

بسم الله الرحمن الرحيم

## توضیح روی کرد عرصه‌مدار

جوئشناسی و مطالعات تخصصی اتمسفر و آب و هوا یک ضرورت اساسی برای زندگی بشر است. چرا که هر تغییری در جو، تأثیرات بالاجبار و ناگزیری روی برنامه‌ها و روال‌های مختلف زندگی افراد و جامعه می‌گذارد. همان‌طور که جوئشناسی در حوزه‌ی طبیعت، ضروری است، جوئشناسی در حوزه‌های اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، و ... نیز ضروری است. امروزه رسانه‌ها عامل اصلی عرصه‌سازی و مدیریت جوها و اتمسفرهای مختلف جامعه هستند. یک کودک و نوجوان استراتژیست باید نسبت به رسانه‌ها و سازوکارهای عرصه‌سازی توسط آنها مسلط باشد.

وقتی آسمان صاف و بدون ابر است، نور آفتاب و مهتاب بدون مانع بر دشت و کوه می‌تابد. اما موقعی که ابری می‌شود، آسمان به اصطلاح گرفته شده و تابش نور توسط ابرها محدود می‌شود. این حالت، آغازگر تغییرات آب و هوایی و جوی در منطقه‌ی تحت‌الشعاع است. این تغییر همه‌ی زندگی محدودده‌ی مربوطه را متأثر می‌کند؛ نزولات آسمانی فرو می‌ریزند. افراد از چتر استفاده می‌کنند، لباس گرم می‌پوشند، برف‌پاک‌کن‌ها را روشن می‌کنند، زنجیر چرخ به لاستیک‌های خودروها می‌بندند، و مجموعه‌ای از اقدامات و تغییرات مختلف دیگر به صورت زنجیروار رقم می‌خورد بدون این‌که کسی تعجب کند یا اعتراضی صورت دهد. چرا که این‌گونه اعمال و رفتارها در چنان شرایطی کاملاً طبیعی و معقول هستند. همه‌ی اینها حاصل ابرهایی بودند که در آسمان پدیدار شدند. به مجرد آن‌که این ابرها هم برطرف شوند، همه چیز می‌تواند به حالت قبل بازگردد. در واقع، با حضور مانعی به نام ابر، در محیطی ثابت عرصه‌ای شکل گرفت که با لحظاتی قبل از آن تفاوت بسیار زیادی داشت.

در فضای فکری، فرهنگی، و در اعتقادات و باورها نیز عرصه‌سازی صورت می‌گیرد. این عرصه را مجموعه‌ای به نام رسانه فراهم می‌کند.

همان‌طور که برف و باران حاصل تبخیر، تشکیل بلورهای آب در سطوح بالای جو بر اثر سرمای هوا، و سپس نزول به سوی زمین هستند، رسانه‌ها نیز اخبار و اطلاعات و علم را جمع کرده و به حالت‌های القاء مستقیم خبری و اطلاع‌رسانی، یا غیرمستقیم هنری و تحلیلی درآورده و به ذهن‌های مردم منتقل می‌کنند یا به بیانی دیگر

نازل می‌کنند. امروزه حجم انبوه رسانه‌ها و پیام‌های متنوع و مختلف القاء‌شده توسط آنها دائماً در حال شکل‌دهی و تغییر اتمسفرهای مختلف جامعه هستند.

رسانه یکی از موضوعات اصلی مورد بررسی و استفاده‌ی یک استراتژیست است. یک استراتژیست باید عرصه‌شناس و سپس عرصه‌ساز حرفه‌ای باشد تا امکان تحقق اهداف وجود داشته باشد؛ برای تغییر باورها و رفتارهای مردم عرصه‌سازی لازم است تا باورها و رفتارهای جدید توجیه منطقی و عرفی داشته باشند. تاریخ‌سازی‌ها، آرمان‌سازی‌ها، هویت‌سازی‌ها، الگوسازی‌ها، و ... سازوکارهایی هستند برای عرصه‌سازی و ایجاد الگوهای فکری و رفتاری تا مشروعیتی عمومی و پذیرفته‌شده پیدا کنند. رسانه‌ها در دنیای امروز با اقدامات مختلف این کار را انجام می‌دهند. استفاده از ظرفیت هنر، به ویژه برای مخاطب کودک و نوجوان، نقطه‌ی تمرکز رسانه‌ها در این راستا است.

برای انسان مؤمن، مهم‌ترین الگوهای باور و رفتار، الگوهای برآمده از انبیاء هستند. عرصه‌سازی بر اساس دیرین‌گونه‌های انبیاء ضرورت اساسی برای شکل‌گیری جامعه اسلامی و ایمانی است. دقیقاً دشمن با حمله به این استراتژی، فضای رسانه‌ای - هنری مخاطب کودک و نوجوان را مملو از روایت‌های تحریف‌شده از انبیاء و داستان‌پردازی‌های برآمده از آنها کرده و تاریخ‌سازی، آرمان‌سازی، هویت‌سازی، و الگوسازی را مبتنی بر این منابع تحریف‌شده انجام می‌دهد. اگر عرصه‌سازی بر اساس این گونه روایت‌ها و داستان‌ها شکل بگیرد، امکان تحقق جامعه ایمانی منتفی است. یک کودک و نوجوان استراتژیست باید نسبت به روایت‌های اصیل و داستان‌های حقیقی انبیاء(ع) اشراف داشته باشد و عرصه‌سازی را بر اساس آنها رقم بزند. کارکرد این سازوکار، تثبیت فؤاد است؛ همان‌طور که در آیه ۱۲۰ سوره هود، خداوند متعال دلیل بیان قصه‌های مختلف انبیاء برای رسول اکرم(ص) را ایجاد ثبات در فؤاد وی برشمرده است. رویکرد عرصه‌مدار با واکسینه کردن کودکان و نوجوانان در مقابل هجمه‌ها و طوفان‌های منحرف‌کننده‌ی فکری و اعتقادی و بیان داستان‌ها و قصص اصیل انبیاء و اولیاء الهی، در صدد ایجاد زمینه برای تثبیت فؤاد در آینده‌ی پیش روی کودکان و نوجوانان استراتژیست است.