



رَیْس - رسانه و هیأت تراز انقلاب اسلامی
شماره هفتم، تابستان ۱۴۰۰

هیأت و چالش رسانه

گفتاری از دکتر سیدمحمدعلی غمami پیرامون رابطه هیأت و رسانه
برنامه تلویزیونی «روایت هیأت»، ۴ آبان ۱۳۹۸

ویرایش و تنظیم: معاونت تولیدات رسانه ای جامعه ایمانی مشعر
طراح جلد: حسن ناصری
صفحه آرا: حسن ناصری
شمارگان: ۵۰۰۰ نسخه

قیمت: ۶۰۰۰ تومان (غیرقابل فروش)

استفاده از مطالب نشریه و تکثیر آن برای هیأت‌ها، در صورت ذکر منبع آزاد می‌باشد.



روایت هیأت

شبکه‌های اجتماعی (ایتا، بله، اینستاگرام):

@revayateheyat

پایگاه اطلاع‌رسانی:

apararat.com/revayateheyat



جامعه ایمانی مشعر

قم - صندوق پستی: ۱۵۱۳ - ۳۷۱۹۵

سامانه پیامک: ۳۰۰۰۱۵۴۲

رایانامه: info@۱۵۴۲.org

پایگاه اطلاع‌رسانی: www.۱۵۴۲.org

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مقدمه

ساختار جوامع و ارتباطات میان آن‌ها تا حدود زیادی از طریق جریان اطلاعات بین‌شان شکل می‌گیرد و غالباً رسانه عهده‌دار این مهم می‌باشد و نمی‌توان نسبت به آن بی‌تفاوت بود، زیرا جنگ امروز دنیا، جنگ رسانه‌هاست؛ رهبر معظم انقلاب در جایی می‌فرماید: «امروز تأثیر رسانه‌ها و تلویزیون‌ها و هنرها و این شبکه‌های عظیم اطلاع‌رسانی اینترنتی و... از سلاح و از موشک و از بمب اتم بیشتر است»^۱

بنابراین اهمیت رسانه قابل انکار نیست، اما رسانه منحصر در رادیو و تلویزیون نمی‌باشد، بلکه دین اسلام و مذهب تشیع رسانه‌هایی دارد که خیلی از این‌ها بزرگتر و فراتر هستند که از جمله آن موارد، هیأت است که این ظرفیت را دارد تا

۱. بیانات رهبر معظم انقلاب پس از بازدید از صدا و سیما، ۱۳۸۳/۲/۲۸.



با حفظ جایگاه سنتی خویش به یک رسانه مدرن تبدیل شود. البته اگر مدرن شدن هیأت به این معنا باشد که فقط در راستای افزایش جذابیت‌ها حرکت کند، قطعاً مطلوب نمی‌باشد و آفاتی را هم به دنبال خواهد داشت که موجب کاهش آثار هیأت می‌شود.

روایت‌ها

متن پیش رو صحبت‌های دکتر سید محمدعلی غمامی در برنامه تلویزیونی «روایت هیأت»^۱ می‌باشد.

وی ضمن تأکید بر اینکه هیأت به عنوان

یک رسانه شیعی می‌تواند با حفظ اصالت و براساس

سنت‌هایش به روزرسانی شود، این نکته را بیان کردند که

برای اثربخشی مطلوب، باید هیأت را به طور کامل معرفی کرد و به تمامی

زوایای آن پرداخت تا تفاوت بین هیأت حقیقی و هیأت مجازی برای مخاطب

ملموس شود.

1. <https://www.aparat.com/revayateheyat>





پیوند رسانه و تشیع

شیعه در طول تاریخ همیشه نشان داده که توانایی‌های ارتباطی گسترده‌ای دارد و این توانایی ارتباطی در عین این که به روز می‌باشد و گسترش پیدا کرده، اصالت جدی هم دارد. اصیل به این معناست که بر اساس الگوهای کلان دینی طراحی شده است.

ما در طراحی رسانه‌های دینی، دو الگوی اصلی داریم: یکی الگوی کعبه و دیگری الگوی کتاب است. مراد از کعبه، مراسم و مناسک حج می‌باشد و مراد از کتاب نیز، قرآن است. این دو برای رسانه‌های اسلامی و جهانی دین اسلام ایده‌آل هستند. این دو رسانه، ایده‌آل تایپ‌هایی‌ست که شیعه توانایی این را داشته که آنها را به روزرسانی و ترکیب کرده و استفاده کند.

