

#### حدیث

**امام صادق (ع)** فرمودند:

مؤمن جز به سه خصلت، نیک نشود: فهم عمیق در دین، نیکو در زندگانی و بردباری بر ناگواری. (تحف العقول)

#### واحه

بنده پیر خراباتم که لطفش دایم است
ور نه لطف شیخ و زاهد گاه هست و گاه نیست

**حافظ**

#### اوقات شرعی امروز

اذان ظهر: ۱۳/۰۷ غروب آفتاب: ۱۹/۸  
اذان مغرب: ۱۹/۴۷ نیمه شب شرعی: ۰۰/۲۴  
اذان صبح (فردا): ۵/۲۰ طلوع خورشید(فردا): ۶/۴۶

# السلامة شهر رمضان المبارك

■ روزنامه فرهنگی، اجتماعی صبح ایران ■ صاحب امتیاز: سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران



شاپ:۱735-3637 ISSN  
پایگاه اطلاع رسانی:  
www.jamejamdaily.ir  
پست الکترونیکی:  
info@jamejamdaily.ir

تهران، بلوار میرداماد، جنب مسجد الغدير، شماره ۱۲۹  
تلفن: ۰۲۱-۲۳۰۰۴۰۰۰ دوزنگار تحریریه: ۲۳۰۰۴۴۳۳  
سازمان توزیع: ۰۶۱۹۳۳۱۱۵ کد پستی: ۱۹۱۱۶۱۸۴۱۳  
امور مشترکین: ۰۶۱۹۳۳۱۱۵ سازمان آگهی ها: ۴۹۱۰۵۰۰۰  
شماره پیامک: ۳۰۰۰۱۱۲۴۰ تلفن گویا: ۲۳۰۰۴۴۴۴  
چاپ: چاپخانه روزنامه جام جم

| دوشنبه ۱۵ فروردین ۱۴۰۱ | ۲ رمضان ۱۴۴۳ | ۲۰ صفحه | سال بیست و دوم - شماره ۶۱۸۳ | استان تهران و البرز ۳۵۰۰ تومان - دیگر استان ها ۲۵۰۰ تومان | Monday - April 4th, 2022

## رمضان؛ یک نقطه اشتراک مهم



علیرضا رافتی

روزنامه نگار

چند سال پیش شرکت کوکاکولا برای ماه رمضان یک تیزر تبلیغاتی ویژه ساخته بود. در ابتدای تیزر چند جمله به مخاطب توضیح می دادند که مسلمانان هر ساله یک ماه از سال را روزه می گیرند و در این ماه از سحر تا بعد از غروب آفتاب چیزی نمی خورند. بعد یک دختر محجبه را نشان می داد که دچار ضعف شده و در خیابان با چالش های مختلفی روبه رو می شود و نهایتا، روی پلی به تماشای غروب می ایستد و منتظر که وقت افطار برسد و با دو خرمایی که لای دستمال کاغذی گذاشته و همراه خودش برداشته افطار کند.

در همین حین، یک دختر دیگر که مسلمان نیست و حجاب ندارد، وقتی حال دختر محجبه را می بیند، از دکه دو نوشابه کوکاکولا می خرد و می رود کنار پلی که روی رودخانه است و نمایی به غروب دارد. یکی از شیشه ها را به دختر محجبه می دهد و دیگری را خودش نزدیک دهان می برد اما وقتی متوجه می شود که دختر محجبه به نوشابه لب نزده و دارد غروب را نگاه می کند، انگار که متوجه چیزی شده باشد، شیشه نوشابه را از دهان پایین می آورد و با هم منتظر می شوند. نمای پایانی تیزر، دو دختر مسلمان و غیرمسلمان را نشان می دهد که بعد از غروب آفتاب دارند نوشابه کوکاکولا می نوشند و با هم می خندند.

