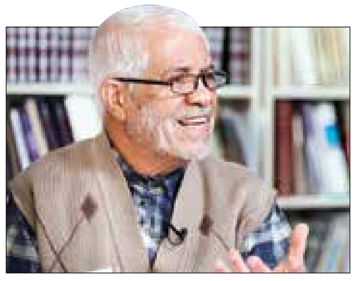
خبر

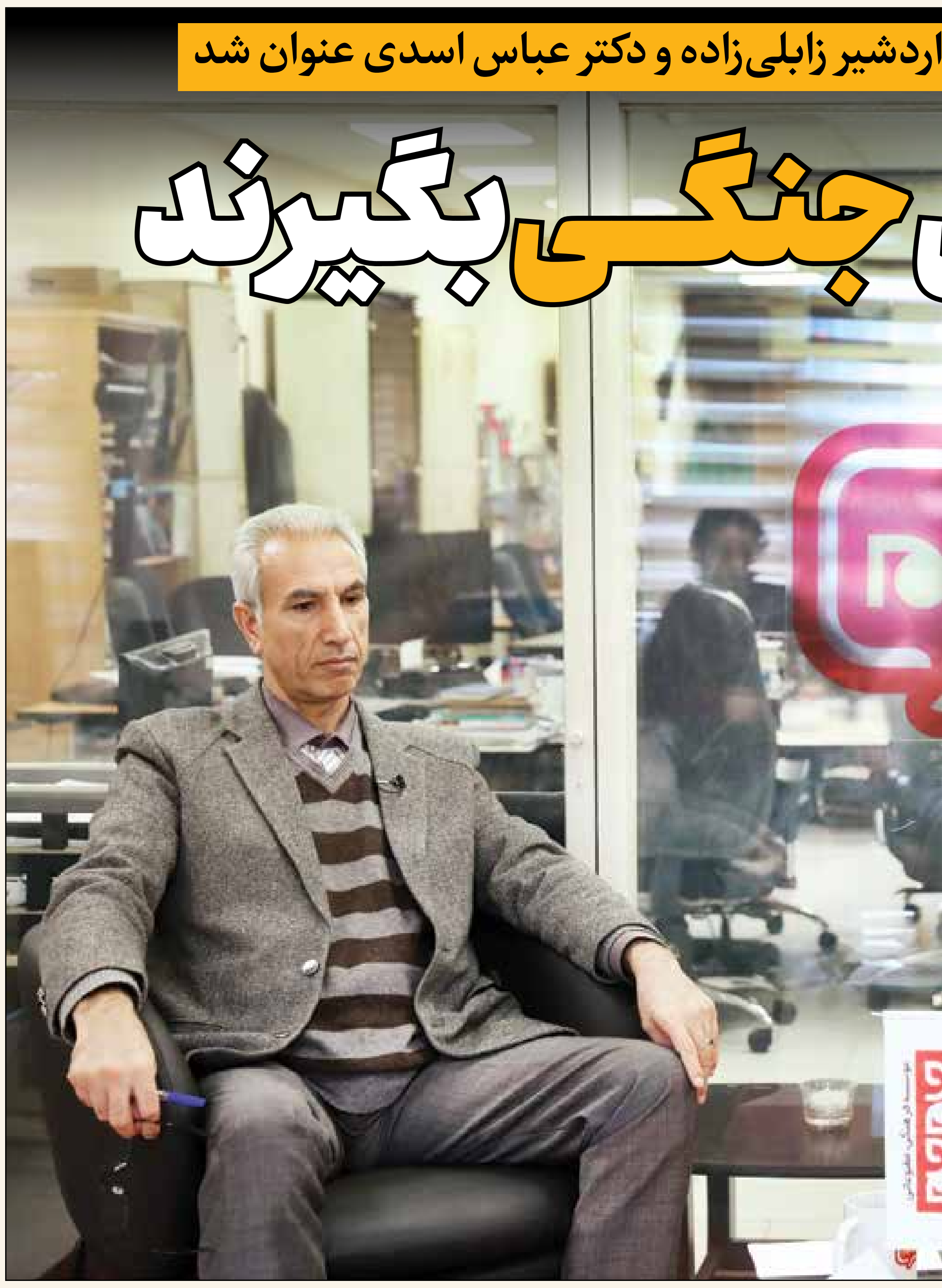
سلوک و اندیشه اصغر طاهرزاده سوژه طلیعه طاهر

