



قدرت ظاهر می‌شود، من نیز همراه هستم. اگر امکانات با اهداف هم خوانی داشته باشد و مدیریت قوی بر کار نظارت کند، من آماده همکاری هستم. به عنوان مثال، فردی که بعد از ۳۰ سال تجربه فرهنگی می‌خواهد به رسانه وارد شود، از مستند شروع می‌کند و منابع زیادی را صرف می‌کند اما در نهایت فقط یک کانال یوتیوب با ۲۵ نفر مخاطب ایجاد می‌کند. این تعداد مخاطب معادل مخاطبانی است که هر کسی در خانواده خود دارد. در حالی که ممکن است حتی خانواده هم هم برنامه‌ام را ببینند. بنابراین، این بحث نظری نیست، بلکه تجربه زیسته است. نکته دیگری که باید به آن توجه کرد، تکنگرایی در رسانه‌های ماست. برخی دوستان ارگانی، دو میلیون کانال ایجاد می‌کنند و دیگران چهار میلیون کانال راه‌اندازی می‌کنند. این اعداد ما را خسته کرده است. ما چقدر به کمیت و تعداد اهمیت می‌دهیم؟ در حالی که انگلیس یک بی‌بی‌سی دارد و آمریکا یک سی‌ان‌ان. و ما... حرف

من این است که ما در زمینه رسانه با مشکلاتی مواجه هستیم. رسانه دو جنبه دارد: ظاهری و باطنی. آنچه که از صداوسیما می‌بینیم، همان نوک بیرون زده کوه یخ است. این یعنی، اصل رسانه باید باطن آن باشد. دوستان ما به دنبال آن نوک کوه یخ هستند و می‌گویند که برنامه‌ای ساخته‌ام، رادیویی را راه‌اندازی کرده‌ام یا مستندی تولید کرده‌ام. در حالی که برای دیده‌شدن مستند، مقدمات و داستان‌های طولانی وجود دارد. ما حاضر نیستیم برای این مقدمات زمان و امکانات صرف کنیم و فکر می‌کنیم که کافی‌است دوربینی بیاوریم و به‌استودیم برویم و چون مجری جذابی داریم، کار به خوبی پیش خواهد رفت. این روش کار نمی‌کند. البته همه این‌گونه نیستند. مرادوات کاری من بیشتر با دوستانی است که به صورت غیررسمی در فضای رسانه فعالیت می‌کنند و خود جوش عمل می‌کنند.

🔗 با این اوصافی که تا به اینجا از صحبت‌های تان برمی‌آید، مزیت رسانه‌ای ایران را چگونه می‌بینید؟

یکی از مزیت‌های رسانه‌ای ایران در مقایسه با رسانه‌های جهانی، سطح انتظارات مخاطبان عمومی‌از آن است. مخاطبان انتظار دارند که رسانه جمهوری اسلامی به‌عنوان یک رسانه آلت‌رناتیو شناخته شود و نباید به تکرار بپردازد. در حال حاضر، حدود ۹۵ درصد از رسانه‌های جهان تحت کنترل گروهی خاص از برنامه‌ریزان قرار دارند، به گونه‌ای که تمامی رسانه‌ها به یک خبر و محتوای مشابه می‌پردازند. رسانه‌های جمهوری اسلامی که در ساختار تولید خبری مثل روسیه و چین عمل می‌کنند، اخبار متفاوتی را منعکس می‌کنند و به‌عنوان آلت‌رناتیوی غیر از آنچه در رسانه‌های اصلی وجود دارد، شناخته می‌شوند. تحلیل‌گران رسانه‌ای به بررسی تمامی رسانه‌های جهانی می‌پردازند و سپس به سراغ رسانه‌های آلت‌رناتیو مانند روسیه، چین و ایران می‌روند. این یک مزیت است؛ زیرا جمهوری اسلامی

که با دغدغه‌های رسانه‌ای به رادیو یا تلویزیون آمده‌اند، در حالی که در دیگر کشورها، افراد از ابتدا با تخصص‌های رسانه‌ای وارد این حوزه می‌شوند و سپس به مدیریت و برنامه‌ریزی و جذب امکانات کلان می‌پردازند. مادر رسانه به صورت ابتدایی پیش می‌رویم و بنابراین حساسیت آنها در این زمینه چندان عجیب نیست. این موضوع چند نکته دارد. اول این‌که ما رسانه را به صورت آنی می‌بینیم. وقتی صحبت از خبر می‌شود، معمولاً به خبرهای ساعت ۲۱ یا ۲۲ اشاره می‌شود، در حالی که در عصر رسانه و فضای مجازی، خبر

