



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



عمران
علیه السلام

www.

www.

www.

www.

Ghaemiyeh

.com

.org

.net

.ir



نامزد صالح



دفتر مطالعات و پژوهشی های
مرکز رسیدگی به امور مساجد

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

نامزد اصلح

نویسنده:

گروه پژوهشهای کاربردی مرکز رسیدگی به امور مساجد

ناشر چاپی:

موسسه فرهنگی ثقلین

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۷	نامزد اصلح
۷	مشخصات کتاب
۹	فهرست مطالب
۱۱	پیش گفتار
۱۲	مقدمه
۱۳	فصل اول: تاریخچه جنگ روانی
۱۳	اشاره
۱۶	تبلیغات
۱۶	روانشناسی تبلیغات
۱۶	تاکتیک های تبلیغاتی
۱۸	مراحل پیروزی تبلیغاتی
۱۹	شیوه های جنگ روانی
۲۲	اثرات جنگ روانی
۲۳	وحشت
۲۳	سر دردهای تنش
۲۳	واکنش های انجماد
۲۳	تکان های شدید و لرز
۲۳	افزایش فعالیت های اتونومیک
۲۴	وقفه ی تنفسی
۲۴	ضعف عصبی و عروقی
۲۴	احساس ذهنی ترس
۲۴	حالت اضطراب
۲۴	اهداف جنگ روانی

۲۵	فصل دوم: نامزد اصلح کیست؟
۲۵	اشاره
۲۹	وظیفه مردم در انتخابات
۲۹	انگیزه افراد برای شرکت در انتخابات
۲۹	انتخاب اصلح
۲۹	خصوصیات اصلح به طور عام
۳۰	خصوصیات اصلح به طور خاص
۳۰	اصلح از دیدگاه قرآن و روایات ائمه
۴۴	اصلح از دیدگاه امام خمینی قدس سره
۴۶	اصلح از دیدگاه مقام معظم رهبری
۵۰	انتخاب اصلح در فضای سالم تبلیغاتی
۵۱	منابع
۵۲	درباره مرکز

نامزد اصلح

دفتر مطالعات و پژوهش های مرکز رسیدگی به امور مساجد

آموزگار، محمد.

نامزد اصلح / مؤلف محمد آموزگار [برای] دفتر مطالعات و پژوهش های ۶۷ ص . - (انتشارات ثقلین؛ ۵۹)

ISBN

۹۶۴ - ۹۹۶۰ - ۲۵ - ۲

مرکز رسیدگی به امور مساجد. - قم؛ تهران: مؤسسه فرهنگی ثقلین، ۱۳۸۸.

۶۷ ص. - (انتشارات ثقلین؛ ۵۹)

کتابنامه: ص ۶۷؛ همچنین به صورت زیر نویس.

1. ایران - انتخابات. 2. جنگ روانی. الف. دفتر مطالعات و پژوهش های مرکز رسیدگی به امور مساجد. ب. عنوان. JQ1789/1018

۳۲۴/۹۵۵۰۸۴۴

ناشر: انتشارات ثقلین

مؤلف: محمد آموزگار (دفتر مطالعات و پژوهش های مرکز رسیدگی به امور مساجد)

صفحه بندی و ناظر چاپ: عباس رحیمی

لیتوگرافی و چاپ: چاپ نینوا - قم

قطع و تعداد صفحه: پالتویی - ۶۷ صفحه

چاپ و تیراژ: چاپ اول - 5000 نسخه

تاریخ: اردیبهشت 1388

نشانی:

انتشارات ثقلین: قم - خیابان انقلاب - چهارراه سجادیه - کوچه شماره 33

پلاک 13 - تلفن 7734467 - دورنویس 7732864

مؤسسه فرهنگی ثقلین: تهران - تهرانپارس - بین فلکه دوم و سوم

خیابان 182 غربی - پلاک 6 - تلفن 77702312 - دورنویس 77881452

شماره شابک ۲ - ۲۵ - ۹۹۶۰ - ۹۶۴

خیر اندیش دیجیتال: مؤسسه مددکاری و خیریه ایتم امام زمان (عجل الله تعالی فرجه الشریف) شهرستان بروجن.

ویراستار دیجیتال: فروغ محمدی.

ص: 1

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است

پیش گفتار ... 7

مقدمه ... 11

فصل اول: تاریخچه جنگ روانی ... 13

تبلیغات ... 17

روانشناسی تبلیغات ... 18

تاکتیک های تبلیغاتی ... ۱۹

مراحل پیروزی تبلیغاتی ... 21

شیوه های جنگ روانی ... 22

اثرات جنگ روانی ... 28

وحشت ... 28

سر دردهای تنش ... 29

واکنش های انجماد ... 29

تکان های شدید و لرز ... 29

افزایش فعالیت های اتونومیک ... 30

وقفه ی تنفسی ... 30

ضعف عصبی و عروقی ... 30

احساس ذهنی ترس ... 30

حالت اضطراب ... ۳۱

اهداف جنگ روانی ... 31

فصل دوم: نامزد اصلح کیست؟ ... 35

وظیفه مردم در انتخابات ... 40

انگیزه افراد برای شرکت در انتخابات ... 41

انتخاب اصلح ... 42

ص: 2

خصوصیات اصلاح به طور عام ... 42

خصوصیات اصلاح به طور خاص ... 43

اصلاح از دیدگاه قرآن و روایات ائمه: ... 43

اصلاح از دیدگاه امام خمینی (قدس سره) ... 57

اصلاح از دیدگاه مقام معظم رهبری ... 60

انتخاب اصلاح در فضای سالم تبلیغاتی ... 64

منابع ... 67

پیش‌گفتار

انقلاب اسلامی ایران روایتی دو سویه از مشروعیت و مقبولیت را در گردونه نظام سیاسی تعریف می‌نماید که مشروعیت خاستگاهی الهی دارد و مقبولیت خاستگاهی عرفی و مردمی. در هم تنیدگی مشروعیت و مقبولیت و شیوه چینش طولی آن دو، نظام معنایی سیاسی پیچیده و مترقی را فراهم آورده است که در رأس آن ولایت فقیه قرار دارد که منشوری از دانایی و دینداری می‌باشد مردم نیز صاحبان اصلی این نظام هستند که معرکه بازار سیاست را وا نهاده و با استمداد از دین آسمانی اسلام، گامی بلند برای ترسیم چرخه «انسان کامل» و «مدینه فاضله» برداشته اند نظامی که در آن مناسبات قدرت و سیاست بازی تو در توی قدرت پرستان نیست بلکه به واقع خدمتی الهی تعبیر می‌شود تا رقابتی برای خدمت به خلق حاصل گردد که رضایت خلق منجر به رضایت خالق می‌شود.

در چنین نظامی اهداف بس مقدس و بلندند و راه‌های رسیدن به اهداف نیز به همین سیاق مشروعیتی انسانی می‌یابند که انتخابات یکی از این راه‌هاست. انتخابات تجلی اراده مردم در عرصه عمومی است که این عرصه تنها با اراده مردم سامان می‌یابد. در اصل ششم قانون اساسی آمده است «در جمهوری اسلامی ایران؛ امور کشور باید به اتکاء آراء عمومی اداره شود...» از این روست که انتخابات از سویی حق مردم و از طرفی تکلیف الهی است که باید آحاد شهروندان نظام اسلامی این تکلیف را به جای آورند. امروز انقلاب اسلامی با شکوه‌تر از همیشه به راه خویش برای رسیدن به تمدن زرین اسلام در حرکت است و این مردم هستند که با حمایت و انتخاب خویش این اهداف را پی می‌گیرند. دشمنان نیز هر روز بیشتر از دیروز در تلاشند تا در مسیر این خیزش عظیم تاریخی مانعی بیافرینند اما مردم ما با الهام از آرمان‌های امام کبیر و تبعیت از رهبری فرزانه انقلاب این طریق مقدس را با شوری فرا تاریخی هر روز طوفنده‌تر از دیروز می‌پیمایند. کتاب پیشروی گامی کوچک از طرف دفتر مطالعات است تا در این حرکت بزرگ نقشی داشته باشد. کتاب حاضر مشتمل بر دو فصل است که در فصل اول به موضوع جنگ روانی، پیامدها و طرح‌های پیریزی شده توسط دشمن می‌پردازد و چگونگی ایجاد شبهه و نهایتاً

سلب قدرت تصمیم‌گیری از مخاطب را بررسی می‌کند و در فصل دوم که فراز اصلی کتاب است به بررسی نامزد اصلح از دیدگاه آیات و روایات و امام (قدس سره) و رهبری می‌پردازد و خصوصیات یک نامزد را بررسی می‌کند امید است که این تحقیق گامی در راستای آرمان‌های اصیل انقلاب باشد در پایان از محقق ارجمند جناب حجت الاسلام والمسلمین محمد آموزگار نویسنده کتاب کمال تشکر و امتنان را داریم.

دفتر مطالعات و پژوهش‌های

مرکز رسیدگی به امور مساجد

مقدمه

قدرت‌های استعماری جهان برای دستیابی به اهداف پلید خود در به زانو درآوردن ملت‌ها و دولت‌های جهان جهت بهره‌کشی ظالمانه‌ی خود از هر طریق ممکن که لازم باشد استفاده می‌نمایند. لذاست که به عنوان نمونه می‌توان نحوه‌ی برخورد آنها را با ایران اسلامی مطرح نمود که در این برخورد علاوه بر بهره‌برداری از تمام روش‌های ممکن از جنگ روانی نیز به عنوان یک روش کارآمد و مهم در تحقق اهداف خود استفاده نمودند که این روش عمده‌ترین راه‌کاری است که استعمار در تهاجم خود همان‌طور که مقام معظم رهبری نیز به آن اشاره و تأکید نمودند از آن استفاده می‌نمایند که ابزار مورد استفاده در این جنگ عمدتاً تبلیغات می‌باشد که با استفاده از ابزار مختلف مثل نشریات، کتب، سخنرانی و رسانه‌های گروهی اعم از داخلی و خارجی در رسیدن به اهداف خود تلاش می‌کنند.

معذک قدرت‌های استعماری یکی از اصولی که در برخوردهای ظالمانه خود با دیگر کشورها به آن توجه کامل داشته و بهره‌ی لازم را می‌برند، تبلیغات می‌باشد تبلیغات در دنیای امروز یعنی «کوشش کم و بیش سیستماتیک که هدف نهایی آن شکل و فرم دادن به عقائد، نگرش، و رفتار مردم در جهتی خاص که مورد نظر مبلغ است، می‌باشد». پس در جنگ روانی اعتقاد بر این است که عقاید، احساسات گرایش‌ها و تفکرات را تغییر دهیم که تغییر خود باعث تغییر در ساختار شخصیتی و رفتار فرد می‌شود که این امر بر پایه‌ی تبلیغات استوار است.

