

# گام به گام تسخیر گام

۱۳ نکته در باب مردمی کردن فعالیت‌ها



صحیفه ۷۳

جیبه ۹، بهار ۱۴۰۵

### گام به گام تشکیلاتی

۱۳ نکته در باب مردمی کردن فعالیت‌ها

تدوین: جبهه فرهنگی اجتماعی انقلاب اسلامی خراسان رضوی  
تهیه و تنظیم: معاونت تولیدات رسانه‌ای جامعه ایمانی مشعر  
طراح جلد: علی ناصری

صفحه آرا: حسن ناصری

شمارگان: ۲۰ نسخه / نوبت چاپ: اول

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



نشر هیات امروز

#### انتشارات هیأت امروز

پایگاه اطلاع‌رسانی: heyatemrooz.ir  
شبکه‌های اجتماعی: @heyatemrooz\_ir  
رایانامه: info@1542.org



#### جامعه ایمانی مشعر

قم - کدپستی: ۳۷۱۹۶ - ۱۵۶۴۷  
سامانه پیامک: ۳۰۰۰۱۵۴۲  
پایگاه اطلاع‌رسانی: www.1542.org

# بسم رب العزیز

## شهید امام خامنه‌ای علیه السلام:

«اساتید نباید از جامعه منزوی باشند؛

همان بلایی که بر سر روشن فکری کشور ما آمد.

جامعه روشن فکر ما از اول که تشکیل شد، به قول خودشان در برج عاج نشستند،

با مردم مخلوط نشدند، با مردم همراه نشدند، خودشان هم این را اعتراف کردند،

این را خودشان هم گفتند...

روشن فکر غربی از غرب منشأ گرفته، وضعیتش این است، شأنش این است، شأنش همان

آقای روی ایوان در آن نمایشنامه است که هیچ اقدامی نمی کند، هیچ کاری انجام نمی دهد،

فقط می بیند؛ خوب می بیند، مسائل را می تواند بفهمد، بشناسد؛

اما خطر نمی کند، وارد نمی شود، برای خودش مشکل و دردسر درست نمی کند

و فقط گاهی یک کلمه حرفی می زند؛

در انقلاب هم این دیده شد.



پایگاه رسانه‌ای مجموعه  
فرهنگی تربیتی نوح الشهداء  
کانون فرهنگی مسجد حضرت ابوالفضل (ع)  
شهر اکبرآباد

در انقلاب اسلامی،  
در این حرکت عظیم مردمی،  
مردم در صفوف مقدّم بودند،  
روشن فکرها بعضاً از عقب می آمدند،  
بعضی ها هم اصلاً نیامدند،  
تا آخر هم نیامدند.

۴

نباید کاری کنیم که سرنوشت اساتید دانشگاه  
و مجموعه بزرگ باارزش دانشگاهی یک چنین  
سرنوشتی بشود؛  
یعنی از مردم جدا بشوند،  
به مردم بی اعتنا بشوند،  
از مسائل مردم بی خبر بمانند.»

۱. بیانات رهبر شهید در دیدار جمعی از  
استادان، نخبگان و پژوهشگران دانشگاه‌ها





## مقدمه

فرهنگ، شریان حیاتی هویت، باورها و شیوه زیست یک ملت است و سلامت جامعه به پویایی آن وابسته است. با وجود تلاش‌های متولیان، چالش‌ها و فاصله‌گیری‌های فرهنگی نشان می‌دهد که شیوه‌های مدیریتی سنتی و متمرکز، دیگر پاسخ‌گوی نیازهای پیچیده امروز نیستند. تجربه ثابت کرده است که فرهنگ، امری نیست که بتواند صرفاً از بالا به پایین و با اتکا بر ساختارهای دولتی تصدی‌گر به بالندگی برسد؛ بلکه بالندگی و تثبیت فرهنگی در گرو مشارکت فعالانه و مسئولانه مردم در تولید، ترویج و مصرف فرهنگی است. این تحول، یک ضرورت استراتژیک برای تأمین عدالت فرهنگی، تقویت هویت اصیل و مقابله مؤثر با هجمه‌های فرهنگی بیگانه محسوب می‌شود.

مردمی‌کردن فعالیت‌های فرهنگی، فراتراز واگذاری صرف وظایف، به معنای ایجاد یک نظام حکمرانی شبکه‌ای است که در آن، نقش دولت از متصدی به سیاست‌گذار و تسهیل‌گر تبدیل می‌شود و مردم و نهادهای مدنی به بازیگران اصلی عرصه فرهنگ بدل می‌گردند. این رویکرد، تجلی حق مشارکت مردم در تعیین سرنوشت فرهنگی خویش است. با تمرکز بر این اصل، فرآیند تولید فرهنگی بر اساس نیازسنجی‌های



محلی، ظرفیت‌های بومی و سنت‌های موردقبول خود جامعه شکل می‌گیرد. این شیوه، تضمین‌کننده افزایش تأثیرگذاری و ماندگاری فعالیت‌ها است؛ چراکه فرهنگ در این نگاه، امری پویا و برآمده از بطن جامعه است؛ نه پدیده‌ای ایستا و دستوری.

واگذاری امور فرهنگی به مردم و اعتماد به کنش‌گران اجتماعی، دستاوردهای مهمی نظیر شکستن تمرکزگرایی و توزیع عادلانه فرصت‌ها را در پی دارد. وقتی مدیریت فرهنگ به کانون‌های فرهنگی محلی، مساجد و مؤسسات مردمی واگذار می‌شود، توانمندسازی جامعه محلی و امکان بهره‌گیری بهتر از ظرفیت‌های نخبگانی فراهم می‌آید. این مشارکت، تضمین می‌کند که فعالیت‌ها ریشه در انگیزه‌ها و دغدغه‌های واقعی مردم داشته باشند. در نتیجه، این فرآیند موجب ارتقای حس مسئولیت‌پذیری اجتماعی، ایجاد هم‌افزایی میان گروه‌های مردمی و تقویت هم‌بستگی ملی حول محورهای فرهنگی و ارزشی مشترک خواهد شد.

