

سپهرغرب با نگاهی به اقدام شایسته‌طلایه‌داران معروف در مدارس همدان:

نسل چهارم انقلاب

عَلمِ امر به معروف و نهی از منکر را در همدان بلند کردند

سپهرغرب، گروه فرهنگی – سمیرا گمار:

تصور کنید در یک جامعه هرکس قانون خود را داشته باشد و مطابق با آن عمل کند، سنگ روی سنگ بند نمی‌شود! یعنی اگر دین را هم درنظر نگیریم، منبعث از عِرفِ حاکم بر یک جامعه، می‌توان دریافت جامعه سالم در همه ابعاد یکی از خواسته‌های شهروندان آن است که در قالب یک «چارچوب» می‌آید. مسئله کاملا ساده است و فرمول پیچیده‌ای ندارد، گاهی عده‌ای در این روند و خواست اکثریت خلل ایجاد کرده و به هر طریقی به شرع و قانون حاکم بسر جامعه تمکین نمی‌کنند که راه حل آن ساده است: بی‌تفاوت نبودن یا نسخه دینی آن یعنی «امر به معروف و نهی از منکر» به این معنی که جامعه با احساس بی‌نمری نسبت به یک گناه و خطا، دچار بی‌اعتنایی و فراموشی این اصیل دینی نشود. قصد ندارم ماجِرا را ایدئولوژیک کنم که اگر در این میان حیثاناً نتیجه نگرفتیم، ناامید و مأیوس نشده و احساس کنیم همه‌چیز بر باد رفته و مملکت را فساد و منکر گرفته، بلکه حرف این است که جامعه برای زنده بودن و متعالی شدن نیاز به اجرای این واجب فراموش‌شده یعنی «امر به معروف» دارد تا توسعه اباحه‌گری در هر بخشی اعم از سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی در آن باب نشود.

با ذکر این مقدمه آنچه در ادامه می‌خوانید نگاهی است به یک «کار تمیز فرهنگی» درخصوص امر به معروف و نهی از منکر در استان همدان است که به همت جمعی از بانوان دغدغه‌مند در این حوزه شکل گرفته و مدارس به‌عنوان اثرگذارترین نهاد تعلیم و تربیت برای آموزش شیوه‌های امر به معروف، تبیین نتایج و پیامدهای انجام این واجب الهی و ضرورت‌های آن درنظر گرفته شده‌اند تا با حضور اساتید متخصص این حوزه، کار انجام شود.

روزنامه سپهرغرب با حجت‌الاسلام رضا احمدوند، محقق و پژوهشگر حوزه علمیه و یکی از مدرسین این همایش در مدارس است:

” آموزش امر به معروف و مبانی دینی در کنار سایر دروس، مورد توجه قرار گیرد
مدرس دوره آموزشی‌امر به معروف با بیان اینکه یکی از مسائل مهم جامعه فعلی افراد فردی بودن دین به جوانان و نوجوانان است، عنوان کرد: درحال

سپهرغرب، گروه فرهنگی: مدیر آژانس ادبی و ترجمه پل می‌گوید: دولت و مؤسسات زیرمجموعه وظیفه ندارند حضور بخش خصوصی در رویدادهای بین‌المللی را راهبری و مدیریت و برای آن‌ها دستور کار و برنامه‌ریزی تعیین کنند.

مجید جعفری‌ا قدم که به‌تازگی به‌عنوان یک آژانس ادبی ایرانی شعبه‌ای از مؤسسه خود را در استانبول نیز افتتاح کرده، طی یادداشتی که در ادامه می‌خوانید، نگاهی آسیب‌شناسانه به نقش دولت‌ها در کمک به توسعه صنعت نشر در جهان انداخته است. وی که در یادداشت‌ها و اظهار نظرهای خود به صراحت مشهور بوده، در یادداشت مذکور نیز با قید آنکه این اظهار نظر با تاخت‌وتازهای کلّامی برای وی همراه خواهد بود، سعی کرده است تا روش‌ها و نگاه استاندارد به این مسئله در دنیا را تشریح و راهکارهایی برای عملیاتی شدن آن در ایران ارائه کند.