ولکن آن چه لازم به نظر می‌رسد این است که خود و دیگران را در برابر هر هجوم تبلیغاتی مسموم و مغرضانه‌ی دشمن استعمارگر واکسینه‌نماییم چرا که خواه ناخواه در مسیر این امواج مسموم قرار خواهیم گرفت

و راه واكسینه نمودن نكرش ها، عقاید و تفكرات، شناخت فرآیند تغییر نكرش، شناخت تبلیغات و اهداف آن و شناخت شیوه های جنگ روانی، آشنایی با اثرات جنگ روانی بر افراد یک جامعه و آشنایی با این كه رفتار متأثر از چه عوامل متعددی است خواهد بود.

در فرهنگ علوم سیاسی کلیت «جنگ» را مبارزه مسلحانه بین کشورهای یا مردم یک سرزمین برای رسیدن به هدف های سیاسی و اقتصادی و... تعریف نموده اند با این تعبیر می توان جنگ ها را به جنگ عادلانه، جنگ تجاوز کارانه، استعمارگرانه، توسعه طلبانه و جنگ آزادی خواهانه طبقه بندی کرد.

فصل اول: تاریخچه جنگ روانی

اشاره

در طول تاریخ ملت ها در برخوردهایی كه با یکدیگر پیدا می نمودند همواره علاوه بر درگیرهای مادی و از مسائل روانی برای تحت فشار در آوردن طرف مقابل استفاده می نمودند. لذاست كه در زمان ظهور اسلام كه منافعی بسیاری از ظالمان را به خطر انداخته بود از این شیوه توسط دشمنان اسلام، خصوصاً منافقین استفاده به عمل می آمد كه در قرآن کریم نیز طبق آیاتی به اذیت و آزار منافقین بر پیامبر اسلام و پیروان آن حضرت اشاره می نماید كه می فرماید:

«وَ إِذَا لَقُوا الَّذِينَ آمَنُوا قَالُوا آمَنَّا وَإِذَا خَلَوْا إِلَىٰ شِيَاطِينِهِمْ قَالُوا إِنَّا مَعَكُمْ إِنَّمَا نَحْنُ مُسْتَهْزِئُونَ» (1)

«چون با اهل ایمان برخوردند (منافقین) گویند ما ایمان آورده ایم و چون با شیطان های خود خلوت کنند گویند ما باطنا با شما ایم جز این كه مؤمنان را استهزاء می كنیم».

و در جای دیگر می فرماید:

«وَلَا تَلْسُؤُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَ تَكْتُمُوا الْحَقَّ وَ أَنْتُمْ تَعْلَمُونَ» (2)

«حق را به باطل مپوشانید تا حقیقت را پنهان سازید و حال آن كه به حقانیت آن واقفید».

و هم چنین در خصوص شایعه سازی دشمنان اسلام می فرماید:

«لَئِنْ لَمْ يَنْتَهِ الْمُنَافِقُونَ وَ الَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَ الْمُرْجِفُونَ فِي الْمَدِينَةِ لَتُغْرِيَنَّكَ بِهِمْ ثُمَّ لَا يُجَاوِرُونَكَ فِيهَا إِلَّا قَلِيلًا» (3)

اگر منافقین و آنها كه در دلهايشان بیماری است و همچنین آنها كه اخبار دروغ و شایعاتی بی اساس در مدینه پخش می كنند دست از كار خود بردارند تو را بر ضد آنان می شورانیم پس جز مدت کوتاهی

ص: 5

1- بقره: 14.

2- بقره: 42.

نمی‌توانند در کنار تو در شهر باشند».

همان‌طور که مشاهده می‌نمائید منافقان در زمان‌های بحرانی فعال می‌شوند و با پخش شایعات دلهره‌آور جامعه اسلامی را به اضطراب می‌افکنند. اوج شیطنت آنها در جنگ‌ها بود پس دشمن را بزرگ جلوه می‌دادند، خسارات ناشی از جنگ را بزرگ می‌نمودند و...

و در آیاتی دیگر در مورد فتنه‌گری منافقان می‌فرماید:

«لَوْ خَرَجُوا فِيكُمْ مَا زَادُوكُمْ إِلَّا خَبَالًا وَلَا أُضْعَفُوا لَكُمْ إِلَّا قَلِيلًا وَفِيكُمْ سَمَاعُونَ لَهُمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ» (1).

«اگر منافقان همراه شما به جنگ بیرون آمده بودند جز فساد (تردید و اضطراب) بر شما نمی‌افزودند و به سرعت در میان شما رخنه می‌کردند تا فتنه پدید آورند و در میان شما کسانی تأثیر پذیرند که به سخنان آنان گوش دل می‌سپارند و خداوند به ستم‌گران آگاه است».

و هم‌چنین در ادامه آیه می‌فرماید: «لَقَدْ ابْتِغُوا الْفِتْنَةَ مِنْ قَبْلُ وَقَلَبُوا لَكَ الْأُمُورَ حَتَّىٰ جَاءَ الْحَقُّ وَظَهَرَ أَمْرُ اللَّهِ وَهُمْ كَارِهُونَ» (2).

«منافقان پیش از این هم دنبال فتنه‌گری بودند و کارها را برای تو واژگون جلوه می‌دادند تا آن‌که حق آمد و امر خدا آشکار شد و (شما پیروز شدید) در حالی که آنان ناخوش می‌دانستند».

و بسیاری از موارد دیگر که دشمنان اسلام در اثر گذاشتن بر مردم از آن استفاده می‌کردند.

و اما در اواخر جنگ جهانی اول نیز تبلیغات به عنوان حربه‌ای روانشناسانه به خدمت استعمارگران درآمد هدف اساسی این نوع تبلیغ استعمار فکری ملت‌های ستم‌دیده‌ی جهان در مسائل سیاسی و اقتصادی، فرهنگی بوده است و در نتیجه برای توجیح این سیاست افکار عمومی کشورهای خود و دیگر را نیز فریب داده به بی‌راهه‌کشاندند این امر طی جنگ جهانی دوم از چنان‌اهمیتی برخوردار گشت که طرفین جنگ در به‌کار بردن آن برای رسیدن به هدف‌های خود به رقابت با یکدیگر برخاستند و این تلاش جنگ روانی و بی‌جان‌گ‌اعصاب نامیده شد. به این ترتیب بعد از این دوره اهمیت جنگ روانی به اندازه‌ی جنگ مسلحانه و حتی در مواردی بیش از آن گردید به طوری که جنگ مسلحانه در خدمت جنگ روانی درآمد. در جهان امروز جنگ روانی جزئی از فعالیت‌های سیاسی، نظامی، اقتصادی و اجتماعی کشورهای استکباری است. که تحت پوشش سازمان‌های اطلاعاتی در سطح ملی و بین‌المللی دارای کارکردهای گوناگون است. برای مثال بنگاه مرکزی اطلاعات آمریکا (سیا) در حال حاضر با استفاده از شیوه‌های روانی کنترل افکار عمومی آمریکا و سایر نقاط جهان را در دست دارد که یکی از فعالیت‌های مهم سیا در کشورهای مختلف تأثیر گذاشتن در به‌اختیار گرفتن مطبوعات به خصوص روزنامه می‌باشد. در جریان مطبوعات داخلی کشورمان نیز، مقام رهبری «به پایگاه دشمن بودن آنها» اشاره نمودند و عملکرد آنها بدین صورت است که نظام استکباری با ایجاد روزنامه‌ها و یا نفوذ در روزنامه‌های

ص: 6

1- توبه: 47.

2- توبه 48.

کشورهای مزبور، اخبار را طوری منعکس می کنند که هدفش بی اعتبار کردن دولت و ایجاد نفاق بین مردم و در نهایت رسیدن به اهداف طراحی شده خودشان می باشد.

تبلیغات

از آنجایی که اساس جنگ روانی بر تبلیغات استوار است و این واژه در تعریف جنگ روانی نی-ز-ب-ه-ک-ار-آم-ده است از این رو به بحث پیرامون مفهوم تبلیغات اشاره ای می نمائیم. «تبلیغات» دارای ریشه لاتین بوده و معنی آن پخش کردن، منتشر ساختن و چیزی را شناساندن است. امروزه تبلیغات به معنای تأثیر گذاری بر عقاید دیگران تعریف می شود و هدف از آن فراهم ساختن موجبات پیوستن بیشترین شمار ممکن از افراد به یک ایدئولوژی یا نظام سیاسی یا یک حزب و جریان است و هم چنین واداشتن آنان به احراز تعهدی فعال می باشد.

روانشناسی تبلیغات

روانشناسی تبلیغات، در پی تغییر نگرش و باورهای افراد بوده؛ که مبلغ می خواهد نگرش ها، باورها و افکار افراد را از آن خودش نماید ولی آن چه که واقعا تغییر می کند نگرش افراد است لذاست که مبلغ برای رسیدن به هدف باید مراحل طی نماید که به آن اشاره می گردد:

1- شناخت ماهیت انسان؛

2- ویژگی های شناختی افراد مورد نظر؛

3- ویژگی های عاطفی افراد مورد نظر؛

4- ویژگی های هیجانی؛

5- ساختار فردی افرادی که قرار است بر روی آنان تأثیر گذاشته شود؛

6- انگیزه افراد، وابستگی و دلبستگی آنها، امیال و آرزوهای آنها؛

7- ساختار رفتار فرد؛

8- تغییر در نگرش، باور، ایدئولوژی و فلسفه فرد؛

9- و اگر توانستیم در نگرش فرد تغییری حاصل کنیم نتیجه این تغییر، تغییر رفتار فرد خواهد بود.

ناکتیک های تبلیغاتی

بهترین راه برای یافتن راهکارهای تبلیغاتی بررسی قواعدی است که مبلغ های موفق از آنها استفاده می نمایند که این قواعد عبارتند از:

1- در نظر داشتن مخاطب: باید در تبلیغات فرد یا طبقه خاصی را مورد خطاب قرار دهند و کلمات را متناسب با فهم و چهار چوب ذهنی

مخاطب به کار ببرند بر پایه ی اطلاعات لحظه به لحظه ای که در باره ی نگرش هـ ای گروه مخاطب دارند صحبت کنند نام رویه های را به کار ببرند که برای آنان آشناست و نزد آنان اعتبار دارد و

ص: 7

البته مبلغ برای یک چنین کاری خود سعی در آفریدن آنها را دارد یعنی موضوعی را تحت عنوان یک رویه برجسته معرفی و از آن به عنوان یک ابزار استفاده می نماید.

