



مرکز تحقیقات اسلامی

اصفهان

گامی



الحق یقیناً

www.ghaemiyeh.com
www.ghaemiyeh.org
www.ghaemiyeh.net
www.ghaemiyeh.ir



سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

میراث فرهنگی

فصلنامه
رسانه و ترویج



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

رسانه ملی و ترویج فرهنگ مهدویت

نویسنده:

ابراهیم شفیعی سروستانی

ناشر چاپی:

مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران

ناشر دیجیتال:

مرکز تحقیقات رایانه‌ای قائمیه اصفهان

فهرست

۵	فهرست
۸	رسانه ملی و ترویج فرهنگ مهدویت
۸	مشخصات کتاب
۸	اشاره
۱۰	فهرست مطالب
۱۴	مقدمه
۱۶	منشور راهبردی فرهنگ مهدویت
۱۶	مقدمه
۱۶	اشاره
۱۸	الف) مبانی نظری
۲۲	ب) راهبردها
۲۵	ج) سیاست‌ها
۲۸	بایسته‌های برنامه‌سازی
۲۸	اشاره
۳۱	۱. ارتقا و گسترش معرفت و ایمان روشن‌بینانه
۳۱	اشاره
۳۲	الف) بهره‌گیری از پژوهش در ساخت برنامه‌ها
۳۲	ب) استفاده از کارشناسان و مجریان زبده و فهیم
۳۳	ج) تأمل و تدبیر در تولید برنامه‌ها
۳۳	۲. توجه به وجوه سه‌گانه فرهنگ مهدویت
۳۴	۳. سرلوحه قرار دادن اندیشه امام خمینی = درباره انتظار
۳۶	۴. شبهه زدایی از اندیشه‌ها
۳۸	۵. نقد رویکردهای آخرالزمانی رسانه‌های غربی
۳۹	۶. طرح مطالب درست و متقن

۴۰	۷. جاری کردن مفاهیم فرهنگ انتظار در برنامه های نمایشی
۴۱	۸. استفاده نکردن از متن های بی محتوا یا کم محتوا
۴۳	۹. نوآوری در قالب و محتوا
۴۴	۱۰. توجه ویژه به کودکان و نوجوانان
۴۴	۱۱. آسیب شناسی و آسیب زدایی مستمر
۴۵	۱۲. ترسیم تصویری زیبا از قیام جهانی امام عصر(علیه السلام)
۴۶	۱۳. بهره گیری از نمادها و جلوه های تصویری بدیع
۴۹	همراه با برنامه سازان
۴۹	۱. پیشنهادهای برنامه ای
۴۹	اشاره
۴۹	الف) گفت و گو و میزگرد
۵۶	ب) گزارش و مستند
۵۶	اشاره
۵۸	پرسش های مصاحبه های مردمی
۵۹	ج) برنامه های ترکیبی
۶۲	د) برنامه های نمایشی (فیلم و مجموعه های داستانی)
۶۲	اشاره
۶۳	یک - موضوعات
۶۳	دو - ساختار نمایشی
۶۵	سه - گفتار ها و رفتارها
۶۷	هـ) مسابقه و سرگرمی
۶۷	اشاره
۶۸	پرسش های مسابقه ای
۸۰	و) پیشنهادهای یادآوری های کلی
۸۱	آشنایی با مؤسسات مهدوی
۸۱	الف) مؤسسه فرهنگی موعود

۸۲	ب) پژوهشکده مهدویت و آینده پژوهی
۸۳	ج) بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود(علیه السلام)
۸۳	د) مرکز تخصصی مهدویت
۸۳	ه) مؤسسه آینده روشن (پژوهشکده مهدویت)
۸۶	فهرست آثار مهدوی و آخرالزمانی مرکز پژوهش های اسلامی
۸۶	کتاب ها
۸۷	نشریات
۸۸	درباره مرکز

مشخصات کتاب

سرشناسه: شفیعی سروستانی، ابراهیم، ۱۳۴۳ -

عنوان و نام پدیدآور: رسانه ملی و ترویج فرهنگ مهدویت/ به کوشش ابراهیم شفیعی سروستانی.

مشخصات نشر: قم: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران، مرکز پژوهشهای اسلامی، ۱۳۸۹.

مشخصات ظاهری: ۶۸ ص.؛ ۱۱×۲۱ س م.

