



درخواست بازگشایی مساجد
و حرم‌ها از روحانی

در صفحه ۳ بخوانید

سال دوم، شماره چهاردهم، اردیبهشت ۱۳۹۹



کرونا یا ویروس معیشت
طلاب؟

در صفحه ۲ بخوانید

گاهنامه تحقیقی-تبیینی مناهاج



درآمد

علی مهدوی (سردبیر)

کرونا ویروس از اسفند ماه گذشته خبرساز شد و خیلی زود همه چیز را تحت تاثیر خود قرار داد؛ از تعطیلی حرم‌ها، نمازهای جمعه و جماعت گرفته تا قرنطینه شهرها و جاده‌ها و منع عبور و مرور در روزهای پایانی تعطیلات نوروز. اما داستان تعطیلی کرونایی با وجود اتمام تعطیلات نوروزی همچنان ادامه دارد و پدیده‌ای است؛ تا جایی که ایستگاه جدیدش، «ماه مبارک رمضان» است! برآستی تا چه حد برای ماه مبارکی که قرار است به مضاف تبعات کرونا برود آماده‌ایم یا برنامه‌ریزی کرده‌ایم؟!

از یک سو آرام آرام سیل شبهات «کرونا و روزه» آغاز خواهد شد؛ از دیگر سو برنامه تبلیغی حوزه و روحانیت، قطعاً تحت الشعاع این ویروس منحوس خواهد بود.

آیا تبلیغ هم همچون مساجد و حرم‌ها قرار است مطابق مصلحت تعطیل شود یا تدابیری باید اتخاذ شود؟!

قرار است معنویت و معرفت مردم و ارتباطشان با حضرت حق، همچون ماه رجب و شعبان، زیر سیل اخبار کرونایی، کمرنگ شود یا برنامه‌های لازم از پیش تدبیر می‌شود؟

در چهاردهمین پرونده مناهاج «تبلیغ کرونایی ماه رمضان» قصد داریم ابعاد مختلف این موضوع مهم را بررسی کنیم و با مخاطبان فرهیخته به اشتراک بگذاریم ▶



تبلیغ کرونایی ماه رمضان

ساده‌ترین یا بهترین راه؟!!

تکلیف تبلیغ رمضان امسال چیست؟!

علی مهدوی

پاسخ قابل قبول در محضر حضرت حق است. برای همین بجای پاک کردن صورت‌مسأله، با تمام قوای خود تلاش می‌کند آن را حل کند. برای همین تیمم اموات را آخرین گزینه می‌داند نه اولین و سریعترین راه حل. برای همین هر جا هم از لحاظ نیروی درمیدان، کم و کاستی داشت با فراخوانی، جوانان جهادی را به صحنه وارد می‌کند و موانع را کنار می‌زند. برآستی بهترین راه برای تبلیغ رمضان امسال با وجود شرایط فعلی چیست؟! ساده‌ترین راه، حذف تبلیغ رمضان است؛ مثل تعطیلی حرم‌ها؛ اما آیا بهترین راه حل هم همین است؟! مصلحت این است امسال تبلیغ، کنار گذاشته شود و لطامات معنوی آن را هم بپذیریم یا تدابیری می‌توان اتخاذ کرد؟! ▶



همواره در مشکلات و بحران‌ها با دو نوع نگاه مدیریتی می‌توان برخورد کرد:

۱) نگاه اول سعی می‌کند تا جای ممکن، راحت‌ترین و بی‌هزینه‌ترین راه را انتخاب کند، تن به ریسک ندهد و برای خود، زحمت دست و پا نکند. برای همین در خیلی از موارد بجای حل معضل، سعی می‌کند از اساس، صورت‌مسأله را پاک کند و اصلاً به روی خود هم نیاورد. چیزی شبیه به معضل غسل اموات کرونایی در برخی شهرها و کلان‌شهرهایی چون تهران. این نگاه می‌گوید تا وقتی امکان تیمم هست چرا ریسک کنیم و دنبال چگونگی و زحمت تغسیل اموات کرونایی باشیم؟!!

۲) نگاه دوم: این نگاه برایش بهترین راه حل مهم است؛ برای همین نامش مدیریت و اقدام جهادی است. شاید در نگاه برخی از صاحب منصبان، چنین سیره‌ای، توجهی نداشته باشد یا حتی منطقی به نظر نرسد؛ چون هضم ریسک کردن و قبول زحمت برایشان محلی از اعراب ندارد؛ اما مدیریت جهادی به دنبال

جایگاه منحصر به فرد تبلیغ رمضان

غلامعلی بیدار



فکری و عقیدتی مخاطبین خود از نزدیک آشنا می‌شود، نیمی از مسأله، حل شده است و همت و اقدام مبلغین در پاسخگویی، مابقی مسأله را حل خواهد کرد.