2- ظاهرسازی: آنها براساس مصلحتی که می پندارند خیلی از مسائل را رعایت می نمایند که قلباً اعتقادی به آن ندارند مسائلی مثل این که از خصومت پرهیزند، با دشمن همانند یک دوست برخورد شود از لجبازی، توهین و عیب جویی اجتناب کنید.

3- شایعه سازی: شایعه سازی و پراکندن آن در جامعه از ابزار مهم و کارآمد در امر جنگ روانی به شمار آید. ده است بدین صورت که شایعه ای مطرح می کنند و هم زمان به شایعه بودن آن نیز اعتراف می کنند ب_ا_ی_ن_ک_ار_ضمن_آن_که_خرسندی_خود_را_حفظ_کنند شایعه را می پراکنند این شایعه به سرعت به عنوان یک حقیقت تکرار می شود بدون آن که مشخص شود شایعه است.

4- حمله به نقاط ضعف مخاطب: در هر عملکردی خواه ناخواه یک سری مسائل از نقصان برخوردار است یا به نظر این چنین می رسد و لکن دشمن از این فرصت استفاده لازم را نموده و سعی می کند ناسازگاری ها و نارضایتی های ریشه دار را بزرگ نموده و از آنها بهره بگیرند و بر اشتباهات طرف مخاطب که قصد ضربه زدن به او را دارد، تأکید نماید و احساس گناه را در او برانگیزد.

5- زیرکی و فرصت طلبی: دشمن سعی می کند با زیرکی از هر فرصتی استفاده کند موارد مدنظر خود را به افراد مخاطب تلقین نماید. لذا سعی می کند جمله های کوتاه و جذاب به کار ببرد نگرانی ها را بیشتر و بزرگتر نماید.

مراحل پیروزی تبلیغاتی

و اما دشمن در روش تبلیغی خود جهت غلبه بر طرف مقابل خود مراحل را طی می نماید_د_ک_ه_ب_دان_اشاره_می_گردد.

مرحله اول، خسته کردن: در این مرحله با تدابیری که می اندیشد سعی می کند مردم را از مقاومت در برابر تهاجمات خسته کرده از ادامه مبارزه بیزار نمایند آنها را با توجه دادن به محرومیت ها، خرابی ها و خونریزی های حاصل از مبارزه ناراضی کنند.

مرحله دوم، مأیوس کردن: در این مرحله با به اجرا در آوردن مراحل که اول بدان اشاره شد تمام امیدها و آرزوها را به یأس بدل خواهد کرد.

مرحله سوم، تغییر موضع: در این مرحله با توجه به تدابیری که اندیشیده اند و بدان توسل جسته اند که در مراحل قبل بدان اشاره نمودیم این گونه القاء می کنند که آینده بهتر در شورش، تمرد و تغییر موضع دادن است تا از این مشکلاتی که از مقاومت و مبارزه حاصل شده بود خلاص شده و آرامش قابل توجهی در زن_دگ_ی_ب_ه_دست_آید.

مرحله چهارم، ایجاد شک در حاکمان: در این مرحله مردم را نسبت به توانایی اهداف و عمل کرد حاکمان دچار شک و تردید نموده این باور را در اذهان بوجود می آورند که مسئول حاکم باعث همه ی این بدبختی ها شده و برای این که از این مشکلات که بوجود آورده جلوگیری شود باید با تحت فشار قرار دادن حاکمان آنها را از موضع شان پایین آورده تسلیم خواسته های کشور یا گروه مخاصم نمایند.

شیوه های جنگ روانی

در طول تاریخ همواره زمانی که ملت یا کشوری آماج جنگ روانی قرار گرفته و دریافت فکری و ذهنی آن مردم برای سوق یافتن به سوی اهداف مطلوب مورد نظر تحت تأثیر قرار می گیرد، ایجاد کننده جنگ روانی مورد نظر می کوشد تا با فراهم آوردن جو آکنده از نابسامانی شرایط بحرانی را برای وارد آوردن ضربه به پیکر و بـه مصداق مثل معروف از آب گل آلود ماهی گرفتن عرصه را برای جولان و تاخت و تاز خویش مهیا سازد. در این راستا یکی از مهمترین وظایف و مسئولیت ها به عهده بنگاه های سخن پراکنی و مطبوعات است که می کوشند با تأثیر گذاری بر مردم و انحراف اذهان آنها از مشکلات و مسائل ناشی از سلطه ی امپریالیسم در کشورشان و پخش اخبار مغرضانه و جعل و تحریف هر چه بیشتر هر نوع تفکر سازنده را به بیراهه بکشانند و منافع و مطامع استعماری کشورهای امپریالیستی را حفظ و یا توجیه کنند. بنگاه های سخن پراکنی و مطبوعات برای رسیدن به این اهداف از شیوه های مختلف تبلیغ سیاسی مثل ایجاد جو کاذب از طریق پخش و نشر شایعات، دروغ پردازی، تحریف شعارها، محور چهره های انقلابی، ایجاد رقابت بین نهادها و شخصیت ها، دامن زدن به اختلافات درونی، کمک به ایجاد درگیری های داخلی یا فراهم آوردن زمینه های ذهنی آن، استفاده می کنند این شیوه ها معمولاً بر تأثیر گذاری بر نگرش افراد یک جامعه و تغییر آن در راستای اهداف از پیش تعیین شده به کار می رود که عبارتند از:

1- شایعه: شایعه عبارت است از ادعائی محض که جهت برانگیختن باور مخاطبین به کار می رود و دهـان بـه دهان افراد منتقل می گردد و فاقد سند و مدرکی به عنوان پشتوانه مطمئن برای ارائه کردن است در دنیای امروز شایعه به وسیله ای در دست صاحبان قدرت جهت به راه انداختن جنگ روانی تبدیل شده است. علل و عوامل مختلفی مثل اوضاع و احوال و موقعیت به شایعه کمک می کند که عبارتند از:

1- اولین عامل که در ایجاد یک شایعه مؤثر می باشد اهمیت آن مسئله خاص در جامعه می باشد.

2- دیگر عاملی که در ایجاد شایعه می تواند مؤثر باشد ابهامی است که در موضوع مورد نظر وجود دارد. لذاست که این ابهام باعث می شود تا ایجاد کنندگان جنگ روانی در جامعه از فرصت سوء استفاده کرده، از آن به عنوان یک ابزار استفاده نمایند.

تحقیقات مختلف اجتماعی نشان می دهد که شایعه در هر زمان متناسب با شرایط حرکت جامعه و کنترل حرکت در جهت مطلوب در مسائل اجتماعی اقتصادی و سیاسی استفاده می شود. نامتعادل کردن فضای یک

جامعه و ایجاد ناامنی و هراس در آن، اولین و اصلی ترین عامل در جهت دهی و برنامه ریزی در راستای اهداف از پیش تعیین شده است در چنین شرایطی شایعه سازان بر آند انرژی و اندیشه های جامعه را در دو جهت به سمت مسائل غیر ضروری سوق دهند.

اول آن که با ساخت و اعلام شایعه اذهان را متوجه آن نموده انرژی افراد جامعه را صرف پخش آن کنند.

دوم آن که مسئولین و دست اندرکاران جامعه را از کار اصلی با مشغول کردن به کارهای فرعی بازدارند و آنها مجبور شوند تا در شناخت کانال ها و شبکه های پخش شایعه تلاش کرده و در جهت خنثی سازی آن بکوشند.

نکته ای که این جا به ذهن می رسد این است که گاهی اصل پخش شایعه برای شایعه ساز بیشتر مورد نظر است تا نتایج آن. یعنی شایعه ساز ارزیابی می کند تا ببیند میزان موفقیتش از نظر تأثیر گذاری چه شعاعی را در بر می گیرد تا در فرازهای حساس آینده بتواند برنامه خود را به شکل منسجم تری در راستای اهداف مهم عملی سازد. در واقع می توان اهداف شایعه ساز در بخش اخبار کذب و شایعات بی اساس را در محورهای زیر خلاصه نمود.

الف) ایجاد بدبینی نسبت به نظام و مسئولین که یقیناً نتیجه ای جز حاکم ساختن روحیه ی یأس و دلمردگی و خستگی روانی برای اقشار مردم نخواهد داشت.

ب) افزایش نگرانی و اضطراب در مردم.

ج) ترور شخصیت و لکه دار کردن قداست مسئولین نظام و ارزش های حاکم.

د) ایجاد فضای ناسالم اجتماعی.

ح) ایجاد تقابل و صف بندی میان قشرهای مختلف مردم برای ایجاد اختلاف و از بین بردن وحدت و یگانگی که پیروزی هر ملتی در سایه آن تحقق خواهد یافت.

2- تحریف واقعیات: تحریف واقعیات به عنوان یکی از شیوه های جنگ روانی می باشد، یعنی انحراف اذهان عمومی از حق به باطل و دگرگون جلوه دادن مسائل به جهت خواسته های خود در واقع در تحریف واقعیات با عبارات به نوعی بازی می شود که از پیام ها به گونه ای برداشت شود که آنها می خواهند نه آن طور که حقیقت دارد.

3- اغراق و مبالغه: یکی از روش های بسیار ساده و در عین حال مهم در جنگ روانی اغراق و مبالغه می باشد که افراد یا گروه ها از این روش در دو جهت استفاده می نمایند.

اول: نقاط ضعف و یا نواقصی که در جبهه مقابل وجود دارد را مورد توجه قرار داده آن را برای عموم بیش از اندازه بزرگ جلوه داده بر آن تأکید می نمایند.

دوم: موارد مثبتی را که خود دارا هستند، به جامعه ارزانی داشته هر چه بتوانند آن را در اذهان بزرگ نموده تا بتوانند از این طریق افراد را به سمت خود جذب نمایند.

4- تفرقه در خصوص این مسئله باید عرض شود که این روش تقریباً نتیجه روش های دیگری است که دشمن

ص: 10

در جنگ روانی در پی آن می باشد با توجه به این مطلب می توان ادعا نمود که تفرقه در جنگ روانی از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار است چرا که تفرقه بزرگ ترین عامل گسیختگی هر نظام و باعث بدبختی و به ذلالیت کشیده شدن هر ملت می باشد و در مقابل وحدت می تواند مایه ی قوام و پیروزی و موفقیت هر نظام و هر امتی باشد.