طبیعتا در نقل سناریوی این تیزر کاری به این نداریم که نوشابه کوکاکولا با معده خالی فرد روزه دار چه می کند! حتی کاری به این هم نداریم که قهرمان این قصه کوکاکولا کیست؟ زن مسلمان؟ زن غیرمسلمان؟ یا خود کوکاکولا؟ چیزی که در این تبلیغ تجاری مهم است این است که حتی برندهای تجاری دنیا هم می دانند که در ماه رمضان باید به عقاید بخش مهمی از انسان های کره زمین احترام بگذارند و حتی دقیق تر به این عقاید نگاه کنند و برای دل آن بخش مهم هم که شده، سعی کنند هر طور که می توانند زیبایی های آن را منعکس کنند. این بازیاب پر از شادی و شور معنوی رمضان را می شود در پلنترهای مختلف دید. از تبلیغات تجاری مثل کوکاکولا گرفته تا قابلیتی که اینستاگرام در این ماه ارائه می دهد و برچسب های زیبایی که طراحان مسلمان برای ماه رمضان طراحی کرده اند

را اضافه می کند و به کاربرانی که از این برچسب ها استفاده کنند نیز کمک می کند

محتوایشان بیشتر دیده شود.

این حرکت تجاری و اجتماعی که با شروع رمضان در دنیا اتفاق می افتد، دقیقا مقابل چیزی است که برخی نهادها و شخصیت های غربی سال هاست تلاش می کنند علیه اسلام و مسلمانان پیاده کنند. از منع حجاب در اماکن مختلف فرانسه گرفته تا پروژه های گوناگون اسلام هراسی که از هر شکلی از رسانه استفاده می کنند تا فرقه هایی خود ساخته را به اسلام ربط دهند و مردم را از مسلمانان بترسانند. رمضان، تنها یکی از صدها نقطه اشتراک مسلمانان سراسر دنیاست اما جزو معدود نقاط اشتراکی است که جدی گرفته شده و پیروان همه مذاهب و عقاید اسلامی به اشتراک داشتن در آن متحد و تبدیل شده اند به بخش مهمی از دنیا که نمی شود نادیده شان گرفت و باید به عقایدشان احترام گذاشت. □

# ماموریت غیر ممکن



## ۴۱ سال پیش در چنین روزی یکی از پیچیده ترین عملیات نظامی جهان توسط نیروی هوایی ایران صورت گرفت

چهار دهه گذشته، درست ۴۱ سال از وقوع یکی از بزرگ ترین عملیات هوایی جهان می گذرد؛ عملیاتی که انجام آن با بهت ارتش های مجهز جهان روبه رو شد. اسطوره سازی و مدیحه سرائی جایی در میان آوازه های توصیفی این عملیات ندارد، وقتی بدانیم طی عملیات حمله به پایگاه الولید عراق یا همان نامی که به آن بیشتر شناخته شده یعنی عملیات حمله به اچ ۳ چه اتفاقی افتاد، می توان درک کرد که شرح ماجرا نسبتی با اغراق معمول ژورنالیستی ندارد. روایت های متعددی هم از این عملیات نقل شده و شاید شنیده شده ترینش روایت فیلم سینمایی به همین نام باشد که شهریار بحرانی



میثم اسماعیلی

روزنامه نگار

### شنوندگان عزیز توجه فرمایید!

بعد ازظهر پانزدهم فروردین ماه ۱۳۶۰ اطلاعیه شماره ۴۵۷ ستاد مشترک ارتش از رادیو سراسری خوانده می شود؛ اطلاعیه ای که حکایت از بزرگ ترین ضربه هوایی بر پیکر ارتش صدام دارد؛ اولین بار نام این عملیات به گوش شهروندان می خورد؛ «عملیات اچ ۳». طی این عملیات هشت فروند هواپیمای جنگنده ارتش ایران با گذر از موانعی که در خاک عراق وجود داشت به محل نگهداری جنگنده های عراقی می رسند، ۴۸ فروند از آنها را نابود می کنند و به سلامت به آشیانه خود بازمی گردند تا داستان یکی از پیچیده ترین عملیات های تاریخ نبردهای هوایی را رقم زنند. طراحی دقیق عملیات و مهارت خلبانان شرکت کننده در این عملیات باعث شد تا در منابع نظامی از آن به عنوان «موفق ترین عملیات دوربرد هواپیماهای فانتوم در تاریخ جنگ های هوایی» نام برده شود. این قصه ساده شده ماجرای حمله به پایگاه الولید است.