این منشور با درک عمیق از ضرورت‌ها و مزایای مردمی‌سازی، در صدد است تا با ارائه یک نقشه راه، مسیر حرکت را روشن سازد. ۱۳ نکته کلیدی که در پی می‌آیند، حاصل بررسی دقیق مهم‌ترین راه‌کارهای مؤثر برای غلبه بر موانع کار فرهنگی هستند. این نکات، مهم‌ترین چارچوب‌ها و سازوکارهایی است که نقش نهادهای فرهنگی را در برهه میدان آوردن گروه‌های مردمی ترسیم می‌کنند تا یک نظام همکارانه فرهنگی را محقق سازند.

## میان مردم بودن وزمان شناسی

نباید فعالیت، رشد علمی یا مطالعه باعث دوری‌گزیدن از جامعه و بی‌اطلاعی از دغدغه‌ها، مسائل، نیازها، ادبیات، بینش و منش مردم بشود. لازمه این مسئله ارتباط، حضور، پیگیری وقایع و دغدغه‌های در جریان میان مردم است. از ارتباط خانوادگی و فامیلی، تا حضور بین مردم در محیط‌های عمومی مثل وسایل نقلیه عمومی تا سرزدن به محیط‌های مختلف، تا پیگیری مسائل مطروحه در رسانه‌ها، تازه‌های نشر و مهم‌تر از همه رسانه‌های دیداری و شنیداری مثل سینما و

تلویزیون، محصولات و عوامل مؤثر بر فرهنگ عمومی مثل اسباب بازی و حتی رسانه‌های دیداری شنیداری بیگانه و هر چیز دیگری که بر روی مردم اثر دارد. البته باید توجه کرد این ارتباط نباید صرفاً فرد را به قشر خاصی مثل روشن‌فکران و دانشگاهیان یا به ایزوله‌شدن با فضای خاصی مثل رسانه‌های بیگانه یا روشن‌فکران محدود کند و یا نباید تصویر غلطی از فراگیری یک مسئله داشت. مثلاً ما به‌زور چند هزار نفر آدم سایت‌خوان و روزنامه‌خوان داریم یا تعداد معاندین سیاسی و مفسدین اخلاقی بسیار اندک است. محیط‌های دانشگاهی و رسانه‌ای دغدغه‌های خاصی دارد که لزوماً مربوط به مردم نیست. تعداد مردم متدین و انقلابی کم نیست؛ اما همه مردم این چنین نیستند. از آن طرف، فرهنگ عامه بازگویی همه بخش‌های جامعه ایران نیست. در این میان، ارتباط با محرومین و مستضعفین و اقشار فرودست جامعه، اهمیت ویژه‌ای دارد. تهران همه کشور نیست، نباید تهران زده شد؛ اما باید به آن هم توجه کرد. شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی بخشی از فضا را برای ما تبیین می‌کند؛ اما بسیاری اوقات با فضای واقعی متفاوت است؛ مثل اعلام تجمع‌های اینترنتی ضدانقلاب در سال فتنه یا توهم بخشی از جبهه انقلاب از غلبه مجازی در انتخابات دوره یازدهم ریاست جمهوری.

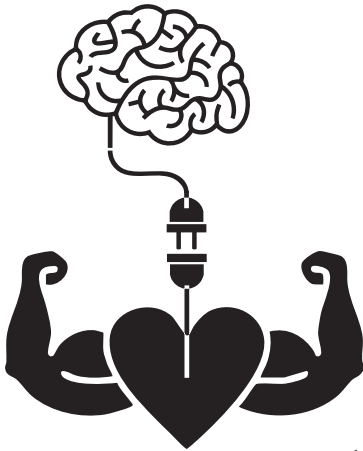
دوره‌بر کبیر انقلاب اسلامی برای ایزوله‌نشدن تلاش کردند تا با ارتباط با اقشار مختلف مردم، تلاش برای یافتن نظرات مخالف، ارتباط مستقیم و بی‌واسطه، برخورد بدبینانه با بعضی اخبار تأکیدی بدون مشخص بودن منبع و حقیقت را بیابند. مثلاً امام (ره) از چند کانال مختلف از یک قضیه خبر می‌گرفت یا در برابر تأکید شدید به موردی، آن را بررسی و بعضاً در صورت احساس وجود نقشه برای کانالیزه کردن خود از طرف دیگران عمل به خلاف می‌کرد.

گروه‌های مرجع و رسانه‌ها همه چیز نیستند؛ اما قدرت گفتمان‌سازی دارند. باید آن‌ها را هم در نظر گرفت؛ اما به آن‌ها محدود نشد. از طرفی نباید یک سره تنها توده و فرهنگ عمومی را مد نظر قرار داد؛ باید به رسانه‌ها، نخبگان، دانشگاهیان، هنرمندان، حوزویان و... نیز توجه کرد. البته در صورت تراحم بین تأمین رضایت عامه و خاصه، رضایت عامه را مورد توجه قرار داد.

کانالیزه‌شدن خطر بزرگی است که طرق مختلفی مثل عدم شناخت درست مردم و طیف‌بندی آن‌ها، عدم ارتباطات درست، ملاک ارتباط‌گرفتن یک ابزار یا قالب خاص؛ مثلاً خبرهای پشت پرده و بولتنی یا گزینش شده به وسیله یک طیف خاص فکری و سیاسی و... حاصل می‌شود. این که روایت می‌گوید «العالم بِزَمَانِهِ لَا تَهْجُمُ عَلَيْهِ اللَّوَابِسُ»<sup>۱</sup> یا این که در ادبیات دینی ما می‌گویند «فرزند زمان خویشتن باش» به همین جا برمی‌گردد. وقتی مخاطب‌شناسی درست نیست؛ مثلاً اکثریت را معاندین و مفسدین می‌پنداریم، مدام سرگرم پاسخ‌گویی به آن‌ها می‌شویم یا وقتی که همه چیز را به فرهنگ عامه فرومی‌کاهیم، می‌رویم سراغ کارهای زرد فرهنگی!