یک ماه، انسِ مبلّغ با مردم و آمادگی قلوب مخاطبین به دلیل شرایط معنوی ویژه ماه مبارک، فرصتی طلایی و استثنایی است که در مابقی ایام پیدا نمی‌شود. همه این ویژگی‌ها و دیگر نکات ناگفته از اهمیت تبلیغ رمضان، باید ما را وادار به برنامه‌ریزی و تدبیر برای ماه مبارک کند تا غفلت از آن مبادا موجب خسران شود. ▶

در عصر رسانه‌ها و شبکه‌های اجتماعی، با وجود این همه وسایل ارتباطی هنوز که هنوز است شبکه سنتی حوزه روحانیت بزرگترین عامل نفوذ دین و معرفت به قلب مردم است. شبکه‌ای پدیده که در همه شهرها و اکثر روستاهای دور و نزدیک، برخوردار و محروم، شعبه دارد.

قوت اصلی تبلیغ سنتی به این است که در آن صرف انتقال داده‌ها و اطلاعات نیست. در رسانه‌های امروزی، انبوهی از معارف در قالب‌های مختلف (صوت، متن و تصویر)، قابل ارائه است؛ اما در تبلیغ سنتی، سیره و عملکرد مبلّغ دین نقش بسزایی در الگوبرداری و تدبیر مردم دارد.

نکته مهم دیگر در تبلیغ سنتی، فهم سؤالات و شبهات مخاطب و پاسخگویی به آنهاست؛ یقیناً جوان روستایی سؤالاتی متفاوت از جوان شهری دارد؛ گرچه بخشی از سؤالات ممکن است مشترک باشد. اما همین که مبلّغ دین از نزدیک با معضلات و مشکلات

در صفحه
۴
بخوانید

لزوم آمادگی حوزه علمیه
برای دوران پساکرونا

در صفحه
۳
بخوانید

طرح پیشنهادی تبلیغ مجازی
در ماه مبارک رمضان ۱۳۹۹

در صفحه
۲
بخوانید

سهم حرم‌ها و مساجد در
فاصله‌گذاری هوشمند



شماره چهاردهم اردیبهشت ۱۳۹۹

یادداشت مهمان

نظر رئیس جمهور یا اصرار وزیر بهداشت؟!

سعید سازگار منفرد

۱) عموم مردم در اختلاف نظر میان رئیس جمهور و وزیر بهداشت، متحیر و انگشت به دهان مانده‌اند.

۲) وزیر بهداشت و جمعی از نمایندگان مجلس، معتقدند: «قرنطینه‌کرونایی نباید کاهش یابد و در صورت افزایش تردهای ناشی از بازگشایی کسب و کارها، شاهد موج جدیدی از شیوع کرونا و ویروس هستیم؛ لذا تلفات میلیونی مردم را در پی دارد».

۳) رئیس جمهور و جمعی از اقتصاددانان معتقدند: «اقتصاد مردم نباید فلج شود و بازگشایی مشاغل کم‌ریسک و صنایع حیاتی کشور، یک ضرورت است.»

۴) عده‌ای از فعالان مجازی، خواستار مداخله رهبری و «حکم حکومتی» به نفع وزیر بهداشت یا رئیس جمهور هستند!

بی‌آنکه کارشناسان خبره و بیشتر سران کشور همچنان نظر نهایی خود را اعلام کرده باشند.

۵) مردم آقا، هم نگران سلامتی خود و عزیزانشان هستند و هم پیگیر دغدغه‌ها و آسیب‌های معیشتی خویش.

به علاوه، اکثر مردم معتقدند ادامه این سبک زندگی کرونایی، خصوصا در آپارتمان‌ها، طاقت‌فرسا شده است.

۶) عده‌ای در تحلیل این دو تصمیم، رئیس جمهور را طبق معمول «خائن» می‌نامند و عده‌ای وزیر بهداشت را متهم به «سختگیری نابجا» می‌کنند!

۷) در آستانه ماه مبارک رمضان جمعیت زیادی از مؤمنین و اقشار مردم، نگران مناسک ماه رمضان هستند تا مبادا رنگ معنوی رمضان هم مانند رجب و شعبان، توسط کرونا کم‌رنگ شود.

۸) تحلیل‌گران جهانی معتقدند کرونا به این زودی هادست از سرملت‌های جهان برنمی‌دارد و حتی خبر از عدم کنترل شیوع آن در سال ۲۰۲۰ می‌دهند.