### جهنم الولید؛ زخم کاری به بعث

این آغاز ماجرا بود. زخم کاری نیروی هوایی ایران اما یک سال بعد به ارتش بعث وارد شد. همان حمله ابتدایی اول مهرماه صدام را به این نتیجه رساند که تجهیزات مهم اش را برای در امان ماندن از خطر انهدام به جای امنی منتقل کند. به این ترتیب هواپیماها و تجهیزات نظامی عراق به چهار پایگاه نظامی در غربی ترین منطقه عراق موسوم به پایگاه های الولید یا اچ ۳ که از شمال غرب به سوریه و از غرب به مرز اردن منتهی می شد، انتقال یافت. سرتیپ مهرنیا می گوید: «این جابه جایی در همان روزهای آغازین جنگ صورت گرفت و اخبار آن خیلی زود به گوش ما رسید و از همان زمان این چالش مطرح شد که چگونه می توان به این منطقه دسترسی پیدا کرد و هواپیماها را منهدم ساخت». دو بار پیش از فروردین ۶۰ عملیات طرح ریزی می شود؛ بار اول به گمان لو رفتن عملیات و بار دوم که در زمستان ۵۹ است به دلیل بدی آب و هوا این عملیات اجرایی نمی شود.

در سال ۷۳ روی پرده برد. اما شنیدن قصه این عملیات از زبان یکی از حاضران در آن شنیدن تر است. سرتیپ دوم خلیان دکتر احمد مهرنیا در ۱۵ فروردین ۱۳۶۰ در یکی از دسته های پروازی اف ۵ از پایگاه هوایی تبریز، وظیفه پشتیبانی هوایی از تانک رهای سوخت رسان عملیات اچ ۳ را برعهده داشت و بعدها هم در کتاب خواندن «حمله به الولید» شرح مفصلی از ماجرای این عملیات را توضیح داده است؛ کتابی که مدت ها پیش توسط انتشارات سوره مهر منتشر شده است اما چه چیز این عملیات را تا این اندازه ویژه کرده است؟ چه اتفاقی افتاد که هنوز هم با گذشتہ بیش از چهار دهه و با وجود پیشرفت های شگفت فناوری در صنعت نظامی همچنان این عملیات مثالی از نبوغ و دلوری محسوب می شود؟ چرا عملیات حمله به اچ ۳ بی تکرار است و بی همتا هم خواهد ماند؟

### پرواز در سکوت

۱۵ فروردین ۱۳۶۰ اما عملیات حمله به اچ ۳ اجرا می شود؛ عملیاتی که موفقیت آن حتی در تصور خیال پردازترین کارشناسان نظامی هم نمی گنجد. احمد مهرنیا می گوید: «هواپیماها باید از کوهستان های مرزی عراق و ترکیه و در ارتفاعی پایین پرواز می کردند و پس از طی مسافتی طولانی روی خط مرزی عراق و ترکیه، خود را به اچ ۳ می رساندند و بعد از بمباران مواضع دشمن از همان مسیر قبلی به پایگاه های خود بازمی گشتند. در تمام طول مسیر هواپیماها باید در ارتفاع پایین ۲۰ تا ۳۰ متری زمین پرواز می کردند تا از دید رادارهای دشمن پنهان بمانند. در حالت عادی، پرواز در ارتفاع پایین به قدرت و مهارت بسیاری نیازمند است اما پرواز در ارتفاع پایین بر فراز منطقه ای کوهستانی تقریبا غیرممکن به نظر می آید و تنها از عهده خلبانانی برمی آید که دارای مهارت و قدرت عکس العمل بالایی باشند.» اینها تمام مشکلات پیش روی اجرای این عملیات پیچیده نبود و مهم ترین چالش در اجرای موفق آن سوختگیری هواپیماها در چنین ارتفاع پروازی پایین است؛ اتفاقی که تحقق اش بی اغراق هنوز مشابهی در جهان نداشته است.