# ۲

## توجه و پیگیری دغدغه‌ها و نیازهای واقعی مردم



باید دغدغه‌ها و نیازهای واقعی مردم را درک کرد و حتی نسبت به آن‌ها مسئولیت داشت؛ این توجه، جهت‌گیری‌ها را تغییر می‌دهد و از سوپی مردم را نسبت به صداقت و سودمندی فعالیت‌ها مورد اعتماد و اطمینان قرار می‌دهد. مثلاً کسی که روی محیط نوجوانان کار فرهنگی

می‌کند، با تأمین نیازهای واقعی مورد اهمیت برای خانواده‌ها مثل رشد علمی، امنیت و سلامت اخلاقی و ورزش، هم به نیاز لازم نوجوان در آن سن توجه می‌کند، هم فضا برای سخن‌گفتن و فعالیت فرهنگی او مهیا می‌شود. به تعبیر بزرگان، این کارها را وقتی شما انجام دادید، آن وقت در این فضا که همه‌اش تحرک و بیا و برو و هیجان است، آن وقت نوبت کار فرهنگی است. عیناً مثل کسی که ورزش می‌کند، بعد هم پنج تا خرما در دهانش می‌گذارد و قند این خرما تا جایی که لازم است جذب می‌شود. اما کسی که در رختخواب خوابیده است، این خرما به او ضرر می‌رساند. نه این‌که درست جذب نمی‌شود؛ مشکل هم برایش درست می‌کند. شما این جوانان را در آن فضای هیجان، نشاط، حرکت که طبیعت اوست راه می‌اندازید، عرقش را درمی‌آورید، آن وقت آن فکر صحیح را به او می‌دهید.



به تعبیر یکی از اساتید: «من اول انقلاب مدرسه می رفتم. رفتم در یک مسجدی فعالیت کنم؛ ولی کسی همراهی نمی کرد. کلاسی برگزار کردم، در آن از ضرورت احترام و بوسیدن دست پدر و مادر گفتم. خانواده‌ها یک دفعه تغییر رفتار دیده بودند، از مسجد و امام‌جماعت یک دفعه تشکر کرده بودند، فضای مسجد تغییر کرده بود.» همین مدل رادر برخورد سید جمال در مصر می بینیم که با انجام تشکیلاتی یک سری از مستحبات مثل عیادت از مریض، ناگهان جریان عمومی در مصر به راه انداخته بود؛ تا جایی که سفیر انگلیس از تشکیلات جمعی که حلقه اولیه انجام یک سری مستحبات دینی بود، احساس خطر کرده بود. مثلاً کسی که در جامعه‌ای دارد کار سیاسی می کند یا کار فرهنگی؛ ولی به مسائل اقتصادی و معیشتی مردم یا ازدواج جوانان یا اشتغال آن‌ها بی توجه است، باعث می شود مورد اقبال قرار نگیرد یا کاریکاتوری از دغدغه‌های او در ذهن مردم باشد.

مثلاً یک حرف غیردینی و غیرانسانی و غیرعقلانی که امروزه هست، شبهه «چراغی که به خانه رواست به مسجد حرام است»، حرفی است که رسانه‌های بیگانه هم دامن می‌زنند. این که پول ما را به فلسطین و لبنان و ونزوئلا می‌دهند. خب این شبهه چه طور درست می‌شود؟! وقتی مردم می‌بینند حکومت و فعالان فرهنگی و سیاسی دغدغه بین‌المللی یا فلان مسئله خاص فرهنگی را دارند؛ اما حداقل به همان میزان، دغدغه مسائل واقعی زندگی مردم را از آنان احساس نمی‌کنند.

اگر مردم احساس کنند این فعالان یا به صورت دقیق‌تر مجموعه فعالان انقلابی حداقل به همان اندازه مسائل دیگر نظیر راهیان نور، حجاب و مسائل بین‌المللی، دغدغه فقر و فساد و تبعیض، تورم، بیکاری، ازدواج و... را دارند، زمینه طرح این شبهه از بین می‌رود. گاهی حتی زمینه ورود به موضوع فعالیت از این جا می‌گذرد. مثل نمونه‌ای که در مورد ورزش و درس و امنیت اخلاقی نوجوانان ذکر شد. این که چهره‌ای مانند چمران برای همه جذاب است به خاطر جامعیت اوست.



## دست گذاشتن روی گرایش‌های فطری مردم



خیلی از اوقات، کارهای فرهنگی و سیاسی جواب نمی‌دهد؛ چون با گرایش‌های فطری و واقعی مردم، سازگار نیست و یا حداقل، مردم این درک را ندارند. اما وقتی از در گرایش‌های فطری وارد می‌شویم، مردم با آن موارد هماهنگ می‌شوند. مثلاً مردم از ظلم متنفرند و دوست‌دار عدالت.

ممکن است با فلان جهت‌گیری و دعوای سیاسی ارتباط برقرار نکنند؛ اما اگر احساس کنند دارد به خودشان ظلم می‌شود، مثلاً با اولویت دادن به تاجرها در فلان سیاست‌گذاری یا بازکردن راه دلالتی و رانت و ویژه‌خواری، وقتی عده‌ای به آن معترض‌اند بیدار می‌شوند. وقتی ببینند مثلاً مسائل مستضعفین، کارتن‌خواب‌ها، زنان سرپرست خانوار و... در میان است، ارتباط برقرار می‌کنند.

تجربه امام موسی صدر در لبنان نمونه‌ای از این مسئله است. امام موسی صدر با جامعه متلاشی، عقب‌افتاده و دارای آسیب‌های فرهنگی در لبنان مواجه شد؛ اما موفق شد به‌زودی به رهبر ملی و بین‌المللی - حتی رهبر جهان عرب - تبدیل شود. رمز چه بود؟ او رفت روی همین موارد دست گذاشت. مثلاً حتی زنان شیعه لبنانی به بی‌حجابی و بی‌بندوباری عادت کرده بودند، او با به راه‌اندازی «حرکت‌المحرومین» آن‌ها را درگیر



مسائل مستضعفین کرد و  
به فطرت برگرداند. البته در  
کارهای خیریه متوقف  
نشد و همین موارد را به  
کسب وجهه و حیثیت  
فرهنگی و تمکن سیاسی  
و اقتصادی شیعه به کار  
گرفت. با گروه‌های دیگر  
مذهبی مثل اهل تسنن و  
حتی غیرمسلمانان نیز از  
در مسائل اجتماعی وارد  
شد؛ مثل بستنی خوردن  
علنی برای نجات زندگی  
یک بستنی فروش مسیحی  
و شکستن قیح آمدن بقیه  
به مغازه او.