کمک به توسعه نشر کشورها در جهان سال‌هاست که مورد توجه دولت‌ها بوده؛ نوع، شیوه و اهداف کشورها برای این منظور بسته به رویکرد و نوع نگاه آن‌ها و همچنین برحسب مقتضیات زمان، متفاوت و اشکال مختلفی داشته است.

در ایران اسلامی ما نیز نزدیک به سه دهه است که کمک به توسعه نشر ایران در جهان با اهداف، رویکردها و اشکال مختلفی مورد توجه و وثوق متولیان فرهنگی بوده است. در برهه‌ای از تاریخ گران‌سنگ نظام جمهوری اسلامی ایران کمک به حضور نشر ایران در جهان با هدف تبلیغ آثار مذهبی و انقلابی در عرصه‌های بین‌المللی مد نظر متولیان فرهنگی کشور بوده، ازاین‌رو ناشران عمدتاً دولتی و یا شبه دولتی مورد حمایت قرار می‌گرفتند تا کتاب‌های ایرانی در موضوعات مورد نظر حاکمیت را به زبان‌های مختلف ترجمه و چاپ کرده و به روش‌های مختلف ازجمله ارسال به رایزن‌های فرهنگی ایران در خارج و یا دیگر مؤسسات داخلی و خارجی وابسته به دولت و همچنین عرضه و فروش این نوع کتاب‌ها در نمایشگاه‌های بین‌المللی کتاب در کشورهای مختلف، در معرض توجه و اطلاع مخاطبان خارجی مشخص قرار دهند. در این دوره ناشران عمدتاً دولتی و یا بخش خصوصی بودند و تعدادی از ناشران خصوصی که از امکانات دولتی بهره‌مند می‌شدند، سیرده می‌شد.

در برهه‌ای از سال‌های پس از انقلاب اسلامی در کنار این شیوه حمایتی، کمک به ناشران خصوصی و دولتی برای معرفی آثار خود در موضوعات مختلف در کشورهای دیگر نیز مورد توجه قرار گرفت. از این طریق علاوه‌بر کتاب‌ها در موضوعات مذهبی، انقلاب اسلامی و دفاع مقدس، کتاب‌های زیادت از موضوعات کودک و نوجوان و ادبیات داستانی امکان نمایش و معرفی در رویدادهای بین‌المللی پیدا کردند. همچنین علاوه‌بر ناشران دولتی و وابسته به دولت، عوامل نشر دیگر ازجمله ناشران خصوصی،

و با هرکس به زبان و منطق خود او رفتار کنیم. حجت‌الاسلام احمدوند اضافه کرد: این مسئله خیلی پیچیده نیست و ناظر بر آن است که روش منطقی در هر جایی جواب می‌دهد، حال گاهی این روش با نیت خیرخواهانه ممکن است در تذکر باشد و یا نشان دادن اثر عمل و یا مواردی از این قبیل، برای مثال اگر به نوجوانی که عاشق موتورسواری است از خطرات موتورسواری بدون گواهینامه بگویید، شاید نپذیرد؛ حتی اگر منطقی باشد، اما وقتی چند فرد تصادفی ناشی از این کار را به او نشان دهید، این کار اثرگذار بوده، بنابراین گاهی امر به معروف و نهی‌ی از منکر در قالب نشان دادن آثار و عواقب یک کار است.

وی با اشاره به آیات سوره العصر گفت: به نظر من خلاصه دین اسلام همین سوره است که خداوند در آن می‌فرماید همه انسان‌ها در خسران‌اند، مگر آن‌ها که ایمان آورده و عمل صالح انجام داده و به حق و صبر توصیه کنند؛ بر این اساس ایمان و عمل باید ملازم توصیه دیگران به خوبی‌ها باشد.