مستند «طلیعه طاهر»، چهارمین فیلم از فصل دوم مجموعه مستند آئینه عمر، به بررسی زندگی و اندیشه‌های استاد اصغر طاهرزاده می‌پردازد و پنجشنبه ۲۷ دی ماه ساعت ۱۹ از شبکه چهار سیما پخش خواهد شد. این مستند پرتره‌ای از یک شخصیت تأثیرگذار در عرصه فلسفه و عرفان اسلامی است که آثارش در زمینه‌های مختلف معرفت و حکمت شناخته شده است. استاد طاهرزاده، متولد سال ۱۳۳۰ در اصفهان از جوانی به مباحث فلسفی و اسلامی علاقه‌مند شد و پس از اخذ مدرک کارشناسی زمین‌شناسی، به تحصیل در حوزه علمیه پرداخت. او در کنار تحصیل، به فعالیت‌های فرهنگی و اجتماعی نیز مشغول بود و آثار متنوعی در زمینه تفسیر قرآن، فلسفه و اخلاق به رشته تحریر درآورده است. اندیشه‌های او بر پایه حکمت متعالیه ملاصدرا و عرفان محی‌الدین ابن عربی استوار است و با تلفیق این دو، به تفسیر عمیقی از آموزه‌های اسلامی دست یافته است. فصل دوم مجموعه مستند آئینه عمر به تهیه‌کنندگی صدرا صدوقی و کارگردانی رضا عباسی، زندگی و میراث پژوهشی سیزده چهره نامدار حوزه علوم انسانی و فرهنگ ایران را به تصویر می‌کشد. این مجموعه هر پنجشنبه ساعت ۱۹ و تکرار آن جمعه‌ها ساعت ۱۲ از شبکه چهار سیما پخش می‌شود.



اردشیر زابلی‌زاده و دکتر عباس اسدی عنوان شد

جنگی بگیرند



رسانه‌های برون‌مرزی فارسی؛ باید هر کدام از اینها را در زمینه‌ها و جایگاه خودشان ببینیم. این رسانه‌های فارسی برون‌مرزی از کارکرد رسانه‌ای و خبری بیرون هستند و حوزه کاری‌شان «پروپاگاندا» ست نه کار حرفه‌ای و صحیح رسانه‌ای. در فضای جنگ و به‌ویژه جنگ روانی که وجود دارد، جهت‌گیری‌شان وابستگی به سرمایه‌گذارشان است و وابسته به سازمان زر و زور هستند. وقتی رسانه‌ای اعلام می‌کند از فلان‌جا تامین‌هزینه می‌شود، دیگر نباید از او انتظار کار حرفه‌ای داشته باشیم.

چگونه می‌توان میزان تأثیرپذیری مخاطبان را از چنین رسانه‌نماهایی به حداقل رساند به‌ویژه که موظف نیستیم به مخاطب بگوییم که این خبر را نبین یا نشنو اما مهم است که چه کار بکنیم تا مخاطبان ما در برابر آن رسانه‌ها منفعل نباشند؟

دکتر اسدی: عوامل مختلفی در آگاهی مخاطب مؤثرند که می‌توانند او را به خودآگاهی برسانند تا دریابد چگونه به رسانه بنگرد. بحث دیگر این است که ما در برابر رسانه‌ها باید چه کارهایی در درون کشورمان انجام بدهیم که مخاطبان را واکسینه کنیم و تا کنون انجام داده‌ایم که خودش بحثی مجزاست. شرایط امروز ما به‌گونه‌ای شکل گرفته که مخاطب را خودمان آگاهانه یا ناآگاهانه به سوی آن رسانه‌ها سوق می‌دهیم. ما که به تنهایی نمی‌توانیم شرایط را دگرگون کنیم؛ شرایط پیچیده اقتصادی، دینی، فرهنگی، اجتماعی و... است که دست‌به‌دست هم داده و مخاطب‌مان را تقدیم آن رسانه‌ها کرده بنابراین بایستی شرایط را دگرگون کرد نه رسانه را. وقتی شرایط ما مخاطبان را از رسانه خودی زده می‌کند و از دیگر سو در داخل کشور نه با رسانه و روزنامه‌نگاری بلکه با شبه‌رسانه و شبه‌روزنامه‌نگاری مواجهیم، شرایط به نوعی پیچیده‌تر هم می‌شود. شبه‌رسانه به این معنا که باوجود ادعاها در قدمت آموزش‌وپرورش این حوزه، نتوانستیم به ایجاد رسانه و روزنامه‌نگاری راستین توفیق پیدا بکنیم...