۹) آیا وقت آن نرسیده که با تنظیم و رعایت پروتکل‌های بهداشتی، «زندگی اجتماعی همراه با کرونا» را تجربه کنیم؟

۱۰) اگر ویروس کرونا به این راحتی کنترل شدنی نیست، آیا «کنترل عوارض اقتصادی و اجتماعی و مذهبی» آن هم ممکن نیست؟

آیا منتقدان سرسخت، عوارض و تبعات جانفرسای «کرونای اقتصادی» و «کرونای مذهبی» و «کرونای اجتماعی» را در نظر گرفته‌اند که اینچنین با «مطلق‌انگاری»، به نقد مطلق نظر رئیس جمهور یا نقد مطلق نظر وزیر بهداشت مشغولند؟

«زندگی توأم با کرونا یک واقعیت است و فاصله‌گذاری هوشمند یا همان قرنطینه مدیریت‌شده با رعایت منطقی مقررات بهداشتی، راه چاره‌ی خروج از بحران کروناست».

سهم حرم‌ها و مساجد در فاصله‌گذاری هوشمند

انفعال عجیب نهادهای حوزوی

علی مهدوی

روزهای میانی ماه شعبان سپری شده است و ماه مبارک رمضان پیش روی ماست؛ اما رمضان امسال نه مثل همیشه و هر سال است. ویروس منحوس کرونا، اعتکاف رجبیه و مناجات شعبانیه در مساجد و حرم‌ها را به تعطیلی کشانید و مراسمات رمضانی و لیالی قدر و رزمایش جهانی روز قدس را نشانه رفته است.

تا پیش از این، بررسی‌های احتمالی ستاد ملی مبارزه با کرونا و گمانه‌زنی‌های گسترده رسانه‌ها، خبر از سهم بسزای حرم‌ها و مساجد در شیوع کوئید ۱۹ داشت؛ اما امروز با بررسی‌های آماری و تحلیل‌های دقیق متخصصان ستاد ملی مبارزه با کرونا، روشن شده که اماکن مذهبی حتی به صورت بالقوه زیر یک درصد امکان شیوع و ابتلا دارند.

این آمار رسمی، باید توجه مراکز مهم حوزوی را به خود جلب کند تا با همکاری ستاد ملی مبارزه با کرونا، از ادامه تعطیلی حرم‌های سه‌گانه و

زیارتگاه‌های محوری و مساجد بزرگ شهرها در ماه مبارک رمضان جلوگیری شود.

پیش از این نیز در یادداشتی بیان شد که آیا همیشه ساده‌ترین راه، بهترین راه هم هست؟ تصمیم قبلی در روزگار اوج شیوع کرونا درست بود، اما حالا چرا نباید قواعد طرح سراسری فاصله‌گذاری اجتماعی هوشمند، شامل حرم‌ها و مساجد نیز بشود؟

براستی ادامه تعطیلی حرم‌ها، مساجد و همچنین لغو اعزام مبلغین برای تبلیغ، خسارت‌های زیادی برای عقاید و معارف مردم نخواهد داشت؟

در زمانه‌ای که رسانه‌های بیگانه با استفاده از نعمت اینترنت در تک‌تک خانه‌های شهری و روستایی نفوذ کرده‌اند، آیا مبلغین دینی و آموزش دیده ما هم به همین وسعت در فضای مجازی حضور دارند که براحتی از تبلیغ حضوری

مبلغین صرف نظر کنیم؟

آیا اساسا تبلیغ مجازی جای تبلیغ حضوری و چهره به چهره را می‌گیرد؟

آیا بهتر نیست مبلغین دینی، امسال مبلغ سلامت هم باشند؟

آیا نمی‌توان راه کارهای مناسبی تدبیر کرد تا هم تبلیغ برقرار باشد و هم سلامت پایدار؟!

قطعا وزارت بهداشت و ستاد ملی مبارزه با کرونا، تا ریشه‌کنی این ویروس به بسیج نیروهای خودجوش نیاز دارند. بخش مهمی از این توان بسیج می‌تواند ظرفیت مبلغین دینی باشد. در این صورت هم نکات بهداشتی و هم پاسخ شبهات مردم، در اختیار آنها قرار داده خواهد شد.

به نظر می‌رسد اساسی‌ترین مشکل امروز این است که طلاب و مبلغین احساس می‌کنند نهادهای حوزوی وارد فاز مطالبه‌گری و شور و مشورت با ستاد ملی مبارزه با کرونا نشده‌اند.

