیشیدن، احساس کردن و رفتار نمودن است؛ یا نظامی از جهت‌گیری‌های استانداردشده برای گره‌گشایی از مشکلات است (محسنی، ۱۳۷۷، ص۲۰۳).

**مقام معظم رهبری حفظه‌الله**

مقام معظم رهبری حفظه‌الله فرهنگ را هویت ملت و زیربنای حاکمیت می‌داند، به‌گونه‌ای که با حفظ و تقویت فرهنگ و خودباوری فرهنگی، هویتِ ملت حفظ می‌شود و ارکان دیگرِ جامعه در بخش‌های سیاست و اقتصاد نیز محفوظ می‌مانند و در صورت استحالهٔ فرهنگی، بخش‌های دیگر جامعه نیز آسیب می‌بینند. ایشان گسترهٔ فرهنگ را در سه بخش «بینش» و «منش» و «کنش» می‌داند. فرهنگ یعنی باورهای مردم، ایمان مردم، عادات مردم، آن چیزهایی که مردم در

زندگی روزمره با آن سـروکار دائمی دارند و الهام‌بخش مردم در حرکات و اعمال آن‌ها اسـت. فرهنگ این اسـت که تأثیر آن بر آیندهٔ حیاتِ جمعی قابل مقایسـه با هیچ‌چیز دیگری نیسـت (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۹۳/۱/۱). ایشـان فرهنگ را جهت‌دهندهٔ جامعه می‌داند و فرهنگ را به مثابهٔ روح در قالب اقدامات می‌شناسد که در مرحلهٔ اول، اذهان و افکار عمومی جامعه را جهت می‌دهد و در مرحلهٔ بعد بر اعتلا یا اضـمحلال تمدن‌های بشـری نقش تأثیرگذاری دارد.

مقام معظم رهبری ﷺ گسـترهٔ فرهنگ را در چند بخش می‌داند که عبارت‌اند از: عرصـهٔ تصـمیم‌های کلان کشـور؛ شـکل‌دهنده به ذهن و رفتار عمومی جامعه و سـیاسـت‌های کلان آموزشی و علمی دستگاه‌های موظف دولت:

۱. ایشان فرهنگ را در بخش تصمیم‌های کلان کشور همانند روحی می‌داند که باید در کالبد همه فعالیت‌های گوناگون کلان کشـوری، حضـور و جریان داشـته باشـد: «فرهنگ اسـاسِ کار ماست. درواقع فرهنگ با همهٔ شعب آن، یعنی علم و ادبیات و غیره، روحِ کالبد هر جامعه است» (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۸۸/۱۱/۸).

۲. مقام معظم رهبری ﷺ فرهنگ را در بخش بدنهٔ جامعه به عنوان شـکل‌دهنده به ذهن و رفتار عمومی جامعه می‌داند که باید فرهنگ حاکم بر بدنهٔ جامعه برگرفته از فرهنگ اسـلامی باشد. در نگاه ایشان، دولت و مجموعهٔ حکومت نمی‌تواند خود را از این موضوع بر کنار بکشند. مسـئولیت همگانی اسـت که فرهنگ یک کشـور را تقویت کنند. ایشـان به بخش‌های مختلف، همانند انضـباط و قانون‌پذیری، اشـاره می‌کند که نیازمند فرهنگ‌سـازی اسـت (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۹۳/۶/۴).

۳. عرصـهٔ سـومِ فرهنگ از نگاه مقام معظم رهبری ﷺ سـیاسـت‌های کلان آموزشـی و علمی دسـتگاه‌های موظف دولت اسـت که باید در بخش حکمرانی بر اسـاس فرهنگ اسـلامی تنظیم شود.

## ۲-۱. جنگ نرم

جنگ نرم در علوم سیاسی و نظامی مترادف با واژگانی مانند براندازی نرم، انقلاب مخملین، تهدید نرم اسـت و از جمله پدیده‌های نوینی اسـت که دردهه‌های اخیر وارد ادبیات سـیاسـی و نظامی شـده اسـت (بیگلری، ۱۳۸۸، ص۷۷) و نوعی جنگ روانی اسـت که از طرف جوزف نای

وارد ادبیات سیاسی شد و عبارت است از بهره‌گیری از فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی برای مقابله با حکومت‌های مستقل و مخالف با نظم تحمیلی ازسوی دول سلطه‌گر (شاه‌علی، ۱۳۹۱، صص۱۶۳ـ۱۹۱).

## ۳-۱. استحالهٔ فرهنگی

استحاله در لغت به معنای «دگرگونی» (عمید، ۱۳۷۴، ص۱۸۴) و در دانش فقه به معنای «تبدیل و تغییر ماهیت یک شیء» است؛ تبدیل در حقیقتِ شیء که فقها آن را از مطهِّرات می‌دانند (مشکینی، ۱۳۹۲، ص۷۰). بر اساس این فتوا، اگر شیء نجس تغییر ماهیت دهد، پاک می‌شود. برای مثال، اگر سگ بمیرد و تبدیل به خاک شود، آن خاک پاک است. استحاله به مرور زمان در دانش‌های دیگر نیز وارد شد. استحالهٔ فرهنگی در علوم سیاسی متناسب با معنای اصلی است و به معنای دگرگونی در فرهنگ است به‌گونه‌ای که در آن ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگی تغییر کنند و آنچه تا زمانی ارزش بوده و مطلوب تلقی می‌شده است، دیگر ارزش تلقی نشود و مطلوب به حساب نیاید(نوری مطلق، ۱۳۸۳، ص۷۱).

## ۴-۱. تبلیغ

واژهٔ تبلیغ، با مشتقات «بلوغ»، «بلاغ»، «تبلیغ» و «ابلاغ»، از ریشهٔ «بَلَغ» به معنای رسانیدن است و لغت‌پژوهان آن را به معنای رسیدن به پایان چیزی، رسیدن به چیزی (ابن‌فارس، ۱۳۳۸ق، ج۱، صص۳۰۱ و ۳۰۲) یا نزدیک شدن به آن پایان دانسته‌اند (راغب اصفهانی، ۱۴۲۹، ص۱۴۵). بعضی آن را رسیدن به نهایت یا نزدیک به نهایت یک چیز معنا کرده‌اند (مصطفوی، ۱۳۹۹، ج۱، ص۳۳۳).

تبلیغ در اصطلاح به معنی رساندن مجموعه اطلاعاتی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا بر ضد یک موضوع است، و می‌توان گفت تبلیغ هرگونه فعالیت نظام‌مندی است که به طور مستقیم به قصد گسترش و عمق‌بخشی علمی، عاطفی و رفتاری متدینین صورت می‌گیرد (کاویانی، ۱۳۹۶، ص۱۴۳).

واژهٔ تبلیغ بر وزن تفعیل در قرآن به کار نرفته است؛ ولی واژگان دیگر از مادهٔ «بلغ» در قرآن در اَشکال مختلفی مانند «**بَلَّغتَ**»، «**أُبَلِّغُكُم**»، «**يُبَلِّغُونَ**» و... استعمال شده است و رسانندهٔ معنای لغوی، یعنی رسانیدن پیام و تأکید بر وظیفهٔ پیامبران یعنی هدایت و تربیت جامعهٔ انسانی است (عبدالباقی، ۱۳۹۹، ص۹۸).

آنچه از آیات و روایات و سیرهٔ ائمه علیهم‌السلام و علما می‌توان دریافت این است که تبلیغ دین اولاً با هدف هدایت و تربیت انسان‌ها، ثانیاً دربردارندهٔ محتوای سازگار با فطرت و نیازهای انسان و ثالثاً بنا بر سنت الهی توسط انسان‌های پاک و والا انجام می‌گیرد و تبلیغ به این معنا با پروپاگاندای غربی که به هدف کنترل افکار عمومی مردم در جهت دست یافتن به قدرت و منفعت است متفاوت است (مقام معظم رهبری حفظه‌الله (بیانات)، https://khamenei.ir، ۹۶/۱۰/۶).

