یادداشت‌امروز

خط سرخ خدمت

ادامه از صفحه اول

به اینکه در توصیف نگاه نافذ و سر نترس شهید محسن حججی، جملاتی گیرم ادبی بیافرینیم وخلاص؟! به اینکه هشتگ «انتقام سخت» بسازیم و خلاص؟! به اینکه حاج قاسم و دلاورمردان بی‌ادعا را در کارهای ریز و درشت فرهنگی، تنها نگذاریم و خلاص؟! قدر مسلم، همه این اعلام وفاداری‌ها و همه این تجدید بیعت‌ها، اگر از سر «اخلاص» باشد، هم اعمالی ثواب است و هم افعالی صواب؛ که الحمدلله جز عده‌ای قلیل، عمل و فعل آحاد ملت، بر مدار همین قدردانی‌ها بوده لیکن به جد بر این باورم «پیمودن راه شهدا» تنها به این چیزها نیست! این چیزها، عمدتا در قیاس با وقاحت روزنامه زنجیره‌ای که رنگ لوگوی خود را با پرچم قاتلین محسن حججی ست می‌کند و فردای شهادت سردار سپاه قدس، تیتر می‌زند «سرتیپ حسین همدانی در سوریه کشته شد» خود را ثواب‌تر و صواب‌تر نشان می‌دهند ولی «راه شهدا را پیمودن» گزاره‌هایی اساسی‌تر و مابه‌ازاهایی اصل‌کاری‌تر می‌طلبد! ور نروم با قلم! مخلص کلام اینکه «پیمودن راه شهدا» محقق نمی‌شود الا آنکه من نویسنده و شمای خواننده به هر کاری مشغول هستیم، آن کار را به احسن وجه انجام دهیم! لذا وزیر محترم امور خارجه بسی بیش از انتشار یک پست اینستاگرامی خوب، با اتخاذ یک دیپلماسی قوی، رهرو راه شهدا می‌شود! بلاشک دست فرمان «هر توافقی بهتر از عدم توافق است» یا «هیچ توافقی بدتر از عدم توافق نیست» که تنها و تنها به جری‌تر کردن دشمن در زیاده‌خواهی‌ها منتهی می‌شود و آخر و عاقبت مذاکرات را به همه جا می‌رساند الا به هدف اول و آخر آن یعنی «لغو تحریم‌ها»، کیلومترها با راه شهدا فاصله دارد! سوزنی به خودم بزنم! من روزنامه‌نگار اگر در کارم اهل سستی و تنبلی باشم و مطالب را بی‌آنکه مزه مزه کنم بنویسم و نه به صریح‌نویسی توجه داشته باشم، نه به صحیح‌نویسی، هزاری هم از شهدای مدافع حرم بنویسم، باز از آنجا که کار خود را درست انجام نداده‌ام، نمی‌توانم مدعی «پیمودن راه شهدا» باشم! از ویراستار و صفحه‌آرا و دبیرگروه و سردبیر که جملگی مجاوران شغلی راقم این سطور هستند تا توی خواننده عزیز که دانشجویی، که دانش‌آموزی، که کارگری، که کارمندی، که خانه‌داری، که جز خانه‌داری، کار دیگری هم داری، که وزیری، که وکیلی، که رئیس‌جمهوری، که رئیس مجلسی، که رئیس سازمان انرژی اتمی هستی، که فوتبالیستی هستی که برایت خروار خروار از همان پول بیت‌المالی هزینه شده که می‌شد آن را خرج ساخت ورزشگاه‌هایی جز ورزشگاه‌های ساخته‌شده کرد، که امام جماعت مسجدی، که پزشکی، که استادی، که هنرمندی، که سرمایه‌داری، همه و همه باید کارمان را به بهترین نحو و در نهایت وجدان کاری انجام دهیم و الا بلوف محض است که ناظر بر ۴ تا جمله مدعی شویم راه شهدا را پیموده‌ایم! قطع به یقین، سر محسن حججی از بدن خود جدا نشد که من روزنامه‌نگار، از کار خود بزنم! شاید شما هم در وصف شهید سربلند این روزها، شنیده باشید که این شهید حتی لباس رزم خود را هم با پول خودش خرید و از لباس سپاه قدس استفاده نکرد! چرا؟! توضیح را از زبان خود شهید محسن حججی بشنوید: «شاید برای رزمنده‌ای لباس کم بیاید، لذا من که می‌توانم،خودم جامه جهادم را می‌خرم!» حال فرض کنید نماینده مجلسی که اندک اهتمامی جهت مبارزه با فساد و تبعیض ندارد و حتی بر فیش نجومی مدیران دردانه، ماله‌های توجیه می‌کشد، چپ برود راست بیاید بگوید: محسن حججی؛ آیا در مقام عمل هم، می‌تواند مدعی باشد که رهرو راه شهید سرجدای وطن است؟! البته بله! اگر حد ما این قدر نازل است که ضمن قیاس مواضع خود با مواضع بعضی تیله‌بازها، قیافه حق به جانب بگیریم و با این حق‌روی‌های لفظی، رهرو راه سرخ شهدا را تمام شده بپنداریم، هبذا! جا دارد خوش‌خوشان‌مان شود لیکن حد خود را اگر بالا فرض کنیم، آن وقت حتی برای یک نگاه خود هم، محاسبه کنار می‌گذاریم! بگذار سخن به وضوح بیشتر بگویم؛ «چشم» همان نعمتی است که خداوند منان، هم به محسن حججی اعطا کرده، هم به شماری از مجلس‌نشینان، اما «تصویر غیرت» کجا و «سلفی حقارت» کجا؟! من، این مهم را که شهید محسن حججی، از بچه‌های پای کار اردوهای جهادی بود، استعاره‌ای بس مهم می‌دانم از اینکه چند باره تکرار کنم «رهرو راه شهدا» به خدمت بیشتر است و کار جهادی‌تر! و به اینکه از رئیس‌جمهوری تا جمهوری که من و شما باشیم، کارمان را درست انجام دهیم! چه نام نهادند «رهبر انقلاب» بر پیشانی امسال؟! آیا جز «اقتصاد مقاومتی؛ تولید- اشتغال»؟! گمانم اگر دولت و مجلس در این باره کم‌کاری کنند، هیچ فایده‌ای نداشته باشد اظهارات‌شان در باب قدردانی از شهدا! که شهید نشسته بر کرانه ازلی و ابدی وجود که هم «زنده» است و هم «عند ربهم یرزقون» چه احتیاج دارد به دل‌نوشت حقیر محقری چون نگارنده این خطوط! نیک اگر بنگریم، قصه این است؛ ما با سخن گفتن از شهدا، اعتبار و آبرو برای خود کسب می‌کنیم، نه وجهه برای اصحاب آسمان! «محسن حججی» همان شهید والامقامی است که قبل از «جهاد»، ابتدا در «اردوهای جهادی» جنم خودش را نشان داد! هیهات! خدا بی‌خود شهد شیرین شهادت را به احدی نمی‌چشاند! که برای «جون» شدن و «خادم‌المهدی» شدن، اول باید آستین خدمت را بالا زد! اگر محسن حججی، کار خود را و آن هم تا لحظه آخر، آنقدر درست انجام داد که مایه مباهات و فخر هر ایرانی آزاده‌ای شد، بر من و شما فرض است که به هر کاری مشغولیم، کارمان را درست انجام دهیم! سوالی و عرضم تمام! هیچ آیا کارمان را درست انجام می‌دهیم؟! جوابی و عرضم تمام‌تر! اگر نه، بی‌خود خود را رهرو راه شهدایی فرض نکنیم که حتی در آستانه سرباختن پیش محبوب هم، باز کار خود را درست و دقیق و تمام و کمال انجام دادند و آن تمثال غرورآفرین را آفریدند!