کرونا یا ویروس معیشت طلاب؟

معیشت طلاب بعد از کرونا، تقریبا هیچ

ناصر میرزایی

از اواسط اسفندماه تاکنون نمازهای جماعت و مساجد و تبلیغ مبلغان تعطیل شده است؛ با انفعال نهادهای حوزوی و تبلیغی در تعامل با ستاد ملی مبارزه با کرونا - علی‌رغم ناچیزبودن سهم مساجد و حرم‌ها در شیوع بیماری - قرار بر این است ماه مبارک رمضان نیز این تعطیلات تبلیغی تداوم یابد. در این شرایط دشوار، معیشت اقشار و مشاغل گوناگون مورد نظر همگان بود؛ اما هیچ‌کس سخنی از دردها و مشکلات معیشتی طلاب و روحانیون نگفت!

روحانیونی که قربتا الی الله تبلیغ جهادی می‌روند با اینکه حق الزحمه تبلیغی اعزام‌شدگان از مراکز تبلیغی نیز، از سالها پیش، تغییر محسوسی نکرده است. طلابی که همیشه با بدترین و سخت‌ترین مرارت‌های زندگی ساخته‌اند و بدون توقع باز هم به جهاد علمی و تبلیغی خود ادامه می‌دهند. آیا همسر و فرزندان آنها باید از حداقل‌های زندگی (تأمین اجاره مسکن، نان شب و ارزان‌ترین میوه بازار) هم محروم باشند؟! چه سخت است زمانی که مدام باید خانواده را با وعده و وعیدهای آینده‌ی نامعلوم، چشم انتظار گذاشت و ...

یکی از افتخارات و تفاخرهای مسئولین حوزوی این است که چندین هزار نفر طلبه جهادی داریم؛ که در سیل و زلزله و کرونا و همه صدمات اجتماعی با یک اشاره در میدان حاضر و آماده‌اند. صد البته وظیفه و افتخار طلاب همین است. اما آیا این مسئولین برای رفع مشکلات معیشتی طلاب، خود وظیفه‌ای ندارند؟!

ن باید برای رفع مشکلات معیشتی طلاب جهادگر، دوید و حرص خورد و چه بسا گریبان چاک کرد؟! کسی نمی‌گوید مسؤولین حوزوی، خودشان جهادی و بدون حقوق کار کنند؛ اما ای کاش در عوض دریافتی‌های خویش، برای رفع مشکلات طلاب هم دوندگی می‌کردند و تلاش مضاعف انجام می‌دادند. آیا دستگاه‌ها و نهادهایی که از ظرفیت بی‌شمار طلاب جهادی در همه بحران‌ها استفاده می‌کنند، در ایام عادی همین خدمات را با هزینه‌های هنگفت به پیمانکاران نمی‌سپارند؟ آیا اینان حاضرند یک بیستم آن هزینه‌ها را به طلاب جهادی، اختصاص دهند؟

یک سؤال اساسی از همه نهادهای حوزوی مطرح است: آیا برای معیشت طلاب، آن هم در

این وانفسای کرونایی دغدغه‌ای عملی دارند؟ آیا برای این دغدغه، رایزنی و چاره‌اندیشی هم کرده‌اند؟

آیا این رایزنی‌ها، خروجی عملی و کارآمدی برای طلاب داشته است؟

تکلیف این عده از طلاب و خانواده‌هایشان که استخوانشان زیر چرخ گرانی‌ها خصوصا در شرایط کرونایی خرد می‌شود چیست؟

آیا چون پزشکان و پرستاران و معلمان و ... واجب کفایی خود را انجام می‌دهند، حق داریم بگوییم که حق دریافت حقوق در طول سال و خصوصا ایام کرونایی ندارند؟

برادران مسئول حوزه‌های علمیه، حتما می‌دانید احمد الحسن‌ها و تشیع انگلیسی و دگر اندیشان و ... در کمین طلاب جوان و بی‌معیشت شما دندان تیز کرده‌اند.

رونوشت به:

مجمع نمایندگان طلاب، مرکز مدیریت، دفتر تبلیغات، شورای عالی و جامعه مدرسین.





شماره چهاردهم اردیبهشت ۱۳۹۹

مکتب رهبری

حوزه از ما شکایت می‌کند

وزر اخروی حل نشدن مشکلات حوزه

آقایان! بدون اینها [اصلاح مشکلات حوزه]، حوزه در قیامت از ماها شکایت خواهد کرد؛ چون استعداد عظیمی وجود دارد که به قدر خود این استعداد، از آن استفاده نشده است.

