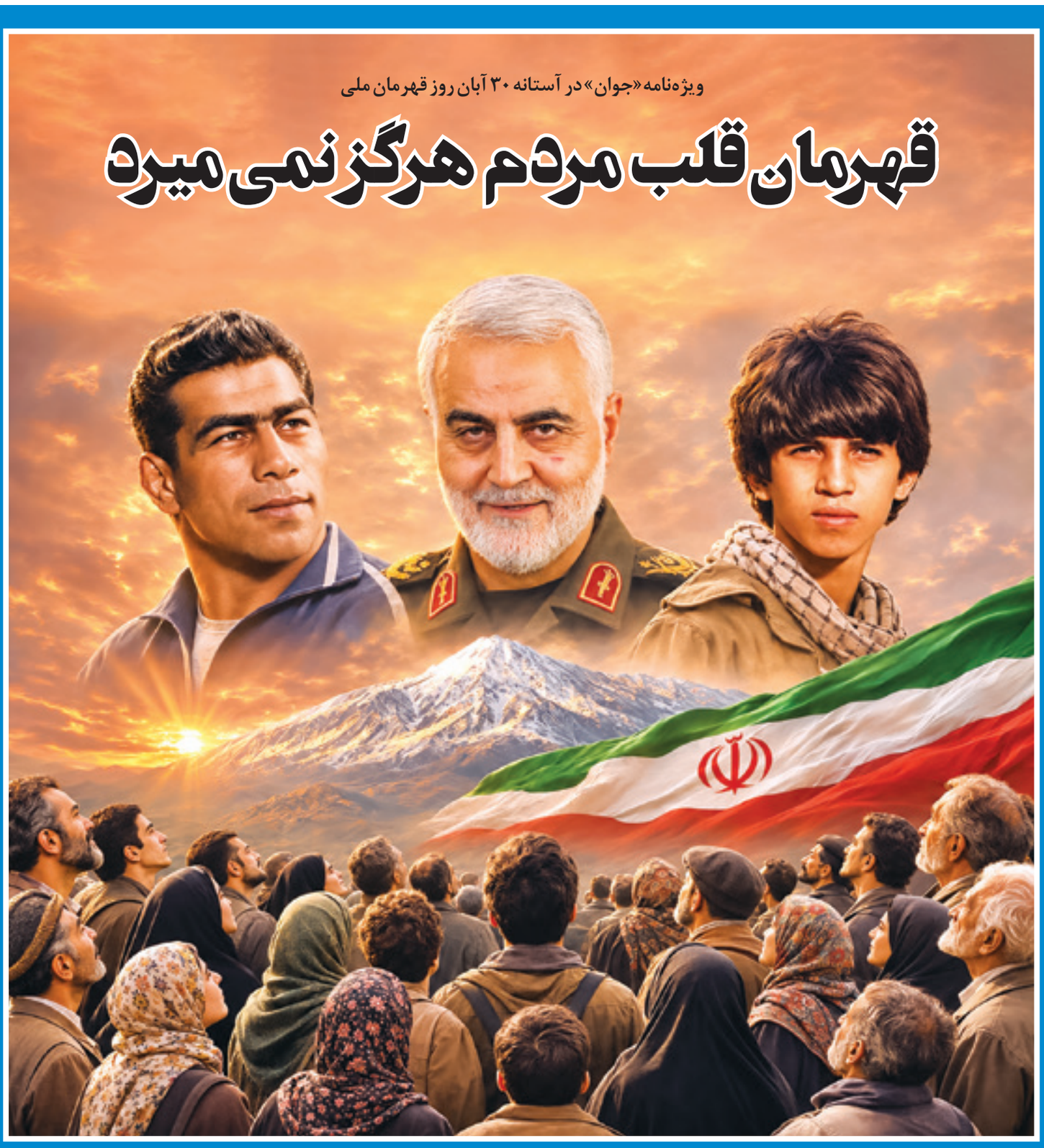
کاشانه
ویژه‌نامه هفتگی سبک زندگی و خانواده روزنامه جوان
جوان
پنج‌شنبه ۲۸ آبان ۱۴۰۵ - ۹ جمادی‌الثانی ۱۴۴۸