باید ماندگار شود. صهیونیسم از این می‌ترسد که خبرها به اطلاعاتی تبدیل شوند برای نسل‌های آینده که به خاطر عملکرد مسئولان جهانی به آنها لعنت بفرستند. بنابراین، ماندگار کردن وقایعی که اسرائیل مرکب می‌شود، به معنای ثبت تاریخ است و این برای اسرائیل خطر رسانه‌ای به همراه دارد. در مرحله دوم، اعتبار خبر مطرح می‌شود. مسائلی که در حال حاضر در رسانه‌ها مطرح می‌شود، اعتبار پیدا می‌کند. مثلاً گفته می‌شود که بی‌بی‌سی یا سی‌ان‌ان این موضوع را مطرح کرده‌اند. در این شرایط، دیگر سخن‌گویان نمی‌توانند به این سطح از اعتبار دست یابند. برای مثال، کسی که ۲۰ سال درباره اسرائیل تحقیق کرده و کتابی نوشته، ممکن است تنها عدة کمی کتابش را بخوانند اما اگر همین مطالب در تلویزیون بیان شود، مردم آن را می‌شنوند و به خاطر می‌سپازند و تغییر آن دشوار خواهد بود. مسأله دیگری که باید در نظر گرفت، قدرت توزیع رسانه‌ای می‌شوم، باید یک مسئول سیاه‌پوست، چینی یا ژاپنی را ببینم. در غیر این صورت، هرگز نمی‌توانیم به اسطوره‌ای جهانی و محبوبیت بین‌المللی دست یابیم.

می‌گردد. مشکل این است که اسلام نمی‌تواند تنها در ذهن‌ها باقی بماند. اسلامی که در قلب‌ها باشد، به‌عنوان انگیزه‌ای برای عمل، کارساز نخواهد بود. اسلام باید در زندگی واقعی پیاده‌سازی شود. طوفان الاقصی و آغاز نصرا...، میادین جدیدی را فراهم آورده‌اند که اسلام می‌تواند در این فضاها به اجراء آید و گسترش یابد. این موضوع مشابه آن چیزی است که در اربعین پیش از این شاهدش بوده‌ایم، جایی که عناصر فرهنگی اسلام به‌وضوح در آنجا به نمایش گذاشته می‌شود. اربعین اکنون میدانی است که پیش‌تر وجود نداشت و حالا فضا برای آن فراهم شده است.

🔗 با توجه به چهارچوب‌های موجود، چگونه می‌توانیم شهدای مان را به عناصر فرهنگی بین‌المللی تبدیل کنیم؟

این وظیفه رسانه است که بتواند به یک صدای بین‌المللی تبدیل شود و عناصر رسانه‌ای را با نگاهی جهانی، بومی‌سازی کند. وقتی می‌گوییم این رهبران قرار است به قهرمانان بین‌المللی تبدیل شوند، باید آنها را به سمت جهانی‌شدن هدایت کنیم. حاج قاسم ممکن است برای من به‌عنوان یک آرژانتینی اهمیت چندانی نداشته باشد، زیرا می‌توان گفت او به نمایندگی از ایران از منافع ملی خود دفاع کرده است اما رسانه باید این نکته را بیان کند که صهیونیسم یک حرکت بین‌المللی است که آثار آن می‌تواند به بولیوی نیز برسد و منافع آنها را تهدید کند. یا نصرا... آمده است تا از شما در برابر این خوی ضدانسانی دفاع کند و نگذارد که روزی صهیونیسم شما را به خطر بیندازد. اگر می‌خواهیم به یک صدای رسانه‌ای بین‌المللی تبدیل شویم، باید این حرکت را با بومی‌سازی عناصر و استفاده از رسانه‌های غیرخودی انجام دهیم. بارها به دوستانم گفته‌ام که کار بین‌المللی به این معناست که وقتی وارد یک مؤسسه می‌سازمان رسانه‌ای می‌شوم، باید یک مسئول سیاه‌پوست، چینی یا ژاپنی را ببینم. در غیر این صورت، هرگز نمی‌توانیم به اسطوره‌ای جهانی و محبوبیت بین‌المللی دست یابیم.