گفتاری از دکتر حمیدرضا مقدم‌فر

تأثیرگذاری رسانه‌ای در نگاه قرآن

حمیدرضا مقدم‌فر، کارشناس مسائل فرهنگی و رسانه‌ای در جمع بیش از ۶۰۰ نفر از فعالان رسانه‌ای جبهه انقلاب در مشهد مقدس، طی سخنانی به بیان توصیه‌های مهم و کاربردی قرآن برای اهالی امروز رسانه پرداخت و پیرو آن نکاتی را درباره تکنیک‌های فعالیت رسانه‌ای در دوره فعلی بیان کرد.

او می‌گوید: تغییر و تحول رسانه‌ها از یک سو و پیچیده‌تر شدن شیوه‌های تاثیر بر افکار عمومی به دلایل گوناگون از جمله دلایل فرهنگی و تاریخی، اهمیت مدیریت پیام برای تاثیرگذاری بر مخاطب را به مراتب افزون‌تر از قبل کرده است. یکی از مهم‌ترین تغییرات در رسانه‌ها، شکل‌گیری رسانه‌های نوین به صورت میکرورسانه‌ها (رسانه‌های خرد) است؛ رسانه‌های اجتماعی (مانند تلگرام، واتس‌اپ و...) و شبکه‌های اجتماعی (مانند فیسبوک، توئیتر و...) به عنوان پدیده‌های نوظهور، به یک واقعیت مهم در عرصه رسانه‌ای تبدیل شده‌اند به طوری که حتی شعار هر نفر یک رسانه که در سابق به عنوان یک شعار روشنفکری محسوب می‌شد، منقضی شده و هر نفر چندین رسانه (اعم از فیسبوک، توئیتر، تلگرام، اینستاگرام و...) را به طور همزمان در اختیار دارد. یکی از مهم‌ترین نتایج چنین تغییراتی، تغییر معادله رسانه- پیام به پیام- رسانه است. رسانه-پیام یعنی اینکه در گذشته هر کسی صاحب رسانه بود، پیام را هم او تولید می‌کرد و می‌توانست از طریق انحصار نسبی در انتشار پیام، فضای افکار عمومی را تا حد قابل توجهی مدیریت کند یا در مدیریت آن مشارکت داشته باشد اما امروز به دلیل شکل‌گیری رسانه‌های خرد و تغییر فضای رسانه‌ای در دنیا، هر کسی که «پیام» جدی و موثر داشته باشد، رسانه حقیقی در اختیار او است، بنابراین امروز صاحب رسانه کسی نیست که صرفاً دستگاه عریض و طویل و بودجه و اطلاعات و هرچیز دیگری از این دست داشته باشد، بلکه آن فردی است که «پیام» دارد. با این حال یکسان انگاشتن مفهوم پیام با اطلاعات نیز خطاست، بدین معنا که حتی کسی که «اطلاعات» و «آگاهی» و «مواد اولیه» لازم برای یک پیام را دارد نیز «صاحب پیام» نیست، بلکه اینها صرفاً مقدمه است. فرآوری و تبدیل اینها به پیام یعنی آنها را «خواندنی»، «شنیدنی» و «دیدنی» کنیم. در غیر این صورت در فضای ماقبل رسانه قرار داریم حتی اگر بزرگ‌ترین دستگاه رسانه‌ای نیز از آن یک فرد باشد. بالاتر اینکه حتی همین دستگاه عریض و طویل می‌تواند در برخی حوزه‌ها به ضد خودش عمل کند. نحوه صورت‌بندی یک پیام برای خواندنی، شنیدنی و دیدنی شدن آن اقتضائات ویژه‌ای دارد که از جمله آنها می‌توان به شناخت صحیح از مخاطب و نیازهای او و نیز نحوه انتخاب پیام و شیوه انتقال آن به مخاطب اشاره کرد. قرآن کریم، معجزه بزرگ پیامبر اسلام(ص) حاوی نکات ارزشمند و نابی درباره موارد ذکر شده است.