لذاست که دشمن در جنگ روانی که به راه می اندازد سعی در ایجاد اختلاف و تفرقه دارد تا به واسطه آن به اهداف پلید خود برسد.

5- فریب: در فریب یا استراتژی دروغ بزرگ، کوشش می شود تا مخاطب مورد نظر به سمت یک فضای ذهنی متفاوت با واقعیات سوق داده شود. این فضای روانی باید به گونه ای برای گروه مورد نظر ساخته و پرداخته شود که بدون ابراز مقاومت در آن فضا قرار گرفته و مفاهیم و علائم مورد قبول و پذیرش او قرار گیرد بنابراین مجری طرح فریب در جنگ روانی تمام تلاش و کوشش خویش را به کار می گیرد تا ذهن مخاطب را به نتیجه مورد نظر خویش برساند. معمولاً در تاکتیک فریب از روش های زیر استفاده می گردد:

الف) بر چسب زدن؛

ب) تغییر موضع دادن برای انحراف افکار عمومی؛

ج) دو پهلو صحبت کردن برای سر درگمی افراد؛

د) استفاده از موقعیت و جایگاه خاص اجتماعی و سیاسی برای قبولاندن نظر خاص مورد نظر خود.

6- ترور: دشمن با ترور یا تهدید سعی در برانگیختن ترس و هراس در مخاطب جهت تحت فشار قرار دادن وی برای اطاعت و تسلیم را می نماید.

ترور در جنگ روانی بر دو نوع ترور فیزیکی و ترور شخصیت تقسیم می شود که هر کدام از آنها در جایگاه خود نقش مؤثری را ایفا می کند در هر صورت ترور نیز یکی از روش هایی است که دشمن بدان وسیله افکار عمومی را آن چنان که خود می خواهد دست تحت تأثیر قرار می دهد هم چنان که در مملکت خود شاهد بهره برداری دشمن از هر دو نوع این روش بوده ایم.

اثرات جنگ روانی

زمانی که فردی در موقعیتی قرار گرفته که آن را خطرناک و تهدید آمیز تلقی می کند در جستجوی فرار و یا برطرف کردن آن می باشد که در این راستا اقداماتی را نیز انجام خواهد داد این موقعیت را استرس یا فشار روانی می گویند.

هانی سیله تظاهر بالینی وضعیت استرس را که سندرم سازگاری عمومی نام گذاری شده دارای سه مرحله می داند:

الف) واکنش هشدار دهنده یا زنگ خطر؛

ب) مرحله مقاومت؛

ج) مرحله تحلیل و واماندگی.

در این مرحله است که فرد از حیث روانی و جسمی دچار مشکل شده رفتار او دچار اختلال و از حالت نرمال خارج می‌گردد:

وحشت

وحشت عبارت است از ترس بسیار شدید و بیمارگونه ای که اغلب با اختلال فکر و عدم کنترل اعمال و رفتار توأم بوده هشیاری فرد دچار مشکل اساسی شده توان فرد را از بین می‌برد.

سر دردهای تنش

این مشکل که براساس فشارهای موجود که حاصل از جنگ روانی و آثار و تبعات آن بوده عضلات سر و پیشانی انقباض می‌گردد.

واکنش‌های انجماد

در این حالت فرد به صورت کاملاً بی حرکت نمایان شده و اگر این حالت طولانی شود باید تحت درمان قرار گیرد چرا که این حالت در زمان طولانی می‌تواند مخاطره آمیز و نوعی بیماری به حساب آید.

تکان‌های شدید و لرز

در این حالت فرد بدون فعالیت به طور انفعالی برای مدتی در وضعیت بی حرکت قرار گرفته دچار عارضه تنش‌های عضلانی شدید می‌گردد.

افزایش فعالیت‌های اتونومیک

این فعالیت‌ها اغلب به صورت زیر دیده می‌شود:

الف) عرق کردن زیاد؛

ب) بی‌اشتهایی و تهوع؛

ج) ناراحتی‌های شکمی و اسهال؛

د) تکرار ادرار.

وقفه ي تنفسي

در این حالت نفس بند آمده به صورت احساس فشار در قفسه سینه و گیجی تظاهر می کند.

ضعف عصبي و عروقي

در این حالت خستگی شدید عارض می شود که به صورت ضعف و سستی احساس می گردد.

احساس ذهني ترس

این ترس همیشه در همه افرادی که در معرض فشار روانی هستند بوجود می آید ولی در بعضی افراد تمام شخصیت را به مخاطره می اندازد.

حالت اضطراب

شایع ترین واکنش فرد حالت اضطراب است که علائم آن مثل دلشوره، دلهره، تنش، لرزش، ترس، نگرانی، گریه، افسردگی، احساس گناه و سرگیجه می باشد.

اهداف جنگ رواني

القاء غم: غم یک حالت روانی است که در اثر عدم تطابق انتظار فرد با جامعه، موقعیت و شرایط او بوجود آید برای القاء غم سعی می شود تصویر نامطلوب و نامتوازن نسبت به انتظارات موجود از موقعیت و شرایط ارائه شود. و متقابلاً آرزوها و ایده های فرد یا جامعه دور از دسترس قلمداد می گردد از نظر تبلیغات برای ایجاد جنگ روانی، بزرگنمایی نقاط ضعف و کوچک نمایی امکانات و دستاوردها یکی از روش های القاء غم و یأس می باشد البته القای غم بوسیله روش های دیگری نظیر تغییر شرایط محیطی بوسیله کاهش عاطفه، زیبایی و تنوع و افزایش سوءظن و مسائل این چنینی می تواند صورت پذیرد.

در این میان نقش وسایل ارتباط جمعی را نمی توان نادیده انگاشت که با در نظر گرفتن شرایط موجود و با تجزیه و تحلیل و توجه به جوانب مختلف مسائل شرایط را آن طور که برنامه ریز جنگ روانی تعیین کرده است تغییر داده و جامعه را آگاهانه و یا نا آگاهانه به سوی غم و اندوه پیش می برد و با پرورش نفرت و گسترش افسردگی و اشاعه ی نگرانی، اضطراب، واهمه، ترس (ترس از مسائل مختلف مثل فقر، تورم، تهدیدات خارجی و...) روحیه جامعه را متزلزل می گردانند.

القاء یأس و ناامیدی: در شرایطی که فرد مصمم به تحقق شرایط مطلوب است اگر در کوشش خود به هر دلیلی موفق نشود و این ناموفقیت تکرار شود باعث خواهد شد که فرد دچار یک بحران روحی شده که این بحران را حالت یأس یا ناامیدی می گویند که با در ماندگی همراه خواهد بود.

در القاء یأس و ناامیدی تصویری از عدم موفقیت فرد یا جامعه از تلاش ها و فعالیت هایش ارائه می شود فرد و جامعه در جریان حرکت خود به سوی هدف ها و آرمان هایش در مقاطع گوناگون و به طور مکرر و پیوسته

احساس شکست نموده با از دست دادن اعتماد به نفس معتقد به ناتوانی خود می‌گردد و برای این که مردم یک کشور را به سوی یأس و ناامیدی کشانید باید قبل از هر چیز مردم آن کشور را نسبت به مسائلی خسته و بیزار کرد و با تکرار محرومیت‌ها، خرابی‌ها، کمبودها، عقب ماندگی‌ها جنگ‌ها، ... و هم چنین با استفاده از عوامل اقتصادی، سیاسی و روانی حالت سرخوردگی را در آنان بوجود آورد و سپس با در نظر گرفتن زمان مناسب این سرخوردگی را به ناامیدی مبدل کرد.

ایجاد رعب و وحشت: ارباب یکی از مهم‌ترین و قدیمی‌ترین و مؤثرترین ابزار برای شکست روحی می‌باشند که با بهره‌گیری از وسایل ارتباط جمعی، جنگ و محاصره اقتصادی و تحریم سیاسی صورت می‌گیرد.

در جنگ روانی سعی می‌شود که با تخریب فکری و روانی مردم و نیروهای نظامی انگیزه مقاومت را در آنها از بین برده و در شرایط مختلف از روش‌های خاص خود استفاده می‌شود گاهی از وسایل ارتباط جمعی مانند روزنامه، رادیو، تلویزیون، سینما، اعلامیه و... به عنوان وسیله‌ای برای ایجاد رعب و وحشت استفاده می‌شود و بعضاً به عملیات‌های نظامی نیز متوسل می‌گردند حکومت‌های استعماری از ایجاد دلهره و اضطراب و جنگ روانی استفاده‌ی زیادی نموده و برای تثبیت موقعیت خود و بهره‌برداری از نیروی انسانی ناگزیرند روح شهادت‌طلبی و شجاعت را در مردم بمیرانند و تردید را بر ارواح آنان حاکم کنند لذا است که ملتی با قالب شدن ترس بر آنها از هرگونه جنبش و حرکت و هم چنین اعتراض علیه ناهنجاری‌ها ناتوان خواهد بود و در این صورت ملتی که توان اعتراض نداشته باشد مرده است.

تسلط بر ملت‌ها گاهی به صورت پنهانی انجام می‌گیرد که در این صورت بیشتر از وسایل ارتباط جمعی و وسائل روانی استفاده می‌کنند و گاهی به صورت علنی و آشکارا (اقدامات مادی و فیزیکی) که به بهره‌گیری از تسلیحات نظامی می‌باشد وسایل ارتباطی استکبار و وابستگی آنان در داخل نیز سعی می‌کنند اولاً خبرهای تازه و جذاب را به کار گرفته ثانیاً آنها را حقیقی جلوه داده ثالثاً در زمان خاص از آنها برای ارباب استفاده می‌نمایند.

فصل دوم: نامزد اصلح کیست؟

اشاره

از دیدگاه قرآن و ائمه معصومین (علیهم السلام)

از دیدگاه امام خمینی (قدس سره)

از دیدگاه مقام معظم رهبری

در جامعه مردم سالار دینی، انسان مختار و در انتخاب روش زندگی آزاد است و سرنوشت او طبیعتاً بای‌د به دست خودش تعیین گردد.

با توجه به این که همه ی انسان ها باید بتوانند در امور مملکت خود که به سرنوشت آنها مربوط است دخالت داشته باشند و چون ممکن نیست که همه مردم مستقیماً در امور دخالت نمایند، لذاست که تشکیل حکومت برای زندگی اجتماعی ضرورت پیدا می کند.