🔗 رسیدن به رسانه‌ای یک صدانیا زماند برنامه‌ریزی است.

بله! این جریان رسانه‌ای نیازمند مقدمات خاصی است، از جمله تحول در ادبیات. یکی از ضعف‌های مادر رسانه‌این است که مخاطب بین‌المللی را با ادبیات بومی خود مدیریت می‌کنیم. در حالی که ارتباطات بین‌المللی بسیار پیچیده است و نیاز به مخاطب‌شناسی دقیقی دارد. در حال حاضر، ما برنامه‌هایی برای داخل کشور تولید می‌کنیم و سپس آنها را به همان شکل و با همان محتوا برای جهان ارائه می‌دهیم. رسانه باید در زمینه تولید، تولیدات بین‌المللی داشته باشد. همان‌طور که پیش از این گفتم ما تولیدات خود را به صورت ایرانی انجام می‌دهیم و توزیع جهانی داریم. در حالی که باید در تولید به نیازهای مخاطب توجه کنیم. اگر بخواهم برای زاین برنامه بسازم، باید یک ژاپنی به من کمک کند تا بفهمم چگونه باید این برنامه را طراحی کنم. باید به این نکته توجه کنیم که فهم صهیونیست‌ها از رسانه بسیار بالاست. آنها تاریخ طولانی و عمیقی با رسانه دارند، در حالی که رسانه‌های ما در جبهه مقاومت به نسبت آنها تخصص کافی ندارند. بسیاری از فعالان رسانه‌ای ما مهندس یا وکیل هستند

نمی‌توان گفت که کدام یک سوری و کدام یک لبنانی هستند. به‌نوعی بافت اجتماعی تغییر کرده است؛ عراق به لبنان تبدیل شده، لبنان به سوریه و سوریه به فلسطین. محوشدن مرزهای جغرافیایی یک فرصت است، زیرا پیش‌تر یک سوری در لبنان از محبوبیت چندانی برخوردار نبود. این وضعیت در کشورهای مختلف وجود دارد؛ مثلاً در آرژانتین، بولیویایی‌ها محبوب نیستند و در ایران نیز برخی ملیت‌ها از محبوبیت کمتری برخوردارند اما اکنون معادلات فرهنگی در این منطقه به هم ریخته است. شهادت عماد مغنیه، که رأس امنیت حزب... بود، در سوریه اتفاق افتاد. شهادت حاج قاسم، رأس امنیت سپاه قدس ایران، در عراق بود. این نشان‌دهنده حذف مرزهاست و به‌نظر می‌رسد این موضوع باید به‌عنوان یک مسأله بین‌المللی در رسانه‌ها مورد توجه قرار گیرد. مسأله دیگری که به‌وضوح نمایان شده، عدم وابستگی به فرد خاصی است. پس از شهادت سران حزب...، نیروهای مقاومت همچنان به مقاومت ادامه می‌دهند و این نشان می‌دهد که جریان مقاومت به‌فرد یا افراد خاصی وابسته نیست. به‌عنوان مثال، در کوبا که نماد استقامت در آمریکای لاتین است، جریان سیاسی به فیدل کاسترو وابسته بود. تمام ارزش‌های کوبا به شخص فیدل کاسترو مرتبط بود و بعد از رفتن او، کوبا نیز به پایان رسید. من با کشور کوبا ارتباط نزدیکی داشتم و پس از فیدل کاسترو، دیگر امید یا الگو و تعلق قلبی در آنجا وجود نداشت. کوبا مانند شوروی به پایان رسید. در مورد ونزوئلا نیز همین وضعیت برقرار است. ونزوئلا نیز با وجود چاوز، نام و محبوبیتی داشت اما بعد از رفتن او، ۵ میلیون ونزوئلایی به آمریکا و لبنان مهاجرت کردند اما این وضعیت در مورد حزب... و لبنان رخ نداد. در لبنان، با رفتن سران نظامی، هیچ اتفاقی نیفتاد. یکی از دوستانم تعریف می‌کرد که بعد از شهادت سید حسن، افرادی که قبلاً حزب الهی و اهل مقاومت نبودند، به جریان مقاومت پیوستند و احساس کردند که باید این خلأ را پر کنند. آنها معتقد بودند که با رفتن سید حسن، حالانوبت ماست که جبران کنیم. حتی این افراد پیش از این هیچ ارتباط ایدئولوژیک یا امنیتی با جریان مقاومت نداشتند اما اکنون به نیروهای مقاومت پیوسته‌اند و در حال جنگ هستند.