ویژه‌نامه «جوان» در آستانه ۳۰ آبان روز قهرمان ملی

قهرمان قلب مردم هرگز نمی‌میرد



همه فرزندان مسئولیت‌پذیر این مرز و بوم قهرمانند

این روزها کافی است چند دقیقه در شبکه‌های اجتماعی وقت بگذرانیم تا با دهها چهره آشنا شـــویم که هر کدام به شـــکلی خود را در جایگاه یک قهرمان، الگـــو یا فرد موفق معرفی می‌کنند. کسانی که سبک زندگی، پوشش، سفرها، درآمد و حتی روابط شخصی‌شان به موضوع توجه هزاران نفر تبدیل شده است. گاهی تعداد دنبال‌کنندگان یک فرد، بیشتر از هر ویژگی دیگری به او اعتبار می‌دهد و محبوبیت در فضای مجازی، به‌اشتباه معیاری برای سنجش ارزش و تأثیرگذاری افراد قرار می‌گیرد. اما آیا هر کســـی که دیده می‌شود، شایسته قهرمان نامیده شدن است؟ آیا شهرت و محبوبیت می‌تواند جایگزین مسئولیت‌پذیری و فداکاری شود؟ شاید یکی از مهم‌ترین پرســـش‌هایی که در روزگار ما باید با نوجوانان و جوانان در میان گذاشت، همین باشد؛ اینکه قهرمان واقعی چه کسی است و چه چیزی یک انسان را از دیگران متمایز می‌کند؟ | صفحه ۸



اسماعیل کوثری، عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی:

حاج قاسم قهرمانی بود که شهرتش را مردم ساختند



سردار محمد تولایی، معاون سابق هماهنگ‌کننده سازمان اطلاعات سپاه:

حاج قاسم از مسیر اخلاص و خدمت بی‌ادعا قهرمان مردم شد



محمدصادق رمضانی‌زاده، روانشناس، پژوهشگر حوزه تعلیم و تربیت و مدیر پروژه دانایار:

تصویر قهرمان را نمی‌شود به نوجوان دیکته کرد



مجتبی حقیقی، کارشناس آموزش و پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی و مدرس دانشگاه:

نمره و مدال معیارهای درستی برای معرفی قهرمان به نوجوانان نیستند

نگاه

قهرمان واقعی، گمشده نسل دیجیتال

ناصر سهرابی

تاریخ ایران پر از انسان‌هایی است که در لحظه‌های دشوار، از مرز آسایش و منفعت شخصی عبور کردند و مسئولیت دفاع از مردم، سرزمین و باورهایشان را پذیرفتند. از میرزا کوچک‌خـــان جنگلی که در روزگار آشـــفتگی و مداخله بیگانگان به میدان آمد تا ستارخان و باقرخان که در جنبش مشروطه در برابر استبداد ایستادند؛ از رئیسعلی دلواری که در برابر تجاوز نیروهای انگلیسی مقاومت کرد تا غلامرضا تختی که نامش با جوانمردی و اخلاق ورزشی گره خورد. در روزگار معاصر نیز شهیدانی چون مصطفی چمران، محمدابراهیم همت، مهدی باکری و محمد جهان‌آرا، هر یک در میدان‌های دشوار دفاع از کشور و انقلاب نقش‌آفرینی کردند. حاج قاسم سلیمانی نیز برای بخش بزرگی از جامعه ایران به نمادی از مجاهدت، فرماندهی و حضور در میدان‌های دشوار تبدیل شده است. این نام‌ها صرفاً فهرســـتی از شخصیت‌های تاریخی نیســـتند؛ هر کدام می‌توانند نقطه شـــروع روایتی درباره انتخاب، مســـئولیت، شجاعت و هزینه ایستادگی باشند. مسئله فقط این نیست که نسل جوان نام قهرمانان گذشته را کمتر شنیده‌است؛ مسئله عمیق‌تر، تضعیف توان جامعه در تشخیص و فهم معنای قهرمانی اســـت. وقتی قهرمان به چهره‌ای دور از زندگی روزمره، مجموعه‌ای از شعارها یا تصویری رسمی و دست‌نیافتنی تبدیل شود، طبیعی است که نتواند با تجربه‌زیســـته نســـل جدید ارتباط برقرار کند. جوان امروز برای شناخت یک شخصیت به دنبال جزئیات است؛ می‌خواهد بداند او چه انتخاب‌هایی داشته با چه تردیدها و دشواری‌هایی روبه‌رو بوده و در چه شرایطی تصمیم گرفته است. اگر روایت ما فقط به بیان نتیجه‌ها و ســـتایش‌ها محدود بماند و از مســـیر زندگی، پیچیدگی‌ها و هزینه‌های انتخاب سخنی نگوید، نمی‌توان انتظار داشت مخاطب با آن ارتباطی عمیق برقـــرار کند. ملت‌ها فقط با ثبت تاریـــخ زنده نمی‌مانند با روایت‌کردن تاریخ زنده می‌مانند. اگر این روایت به نسل بعد منتقل نشود، فاصله میان گذشته و آینده روزبه‌روز بیشتر خواهد شد.