## ۲. تاریخ، عوامل و بسترهای استحاله فرهنگی

### ۲-۱. استحالهٔ فرهنگی در طول تاریخ جهان اسلام

استحالهٔ فرهنگی در ادوار مختلف تاریخ جهان اسلام و در کشورهای مختلف، به شکل‌های گوناگونی تحقق پیدا کرده است که می‌توان به نفوذ فرهنگی در مکه و مدینه و کشور ایران اشاره کرد. در برهه‌ای از تاریخ و به سبب استحالهٔ فرهنگی، مردم مدینه آشکارا به شراب‌خواری می‌پرداختند و مجالس رقص و آواز به طور دسته‌جمعی و مختلط تشکیل می‌دادند. تغییر و انحطاط فرهنگی به آن حد رسید که به گزارش کتاب «الاغانی»، بزرگ‌ترین خواننده‌ها و نوازنده‌ها و عیاش‌ها و عشرت‌طلب‌های دنیای اسلام در آن زمان، در شهر مدینه و مکه بودند! جمیله مغنیه، ابن‌عایشه و عمربن ابی‌ربیعه از پیشگامان این انحطاط اخلاقی به شمار می‌آمدند.

جمیله مغنیه در مدینه برای تعلیم غنا می‌نشست و مردم و دختران به خانه‌اش هجوم می‌آوردند و آوازهای او را می‌آموختند. تا اینکه در مدینه آوازخوان مشهوری شد. عمربن ابی‌ربیعه از شعرای هرزه‌درا بود که هنرش طواف با زنان زیبارو همراه با غزل‌خوانی سخیف در مسجدالحرام بود. با مرگ او در مکه و مدینه عزای عمومی اعلام شد و مردم در کوچه‌های آن دو شهر در عزایش می‌گریستند (پورامینی، مهر ۱۴۰۲، ص۳۸).

بخش دیگری از نفوذ و استحالهٔ فرهنگی را در تاریخ ایران مشاهده می‌کنیم که می‌توان به نفوذ فرهنگی در چهار دورهٔ پیشامشروطه، دورهٔ مشروطه، پسامشروطه و پس از انقلاب اسلامی اشاره کرد. جریان نهضت مشروطه به دنبال برپایی عدالت‌خانه و عدالت اسلامی بود که با هدایت‌گری علما و مراجع شروع شد و در ادامه با نفوذ سفارت انگلیس و برخی از روشن‌فکران غرب‌گرا و ایجاد انحراف در این حرکت، با حذف فیزیکی رهبران نهضت مثل شیخ فضل‌الله نوری، آیت‌الله بهبهانی و فوت مشکوک آخوند خراسانی عملاً این حرکت ناکام ماند و مجلسِ

تشکیل‌شده به سمت یک مجلس غربی سوق پیدا کرد و نهایتاً از درون این مجلس، حکومت پهلوی رضاخان سر برآورد (نجفی و فقیه حقانی، ۱۴۰۱، ص۳۲۴)؛ چنان‌که رهبر معظم انقلاب ﷺ می‌فرماید: «یک عده‌ای دودَستی مشروطه را تقدیم انگلیس‌ها کردند و مشروطه آن شد که دنبالش رضاخان بود و پنجاه سال، شصت سال عقب‌ماندگی این کشور» (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۹۵/۱۰/۱۹).

نمونهٔ دیگر از استحالهٔ فرهنگی در دورهٔ بعد از انقلاب اسلامی بود که می‌توان پژواک آن را در خرده‌فرهنگ‌ها مشاهده کرد که هرچند به بخشی از فرهنگ جامعه تبدیل نشده‌اند، اما به‌صورت خرده‌فرهنگ در درون فرهنگ بزرگ فعالیت می‌کنند. جریان‌هایی مانند موسیقی‌گرایی، شیطان‌پرستی، معنویت‌های سکولار، فمینیسم، بهاییت و وهابیت نمونه‌هایی از آن هستند (خسروپناه، ۱۳۹۳، ص۵۰).





## ۲-۲. علت پیدایش استحالهٔ فرهنگی

فرهنگ در یک تقسیم‌بندی به دو بخش «فرهنگ مولّد» و «فرهنگ مصرف‌کننده» تقسیم می‌شود. فرهنگی که نظریه در آن تولید شده است فرهنگِ مولّد، و فرهنگی را که نظریه به آن وارد می‌شود، فرهنگ مصرف‌کننده می‌نامیم. ورود نظریهٔ علمی از فرهنگ مولّد به فرهنگ مصرف‌کننده دو صورت می‌تواند داشته باشد:

**صورت نخست** آن است که فرهنگ مصرف‌کننده دارای حیات و نشاط و خلاقیت مربوط به خود باشد و در وضعیتی برتر یا دست‌کم مساوی نسبت به فرهنگ مولّد قرار داشته باشد. در این حال، مصرف‌کننده در انتخاب نظریه، قدرت گزینش دارد و نظریه را برای حل مسائل داخلی خود یا حتی مسائلی که در اثر ارتباط با فرهنگ دیگر برای آن پیش آمده است، با لحاظ زمینه‌های معرفتی و انگیزه‌ها و عوامل غیرمعرفتی خود انتخاب می‌کند. در این حال، نظریه به هنگام انتقال توسط مصرف‌کننده، بازخوانی و در صورت لزوم بازسازی می‌شود و درنتیجه به رغم آنکه در محیطی دیگر تکوین یافته و در مراحل نخستین نیز به دلیل مبانی و مبادی خود، هویتی مغایر با دیگر علوم و نظریات درون فرهنگ مصرف‌کننده دارد و پس از ورود و به هنگام مصرف توسط مصرف‌کننده استعمال می‌شود، درنهایت به صورت یک نظریهٔ بومی برای مصرف‌کننده درمی‌آید (پارسانیا، ۱۳۹۲، صص۷ـ۲۸).

فرهنگ اســلامی، علم یونانی و به تعبیر دیگر، «علوم اوایل» را در دوران اقتدار و شــکوفایی سده‌های نخستین به همین سان اقتباس کرد و دنیای غرب نیز پس از رنسانس، میراث معرفتی دنیای اسلام را با همین شیوه مصرف کرد (پارسانیا، ۱۳۹۲، ص۲۹).

**صـورت دوم** آن اسـت که فرهنگِ مصـرف‌کننده حیات و خلاقیتِ معرفتی و علمی خود را از دست داده و در سطح نخبگان معرفتی و علمی خود گرفتار آسیب شده است و قدرت و اقتدار آن نیز در مقایسه با فرهنگ مولّد، ضعیف و آسیب‌پذیر باشد. فرهنگ در چنین شرایطی قدرت گزینش خود را از دســت می‌دهد و نســبت به فرهنگ مولّد حالت منفعلِ اثرپذیر پیدا می‌کند. فرهنگ مصرف‌کننده در حالت انفعال به‌گونه‌ای تقلیدی نظریات تولیدشدهٔ فرهنگ مولّد را اخذ می‌کند و فرهنگ مولّد نیز در این حال به اقتضــای ذات خود با جامعهٔ مقلّد برخورد می‌کند؛ یعنی علوم و نظریه‌های علمی را به اقتضــای مصــالح اقتصــادی، ســیاســی، نظامی یا فرهنگیِ خویش، به حاشیه و پیرامون خویش صادر می‌کند.

جامعهٔ مصــرف‌کننده هنگامی که به صــورت تقلیدی نظریات علمی را از فرهنگ دیگر وارد می‌کند، اولاً به دلیل اینکه نظریات در حوزهٔ فرهنگی دیگری تولید شــده‌اند، فاقد زمینه‌های معرفتی آن نظریات است و ثانیاً اخذ تقلیدیِ نظریات مانعِ بازخوانی و بازسازی نظریات در درون فرهنگ بومی می‌شــود و به همین دلیل نظریات علمی بیگانه با زمینه‌های معرفتی جامعهٔ مصرف‌کننده باقی می‌مانند.