🔗 بنابراین لب کلام شما

این است که قائم به‌فرد

نبودن را در ذات اسلام

می‌بینید.

تمام این عناصر فرهنگی و پیوستگی‌ها براساس اسلام استوار است. می‌توان تنها یک ابراد به اسلام گرفت و آن به خود اسلام مربوط نمی‌شود، بلکه به روند تاریخی آن باز

مکت



شهید سید حسن نصرا...؛ نقطه آغاز من بود

وفاردی که تعهد اجتماعی داشتند، برایم جذاب بودند. در الگوگیری، الگوهای شعاری و نظری فراوانی وجود دارند اما الگوی متعددی که در زندگی به این اصول پایبند باشد، کمتر پیدا می‌شود. سید حسن کسی بود که زندگی‌اش با تفکر و ارزش‌هایش هم‌راستا بود. ما به‌عنوان مبلغ ممکن است بین گفتار و رفتارمان فاصله داشته باشیم. مثلاً در سخنرانی‌های مان مطالبی را بیان می‌کنیم که مشخص نیست بتوانیم همه آنها را عملی کنیم اما ایشان کسی بود که هر حرفی که می‌زد یا هر تفکری که داشت، در میدان زندگی به آن عمل می‌کرد. یک جوان آرژانتینی ۲۰ ساله که می‌خواهد تحولی دینی و مذهبی را تجربه کند، دیگر به دنبال اعتبارات و مسائل ظاهری نیست، بلکه به دنبال حقایق است.

دیدن حقایق در انسان‌ها در این زمانه بسیار دشوار شده است؛ مانند این است که انسان‌ها از معنا خالی شده‌اند. وقتی کسی را ببینیم که معنا و جوهر دارد، به الگو تبدیل می‌شود. از دست

سید حسن نصرا... برای من نقطه‌شروعی بود که به سمت تشیع هدایت شدم. ایشان نقش مربی روحی و معنوی را برای من ایفا کردند. در آن زمان که تازه با روحانیت و گفتمان دینی آشنا شده بودم و وارد فضای معنوی می‌شدم، این فرآیند بیشتر از طریق جلسات، سخنرانی‌ها و کلاس‌های سید حسن شکل می‌گرفت. حتی بعداً که به ایران آمدم، ایشان سالی یک‌بار به ایران می‌آمدند و ما در جمع لبنانی‌ها با ایشان ملاقات می‌کردیم. سید حسن برای ما یک راهنما و هدایت‌گر معنوی بود. یکی دیگر از جنبه‌های ارتباط من با ایشان، الگوبودن سید حسن برای من بود. تصمیم نهایی من برای طلبه‌شدن و ورود به فضای حوزوی به شخصیت ایشان برمی‌گردد. ایشان به‌عنوان جذاب‌ترین شخصیت دینی برای من مطرح بودند. از دوران جوانی، حتی در آرژانتین، به دنبال الگوهای خاصی بودم



کتاب و ادبیات پایداری پرداخته است. از آغاز جنگ تحمیلی تا امروز، حدود ۲۱ هزار عنوان کتاب در زمینه دفاع مقدس منتشر شده است؛ در حالی که با حدود ۲۲۰ هزار نفر شهید و تعداد اجناب‌ز بسیار زیاد، حدود یک میلیون خانواده ایرانی هم به‌طور مستقیم درگیر جنگ بودند. خوشبختانه، والدین شهدا هنوز در میان‌ما حضور دارند و مجموع این افراد به همان یک میلیون خانواده درگیر جنگ می‌رسد. با توجه به این مسأله، در هر استانی که درگیر جنگ بوده، ظرفیت‌های بسیاری وجود دارد که متأسفانه توجه کافی به آنها نشده است. وی افزود: به‌عنوان مثال، ۸۰ درصد شهدای جنگ از استان خوزستان بوده‌اند، خطه‌ای که سهم بزرگی از بار جنگ را بر دوش داشت و خاطرات بی‌شماری در خود دارد. اما فقط ۱۷۰ کتاب در این زمینه منتشر شده است.