شناخت جهانی شخصیت‌هایی مانند بتمن، سوپرمن و مرد عنکبوتی اتفاقی نیست. این شخصیت‌ها ابتدا در صفحات کتاب‌های مصور شـــکل گرفتند، اما با ورود به سینما، تلویزیون، بازی‌های رایانه‌ای، ادبیات کودک و نوجوان، اسباب‌بازی، پوشاک و شـــبکه‌های اجتماعی، به بخش مهمی از فرهنگ عمومی جهان تبدیل شدند. هالیوود و صنعت ســـرگرمی امریکا به‌خوبی دریافته‌اند شـــخصیت محبوب فقط یک قهرمان داستانی نیست؛ می‌تواند به یک سرمایه فرهنگی و اقتصادی تبدیل شود. برای جهانی کردن این شخصیت‌ها، ســـرمایه‌گذاری گسترده‌ای در تولید، بازاریابی، بازآفرینی و توزیع آثار انجام می‌شود. البته نباید این فرایند را به یک نقشه واحد و متمرکز تقلیل داد؛ منافع تجاری شرکت‌ها، قدرت صنعت سرگرمی، بازار جهانی و شبکه گســـترده توزیع نیز در این موفقیت نقش دارند. نتیجه اما روشن است: شخصیتی که در ابتدا برای مخاطبی محدود خلق شده، می‌تواند به نمادی شناخته‌شده در کشورهای مختلف تبدیل شود. بنابراین، مسئله این نیست که چرا نوجوان ایرانی بتمن و سوپرمن را دوست دارد؛ مسئله این است که چرا ما نتوانسته‌ایم قهرمانان خود را با همان استمرار، جذابیت و کیفیت روایی به نسل جدید معرفی کنیم. علاقه به قهرمانان داســـتانی به‌خودی‌خود تهدید نیست؛ ناتوانی در روایت قهرمانان واقعی خودمان مسئله اصلی است.

سینما یکی از مهم‌ترین ابزارهای انتقال حافظه تاریخی و فرهنگی است. یک فیلم یا مجموعه تلویزیونی موفق می‌تواند شخصیتی تاریخی را از صفحات کتاب‌ها بیرون بیاورد و به تجربه‌ای زنده و ملموس برای مخاطب تبدیل کند. سینمای ایران نیز در این زمینه بی‌تجربه نیست. مجموعه تلویزیونی «دلیران تنگستان» به کارگردانی همایون شهنواز، تصویری ماندگار از مقاومت مردم جنوب و مبارزه رئیسعلی دلواری در برابر نیروهای انگلیسی ارائه کرد. فیلم «ستارخان» ساخته علی حاتمی، به سراغ یکی از چهره‌های مهم جنبش مشروطه رفت؛ اثری که البته با بحث‌ها و نقدهایی درباره شیوه روایت تاریخی خود نیز روبه‌رو شد. مجموعه «کوچک جنگلی» به کارگردانی بهروز



