

سردار سلیمانی، الگویی برای جامعه اسلامی است

به گزارش شبکه اطلاع رسانی هرمز؛ دکتر اسحق شیرین کام، استاد دانشگاه های هرمزگان در یادداشتی اختصاصی برای سایت خبری هرمز در مورد سردار سلیمانی، الگویی برای جامعه اسلامی است، نوشت:

اگر نگاهی به تعلیمات دینی در قرآن و سنت بیندازیم دو تدبیر برای تعلیم و تربیت و مقابله با ناهنجاری ها می‌یابیم، یکی تعلیم و آموزش قواعد و اصول است و دیگر الگو سازی است؛ یعنی قرآن کریم و سنت معصومین (ع) از یک طرف معارفی را ارائه داده اند و اصول و فروع ارزش ها را آموزش داده اند و حتی به وعظ و نصیحت پرداخته‌اند و از طرف دیگر در کنار این آموزش، الگوهای عینی نشان داده اند.

برای تربیت، آموزش به تنهایی کافی نیست، الگو هم شرط است، برای اینکه، معارف کلی، انتزاعی و عقلی هستند، ولی الگو بیشتر محسوس و به چشم آمدنی است، از اینرو تأثیر همگانی‌اش بیشتر است، جاذبه هم بیشتر دارد تا صرف بیان مقررات، کلیات برای فرزندان و خردمندان شاید جذاب است، اما برای عموم مردم در کنار آن باید الگو سازی بشود؛ البته همگان نیازمند آموزش هستند، اما ارائه نمونه عینی مکمل آموزش است.

تعاریفی که جامعه‌شناسان برای «فرهنگ» ارائه کرده‌اند، فرهنگ را شامل هفت مؤلفه هنجارها، نمادها، نقشها، بینشها، ارزشها، ساختارهای اجتماعی و علوم و فنون می‌دانند. انتقال مفاهیم فرهنگی بین نسل‌های مختلف ضامن بقای آن فرهنگ است و با توجه به اینکه رفتارها، اخلاقیات، اعتقادات، قضاوتها و ارزشها آموختنی هستند؛ در هر دوره‌ای از زندگی، انسان به واسطه پیروی از الگوها، قواعد و سبک زندگی را می‌آموزد؛ این الگوها می‌توانند واقعی و زنده یا نمادین و سمبولیک باشند؛ اما کارکرد آنها در انتقال فرهنگی یکسان است

رسانه ها در دوران کنونی بخشی جدایی ناپذیر از زندگی مخاطبان شده اند. این مخاطبان در دنیای اطلاعاتی و ارتباطی امروز، بخش عظیم فرهنگ، ارزش ها و هنجارهای جامعه خود و دیگر جوامع را از رسانه

ها دریافت می‌کند؛ به عبارتی در دوران معاصر که به عصر اطلاعات و جامعه اطلاعاتی و ارتباطی معروف است، بخش عظیمی از جامعه پذیرنده مخاطبان از طریق رسانه‌ها انجام می‌شود و نفوذ و تأثیر رسانه‌ها تا جایی است که برخی از نظریه پردازان ارتباطی بر این باورند که رسانه‌ها اولویت ذهنی و حتی رفتاری ما را تعیین می‌کنند و اگر چگونه فکر کردن را به ما یاد ندهند، اینکه به چه چیزی فکر کنیم را به ما می‌آموزند.

طبقه‌ی جوان و نوجوان یکی از مخاطبین و پر استفاده کننده‌ترین افراد از فضای مجازی است.

تغییرات هنجارها و ارزش‌های اجتماعی به سرعت در رسانه‌های گروهی منعکس می‌شود و ممکن است به آسانی مورد پذیرش مخاطبان قرار گیرد. گسترش سریع گرایش‌های جدید در فرهنگ جوانان، عمدتاً به رسانه‌هایی مانند تلویزیون، رادیو، مجلات ویژه جوانان و سینما بستگی دارد. (روشه، 1366، ص 3370).

یکی از ویژگی‌های شخصیتی انسان در دوره نوجوانی و جوانی، قهرمان‌جویی و الگویابی است که همزمان با رشد و شکل‌گیری هویت فرد رخ می‌دهد. نوجوانان و جوانان در این دوران به دنبال الگویی هستند که آن را دوست داشته باشند و می‌کوشند هویت و شخصیت خود را با هویت آن الگو هماهنگ کنند. طبیعی است اگر الگوی انتخاب‌شده کاملاً مثبت باشد، این الگو می‌تواند بر بسیاری از رفتارهای جوانان اثر بگذارد و از آسیب‌های اجتماعی پیشگیری کند.