این مدرس حوزه علمیه افزود: با این دیدگاه امر به معروف دیگر اختصاص به یک حوزه نداشته و همه عرصه‌های زندگی را دربرمی‌گیرد؛ درواقع امر به معروف شامل امر به نیکی‌ها و هرچه که عرف و منطق اجتماعی ما بر آن تأکید می‌کند است. حجت‌الاسلام احمدوند امر به معروف را خودمراقبتی و نظارت همگانی در جامعه خواند و اظهار کرد: هر ضعف و انفعالی در حوزه اقتصاد، سیاست، خانواده، امور تربیتی و غیره وجود دارد، به‌دلیل سستی در انجام امر به معروف است؛ اگر من روحانی اشتباه کنم، شما باید مرا امر به معروف کنید و یا اگر شما اشتباهی مرتکب شدید، من باید به شما تذکر دهم و این منطق دین ما است.

وی تأکید کرد: درحال حاضر آسیب جامعه ما شکل‌گیری غرور بیجا در جامعه برای این واجب الهی است، درحالی که براساس منطق دین اسلام اگر کسی عیوب ما را گفت، دشمن نیست، بلکه دلشوز است و ما باید امروز روی این مسئله کار کنیم؛ چیزی که در گذشته خیلی حساسیت روی آن وجود داشت، اما درحال حاضر کمترگ شده است.

این کارشناس مسائل دینی در بخش دیگری از سخنان خود با تشریح معنای اثرگذاری امر به معروف در گام نخست، ابراز کرد: این مهم بدون معنا نیست که اگر گمان کردیم کار ما اثرگذار نیست، آن را راها کنیم؛ بلکه باید روشی در پیش بگیریم که اثر داشته

زندگی اجتماعی یکدیگر نقش داشته باشیم، اثرگذار خواهد بود. وی با اشاره به اینکه سوء استفاده برخی افراد از امر به معروف زمینه بدبینی را ایجاد می‌کند، تصریح کرد: اینکه هر انتقاد نابه‌جایی به اسم امر به معروف طرح شود، صحیح نبوده و زمینه بدبینی را ایجاد می‌کند؛ به تعبیر برخی از بزرگان کسه می‌فرمایند جوانمردی نیست که در دوستی‌ها و دشمنی‌های خودتان دین را دخالت دهد؛ تا با کسی خوب بودیم بگوییم او یار امام زمان بوده و وقتی بد شدیم بگوییم او دشمن خدا و امام است!

این کارشناس دینی در خاتمه سخنان خود با بیان اینکه برگزاری دوره آموزشی امر به معروف نخستین تجربه ما در مدارس بود، ابراز امیدواری کرد: هدف ما استمرار این طرح در مدارس است، اگرچه دغدغه آن است که دروس آموزشی دانش‌آموزان کم‌رنگ نشده و تحت‌الشعاع قرار نگیرد؛ به نظر می‌رسد بهترین راهکار این است که در سیستم آموزشی برای مبانی دینی نیز زمانی درنظر بگیریم، به‌جای اینکه از ساعات دروس دیگر استفاده کنیم.

بخش دوم این گزارش نیز گفت‌وگو با الهه مختاری به‌عنوان یکی از ایده‌پردازان طرح است که به تبیین چرایی این کار در مدارس می‌پردازد:

” پُر کردن جای خالی آموزش امر به معروف در سیستم آموزشی

الهه مختاری با اشاره به اهمیت عرصه تعلیم و تربیت در تعمیق ارزش‌های اسلامی و فرهنگ‌سازی برای آن، گفت: مشکلی که امروزه گریبان‌گیر جامعه ما شده، این است که در «آموزش» فریضه امر به معروف و نهی از منکر کوتاهی شده و آموزش‌وپرورش یکی از بهترین بسترها برای تعمیم این مهم در خانواده‌ها و جامعه است.