متن ویراسته سخنان مقدم‌فر در جمع فعالان رسانه‌ای به شرح زیر است؛

۱- شناخت صحیح از مخاطب و نگاه صحیح به مخاطب

مهم‌ترین عامل در افزایش میزان تأثیرگذاری رسانه، شناخت مخاطب است. اینکه رسانه چه درکی از مخاطب دارد در نوع و سبک پیام‌رسانی آن تأثیرگذار است.

در قرآن ۲ نوع نگاه به مخاطب معرفی شده است:

الف- نگاه فرعونی به مخاطب

* در این نوع نگاه پیام با نگاه ارباب- رعیتی به مخاطب ارائه می‌شود. نگاهی که فرعون به مردمش داشت.

فَحَشَرَ فَنَادَى فَقَالَ أَنَا رَبُّكُمُ الْأَعْلَى (نازعات ۲۳ و ۲۴)

* در این نوع نگاه مردم شنونده‌اند و چاره‌ای جز شنیدن ندارند.

* در این نگاه تسلیم انسان در برابر «رسانه» نمادی از تسلیم او در برابر صاحب پیام است.

* این نوع نگاه منافات با برجسته‌ترین ویژگی انسان یعنی روح انتخابگری و حقیقت‌جویی او دارد.

* در این نگاه پیام‌هایی باید به انسان رسانده شود که او را هر چه بیشتر به تسلیم در برابر اراده صاحب قدرت وادارد.

فَاسْتَخَفَّ قَوْمَهُ فَأَطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُواْ قَوْماً فَاسِقِينَ؛ پس فرعون قوم خود را سبک شمرد و آنان او را اطاعت کردند، زیرا آنان قومی فاسق بودند. (زخرف ۵۴)

ب- نگاه الهی به مخاطب

* در این نگاه انسانیت و کرامت انسان ارج نهاده می‌شود.

* پیام با نگاه ارباب- رعیتی به انسان رسانده نمی‌شود.

* صاحب پیام خود را مالک سمع و بصر انسان نمی‌پندارد، بلکه آنقدر از حقانیت پیام خود مطمئن است که می‌داند هر چه این سمع و بصر انسان آزادتر باشد پیامش گیراتر و شنیدنی‌تر و دیدنی‌تر خواهد بود.

* در این نگاه فطرت حقجوی مخاطب زمینه درک و پذیرش پیام است.

* به ویژگی انتخابگری و حقیقت‌جویی انسان احترام گذاشته می‌شود.

فَبَشِّرْ عِبَادِ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ؛ پس بندگان مرا بشارت ده. همان کسانی که سخنان را می‌شنوند و از نیکوترین آنها پیروی می‌کنند؛ آنان کسانی هستند که خدا هدایت‌شان کرده و آنها خردمندانند. (زمر ۱۷ و ۱۸)

*در این نگاه هدف بردگی، بندگی و تسلیم مخاطب نیست، بلکه آزادی او و از قید و بندهایی است که «جهل» و «ناآگاهی» بر دست و پای او زده است.

* در این نگاه صاحب پیام خود را در کنار مخاطب قرار می‌دهد نه مسلط بر فکر و اندیشه او.

در این نگاه پیامبران الهی خود را ارباب مردم و حاکم بر فکر و اندیشه آنان نمی‌دانند، بلکه خود را برادر و همراه انسان در مسیر «شدن» و «تعالی» و «تکامل» معرفی می‌کنند

إِذْ قَالَ لَهُمْ أَخُوهُمْ نُوحٌ أَلَا تَتَّقُونَ إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ فَاتَّقُوا اللهَ وَأَطِيعُونِ وَمَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ فَاتَّقُوا اللهَ وَأَطِيعُونِ؛ هنگامی که برادرشان نوح به آنان گفت: «آیا تقوا پیشه نمی‌کنید؟! مسلّماً من برای شما پیامبری امین هستم! تقوای الهی پیشه کنید و مرا اطاعت نمایید! من برای این دعوت، هیچ مزدی از شما نمی‌طلبم؛ اجر من تنها بر پروردگار عالمیان است! پس، تقوای الهی پیشه کنید و مرا اطاعت کنید!» (شعرا ۱۰۶ تا ۱۱۰)