### پیام وارده؛ نیروی هوایی زنده است

کمی کم، کمی زیاد، بوده عملیات هوایی در بی شمار جنگ های ملت ها که باعث از بین بردن مواضع دشمنان شان شده اند اما چرا حمله به اچ ۳ مصداق تهور و دلآوری است؟ احمد مهرنیا معتقد است، کشور در زمان اجرای این عملیات وضعیت عجیبی را پشت سر گذاشته بود؛ مستشاران غربی ایران را ترک کرده بودند. تحولات سیاسی و حتی کودتاهایی رخ داده بود و مواضع زمینی ایران هم زیر بمباران نیروی هوایی بعثی قرار داشت. همه این شرایط ذهنیتی به نیروی هوایی ایران داده بود که حتما نیروی هوایی ایران که روزگاری قدرت اول منطقه بوده توان بازیابی خود را ندارد. اما تنها یک روز از حمله جنگنده های بعثی به فرودگاه مهرآباد تهران که آغازگر جنگ تحمیلی شد، می گذشت که بیش از ۱۴۰ جنگنده بمب افکن نیروی هوایی ایران بر فراز آسمان عراق پدیدار شدند و در عملیاتی، بسیاری از تأسیسات زیربنایی، پایگاه ها و دیوهای ارتش بعث در مرکز عراق را هدف قرار داده و نابود کردند. قدرت نمایی هوایی ارتش ایران، نیروها متجاوز عراقی را تا چند هفته منفل کرد و آنان را در روند تهاجمی که در پیش گرفته بودند به عقب راند.

#### چهارم روز



### حامی یابی برای کودکان یتیم

نعمت!... جوزك، كارمند ساده كمیته امداد است. خودش را این طور معرفی می كند. كارش حامی یابی برای بچه های یتیم است. حالا نزدیک به ۲۰ سال است كه در ماه مبارك رمضان نیت ۱۰ روزه می كند، چمدانش را می بندد و راهی شلوغی های پایتخت می شود تا بلكه بتواند برای بچه های یتیم استان كرمان حامی پیدا كند. ابزارش يك ميز كوچك و شكلیل است و يك دسته شناسنامه كه مختصات بچه های یتیم شهرهای مختلف كرمان به همراه عكس های روی آن درج شده است. می گوید كلك حامیان از ۳۰ هزار تومان آغاز می شود تا رقم های بالاتر، شیوه كار چنین است كه او مكان هایی را شناسایی می كند و راهی آنجا می شود تا بتواند حامیانی برای كودكان یتیم بیابد. از اما مزاده صالح تجریش گرفته تا اداره های مختلف سراسر شهر می توان رد او را پیدا كرد. خودش می گوید نزدیک به ۱۲۰۰ كودك یتیم تنها در شهر جیرفت هستند و حدود ۸۰۰۰ تا ۹۰۰۰ كودك یتیم در استان كرمان. از پرداخت ماهی ۱۰ هزار تومان داشته ایم تا حامی خیری كه وقتی آمده خانه كودكی را دیده، خانه را تعمیر و تجهیز کرده و تحویل كودك داده است. يك ميز كوچك كه شناسنامه كودكان یتیم به همراه مختصات آنها روی آن درج شده، تمام ابزار كار نعمت!... جوزك است. خودش می گوید خبرانی بوده اند كه حتی هر دو ماه يك بار به این كودكان كمك می كند. خیلی ها هم سر ميز كه می آیند و شناسنامه ها را زیر و رو می كند. یکی را برای كمك انتخاب می كند. خیلی ها می آیند، عكس ها و شناسنامه ها را می بینند و انتخاب می كند. یتیم با یتیم تفاوتی نمی كند، اما برخی عكس ها در دل برخی بینندگان جاباز می كند و آنها ترجیح می دهند حامی آن كودك یتیم شوند.

#### دعای روز دوم ماه رمضان

اللهم قُرْبى فیه الی مَرْضَاتك و جَنِّبْنِی فیه مِن سَخَطِك و تَقْصَاتك و وَفَّقْنِی فیه لِقَاءَ آیاتك بِرَحْمَتِكَ یا اَرْحَمَ الرَّاحِمِین

پرویدگارا! در این روز پربرکت مراه رضایت و خوشنودی خویش نزدیک کن و از خشم و عذاب خود برهان. به من لیاقتی عطا کن تا خاضعانه تسلیم تو شوم و تو را از هرچه به اندیشه ام درآید بزرگتر دانم. خدایا! در این ماه توفیق تلاوت قرآن را بر من ارزانی دار تا چشمم به درخشش آیات منور شده، قلمم با هدایت کتابت تسکین یابد. به حق رحمتت، ای رحم کننده ترین رحم کنندگان!