پس مردم باید با رأی آزاد خود فرد یا افراد صالحی را انتخاب نموده تا به نمایندگی از آنها اداره امور جامعه را به دست بگیرند.

بنابراین مردم عزیز ما باید با دوری از هرگونه تبلیغات سوء و غوغا سالاری که مراکز تبلیغاتی غربی و عوامل داخلی آنها به راه می اندازند، در پای صندوق های رأی حاضر شده و با انتخاب اصلح (ک-ه-م-ا در ای-ن-گفت-ار-ب-ه بررسی خصوصیات آن می پردازیم) سرنوشت فردی و اجتماعی خود را برای رسیدن به سعادت ابدی رقم بزنند.

انتخابات تعیین کننده سرنوشت فردی و اجتماعی است:

انسان با توجه به اختیاری که خداوند متعال به او عنایت کرده است می تواند سرنوشت فردی و اجتماعی خود را انتخاب کند و یا با نوع انتخاب خود سرنوشت خود را تغییر دهد.

«إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّى يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ». (1)

بدرستی که خداوند حال قومی را تغییر نمی دهد تا این که آنها خود حالشان را دگرگون سازند».

و این براساس سنت هایی است که خداوند متعال در عالم قرار داده و هیچ گونه تغییر و تبدیل نیز در آن راه ندارد و لذا انسان نتیجه کاری را که در دنیا انجام داده بصورت مادی و معنوی بطور قطع خواهد دید.

«فَلَنْ تَجِدَ لِسُنَّةِ اللَّهِ تَبْدِيلًا وَ لَنْ تَجِدَ لِسُنَّةِ اللَّهِ تَحْوِيلًا». (2)

«هرگز در سنت خداوند دگرگونی و تغییری نیابی».

بنابراین انسان ها می توانند با توجه به عملکرد مثبت یا منفی خود سعادت یا شقاوت را در زندگی برای خود رقم زده و از آن بهره برده و یا در آن گرفتار آیند.

«وَلَوْ أَنَّ أَهْلَ الْقُرَىٰ آمَنُوا وَ اتَّقَوْا لَفَتَحْنَا عَلَيْهِم بَرَكَاتٍ مِّنَ السَّمَاءِ وَ الْأَرْضِ وَ لَكِن كَذَّبُوا فَأَخَذْنَاهُم بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ». (3)

«و اگر مردم شهرها ایمان می آوردند و پرهیزگاری می نمودند قطعاً می گشودیم برایشان برکت هایی را از آسمان و زمین لیکن آنها تکذیب نمودند پس گرفتیمشان به کیفر آنچه بدست می آوردند».

با توجه به این مطالب بیان شده انتخابات می تواند به عنوان یک مصداق بارز و عینی تعیین کننده سرنوشت انسان بدست خودش باشد.

بر همین اساس در سیستم حکومتی کشورمان یعنی جمهوری اسلامی ایران که حکومتی مردم سالار و مبتنی بر

1- رعد: 11.

2- فاطر: 43.

3- اعراف: 96.

تعالیم شرع مقدس اسلام می باشد، انتخابات نقش بسیار مهمی در صحنه های سیاسی کشور دارد و می توان گفت تقریباً تمامی مسئولین کشوری از طریق انتخابات عمومی برگزیده می شوند. در اصل ششم قانون اساسی آمده است:

«در جمهوری اسلامی ایران امور کشور باید با اتکاء به آراء عمومی اداره شود».

در نظام اسلامی انتخابات تنها به عنوان یک حق برای مردم نیست بلکه به عنوان یک وظیفه و تکلیف دینی و ملی همگانی بوده و باید بدان توجه لازم را بنمایند و در تمام انتخاباتی که به هر منظور پیش می آید شرکت کنند.

در حاکمیت الهی بعد از آن که مشروعیت را از آن شرع مقدس دانستیم، باید به این نکته نیز توجه لازم را بنمائیم که مقبولیت نظام که از سوی مردم و با رأی آنها ثابت می شود از اهمیت و جایگاه ویژه ای برخوردار است چرا که حاکمیت شرع و اجرای احکام و حدود آن منوط به رأی مردم و پذیرش آنهاست با توجه به این مطالب می توان گفت نقش مردم در انتخابات بسیار مهم بوده از اهمیت بالایی برخوردار می باشد.

بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران حضرت امام خمینی (قدس سره) در این خصوص می فرمایند:

«امروز سرنوشت اسلام و سرنوشت مسلمین در ایران و سرنوشت کشور ما به دست ملت است و اگر مسامحه کنند در این امر، اهمال کنند، نروند رأی ندهند مسئولیت متوجه خود آنهاست عیناً، و اگر بروند و در تشخیص مسامحه نکنند و اشخاص متعهد مسلم کسانی که برای کشور و اهالی کشور ارج قائل هستند کسانی که نمی خواهند زمام امور کشور ما به دست چپ بیفتد یا به دست راست بیفتد، این اشخاص را چنان چه تعیین کنند به تکلیف خودشان عمل کرده اند

و اگر چنان چه مسامحه در این امر کنند و آنها پیش ببرند و شما ساکت باشید تمام مسئولیت متوجه شماست» (1).

بنابراین می توان گفت دشمن در انتخابات دو هدف عمده را دنبال می نماید:

اول این که با توجه به جنگ روانی که از طریق تبلیغات به راه می اندازد سعی کند تا مانع از حضور گسترده مردم در پای صندوق های رأی شود و بدین وسیله در اقتدار ملی خلل وارد کرده و نظام اسلامی را از پشتیبانی نیروی عظیم مردمی بی بهره سازد. لذاست که مردم عزیز میهن اسلامی باید با پی بردن به نیت پلید دشمن حضوری هر چه با شکوه تر مانند دیگر انتخابات داشته، مشتکی بر دهان آنها بکوبد.

دوم این که دشمن در مرحله بعدی سعی می کند مردم را در انتخاب خود دچار مشکل کرده تا مانع از انتخاب اصلاح شود و لذا مردم عزیز در این مرحله نیز باید با هوشیاری کامل اصلاح را شناسایی کرده و با دادن رأی به اصلاح او را در اصلاح جامعه اسلامی یاری رسانند.

با توجه به اهمیت موضوع سعی می کنیم توضیح بیشتری پیرامون مطالب عنوان شده داشته باشیم.

ص: 16

وظیفه مردم در انتخابات

امت اسلامی در انتخابات وظیفه حساسی دارند. لذاست که در این امر باید سعی کنند فردی را که می‌خواهند انتخاب کنند، فقط برای رضای خدا و مصلحت امت اسلامی باشد و در انتخاب آنها هیچ‌گونه انگیزه‌ای غیر از انتخاب اصلح که تنها راه حاکمیت صالحان است نداشته باشند.

بر همین اساس در انتخابی که صورت می‌گیرد باید افرادی را که می‌خواهند انتخاب کنند، کاملاً شناخته شده باشند و آنها را در دیانت و صداقت امتحان کرده باشند و میزان کارآئی آنها را برای کاری که انتخاب می‌دانسته باشند.

انگیزه افراد برای شرکت در انتخابات

1- تعصبات نژادی، محلی، قومی و قبیله‌ای؛

2- روابط دوستی و گروهی و حزبی؛

3- هواهای نفسانی و دنیاطلبی؛

4- مصلحت‌اندیشی.

و آن‌چه باید انگیزه یک فرد مسلمان در انتخاب افراد باشد همان مصلحت‌اندیشی و انتخاب اصلح است و هنگامی که به پای صندوق‌های رأی می‌روند باید خدا را در نظر داشته باشند و فقط برای رضای خدا و مصلحت اسلام و کشور اسلامی شایسته‌ترین افراد را انتخاب کنند. و اگر غیر از این باشد یعنی انتخابی را که انجام می‌دهند براساس هوای نفس و تعصبات و گرایش‌های حزبی و گروهی باشد در پیشگاه خدا و رسول او مسئول بوده و خائن محسوب می‌شوند. حضرت رسول اکرم (صلی الله علیه و آله) فرموده اند:

«هر کس خود را بر قومی مقدم بدارد (پیشوایی آنها را برعهده بگیرد) در حالی که بداند در بی‌آن‌مصلحت‌فاضل‌تر (و شایسته‌تر) از او (برای آن کار) وجود دارد، آن شخص به خدا و رسول و جمیع مسلمانان خیانت کرده است».

انتخاب اصلح

حضرت علی (علیه السلام): «هر که به کردار عده‌ای راضی باشد، مانند کسی است که همراه آنان کار را انجام داده باشد و هر کس به کردار باطلی دست زند او را دوگناه باشد، گناه انجام آن و گناه راضی بودن به آن».

خصوصیات اصلح به طور عام

اول، تخصص: یعنی توانایی و کارایی لازم را برای کاری که انتخاب شده است، دارا باشد.

دوم، تعهد: به این معنی که از تقوای بالایی برخوردار بوده تا نسبت به اسلام و کشور تعهد لازم را داشته باشد.

باید گفت که همراه داشتن هر دو مورد بالا، لازم و ضروری می باشد، زیرا در غیر این صورت شخص مورد نظر، نخواهد توانست برای خدمت به اسلام و کشور مفید واقع گردد و شاید خسارات جبران ناپذیری وارد نماید.

خصوصیات اصلاح به طور خاص

اصلاح از دیدگاه قرآن و روایات ائمه

1- سعه ی صدر: قال علي (عليه السلام):

«آلَةُ الرَّيَاسَةِ سَعَةُ الصَّدْرِ». (1)

«ابزار ریاست سعه ی صدر است».

2- حلم: قال علي (عليه السلام):

«الْحِلْمُ رَأْسُ الرَّيَاسَةِ». (2)

«بردباري مهم ترین رکن ریاست است».

3- متانت: قال علي (عليه السلام):

«وَلَا تَكُنْ عِنْدَ النَّعْمَاءِ بَطْرًا». (3)

«در هنگامی که نعمت ها به تو رو آورند، مغرور و خوشحال مشو».