اصولاً وقتی صحبت از رسانه به میان می‌آید، یاد رادیو و تلویزیون می‌افتیم، در

هیأت نیز این دو
ویژگی و دو تیپ
ایده‌آل را با هم
دارد، یعنی تیپ
ایده‌آلی که هم
سکناات دارد، هم
مناسک دارد، هم
عمل و رفتار دارد،
هم زبانش زیان
قدرتمندی است
که بر اساس آن
صحبت می‌کند.



حالی که حقیقتاً دین اسلام رسانه‌هایی دارد که خیلی از این‌ها بزرگتر هستند. اندیشمندان حوزه ارتباطات می‌گویند ما دو دسته رسانه داریم؛ رسانه‌های سنگین و رسانه‌های سبک. رسانه‌های سنگین رسانه‌هایی هستند که مستقر هستند مثل سنگ‌نوشته‌ها و لوح‌های سنگی که نسبت به کاغذ وزن بیشتری دارد و سنگین‌تر است. این رسانه‌ها اثرگذاری دارند، ولی اثرگذاری آن‌ها در درازمدت می‌باشد. یک سری رسانه‌ها هم مثل کتاب داریم که سبک و قابل انتقال هستند. قرآن جزو رسانه‌های سبک است که شما به راحتی می‌توانید این کتاب را به هر جایی منتقل کنید، یعنی سراسر جهان اسلام متأثر از این رسانه کتاب قرار گرفته است. کاری که شیعه کرده توانسته این دو رسانه را بر اساس این دو تیپ ایده‌آل به هم پیوند بزند. نگاه کنید حج، یک مراسم آیینی است که با ارتباطات غیرکلامی بیشتر نسبت پیدا می‌کند، یعنی رسانه‌ای است که شاید شما خیلی صحبت نکنید، ولی در آن عمل بکنید و رفتارتان را به نمایش بگذارید. قرآن یا کتاب، رسانه‌ای است که بیشتر از دهان و زبان استفاده می‌شود.

هیأت نیز این دو ویژگی و دو تیپ ایده‌آل را با هم دارد، یعنی تیپ ایده‌آلی که هم سکنات دارد، هم مناسک دارد، هم عمل و رفتار دارد، هم زبانش زبان قدرتمندی است که بر اساس آن صحبت می‌کند. حالا باید در مورد این دو تیپ ایده‌آل که در قدرت‌مندتر کردن رسانه شیعه به ما کمک می‌کند، بحث کنیم.