بعد از آنکه نظریه‌های علمی از طریق لوازم و مبانی معرفتی خود، لایه‌های عمیق فرهنگ را در معرض تهاجم قرار می‌دهند، در صــورتی که آن لایه‌ها ظرفیت مقابله و دفاع از خود را داشــته باشــند، جامعه شــاهد واکنش مجدد فرهنگ در جهت خلق نظریه‌های بومی می‌شــود، و اگر ذخایر تاریخی فرهنگ در این سطح نیز دچار رکود و خمود شده باشد و حیات و نشاط علمی این لایه به فراموشی سپرده شده باشد، استحالهٔ فرهنگ در عمیق‌ترین وجه آن رخ خواهد داد.

به‌این‌ترتیب جامعهٔ مصــرف‌کننده در حالت انفعالی تحت تأثیر عوامل و انگیزه‌های غیرمعرفتی، آن‌هم از نوع غیربومی و خارجی آن، نظریاتی را که در فرهنگ‌های دیگر تولید شده‌اند، در خود جای می‌دهد. بنابراین به طور خلاصه استحالهٔ فرهنگی با ورود فرهنگ مصرف‌کننده در فرهنگ مولّد و به سبب لایه‌های ضعیف مقابله و دفاع، سبب می‌شود که فرهنگ مصرف‌کننده در بطن فرهنگ مولّد نفوذ کند و سبب استحالهٔ فرهنگ شود (پارسانیا، ۱۳۹۲، صص۷ـ۲۸).

## ۲-۳. نفوذ دشمن در استحالهٔ فرهنگی

نفوذ دشمن در استحالهٔ فرهنگی در سه بخشِ «بینش» و «منش» و «کنش» است. باورها لایهٔ بنیادین فرهنگ به حساب می‌آیند، که با تضعیف باورها زمینهٔ نفوذ دشمن شکل می‌گیرد. وقتی انسان در بخش باور دچار استحالهٔ فرهنگی شد، به تبع در بخش کنش و منش نیز دچار استحاله می‌شود.

نمونه نفوذ دشمن در مرز اعتقادات را می‌توان در جریان شهر **اَندلُس** مشاهده کرد. شهر اندلس یکی از هفده بخش خودمختار کشور اسپانیاست که در سال ۷۱۱ میلادی توسط سپاهیان مسلمانان به رهبری طارق بن زیاد به سلطهٔ مسلمانان درآمد. مسلمانان درمجموع به مدت ۷۸۱ سال (تا ۱۴۹۲ میلادی) بر این ناحیه حکومت کردند. در این دوران، تاریخ‌نگاری مسلمانان در اندلس رشد چشمگیری یافت که اوج آن توسط خاندان رازی است. اما متأسفانه با سیطرهٔ اسپانیایی‌ها بر اندلس، رونق علوم و فنون اسلامی در اندلس از میان رفت (عنان، ۱۴۲۱، ج۱، ص۲۲).

راهبرد مسیحیان برای مقابله با مسلمانان در سه مرحله بود:

۱. تبلیغ و ترویج افکار و اندیشه‌های مسیحیت با هدف ایجاد تزلزل در عقاید جوانان مسلمان؛

۲. نفوذ در امر حیاتی و مهم تعلیم و تربیت جوانان مسلمان از طریق گرفتن امتیازِ باز کردن مدارس مجانی با هدف تعلیم مطالب انحرافی و القای شبهات در جوانان مسلمان؛

۳. توسعهٔ روابط تجاری با مسلمین با هدف ترویج فساد و بی‌بندوباری در زمامداران و به‌ویژه جوانان مسلمان اندلس. نتیجهٔ نفوذِ فرهنگی، استحالهٔ فرهنگی و سقوط فرهنگی بود؛ به طوری که بعد از گذشت مدتی، سبک زندگی اسلامی تغییر یافت و فرهنگ تهاجمی غرب جایگزین فرهنگ اسلامی شد (جعفریان، ۱۳۹۶، ص۱۳۷).

محمد طنطاوی الجوهری در کتاب «غروب آفتاب در اندلس» وضعیت شهر اندلس را بعد از آن استحالهٔ فرهنگی این‌گونه شرح می‌دهد: مِی‌خوارگی که در گذشته در میان مردم عیاش اندلس به طور خفا انجام می‌شد، یک عمل عمومی و علنی گردید... جوانانِ می‌گسار و بی‌بندوبار روشِ پدران خود را حقیر شمرده و آنان را نادان و احمق و دور از تمدن خواندند... مسجد و جوامع مذهبی در انحصار پیرمردان و پیرزنان درآمد و جوانان را با مسجد و نماز سروکاری نبود. دختران زیبا و طناز اروپایی که در همه‌جا مأمور دل‌ربایی از جوانان مسلمان بودند، با دقت هرچِه تمام‌تر مأموریت خود را انجام دادند و درنتیجه جوانان مسلمان تا نیمه‌های

شب در گوشهٔ مهمان‌خانه‌ها به سر بردند؛ چنان‌که سرودهٔ ابن‌غسال در غم سقوط شهر «بربشتر» گواه صدق این مدعاست. او پس از به تصویر کشیدن ددمنشی‌های دشمن در حمله و تصرف شهر، دلیل گستاخی دشمن را در انجام دادن این کار چنین بیان می‌کند:

«اگر گناهان مسلمانان و فرورفتن آن‌ها در منجلاب معاصی بزرگ و کوچک نبود، هیچ‌گاه سواران مسیحی بر آنان پیروز نمی‌شدند. آری، علتِ ضعفْ گناهانشان بود. افراد فاسد کارهای زشت خود را پنهان نمی‌کردند و آن‌هایی هم که کار خوب انجام می‌دادند، ازروی ریا بود» (جعفریان، ۱۳۹۶، ص۵۱).

استاد مطهری رحمه‌الله در تبیین قصهٔ پرغصهٔ اندلس به این موضوع می‌پردازد: «تاریخ بشر نشان می‌دهد که هرگاه قدرت‌های حاکم می‌خواهند جامعه‌ای را تحت سلطهٔ خود قرار دهند و آن را استثمار کنند، تلاش می‌کنند تا روح جامعه را فاسد کنند و برای این منظور تسهیلات شهوت‌رانی را برای مردم مهیا می‌کنند و آن‌ها را به شهوت‌رانی ترغیب می‌کنند. نمونهٔ عبرت‌انگیزی از این شیوهٔ کثیف، فاجعه‌ای بود که در اسپانیای مسلمان برای مسلمانان اتفاق افتاد. مسیحیان برای خارج کردن اسپانیا از چنگ مسلمانان، از راه فاسد کردن روحیه و اخلاق جوانان مسلمان وارد عمل شدند، تا آنجا که توانستند، وسایل لهوولهب و شهوت‌رانی را به سهولت در اختیار مسلمانان قرار دادند و در این کار تا آنجا پیش رفتند که حتی سرداران و مقامات دولتی را نیز فریفتند و آنان را آلوده ساختند و به‌این‌ترتیب توانستند عزم، اراده، نیرو، شجاعت، ایمان و پاکی روح مسلمین را از میان بردارند، آن‌ها را به آدم‌هایی زبون، ضعیف، شهوت‌ران، شراب‌خوار و زن‌باره مبدل کنند. و پر واضح است که غلبه و پیروزی بر چنین مردمی کار دشواری نیست» (مطهری، ۱۳۸۹، ص۷۲).

## ۳. مقابله با استحاله فرهنگی

### ۳-۱ نقش نهاد تبلیغ در جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی

حوزهٔ علمیهٔ قم و طلاب نقش پررنگی در خنثی‌سازی تبلیغات دشمن دارند و می‌توانند با تبلیغ مؤثر و کارآمد، نقشهٔ دشمن را نقش بر آب کنند. مقام معظم رهبری حفظه‌الله بایسته‌های تبلیغ در مقابله با استحالهٔ فرهنگی را در دو بخش موردتوجه قرار دادند: یکی اهتمام نهاد حوزه به تبلیغ و در اولویت اول قرار دادن آن و دیگری در مجهز بودن طلاب به شرایط تبلیغِ مؤثر.