4- استقامت: قرآن مجید می فرماید:

التَّبَلُّونَ فِي أَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ وَلَسْتُمْ مَعَهُ مِنَ الَّذِينَ أَوْتُوا الْكِتَابَ مِنْ قَبْلِكُمْ وَمِنَ الَّذِينَ أَشْرَكُوا أَذْيًا كَثِيرًا وَإِنْ تَصْبِرُوا وَتَتَّقُوا فَإِنَّ ذَلِكَ مِنْ عَزْمِ الْأُمُورِ». (4)

«به طور مسلم در اموال و نفوس خود آزمایش می شوید، و از آن ها که پیش از شما کتاب [آسمانی] داده شدند [یعنی یهود و هم چنین] از آن ها که راه شرک پیش گرفتند، سخنان آزار دهنده و فراوان خواهید شنید، و اگر استقامت کنید و تقوا پیشه سازید، پس به درستی که آن از عزم امور است».

5- صبر حضرت علي (عليه السلام) می فرمایند:

«الصَّبْرُ عَوْنٌ عَلَى كُلِّ أَمْرٍ». (5)

«صبر و پایداری بر هر کاری یاور است».

-
- 1- نهج البلاغه: حڪمت 176.
 - 2- ميزان الحكمه: ج 2، ص 512.
 - 3- نهج البلاغه: ج 5، نامه 33.
 - 4- آل عمران: 186.
 - 5- تصنيف غرر الحكم: ص 280.

«وَلَوْ شَاءَ رَبُّكَ لَجَعَلَ النَّاسَ أُمَّةً وَاحِدَةً وَلَا يَزَالُونَ مُخْتَلِفِينَ» (1).

«و اگر پروردگارت می خواست، همه ی مردم را امت واحد بدون هیچ گونه اختلاف قرار می داد، ولی آن ها همواره مختلف اند».

7- هوشیاری: امیرالمؤمنین (علیه السلام) می فرماید:

«مِنْ أَمَارَاتِ الدَّوْلَةِ الْيَقِظَةُ [التَّيَقُّظُ] لِحِرَاسَةِ الْأُمُورِ» (2).

«از دلایل بقای دولت بیداری آگاهی و هوشیاری در حفظ و حراست امور می باشد».

«مِنْ دَلَائِلِ الدَّوْلَةِ قِلَّةُ الْعَقْلَةِ» (3).

«از دلایل موفقیت کم غفلتی است».

8- سعی و کوشش: امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) می فرماید:

«مَا أَدْرَكَ الْمَجْدَ مَنْ قَاتَهُ الْجِدَّ» (4).

«کسی که کوشش نکرد به مجد و عظمت نرسید».

9- پشت کار: حضرت علی (علیه السلام) می فرماید:

«قَلِيلٌ يَدُومُ خَيْرٌ مِنْ كَثِيرٍ يَنْقَطِعُ» (5).

«چیز کمی که مداوم باشد، بهتر از زیادی است که تداوم ندارد».

10- شجاعت: امیرالمؤمنین (علیه السلام) در توصیف ارزش های اخلاقی «مالک اشتر» با توجه به انتصاب او به عنوان فرماندار مردم مصر چنین می فرماید:

«أَمَّا بَعْدُ فَقَدْ بَعَثْتُ إِلَيْكُمْ عَبْدًا مِنْ عِبَادِ اللَّهِ لَا يَنَامُ أَيَّامَ الْخَوْفِ وَلَا يَنْكُلُ عَنِ الْأَعْدَاءِ سَاعَاتِ الرَّوْعِ أَشَدَّ عَلَى الْفُجَّارِ مِنْ حَرِيقِ النَّارِ» (6).

«اما بعد، یکی از بندگان خداوند را به سوی شما فرستادم که به هنگام خوف (مردم از جنگ) خواب به چشم راه نمی دهد، در ساعات ترس و وحشت از دشمن هراس نخواهد داشت و نسبت به بدکاران از شعله آتش سوزنده تر است».

11- سخنوری: اهمیت سخن گفتن به حدی است که امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) می فرماید:

ص: 19

1- هود: 118.

2- تصنیف غرر الحکم: ص 341.

3- همان.

4- همان: ص 443.

5- همان: ص 481.

6- نهج البلاغه: ص 411.

«رَبِّ كَلَامٍ أَنْقَدُ مِنْ سِهَامٍ» (1)

«چه بسیار سخنانی که از تیر مؤثرترند».

«وَ احْلُلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي» و گره از زبانم بگشا تا سخنان مرا بفهمند.

12- دشمن ستیزی: قرآن مجید می فرماید:

«لَا تَجِدُ قَوْمًا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ يُوَادُّونَ مَنْ حَادَّ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَلَوْ كَانُوا آبَاءَهُمْ أَوْ أَبْنَاءَهُمْ أَوْ إِخْوَانَهُمْ أَوْ عَشِيرَتَهُمْ» (2)

«قومی را نمی یابی که با داشتن ایمان به خدا و روز قیامت، با دشمنان خدا و رسولش دوستی کنند، هر چند پدران، فرزندان، برادران و یا خویشاوندان آنان باشند».

13- ایمان و عمل صالح: قرآن مجید می فرماید:

«إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وُدًّا» (3)

«کسانی که ایمان آورده و عمل صالح انجام دهند، خداوند رحمان محبت آن ها را در دل ها می افکند».

14- محبت داشتن: قرآن مجید می فرماید:

«لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِنْ أَنْفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُفٌ رَحِيمٌ» (4)

«رسولی از خود شما به سویتان آمد که رنج های شما بر او سخت، و بر هدایت شما اصرار دارد و نسبت به مؤمنین رئوف و مهربان است».

15- خوش اخلاقی: محبت و مهر پیامبر اسلام (صلی الله علیه و آله) به حدی است که قرآن مجید آن را منبعث از رحمت پروردگار به حساب آورده می فرماید:

«فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ» (5)

«از پرتو رحمت الهی در برابر آن ها، نرم (و مهربان) شدی و اگر خشن و سنگ دل بودی، از اطراف تو پراکنده می شدند، بنابراین آن ها را عفو کن و برای آن ها طلب آمرزش نما».

16- تولی و تبری: عن رسول الله (صلی الله علیه و آله):

«الْحُبُّ فِي اللَّهِ فَرِيضَةٌ وَ الْبُغْضُ فِي اللَّهِ فَرِيضَةٌ» (6)

«از پیامبر (صلی الله علیه و آله) نقل شده است دوستی در راه خدا و دشمنی در راه خدا تکلیف است».

امام صادق (علیه السلام) می فرماید:

- 1- تصنيف غرر الحكم: ص 209.
- 2- مجادله 22.
- 3- مريم: 96.
- 4- توبه: 128.
- 5- آل عمران: 159.
- 6- ميزان الحكمه: ج 6، ص 233.

«كُلٌّ مِنْ لَمْ يَحِبَّ عَلَى الدِّينِ وَ لَمْ يَبْغِضْ عَلَى الدِّينِ، فَلَا دِينَ لَهُ».

«کسی که دوستی و دشمنی بر دین نداشته باشد، دین ندارد».

17- مدارا: امیر المؤمنین (علیه السلام) فرمود:

«رَأْسُ السِّيَاسَةِ اسْتِعْمَالُ الرَّفْقِ» (1)

«مهم ترین رکن سیاست به کارگیری رفق و مدارا است».

و در جایی دیگر آن حضرت می فرماید:

«ثَمَرَةُ الْعَقْلِ مُدَارَاةُ النَّاسِ» (2)

«ثمره ی عقل مدارا کردن با مردم است».

«مُدَارَاةُ الرَّجَالِ مِنْ أَفْضَلِ الْأَعْمَالِ» (3)

«مدارا کردن با مردم از بهترین اعمال است».

18- درخواست عمل در حد توان: امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) می فرماید:

«إِذَا أَرَدْتَ أَنْ تُطَاعَ فَاسْتَلْ مَا يُسْتَطَاعُ» (4)

«اگر خواستی تو را اطاعت کنند، چیزی که مقدور باشد، طلب کن».

19- دوری از مخالفت: حضرت علی (علیه السلام) می فرمایند:

«الْخِلَافُ يَهْدِمُ الرَّأْيَ» (5)

«مخالفت تصمیم گیری را نابود می کند».

20- شدت عمل در مواقع لازم: حضرت علی (علیه السلام) می فرمایند:

«وَ اَخْلَطِ الشَّدَّةَ بِضِعْفٍ مِنَ اللَّيْنِ وَ اِزْفُقْ مَا كَانَ الرَّفْقُ اَزْفُقَ وَ اعْتَرِمُ بِالشَّدَّةِ حِينَ لَا يُعْنِي عَنْكَ اِلَّا الشَّدَّةُ» (6)

«شدت و سخت گیری را، با کمی نرمش در هم آمیز، در آن جا که مدارا کردن بهتر است، مدارا کن! اما آن جایی که جز با شدت عمل، کار از پیش نمی رود، شدت را به کاربند».

21- پرهیز از جزیی نگری: امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) می فرمایند:

-
- 1- تصنيف غرر الحكم: ص 432.
 - 2- ميزان الحكمة: ج 3، ص 239.
 - 3- همان: ج 3، ص 341.
 - 4- تصنيف غرر الحكم: ص 341.
 - 5- نهج البلاغه: حكمت 251.
 - 6- نهج البلاغه: نامه 46.
 - 7- ميزان الحكمة: ج 4، ص 40.

«رأی و فکر تو گنجایش همه چیز را ندارد، پس او را برای پرداختن به امور مهم آزاد گذار.».

22- استفاده از فرصت ها: امام علي (عليه السلام) مي فرمايند:

«وَلَا كُلُّ فُرْصَةٍ تُصَابُ». (1)

«هر فرصتي باز نمي گردد.».

در همين مورد امام حسن (عليه السلام) مي فرمايند:

«الْفُرْصَةُ سَرِيْعَةُ الْقُوْتِ بِطَيِّبَةِ الْعُوْدِ». (2)

«فرصت با سرعت از بين مي رود و به كندي باز مي گردد.».

امام صادق (عليه السلام) از اميرالمؤمنين (عليه السلام) نقل مي کنند:

«إِيَّاكُمْ وَالتَّسْوِيفَ فِي الْعَمَلِ بَادِرُوا بِهِ إِذَا امْكَنْكُمْ». (3)

«بر حذر باشيد از عقب انداختن كارها، هنگامی که امکان؛ کاری؛ براي تان به وجود آمد، اقدام کنید.».

23- پرهیز از لجاجت: حضرت علي (عليه السلام) مي فرمايند:

«التَّجَاجُ يُقْسِدُ الرَّأْيَ». (4)

«لجاجت، فکر و اندیشه انسان را فاسد می کند.».

و باز مي فرمايند:

«لَيْسَ لِلْجُوجِ تَدْبِيرٌ». (5)

«افراد لجوج عاقبت انديشي ندارند.».