«آرنولد گیزل»، معتقد است: «نوجوان و جوان، در پی آن است که الگوهای بزرگسالی را تقلید کند و به ستایش قهرمانان محبوب خودش بپردازد. او حتی در تاریخ و شرح حال بزرگان، برای خودش الگوی تقلید جست‌وجو می‌کند».

علاقه طبیعی برای داشتن قهرمان‌ها، آرمان‌ها و رؤیاهای، کمک خوبی است که به واسطه آن می‌توان جوان را به انتخاب الگویی مناسب فرا خواند. نیاز جوان به الگو، در ویژگی کمال‌گرایی انسان ریشه دارد. ویژگی کمال‌گرایی آدمی، او را از درون به حرکت وا می‌دارد تا خود را به کسانی که مظهر کمال اخلاقی هستند، نزدیک کند و صفات آنها را بگیرد. از سوی دیگر، جوانان می‌خواهند قواعد زندگی را بیاموزند و از بهترین رفتارها پیروی کنند تا بتوانند به شخصیت مرد یا زن کامل دست یابند.

انسان بر اثر حس کمال جویی که در فطرت و سرشت او نهفته است، مایل به پیروی از انسان‌هایی است که درجه‌های بیشتری از کمال را پشت سر نهاده، وجود خویش را به فضایل و صفات پسندیده بیشتری آراسته‌اند، اما امروزه بیشتر جوانان در شیوه لباس پوشیدن و آرایش موی سر و برخی رفتارهای ظاهری، بیشتر از هنرپیشه‌ها، ستارگان سینما، قهرمانان ورزشی به ویژه فوتبال و... تقلید می‌کنند. نکته مهم این است که انتخاب الگو، همسو با ارزش‌های هر فرد است و اساس نظام الگوی رفتاری جوان را ارزش‌های حاکم بر آن فرد تشکیل می‌دهد. مهم‌تر آنکه ارزش‌های حاکم بر جامعه، با الگوهای رفتاری افراد آن جامعه ارتباط تنگاتنگی دارد و یکی از نهادهایی که این ارزش‌ها را برای جامعه تعیین و جوان نیز به وسیله آن الگوگزینی می‌کند، رسانه ملی به ویژه سیما است.

بدین ترتیب، الگوسازی رسانه‌ها از مباحث مهمی است که در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی جوانان نقش اساسی دارد و باید برنامه‌سازان به طور جدی بدان توجه کنند رسانه‌ها با طراحی برنامه‌های متناسب با علایق و نیاز نوجوانان و جوانان می‌توانند نقش موثری در الگو دهی و شکل دهی ارزش‌ها در جامعه باشند.

نقش حساس رسانه ملی در الگو دهی به نسل جوان و اثرگذاری بر آنها، تا آنجاست که مقام معظم رهبری بارها به این مسئله اشاره کرده‌اند: «رسانه‌های جمعی در همه جای دنیا یکی از حساس‌ترین مراکز به شمار می‌روند؛ زیرا دستگاه تبلیغاتی و وسیله عمومی مانند صدا و سیما همواره با مردم است و باید گفت: هر عملی که در این رسانه انجام شود، آثارش به زودی در جامعه دیده خواهد شد.» همچنین ایشان در جای دیگر می‌فرمایند: «سرگرم کردن جوان‌ها به چیزهایی که جوان‌های دنیا پیش از جوان‌های ما به آنها سرگرم شدند و امروز دارند تاوانش را پس می‌دهند، کمک به نسل جوان این کشور نیست. عده‌ای سعی می‌کنند جوان ایرانی را به بهانه‌های گوناگون به سمت مسائل سرگرم‌کننده، به موسیقی‌های مضر و به سرگرمی‌های جنسی و از این قبیل سوق دهند. این همان لجن‌زاری است که جوان غربی و جوان امریکایی و اروپایی را در خودش دارد غرق می‌کند. این تقلیدکردنی نیست، در مقابل این بایستید»

شهید قاسم سلیمانی حاصل یک تربیت و رشد بلند مدت است یعنی سپهبد شهید حاج قاسم سلیمانی با حاج قاسم سلیمانی دوران جبهه‌ها، فرسنگها فاصله دارد زیرا در این مکتب مسیر طولانی طی کرده و به رشد رسیده است.