یکی از مصادیق کامل این شیوه تخاطب را می‌توان در ۲ نامه‌ای که مقام معظم رهبری به جوانان غربی نوشتند مشاهده کرد. ایشان با همان الگوی قرآنی در واقع جهان غرب بویژه جوانان را دعوت به حقیقت و عدالت کرده‌اند. ایشان در نامه اول می‌فرمایند من نمی‌گویم آنچه من به آن اعتقاد دارم شما بپذیرید، بلکه خواست من این است که شما تحقیق کنید و اسلام واقعی را از منابع اصلی خود جست‌وجو کنید نه آنچه که حکام و رسانه‌های شما القاء می‌کنند

وظیفه رسانه در این نوع نگاه «ذکر» است. رسانه در این نگاه یعنی «مذکر»

فَذَكِّرْ إِنَّمَا أَنتَ مُذَكِّرٌ لَّسْتَ عَلَيْهِم بِمُصَيْطِرٍ؛ پس تذکر ده که تو فقط تذکر دهنده‌ای. تو سلطه‌گر بر آنان نیستی که (بر ایمان) مجبورشان کنی.(غاشیه ۲۱ و۲۲)

۲- شناخت صحیح از نیازهای مخاطبان

مهم‌ترین و ضروری‌ترین نیاز انسان «آگاهی» است. شیاطین همواره درصدد مسدود کردن راه آگاهی انسان هستند

حیات جاهلیت قدیم و جاهلیت مدرن در گرو ناآگاهی انسان‌هاست.

وَقَالَ الَّذِينَ كَفَرُوا لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ وَالْغَوْا فِيهِ لَعَلَّكُمْ تَغْلِبُونَ؛ کافران گفتند: «گوش به این قرآن فرا ندهید؛ و به هنگام تلاوت آن جنجال کنید، شاید پیروز شوید!» (فصلت ۲۶)

جاهلیت کهنه با منع انسان‌ها و جاهلیت مدرن با یورش اطلاعات به روح و روان انسان‌ها آنها را از درک حقیقت بازمی‌دارد. یعنی آنان برای انسداد آگاهی و بصیرت انسان‌ها، گاهی مانع رسیدن اطلاعات صحیح می‌شوند (لَا تَسْمَعُوا لِهَذَا الْقُرْآنِ) و گاهی با تولید حجم زیادی از اطلاعات نامناسب و نامطلوب سعی در مشغول‌سازی ذهن مردم برای نشنیدن سخن حق می‌کنند (وَالْغَوْا فِيهِ).

جاهلیت کهنه درصدد بود انسان‌ها «ندانند» اما جاهلیت مدرن درصدد است که انسان‌ها «ندانند که نمی‌دانند».

هجوم حجم وسیعی از اطلاعات و گرفتار کردن انسان در چنبره پیام‌ها امروز نوعی استعمار رسانه‌ای را رقم زده که سرزمین فکر و اندیشه انسان‌ها را تسخیر کرده است و سرمایه‌های شناختی آنان را به یغما می‌برد.

جاهلیت مدرن امروز پیام‌های شیطانی خود را از زبان سلبریتی‌ها (هنرمندان، بازیگران و سایر افرادی که به نوعی در جامعه شهرت دارند) می‌زند و به وسیله آنان پیام‌های دلخواه خود را به سمع و نظر انسان‌ها می‌رساند. پیام‌هایی که بر محمل احساسات به عمق روح و جان مخاطبان سر ریز می‌شود و نه تنها قوه ادراک و تعقل آنها را بیدار نمی‌کند بلکه به نوعی باعث تحمیق افکار عمومی می‌شود.

در چنین شرایطی نیاز انسان به آگاهی به صورت مصنوعی پاسخ داده می‌شود و انسان‌ها تصور می‌کنند با این حجم اطلاعات آگاه شده‌اند در حالی که فوران آتش فشان اطلاعات باعث بی‌خبری آنها از رخدادها و حوادث مهم و قابل اعتنایی است که در کوران پمپاژ اطلاعات و داده‌های بیشمار نمی‌توانند اهمیت خود را نشان دهند. حوادثی که بی‌خبری از آنها چه بسا حیات انسان و سرنوشت تاریخی او را دچار تغییر کند.

۳- تولید پیام مناسب

رسانه موقعی اهمیت پیدا می‌کند که حرفی برای گفتن و پیامی برای ابلاغ داشته باشد. رسانه بی‌پیام فاقد هویت است و هویت رسانه به پیامی است که می‌خواهد منتقل کند.

بنابراین افزایش میزان تأثیرگذاری رسانه بستگی تام و تمام به پیامی دارد که در صدد القای آن به افکار عمومی است. پیام است که انگیزه‌ها برای ارائه آن به دیگران را برمی‌انگیزاند.

قرآن کریم از بزرگمردی پیامدار یاد می‌کند که به دلیل اهمیت سرنوشت‌ساز یک پیام، خود را از دور دست‌ها به جامعه گمراه می‌رساند تا پیام حقی را به گوش آنها برساند.