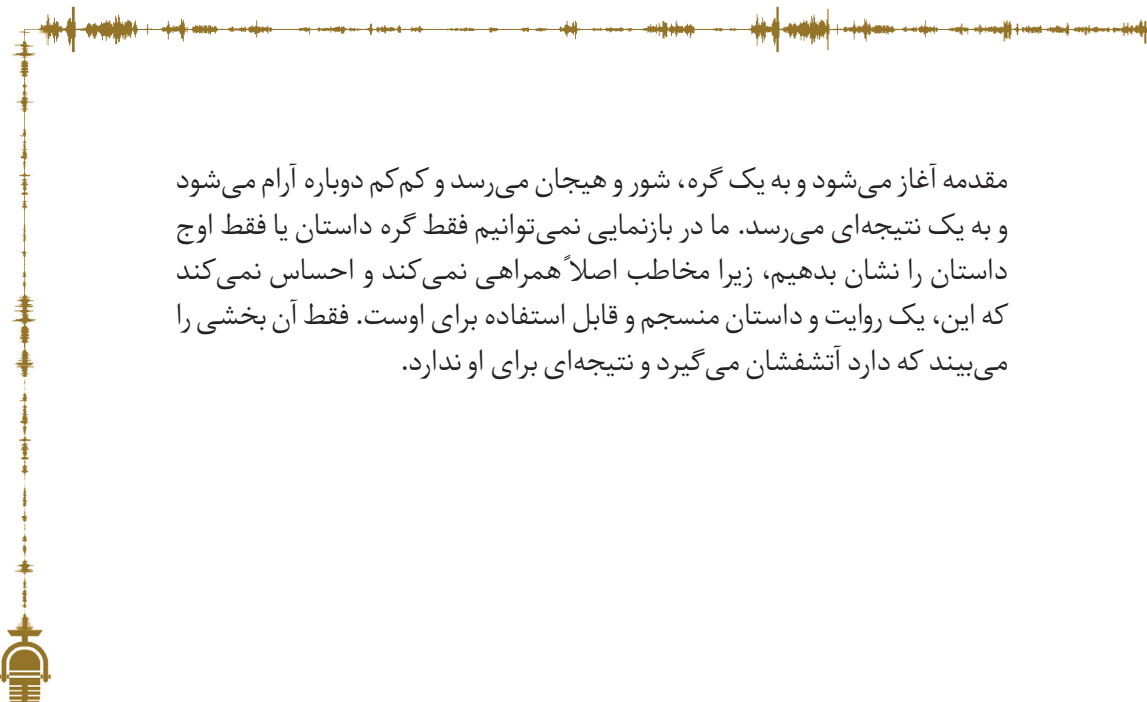


در بازنمایی
نمی توانیم فقط
گره داستان یا
فقط اوج داستان
را نشان بدهیم،
زیرا مخاطب اصلاً
همراهی نمی کند و
احساس نمی کند
که این، یک روایت
و داستان منسجم
و قابل استفاده
برای اوست.

بازنمایی رسانه‌ای هیأت

هیأت به جهت بازنمایی رسانه‌ای اش باید چگونه باشد و چگونه در رسانه پخش شود؟! هیأت، باید روایت داشته باشد. روایت به چه معناست؟ ما هنگامی که داستان می خوانیم یا رمان مطالعه می کنیم یا سریال می بینیم، یک آغاز و مقدمه چینی دارد که برای بازنمایی آن هم باید روایت داشته باشد. همان گونه که ما وقتی رمانی را برای یک نفر تعریف می کنیم، اول شخصیت‌های آن را توضیح داده و شخصیت پردازی می کنیم، سپس قهرمان شکل می گیرد، بعد از آن شور می گیرد، گره ایجاد می شود، بعدش به یک نتیجه‌ای می رسند، برای بازنمایی هیأت نیز باید روایت هیأت را رعایت کنیم. خود هیأت، یک روایت و داستانی دارد. شما در ریتم برنامه‌های هیأت دقت کنید، یک سخنران ابتدائاً می آید صحبت می کند، مقدمه چینی می کند، بعد کم کم شور می گیرد، گره ایجاد می شود، اوج می گیرد! این خصلت روایت است که از یک





مقدمه آغاز می‌شود و به یک گره، شور و هیجان می‌رسد و کم‌کم دوباره آرام می‌شود و به یک نتیجه‌ای می‌رسد. ما در بازنمایی نمی‌توانیم فقط گره داستان یا فقط اوج داستان را نشان بدهیم، زیرا مخاطب اصلاً همراهی نمی‌کند و احساس نمی‌کند که این، یک روایت و داستان منسجم و قابل استفاده برای اوست. فقط آن بخشی را می‌بیند که دارد آتشفشان می‌گیرد و نتیجه‌ای برای او ندارد.



تمام الگوهای
رسانه‌ای مدرن
و جدید، اساساً
سنتی و دینی
هستند و از آن
شکل گرفته‌اند.