## ریشه‌یابی معقول و ارائه راه حل مناسب



مسئله مهم دیگر، ریشه‌یابی درست از مسائل است. بسیاری از مسائل سیاسی، فرهنگی و اقتصادی ریشه‌هایی از جنس مسائل دیگر دارند. مثلاً حجاب چندوجهی است؛ عده‌ای تا به حجاب می‌رسی سریع می‌خواهند شبهه جواب بدهند چون مسئله را صرفاً فرهنگی آن هم از نوع شبهه فکری می‌بینند؛ در صورتی که باید انواع مختلف بی‌حجابی را دید.

مثلاً یک نوع بی‌حجابی حاصل از جا‌کندگی و نبود نظارت اجتماعی و محیط‌های جمعی هویت‌بخش است. یک بی‌حجابی حاصل عدم احساس مسئولیت و داشتن هدف در زندگی است. یک بی‌حجابی ناهنجاری حاصل از عدم توازن اخلاقی به علت رفتار بد خانواده یا محیط‌های آموزشی است. یک بی‌حجابی اعلام اعتراض به رفتارهای غلط حکومت - به ویژه در موارد تبعیض آمیز - یا رفتارهای خانواده، محیط‌های مذهبی و... است. یک بی‌حجابی حاصل فقر یا اشرافیت و فحش‌های حاصل فقر یا شادخواری حاصل از تکاثر است. کسی که می‌خواهد برنامه بریزد باید به این مسائل توجه کند، تا نوع کار فرهنگی خود را تشخیص دهد.



مسائل اقتصادی نیز از همین دست است. بسیاری از مشکلات به «فرهنگ اقتصادی» برمی‌گردد؛ مثل تورم انتظاری یا فرهنگ عدم انجام کار. در مسائل سیاسی، رأی‌ندان مردم به یک شعار-مثل مدیریت جهادی یا مقاومت- همه یا حتی می‌توان گفت اغلب آن موارد، سیاسی نیست. یا وقتی با عوض شدن یک رئیس‌جمهور، یک فرهنگ با خودش می‌آید و می‌رود که با هزار کار فرهنگی مستقیم نمی‌شود- مثل فرهنگ اشرافی دهه هفتاد، یا فضای سیاست‌زده اواخر آن و یا آنچه در بعضی از رفتارهای خوب اخلاقی و پوششی شهید رجایی، نظیر ساده‌زیستی نمود می‌یافت.

در احادیث هم داریم: «الْتَّائِسُ بِأَمْرَائِهِمْ أَشْبَهُهُ مِثْلَهُمْ بِأَبَائِهِمْ»؛ مردم به رؤسایشان شبیه‌ترند تا پدرانشان.

یا این‌که در سال‌های پایان رژیم طاغوت یا آغاز انقلاب، حجاب به‌عنوان یک نماد مبارزه و استقلال فراگیر شد، حتی بسیاری از افرادی که شاید از نظر فکری در مورد حجاب توجیه نبودند، به همین علت با

میل و رغبت به حجاب پناه بردند. یا رهبر انقلاب در دهه شصت در سخنرانی‌های عمومی تلاش زیادی برای گره‌زدن مقاومت علیه استکبار به مسائل اخلاقی مثل حجاب داشتند؛ تا جایی که بسیاری از مسائل اخلاقی و پوششی کشور در آن سال‌ها متأثر از همین فضا حل شد.

این‌ها باعث می‌شود، در برخورد با یک مسئله، بعضاً راهکارهایی از جنس اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، فرهنگی را فعال کنیم. البته باید توجه کرد، اگر قرار است این نگاه را داشته باشیم، طبیعتاً یک مجموعه کوچک، یک یا چند راهبرد خاص یا نقطه خاص برای اثرگذاری را انتخاب می‌کند. دعوا سر عدم جزئی‌نگری و بخشی‌نگری است. در نهایت نباید مدام نشست و عامل اضافه کرد. بسیاری گروه‌ها و افراد به بهانه راه‌حل ریشه‌ای، از اساس کارکردن را به کنار می‌گذارند. تعمیق نظری یا تحلیل چندوجهی برای گیر آدرس غلط نیفتادن یا انتظار بی‌جانداشتن از اثرگذاری برای یک فعالیت است؛ نه انفعال و رهاکردن و ساختاری دیدن همه چیز و قائل نشدن اثر برای عامل انسانی، یا جست‌وجو کردن راه‌حل در کارهای کلان!

# ه

## پرهیز از کارهای زرد

کار مردمی کردن به معنای انجام کارهای زرد صرفاً مخاطب جذب کن نیست. مثلاً بسیاری از برنامه‌های آیینی که به اسم جذب مخاطب موسیقی و طنزهای خارج از چارچوب به کار می‌برند، اسم فلان مسئله آیینی یا انقلابی را هم رویش می‌گذارند. این مسائل جذب مردم نیست؛ حل شدن در فضای عمومی و از دست دادن محتواست.

به تعبیر رهبر معظم انقلاب:

«باید ببینید تأثیر این برنامه در مخاطب چیست. گاهی اوقات افزایش مخاطب به قیمتی است که نمی‌ارزد. آن‌ها جذب می‌شوند، اما به چه جذب شده‌اند؟ به چیزی که یا منفی است و یا خنثی. مرحوم سید قطب جریانی را در یکی از کتاب‌هایش می‌نویسد که من پیش از انقلاب آن کتاب را ترجمه کردم. می‌گوید به یکی از شهرهای امریکا رفتم و دیدم دم در یک کلیسا اطلاعیه‌ای نصب کرده‌اند: امشب یک برنامه رقص و شادی و شام سبک و موسیقی اجرا می‌شود. تعجب کردم که کلیسا به چه مناسبت این‌ها را اعلام کرده! می‌نویسد: کنج‌کاو

شدم در آن ساعت معین بروم ببینم چه خبر است. دیدم به! یک سالن رقص در کنار سالن کلیساست؛ زوج‌های جوان می‌آیند و می‌رقصند؛ موسیقی‌های محرک و شهوانی هم پخش می‌شود! افراد یک‌خرده مسن‌تر هم کنار نشسته‌اند و تماشا می‌کنند و از نگاه‌کردن لذت می‌برند! کشیش هم اواخر شب روی سن ظاهر شد و با رفتار خیلی آرام و ملایم رفت نور چراغ‌ها را تنظیم کرد! می‌گوید فردا رقص سرانگ کشیش؛ گفتم شما کشیش هستید یا کاباره‌دار؟! این جا کلیساست یا سالن رقص؟! کشیش گفت من به این وسیله می‌خواهم جوان‌ها را به کلیسا جذب کنم! این طوری می‌شود جوان‌ها را به کلیسا جذب کرد؟! جوان‌ها به کلیسا جذب نشدند؛ بلکه به سالن رقص متعلق به کلیسا جذب شدند! سالن رقص متعلق به کلیسا مگر امتیازی دارد؟!

