

تغییر اندیشه ها، هدف دشمن در جنگ شناختی است

8 تیر 1402

[انسیه خزعلی](#)، معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری در گفتگو با برنامه «روبه راه» رادیو تبیین اظهار کرد: جنگ مهمی که ما در آن هستیم جنگ شناختی است، جنگی که می‌خواهد از درون افکار و اندیشه‌ها وارد شود تا بتواند اندیشه‌ها را تغییر بدهد.

وی ادامه داد: در این جنگ شناختی دشمن تلاش دارد تا بتواند با شکل دهی اندیشه، به سبکی که خودش می‌خواهد نگرش افراد را به زندگی تغییر دهد، اگر این نگرش، نگرش مادی و خودخواهی شد و رویکرد منفعت طلبی پیدا کرد، فردی با چنین نگرشی هرگز نمی‌تواند به راحتی با بسیاری از مشکلات زندگی کنار بیاید.

معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری گفت: در این نوع نگرش دیگرمباحث گذشت و ایثار و آن چیزهایی که در مکتب ما جایگاه ویژه‌ای دارند و در مفاهیم دینی به آن توصیه شده است بی مفهوم می‌شود. وقتی یک نگرشی تغییر می‌کند تبدیل شود به منفعت طلبی این موضوع باعث می‌شود دیگر فرد حاضر نباشد برای سختی‌های دیگران هزینه بپردازد یا سختی را تحمل کند. طبیعتاً کنش‌ها در جامعه تغییر می‌کند و بسیاری از آن چیزهایی که زیر بنای خانواده است متزلزل می‌شود.

خزعلی گفت: با چنین نگرشی تشکیل خانواده به سختی انجام می‌شود یا اگر تشکیل شد پایداری آن را به راحتی نمی‌توانیم شاهد باشیم، آن زمان شاهد از هم پاشیدگی هستیم، لذا لازم هست که بانوان به صورت ویژه به مسئله هویت که اساس خانواده و تشکیل خانواده است بها بدهند، بشناسند و بتوانند آن را تبیین کنند.

وی افزود: در جامعه امروز مادران برای جوانان و نوجوانان و کودکان شان وظایف مضاعفی برعهده دارند، به نظر من باید بیشترین سرمایه گذاری را در رسانه روی بانوان داشته باشید تا بتوانند مطالب خوب را در قالب خوب بیان کنند و تاثیرگذاری خوب و مناسبی را داشته باشند. طبیعتاً زیر بنای یک جامعه خانواده محور، یعنی آن هسته اولیه که خانواده است، اگر مستحکم باشد و پایه‌ها محکم چیده شده باشد به راحتی نمی‌تواند مورد حمله قرار بدهند و متزلزل کنند، اما اگر پایه اولیه دچار مشکل باشد خیلی راحت متزلزل می‌شود.

معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری بیان کرد: پایه اولیه و زیربنای نخستین یک جامعه خانواده است و لذا دشمن هم روی همین مسئله متمرکز شده است تا بتواند خانواده‌ها را از هم بپاشد. دشمن می‌خواهد در خانواده‌هایی که ارتباط مستحکمی ندارند و ارتباط عاطفی در این خانواده‌ها کم است تغییر نگرش ایجاد کرده و ذائقه‌های آن‌ها را به سبک و روش خودش عوض کنند.

خزعلی گفت: در گذشته مادر و مادر بزرگ‌ها در قصه‌ها و حتی لالایی‌هایی که برای بچه هایشان می‌خوانند پیام وجود داشت، اما امروز کودک و نوجوان از رسانه‌ها پیام‌ها را دریافت می‌کند که این مسئله نقش مادر و آن اثرگذاری که می‌تواند در خانواده داشته باشد را کم رنگ کرده است.