### ۳-۱-۱. اولویت اول دانستنِ تبلیغ در سیاست‌گذاری حوزهٔ علمیه

اولین راهکار در موفقیتِ تبلیغ، اهمیت دادن به تبلیغ در نهاد حوزه است؛ اینکه متولیان حوزه تبلیغ را اولویت اول بدانند. مقام معظم رهبری ﷾ بر این باورند که باید در حوزه‌های علمیه، تبلیغ «اولویت اول» باشد تا ضمن حفظ اهمیت، طلاب نیز آن را به عنوان دغدغه ملاحظه کنند: «امروز نگاه رایج در حوزه‌های علمیه این است که تبلیغ در مرتبهٔ دوم قرار دارد... ما از این نگاه باید عبور کنیم. تبلیغ مرتبهٔ اول است» (مقام معظم رهبری ﷾ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۴۰۲/۴/۲۱).

### ۳-۱-۲.شرایط مبلغان برای تبلیغ موثر

#### الف: آگاهی به زمان

یکی از ویژگی‌های مبلغِ موفق و تأثیرگذار شناختِ زمان و اقتضائات زمانه است؛ چنان‌که امام صادق ﷺ می‌فرماید: «**اَلْعَالِمُ بِزَمَانِهِ لَا تَهْجُمُ عَلَيْهِ اللَّوَابِسُ** (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۱، ص۲۷)؛ شبهات به کسی که عالم به زمان خود است هجوم نمی‌آورند.»

مقام معظم رهبری ﷾ می‌فرمایند: «روحانیِ این زمان از این امکان باید حداکثرِ استفاده را بکند، با افکار جدید آشنا شوند، راه‌ها و شیوه‌های دشمن را بشناسند و به زمان خودشان عالم شوند» (مقام معظم رهبری ﷾ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۸۸/۲/۲۳).

#### ب. شناخت مخاطب

یکی دیگر از شرایط تبلیغِ موفق شناختِ مخاطب است؛ مخاطبِ هر دوره‌ای با زمان‌های قبل متفاوت است. مقام معظم رهبری ﷾ تبلیغ را نسبت به مخاطب‌های مختلف متفاوت می‌داند: «مخاطب را بشناسید. اگر چنانچه ما مواد تبلیغی‌مان و شیوهٔ تبلیغمان متناسب با وضعیت مخاطب نباشد، ناموفق خواهیم بود... احتمال دارد که یکی از مصادیق یا یکی از معانی این آیهٔ شریفهٔ ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِن رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ﴾ (ابراهیم: ۴) همین باشد...؛ یعنی با همان ترکیب فکری و ذهنیِ قوم باید حرف بزند، صحبت کند، تبیین کند» (مقام معظم رهبری ﷾ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۴۰۲/۴/۲۱).

#### ج. روحیهٔ جهادی داشتن

روحیهٔ جهادی شرطِ موفقیتِ تبلیغ و مقابله با استحالهٔ فرهنگی است؛ زیرا در روحیهٔ

جهادی، خود را ندیدن و خدا را دیدن آشکار می‌شود: «در تبلیغ، روحیهٔ جهادی لازم است... این روحیهٔ جهادی با توجه به این آیهٔ شریفه است: ﴿وَلَا يَطَئُونَ مَوْطِئًا يَغِيظُ الْكُفَّارَ وَلَا يَنَالُونَ مِنْ عَدُوٍّ نَّيْلًا إِلَّا كُتِبَ لَهُم بِهِ عَمَلٌ صَالِحٌ﴾ (توبه: ۱۲۰). آن کاری که غیظ کفار را برانگیزد، عمل صالح است. "ینالون منه" یعنی ضربه زدن. "نالَ" به دو معنا استفاده می‌شود؛ اما وقتی با "مِن" باشد: ﴿لَا يَنَالُونَ مِنْ عَدُوٍّ نَّيْلًا﴾، معنایش این است که یعنی ضربه‌ای به او نمی‌زند ﴿إِلَّا كُتِبَ لَهُم بِهِ عَمَلٌ صَالِحٌ﴾، [مگر اینکه برای او ] عمل صالح می‌نویسند. خب این بهترین جهاد است دیگر. روحانیت باید وسط میدان باشد، باید مأیوس نشود. خاصیت عمل جهادی این است» (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۴۰۲/۴/۲۱).

**د: ایجاد امیداوری در مردم**

یکی دیگر از شرایط مبلغ در تأثیرگذاری، داشتن روحیهٔ امید در خود و ایجاد امید در دیگران است: «وظیفهٔ مبلغ دین و مبلغ معنویت و پیام‌آور حقیقت این است که مردم را امیدوار کند و یأس را از آن‌ها بزداید» (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۷۶/۱۰/۳).

**هـ: توجه به خدا و تضرع کردن**

طلاب و روحانیون وقتی می‌توانند در تبلیغ اثرگذار باشند که به سلاح توجه به خدا و تضرع به درگاه او مجهز باشند: «باید روحانی اهل معنا، اهل روح، و با روح و معنویت سروکار داشته باشد. باید سخن او باطنی داشته باشد، از باطنی برآید. اگر سطحی و ظاهری و زبانی و صوری بود، اثر نخواهد گذاشت... باید از قلب برآید. آن هم متوقف است بر ایمان و توجه و معنویت و روحانیت. این را می‌شود به وجود آورد و تقویت کرد. هر وقتی که کار در این زمینه‌ها سخت و سنگین می‌شود، باید به ذخیرهٔ فیّاضِ تمام‌نشدنیِ ذکر الله پناه برد: به نماز، به نافله، به توجهِ به خدا، به تضرع. این‌ها انسان را فَیَضان می‌بخشد» (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۷۶/۷/۱۶).

## ۳-۲. روش های جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی

### ۳-۲-۱. تبیین و آگاهی مهم‌ترین روش مقابله با استحاله فرهنگی

مبارزه با استحالهٔ فرهنگی با استحکام پایه‌های «ایمان»، واصلاح وتقویت «عمل» و «منش و سبک زندگی» امکان پذیر است .

راهکارهای مقابله با استحالهٔ فرهنگی، همان روش‌هایی است که دشمن در مبارزه با فرهنگ جامعه به کار گرفته است یعنی همان‌طور که دشمن از طریق فقر هویتی و القای یأس و ناامیدی و کم‌رنگ کردن هویت ملی به تضعیف ارکان فرهنگی می‌پردازد، راهکار مقابله نیز باید از مسیر تقویت هویت ملی و دینی صورت گیرد.

تقویت سه بخش لایه‌های درونی و بیرونی فرهنگ، یعنی بینش و منش و کنش، راهکارهای مختلفی دارد که یکی ازمهم ترین آن‌ها تبیین و آگاه‌سازی است که در فرمایش رهبر معظم انقلاب ﷺ به آن اشاره شده است: «رسالت دیگر این سازمان (سازمان تبلیغات اسلامی) رصد و مقابلهٔ هوشمندانه با تهاجمات فکری و فرهنگی و تبلیغی و رسانه‌ای دشمنان دین و انقلاب و کشور است؛ دشمنانی که نه امروز بلکه از چند دههٔ پیش، هویت و شخصیت و باور و رفتار و سبک زندگی اسلامی-ایرانی مردم، خصوصاً جوانان، را هدف قرار داده و با شیوه‌ها و ابزارهای متکی به فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌ای، اعم از هنر و سینما و فضای مجازی و غیره، درصدد تهی کردن انقلاب از عقبهٔ دینی و ایمانی و مردمی آن می‌باشند» (مقام معظم رهبری ﷺ (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۹۷/۵/۲۸).





### ۲-۲-۳. روش های جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی باتوجه به عناصر اصلی فرهنگ

عناصر سازندهٔ فرهنگ در دو بخش کلی قرار دارند که می‌توان آن‌ها را به عناصر ریشه‌ای و ابزاری تقسیم کرد. عناصر ریشه‌ای فرهنگ عبارت‌اند از عناصر بینشی و کنشی و ارزشی، که این عناصر بر سایر عناصر فرهنگ سایه می‌افکند و چگونگی آن را رقم می‌زند. عناصری مانند آداب‌ورسوم، هنر، زبان، ادبیات... عناصر ابزاری هستند که با کمک آن عقاید وباورها اداب و سنت ها و ارزش ها از فرهنگ مولّد به فرهنگ مصرف‌کننده منتقل می‌شود (ذوعلم، ۱۳۹۲، ص۲۹). آنچه می‌تواند جلوی استحالهٔ فرهنگی را بگیرد، توجه در بخش لایه‌های بنیادین و ریشه‌ای است. باید با کمک ابزارها و نهاد تبلیغ به تحکیم این بخش در دو سطح پیشگیری و درمان پرداخت.