فروست: راهبرد رسانه؛ ۲.

شابک: ۱۰۰۰۰ ریال: ۹۷۸-۹۶۴-۵۱۴-۱۵۱-۴

وضعیت فهرست نویسی: فایا

یادداشت: کتابنامه به صورت زیرنویس.

موضوع: مهدویت-- انتظار

موضوع: تلویزیون و دین -- ایران

موضوع: رادیو و دین -- ایران

شناسه افزوده: صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران. مرکز پژوهشهای اسلامی

رده بندی کنگره: BP۲۲۴/۴/ش ۵۷ ۱۳۸۹

رده بندی دیویی: ۲۹۷/۴۶۲

شماره کتابشناسی ملی: ۲۲۰۸۱۸۱

ص: ۱

اشاره

فهرست مطالب

مقدمه ۱

منشور راهبردی فرهنگ مهدویت ۳

مقدمه ۳

الف) مبانی نظری ۵

ب) راهبردها ۹

ج) سیاست ها ۱۲

بایسته های برنامه سازی ۱۵

۱. ارتقا و گسترش معرفت و ایمان روشن بینانه ۱۸

الف) بهره گیری از پژوهش در ساخت برنامه ها ۱۹

ب) استفاده از کارشناسان و مجریان زبده و فهیم ۱۹

ج) تأمل و تدبر در تولید برنامه ها ۲۰

۲. توجه به وجوه سه گانه فرهنگ مهدویت ۲۰

۳. سرلوحه قرار دادن اندیشه امام خمینی = درباره انتظار ۲۱

۴. شبهه زدایی از اندیشه ها ۲۳

۵. نقد رویکردهای آخرالزمانی رسانه های غربی ۲۵

۶. طرح مطالب درست و متقن ۲۶

۷. جاری کردن مفاهیم فرهنگ انتظار در برنامه های نمایشی ۲۷

۸. استفاده نکردن از متن های بی محتوا یا کم محتوا ۲۸

۹. نوآوری در قالب و محتوا ۳۰

۱۰. توجه ویژه به کودکان و نوجوانان ۳۱

ص: ۳

۱۱. آسیب شناسی و آسیب زدایی مستمر ۳۱

۱۲. ترسیم تصویری زیبا از قیام جهانی امام عصر ۷۳۲

۱۳. بهره گیری از نمادها و جلوه های تصویری بدیع ۳۳

همراه با برنامه سازان ۳۶

۱. پیشنهادهای برنامه ای ۳۶

الف) گفت و گو و میزگرد ۳۶

ب) گزارش و مستند ۴۳

پرسش های مصاحبه های مردمی ۴۵

ج) برنامه های ترکیبی ۴۶

د) برنامه های نمایشی (فیلم و مجموعه های داستانی) ۴۹

یک - موضوعات ۵۰

دو - ساختار نمایشی ۵۰

سه - گفتار ها و رفتارها ۵۲

هـ - مسابقه و سرگرمی ۵۴

پرسش های مسابقه ای ۵۵

و) پیشنهادهای و یادآوری های کلی ۶۳

۲. آشنایی با مؤسسات مهدوی ۶۴

الف) مؤسسه فرهنگی موعود ۶۴

ب) پژوهشکده مهدویت و آینده پژوهی ۶۵

ج) بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود ۷۶۶

د) مرکز تخصصی مهدویت ۶۶

ه) مؤسسه آینده روشن (پژوهشکده مهدویت) ۶۶

فهرست آثار مهدوی و آخرالزمانی مرکز پژوهش های اسلامی ۶۹

کتاب ها ۶۹

نشریات ۷۰

ص: ۴

اقبال روزافزون مردم جامعه ما به فرهنگ مهدویت و انتظار و عطش رو به تزاید اقشار مختلف به ویژه جوانان برای فراگیری معارف ناب مهدوی اقتضا می کند که صدا و سیما جمهوری اسلامی به عنوان فراگیرترین رسانه دیداری و شنیداری، با اهتمام بیشتری به این موضوع بپردازد، و با ساخت برنامه های متنوع و جذاب و در عین حال برخوردار از محتوای متقن و مستدل، نیازهای مخاطبان میلیونی خود را در این زمینه برآورده سازد.