24- کنترل و نظارت: اميرالمؤمنين (عليه السلام) در نامه ي خود به مالک اشتر مي فرمايند:

«سپس با فرستادن مأموران مخفي، راست گو و با وفا، کارهاي آنان را زير نظر بگير، زيرا بازرسي مداوم پنهاني سبب مي شود که آنها به

امانت داري و مدارا کردن با زير دستان ترغيب شوند». (6)

در اين مورد امام رضا (عليه السلام) فرموده اند:

«پيامبر اسلام (صلی الله عليه و آله) همواره هنگامی که لشگريان را براي جنگ اعزام مي نمودند و به امی—ران اطمینان نداشتند، فردي

مورد اعتماد به همراه او مي فرستادند كه از او به آن حضرت خبر برساند». (7)

ص: 22

1- الحیاة: ج 1، ص 355.

2- همان: ص 356.

3- همان: ص 359.

4- میزان الحکمة: ج 8، ص 484.

5- همان.

6- نهج البلاغه: نامه 53.

7- وسائل الشیعة: ج 11، ص 44.

۲۵- ارزیابی نیروها: حضرت علی (علیه السلام) می فرمایند:

«أَفَةُ الْأَعْمَالِ عَجْرُ الْعَمَالِ». (1)

«آفت و بلاي کارها ناتواني کارگزاران است».

۲۶- تشویق نیکوکاران: از امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) نقل شده است:

«هرگز نباید افراد نیکوکار و بدکار در نظرت مساوی باشند، زیرا این کار سبب می شود که افراد نیکوکار در نیکی هایشان بی رغبت شوند و بدکاران در عمل بدشان تشویق گردند، و هر کدام از این ها را مطابق کارش پاداش ده». (2)

۲۷- تشبیه خطاکاران: اگر یکی از آن ها دست به خیانت زد و مأموران سري تو متفقا چنین گزارشي را دادند، به همین مقدار از شهادت قناعت کن و او را زیر تازیانه ي کيفر بگیرد و به مقدار خیانت ي که انجام داده، او را کيفر نما، سپس وي را در مقام خواري و مذلت بنشان و نشان خیانت را بر او بنه و گردن بند ننگ و تهمت را بر گردنش بیفکن و او را به جامعه معرفی کن. (3)

۲۸- عفو و گذشت: قرآن مجید می فرماید:

«وَمِنْهُمْ الَّذِينَ يُؤْذُونَ النَّبِيَّ وَيَقُولُونَ هُوَ أَدْنُ قُلُوبِ الْأَعْدَاءِ لَكُمْ». (4)

«از آن ها کسانی هستند که پیامبر را آزار می دهند و می گویند او خوش باور و گوشي اس-ت-ب-گ-و-خ-وش-ب-اور بودن او به نفع شماست».

حضرت علی (علیه السلام) به مالک اشتر چنین می فرمایند:

«گاه از آن ها لغزش و خطا سر می زند، ناراحتی هایی به آنان عارض می گردد، به دست آنان عملاً یا به طور اشتباه کارهایی انجام می شود در این مورد از عفو و گذشت خود آن مقدار به آن ها عطا کن، که دوست داری خداوند از عفو تو به تو عنایت کند، زیرا تو مافوق آن ها و پیشوایت مافوق تو و خداوند مافوق کسی است که تو را زمامدار قرار داده است». (5)

۲۹- استفاده از تجربه: حضرت علی (علیه السلام) می فرمایند:

«الْعَقْلُ غَرِيْبَةٌ يَزِيْدُ بِالْعِلْمِ بِالتَّجَارِبِ». (6)

ص: 23

1- تصنیف غرر الحکم: ص 345.

2- نهج البلاغه نامه 53.

3- همان.

4- توبه: 61.

5- نهج البلاغه: نامه 53.

6- ميزان الحكمة: ج 6، ص 426.

«عقل غریزه ای است که با علم و تجربه زیاد می شود».

آن حضرت در جای دیگری می فرماید:

«کسی که کم تجربه بود فریب خورد و کسی که تجربه اش زیاد بود لغزش هایش کم گردید».

30- مشورت کردن: پیامبر (صلی الله علیه و آله) در موارد بسیاری با اصحاب مشورت نموده و نظر آن ها را عمل می نمایند:

«حَقُّ عَلَى الْعَاقِلِ أَنْ يَسْتَدِيمَ الْإِسْتِشَادَ وَيَتْرُكَ الْإِسْتِبْدَادَ». (1)

«بر عاقل حق است که همواره از دیگران راهنمایی بخواهد و استبداد را ترک کند».

31- در نظر داشتن رضایت الهی: امیر المؤمنین علی (علیه السلام) می فرماید:

«و هرگز خداوند را به خاطر رضایت احدی از مخلوقاتش به خشم نیاور، چرا که خداوند جای همه کس را می گیرد و کسی نمی تواند جای

خداوند را بگیرد». (2)

32- عدالت داشتن: امیر المؤمنین علی (علیه السلام) می فرماید:

«مَنْ عَدَلَ تَقَدَّ حُكْمُهُ». (3)

«کسی که عادل باشد، حکمش نفوذ خواهد کرد».

33- رسیدگی به مشکلات: رسول خدا (صلی الله علیه و آله) می فرماید:

«همانا خداوند بندگان را در مورد آبرویشان مورد سؤال قرار می دهد، همان گونه که در مورد اموالشان سؤال می کند و می فرماید: ای بنده

ی من! به تو نعمت آبرو دادم، پس آیا با این آبرو مظلومی را کمک کردی؟ و به فریاد غمگینی رسیدی؟». (4)

34- دوری از خائنین: امیر المؤمنین علی (علیه السلام) می فرماید:

«مَنْ خَانَهُ وَزِيرُهُ فَسَدَ تَدْبِيرُهُ». (5)

«هیچ گاه خود را در زمانی طولانی از رعیت پنهان مدار! چرا که دور بودن زمامداران از چشم رعایا، موجب نوعی محدودیت و بی اطلاعی

نسبت به امور مملکت است، و این چهره پنهان داشتن زمامداران، آگاهی آن ها را از مسائل نهایی قطع می کند. در نتیجه بزرگ در نزد

آنان کوچک، و کوچک بزرگ و کار نیک زشت و کار بد خوب و حق با باطل آمیخته می شود. اما اگر

ص: 24

- 2- نهج البلاغه: نامه 27.
- 3- تصنيف غرر الحكم: ص 340.
- 4- ميزان الحكمة: ج 2، ص 195.
- 5- تصنيف غرر الحكم: ص 345.

مدیر به شکلی دوستانه و مهر آمیز به محل کار افراد رفته، آن ها را جمع کند و ساعتی با آن ها نشست، حرف ها و سخنانشان را بشنود، به حدی در روحیه کارکنان تأثیر مثبت می گذارد و دوستی و صمیمیت بین آن ها حاکم می کند که قابل توصیف نیست». (1)

اصلاح از دیدگاه امام خمینی قدس سره

خدمت گذاری و مردمی بودن: حاکم باید مردمی باشد، خودتان را حاکم مردم ندانید، خدمت گذار بدانید.

تعهد به موازین و معیارهای اسلامی: باید مجریان امور در هر کجا هستند متعهد به اسلام باشند.

رسیدگی به امر متخلفین: در رسیدگی به امر متخلفین باید با کمال جدیت و قاطعیت عمل شود.

رعایت نظم و سلسله مراتب: امر خداست که باید نظم و سلسله مراتب را رعایت کنید.

تواضع در مقابل مردم: وقتی قدرت دستتان آمد بیشتر مواظب باشید که متواضع باشید.

عدم تضعیف یکدیگر: کارشکنی و تضعیف یکدیگر موجب انحطاط و سقوط می شود.

پرهیز از قدرت طلبی: قدرت طلبی انسان را در دنیا و آخرت به تباهی می کشاند.

خصوع در مقابل قانون: عمل نکردن به قانون خدا خلاف تعهد اسلامی است.

ارزش برای مردم: ما رهین منت این توده های بزرگوار و ایثارگر هستیم.

تزکیه: تزکیه نفس ضرورت زمامداری و تزکیه عامل طاغوت زدایی است.

رفتارهای اسلامی با زیردستان: جفای به زیر دست استکبار است.

رعایت عدالت: پاسدار عدالت باید خودش دارای عدالت باشد.

ساده زیستی: پیغمبر (صلی الله علیه و آله) وقتی که از دنیا رفت هیچ چیز نداشت.

اعتماد به نفس: تزلزل در تصمیم، کارها را شکست می دهد.

انجام تکلیف: همه ما مأمور به ادای تکلیف هستیم.

تقوی: تقوی برای مسئولین لازم است.

انتقادپذیری: انتقاد برای اصلاح امور لازم است.

ارائه کار به مردم: خدمتتان را به مردم بگویید.

حکومت بر قلوب: فتح قلوب بالاتر از فتح کشورها است.

صبر و استقامت: استقامت در کارها در رأس امور است.

حفظ آبروی نظام: حفظ حیثیت نظام به شماها بسته است.

اهمیت به بیت المال: بیت المال مسلمین را بزرگ بشمارید.

حفظ وحدت: اختلاف سلیقه خوب است ولی دشمنی نباید باشد.

ص: 25

1- نهج البلاغه: نامه 53.

پرهیز از کم کاری: اجرت کسانی که کم کاری می کنند حرام است.

خوش برخوردی: با خوش رویی و احترام کار مردم را انجام دهید.

جلب رضای الهی: باید تمام هم خود را برای رضای خدا به کار گرفت.

اشاعه معنویت: تا معنویات محفوظ است جمهوری اسلامی محفوظ است.

اعتراف به اشتباه: اگر در مسئله ای اشتباه کردید صریحاً بگویید اشتباه کردیم.

حسن انجام وظیفه: بهترین مأمور کسی است که مأموریت خودش را خوب عمل کند.

ایمان: مملکت ما نیاز به انسان مؤمن دارد، کسانی که ایمان ندارند نمی توانند به مردم خدمت کنند.

اصلاح از دیدگاه مقام معظم رهبری

اصلاح از دیدگاه مقام معظم رهبری (1)

مقام معظم رهبری با الگوبرداری از رهبری حضرت رسول اکرم (صلی الله علیه و آله) ویژگی های اصلاح را این چنین بیان می فرمایند:

ارزش گرا در رفتار و گفتار: یک مسئول باید سعی کند در رفتار و گفتار خود ارزش ها را ملاک عمل قرار دهد.