#### الف. باورها و اعتقادات

یکی از پایه‌های بنیادین فرهنگی، لایهٔ باورها، ازجمله باورهای دینی ، ملی و هویتی است. باور به اعتقادات دینی، باور به دستاورهای انقلاب و باور به هویتِ ملی‌از پایه‌های بنیادین فرهنگ است. اینکه چگونه عمل کنیم، وابسته به این است که چگونه فکر کنیم؛ تفکراتِ انسان

عملِ انسان را می‌سازد و عملِ انسان سرنوشتِ انسان را رقم می‌زند. قرآن می‌فرماید: ﴿قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ﴾ (اسراء: ۸۴). هرکس بر اساس خلق‌وخوی خود عمل می‌کند؛ یعنی چگونگی عمل وابسته به نحوهٔ نگرش‌هاست. امام صادق علیه‌السلام در تفسیر این آیه فرمود: نیت از عمل بهتر و مهم‌تر است؛ حتی نیت همان عمل است. سپس کلام خدا را تلاوت فرمود: ﴿قُلْ كُلٌّ يَعْمَلُ عَلَىٰ شَاكِلَتِهِ﴾؛ یعنی بر اساس نیتش (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج۲، ص۱۶).

فخر رازی در تفسیر این آیه می‌نویسد: «کل أحد یفعل علی وفق ما شاکل جوهر نفسه و مقتضی روحه فإن کانت نفسه نفساً مشرقة خیرة طاهرة علویة صدرت عنه أفعال فاضلة کریمة و إن کانت نفسه نفساً کدرة نذلة خبیثة مضلة ظلمانیة صدرت عنه أفعال خسیسة فاسدة» (فخر رازی، ۱۴۲۰، ج۲۱، ص۳۹۱)؛ هرکَس به‌اقتضای ذات نفس و آنچه روحش اقتضا می‌کند، عمل می‌کند: اگر روحش نورانی و نیکو و پاک و بلند باشد، اعمال نیکو و سخاوتمندانه انجام می‌دهد، و اگر نفسش رذیله است، نفسِ رذیله و بدخواه و گمراه‌کننده و ظالم، اعمالِ ناپسند و مفسده انجام می‌دهد.

بنابراین باورها و اعتقادات پایهٔ بنیادین انسان است که عمل و کنش او به آن وابسته است. پایداریِ ایمان به پایداری عمل و سبک زندگی و حیات فرهنگ ناب منجر می‌شود و ضعف در بخش نخست به سستیِ دو بخش دیگر. تلاش دشمن در ضعیف کردن اعتقادات و باورهای در سه بخش باورهای دینی و باورهای ملی و هویت فردی است. دشمن با تضعیف اعتقادات تلاش دارد ملت را به سمت استحالهٔ فرهنگی سوق دهد؛ تلاش مستمری که برای آن برنامه‌ریزی کرده است. مقام معظم رهبری حفظه‌الله دراین‌باره می‌فرماید: «همهٔ تلاش آمریکا و دستگاه و جبههٔ استکبار این است که عنصر قدرت و قوت و مقاومت را از ما بگیرد؛ یعنی می‌خواهد ایمان و اتکا به نفس و امید و اتحاد را در ما تضعیف کند» (مقام معظم رهبری حفظه‌الله (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۸۱/۳/۱).

### ۱. پیشگیری

نقش تبلیغ در جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی در بخش باورها در دو مرحلهٔ پیشگیری و درمان است. پیشگیری[1] در دانش پزشکی اقداماتی است که به منظور حفظ سلامتی افراد سالم و جلوگیری از بروز بیماری در آن‌ها صورت می‌گیرد و با اقداماتی مانند ارتقای سطح بهداشت

1. Prevention.

عمومی، به‌زیستی و کیفیت زندگی افراد تأمین می‌شود. بنابراین مقصود از پیشگیری اولیه، پیشگیریِ قبل از ایجاد بیماری با کنترل علل و عوامل خطرآفرین است. به عبارتی، پیشگیری گونه‌ای از دفع است که بسترهای شکل‌گیری را از بین می‌برد.

پیشگیری در دانش جرم‌شناسی به بررسی عوامل (وضعی و اجتماعی) پدیدهٔ مجرمانه، با ارائهٔ تدابیر و راهکارهای پیشگیرانه، سعی در پیشگیری از وقوع جرم دارد (رونالد وی کالرک و جان اک، ۱۳۸۸، ص۹).

جرم‌شناسی برای جلوگیری از وقوع جرم یا جلوگیری از جرم واقع‌شده، از دو راهکار کیفری و غیرکیفری بهره می‌برد. پیشگیری کیفری به دو بخش عام و خاص تقسیم می‌شود. پیشگیری عام استفاده از جنبه‌های ارعاب‌آمیز حقوق کیفری و مخصوصاً مجازات است، با این استدلال که ترس از دستگیری و مجازات، افراد را از ارتکاب جرم منصرف می‌کند. ازاین‌رو قانون‌گذار با جرم‌انگاری برخی رفتارها همچون سرقت و قاچاق و تعیین مجازات برای مرتکبین این‌گونه اعمال و ترساندن افرادی که در صورت نبودن مجازات ممکن است به ارتکاب جرم وسوسه شوند، از وقوع جرم پیشگیری می‌کند. پیشگیری کیفری خاص از جرم، پیشگیری از تکرار بزه توسط بزهکار است که با اصلاح مجرمین محقق می‌شود.

پیشگیری غیرکیفری، که قبل از وقوع جرم است، به دو بخش وضعی و اجتماعی تقسیم می‌شود. پیشگیری اجتماعی مجموعه اقدامات پیشگیرانه است که بر کلیهٔ محیط‌های پیرامون فرد که در فرایند جامعه‌پذیری نقش دارد و دارای کارکرد اجتماعی هستند تأثیر می‌گذارد. این روش پیشگیری از جرم با تمرکز بر برنامه‌های تکمیلی، سعی در بهبود بهداشت زندگی خانوادگی، آموزش، مسکن، فرصت‌های شغلی و اوقات فراغت دارد تا محیط سالم و امنی ایجاد کند.

پیشگیری وضعی اقدام پیشگیرانهٔ معطوف به اوضاع و احوالی است که جرائم ممکن است در آن وضع به وقوع بپیوندند (اردبیلی، محمدعلی، ۱۳۹۳، ج۳، ص۴۳).

نقش نهاد تبلیغ در مرحلهٔ باورها در بخش پیشگیری همانند مرحلهٔ پیشگیری غیرکیفری است که می‌توان از دو صورت یادشده در این بخش نیز بهره برد.

**پیشگیری اجتماعی**

مبلغان در بخش پیشگیری اجتماعی با ایجاد محیط روانی سالم و امن در بخش باورها می‌توانند مانع نفوذ شبهات شوند. این روش با استفاده از گونه‌های مختلف تبلیغ اعم از چهره‌به‌چهره، تولید و انتشار محتوا در فضای مجازی و... می‌تواند تحقق یابد. امام صادق علیه‌السلام

در تفسیر آیهٔ ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ (آل‌عمران: ۲۰۰)؛ «ای اهل ایمان، (در کار دین) صبور باشید و یکدیگر را به صبر و مقاومت سفارش کنید و مهیّا و مراقب کار دشمن باشید و خداترس باشید. باشد که رستگار شوید» فرمودند: «عُلَمَاءُ شِيعَتِنَا مُرَابِطُونَ فِي الثَّغْرِ الَّذِي يَلِي إِبْلِيسُ وَ عَفَارِيتُهُ، يَمْنَعُونَهُمْ عَنِ الْخُرُوجِ عَلَى ضُعَفَاءِ شِيعَتِنَا وَ عَنْ أَنْ يَتَسَلَّطَ عَلَيْهِمْ إِبْلِيسُ وَ شِيعَتُهُ النَّوَاصِبُ (طبرسی،۱۴۰۳، ج۱، ص۱۷)؛ علمای شیعهٔ ما نگهبانانِ مرزی هستند که در آن سویش ابلیس و دیوهایش قرار دارند و [این علما] جلوی یورش آن‌ها به شیعیان ناتوان ما و تسلط یافتن ابلیس و پیروان او بر ایشان را می‌گیرند.»