افخمی و با نویسندگی ناصر تقوایی، زندگی و مبارزات میرزا کوچک‌خان را به قاب تلویزیون آورد. فیلم «جهان‌پهلوان تختی» نیز پروژه‌ای بود که علی حاتمی ساخت آن را آغاز کرد، اما پس از درگذشت او بهروز افخمی آن را به پایان رساند. این آثار نشان می‌دهند سینمای ایران ظرفیت پرداختن به قهرمانان ملی را داشته است؛ اما این تجربه‌ها به یک جریان مستمر، نظام‌مند و متناسب با ظرفیت تاریخی کشور تبدیل نشده‌اند. ساخت یک اثر درباره قهرمانان ملی نباید صرفاً به مناسبت‌ها و سالگردها محدود شود. برای ماندگاری یک شخصیت در حافظه عمومی، به پژوهش تاریخی، فیلمنامه قدرتمند، شخصیت‌پردازی دقیق، سرمایه‌گذاری و استمرار تولید نیاز است. در این میان، ظرفیت سینما برای روایت زندگی حاج قاسم سلیمانی نیز قابل توجه است. سینما می‌تواند او را از قاب‌های تکراری و تصویرهای رسمی بیرون بیاورد و ابعاد انسانی زندگی‌اش را به نمایش بگذارد: از کودکی و خانواده در کرمان تا تجربه جنگ، مسئولیت فرماندهی، رابطه با نیروهایش و تصمیم‌گیری در موقعیت‌های دشوار. نسل تازه با دیدن یک تصویر تبلیغاتی و یک‌سویه لزوماً همراه نمی‌شود؛ اما می‌تواند با روایتی دقیق، مستند و هنرمندانه به شناخت عمیق‌تری برسد. هنر قرار نیست مخاطب را به پذیرش بی‌چون‌وچرای یک شـــخصیت وادار کند؛ وظیفه‌اش فراهم کردن امکان شناخت است.

در کنار ســـینما، ادبیات ظرفیت مهمی برای ماندگارکـــردن قهرمانان ملی دارد. رمان، داستان کوتاه، خاطره‌نگاری، زندگینامه و ادبیات نوجوان می‌توانند وجوهی از شـــخصیت قهرمان را آشـــکار کنند که گاه در قالب تصویر و روایت‌های رسمی کمتر دیده می‌شـــود. ادبیات می‌تواند از دل یک واقعه تاریخی، تجربه‌ای انسانی خلق کند و مخاطب را به جهان ذهنی و عاطفی شخصیت نزدیک سازد. در مورد حاج‌قاسم سلیمانی نیز این ظرفیت وجود دارد که ادبیات، تعریفی تازه و عمیق‌تر از او ارائه کند؛ نه با تغییر واقعیت تاریخی یا افسانه‌سازی، بلکه با پرداختن به تجربه جنگ، مسئولیت فرماندهی، نسبت او با نیروهایش، خانواده و مردم، ایمان، تنهایی و هزینه‌های انتخاب. چنین روایتی به پژوهش، شناخت دقیق منابع و صداقت ادبی نیاز دارد. اگر ادبیات صرفاً به بازگویی ستایش‌آمیز آنچه مخاطب از پیش می‌داند بسنده کند، فرصت کشف لایه‌های تازه شخصیت را از دست می‌دهد. ادبیات باید بتواند قهرمان را از سطح یک نام آشنا به شخصیتی قابل فهم و تأمل تبدیل کند. ۳۰آبان باید به فرصتی برای طرح یک پرسش جدی تبدیل شود: ما برای شناساندن قهرمانان خود چه کرده‌ایم و چه چیزی برای نســـل بعد به جا گذاشته‌ایم؟ ملتی که قهرمانانش را روایت نمی‌کند، فقط حافظه تاریخی خود را از دست نمی‌دهد؛ میدان شکل‌دادن به آرمان‌ها و تخیل نسل آینده را نیز خالی می‌کند. در این میدان، دیگران بیکار نمی‌مانند؛ آنها قهرمانان خود را می‌سازند، روایت می‌کنند و به جهان می‌فرستند. پرسش این نیست که چرا جوان ایرانی بتمن و سوپرمن را می‌شناسد؛ پرسش این است که چرا ما هنوز نتوانسته‌ایم قهرمانان خود را چنان روایت کنیم که نسل جوان، آنها را نه فقط به‌عنوان نام‌هایی در کتاب تاریخ، بلکه به‌عنوان الگوهایی زنده برای زندگی و آینده خود بشناسد؟