چون روزنامه‌نگار ما ناگزیر است به‌گونه شبه‌کارمند رفتار بکند؟

دکتر اسدی: بله دیگه! روزنامه‌نگار ما در ساعتی می‌آید با زدن کارت یا انگشت، آمار حضور می‌دهد و در پایان زمان کاری هم با درج ساعت خارج می‌شود و فکر و ذکرش احتمالا کسر حقوق برای پرنشدن زمان موظفی حضورش است به عبارتی ما کارمند تربیت کرده‌ایم. کارمند روزنامه‌نگاری هم به دنبال تولید مطالبی نیست که نیاز راستین مخاطبان را تأمین بکند یا بکوشد با خلاقیتش روایت اول بپردازد و... فقط پیگیر پرکردن ساعت کاری و درگیر میزان حقوق سر ماه است و فقط نام روزنامه نگار را یدک می‌کشد. یا میزان مطالعه و کتابخوانی سردبیران چه قدر است واقعا! شما نگاه بکن در کتاب روزنامه‌نگاری معاصر آوردم: سردبیر لوموند جایگاهی دارد که به وزارت خارجه درباره تعیین خط و مشی سیاست خارجی برنامه می‌دهد به عبارتی سیاست خارجه فرانسه نه در وزارت خارجه بلکه در سرویس بین‌الملل لوموند تعیین و طراحی می‌شود. آیا در روزنامه‌های ما چنین است و چنین تأثیری دیده می‌شود؟ اکثریت همکاران سرویس خارجی روزنامه ما یا به خاطر تسلط بر زبان خارجی یا تحصیل مترجمی در این گروه شاغلند وگرنه اکثرا در حوزه روابط بین‌الملل یا سیاست مطالعات عمیقی ندارند. با ترجمه چند خبر عنوان روزنامه‌نگاری به خود می‌دهند. آیا انصافا سردبیران ما چند کتاب نگاشته‌اند که اساس توجه علمی قرار گرفته باشد. در حالی که تالیفات سردبیران لوموند به‌عنوان کتاب درسی از مقطع لیسانس تا دکترا تدریس می‌شود.

در این باره آندره فونتن و کتاب تاریخ جنگ سرد مثال روشنگری است!

دکتر اسدی: این کتاب دوجلدی حدود دوهزار برگ است. این روزنامه‌نگار و سردبیر کتاب «یک بستر و دو رویا» را نیز نوشته که هزار برگ است. یا «ربع آخر سده» یا «از کابل تا سارایوو» که در محافل دانشگاهی به‌عنوان منابع معتبر درسی تلقی می‌شود. آیا روزنامه‌نگاران و سردبیران ما چنین کارآمدی و تأثیری دارند! وقتی سردبیر ما آن دانش و بینش را ندارد مسلم است که مخاطبان به سمت رسانه‌های فرامرزی ریزش می‌کنند. چرا مخاطبان در کشورهای غربی به سوی رسانه‌های غیرخودی‌شان نمی‌روند! مخاطبان آنها تأمین نیاز می‌شوند.

دکتر زابلی‌زاده: با استفاده از صحبت‌های آقای دکتر باید بپذیریم که ما در میانه یک جنگ ترکیبی به سر می‌بریم. این جنگ نیز زمینه دیگر نبردها را فراهم می‌آورد. در جنگ ترکیبی ازجمله عملیات روانی و جنگ‌های سایبری و رسانه‌ای دست‌اندرکار و فعالند.