در این روایت، علما و مبلغان دین همان نقشی را دارند که مرزداران در بخش مرزی کشور بر عهده دارند: مرزبانان مانع نفوذ دشمن هستند، علما نیز مانع نفوذ شبهات در عقاید دین‌داران هستند. بنابراین پاسداری فکری و اعتقادی پیروان معصومین علیهم‌السلام به عهدهٔ متفکران ژرف‌نگر است که هم مرزهای باز و نفوذپذیر را کاملاً شناسایی کنند و هم افکار مسموم و اندیشه‌های بی‌ریشهٔ بیگانگان را وارسی نمایند و هم توان مقابله و حِوار علمی را داشته باشند و هم خویشتن را برای هرگونه نبرد فکری آماده کنند (جوادی آملی، ۱۳۸۶، ج۳، ص۱۱۲).

برای پیشگیری در لایهٔ بنیادین فرهنگ، مبلغان باید با آگاهی‌بخشی و بالا بردن سطح اطلاعات و دامنهٔ دانش مردم، شبهات را از اساس بی‌تأثیر نمایند. آگاهی‌بخشی به مردم اقتضا می‌کند که در مرحلهٔ اول، طلاب علوم دینی خود در شناخت شبهات از همه پیش‌قدم باشند و با شناخت مکاتب و شبهات روز بتوانند ابتدا خود را بیمه و سپس از مردم مراقبت کنند.

**پیشگیری وضعی**

پیشگیری وضعی وابسته به اوضاع واحوال وشرایط و محیط هایی است که ممکن است شبهات در آن نفوذ بیشتری داشته باشند. همان‌طور که در پیشگیری وضعیِ جرم با کاهش زمینه های پیدایش جرم و با افزایش وسایل بازرسی و دیده‌بانی تلاش دارند جرم محقق نشود، در این بخش نیز مبلغان می توانند با پررنگ کردن معارف دینیِ در معرض شبهه و کم‌رنگ کردن مواد شبهه پیشگیری کنند.

**۲.د رمان**

نقش دیگر نهاد تبلیغ در جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی، بخش درمان باورهای غلط است. گاهی باید مراقب ورود شبهات بود و گاهی باید شبهات واردشده را پاسخ داد و آن‌ها را سم‌زدایی

کرد. همان‌طور که طبیب بیمار را درمان می‌کند، علمای دین نیز افراد گرفتار در شـبهه را درمان می‌کنند. به این بخش در همان روایت پیشـین اشـاره شـده بود و در برخی روایات از دین‌داران و شیعیان به مثابهٔ یتیمانی یاد شده که پدر علمی و معنوی خود را از دست داده‌اند و عالمان دین با بر عهده گرفتن تعلیم و تربیت آنان، در حقیقت کفالت و سرپرستی‌شان را بر دوش گرفته‌اند.

امـام کـاظم علیه‌السلام دراین‌باره چنین فرمود: «فَقِيهٌ وَاحِدٌ يُنْقِذُ يَتِيماً مِنْ أَيْتَامِنَا الْمُنْقَطِعِينَ عَنَّا وَ عَنْ مُشَاهَدَتِنَا بِتَعْلِيمِ مَا هُوَ مُحْتَاجٌ إِلَيْهِ أَشَدُّ عَلَى إِبْلِيسَ مِنْ أَلْفِ عَابِدٍ لِأَنَّ الْعَابِدَ هَمُّهُ ذَاتُ نَفْسِهِ فَقَطْ وَ هَذَا هَمُّهُ مَعَ ذَاتِ نَفْسِـهِ ذَاتُ عِبَادِ اللَّهِ وَ إِمَائِهِ لِيُنْقِذَهُمْ مِنْ يَدِ إِبْلِيسَ وَ مَرَدَتِهِ فَذَلِكَ هُوَ أَفْضَـلُ عِنْدَ اللَّهِ مِنْ أَلْفِ أَلْفِ عَابِدٍ وَ أَلْفِ أَلْفِ عَابِدَةٍ (طبرسـی، ۱۴۰۳، ج۲، ص۳۹۵)؛ تأثیر یک فقیه که یتیمی از ایتامِ ما را که از ما و دیدار ما جدا افتاده، کفالت و سـرپرسـتی کند و آنچه نیاز دارد، به او تعلیم دهد، برای ابلیس از هزار عابد جان‌کاه‌تر اسـت؛ زیرا همت عابد تنها نجات نفسِ خود اسـت، اما این فقیه در کنار نجات خود، در فکر نجات بندگان خداوند، اعم از زن و مرد اسـت تا آنان را از دسـت ابلیس و لشـکریانش نجات دهد. از این جهت این فقیه هزارهزار بار از مرد عابد و هزارهزار بار از زن عابد برتر است.»

می‌دانیم یتیم کسی است که به خاطر از دست دادن والدینِ خود دچارِ بحران فقدان محبت و مهر پدر و مادر شـده اسـت که البته در جای خود جان‌کاه اسـت و بارها در آموزه‌های دینی بر ضرورت مهرورزی به او تأکید شده است.

لازمهٔ درمانگری تسلط بر شبهات و پاسخ به آن‌هاست. چنین مقامی اقتضـا دارد که طلاب عالم به زمان باشـند؛ زیرا همان‌گونه که زمانه‌ها و عصـرها متفاوت‌اند، سـخن‌ها و گفت‌وگوها نیز در هر روزگاری متفاوت اسـت و تنها انسـانی می‌تواند در ایام حیات خود با شـنیدن و نظر گرفتن به آن‌ها جان به سـلامت ببرد که لوابس و شـبهات علمی و عملی را بشـناسـد و با داشـتن سـپر دانش و آگاهی، از هجوم آن‌ها جلوگیری کند.

براین‌اسـاس، یکی از عمده‌ترین نقش‌های عالمان دینی و دین‌مدارانِ علمی، شـناخت و معرفی این‌گونه لوابس و دفع آن‌ها از حریم اندیشـهٔ دینی و فکر دین‌داران اسـت (جوادی آملی، ۱۳۸۱، ص۱).

### ب: کنش‌ها و رفتارها

لایهٔ دیگرِ فرهنگ بخش کنش‌ها و رفتارهاست. گاهی ممکن است افراد یک جامعه از جهت اعتقادی در مسیر صحیح باشند اما در بخش رفتارها و سبک زندگی، اسلامی نباشند. در چنین

حالتی نیازمند اصلاح الگوی رفتاری و ترمیم وضعیت موجود هستند. می‌توان موارد متعددی از ناهنجاری‌های رفتاری را در این بخش مشاهده کرد: اسراف در وقت، اسراف در منابع، آسیب رساندن به محیط‌زیست، پوشش نامناسب، و... . وظیفهٔ نهاد حوزه در این بخش اصلاح سبک زندگی است که با سلوک علمی-عملی می‌توانند بر مخاطبان تأثیرگذار باشند.

بنابراین شیوهٔ تبلیغ در بخش اصلاح رفتارها و الگوسازی سبک زندگی اسلامی متفاوت با شیوهٔ تبلیغ در بخش باورهاست. تبلیغ سنتی در حوزه، پاسخ‌گوی ترمیم و تکمیل بخش باورهاست؛ اما نهاد حوزه در بخش کنش‌ها و سبک زندگی پیش‌قدم نبوده است. حضور مستمر علما و طلاب در میان مردم بسیار تأثیرگذار و باید با زندگی کردن در کنار مردم ودر میان آنان سبک زندگی اسلامی را به آنها آموخت.