شاید بر همین اساس بوده که موضوع «اعتقاد منجی» به عنوان یکی از زیرمجموعه های موضوعات نه گانه محتوایی در برنامه های سال ۱۳۸۹ سازمان صدا و سیما در نظر گرفته شده است.

البته باید توجه داشت که برنامه سازی در موضوع یاد شده اگر بدون توجه به بایسته های تبلیغ و ترویج فرهنگ مهدویت و انتظار باشد، چندان اثر مثبتی در جامعه نداشته

و خدای ناکرده ممکن است به برخی از دیدگاه های انحرافی یا افراطی و تفریطی نیز دامن بزند. از این رو مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما از سال ها پیش تلاش کرده است که با همکاری مراکز و مؤسسات مهدوی کشور؛ به ویژه مؤسسه فرهنگی موعود، چارچوب فکری و ویژگی های قرائتی از فرهنگ مهدویت و انتظار را که با اصول و مبانی مورد پذیرش حضرت امام خمینی = هماهنگی و همسویی دارد، تبیین و بر همین اساس، بایدها و نبایدهای گفت و گو از امام مهدی (ع) را تدوین کند.

آنچه در پی خواهد آمد، گزیده-ای از مباحثی است که در چند سال گذشته در این زمینه تدوین و منتشر شده است.

در پایان لازم می دانیم از همه عزیزانی که ما را در به ثمر نشستن این اثر یاری دادند، سپاس گزاری و برای همه آنها آرزوی موفقیت می کنیم. امیدواریم این مجموعه، در پرداختن عالمانه به موضوع مهدویت و انتظار، راهگشای مدیران و برنامه سازان رسانه ملی قرار گیرد.

اداره کل خدمات رسانه ای

مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما

زمستان ۱۳۸۹

ص: ۲

مقدمه

اشاره

در چند سال گذشته، شور و شوق ظهور منجی موعود در سراسر جهان و در میان همه اقوام، ملل و مذاهب، رشدی شتابان داشته و مباحث مربوط به آخرالزمان شناسی و منجی گرایی با سرعتی باورنکردنی گسترش یافته است. پیروان اهل بیت: در سرزمین اسلامی ایران نیز به مدد انفاس قدسی حضرت بقیه الله الأعظم - ارواحنا له الفداء - به موضوع مهدویت و انتظار، توجه روزافزونی داشته و عاشقان مهدی (ع)، گوشه گوشه این سرزمین را به مجالس ذکر یاد و نام آن عزیز تبدیل کرده اند.

امروزه در کشور ما کمتر مرکز علمی و آموزشی دیده می شود که در آن، محفل، انجمن، کانون، گروه یا نشریه ای با

هدف تبلیغ و ترویج باور مهدوی یا پژوهش در این زمینه شکل نگرفته باشد. رسانه های عمومی اعم از صدا و سیما، مطبوعات و پایگاه های اطلاع رسانی نیز از این قافله عقب نمانده و با سرعت روزافزونی به سمت تولید آثار دیداری، شنیداری و نوشتاری مرتبط با فرهنگ مهدویت به پیش می روند. از سوی دیگر، شاهد افزایش مراکز و مؤسسه های فرهنگی، تبلیغی و پژوهشی مهدوی در کشور هستیم.

شرایط به وجود آمده، موجب زنده شدن روح امید و سرزندگی در میان اقشار مختلف شده و باور به ظهور منجی موعود را بیش از پیش در میان اقشار مختلف زنده ساخته است. با این حال، بیم ها و نگرانی هایی را هم در میان صاحب نظران مباحث اعتقادی و فرهنگی ایجاد کرده است؛ زیرا فضای موجود، زمینه طرح اندیشه های انحرافی و دیدگاه ها و نظریات افراطی و تفریطی را در حوزه باور مهدوی و فرهنگ انتظار فراهم ساخته است. ازاین رو، بیم آن می رود که عده ای به دلیل نشناختن درست این باور و فرهنگ، نداشتن بینش عمیق در این زمینه یا تحت تأثیر برخی دشمنان دانا و دوستان نادان، علاوه بر اینکه خود دچار آسیب و انحراف عقیدتی شوند، فرهنگ ارزشمند مهدویت را نیز دچار آسیب سازند.