وی ادامه داد: تجربه نشان می‌دهد هرجا از نیروی باقوه و بکر ظرفیت جوانان و نوجوان استفاده کرده‌ایم، نتیجه گرفته‌ایم؛ آموزش امر به معروف به سلب‌ریتی‌ها امر به معروف نیست از قضاوت کردن می‌خوانند، درحالی که جامعه نسبت به یک‌سری مسائل از این افراد حساس است و اگر مسئله‌ای در این خصوص مطرح می‌شود، براساس محبت بوده و نه دشمنی و عداوت! همان‌طور که سیره ائمه سرشار از نمونه‌هایی است که افرادی با جسارت در محضر حضرات معصومین برخورد کرده اما با محبت از آن‌ها جدا شده و خداحافظی کرده‌اند؛ همه این موارد نشان‌دهنده آن است که اگر در

یادداشتی از مجید جعفری‌ا قدم:



با امام حسین علیه‌السلام در زمینه اقامه امر به معروف نیز از اقداماتی بود که در حاشیه این همایش شکل گرفت.

در خاتمه بایدند گفت؛ به نظر می‌رسد با وجود سکوت چندماهه‌ای که بر ستاد امر به معروف و نهی از منکر استان سایه افکند، «طلایه‌داران معروف» به‌عنوان یکی از بخش‌های فعال و اجرایی این ستاد، توانسته‌اند با پیش‌بینی صحیح از وضعیت موجود و نگاه امیدوارانه به آینده، گام‌های خوبی بردارند؛ توجه ما دانش‌آموزان به‌عنوان نسل چهارم انقلاب در تبیین امر به معروف و نهی از منکر، یکی از اقدامات بسیار مناسب و اثرگذاری است که اهمیت آن بر هیچ‌کس به‌ویژه دغدغه‌مندان عرصه تعلیم و تربیت پوششیده نیست؛ امید است این حرکت تمیز فرهنگی با تعمیق‌بخشی ستاد امر به معروف و همکاری شایسته آموزش‌وپرورش مستمر باشد تا شاهد برکات و نتایج مثبت آن در سطح خانواده‌ها و جامعه باشیم، چراکه به نظر می‌رسد مدارس یکی از بهترین گزینه‌ها برای تعمیق‌بخشی به مفاهیم دینی، ارزش‌ها و هنجارها و فرهنگ دینی در یک جامعه هستند.

خانواده‌ها هستند، نیاز بوده تا با رویکرد کارشناسانه دنبال شود. مختاری اذعان کرد: برای تربیت نسلی که دغدغه امر به معروف و نهی از منکر داشته باشند، لازم است آثار و برکات انجام و یا ترک این واجب الهی تبیین شود؛ چه‌سای بی‌توجهی به این مهم جای منکر و معروف را به‌مرور زمان در جامعه عوض کند و با جامع‌های روی‌پرو شویم که به جاهلیت مدرن گرفتار باشند.

وی با بیان اینکه نخستین گام طلایه‌داران معروف در عرصه آموزش امر به معروف و نهی از منکر در مدرسه ریحانه‌النبی در سطح استان همدان آغاز شد، اظهار کرد: این همایش که با حضور حجت‌الاسلام رضا احمدوند مدرس و پژوهشگر حوزه برگزار کردیم، با استقبال خوب اولیای مدرسه و دانش‌آموزان مواجه شد که بسیار فرائز از پیش‌بینی ما بود.