وَجَاءَ مِنْ أَقْصَى الْمَدِينَةِ رَجُلٌ يَسْعَى قَالَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُوا الْمُرْسَلِينَ؛ و مردی (با ایمان) از دورترین نقطه شهر با شتاب فرا رسید، گفت: «ای قوم من! از فرستادگان (خدا) پیروی کنید».(یس ۲۰)

در تفاسیر قرآن کریم در ذیل این آیه ملاحظه می‌شود از حبیب نجار به عنوان مردی یاد می‌شود که در پیام‌رسانی به هنگام خوب عمل کرد و به داد پیامبران الهی و دعوت آنان رسید و کمک شایانی کرد.

۴- شیوه‌های پیام‌رسانی

از دیگر اموری که پیام یک رسانه را برای مردم شنیدنی و پذیرفتنی می‌کند، شیوه‌های ارائه پیام است.

در معارف قرآنی ۵ شیوه به عنوان اصلی‌ترین روش در پیام‌رسانی مؤثر مشاهده می‌شود.

الف- صداقت و راستگویی

صداقت قفل‌شکن دل‌هاست.

صداقت هم برکات و نصرت الهی را در پی دارد و هم پذیرش و اقبال مردم را.

صداقت رمز و راز ارتباط فطری انسان‌ها با یکدیگر است.

فطرت حقجوی انسان دروغ را نمی‌پسندد و از آن بیزار است.

جاهلیت مدرن چون از فطرت انسان فاصله گرفته است به اصحاب رسانه دروغ بزرگ را توصیه می‌کند و می‌گوید: «دروغ هر چه بزرگ‌تر باورپذیری آن بیشتر» اما مکاتب الهی باورپذیری دائمی «سخن راست» را بر باورپذیری مقطعی و کوتاه‌مدت «سخن دروغ» ترجیح می‌دهند.

خیل بیشمار پیروان مکاتب الهی در جوامع بشری نشان می‌دهد فطرت حقجوی انسان‌ها با «سخن راست و درست» آشناتر است تا با «سخن فریب و دروغ» و بر همین اساس است که همچنان پس از قرن‌ها همچنان با اشتیاق از تعالیم برترین راستگویان عالم یعنی پیامبران الهی پیروی می‌کنند.

ب- استحکام پیام / قول سدید (عامل ماندگاری و مانایی پیام)

سخن راست باید مزین به ویژگی مهمی باشد که در قرآن از آن به عنوان «سداد» یاد می‌شود. سخنی درست، منطقی و حکیمانه.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! تقوای الهی پیشه کنید و سخن حق بگویید. (احزاب ۷۰)

قول سدید یعنی سخن محکم و استوار و صحیح(سخن بی‌پایه و اساس نگفتن). یعنی سخنی که از سویی مطابق واقع باشد و از سوی دیگر برای خدا و به امر خدا باشد.

قول سدید، سخنی است که هم راست و صحیح (اشتباه نباشد) و هم «دقیق» باشد. شما گاهی می‌توانید راست بگویید ولی «بخشی» از یک حقیقت را بیان کنید و با آن، مردم را به اشتباه بیندازید. یا می‌توانید زمان گفتن یک سخن درست را نابجا انتخاب کنید و مردم را گمراه کنید. و می‌توانید بدون زدن قید و حاشیه لازم به یک سخن صحیح، با آن سخن صحیح، مردم را گمراه کنید و اغراض غیرالهی خودتان را دنبال کنید.

قول سدید، سخنی است که برای خدا بر زبان جاری شود یعنی جدا از اینکه باید به حق بیان شود و صحیح باشد، باید با انگیزه صحیح هم باشد و برای خدا باشد و به امر خدا باشد. مثلاً اگر کسی غیبت کند، سخنش قول سدید نیست هرچند راست بگوید. لقمه حرام در رسانه، قولی است که سدید نباشد. انگیزه الهی در آن نباشد و تمام یا بخشی از حقیقت را به قصد اغراض شیطانی مخفی نگاه دارد. با این لقمه حرام بار رسانه به مقصد نمی‌رسد. این لقمه حرام ممکن است امور رسانه را در یک مقطع پیش ببرد اما خواه ناخواه گلوگیر آن خواهد شد و آن را از سکه خواهد انداخت. در لقمه حرام خدا برکت قرار نداده است.

امام صادق علیه السلام می‌فرمایند: ... **اعْلَمْ أَنَّهُ لَا يَتَقَبَّلُ اللهُ مِنْكَ شَيْئاً حَتَّى تَقُولَ قَوْلًا عَدْلًا؛** بدان خدا از ما هیچ چیزی را قبول نمی‌کند مگر اینکه قول سدید بگوییم.(کافی ۱۰۷/۸)

ج- پیام‌رسانی از موضع رفق و مدارا و نه خشونت و کینه‌ورزی

مهم‌ترین صفت برای «پیامبری» رفق و مداراست که با سازش و بی‌تفاوتی و تایید خطاکاران متفاوت است.

عموم پیامبران قبل از بعثت به شغل چوپانی اشتغال داشتند. شاید یکی از فلسفه‌های آن افزایش قدرت صبر و تحمل آنان برابر ناشنوایان حرف حق و از کوره در نرفتن هنگام مشاهده خطا و گناه گناهکاران است. این صفت برجسته باعث می‌شد پیامبران به جای برخورد با «جاهل» با «جهل» او بستیزند و شجاعت و برافروختگی خود را در هماوردی با جهل او به کار گیرند نه خود او.