برای جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی در بخش کنش‌ها و رفتارها لازم است در دو بخش شامل تأثیرآفرینی و اصلاح‌گری فعالیت شود.

**۱. تأثیرآفرینی**

طلاب و مبلغان در بخش تأثیرآفرینی با ارائهٔ سبک زندگی در میان مردم، می‌توانند الگوهای مناسب اسلامی را در سبک زندگی و رفتارهای مناسب ایجاد کنند. نقش مبلغان در این بخش، آفرینش الگوهای مناسب از رفتارها و عملکردهاست و ایشان با سبک زندگی و رفتارشان تأثیرگذار خواهند بود. امام صادق علیه‌السلام می‌فرماید: «**عَلَيْكَ بِتَقْوَى اللَّهِ وَ الْوَرَعِ وَ الِاجْتِهَادِ وَ صِدْقِ الْحَدِيثِ وَ أَدَاءِ الْأَمَانَةِ وَ حُسْنِ الْخُلُقِ وَ حُسْنِ الْجِوَارِ وَ كُونُوا دُعَاةً إِلَى أَنْفُسِكُمْ بِغَيْرِ أَلْسِنَتِكُمْ وَ كُونُوا زَيْناً وَ لَا تَكُونُوا شَيْناً وَ عَلَيْكُمْ بِطُولِ الرُّكُوعِ وَ السُّجُودِ فَإِنَّ أَحَدَكُمْ إِذَا أَطَالَ الرُّكُوعَ وَ السُّجُودَ هَتَفَ إِبْلِيسُ مِنْ خَلْفِهِ وَ قَالَ يَا وَيْلَهُ أَطَاعَ وَ عَصَيْتُ وَ سَجَدَ وَ أَبَيْتُ** (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج۷۰، ص۲۹۹)؛ بر تو باد به تقوای خدا و ورع و کوشش و راستیِ گفتار و ادای امانت و حسن‌خلق و نیکی با همسایه. و مردم را با غیرزبان به (مذهب) خود دعوت کنید (یعنی رفتار شما شیعیان باید طوری باشد که مخالفینتان به گرویدن به مذهب شما مایل شوند)، و زینت ما باشید و ننگ ما نباشید. و بر شما باد به طول دادن رکوع و سجود؛ زیرا چون یکی از شما رکوع و سجود را طول دهد، شیطان از پشت‌سرش بانگ زند و بگوید: ای وای که این اطاعت کرد و من نافرمانی، و این سجده کرد و من سرپیچی (هنگامی‌که به سجده در برابر آدم مأمور شدم).» این روایت بیانگر سبک زندگی اسلامی است؛ مبلغان دینی می توانند با عمل به آن درمیان مردم تأثیر گذار باشند.

### ۲. اصلاح گری

بخش دیگرِ تأثیرگذاری در جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی، مربوط به رفتارهای خطا در زندگی است. مبلغان دین با آسیب‌شناسی رفتارها می‌توانند به اصلاح آن اقدام کنند. قانون‌گریزی، کم‌رنگ شدن اعتماد ملی، کم‌رنگ شدن غیرت اجتماعی، ازدواج سخت و تخلف در رانندگی، مشکلات رفتاری در خانواده، خطاهای رفتاری دراداره، مشکلات فرهنگی در پوشش و لباس، ازجمله آسیب‌هایی هستند که حضور طلاب و مبلغان می‌تواند آن‌ها را ترمیم کند. مقام معظم رهبری حفظه‌الله با برشمردن آسیب‌های فرهنگیِ یادشده، اصلاح آن‌ها را یکی از وظایف افراد تأثیرگذار و حاکمیت می‌داند. ایشان دراین‌باره می‌فرماید: «دولت و مجموعهٔ حکومت نمی‌تواند خود را از این موضوع بر کنار بدارد... ما مسئولیت داریم این فرهنگ را بشناسیم. اگر ناصواب است، آن را تصحیح کنیم. اگر ضعیف است، آن را تقویت کنیم. اگر در آن نفوذی هست، دست نفوذی را قطع کنیم.» (مقام معظم رهبری حفظه‌الله (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۸۱/۹/۲۶).

### ج. منش‌ها

روان‌شناسان میان دو واژهٔ «شخصیت»[1] و «منش»[2] تفاوت می‌گذارند. شخصیت بیانگر تمام کیفیات روحی و اخلاقی و عقلی و عاطفی و حتی بدنی است؛ اما منش به جنبه‌های اخلاقی و ملکات فاضله و رذایل اشاره دارد که جنبه درونی دارد. مختصّات منشی همان ویژگی‌هایی است که بشر به واسطهٔ آن‌ها، فضائل و رذائل، نظیر زشتیِ ظلم و زیباییِ عدالت، را درک می‌کند و اخلاقیات شکل می‌گیرد. با این بیان تفاوتِ کنش و منش نیز روشن می‌شود: کنش بیانگر ویژگی‌های رفتار بیرونی انسان است و منش بیانگر ویژگی‌های درونی انسان.

هرچند این لایه از سطح زندگی در قسمت زیرین فرهنگ قراردارد ، ولی در رفتار انسان‌ها تاثیرگذار است و گاهی افرادی که دارای خبث باطن هستند، نیات درونی خود را اظهار می‌کنند و سبب شکل‌گیری فرهنگ‌های متضاد با فرهنگ دینی می‌شوند. اصلاح این بخش نیز، در دو سطح پیشگیری و درمان صورت می گیرد.

نهاد تبلیغ و مبلغین در بخش پیشگیری گاهی نقش ایجابی دارند و گاهی نقش سلبی. در بخش ایجابی به کمک افراد می‌آیند و با نصایح و موعظه، فضائلِ اخلاقی را در آنان نهادینه

1. Personality.

2. Character.

می‌کنند. در بخش سلبی با کمک‌گیری از آیات و روایات زمینه‌های ایجاد صفات سلبی را در آنان ریشه‌کن می‌کنند.

نهاد تبلیغ و مبلغان در بخش درمان و اصلاح منش‌ها و صفات رذیله کار یک مصلح را دارند و تلاش می‌کنند تا صفات رذیله در افراد خشکانده شود. نتیجهٔ اصلاح و ترمیم منش‌ها، کمک‌رساندن به اصلاح رفتارها خواهد بود (مقام معظم رهبری حفظه‌الله (بیانات)، https://khamenei.ir، ۱۳۸۱/۹/۲۶).

## نتیجه‌گیری

۱. فرهنگْ هویتِ ملت و زیربنای حاکمیت است، به‌گونه‌ای که با حفظ و تقویت فرهنگ، هویت ملت حفظ می‌شود و ارکان دیگر جامعه در بخش‌های سیاست و اقتصاد نیز محفوظ می‌ماند. و در صورت استحالهٔ فرهنگی و آسیب دیدنِ فرهنگ، بخش‌های دیگرِ جامعه نیز آسیب می‌بینند؛

۲. استحالهٔ فرهنگی استحاله در ارزش‌های یک ملت است که به مرور زمان، ارزش‌ها و نمادها و مفاهیم بنیادین دچار تحول و تغییر می‌شوند. استحالهٔ فرهنگی به سبب ضعیف شدن هویت فردی و اجتماعی جامعه شکل می‌گیرد؛

۳. عمده استحالهٔ فرهنگی، ضعف در فرهنگ مصرف‌کننده است و این ضعف به سبب تقلید کورکورانه و ضعف در هویت فرهنگی است. عامل دیگر، بی‌هویتی و فقر فرهنگی است که شکل‌گیری استحالهٔ فرهنگی را فراهم می‌کند؛

۴. مقام معظم رهبری حفظه‌الله تکرار استحالهٔ فرهنگی را واقعیت ناگواری می‌داند و در صورت عدم استحکام مبانی نظام، احتمالِ افتادن در دام استحالهٔ فرهنگی را بعید نمی‌داند. ایشان ابزار تبلیغ را کمک‌رسان در جلوگیری از استحالهٔ فرهنگی می‌داند؛

۵. نفوذ دشمن در استحالهٔ فرهنگی در سه بخش بینش و منش و کنش است. باورها لایهٔ بنیادین فرهنگ به حساب می‌آیند. با تضعیف باورها زمینهٔ نفوذ دشمن شکل می‌گیرد. وقتی انسان در بخش باور دچار استحالهٔ فرهنگی شد، به تبع در بخش کنش و منش نیز دچار استحاله می‌شود؛

۶. مقابله با استحالهٔ فرهنگی از طریق استحکام پایه‌های «ایمان»، «عمل» و «منش و سبک زندگی» میسّر است.

