

نقش «راهبردهای رسانه‌ای» در همبستگی وحدت اسلامی برای دفاع از مسجد الاقصی و پیروزی قدس شریف

نقش «راهبردهای رسانه‌ای» در همبستگی وحدت اسلامی برای دفاع از مسجد الاقصی و پیروزی قدس شریف

دکتر محمد خطیب [1]

و اباأدیب الساعدی [2]

و دکتر سید علی موسوی جرف [3]

چکیده:

مطالعه چگونگی نقش‌آفرینی و تأثیرگذاری رسانه‌ها در همبستگی وحدت اسلامی برای دفاع از مسجد الاقصی با تأکید بر دکترین موعود گرایی شالوده موضوع این مقاله است. لذا چنانچه بپذیریم استراتژی غرب در حمایت از رژیم غاصب صهیونیستی و نفی جایگاه قدس شریف، در کنار حمایت‌های نظامی و مالی تروریستی، بر پشتیبانی رسانه‌های راهبردی استوار است، «مسئولیت رسانه‌های جهان اسلام در بسیج امت اسلامی» برای مقابله با این «تروریسم رسانه‌ای» امری مهم مینماید. بر این اساس، ضرورت دارد برای روشنگری آرمان‌نگرایانه نسبت به تدوین و کاربرد «راهبردهای رسانه‌ای» با هدف زمین‌سازی همبستگی وحدت‌آفرین اسلامی برای دفاع از مسجد الاقصی و پیروزی قدس شریف با تأکید بر دکترین موعودگرایی اقدام نمود. چنانچه روشن است «برای مقابله با موعودگرایی رسانه‌های غربی و صهیونیستی برای عدم تحقق‌یابی

وحدت‌اسلامی اجرایی می‌شود، باید چهار مرحله چرخهای «رصد، نقد، پاسخ و بازتاب» را طی نمود.

- نتیجه پژوهش پیش روی اذعان دارد راهبرد برساخت رسانهای از موعودگرایی با محوریت همبستگی وحدت اسلامی به منظور دفاع از مسجدالاقصی و پیروزی قدس‌شریف، در صورتی بهینه خواهد بود که محصول دیالکتیک هر سه شیوه تعامل (رو در رو، رسانهای و شبه‌رسانهای) باشد. از این روی، برای «عملیات‌سازی» ضرورت دارد «عناصر جغرافیایی فوامبخت» نظیر زبان، ابزارها و نهادهای رسانهای، مخاطب‌گزینی رسانهای و محصولات رسانهای فراهم آید تا راهبردی کاربردی برای تحقق موعودگرایی پیروزی قدس‌شریف حسب وعده قرآنی در آیه 7 سوره اسراء: «وَلَيَدْخُلُنَّ الْمَسْجِدَ كَمَا دَخَلُوهُ أَوَّلَ مَرَّةٍ وَلَيُتَّبِعُنَّ رُءُوسَ مَا عَلَوْا تَتَّبِعُونَ» باشد.

کلید واژه ها: راهبردهای رسانهای، همبستگی وحدت‌اسلامی، دکترین موعودگرایی، قدس‌شریف.

[1]- عضو هیأت‌تعلیمی جامعه بین‌المللی توسعه ارتباطات بین‌دانشگاهی (iscdbu)/تهران.

[2]- دانش‌آموخته جامعه المصطفی‌العالمیه و رئیس دفتر مجلس اعلاى اسلامی عراق - میسان.

[3]- مشاور دبیرکل و مدیرکل امور مجلس مجمع جهانی تقریب مذاهب اسلامی/تهران.