پیامبران همگی «جهل ستیزند» و نه «جاهل‌ستیز». ستیز با جاهل خشم می‌خواهد و شمشیر اما ستیز با جهل رفق و مدارا می‌خواهد و صبر و تبیین. مقدمه واجب قول سدید، رفق و مداراست.

پیامبر(ص) وقتی شخصی را به تبلیغ دین مأمور کردند (برای دعوت مردم به دین) بعد از «رفق» و مهربانی، به او توصیه کردند قول سدید بگوید. (فَقَالَ عَلَيْكَ بِالرِّفْقِ وَالْقَوْلِ السَّدِيدِ؛ کنزالفوائد/۱/۲۱۰)

مخاطبان رسانه وقتی ببینند رسانه با جهل جاهلان در ستیز است و نه جاهلان، به رسانه اعتماد می‌کنند و شنوای راهنمایی و هدایت رسانه می‌شوند.

این رفق و مدارا باید خود را در ادبیات رسانه نشان دهد. درشت‌گویی و استفاده از ادبیات خشن و غیرفرهنگی شایسته رسانه‌ای که حامل پیام‌های جهل‌زداست نیست.

مخاطبان باید عصبانیت و تندی رسانه را در مواجهه با خطا ببینند و نه صرفا در مواجهه با خطاکار.

آنچه قرآن از آن با عنوان «جدال احسن» نام می‌برد حاکی از برخورد فیزیکی نیست، بلکه دستور به مواجهه منطقی و مستدل با کسانی است که نمی‌خواهند رهرو راه حق شوند. اینها را باید با حکمت و موعظه حسنه به راه آورد و اگر این دو میسر نشد باید با جهل آنها درافتاد آن هم با منطق استوار و درست.

د- عدالت

رسانه چون یا خود درباره دیگران قضاوت می‌کند یا زمینه قضاوت دیگران را نسبت به افراد یا قضایای مختلف فراهم می‌کند باید در مسیر عدالت گام بردارد. عدالت مطبوع طبع بشری است. به همین دلیل بشر در جست‌وجوی جهانی عاری از ظلم است. انتظار موعود در ادیان مختلف، انتظار تحقق عدالت است.

راه موفقیت از مسیر تقواست و عدالت هموارکننده این راه است. قرآن می‌فرماید قول شهادت شما باید بر مبنای عدالت باشد.

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُونُوا قَوَّامِينَ لِلَّهِ شُهَدَاءَ بِالْقِسْطِ وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَآنُ قَوْمٍ عَلَى أَلَّا تَعْدِلُوا اعْدِلُوا هُوَ أَقْرَبُ لِلتَّقْوَى وَاتَّقُوا اللهَ إِنَّ اللهَ خَبِيرٌ بِمَا تَعْمَلُونَ؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید! همواره برای خدا قیام کنید و از روی عدالت، گواهی دهید! دشمنی با جمعیتی، شما را به گناه و ترک عدالت نکشاند! عدالت کنید که به پرهیزگاری نزدیک‌تر است! و از (معصیت) خدا بپرهیزید که از آنچه انجام می‌دهید، باخبر است». (مائده ۸)

مقام معظم رهبری می‌فرمایند: من می‌خواهم عرض کنم به جوانان عزیزمان؛ جوان‌های انقلابی و مؤمن و عاشق امام! که حرف می‌زنند، می‌نویسند، اقدام می‌کنند؛ کاملاً رعایت کنید. اینجور نباشد که مخالفت با یک کسی، ما را وادار کند نسبت به آن کس از جاده حق تعدی کنیم، تجاوز کنیم، ظلم کنیم؛ نه! ظلم نباید کرد. به هیچ کس نباید ظلم کرد. [بیانات در نماز جمعه ۱۴ خرداد ۸۹]

هـ- حکمت

دعوت و پیام رسانه باید حکیمانه باشد. حکمت، برکت‌زاست. خیر کثیر در سایه حکمت نصیب خواهد شد. خیر کثیر برای رسانه این است که هر چه بیشتر، مردم پیام‌هایش را بشنوند و بپذیرند و در مسیری که او بدان رهنمون می‌شود حرکت کنند.

وَمَنْ يُؤْتَ الْحِكْمَةَ فَقَدْ أُوتِيَ خَيْرًا كَثِيرًا؛ و به هر کس (حکمت) دانش داده شود، خیر فراوانی داده شده است. (بقره ۲۶۹)

در پایان این مبحث برخی رسالت‌های رسانه‌های انقلابی در شرایط کنونی یادآور می‌شود:

۱- تبیین صحیح ابعاد و مؤلفه‌های اصلی گفتمان انقلاب اسلامی شامل: استقلال در تمام ابعاد و عرصه‌ها (سیاسی، فرهنگی، اقتصادی، علمی و...)، آزادی، مردم‌سالاری دینی (نقش مردم در حکومت)

عدالت‌طلبی، مبارزه با فقر و فساد و تبعیض، رعایت حرمت و کرامت انسان، حمایت از مظلومان و مستضعفان عالم، درهم تنیدگی ۳ مؤلفه عقلانیت، عدالت و معنویت، عزت و حکمت و مصلحت در تعاملات گسترده با جهان و مبارزه با اشرافیگری و تجمل‌گرایی در جامعه بویژه میان مسؤولان.