رعایت پیمان در همه حال با تمام افراد: وفاداری به پیمان ها باعث جلب اعتماد مردم و عمل به دستور شرع مقدس است.

تدبیر در اداره امور: یک مسئول باید سعی کند در امور خود تدبیر نماید تا با سامان دادن به امور به اهداف تعیین شده دست یابد.

سرعت در عمل: یک مسئول باید سعی کند تا در عمل خود سرعت داشته تا از فرصت ها استفاده لازم را ببرد.

درست عمل کردن: یک مسئول باید سعی کند مسئولیت محوله خود را به درستی انجام داده و خود را از هرگونه ضعف و کاستی نگه دارد.

اثرگذاری با عمل: یک مسئول باید سعی کند به گونه ای عمل کند که دیگران از او تأثیر بپذیرند و به حرف اکتفا نکنند.

صداقت در عمل و گفتار با خودی ها: مسئول باید با افراد خودی از روی صداقت و صراحت برخورد نماید.

حضور فیزیکی در امور: یک مسئول باید خود عملاً در جریان امور قرار بگیرد و از نزدیک با مسائل آشنا باشد.

سیاست با دشمنان: یک مسئول باید با افراد غیر خودی و دشمنان با سیاست رفتار کرده و از حماقت دوری کند.

مدارا با افراد در موارد لازم: یک مسئول باید سعی کند در مواردی که لازم می آید با افراد مدارا نماید زیرا در غیر این صورت نمی تواند

مشارکت داشته و کارها را به سامان برساند.

محکم کردن ارتباط با خداوند متعال: مسئول باید در عین قاطعیت در عمل، بر خداوند متعال توکل و تضرع داشته

ص: 26

1- حدیث ولایت.

باشد.

استفاده از نیروهای مادی و معنوی در مبارزات: یک مسئول باید سعی کند در مبارزات خود از تمام نیروها از مادی و معنوی بهره‌گیری کرده تا بتواند بر دشمن فائق آید.

دوری از ترس و تردید در مبارزات: یک مسئول باید سعی کند در مبارزات خود تردید نکرده ترس را از خود دور نماید.

پناه‌گاه نیروهای خود در سختی‌ها: یک مسئول باید سعی کند در سختی‌هایی که پیش می‌آید پناه‌گاه‌های نیروهای خود باشد تا به این وسیله آن‌ها نیز مقاوم‌گشته و به وظایف خود به خوبی عمل نمایند.

الگو بودن در کارها: مسئول باید در تمام کارها برای نیروها و زیردستان خود به عنوان یک الگو مطرح باشد.

شاداب بودن: مسئول باید در تعاملات و برخوردهای اجتماعی خود شاداب بوده و از خمودگی دوری‌گزیند.

وجود محبت و اعتقاد در بین مردم: مسئول باید به گونه‌ای عمل نماید که مردم دوستدار او بوده و به او اعتقاد داشته باشند تا همیشه از پشتوانه مردمی برخوردار باشد.

ادای حق زیردستان: یک مسئول باید سعی کند حقوق زیردستان خود را ادا کرده و این کار را بر خود وظیفه شرعی و الهی بداند.

جهت‌دار عمل کردن: یک مسئول باید سعی کند به تمام اعمال و رفتار و گفتار خود جهت الهی بدهد و باید قیامش قیام الله باشد.

محور و وحدت بودن: یک مسئول باید سعی کند از هرگونه گرایش به جناح یا گروه خاصی دور بوده و محور و وحدت دیگران قرار گیرد.

برنامه‌ریزی در انجام امور: یک مسئول باید سعی کند در انجام امور خود برنامه‌ریزی داشته و از هرگونه هرج و مرج جلوگیری نماید، تا بتواند به اهداف تعیین شده دست یابد.

حراست از انحراف برنامه‌ها: یک مسئول باید سعی کند بر برنامه‌های انجام شده برای دست‌یابی به اهداف تعیین شده نظارت و کنترل داشته باشد تا به موقع از هرگونه انحرافی جلوگیری نماید.

روحیه‌سازندگی: یک مسئول باید سعی کند روحیه‌سازندگی را در خود هر چه بیشتر پرورش داده تا هر روز پیشرفت کرده و موفقیت‌های بیشتری کسب نماید.

تداوم در انجام برنامه‌ها: مسئول باید در انجام برنامه‌هایش تداوم داشته باشد زیرا کار مقطعی اگرچه با ارزش باشد کارایی نخواهد داشت.

داشتن علم و دانش و تخصص: یک مسئول باید سعی کند نسبت به مسئولیتی که به او محول می‌شود، علم و آگاهی لازم را داشته باشد. تا کارها را به صورت تخصصی به انجام رساند.

روحیه خدمت‌گذاری: مسئول باید دارای روحیه خدمت‌گذاری بوده و خود را وقف مردم کند و این باید شعار

انتخاب اصلاح در فضای سالم تبلیغاتی

از جمله مسائل بسیار مهمی که باید مورد توجه قرار گیرد مسئله تبلیغات و نحوه آن در انتخابات است که باید با روشی اسلامی و انسانی انجام پذیرد. هدف اسلام در مسئله حکومت، حاکمیت یافتن صالحان است و مهم ترین وظیفه ای که در این رابطه امت اسلامی برعهده دارد «انتخاب اصلاح» می باشد. بنابراین تبلیغات انتخاباتی بای_د ب_ه نحوی انجام پذیرد که نیروهای کاردان و مؤمن جذب صحنه ی انتخابات شده و مردم با دقت کافی بتوانند اصلاح را تشخیص و انتخاب کنند.

معمولاً احزاب سیاسی در انتخابات، افرادی را به عنوان کاندیدای مورد اعتماد معرفی می کنند و برای آن ها تبلیغ می نمایند و لکن در جامعه اسلامی این طور به نظر می رسد که احزاب باید در معرفی کاندیداها صرفاً صلاحیت فرد را در نظر بگیرند و اگر وابستگی او به حزب یا گروه در نظر باشد و او را به علت این وابستگی تبلیغ نمایند، و انتخاب کنند در صورتی که رقیب او که این وابستگی را نداشته و شایسته تر باشد، این عمل از مرز عدالت اسلامی خارج شده است، همانند همان شیوه حزب بازی غرب و تبلیغات به شیوه هایی که در غرب معمول است به این صورت که غالباً حقیقت را با شعارها و جوسازی ها سرپوش می گذرانند و افراد با نفوذ که زر و زور بیشتری دارند، انتخاب می شوند.

بهترین نوع تبلیغات این است که مراکز یا ستادهایی از افراد بی طرف تشکیل و شرایط برابر و سالمی را برای معرفی هر چه بیشتر کاندیداها فراهم نمایند تا آن ها نیز با ارائه دیدگاه های خود در خصوص اداره جامعه، مردم را با افکار و اندیشه های خود آگاه سازند و یا این که همان مراکز یا مراکز که مسئولیت و شایستگی نظارت دارند تبلیغات کاندیداها را کنترل نموده و در صورت تخلف آنها را از شمار نامزدهای انتخاباتی حذف نمایند. و هم چنین خود کاندیداها نیز باید از هرگونه عمل غیر اخلاقی و انسانی مثل از بین بردن تبلیغات دیگران، به کارگیری افراد ذی نفوذ، استفاده از ابزارهای جذاب پر هزینه، به کارگیری تاکتیک های روانشناسی و تقلب و.... خودداری نموده و در شرایط سالم به معرفی و دیدگاه ها و نظرات خود بپردازند.

- 1- جنگ روانی، دانشگاه امام حسین (علیه السلام).
- 2- جامعه شناسی جنگ، هوشنگ.
- 3- جنگ روانی، دفتر مرکز جهاد دانشگاهی، وی اف بی بی.
- 4- اثر تبلیغات بر احساسات، مهدی شهشهانی.
- 5- تبلیغات سیاسی، هرمز مهرداد.
- 6- روان شناسی محیط، شهناز مرتضوی.
- 7- تبلیغات و مردم، حسن قباد.
- 8- روان شناسی اجتماعی، محمدعلی کاردان.
- 9- روان شناسی نظامی، سیدحسین سلیمی.
- 10- هنر جنگ، حسن حبیبی.
- 11- مبانی تبلیغ، محمدحسن زورق.
- 12- تبلیغات و جنگ روانی، حسین حسینی.
- 13- روان شناسی تبلیغات، حمیدرضا حاتمی.
- 14- مقالات در مطبوعات روزنامه جمهوری اسلامی، احمدرضا حیدری.
- 15- امپریالیسم تبلیغ یا تبلیغات بین الملل، محمد سپهری.

بسمه تعالی

جَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَأَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ إِن كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ

با اموال و جان های خود، در راه خدا جهاد نمایید، این برای شما بهتر است اگر بدانید.

(توبه : 41)

چند سالی است که مرکز تحقیقات رایانه ای قائمیه موفق به تولید نرم افزارهای تلفن همراه، کتاب خانه های دیجیتالی و عرضه آن به صورت رایگان شده است. این مرکز کاملاً مردمی بوده و با هدایا و نذورات و موقوفات و تخصیص سهم مبارک امام علیه السلام پشتیبانی می شود.

برای خدمت رسانی بیشتر شما هم می توانید در هر کجا که هستید به جمع افراد خیراندیش مرکز بپیوندید.

آیا می دانید هر پولی لایق خرج شدن در راه اهلبیت علیهم السلام نیست؟

و هر شخصی این توفیق را نخواهد داشت؟

به شما تبریک میگوئیم.

شماره کارت :

6104-3388-0008-7732

شماره حساب بانک ملت :

9586839652

شماره حساب شبا :

IR390120020000009586839652

به نام : (موسسه تحقیقات رایانه ای قائمیه)

مبالغ هدیه خود را واریز نمایید.

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان - خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آواده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی - پلاک 129/34 - طبقه اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: 03134490125

دفتر تهران: 021 - 88318722

بازرگانی و فروش: 09132000109

امور کاربران: 09132000109



مرکز تحقیقات رایانگی

اصفهان

گامی

WWW



برای داشتن کتابخانه های تخصصی
دیگر به سایت این مرکز به نشانی

www.Ghaemiyeh.com

www.Ghaemiyeh.net

www.Ghaemiyeh.org

www.Ghaemiyeh.ir

مراجعه و برای سفارش با ما تماس بگیرید.

۰۹۱۳ ۲۰۰۰ ۱۰۹