نکته مهمی که درباره رسانه‌های بیگانه طرح شد؛ اتهام نیست. دقت بفرمایید این رسانه‌های خبری دقیقا آرایش جنگی بر علیه کشور ایران گرفته‌اند. این رسانه‌ها مطالب را در راستای سیاست‌گذاری خودشان دستکاری می‌کنند و در این روند، تحریف اطلاعات و استفاده از اخبار جعلی رخ می‌دهد.

بهتر است رسانه‌های ما نیز دقت کنند که لازم است در مقابل رسانه‌های خبری هتاک آرایش جنگی بگیرند در نتیجه از کارشناسانی برای بحث و گفت‌وگو به رسانه دعوت کنند که درک درستی از شرایط رسانه امروز جهان داشته باشند به اندازه کافی با سواد و دانش رسانه، آشنایی داشته باشند؛ اصول اخلاقی و روزنامه‌نگاری باید در بحث خبر و انتقال روایت رعایت شود. باید بدانیم نسبت به جامعه دارای مسئولیت اجتماعی هستیم. با اندک توجهی به رسانه‌های بیگانه فارسی زبان درمی‌یابیم که آنها رسانه را برای جنگیدن انتخاب کرده‌اند نه عمل کردن در چارچوب اخلاق حرفه‌ای و روزنامه‌نگاری.

نکته آخری که آقای دکتر اسدی عنوان کرد کلیدی بود که در پاسخ به فرمایش شما [درباره چه کار باید بکنیم] باید تاکید کنم که ما در این مقطع از تاریخ نیاز به تربیت کارمند رسانه‌ای نداریم. امروز وقتی در جنگ رسانه‌ای با رقبایی روبارو هستیم و از اخلاق حرفه‌ای بوی نبرده‌اند و تلاش می‌کنند از مهارت‌های روزنامه‌نگاری برای جعل خبر و سوءاستفاده از احساسات و موج‌سواری نهایت بهره ببرند بایستی «کماندو رسانه‌ای» کنیم. کماندو رسانه‌ای می‌تواند در جنگ رسانه‌ای به عملیات آنی و ویژه دست بزند، برای نجات حرکت می‌کند. در این راستا باید تاکید کنم که جامعه ما دارای آگاهی بالایی است و انتقال مطلب در جامعه ما بسیار سریع انجام می‌شود در عین حال باید سطح جامعه را با دانش و سواد رسانه‌ای بیش از این ارتقا بدهیم و این مهم را در جامعه نهادینه کنیم که همه اطلاعات را مطالبه نکند زیرا رسانه‌ای که چنین کنشگری و رویکردی دارند با اهداف خاص در اطلاعات دست می‌برند تا بتوانند به عملیات روانی دست بزنند. جامعه ما دارای فهم و دریافت و شعور و رسایی بالا و والایی است و البته رسانه نیز حق ندارد همه اطلاعات را به‌ویژه در برخی شرایط خاص در اختیار عموم بگذارد زیرا چه بسا باعث زیان گسترده و در امنیت و منافع عمومی شود و حتی از مسیر اصلی خارج شود.

دکتر اسدی: در صحبت‌های رسانه‌های بیگانه نمی‌توان دید! از ادله علمی مطلبی آورده شود. این تیپ کارشناسان که عنوان خودشان را از رسانه می‌گیرند و به سفارش رسانه نظر می‌دهند

با نگاهی به تحولات رسانه در دوران پساانقلاب اسلامی آیا چشم‌انداز پیش‌رو به چه سویی روان است؟

ما در پی پنج دوره تحول رسانه‌ای بعد از انقلاب اسلامی در فضای تربیت و پرورش نیروهای رسانه‌ای خوب عمل کرده‌ایم که در رسانه‌های کشور اکنون فعالند و دانش بالای رسانه‌ای دارند و همانند کماندوهای رسانه‌ای عمل می‌کنند اما کم‌شمارند. ما امروز مسأله جنگ رسانه‌ای را باید بسیار جدی‌تر از گذشته بگیریم بقول آقای دکتر اسدی الان که در جنگ رسانه‌ای هستیم و این که از فرامرزها رسانه‌های فارسی‌زبان در قالب جنگ‌های ترکیبی یا حتی جنگ شناختی به جد پای کار ایستاده‌اند تا در فضای افکار عمومی کشور ایران اسلامی بتوانند احساس ناامنی ایجاد کنند، باید رسانه‌های خودمان را تقویت کنیم.