۳۰ بهمن ۱۳۷۰ ▶



نظر رهبر معظم انقلاب درباره برقراری مراسم‌های شب قدر

رهبر انقلاب در ارتباط تصویری با ستاد ملی مبارزه با کرونا فرمودند:

یک سؤال بی‌پاسخی وجود دارد در مورد مراسم دعا و نماز و عبادت؛ بنده هیچ پیشنهادی در این باره ارائه نمی‌کنم و تابع نظر و تشخیص کارشناسی ستاد ملی مبارزه با کرونا هستم اما باید توجه داشت که عبادات و توسل بخصوص در ماه رمضان و شبهای قدر جزو نیازهای اساسی و حتمی مردم است و مردم در قضایای مهم نیز بیشتر به ارتباط با پروردگار نیاز دارند البته معتقدم اگر قواعد سخت‌گیرانه‌ای هم در این زمینه وضع شود مردم مؤمن و مسجدی حتماً بیشتر از دیگران به آن عمل می‌کنند.

همانگونه که گفتیم نظر کارشناسی شده در ستاد ملی مبارزه با کرونا را معتبر می‌دانم اما این بررسی را باید به کسانی سپرد که حقیقت و ضرورت دعا و توسل را درک می‌کنند آن وقت هر چه آن‌ها تصمیم بگیرند بنده و همه مردم به آن عمل خواهیم کرد. ▶



دکتر مرندي، رئيس فرهنگستان علوم پزشکی

درخواست بازگشایی مساجد و حرم‌ها از روحانی



در صورتی که صلاح می‌دانید دستور فرمایید وزارت بهداشت درمان و آموزش پزشکی، آموزش کوتاه‌مدتی جهت طلاب محترم که برای تبلیغات مذهبی به اقصاد نقاط کشور اعزام می‌شوند ارائه کنند تا نامبردگان در ضمن مأموریت‌های مذهبی به آموزش بهداشت مردم نیز بپردازند.

۲ اردیبهشت ۱۳۹۹

• مناهج:

اگر نهادهای تبلیغی، همین نگاه دکتر مرندي را داشتند و با ستاد ملی مبارزه با کرونا و وزارت بهداشت، رایزنی می‌کردند آیا باز هم ساده‌ترین راه (تعطیلی تبلیغ) اتخاذ می‌شد؟! آیا امکان نداشت امسال طلاب، هم مبلغ دین باشند هم مبلغ سلامت؟! ▶

از آنجا که احتمال انتقال بیماری کرونا از این طریق در قیاس با سایر مصادیق، بسیار کمتر است در صورتی که صلاح می‌دانید دستور فرمایید از همین روزها حداقل صحن‌های حرم مطهر و مساجد را با رعایت شرایط بهداشتی و فاصله‌گذاری به روی مردم مؤمن باز کنید.

طرح پیشنهادی تبلیغ مجازی در ماه مبارک رمضان ۱۳۹۹

پیشنهاد جمعی از مبلغان

اهداف:

درک شرایط موجود و تنها نگذاشتن مردم و پیشگیری از آسیب دیدن تبلیغ دینی ماه مبارک رمضان و پاسخگویی به نیازهای دینی و تبلیغی صیانت از جایگاه روحانیت و حفظ حضور مجازی روحانیت جهت ارتباط با مردم و پاسخگویی به نیازهای دینی و امور شرعی در ماه رمضان در راستای فرامین مقام معظم رهبری (مدظله العالی).

• چگونگی، فرایند و روش اجرا:

(۱) تأسیس گروه مجازی:

در این طرح هر مسجد، محله و یا روستا با توجه به ظرفیت و پتانسیل خود، توسط هیئت امانا در یکی از شبکه‌های اجتماعی پرتعداد در آن شهر و روستا، اقدام به تشکیل گروه و کانال با نام همان مسجد و همان محله نموده و یا از ظرفیت گروه‌ها و کانالهای، موجود استفاده می‌کنند.

(۲) مدیر یا مدیران گروه:

روحانی مسجد، محل و روستا + هیات امناء مسجد، بسیج، شورای محل

روحانی: روحانی فعلی مسجد، روحانی مستقر روستا و اگر روحانی ندارند یک روحانی برای آنها از طرف نهادهای تبلیغی، ائمه جمعه و حوزه معرفی می‌شود.

(۳) اعضای گروه یا کانال مجازی:

توسط مدیران حول محور نمازگزاران مسجد و

محله و روستا، عضوگیری می‌شوند.

(۴) محور نظارت و شورای هماهنگی تبلیغ مجازی:

الف- در هر روستا: روحانی، شورا و بسیج
ب- در هر شهر: سازمان تبلیغات، اوقاف، امام جمعه، حوزه، نماینده طلاب و بسیج
ج- در هر استان: سازمان تبلیغات، اوقاف، دفتر تبلیغات، امام جمعه مرکز استان، رئیس مجمع نمایندگان طلاب استان، مدیر حوزه استان و فرمانده بسیج استان.