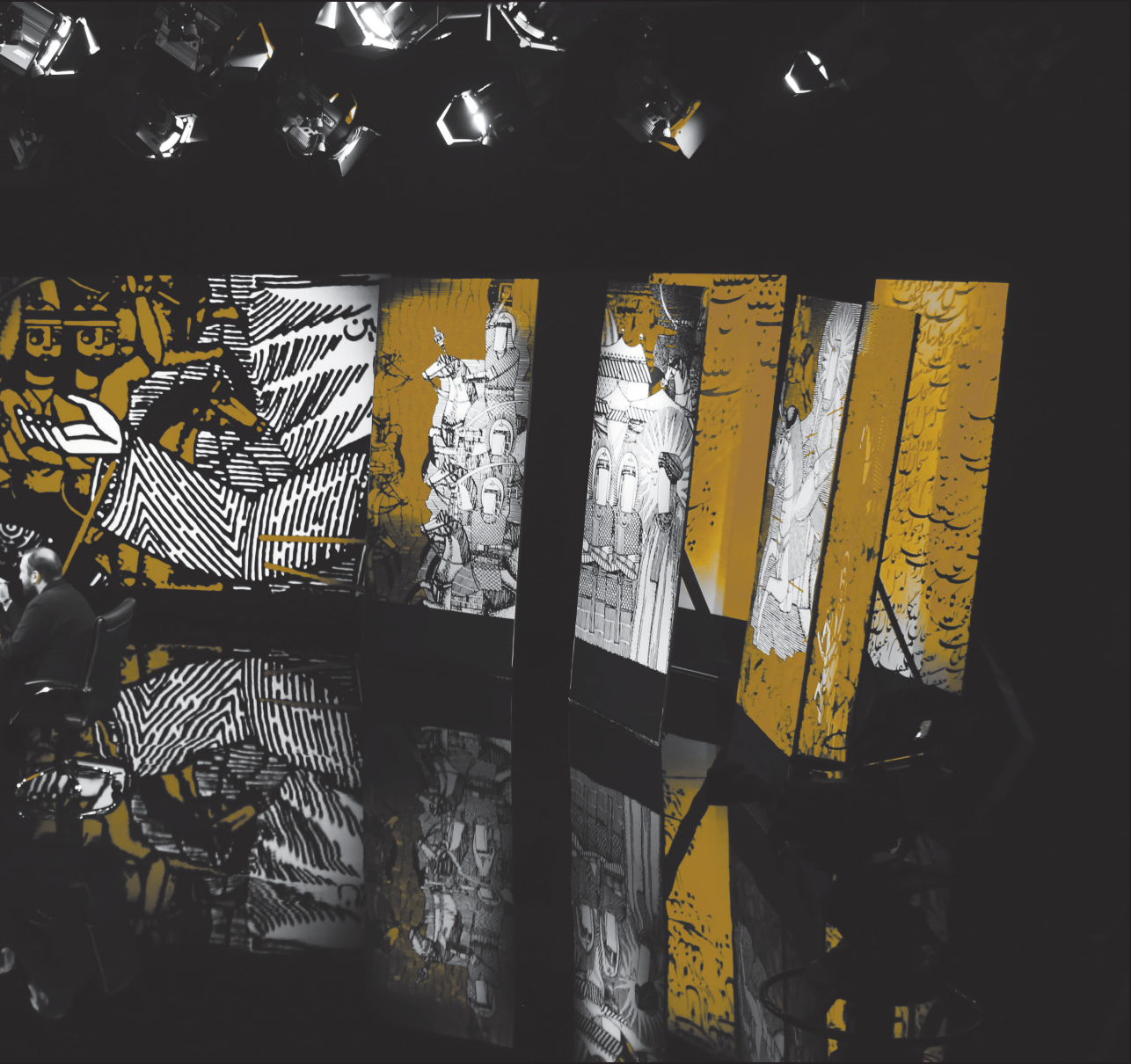
لزوم حفظ سنت در رسانه‌های مدرن

رسانه باید آن خصلت سنتی خود را حفظ کند. بنده این نکته را به عنوان یک گزاره مهم در دانش ارتباطات می‌گویم که کاملاً پذیرفته شده و در تمام کتاب‌های حوزه ارتباطات نیز پذیرفتند که تمام الگوهای رسانه‌ای مدرن و جدید، اساساً سنتی و دینی هستند و از آن شکل گرفته‌اند. تمام سنت‌ها و نظریه‌های ارتباطات براساس بازخوانی الگوهای دینی شکل گرفتند. حالا اگر این بازخوانی دینی با جهت‌گیری دینی باشد، باعث به روز شدن، قابل پذیرش شدن و سازگار شدن با فهم مخاطب می‌شود، ولی اگر بخواهند به همین شکل بمانند یا مثلاً به سمت الگوی غیردینی با جهت‌گیری سکولار حرکت کنند، فقط جذابیت آن‌ها افزایش پیدا می‌کند. علت این که گاهی اوقات برنامه‌های تلویزیونی در برخورد با آیین‌های دینی ما مثل حج، نماز جماعت یا هیأت‌دچار چالش می‌شوند، این است که خود رسانه دچار افول شده است.