و درباره ریزش مخاطبان؟

دکتر زابلی‌زاده: اگر در روزنامه‌نگاری با اصول اخلاقی و احترام به مخاطبان کار رسانه‌ای انجام دهیم هرگز زیان نمی‌بینیم. روایت درست از رویداد باعث اعتماد مخاطب می‌شود لذا اعتبار رسانه بالا می‌رود.

دکتر اسدی: آقای دکتر زابلی‌زاده نکات ارزنده‌ای فرمودند. در شرایط جنگی، رقیب ما به هیچ اخلاقی پایبند نیست چه رسد به این اخلاقی که ما تعریف می‌کنیم. اخلاق رسانه‌ای را عموما از غرب گرفته‌ایم که من به آن باور ندارم اصولا چه لزومی دارد به اخلاق این‌چنینی آن هم در شرایط جنگی پایبندی نشان بدهیم. اخلاق بحث پرچالشی است. به نظر من در شرایط کنونی رعایت نمی‌شود و چنین سفارش‌هایی همانند توصیه‌درمانی است که اثری ندارد.

نمی‌خواستم به این نکته اشاره کنم اما ناگزیرم به آغاز کار همین روزنامه برگردم. فضای ذهنی مخاطبان و رویکردشان به‌خاطر تبلیغات برخی رسانه‌ها پذیرای روزنامه فرهنگی - اجتماعی ما نبود اما همکاران با رعایت همین اخلاق حرفه‌ای و کار خلاقه در چارچوب اصول سنجیده و پذیرفته و خردپذیر چنان اعتمادسازی کردند که در بازه‌ای کوتاه همین روزنامه، پرمخاطب‌ترین شد.

دکتر اسدی: شخصا معتقدم در روزنامه‌نگاری بیشتر از اخلاق باید به انصاف حرفه‌ای توجه شود. روزنامه‌نگار در هنگام نوشتن بایستی به وجدان خودش رجوع بکند که چقدر این گزارش و مطلبش با انصاف حرفه‌ای هماهنگی و همگرایی دارد. همه ما روزنامه‌نگاران انسانیم و دغدغه‌هایی پیچیده و مشکلات پردامنه داریم که می‌تواند باعث لغزشش شود تا اخلاق را نادیده بگیرد پس نمی‌توان نسخه‌ای منسجم و یگانه به رسانه تجویز کرد. هنوز در روزنامه ما مطالبی منتشر می‌شود که اخلاق و رفتار شایسته را نادیده می‌گیرد یا کلماتی و گزاره‌هایی که ضداخلاقی‌اند و از سریال‌ها تا متن‌ها را فراگرفته همانند برخی اصطلاح‌های ناهماهنگ با فرهنگ ما که در جامعه طی چنین روندی رواج داده شده.

دکتر زابلی‌زاده: ما همین الان در یک جنگ تمام عیار رسانه‌ای هستیم. وقتی رژیم‌صهیونیستی بدون توجه به قوانین بین‌الملل در شرایطی که سوریه دست خوش نا آرامی شده و قادر نیست از خودش دفاع کند با بی‌رحمی تمام زیرساخت‌ها و سیستم دفاعی این کشور را نابود می‌کند می‌بینیم و می‌شنویم که رسانه‌های همسو با رژیم‌صهیونیستی این اقدام بی‌شرمانه او را موجه و در راستای دفاع از خودش در افکار عمومی تحلیل می‌کنند. من به این اقدام رسانه‌ای می‌گویم «زورگویی رسانه‌ای» چراکه با اتهام‌زدن به کشورهای مسلمان و جبهه مقاومت اسلامی می‌خواهند کشور نامشروع و کودک کش رژیم‌صهیونیستی را مظلوم و مشروع جلوه بدهند.