در سوره مائده آیه ۱۰۵ داریم:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا عَلَيْكُمْ أَنْفُسَكُمْ لَا تَضُرُّكُمْ مَنْ ضَلَّ إِذَا اهْتَدَيْتُمْ﴾؛  
ای کسانی که ایمان آورده‌اید؛ بر شما باد پرداختن به خود،  
گمراهی دیگران هنگامی که شما در مسیر هدایت باشید به شما آسیبی نمی‌رساند.

## بردن فعالیت فرهنگی به میان مردم



بسیاری از فعالیت‌های فرهنگی از محیط‌های عمومی مردم جدا شده است. از مساجد تا پارک‌ها، روستاها، محیط‌های عمومی و... فعالیت‌های مسجدمحور، جای خود را به کارهای مؤسسه‌محور و محیط‌های خاص و مدارس غیرانتفاعی داده است. مثلاً اگر چند روحانی و مجموعه کوچک فرهنگی اگر به صورت مناسبی فروش کتاب و پاسخ‌گویی به سؤالات نمی‌کردند، اساساً کسی به تبلیغ مذهبی و کار فرهنگی در جاهایی مثل مترو و پارک اهمیت نمی‌داد. فعالان انقلابی به این محیط‌های عمومی مثل مسجد و از آن مهم‌تر، نهادهایی که عموم مردم - و نه فقط مردم متدین - در آن هستند، کم‌تر اهمیت می‌دهند؛ چون به عنوان کارهایی بی‌کلاس دیده می‌شود!

کارهای فرهنگی به ندرت، هدف خود را مکان‌های عمومی قرار می‌دهد. حرکت‌هایی مثل پخش فیلم‌های بچه‌های جهاد در محیط‌های عمومی یا اتفاق مبارک جشنواره عمار، نمونه‌ای از این رویکرد است. به

تعبیر امام علی (علیه السلام) در مورد پیامبر (صلی الله علیه و آله) «طَیِّبٌ دَوَّارٌ بِطَیِّبِهِ»<sup>۱</sup>، باید پزشکی بود که خود به دنبال مریضش برای مداوا کردن او می‌گردد. از سوی دیگر باید برای تبیین و توجیه مردم اهمیت و اولویت قائل شد. در دیدگاه اسلامی، حاکمان و زعمای دینی بر اساس ظرفیت و همراهی مردم عمل می‌کنند؛ لذا باید همان کار تبیین‌گری را جدی گرفت.

۱. نهج البلاغه، خطبه ۱۰۸.



رهبر معظم انقلاب فرمودند: «در مبارزات اسلامی، تبیین خیلی نقش دارد. من این را به شما جوانانی که احساس مسئولیت می‌کنید توی پراکنش عرض می‌کنم که تبیین خیلی اهمیت دارد. در مبارزات اسلامی، در همه حال تبیین بیان واقعیت و رساندن واقعیت خیلی اهمیت دارد و این را نباید از دست داد. برخلاف تفکر مارکسیستی که آن روز رایج بود و اعتقاد به تبیین نداشتند. می‌گفتند مبارزه یک سنت است، تحقق خواهد یافت؛ چه شما بخواهید، چه نخواهید؛ چه بگویید، چه نگویید. یعنی دیالکتیکی که آن‌ها تفسیر کرده بودند، لازمه‌اش این بود که این مبارزه، احتیاج به تبیین ندارد. در سال ۴۹ یک جوانی از همین کسانی که مشهدی بود، با ما هم آشنا بود، وابسته به یکی از همین گروهک‌هایی بود که آن روز تازه سر بلند کرده بودند. کمونیست بودند، گروه جنگل و امثال این‌ها یک جایی با من ملاقات کرد. شرح داد که می‌خواهیم این کارها را بکنیم. من گفتم توی این زمینه اجتماعی که نمی‌شود؛ یک قدری با مردم صحبت کنید، تبیین کنید، حرف بزنید، به مردم تفهیم کنید چه کار می‌خواهید بکنید. با کمال بی‌اعتنایی گفت: آن روش اسلامی است! بله، روش اسلامی همین است. روش اسلامی تبیین است و همین تبیین‌ها موجب شد که انقلاب اسلامی بر بسیاری از این پیش‌زمینه‌های تاریخی و تربیت‌های غلط فائق بیاید و فائق آمد. البته در بعضی‌اش هم هنوز فائق نیامدیم که آن انگیزه‌های دیگری دارد.»

## مردمی کردن فعالیت‌ها



بسیاری از فعالیت‌ها، معدود در عده خاصی می‌مانند؛ چراکه اساساً دستگیره‌ای برای حضور مردم در آن‌ها نیست. بسیاری از مردم هستند که انگیزه دارند؛ مثلاً در فلان حرکت بین‌المللی مشارکت کنند، ولی امکان یا اولویت وقت‌گذاری را ندارند. اگر تعریف کاری شود که به نحوی بتوانند مشارکت کنند، با زمان‌گذاری کم حاضر به همراهی هستند. منافقین این نکته را دریافته بودند و به کار می‌بردند؛ مثلاً در زندان‌های ستم‌شاهی حتی برای کارهای ریزی مثل امانت‌دادن ناخن‌گیر، مسئول مشخص کرده بودند! یا تعریف کارهای ریزی مثل ارائه گزارش روزانه - ولو در شهری که دو نفر عضو داشتند - را به کار می‌بردند. البته کارهای بی‌حاصل، عقلاً و نقلاً در تفکر اسلامی پذیرفتنی نیست؛ ولی استفاده از این الگو قابل تأمل است.