یک مسابقه‌ای بین خانواده‌ها با عنوان «خانه ما» در شبکه افق پخش می‌شد که اگر دقت کنید این جا رسانه، برخلاف جریان عادی رسانه‌ای داشت عمل می‌کرد. یعنی داشت روی یک موضوع خیلی خاص عمیق می‌شد و اتفاقاً این عمیق شدن روی موضوع خاص برای مخاطب بسیار جذاب‌تر است. مخاطب دوست دارد جزئیات زندگی یک انسان ایرانی را ببیند. کسی که پشت جعبه تلویزیون نشسته، دوست دارد جزئیات هیأت را درک کند. وقتی شما یک تکه‌اش را می‌گیرید، دارید سعی می‌کنید این قدر تنوع بدهید که عمق آن کم بشود، یعنی شما نمی‌گذارید مخاطب در فضای واقعی بیرونی زیست کند.









توجه به تمام زوایای هیأت

شاید یکی از اشکالات در نسبت رسانه رادیو و تلویزیون با رسانه‌های میان فردی شکل گرفته، یعنی این رسانه خوب توضیح نمی‌دهد که این هیأت حقیقتاً چیست! هیأت، یک ساحت کامل زندگی است؛ یعنی شما باید از ابتدا جذابیت‌های هیأت را برای مخاطب بیان کنید. یعنی آن جایی که یک نفر دارد در ایستگاه صلواتی چای پخش می‌کند! وقتی که برای مراسم هیأت برنامه‌ریزی می‌کنند تا لوازم مورد نیاز هیأت را می‌خرند، همه این‌ها باید در بازنمایی، در برنامه‌های تلویزیونی نشان داده بشود. این جذابیت‌ها را مخاطب باید ببیند که این‌جا چه دنیایی دارد شکل می‌گیرد، لذا ما وقتی فقط آن گل مداحی را انتخاب می‌کنیم، مخاطب‌مان جذابیت‌های هیأت را درک نمی‌کند.

هیأت، یک ساحت
کامل زندگی است؛
یعنی شما باید از
ابتدا جذابیت‌های
هیأت را برای
مخاطب بیان
کنید.







کسی که دوربین
به دست می‌گیرد،
فقط وسط هیأت
دوربینش را روشن
نکند. برود آن
جایی که یک
عده‌ای پشت
صحنه دارند
زحمت می‌کشند،
فعالیت می‌کنند،
مرتب می‌کنند،
حتی بعد از هیأت
آن جایی که جارو
می‌کشند را هم به
تصویر بکشد.

تفاوت رسانه حقیقی و مجازی

باید هیأت را درست و کامل معرفی کنیم به این معنا که مخاطب باید در جریان کل اتفاقات مرتبط با هیأت باشد؛ تا وقتی که هیأت را به عنوان یک رسانه واقعی و حقیقی معرفی نکنیم مخاطب نمی‌تواند تفاوتی قائل شود بین هیأت حقیقی و هیأت مجازی که از رسانه پخش می‌شود؛ به هر حال یک عده‌ای مخاطب تلویزیون هستند و برنامه‌های مذهبی را از آن طریق دنبال می‌کنند و عده‌ای هم به طور فیزیکی در هیأت حاضر می‌شوند، رسانه لاجرم باید هیأت را نشان بدهد و تلویزیون پُلی برای نشان دادن تمام زوایای هیأت شود. یعنی کسی که دوربین به دست می‌گیرد، فقط وسط هیأت دوربینش را روشن نکند. برود آن جایی که یک عده‌ای پشت صحنه دارند زحمت می‌کشند، فعالیت می‌کنند، مرتب می‌کنند، حتی بعد از هیأت آن جایی که جارو می‌کشند را هم به تصویر بکشد. چرا این به تصویر کشیده