جستار

قهرمان در قاب نیست

نیره محمودی

نوجوانی را تصور کنیـــد که هر روز صبح، پیـــش از آنکـــه از تختخواب بیرون بیاید، صفحـــه تلفنش را باز می‌کند. چند چهره مشهور در قاب گوشی ظاهر می‌شوند. یکی با لباس تازه و خـــودروی گران‌قیمتـــش، دیگری بـــا ویدیویی که میلیون‌ها بار دیده شـــده و آن یکی با جنجالی که از شب گذشـــته فضـــای مجـــازی را پـــر کـــرده اســـت. تعداد دنبال‌کنندگانشان سر به میلیون می‌زند. نامشان همه جا شنیده می‌شود و هر حرکت‌شان موضوع بحث است. چند دقیقه بعد، نوجوان به مدرســـه می‌رود و شاید در مسیر، از کنار کسی عبور کند که ســـال‌ها برای نجات جان دیگران تلاش کرده، بی‌آنکه نامش را بداند. معلمی که زندگی چند دانش‌آموز را تغییر داده، امدادگری که در حادثه‌ای جانش را به خطر انداخته یا انسانی که بی‌هیاهو بخشی از عمرش را صرف خدمت به دیگران کرده است. در جهان اول، همه چیز در معرض دید است. در جهان دوم، بسیاری از ارزشمندترین کارها دور از چشم دوربین‌ها اتفاق می‌افتد. همین فاصله، یکی از پرسش‌های مهم زمانه ماســـت: چه کسی قهرمان است؟ کســـی که بیشـــتر دیده می‌شود یا کســـی که کار بزرگ‌تری انجام می‌دهد؟ آیا شـــهرت، محبوبیت و تعداد دنبال‌کنندگان می‌تواند معیاری برای سنجش بزرگی یک انسان باشد؟

در نگاه نخست، ممکن است قهرمان و سلبریتی چندان از هم دور به نظر نرسند. هر دو شناخته‌شده‌اند، درباره‌شان حرف زده می‌شود و گروهی از مردم رفتار و سبک زندگی‌شان را دنبال می‌کنند. اما شـــباهت این دو بیشتر در میزان دیده شدن است، نه در دلیل و معنای این دیده شدن. سلبریتی معمولاً به واسطه حرفه، اســـتعداد، ظاهر، سبک زندگی یا حضور رسانه‌ای خود شناخته می‌شـــود. بازیگر، ورزشکار، خواننده یا تولیدکننده محتوایی کـــه میلیون‌ها مخاطب دارد، ممکن است محبوب و تأثیرگذار باشد. این محبوبیت لزوماً منفی نیست. یک هنرمند می‌تواند با اثرش امید ایجاد کند، یک ورزشـــکار می‌تواند الهام‌بخش تلاش و پشـــتکار باشد و یک چهره شناخته‌شده می‌تواند توجه جامعه را به مسئله‌ای مهم جلب کند. مسئله از جایی آغاز می‌شود که شهرت، به جای یکی از ویژگی‌های یک فرد، به معیار اصلی ارزش‌گذاری او تبدیل شود. قهرمان اما با تعداد کسانی که نامش را می‌دانند تعریف نمی‌شـــود. او کسی است که در موقعیتی دشوار، مسئولیتی را می‌پذیرد. از منفعت شخصی خود می‌گذرد یا برای حفظ جان، امنیت، کرامت و آرامش دیگران قدمی برمی‌دارد. ممکن است شناخته‌شده باشد یا سال‌ها کسی نامش را نشنود. ممکن است تصویرش روی جلد مجله‌ها باشد یا هیچ عکسی از او در فضای مجازی پیدا نشود. آنچه او را از دیگران متمایز می‌کند، نه میزان توجهی که دریافت می‌کند، بلکه کیفیت انتخاب‌ها و اثر رفتارش بر زندگی دیگران است. به بیان ساده، سلبریتی ممکن است به دلیل دیده شدن محبوب شود، اما قهرمان به دلیل کاری که انجام داده شایسته احترام می‌شود. شهرت می‌تواند نتیجه