باید کارهای ریزی تعریف کرد که برای افراد - ولو با توان و زمان کم - قابل همراهی باشد. مثلاً در مورد جهان اسلام و فلسطین می‌توان کارهای بسیار این‌چنین طراحی کرد؛ مثلاً تخصص فرودگاه مهرآباد در زمان جنگ ۲۲ روزه غزه بیش از همه به دلیل انتخاب مکان و هزینه‌زا نبودن و محیط آموزشی، فضایی شد تا اقشار مختلف مردم در آن مشارکت و همکاری کنند و علاوه بر فعالیت چیزی بیاموزند.

بسیاری اوقات، اگر افراد خود در کاری درگیر شوند، نسبت به آن، احساس مسئولیت می‌کنند. حتی با مشارکت اندک مالی. معروف است شهید بهشتی سه بار طرح اصلاح حوزه که شامل عدم پول گرفتن روحانیت از مردم بر اساس ایده شهید مطهری (که اصلاح حوزه با محوریت جداکردن بحث‌های مالی از مردم و مستقل کردن حوزه جهت یافتن توان اصلاح‌گری مردمی) بود پیش امام برده بود. امام هر سه بار بحث را عوض کرده بود. دفعه سوم شهید بهشتی گفته بود آقا تکلیف این را مشخص کنید. امام (آن طور که منقول است) طرح را گرفته بود و به دیوار کوبیده بود و فرموده بود آقای بهشتی! مردم اگر برای دینشان پول خرج نکنند، بی‌دین می‌شوند. این جاست که حتی در عرصه اقتصاد، دخالت‌دادن سرمایه و مدیریت مردم - چنان‌که در جهاد سازندگی الگوی عمل قرار گرفت - عنصری مهم به شمار می‌آید.

تجربه استقبال از راهیان نور و جشنواره عمار و حرکت‌های مرییان پرورشی دهه

شصت، ضرورت فراگیری، تکرارپذیری و قابلیت

مشارکت را مشخص می‌کند. کما این‌که یکی از

مهم‌ترین ویژگی‌های انتخابات در جمهوری اسلامی،

مشارکت گسترده اقشار و سنین مختلف مردم در

فرآیند رأی‌گیری است که قابلیت فراگیری در سایر

حوزه‌ها را نیز با خود به همراه دارد.





## سخن گفتن بازبان مردم



نمی‌شود به سراغ مردم رفت؛ اما بازبان آن‌ها سخن نگفت. این زبان را زدل همان محاوره‌ها و صحبت‌ها می‌توان دریافت. مردم بر خلاف تصور رایج دانش‌گاهیان، به کلمات پرطمطراق توجه ندارند. بیش از همه، برای آن‌ها مهم این است که مقصود گوینده را درک کنند و او را صادق و منتج به هدف بیابند. ویژگی امام ع نیز این بود که با وجود آن‌که مخاطبان خاص داشت؛ اما چون با ادبیات مردمی سخن می‌گفتند توده‌ها با ایشان ارتباط برقرار می‌کردند.

# استفاده از زبان هنر و ادبیات



زبان هنر و ادبیات، زبان مهمی است که اثرگذاری آن از کار فرهنگی مستقیم و آموزش محور بیشتر است. به تعبیر رهبر معظم انقلاب در دوران ریاست جمهوری: «هنر یک شیوه بیان است، یک شیوه ادا کردن است؛ منتها این شیوه بیان، از هر تبیین دیگر رساتر، دقیق تر، نافذتر و ماندگارتر است. دقت در هر یک از این چند تعبیر، در فهم معنای هنر کمک می کند. ای بسا که یک گزارش غیرهنری اگر چه علمی و تحقیقی و دقیق؛ خاصیت ارائه هنری را نداشته باشد. بارها گفته ام که هر پیامی، هر دعوتی، هر انقلابی، هر تمدنی و هر فرهنگی تا در قالب هنر ریخته نشود، شانس نفوذ و گسترش ندارد و ماندگار نخواهد بود و فرقی هم بین پیام های حق و باطل نیست.»<sup>۱</sup>

مثلاً تأثیر تألیف یا توزیع کتابی مثل دختران آفتاب از دهه ها سخنرانی درباره حجاب بیشتر است. اثر ساخت و از آن مهم تر توزیع گسترده دانشجویی مستند فقر و فحشا، برگزیده عدالت خواهی و نفی بازی های سیاسی از هزاران همایش بیشتر بود.

۱. گفت وگو با اعضای سومین کنگره شعر و ادب دانشجویان سراسر کشور، ۱۳۶۵/۰۹/۲۷.

# تمرکز بر فرهنگ عمومی



بسیاری از آن‌چه روی مردم اثرگذاری ویژه دارد، به محصولات و فضاها، مؤثر بر فرهنگ عمومی متمرکز است. اثر اسباب‌بازی، مداحان، خواننده‌ها، لوازم‌التحریر و لباس بر فرهنگ عمومی، از بسیاری از کارهای مستقیم و غیرمستقیم جبهه انقلاب یا جبهه تهاجم فرهنگی بیشتر است. باید هم به برنامه‌ریزی برای این حوزه توجه کنیم؛ هم به توزیع و مصرف محصولات خوب آماده‌شده در آن.

سرمایه‌گذاری روی هیأت یک محل، بسیار بیشتر از برگزاری چند جلسه بزرگ دهن‌پرکن در آن محل مؤثر است. حتی محصولات و کارهای دیگر را می‌توان به‌نوعی به آن هیأت گره زد. یکی از عوامل اثرگذار شدن هیأت شهدای گمنام بسیج دانشجویی دانشگاه امام صادق علیه السلام همین مسئله بود. مسائل مربوط به سبک زندگی از همین سنخ است؛ به‌ویژه آن‌چه ذیل ۲۶ سؤال رهبر انقلاب در بجنورد مطرح شد.<sup>۱</sup>

## توجه به خلاقیت و ابتکارهای فضا شکن

گاهی روتین شدن کارهای فرهنگی و سیاسی، موجب بی توجهی به آن شده است. ما برای جذاب شدن یک برنامه وقت صرف نمی کنیم. به اضافه کردن نگاه هنری و مردمی به آن هم توجه نمی کنیم. مثلاً کارتین خوانی جنبش عدالت خواه دانشجویی مقابل نهادهای مسئول از طیف های مختلف و برگزاری مجلس ختم کارتین خواب ها خیلی بیشتر از بیانیه دادن مؤثر بود و توجه مردم را به خود جلب کرد. یا حضور در خانه شهید رجایی و دعوت کاندیداهای انتخابات دوره نهم ریاست جمهوری به تجویز حضور دانشجویان در خانه هایشان در گفتمان سازی اشرافیت بسیار مؤثر بود. بردن کلاس آموزشی مادران، از کف مسجد به کف محله و دعوت خانه به خانه مادران به حضور در آن، بسیار مؤثرتر بود و کارهای دیگری که توجه مردم را به دغدغه مند بودن ما و سودمند بودن کارها برای خودشان جذب می کند.