شدن اتفاق نمی‌افتد. این ایراد در مورد تمام حوزه‌های خبررسانی و پیام‌رسانی تلویزیون ما وجود دارد، مثلاً وقتی شما مراسم روز قدس را هم می‌بینید، فیلم‌بردار آمده و فقط از حضور مردم در خیابان‌ها فیلم گرفته است. این راهپیمایی و تظاهرات مقدماتی داشته است؛ این مردم از مسجد محل‌شان حرکت کردند، وسائل و تمهیداتی را آماده کردند، همه این‌ها جزو آن مراسم راهپیمایی است، اما هیچ کدام از این‌ها به تصویر کشیده نمی‌شود. وقتی به تصویر کشیده نشود کسی که پشت تلویزیون نشسته فکر می‌کند این افراد به تنهایی از خانه‌هایشان بلند شده‌اند و آمده‌اند این‌جا شعار دادند و دوباره به خانه‌هایشان برگشتند. جذابیتی که افراد کنار هم جمع می‌شوند، شوخی می‌کنند، گپ می‌زنند، پدیده‌ها و فضاهایی که قبل از راهپیمایی و بعد از راهپیمایی، قبل از هیأت و بعد از هیأت هستند، برای مخاطب لذت‌بخش است و باید به سمع و نظر او برسد.

خود این کار یک رسانه سبک زندگی برای تربیت فرزند است و برای تمام انسان‌ها می‌تواند این بخش‌های قبل و بعد از هیأت جذابیت داشته باشد. این جذابیت باید نشان داده بشود تا پلی شود برای تقویت رابطه فضای مجازی و حقیقی هیأت.





رابطه مسجد و هیأت

اگر بخواهیم شالوده و هستی و حقیقت هیأت را توضیح بدهیم با این تمثیل می‌شود توضیح داد که هیأت، مسجد نیست. هیأت، مدرسه نیست. هیأت، یک کلاس آموزشی نیست، بلکه هیأت را اگر بخواهیم توصیفش کنیم می‌توانیم بگوییم هیأت، مثل یک موکب است.

فضای موکب مانند مراسم حج است، مثل آن بیتوته حج است که ساختمانی بنا نمی‌شود، شما آن جا هیچ ساختمانی نمی‌سازید، بلکه ذیل خانه خدا شکل می‌گیرد. در واقع حسینیّه هم ذیل خانه مسجد شکل می‌گیرد. ما باید هیأت‌ها را در قالب موکب راه‌اندازی کنیم؛ موکب چگونه سریع بنا می‌شود و خیلی مردمی است! آسان بنا می‌شود و هزینه سنگینی ندارد. مردم در هر کوی و برزنی می‌توانند یک هیأتی در یک خیمه‌ای بنا بکنند، ولی اگر بگوییم هیأت حتماً باید داخل یک

هیأت را اگر
بخواهیم توصیفش
کنیم می‌توانیم
بگوییم هیأت، مثل
یک موکب است.



ساختمانی باشد، داخل یک مسجدی باشد، داخل یک فضای مستحکمی باشد، خیلی‌ها نمی‌توانند هیأت ایجاد کنند، یعنی این فضا را نباید ببندیم تا بخواهیم هر کسی بخواهد هیأت بنا بکند، حتماً یک فضایی شبیه مسجد داشته باشد. این هیأت باید در کنار مسجد مثل خیمه‌ای در کنار مسجد باشد.

مثل خیمه‌های حضرت اباعبدالله علیه السلام. این خیمه موضوعیت دارد. این خیمه از این جهت موضوعیت دارد که انسان‌ها باید در آن فضایی که عاشورا بوده نفس بکشند، آن فضا فضای خیمه است و باید همه دست‌اندرکاران مساجد به این سمت حرکت کنند که این جذابیت برای قرار گرفتن هیأت در کنار مسجد ایجاد بشود.

از طرف هیأت هم باید این برداشت ایجاد بشود که آقا لزومی ندارد شما حتماً یک فضا داشته باشید. خیمه‌هایی بنا بکنید، خیمه‌های عاشورایی در کنار مسجد بنا بکنید. باید این فضا را ایجاد کنیم. الان خیلی از مراسمات هیأت‌ها با جمعیت دو سه هزار نفری زیر آفتاب برگزار می‌شود، چرا ما نمی‌توانیم آن فضای وسیع را که در قالب خیمه دارد ایجاد می‌شود بنا بکنیم و سریع هم برداشته بشود.