قهرمانی باشد، اما به تنهایی دلیل آن نیست.

شبکه‌های اجتماعی فقط ابزار ارتباط نیستند. آنها به یکی از مهم‌ترین میدان‌های شـــکل‌گیری ســـلیقه، محبوبیت و الگوهای رفتاری تبدیل شـــده‌اند. در ایـــن میدان، دیده شدن گاهی از خود موضوع مهم‌تر می‌شود. الگوریتم‌های پلتفرم‌هایی مانند اینستاگرام و تیک‌تاک معمولاً محتوایی را بیشتر به کاربران نشان می‌دهند که احتمال واکنش گرفتن آن بالاتر باشد. محتوایی که مخاطب را متوقف کند، به تماشا وادارد، وادار به نظـــر دادن کند یا او را به اشـــتراک‌گذاری ترغیب کند. در چنین فضایی، یک ویدیوی چندثانیه‌ای از یک حرکت عجیب، یک دعوای جنجالی یا نمایش زندگی لوکس ممکن است بیشتر از گزارشی درباره سال‌ها فعالیت علمی، اجتماعی یا امـــدادی دیده شـــود. الگوریتم لزوماً نمی‌پرســـد این فرد چه خدمتی به جامعه کرده یا رفتار او چه تأثیری بر زندگـــی دیگران دارد. آنچه برای ســـازوکار توزیع محتوا اهمیت دارد، میزان تعامل کاربران اســـت. به همین دلیل، گاهی چیزی که بیشترین توجه را می‌گیرد، لزوماً بیشترین ارزش را ندارد. این سازوکار را می‌توان نوعی کارخانه شهرت دانست. کارخانه‌ای که مواد اولیه‌اش تصویر، هیجان، جنجال و واکنش مخاطب است. در این کارخانه، مرز میـــان محبوبیت و اعتبار به‌تدریج کمرنگ می‌شـــود. فردی که ویدیوهایش بازدید بالایی دارد، ممکن اســـت در ذهن مخاطب به کســـی تبدیل شود که حرف‌هایش در هر زمینه‌ای معتبر اســـت. کســـی که میلیون‌ها دنبال‌کننده دارد، گاهی بدون داشـــتن تخصص یا تجربه کافی، درباره موضوعات پزشـــکی، اجتماعی، اقتصادی و حتی تربیتی اظهار نظر می‌کند و بخشـــی از مخاطبان نیز سخنان او را به دلیل شـــهرتش می‌پذیرند. این همان نقطه‌ای است که قهرمان‌سازی کاذب آغاز می‌شود. فرد مشهور، به تدریج از یک چهره سرگرم‌کننده به الگوی زندگی تبدیل می‌شود. نه لزوماً بـــه دلیل ویژگی‌های اخلاقی یا دســـتاوردهایش، بلکه چون دائماً در برابر چشـــم مخاطب قـــرار دارد. تکرار تصویر، گاهی جای شـــناخت واقعی را می‌گیرد. مخاطب تصور می‌کند کسی را می‌شناسد، در حالی که فقط بخش انتخاب‌شـــده‌ای از زندگی او را دیده است. گاهی مرز میان تجربه شـــخصی، تبلیغ تجاری و توصیه تخصصی روشن نیست. نوجوانی که هنوز در حال شکل دادن به معیارهای خود برای موفقیت است، ممکن است تصور کند خوشبختی در داشتن لباس خاص، سفرهای پرهزینه، ظاهر بی‌نقص یا زندگی پرزرق‌وبرق خلاصه می‌شود. در این میان، جنجال نیز می‌تواند به ابزاری برای