د- در کلان کشور: رئیس سازمان تبلیغات، رئیس اوقاف، رئیس دفتر تبلیغات، رئیس شورای سیاستگذاری ائمه جمعه، رئیس مجمع نمایندگان طلاب، مدیر حوزه‌های علمیه و فرمانده بسیج.

تبصره:

در همه سطوح هماهنگی، نماینده تام‌الاختیار پذیرفته می‌شود.

(۵) ناظر طرح:

الف- شوراهای چهارگانه الف تاج بصورت کلی
ب- هر نهاد تبلیغی، مبلغان خود را نظارت خواهند کرد.

ج- نمایندگان طلاب، گروه‌های تبلیغی و... نیز در هدایت و نظارت تبلیغ یاری‌رسان خواهند بود.

(۶) محتوای تبلیغ:

علاوه بر دانش و معلومات هر مبلغ، از ره‌توشه

تبلیغی نهادهای تبلیغی بویژه دفتر تبلیغات استفاده خواهد شد.

(۷) زمان طرح:

شروع فعالیت از شب اول تاپایان ماه مبارک رمضان.

(۸) گروه پشتیبان:

مردم، نهادهای تبلیغی و امام جمعه و بسیج و...

(۹) سرفصلهای محتوای تبلیغ:

احکام، معارف قرآنی، معارف روائی، معارف ادعیه، مباحث اعتقادی، اخلاقی، اجتماعی، فرهنگی، تربیتی، مشاوره و...

چندگروه تخصصی و نخبگانی و پژوهشی با موضوعات: مشاوره، فقه و احکام، مباحث کلامی، پاسخ به سوالات و شبهات و... تشکیل می‌شود تا در صورتی که مخاطبین نیازی به اطلاعات بیشتری دارند به آن گروه‌ها و نیز مراکز پاسخگویی بویژه مرکز ملی پاسخگویی مراجعه کنند.

و لینک گروه‌ها و مراکز در گروه‌ها و کانالهای مساجد مجازی قرار می‌گیرد و مخاطبین گروه‌ها و کانالها، سوالات خود را از کارشناسان مجرب می‌پرسند.

(۱۰) ارزیابی:

ارزیابی محتوایی و قالبی و شکلی و... تبلیغ مجازی مسجد محور بصورت روزانه و هفتگی انجام خواهد شد. ▶



گاهنامه تحقیقی-تبیینی مناهج

سال دوم شماره چهاردهم اردیبهشت ۱۳۹۹

@manahejz

Manahejz.ir



یادداشت

پیامهای کرونا برای مبلغان

محمد حق پرست

کرونا هرچند پر از نحسی و بدی است، اما پیامهایی را برای حوزویان به ویژه مبلغان، دارد که قابل توجه است:

۱) فضای مجازی و فرصتها و تهدیدهایش را جدی بگیرید. فضایی تقریبا رها شده و بی در و پیکر و البته در دسترس همه؛ از بچه گرفته تا بزرگ، تحصیل کرده و بی سواد. تهدیدهایش خیلی زیاد است و زیادتر هم می شود. اما فرصتهایش هنوز برای ما بکر و تازه است. کرونا باعث شد تا بار دیگر ظرفیتهای و فرصتهای این فضا را ببینیم و بفهمیم چه خبراست.

۲) نیاز به سرگرمی‌ها و بازیهای سالم، جذاب و ارزان، که هم بازی باشند هم آموزنده و مفید. واقعا جای این بازیها خالی است. نسل امروز ما نیاز به بازیهای متناسب با اقتضائات خودش دارد و نمی توان فقط بازیهای قدیمی و کهنه را آموزش داد. به راستی در این زمینه چقدر توفیق داشتیم؟

۳) نیاز به بازی‌های رایانه‌ای و موبایلی با محتوای مناسب، برای رده های سنی مختلف. وقتی از بازی حرف می زنیم، ذهن اکثریت به بچه ها می رود، اما امروز فقط بچه ها بازی نمی کنند، بلکه اکثر کاربران موبایل‌های لمسی چندتا بازی دارند و حتی کاربر فعال به حساب می آیند.