## لزوم کار جبهه‌ای برای اثرگذاری مردمی

«بَدَّ اللَّهُ مَعَ الْجَمَاعَةِ»؛ ما یک وقت خود را در یک مسجد، مدرسه، محل، دانشگاه یک عنصر تنها می‌بینیم، اثرگذاری ما محدود و توان ما اندک است، بسیاری اوقات از کم‌اثر بودن کارها می‌نالیم. اما یک وقت خود را یک بخش از جبهه فرهنگی انقلاب می‌بینیم و همه ظرفیت‌های آن‌ها به ما اضافه می‌شود. مخصوصاً امروز که از نسل دوم و حتی سوم انقلاب، کارهای هنری فاخری موجود است و ده‌ها مؤسسه فرهنگی و حتی قرارگاه‌های بزرگی مثل دفتر مطالعات جبهه فرهنگی انقلاب، قرارگاه خاتم‌الاولیاء علیه‌السلام و بسیاری از حوزه‌های هنری موجودند. وقتی احساس جبهه‌بودن با این مجموعه‌ها داشته باشیم، بسیاری محصولات و حرکت‌های جذاب‌تر برای مردم موجودند که برای توزیع آن‌ها یا رساندن یا هدایت مخاطب به آنان می‌توان برنامه‌ریزی کرد.



متوجه هستیم که همه هدایت مردم به عهده ما نیست و ما تنها بخشی از یک فضا هستیم و باید پازل آن را تکمیل کنیم، این چنین نه دچار یأس می شویم نه کار را ابتر می بینیم. همچنین به رساندن خروجی کارمان به مجموعه های دیگر هم توجه داریم؛ مثلاً کسی که در دوره ای، در فعالیت تربیتی مسجد بوده و سپس دانشجو شد، او را به سمت تشکل های دانشجویی انقلابی هدایت می کنیم.

جبهه مقابل ما (به تعبیری جبهه فرهنگی انقلاب مخملی) احساس جبهه بودن می کند، اگر یکی از آن ها نشریه منتشر می کند یا یک محصول فرهنگی خود را به مصرف و توزیع می رساند، برای این است که خود را فقط برای کمک به جبهه، مسئول می بینند.

# ۱۳

## نگاه حاکمیتی و استفاده از ظرفیت‌های جمهوری اسلامی

خیلی اوقات ما کار فرهنگی می‌کنیم؛ ولی انگار نه‌انگار در عصر و عهد جمهوری اسلامی هستیم. کار فرهنگی ما مثل کسانی است که در دوره طاغوت با ظرفیت اندک در حال فعالیت‌اند. در شرایط عسرت و تقیه، ما برای خیلی از کارهای فرهنگی تلاش می‌کنیم؛ اما اگر با تلاش اندکی ظرفیت‌های جمهوری اسلامی را پای کار بیاوریم، خروجی کار ما چندبرابر می‌شود. مثلاً قانون شورای فرهنگ عمومی که جزو تلاش‌های کار خود رهبر انقلاب از دوره ریاست جمهوری است، می‌گوید هر استان، شهرستان و شهر باید شورای فرهنگ عمومی به ریاست امام‌جمعه با حضور همه ظرفیت‌های مردمی و حکومتی داشته باشد که می‌تواند بسیاری از ناهماهنگی‌ها را حذف و برای فعالان مردمی فضا ایجاد کند.

یا مثلاً پیگیری یک برنامه برای امریه معروف و نهی از منکر در صداوسیما  
استانی می‌تواند تغییر جدی در منطقه ایجاد کند.

از آن طرف عده‌ای می‌خواهند همه چیز را از درون  
حاکمیت حل کنند. مثلاً برای برگزاری جشنواره  
عمار شهرستان خود، دنبال و منتظر اقدام بروکراسی  
فرهنگی هستند! این هم غلط است؛ اما نباید از  
ظرفیت بزرگی به نام جمهوری اسلامی که صدها  
هزار خون به پای آن ریخته شده تا پول نفت و  
بیت‌المال صرف حرکت‌های انقلابی و حزب‌اللهی  
شود، بی‌توجه گذشت.

هم باید رویکرد مطالبه‌گرا نه داشت تا نهادهای  
حاکمیتی وظایف خود را حداکثری انجام دهند  
و زمینه را برای آزادسازی ظرفیت‌های مردمی  
باز کنند، هم باید با آن‌ها تعامل کرد و از  
ظرفیت‌هایشان استفاده کرد و هم نباید در بند و  
منتظر آن‌ها ماند و باید به خط زد.