حفظ شهرت تبدیل شود. هرچه واکنش‌ها بیشتر باشد، احتمال دیده شدن دوباره افزایش می‌یابد. گاهی حتی انتقاد و مخالفت مخاطبان نیز به سود چهره‌ای تمام می‌شود که به دنبال حفظ حضور در فضای عمومی است. به این ترتیب، ممکن است فردی نه به خاطر یک دستاورد ارزشمند، بلکه به دلیل رفتارهای تحریک‌آمیز و حاشیه‌ساز، در مرکز توجه قرار بگیرد. مسئله، تشخیص تفاوت میان شهرتی است که بر پایه توانایی و اثر مثبت شکل گرفته و شهرتی که فقط اگر تعداد دنبال‌کنندگان، میزان بازدید و حضور مداوم در رســـانه‌ها معیار قهرمانی نیست، پس باید به دنبال چه نشانه‌هایی باشیم؟ قهرمان واقعی را نمی‌توان با یک تعریف کوتاه یا یک فهرست ساده شناخت، اما چند ویژگی می‌تواند در تشـــخیص او راهگشـــا باشد. نخستین ویژگی، دیگرخواهی است. قهرمان واقعی فقط به این فکر نمی‌کند که چه چیزی به دست می‌آورد. می‌تواند نیاز و رنج دیگران را ببیند و برای آن مســـئولیتی بپذیرد. ویژگی دوم، عمل‌گرایی اســـت. قهرمان بودن با حرف‌های زیبا، شعارهای پرشور یا انتشار جملات انگیزشی به دست نمی‌آید. میان آنچـــه فرد می‌گوید و آنچـــه انجام می‌دهد باید نسبتی واقعی وجود داشته باشـــد. قهرمان در لحظه عمل شناخته می‌شـــود. آنجا که انجام وظیفه دشوار است و امکان فرار از مسئولیت وجود دارد. فداکاری نیز از عناصر مهم قهرمانی است. البته هر فداکاری‌ای به معنای قهرمانی نیســـت و هر قهرمانی هم لزوماً با یک اقدام خارق‌العاده یا به خطر انداختـــن جان همراه نمی‌شـــود. گاهی فداکاری در ســـال‌ها تلاش بی‌وقفه، گذشـــتن از آسایش شخصی، ایستادگی در برابر بی‌عدالتی یا پذیرفتن مسئولیتی دشوار معنا پیدا می‌کنـــد. معلمی که با وجود دشـــواری‌ها برای آموزش دانش‌آموزان محروم تلاش می‌کند، پزشکی که در شرایط سخت به بیماران خدمت می‌کند یا امدادگری که برای نجات انسان‌ها خطر می‌پذیرد، ممکن است در زندگی روزمره خود قهرمانانه رفتار کند. حتی اگر نامش هرگز به تیتر رسانه‌ها راه پیدا نکند. مســـئولیت‌پذیری و پایبندی به اصول نیز اهمیت دارد. قهرمان واقعـــی فقط زمانی که دوربین‌ها روشـــن‌اند، رفتار مســـئولانه نشـــان نمی‌دهد. ارزش‌های او در موقعیت‌های دشوار هم قابل مشاهده است. اثرگذاری بر زندگی دیگران یکی از مهم‌ترین معیارهاست. در نهایت باید گفت قهرمان در قاب نیست. در انتخابی است که وقتی تماشاگر و تشویقی وجود ندارد انجام می‌دهیم. در مسئولیتی که می‌پذیریم، در حقی که از آن دفاع می‌کنیم و در قدمی که برای دیگری برمی‌داریم.