توصیه می‌کنم روزنامه‌نگاران کشور عزیزم ایران اسلامی دقت کنند که ما در یک جنگ رسانه‌ای با دشمن تا دندان مسلح قرار داریم. این دشمن که لحظه آرام نمی‌گیرد قصد دارد بر افکار عمومی کشور ما مسلط شوند و زمینه نا امنی و اهداف شوم خودشان را بسازند. لذا باید از قالب کارمندی خارج شد و موقعیت کماندوهای رسانه‌ای را در پیش گرفت و با شناسایی اهداف آنها و آگاه کردن مردم از این مرز و بوم دفاع کرد و ناجی مردم منطقه نیز بود. باید مراقبت کنند که رسانه‌های زورگو با بکارگیری شرخرهای رسانه‌ای غربی و وابسته با گفتن اخبار جعلی بر افکار عمومی تأثیر بگذارند که دروغ‌های دشمن جدی و باورپذیر شود و زمینه زورگیری از ملت ما را برای کشورهای نامشرع فراهم کند. پس ضرورت دارد رسانه‌های کشور آرایش رسانه‌ای بگیرند.

متن کامل

مکث

روزنامه‌نگار یا شبه کارمند!

دکتر اسدی: اخلاق زمانی کاربرد دارد که طرف مقابل نیز به آن پایبندی‌هایی داشته باشد. در غیر این صورت فقط شما دست خودتان را می‌بندید. روزنامه‌نگار جنگ باید جامعه‌شناسی جنگ را بداند، تاریخ سیاسی و فرهنگی و... منطقه را بشناسد و به‌گونه‌ای مسلح باشد. در اخبار جنگ معمولا عوامل ثانویه دخیل را روزنامه‌نگاران استخراج نمی‌کنند و بازتاب نمی‌دهند. دوانگاری در همه این اخبار وجود داشته و دارد، طرف مثبت و جبهه منفی! مانند اخبار داعش؛ هیچ‌وقت به عوامل و دولت‌های دخیل در ماجرا و بهره‌مند از آن اشاره جدی نشده و نمی‌شود. نمونه‌اش ژاپن که در روند درگیری‌های گذشته داعش بسیار سود برد از فروش ماشین‌های تویوتا به داعش تا... از این‌رو به ریشه‌های جنگ و عوامل پنهان و نادیده در آن جنگ اشاره حتی نمی‌شود که سود کلان می‌برند. این افشاگری‌ها خودش یک نوع اخلاق است. روزنامه‌نگار باید تمام فکروذکرش کارش باشد نه این که این جایگاه فقط کارت ویزیتش باشد و به مشغولیات دیگرش بپردازد، فقط شبه‌کارمند باشد. بی‌دغدغه مطالعه درست و شناخت عمیق یا تالیف و پژوهش... ضمن این که نگاه بیزینسی به روزنامه‌نگاری، بلای این حرفه و تقلیل این شغل شریف است.

مستند

لشکر زینبی و روایت خانواده‌های مدافع حرم

مستند «لشکر زینبی» به روایت دیدارهای صمیمانه رهبر انقلاب با خانواده شهدای مدافع حرم می‌پردازد و به زودی از شبکه دو سیما پخش خواهد شد. این مستند که به همت مؤسسه پژوهشی- فرهنگی انقلاب اسلامی و به کارگردانی محسن اردستانی تهیه شده، شامل تصاویری دیده نشده از این محافل صمیمانه در پنج سال گذشته است. این مستند به بررسی ابعاد انسانی و عاطفی این دیدارها می‌پردازد و تلاش دارد یاد و خاطره شهدای مدافع حرم را زنده نگه دارد. لشکر زینبی روز پنجشنبه ۲۷ دی حوالی ساعت ۱۴:۴۵ پخش می‌شود و بینندگان می‌توانند با تماشای آن، به عمق احساسات و ارزش‌های خانواده‌های شهدای مدافع حرم پی ببرند. این برنامه به عنوان یک اثر فرهنگی، ضمن بزرگداشت یاد شهدای مدافع حرم، به ترویج فرهنگ ایثار و فداکاری در جامعه کمک می‌کند و فرصتی مناسب برای آشنایی بیشتر با زندگی و شخصیت این شهدا فراهم می‌آورد.