## سیزده نکته در باب مردمی کردن فعالیت‌ها

– مردم از ظلم تنفرند و دوست‌دار عدالت هستند

• مثل توجه به مستضعفین و راه‌اندازی «حرکت‌المحرومین» توسط امام موسی صدر

– کار فرهنگی و سیاسی با ورود از در مسائل اجتماعی مؤثر است

### ۴. ریشه‌یابی معقول و ارائه راه‌حل مناسب

– بسیاری از مسائل، چندوجهی هستند

• مثل حجاب، حاصل سستی، فقدان مسئولیت، اعتراض به حاکمیت، فقر و اشرافیت

– بسیاری از مشکلات اقتصادی به «فرهنگ اقتصادی» برمی‌گردد

– نباید مدام نشست و عامل اضافه کرد

– پرهیز از انفعال و ساختاری دیدن همه چیز

### ۵. پرهیز از کارهای زرد

– کارهای صرفاً مخاطب‌جذب‌کن نیستند

– افزایش مخاطب نباید به قیمت از دست دادن محتوا باشد

– تأثیر برنامه در مخاطب مهم است

### ۶. بردن فعالیت فرهنگی به میان مردم

– بسیاری از فعالیت‌ها، جدا از مردم شده‌اند

– لزوم توجه به محیط‌های عمومی

### ۱. میان مردم بودن و زمان‌شناسی

– لزوم ارتباط، حضور و پیگیری وقایع

• ارتباط خانوادگی و فامیلی

• حضور در محیط‌های عمومی

• پیگیری مسائل از رسانه‌های مختلف

• نشر تازه‌ها و پیگیری عوامل مؤثر بر فرهنگی عمومی

– نباید صرفاً محدود به قشر خاص شد (فکر روشن / دانشگاهی)

– اهمتی ارتباط با محرومین و اقشار فرودست

– شبکه‌های اجتماعی و مجازی، همه واقعیت نیستند

– برخورد با اخبار (بدون واسطه، چندکاناله، بررسی کانال‌های مختلف)

– توجه به رضایت عامه در صورت تزامن با خاصه

– خطر بزرگ: ایزوله‌شدن (عدم شناخت درست / گزینش اخبار)

### ۲. توجه و پیگیری دغدغه‌ها و نیازهای واقعی مردم

– باید دغدغه‌ها را درک و نسبت به آن‌ها مسئولیت داشت

– جهت‌گیری، فعالیت‌ها را تغییر می‌دهد و اعتماد مردم را جلب می‌کند

– ورود به مسائل معیشتی، اقتصادی و ازدواج جوانان

– توجه به دغدغه فقر، فساد و تبعیض، تورم و بیکاری

### ۳. دست گذاشتن روی گرایش‌های فطری مردم

– کارهای ناسازگار با فطرت، جوی نمی‌دهند

## ۱۰. تمرکز بر فرهنگ عمومی

- بیشتر کارهای مؤثر، بر فرهنگ عمومی متمرکز است
- باید هم به برنامه‌ریزی و هم به توزیع و مصرف محصولات آماده‌شده توجه کرد
- سرمایه‌گذاری روی هیأت یک محل، مؤثرتر از جلسات بزرگ پراکنده است

## ۱۱. توجه به خلاقیت و ابتکارهای فضاشکن

- پرهیز از روتین شدن کارهای فرهنگی و سیاسی
- باید برای جذاب‌شدن برنامه، وقت صرف کرد
- مثل کلاس آموزشی مادران به صورت خانه‌به‌خانه و دعوت به مسجد

## ۱۲. لزوم کار جبهه‌ای برای اثرگذاری مردمی

- **يُدُّ اللَّهُ مَعَ الْجَمَاعَةِ**
- با حساس عضویت در جبهه فرهنگی انقلاب، ظرفیت‌ها افزوده می‌شود
- باید خروجی کار را به دیگر مجموعه‌ها رساند
- نباید کار را ابتر دید (تکمیل پازل)
- الگوی جبهه مقابل: تمرکز بر مصرف و توزیع محصول فرهنگی

## ۱۳. نگاه حاکمیتی و استفاده از ظرفیت‌های جمهوری اسلامی

- نباید کار فرهنگی ما مانند دوره عسرت و تقیه باشد
- استفاده از ظرفیت‌های حکومتی، خروجی کار را چند برابر می‌کند
- نباید از ظرفیت بزرگ جمهوری اسلامی غفلت کرد
- لزوم مطالبه‌گری برای آزادسازی ظرفیت‌های مردمی

- تغییر نقش دولت از متصدی به تسهیل‌گر و بازگرداندن مردم به مرکزیت

- الگو: امام علی علیه السلام خطاب به پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله: پزشکی که خود به دنبال مریضش باشد

- اهمیت تبیین و رساندن واقعیت به مردم
- روش اسلامی، تبیین و گفت‌وگو با مردم است (برخلاف تفکر مارکسیستی)

## ۷. مردمی‌کردن فعالیت‌ها

- اکثر فعالیت‌ها، خاص مانده‌اند (دایره بسته)
- تعریف کارهای کوچک و قابل همراهی برای افراد با زمان و توان کم
- اگر افراد، درگیر کار شوند، احساس مسئولیت می‌کنند
- لزوم دخالت مالی مردم در دین و دنیای خود

## ۸. سخن‌گفتن با زبان مردم

- زبان مردم را باید از دل محاوره دریافت
- مردم به کلمات پُرطمطراق توجه ندارند
- ویژگی امام (ره): ارتباط با توده‌ها و سخن‌گفتن با زبان مردم
- آنچه مهم است: درک مقصود گوینده، صادق و منتج به هدف یافتن او

## ۹. استفاده از زبان هنر و ادبیات

- اثرگذاری هنر، نافذتر، دقیق‌تر و ماندگارتر از کار مستقیم است
- هر پیامی در قالب هنر ریخته نشود، نفوذ و گستردگی ندارد

# هر چه زمان می‌گذرد تجمع اصحاب حق را واجب‌تر و فوری‌تر احساس می‌کنم.

رهبر شهید

در دیدار هنرمندان و مسئولان فرهنگی کشور

۱۳۷۳/۰۴/۲۲

که به دنبال ارتباط بیشتر  
محبّان سیدالشهدا (ع) است...  
قرار نیست مشعر تولید کند.  
قرار است مشعر آینه تولیدات  
و فعالیت‌های شما باشد.  
اینجا، جای آرم هیأت شماست  
که باید در شماره‌های بعد پرش کنید...



نشر هیات امروز  
heyatemrooz.ir  
@heyatemrooz\_ir



۰۲۵ - ۳۶ ۶۳ ۱۲ ۲۰  
۳ ۰۰۰ ۱۵۴۲  
www.1542.org  
info@1542.org

جامعه ایمانی مشعر،  
محفلی است برای گردآمدن  
هیأت‌های کشور.  
مشعر چیزی جز اجتماع هیأت‌ها نیست،  
جامعه‌ای فراتر از مرزهای نژادی و  
تقسیمات جغرافیایی و سیاسی.  
اجتماعی ایمانی و توحیدی است