## ما به مقصد نمی رسیم

تکرار یک موضوع از اهمیت آن می کاهد. این گزاره در باور کارشناسان حوزه ارتباطات هم با اصطلاحی توضیح داده شده است؛ آنها برای توضیح این رویه از ترکیب «کوری ارتباط» یاد می کنند. مصداق های بسیاری هم در اخبار روزانه می توان در این نادیدگی یافت. به عنوان مثال اگر انفجاری در بصره باعث مرگ ۵۰ غیرنظامی شود اتفاق هولناک و تکان دهنده ای خواهد بود اما اگر این اتفاق هر روز تکرار شود دیگر اهمیت ابتدایی را برای مخاطب خبر نخواهد داشت. این رویه البته که دستاویز رندانه ای هم برای برخی از تصمیم گیران و مسؤولان مهیا کرده است، به این معنا که سوءمدیریت ابتدایی آنها همراه با شوک و گلابه شهروندان است اما از فرط تکرار دیگر سوءمدیریت آنها اهمیتی در پیش چشم شهروندان نخواهد داشت. تکرار مرگ اما هیچ گاه برای ما عادی نمی شود، هر چقدر هم که باشد تجربه فقدان و سوگ به قدری تلخ است که مرگ را برای ما عادی نمی کند، کورمان نمی کند و تناقض آشکاری با همان نظریه ارتباطات دارد. مصداق آشکار این عادی انگاری مرگ ها، وجود و افزایش تصادفات جاده ای است؛ اتفاقی که ایران را در جهان صاحب جاودانه رکوردی منفی کرده است، راه های کشورمان را جزو ناامن ترین راه های جهان می شناسند و بدتر از همه این که برای مسؤولان و تصمیم گیران در حد و اندازه یک آمار معمولی روزانه عادی شده است.

تا دوازدهم فروردین امسال به گواه آمارهای رسمی ۶۳۳ نفر کشته شده اند. این تعداد جان عزیز درحالی در جاده ها از دست رفته است که مدام متهمان این اتفاق در باور عمومی تغییر می کنند. خودروسازهای نازپرورده وطنی که زحمت اظهارنظر به خود نمی دهند و همچنان منت می گذارند که کیفیت خودروهایی تولیدی با توجه به قیمت ارزان شده از سر ما هم زیاد است! پلیس راهور هم که حالا چند ماهی است صریح تر توپ تقصیرات را به زمین خودروسازها می اندازد. در یکی از تازه ترین اظهارنظرها به طعنه اعلام کرده است (نمی دانم خودروسازان در خودروها پاک بنزین می گذارند یا تی.ان.تی؟) صدا از دیوار بلند شده باشد از خودروسازهای وطنی هم شنیده شده است!

می ماند مردمی که انگار دیوار تقصیرات شان مثل همیشه کوتاه تر از همه است و مقصر افزایش تصادفات جاده ای هم به نام آنها سند می خورد. آنها متهم به نداشته نداشتن «فرهنگ رانندگی» می شوند تا همچنان بار سنگین قصور تصادفات روی شانه های آنها سنگینی کند. چالشی که بیش از دو دهه در جاده های کشور تکرار شود و راهکاری برای آن اجرایی نشود نامش دیگر چالش نیست، فاجعه هولناکی است که از قرار به واسطه تکرار عادی شده است، سوگ اما عادی نمی شود، تعداد بالای قربانیان تصادفات جاده ای در ایران به عنوان نقطه منفی در مدیریت است. حتما که باید راهکاری برای جلوگیری از این حجم هولناک قربانیان و جراحات های تصادفات وجود داشته باشد. سوال اینجاست که چرا برای نهادهای مرتبط این موضوع اولویتی ندارد؟ هرچقدر هم تکرار یک موضوع از اهمیت آن بکاهد اما سوال همیشگی مردمان همیشه مقصر همچنان این است که چرا جان این شهروندان اهمیتی ندارد؟ □