این مریسی تربیتی افزود: برگزاری مجموعه نمایشگاهی امر به معروف و نهی‌ی از منکر، معرفی دانش‌آموزان و حوزه امر به معروف و دل‌نوشته‌های دانش‌آموزان درخصوص امر به معروف و تجدید عهد

نشر

هر ناشری بتواند حداقل سه قرارداد کی‌رایت با ناشران خارجی ببندد، از پرداخت اجاره‌بهای غرفه اختصاص‌یافته معاف خواهد شد؛ تصمیم خامی که موجب تبانی بین ناشران داخلی ایرانی با ناشران خارجی برای انعقاد قراردادهای صوری جهت استفاده از رانت ایجادشده بدون اینکه تعهدی به اجرای مفاد قرارداده‌ها داشته باشند، شد؛ صد البته که پشت صحنه چنین تصمیمات خامی صاحبان افکار خام هستند که دادن آمارهای اداری از فعالیت‌هایشان جزء اولویت‌های آنان است

۶- تمهید طرح‌های حمایتی با هدف کمک به

ترجمه و نشر آثار داخلی به زبان‌های مختلف در کشورهای خارجی (معروف به طرح‌های گرنت)

۷- ایجاد فضا و امکانات در نمایشگاه‌های کتاب و دیگر رویدادهای مربوطه برای معرفی طرح‌های حمایتی دولتی و اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های مرتبط با هدف اطلاع‌رسانی درست و ترغیب ناشران و آژانس‌های ادبی خارجی برای ورود به تعاملات با بازار نشر داخلی و غیره و نه اختصاص کالتوری در جلوی غرفه برای توزیع بروشورها و کاتالوگ‌های طرح حمایتی!

۸- تمهید برنامه‌های حمایتی و تشویقی برای ناشران برای حضور بخش خصوصی در نمایشگاه‌های کتاب و دیگر رویدادهای کتاب و دیگر عوامل نشر خارجی جهت حضور داخلی (در قالب اعطای فیلوشپ و غیره)

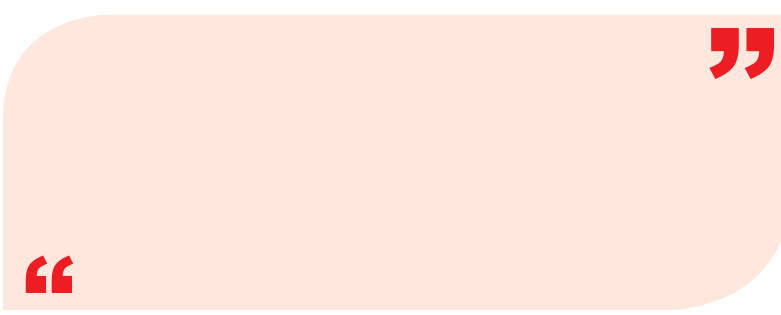
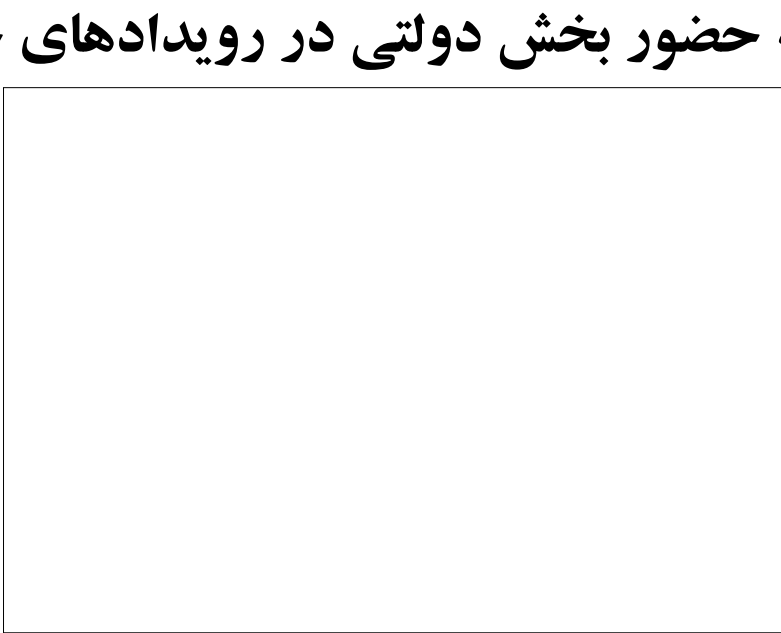
۹- ایجاد فضا و امکانات در نمایشگاه‌های خارجی برای معرفی و اطلاع‌رسانی رویدادهای مهم داخلی (مثل نمایشگاه کتاب) با هدف جلب و جذب مخاطبین خارجی برای شرکت در رویدادهای داخلی ۱۰- حمایت از حضور نویسندگان، مترجمان و تصویرگران داخلی برای حضور در نمایشگاه‌های کتب خارجی، هم‌اودیسه‌ها و همایش‌های بین‌المللی، فستیوال‌ها و جایز ادبی بین‌المللی