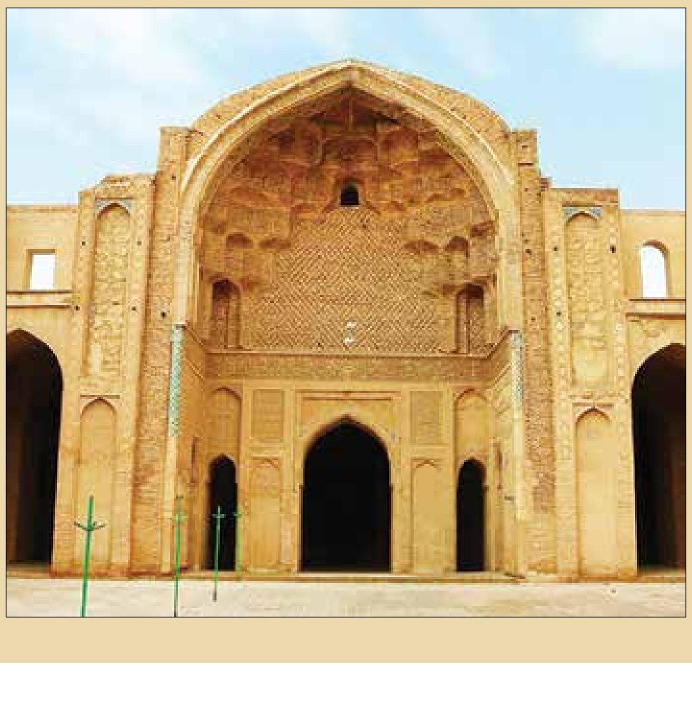
زاویه

سلامت آمیخته با معنویت در «خدا با ماست»

«خدا با ماست» با موضوعات مختلف سلامت هر روز قبل از اذان ظهر به مدت ۱۵ دقیقه از شبکه سلامت رسانه‌ملی پخش می‌شود. این برنامه مجری‌محور به موضوعاتی در حوزه سلامت ازجمله سلامت جسم، روان و کنترل رفتار در شرایط مختلف اجتماعی می‌پردازد و از آنجاکه زمان پخش آن هنگامه اذان ظهر بوده با معنویات و آموزه‌های دینی هم عطرآگین شده است. فرهاد خان‌استادی، تهیه‌کننده خدا با ماست درباره این برنامه گفت: ما درخصوص موضوعاتی همچون غیبت، دروغ، اسراف، وسواس، اضطراب و هر آنچه که منجر به سلب آرامش افراد و ایجاد تشویش و نگرانی‌ها می‌شود، صحبت می‌کنیم. وی افزود: خدا با ماست که با اجرای امیر حاجیان روی آنتن می‌رود، در ابتدای برنامه از فضایی شاد بهره می‌برد و هر چه به زمان پخش اذان ظهر نزدیک می‌شویم حال‌وهوای برنامه رنگ و بوی عرفانی‌تری به خود می‌گیرد.

دریچه

معرفی جاذبه‌های تاریخی ورامین در «تهرانگرد»

برنامه «تهرانگرد» این هفته، جمعه ۲۸ دی ساعت ۲۰:۳۰ به معرفی جاذبه‌های شهرستان ورامین خواهد پرداخت. این برنامه با هدف نمایش قدمت و تمدن غنی ورامین، تصاویری از تاریخ و بافت روستایی این منطقه را به نمایش می‌گذارد. ورامین، با تاریخچه‌ای کهن و فرهنگی غنی، یکی از شهرستان‌های مهم استان تهران به‌شمار می‌آید. در این قسمت از تهرانگرد، برنامه‌سازان به‌ویژه به روستای خاوه پرداخته و تلاش دارند تا زیبایی‌ها و آثار تاریخی این منطقه را به تصویر بکشند. تهیه‌کنندگی این برنامه را سجاد مشحون بر عهده دارد و گروه تهران و شهروند شبکه تهران در تولید آن همکاری می‌کنند. تهرانگرد هر هفته جمعه‌ها روی آنتن می‌رود و فرصتی است تا بینندگان با تاریخ و فرهنگ غنی ورامین آشنا و از جاذبه‌های کمترشناخته‌شده این منطقه بهره‌مند شوند.