شهید حاج قاسم سلیمانی از جمله فرماندهان و پیشکسوتان دوران دفاع مقدس به شمار می‌آید که علاوه بر اثر گذار بودن در معادلات سیاسی و نظامی جهان در حوزه حفظ و نشر معارف و ارزشهای دفاع مقدس که توسط رزمندگان آفریده شده بود هم بی وقفه در تکاپو بود.

یکی از کارهای حاج قاسم در مقام فعال رسانه‌ای علاوه بر حمایت از چاپ آثار پیرامون زندگی شهدا، مدیر مسئولی نشریه‌ای به نام «ثارالله» بود. او سال ۷۸ به‌عنوان مدیر مسئول نشریه ثارالله مجوز این نشریه را گرفت و رسانه‌ای شد.

هر یک از ایدئولوژی‌ها و تفکرات و نظامات نقاطی دارند که با بررسی آن می‌توان به کارآمدی یا عدم کارآمدی ایدئولوژی و نظامات پی برد. یک ایدئولوژی و تفکر می‌تواند خود را به عنوان تفکر موفق ارائه دهد تا تربیت‌کننده الگوهای موثر و موفق و در واقع نماینده ابعاد کلی آن تفکر و ایدئولوژی باشد.

جمهوری اسلامی ایران و انقلاب اسلامی امروز با افتخار این ظرفیت را دارد که شهید حاج قاسم سلیمانی را الگو و ساختار نظام و تفکر انقلاب به حیات بشر معرفی کند که اتفاقاً این الگو منطبق بر ویژگی‌های انسان عادی و دست‌یافتنی است نه یک انسان عجیب و اسطوره‌ای.

در معرفی شخصیت حاج قاسم رسانه‌ها می‌توان ابعاد مختلف حاج قاسم را به نسل جوان معرفی نمایند تا بعنوان الگوهای دست‌یافتنی معرفی شود.

سه شاخص اخلاق، تخصص و معنویت بعنوان مولفه قابل معرفی باید در دستور کار قرار گیرد.

بعد نظامی حاج قاسم سلیمانی همان بعدی است که ما به عنوان تخصص از آن یاد می‌کنیم؛ تمامی کارشناسان نظامی تأکید ویژه بر هوش و استعداد و توانمندی فوق‌العاده سردار سلیمانی در فرماندهی داشتند اما آنچه که شهید قاسم سلیمانی را به این جایگاه والا رسانده چیزی فراتر از این تخصص بود یعنی در کنار تخصص، بحث اخلاق و اخلاص و معنویت نیز مطرح است.

وقتی شهید حاج قاسم سلیمانی به عنوان یک الگو معرفی می‌شود یعنی کل اقشار جامعه باید از او الگوگیری کنند، به عنوان مثال یک خبرنگار هم باید بداند که اگر اخلاص و اخلاق و معنویت را روی تخصص خود سوار کند آنگاه او نیز یک حاج قاسم سلیمانی در عرصه رسانه

است و می تواند به اندازه او در این حوزه اثرگذار بوده و این مدل زندگی را ترویج کند.

یکی از تولیدات رسانه ای برای معرفی حاج قاسم بعنوان الگو می تواند برنامه نمایشی باشد، برنامه های نمایشی، می توانند با طراحی و ارائه شخصیت حاج قاسم بعنوان جذاب قهرمان، برای مخاطب الگوسازی کنند.

قهرمان داستان کسی است که مخاطب سیر داستان را از دریچه چشمان او می بیند و بیش از دیگر شخصیت ها در ذهن مخاطب می ماند؛ زیرا از نظر احساس و فکر با او همراه می شود و می کوشد رفتارهای خود را با وی سازگار کند؛ معمولاً قهرمان داستان ویژگی های مثبت برجسته ای دارد که به هم ذات پنداری مخاطب با وی می انجامد. بدین ترتیب، مخاطب خواسته یا ناخواسته از چگونگی راه رفتن، سخن گفتن و پوشش وی تقلید می کند.

انتهای پیام/