۱۱- برگزاری و یا حمایت از برگزاری رویدادهای بین‌المللی با حضور مخاطبان خارجی در داخل و خارج

۱۲- کمک به تسهیل موانع حقوقی و قانونی برای ایجاد بهتر و بیشتر روابط کاری بین عوامل نشر داخلی و خارجی در حوزه تبادلت کی‌رایت، چاپ و تولید مشترک آثار و دیگر همکاری‌های مشترک ۱۳- برگزاری برنامه‌ها و رویدادهای بین‌المللی برای ترغیب و تشویق نویسندگان، مترجمان و محققان خارجی جهت تولید آثار ارزنده در موضوعات نشر داخلی (مثل جایزه جهانی کتاب سال جمهوری اسلامی ایران)

۱۴- حمایت از برگزاری تورهای فرهنگی بازدید عوامل نشر داخلی و خارجی از نمایشگاه‌های کتاب و دیگر رویدادهای مهم بین‌المللی در داخل و خارج ۱۵- اندیشیدن راهکارهایی برای بهره‌وری از امکان تعاملات بین‌المللی در حوزه نشر و کتاب در توسعه دیپلماسی فرهنگی و بهبود روابط فرهنگی با کشورهای خارجی

” ب- پشتیبانی از عوامل نشر داخلی
برای ورود و حضور مؤثر در بازارها و دیگر رویدادهای بین‌المللی
نشر در کشورهای



بین‌المللی در قالب برگزاری یا کمک به برگزاری کارگاه‌های آموزشی در داخل و خارج ۳- رایزنی و لابی کردن با مسئولان فرهنگی و نشر در کشورهای مختلف با هدف تسهیل حضور عوامل نشر داخلی در عرصه‌های بین‌المللی نشر در مواردی همچون تسهیل گرفتن ویزای ورود به کشورهای هدف، تأمین امکانات و فضاهای لازم برای حضور آثار و عوامل نشر داخلی در نمایشگاه‌های کتاب و دیگر رویدادهای مربوطه با هزینه‌های کمتر و غیره و نه دیدارها و ملاقات‌های تشریفاتی و رسمی با مسئولان خارجی در محل نمایشگاه‌ها که اغلب جنبه نمایشی و تهیه گزارش‌های تصویری اداری دارند.

۴- برگزاری یا کمک به برگزاری رویدادها و برنامه‌های فرهنگی در نمایشگاه‌های کتاب کشورهای مقصد که مبین قابلیت‌ها و ظرفیت‌های نشر و فرهنگ مکتوب کشور مبدأ باشد و نه دوره‌هی ما یا شوافه‌های سرکاری مسئولان و دیگر عوامل نشر در محل نمایشگاه کشورهای مقصد که بیشتر به درد آمار دادن فعالیت‌های مؤسسه مجری می‌خورد

۵- تمهید بسته‌های تشویقی برای عوامل نشر داخلی که حضورشان در نمایشگاه‌های خارجی کتاب موجبات ترجمه و نشر آثار داخلی در کشورهای مختلف می‌شود و نه تصمیم‌های دم دستنی و عوام‌فریبانه (مثل نمونه‌ای که مسئولان غرفه ایران در نمایشگاه فرانکفورت اعلام کردند مبنی بر اینکه