بازیهای رایانه ای، یکی از جدی ترین تهدیدها و فرصتهای آینده خواهد بود که اگر حوزه علمیه به ویژه معاونت تبلیغ به بازی سازی ورود نکنند، یا حتی دیر ورود کنند، خسارتهای زیادی را خواهیم دید. ▶

بازگشایی مساجد

فرصت مؤمنین / تهدید مغرضین

علی مهدوی

طبق اعلام ستاد ملی مبارزه با کرونا، مساجد و مشاهد مشرفه در شهرهایی که طبق آمار وزارت بهداشت، وضعیت سفید دارند (بیش از ۲۰۰ شهر در کشور) بازگشایی می‌شود.

از طرفی این خبر، موجب مسرت مؤمنین شده است و به معنای فرصتی مهم در شرایط کرونایی و خانه‌نشینی برای کسب فیوضات ماه مبارک رمضان است؛ از دیگرسو لازم است حساسیت‌های لازم تدبیر شود تا این فرصت ارزشمند تبدیل به تهدیدی از جانب مغرضین نشود.

اگر مساجد و مشاهد مشرفه پروتکل‌های بهداشتی تعیین‌شده را رعایت کنند قطعا جای هیچ نگرانی نخواهد بود؛ اما اگر در این میان، عده‌ای نادانسته یا عامدانه سعی کنند این پروتکل‌ها و قوانین وضع‌شده بهداشتی را نادیده بگیرند و بهانه به دست دشمنان بدهند و با سلامتی مؤمنین بازی کنند، به تعبیر قرآن کریم «سعی در خرابی معنوی مساجد» داشته و مصداق آیه ۱۱۴ سوره مبارکه بقره خواهند بود.

در شرایط کنونی، متولیان مساجد و مؤمنین نمازگزار بایستی مراقب تبعات اقدامات ضدبهداشتی جاهلان یا مغرضان باشند چراکه:

۱) در عصر رسانه قرار داریم و رسانه‌ها می‌توانند از کاه، کوه بسازند. فقط کافی است کلیپی کوتاه از تجمع مؤمنین -بدون رعایت پروتکل‌ها- در یک مسجد در نقطه‌ای از کشور، به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی راه یابد و اتفاقا فردای آن روز وضعیت سفید آن شهر تبدیل به وضعیت زرد یا قرمز شود، در

این فضا به سرعت سم‌پاشی رسانه‌ها علیه مساجد و تجمعات مذهبی آغاز خواهد شد. در عصر دیجیتال، هر اقدام اشتباه ما، فقط متوجه ما و شهر و محله ما نخواهد بود؛ بلکه می‌تواند موجی منفی علیه اساس دین و مذهب، ایجاد کند.

۲) یادمان باشد رهبر معظم انقلاب فرمودند هرکاری که موجب انتشار این بیماری شود «سیئه» است و رعایت دستورات بهداشتی «واجب شرعی» است. بنابراین به اظهار نظر افراد غیر متخصص یا بی‌اعتنا به مسائل بهداشتی نه تنها توجه نکنیم؛ بلکه حتی لازم است به عنوان نهی از منکر، به این موضوع ورود کنیم.

رهبر معظم انقلاب حدود شش بار تأکید فرمودند نکات بهداشتی که ستاد ملی مبارزه با کرونا تعیین و به صورت قطعی اعلام می‌کند، لازم الاجراست و توسط همگان بایستی رعایت شود.

۳) دو گروه در این شرایط می‌توانند «فرصت رمضانی مؤمنین» را تبدیل به تهدیدی از طرف مغرضان کنند، نخست گروهی که از روی بی‌خیالی یا خوش‌خیالی به توصیه‌های ایمنی و بهداشتی بی‌اعتنایی می‌کنند و خود را ایمن از هرگونه بیماری می‌دانند و دوم گروهی که با ادعای «طب‌های جایگزین» از اساس، خطر بیماری کرونا را زیر سوال می‌برند و با ادعای پیشگیری و درمان‌های «انحصاری» مردم را به بی‌راهه می‌کشانند و از «تبعیت» از دستورات بهداشتی باز می‌دارند.

این دو طیف خطرناک ممکن است از هر دستاویز قرآنی یا حدیثی یا فادرمانی... برای اثبات ادعاهای باطل خود سوء استفاده کنند و موجب گسترش بیماری و بدنامی مساجد و تجمعات مذهبی در عصر رسانه شوند.

لزوم آمادگی حوزه علمیه برای دوران پسا کرونا

اسلامی، باید خود را برای این مسأله آماده کند. آیا حوزه از هم اکنون برای معادلات پیش رو اعم از فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و...، متناسب با وظیفه‌اش برنامه‌ریزی کرده یا فکری دارد؟

به عنوان مثال، بعد از کرونا یک فرصت طلایی برای تبلیغ به وجود می‌آید و آن این است که مردم برای رهایی از بلای کرونا و مصیبت‌های آن به دعا و نیایش روی آورده‌اند. مردم ما، این ایام با توسل و دعا حال معنوی خوبی پیدا کردند. یکی از وظایف حوزویان، ارتقای این حال معنوی است.