۲- تبیین چرایی و فلسفه درگیری نظام سلطه جهانی با انقلاب اسلامی و چگونگی نقش‌آفرینی در جبهه انقلاب در این نبرد استراتژیک و سرنوشت‌ساز

۳- تبیین جدایی‌ناپذیری دین از سیاست و مبارزه با خطر سکولار شدن جامعه، در هم تنیدگی دنیا و آخرت در نگاه اسلامی، وظیفه ذاتی حکومت برای آبادانی توأمان دین و دنیای مردم و معنابخشی به مؤلفه‌های زندگی با فرهنگ اسلامی (در این مسیر باید نشان داده شود دینی شدن زندگی یا اسلامی شدن سبک زندگی به معنای بی‌پاسخ گذاشتن نیازهای طبیعی و مطبوع بشر نیست، بلکه به معنای پاسخ صحیح و منطبق با فطرت بشر و مبتنی بر عقلانیت و نیازهای انسان‌هاست که در آن هیچ نیازی از انسان نه تنها سرکوب نمی‌شود، بلکه مورد غفلت هم قرار نمی‌گیرد)

۴- زنده نگاه داشتن مکتب فکری امام خمینی(ره) و تلاش برای حاکمیت‌بخشی به خط و اصول امام خمینی(ره) با قرائت خلف صالح او حضرت امام خامنه‌ای مدظله

۵- مطالبه‌گری از مسؤولان برای عدم توقف پیشرفت کشور در تمام عرصه‌ها بویژه در عرصه علم و فناوری و عرصه‌هایی که منجر به افزایش توان بازدارندگی جمهوری اسلامی از آسیب‌پذیری برابر تهدیدات دشمن می‌شود از جمله در عرصه‌های دفاعی و امنیتی

۶- زنده نگاه داشتن شور و شعور انقلابی مردم (تبیین انقلابیگری به عنوان کلید حل مشکلات)

۷- همراهی و هماهنگی و هم‌افزایی با یکدیگر

۸- پشتیبانی جبهه‌ای از حرکت‌های صحیح «آتش به اختیاری» عناصر مؤمن و انقلابی برای برطرف کردن اختلال در دستگاه‌های مختلف

۹- عدم غفلت از دشمن و دشمنی‌های دشمنان و آگاهی‌بخشی به جامعه نسبت به اقدامات دشمن

۱۰- توسعه دایره مخاطبان و تلاش برای افزایش توان پیام‌رسانی به اقشار مختلف جامعه بویژه اقشار خاکستری (تلاش برای افزایش میزان مقبولیت میان اقشار مختلف مردم و نه فقط قشر حزب‌اللهی).

گزارش

روایت فتح یک نگاه

ادامه از صفحه اول

این روزها همه سوال می‌کنند چگونه شده است که یک نگاه این همه فتح‌الفتوح کرده است و انگار کسی پاسخ را نمی‌داند. ما به نجف‌آباد آمده‌ایم تا بپرسیم این چشم‌ها چه دیده‌اند که اینگونه برق می‌زنند از شجاعت؟جواب‌مان را در ورودی شهر می‌گیریم البته. «شهید احمدکاظمی» در تصویری که سراسر لبخند می‌زند چشم به ما می‌دوزد. محسن حججی انگار خیلی به این چشم‌ها نگریسته است. می‌گویند از او بسیار کمک گرفته. شهر را آب و جارو کرده‌اند و مقابل مسجد جامع نجف‌آباد را آب و جاروتر!

برنامه هنوز شروع نشده است اما تا چشم کار می‌کند، چشم‌های محسن است که نگاهت می‌کند. تصاویری از او بر در و دیوارهاست. در دست جوانان و پیران عکس‌های کوچک‌تری است که بنا دارند در برنامه آنها را بالا بگیرند و به این قهرمان شهرشان افتخار کنند. مادرها بیرون مسجد کنار هم ایستاده‌اند، پدرها کنار هم و جوان‌ترها که در جنب و جوشند. یک تیم از ورزشکاران جوان‌تر، با لباس‌های ورزشی یکدستی که دارند سرود می‌خوانند و «مرگ بر آمریکا» می‌گویند. دسته دیگری در مقابل مسجد سنج و دمام می‌زنند. مردم دورشان جمع شده‌اند و یکی فضا را با گلاب معطر می‌کند. میهمانان کم‌کم از راه می‌رسند. فرمانده سپاه از آبروداری‌های محسن برای انقلاب می‌گوید و از پدیده‌ای که او را افتخار نجف‌آباد و اصفهان و ایران خطاب می‌کند. جمعیت لحظه به لحظه بیشتر می‌شود. پدر شهید می‌آید و مردم و مسؤولان کشوری به احترام او می‌ایستند. همزمان مداح نوحه‌های معروف مدافعان حرم هم پشت تریبون می‌ایستد و می‌خواند و روضه‌های پیاپی. جایی اما همه با او همنوا می‌شوند. نریمانی می‌خواند و مردم تکرار می‌کنند: منم باید برم، آره برم سرم بره/ نذارم هیچ حرومی طرف حرم بره/ یه روزی هم می‌آد نفس آخرم بره...