هیأت، یک رسانه
کاملاً جدید است
یعنی در عین
این که اصلتش
را حفظ کرده
برای تمام مردم
دنیا جدید است.
یعنی این امکان
فراهم است که
ما براساس همان
سنت‌ها بیاییم
و به‌روزرسانی و
بازآرایی کنیم و
چینش جدیدی
داشته باشیم.

بازآرایی هیأت در رسانه مدرن

چگونه باید هیأت در رسانه‌های جدید بازآرایی بشود. خود هیأت یک رسانه‌ای است که شیعه ایجاد و فضا سازی کرده است. مثلاً حسینیه اعظم زنجان و زینبیه یک فضای جدیدی در دنیای امروز ایجاد کرده است، یعنی خودش به یک رسانه جدید و معاصر تبدیل شده و شما دیگر نمی‌توانید به آن بگویید رسانه سنتی. هیأت، یک رسانه کاملاً جدید است یعنی در عین این که اصلتش را حفظ کرده برای تمام مردم دنیا جدید است. یعنی این امکان فراهم است که ما براساس همان سنت‌ها بیاییم و به‌روزرسانی و بازآرایی کنیم و چینش جدیدی داشته باشیم.

وقتی که ما دنبال این اصلت‌ها باشیم و آن خیمه بنا بشود و علم و پرچم حضرت اباعبدالله علیه السلام به آسمان برود، این فضا در سطح جهانی جدید و جذاب است. لذا رسانه‌های مدرن و استعمارگر و جهانی این‌ها را بایکوت می‌کند و از خلال همین





بایکوت‌ها رسانه شیعی و سنتی ما برای مخاطب جذاب‌تر می‌شود.
چون آن‌ها در رسانه‌هایشان چیزی به نام بزرگترین اجتماع انسانی نمی‌بینند
و وقتی یک بار در یک روزنامه و برنامه‌ای یک تصویری از آن می‌بینند برای آن‌ها
عجیب می‌آید و می‌گویند: چنین چیزی واقعاً در دنیای امروز هست؟





استفاده از قالب جلسات قرآن و مراسم حج

حقیقتاً ما نمی‌توانیم رسانه‌ای مثل رسانه‌های آمریکایی را با رسانه‌هایی مثل رسانه‌های جهانی خودمان قیاس کنیم. رسانه‌های ما در تحریم هستند. ما خیلی از پهنای باند و ماهواره‌ها را در اختیار نداریم. ما خیلی از برنامه‌هایمان در اروپا پخش نمی‌شود. این محدودیت وجود دارد و البته این محدودیت برای ما فرصت است. ما حقیقتاً باید براساس دو شاخص تقویت الگوی حج و تقویت الگوی قرآنی، هیأت را به روزرسانی و تقویت کنیم. براساس این دو شاخص باید از همان الگوهایی که در حج و همان الگوهایی که در مراسم تلاوت قرآن وجود دارد برای تقویت هیأت خودمان استفاده کنیم.

ما حقیقتاً باید
براساس دو
شاخص تقویت
الگوی حج و
تقویت الگوی
قرآنی، هیأت را
به روزرسانی و
تقویت کنیم.





هیأت تراز انقلاب اسلامی

همان قله‌ای است که باید به سویش حرکت نمود. همان هیأت‌الگوی که گوشه گوشه و لحظه لحظه‌اش مورد رضایت امام عصر علیه السلام باشد. هیأتی است که شایسته برپایی در حضور حضرتش باشد. هیأتی آماده حضور و ظهور... ترسیم بایسته‌ها و شایسته‌های چنین هیأتی، هر چند سخت و دشوار می‌نماید؛ اما لازم است و ضروری...

هیأت به خودی خود مهم‌ترین رسانه شیعه است. اما رسانه‌ها نیز در خدمت هیأت در می‌آیند. **رسانش** می‌کوشد تا ابعاد و زوایای مختلف خدمت رسانه‌ها به نهاد اصیل «هیأت» را بررسی کند.



@revayatheyat
aparar.com/revayatheyat



۰۲۵ ۳۲۹۲ ۸۹ ۵۱
۳ ۰۰۰ ۱۵۴۲
www.۱۵۴۲.org
info@۱۵۴۲.org