ناگفته نماند نگارنده، منکر تأثیرات مثبت درمان‌های طب سنتی نیست؛ اما نوع ورود به مسأله، بسیار مهم و حائز اهمیت است.

۴) ممکن است کسی بگوید برخی پاساژها و فروشگاه‌های زنجیره‌ای، دستورات بهداشتی را رعایت نمی‌کنند، پس مؤمنین چرا باید رعایت کنند؟ ناگفته پیداست اگر کسانی دستورات شرعی و قانونی را رعایت نکنند، مجوزی برای تخطی ما از این احکام و دستورات نمی‌شود. لذا این شرایط، آزمونی برای همه مؤمنین و متولیان است تا میزان تبعیت خود از دستورات ولی فقیه را به منصف ظهور برسانیم.

امید است این بار هم نقشه «توطئه بدخواهان و چهل مدعیان» نقش بر آب شود و همه ما با رعایت قوانین و مقررات بهداشتی، مصداق بارز این آیه مبارکه باشیم: «أَتَمَّا يَعْمُرُ مَسَاجِدَ اللَّهِ مِنْ ءَامِنٍ بِاللَّهِ وَ الْيَوْمِ الْآخِرِ وَ أَقَامَ الصَّلَاةَ وَ ءَاتَى الزَّكَاةَ وَ لَمْ يَخْشَ إِلَّا اللَّهَ فَعَسَىٰ أُولَٰئِكَ أَنْ يَكُونُوا مِنَ الْمُهْتَدِينَ» (توبه / ۱۸) ▶



از سویی، به احتمال زیاد تا یکی دو سال آینده مساجد و اماکن فرهنگی جمعیت سابق را تجربه نکنند؛ چه اینکه بیماری در کمین است. با این وضع، حوزه چگونه و با کدام روش می‌خواهد کار فرهنگی کند؟ آیا تمام تمرکز باید به سمت فضای مجازی و ظرفیتهای آن برود؟

پاسخ به این پرسشها و مشابه آن، نقشه اجتماعی و تبلیغی حوزه را مشخص خواهد کرد. اگر منتظر باشیم تا با جو جامعه حرکت کنیم و پیش‌بینی نداشته باشیم، قطعاً فرصتهای خوبی را از دست خواهیم داد. ▶

اوضاع فرهنگی روزهای کرونایی

محمد حق پرست

از دور که می‌آمدم، چندتا موتور و دوچرخه و ماشین را در یکجا دیدم. با خودم گفتم: چه خبر شده؟ این صحنه را قبلا روبروی باشگاه‌ها و قهوه‌خانه‌ها دیده بودم اما اینها که الان تعطیل هستند. پس مردم در این شرایط کرونایی برای چه جمع شده‌اند؟

نزدیک که شدم، دیدم کلوپ فیلم و سریال است. پانزده نفر داخل مغازه بودند تا فیلم کرایه کنند. چند دقیقه‌ای روبروی کلویی توقف کردم و اوضاع را

بررسی می‌کردم. بنظر چند نتیجه داشت:

- هر نفری که بیرون می‌آمد، یکی دو نفر دیگر داخل می‌رفتند.
- نگاهی به پوستر فیلم‌ها و سریال‌های خانگی جدید انداختم: هزارتو، معکوس، دل، مطرب و منطقه پرواز.
- اکثرا مشتری مطرب و دل از فیلمهای ایرانی بودند و منطقه پرواز مشتری کمتری داشت.
- فیلمهای خارجی و مخصوصا آمریکایی، خواهان بیشتری داشتند.
- سن اکثر مشتریها، نوجوان و جوان بود (۱۳-۲۵).

۶. فروشنده، هر نوع فیلمی را به هرکسی می‌داد و کاری به سن و سال مشتری نداشت.

به بهانه گرفتن فیلم منطقه پرواز رفتم داخل و با فروشنده گرم گرفتم. پرسیدم: تقاضای در این ایام چطور است؟ گفت: تقاضا چهار برابر قبل از کرونا شده و اکثرا فیلم آمریکایی می‌خواهند.

راستی چقدر مذاق و سلیقه ایرانی‌ها عوض شده است. چقدر جای خالی فیلمهای ارزشی خالی است. چند سال باید کار فرهنگی کنیم تا رسوبات فیلمهای مخرب را از بین ببریم؟ ▶