و البته جایی میان نوحه است که صدای جمعیت بلند می‌شود. چشمانم را می‌چرخانم. وای خدای من! پسر ۲ ساله شهید را بغل کرده‌اند و کنار مداح ایستاده. دارد همه را نگاه می‌کند و از امروز این نگاه هم مانند نگاه پدر جایی در میان حافظه تمام‌مدت من و مایی که آنجا بودیم باقی می‌ماند. نوحه‌ها ادامه دارد. گریه‌ها ادامه دارد و همه دارند می‌گریند. بیرون مسجد هم غوغایی است. از مادری می‌پرسم، از اینکه محسن شهید اهل نجف‌آباد است چه حسی دارید؟ با آن سادگی و بی‌پیرایگی نجف‌آبادی می‌گوید: افتخار می‌کنیم؛ انتقام هم می‌گیریم. پسر نوجوانی هم که دارد عکس‌های محسن شهید را توزیع می‌کند، به سوال‌هایم پاسخ می‌دهد؛ چه حسی دارید از اینکه می‌بینید محسن شهید اهل نجف‌آباد است؟ با همه نوجوانی‌اش می‌گوید: من می‌خواهم مانند او شوم و وقتی بزرگ‌تر شدم پدر داعشی‌ها را دربیاورم. فردی پای در سن گذاشته را می‌بینیم که مقابل در ایستاده و کفش‌ها را جفت می‌کند. از او سوالم را می‌پرسم. به نظر شما چرا حججی‌ها و امثال حججی‌ها به سوریه می‌روند تا بجنگند؟ می‌گوید: سوال تکراری نپرس. وقتی به او می‌گویم واقعا این هنوز برای برخی سوال است، لبخند تلخی می‌زند و می‌گوید: «چاره‌ای نیست. خدا نکند اما آنها حتما باید جواب را پشت در خانه‌شان و پشت دروازه‌های شهرشان ببینند که باور کنند؟!»

بیرون مسجد جایی که زن‌ها ایستاده‌اند، نظمی از چادرهای سیاه خیابان را دربرگرفته. دوست نجف‌آبادی‌ام می‌گوید اینها هرکدام یا مادر شهیدند، یا خواهر شهیدند یا همسر شهید. اتفاقا همسر شهید مدافع حرم هم در میان‌شان کم نیست. راست می‌گوید. من نام‌هایی از شهدا را قبل از نام محسن شنیده بودم که همه از لشکر زرهی ۸ نجف‌اشرف بودند. حالا عکس محسن را در کنار آنها زده‌اند. اینجا نجف‌آباد است و آخر مجلس است. رفقای پاسدار شهید محسن حججی را در میان جمعیت پیدا می‌کنم. خاطرات محسن را می‌پرسم و همه در یک پاسخ مشترکند: اخلاص داشت... رفقایش حرف برای گفتن زیاد دارند و من می‌شنوم.

مجلس تمام شده است اما رفقای محسن هنوز از چشمانش خاطره دارند...

نکته

تخلف در معرفی کابینه؟

ادامه از صفحه اول

مطابق اصل هشتاد و هفتم قانون اساسی «رئیس‌جمهور برای هیأت وزیران پس از تشکیل و پیش از هر اقدام دیگر باید از مجلس رای اعتماد بگیرد. در دوران تصدی نیز درباره مسائل مهم و مورد اختلاف می‌تواند از مجلس برای هیأت وزیران تقاضای رای اعتماد کند».

تاکید مصرح قانون اساسی آن است که رئیس‌جمهور باید برای «هیات وزیران» که شامل وزیر علوم نیز می‌شود، رأی اعتماد بگیرد و در بدو تشکیل دولت، رئیس‌جمهور صلاحیت آن را ندارد که هیچ وزارتخانه‌ای را بدون معرفی و نظر مجلس به سرپرستی واگذار کند.

معرفی سرپرست در بدو دولت تنها در شرایطی قابل قبول است که وزیر پیشنهادی در روز رأی اعتماد هیات وزیران از مجلس رأی اعتماد نگرفته باشد و برای جلوگیری از نقص دولت از سوی رئیس‌جمهور سرپرست معرفی می‌شود. احتمال دارد تیم کاری دولت به اصل ۱۳۵ قانون اساسی و ماده ۱۹۰ آیین‌نامه داخلی مجلس که مساله سرپرست را مطرح کرده رجوع می‌کنند، در حالی که با اتمام دوره ۴ ساله دولت یازدهم و روی کار آمدن دولت جدید باید همه وزرا به مثابه هیات وزیران جدید به مجلس معرفی شوند.

به نظر می‌رسد عبارت «رئیس‌جمهور می‌تواند برای وزارتخانه‌هایی که وزیر ندارند حداکثر برای مدت ۳ ماه سرپرست تعیین نماید» در اصل ۱۳۵ قانون اساسی با توجه به سیاق اصل حکم استثنایی است که مشروط به معرفی وزرا و عدم رأی اعتماد به آنهاست یا درصورت عزل پس از تصدی سمت وزارت است و اطلاق این عبارت که رئیس‌جمهور می‌تواند برای وزارتخانه سرپرست تعیین کند، مشمول شروع و روی کارآمدن دولت و معرفی هیات دولت که اصل مصرح ۸۷ قانون اساسی است، نمی‌شود.

*پژوهشگر حقوق و مدرس دانشگاه