۷. نقش تبلیغ در جلوگیری از اســتحالهٔ فرهنگی در بخش باورها در دو مرحلهٔ پیشــگیری و درمان اســت. در بخش پیشــگیری در مرحله باورها می‌توان از روش پیشــگیری اجتماعی و پیشگیری وضعی یاد کرد؛

۸. نقش دیگر نهاد تبلیغ برای جلوگیری از اســتحالهٔ فرهنگی، دربخش باورها، نقش درمانی است. علمای دین نیز افرادِ گرفتار در شبهه را درمان می‌کنند. لازمهٔ درمانگری تسلط بر شبهات و پاسخ به آن‌هاست و چنین مقامی اقتضا دارد که طلاب عالم به زمان باشند؛

۹. لایهٔ دیگر فرهنگ بخشِ کنش‌ها و رفتارهاســت. نقش تبلیغ در جلوگیری از اســتحالهٔ فرهنگی در بخش کنش‌ها و رفتارها می‌تواند در دو بخش تأثیرآفرینی و اصلاح‌گری باشد.

## منابع


۱. ابن‌فارس، احمد بن فارس قزوینی (۱۳۳۸ق). مقاییس اللغه. بیروت، دار الفکر.
۲. ابن منظور، محمد بن مکرم بن علی (۱۴۱۴ق). لسان العرب. بیروت، دار صادر.
۳. اردبیلی، محمدعلی (۱۳۹۳). حقوق جزای عمومی. ج۳، تهران، نشر میزان.
۴. ابوالقاسمی، محمدجواد (۱۳۸۵ش). شناخت فرهنگ. چ۱، تهران، انتشارات عرش‌پژوه.
۵. انوری، حسن (۱۳۸۱ش). فرهنگ بزرگ سخن. ج۶، چ۱، تهران، انتشارات سخن.
۶. بیگلری، مهدی (۱۳۹۱، بهار و تابستان). بررسی تطبیقی همبستگی برخی شاخص‌های جنگ نرم با اهداف جنبش سبز. فصلنامه مطالعات دفاعی و امنیتی، ۱۶ (۷۲)، ۷۱-۹۸.
۷. پارسانیا، حمید (۱۳۹۲، پاییز). نظریه و فرهنگ؛ روش‌شناسی بنیادین تکوین نظریه‌های علمی. فصلنامهٔ راهبرد فرهنگ، ۴ (۲۳)، ۷ـ۲۸.
۸. پهلوان، چنگیز (۱۳۸۲ش). فرهنگ‌شناسی. تهران، نشر قطره.
۹. پورامینی، محمدباقر (مهر ۱۴۰۲). دام استحاله فرهنگی، فصلنامه پاسدار اسلام، ش۴۸۵ و ۴۸۶، ص۳۸.
۱۰. جعفریان، رسول (۱۳۹۶). قصه‌ای دربارهٔ سقوط اندلس و انعکاس آن به‌عنوان تاریخ در ایران. تهران، نشر مورخ.
۱۱. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱). فلسفهٔ حقوق بشر. قم، نشر اسراء.
۱۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۶). سرچشمهٔ اندیشه. ج۳، قم، نشر اسراء.
۱۳. خسروپناه، عبدالحسین (۱۳۹۳). جریان‌شناسی فکری ایران معاصر. قم، نشر معارف.
۱۴. ذوعلم، علی (۱۳۹۲). فرهنگ معیار از منظر قرآن کریم. تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشهٔ اسلامی.
۱۵. راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۴۲۹). المفردات فی غریب القرآن. دمشق، دار القلم.

۱۶. رونالد وی کلارک و جان اک (۱۳۸۸). جرم‌شناسی پیشگیری. (مهدی مقیمی و مهدیه تقی‌زاده، مترجم)، تهران، سازمان زرد.
۱۷. شاه‌علی، احمدرضا (۱۳۹۱، پاییز). محرک‌های اجتماعی پیشبرد فتنه در جنگ نرم از دیدگاه حضرت علی علیه‌السلام. فصلنامهٔ مطالعات قدرت نرم، سال اول، پیش‌شمارهٔ ۹، ۱۹۱ـ۱۶۳.
۱۸. صدوق، محمد بن علی بن بابویه {شیخ صدوق} (۱۴۰۳ق). أمالی. مشهد، نشر مرتضی.
۱۹. طالبی، رضا (۱۳۸۵ش). جمع و نقد تعاریف جامعه‌شناختی از فرهنگ. فصلنامهٔ مطالعات میان‌فرهنگی، ۱ (۳).
۲۰. طبرسی، احمد بن علی (۱۴۰۳). الإحتجاج. قم، نشر المرتضی.
۲۱. عبدالباقی، محمد فؤاد (۱۳۹۹). المعجم المفهرس لألفاظ القرآن الکریم. نشر ژکان.
۲۲. عمید، حسن (۱۳۷۴). فرهنگ عمید. انتشارات امیرکبیر.
۲۳. عنان، محمدعبدالله بن خطیب (۱۴۲۱). الإحاطة فی أخبار غرناطة. قاهره، مکتبة الخانجی.
۲۴. فخر رازی، محمد بن عمر (۱۴۲۰). التفسیر الکبیر (مفاتیح الغیب). بیروت ـ لبنان، دار إحیاء التراث العربی.
۲۵. قربی، سید محمدجواد (۱۳۹۶، خرداد). خصلت‌های جنگ نرم در عصر نوین. فصلنامهٔ علمی بحران‌پژوهشی جهان اسلام، ۴ (۱)، ۱۱۰ـ۱۴۳.
۲۶. کاویانی، محمد (۱۳۹۶). روان‌شناسی و تبلیغات با تأکید بر تبلیغ دینی. قم، پژوهشکدهٔ حوزه و دانشگاه.
۲۷. کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق). اصول کافی. (علی‌اکبر غفاری و محمد آخوندی، محقق و مصحح)، چ۴، تهران، دار الکتب الإسلامیة.
۲۸. گلستانی ، صادق (۱۳۸۷). بررسی دیدگاه عرفی شدن تشیع در فرایند تجدد. بی‌نا،انتشارت گروه تاریخ واندیشه معاصر.
۲۹. مجلسی، محمّد باقر بن محمّد تقی (۱۴۰۳ق). بحار الأنوار. بیروت، مؤسسة الوفاء.
۳۰. محسنی، منوچهر (۱۳۷۷ش). جامعه‌شناسی عمومی. چ۱۵، تهران، انتشارات طهوری.

۳۱. مشکینی، علی (۱۳۹۲). مصطلحات الفقه. قم: مؤسسهٔ دار الحدیث العلمیه و الثقافیه، مرکز للطباعة والنشر.
۳۲. مصطفوی، حسن (۱۳۹۹). التحقیق فی کلمات القرآن الکریم. قم، مرکز نشر کتاب.
۳۳. مطهری، مرتضی (۱۳۸۹). آشنایی با قرآن. تهران، نشر صدرا.
۳۴. نوری مطلق، علی (۱۳۸۳). نقش رسانه‌ها در تبیین دفاع و هجوم فرهنگی. قم: انتشارات صداوسیمای قم.
۳۵. نجفی، موسی و موسی فقیه حقانی (۱۳۹۸). تاریخ معاصر ایران. تهران، انتشارات آرمان.

## منابع اینترنتی

۱. مقام معظم رهبری ﷾ (بیانات)، https://khamenei.ir.