ازاین رو، ضروری به نظر می رسد که مراکز و مؤسسه های فعال مهدوی با تدوین منشوری که در آن، اصول و چارچوب های فعالیت های پژوهشی، آموزشی و

ترویجی در حوزه مهدویت تبیین شده باشد، مقدمات ایجاد وحدت نظری و عملی را در این زمینه فراهم آورند و از آسیب‌ها و انحراف‌های احتمالی پیش‌گیری کنند. تنها در این صورت می‌توان امیدوار بود که جامعه شیعی ایران از یگانه‌دستاویز خود برای دست‌یابی به رستگاری دنیوی و اخروی به خوبی بهره‌جوید و با بهره‌گیری از فرهنگ مهدویت، از فتنه‌ها و آشوب‌های عصر غیبت به سلامت به درآید.

منشور حاضر با این هدف از سوی «مؤسسه فرهنگی موعود» و با همکاری مؤسسات مهدوی عضو «ستاد احیا و گسترش فرهنگ مهدویت» تهیه شده است و امیدواریم، به عنوان سندی برای فعالیت‌های مهدوی در کشور مطرح شود.

در همین جا از همه صاحب‌نظران و فعالان در حوزه مباحث مهدوی دعوت می‌کنیم با بیان دیدگاه‌های خود درباره این منشور، قدم مؤثری در راه اتقان و تکمیل آن بردارند.

الف) مبانی نظری

۱. «امامت»، تداوم «نبوت» و تکمیل‌کننده رسالت خاتم الانبیا (صلی الله علیه و آله) بوده و در عصر حاضر، امامت در وجود شریف حضرت خاتم الاوصیا امام مهدی (ع) تجلی یافته است.

۲. بر اساس روایات قطعی و تردیدناپذیری که از پیامبر گرامی اسلام (صلی الله علیه و آله) و ائمه معصومین: به ما رسیده، معرفت امام زمان بر هر فردی لازم است و دست‌نیافتن به

این معرفت، با مرگ جاهلی (مرگ در حال کفر یا شرک یا نفاق) برابر است.

۳. معرفت امام زمان آن گاه می تواند ما را از مرگ جاهلی برهاند که بتوانیم با شناسایی امام عصر خود، از هدایت های ایشان بهره مند شویم و اوامر و نواهی او را پاس داریم.

۴. امام مهدی (ع)، آخرین حجت خدا، تداوم بخش سلسله حجت های الهی، خاتم اوصیا، وارث همه انبیا و اولیای پیشین و آخرین امام از نسل پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) است.

۵. حضرت حجت (ع) با وجود غیبت ظاهری، شاهد و ناظر رفتار شیعیان بوده و از همه آنچه بر آنان می گذرد، آگاه است.

۶. امام مهدی (ع) از پس پرده غیبت، اداره و ولایت امور جهان را بر عهده دارد و عنایت آن حضرت شامل حال مردم می شود.

۷. بر اساس روایات اسلامی و فرمایش صریح امام عصر (ع)، در عصر غیبت، فقیهان شیعه، حجت بر همه مردم هستند و مردم موظفند از دیدگاه این فقیهان در همه امور پیروی کنند.

۸. هدایت و سرپرستی امور سیاسی - اجتماعی مسلمانان در عصر غیبت، به فقیهی برگزیده از میان فقیهان جامع الشرایط سپرده شده است و مردم با پذیرش ولایت این فقیه می توانند جامعه خود را تا عصر ظهور امام

عصر (ع) به صورت شایسته ای که مورد رضای آن حضرت است، اداره کنند.

۹. انتظار منجی موعود و اعتقاد به تحقق آینده ای روشن و به دور از هرگونه تیرگی، تباهی، ستم و فساد برای جهان، در میان همه ملل و نحل به ویژه پیروان ادیان ابراهیمی مطرح است و همه مسلمانان اعم از شیعه و اهل سنت در انتظار ظهور مردی از خاندان پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) و از نسل فاطمه زهرا ۳ هستند.

۱۰. در اندیشه شیعی، انتظار موعود، به عنوان اصل مسلم اعتقادی مطرح است و همه شیعیان موظفند همواره در انتظار ظهور آخرین حجت خدا باشند.

۱۱. انتظار، عملی آگاهانه همراه با آمادگی و مجاهده در سطوح مختلف فکری، اخلاقی و عملی، برای ساختن آینده ای روشن بر اساس برنامه و نقشه الهی است.

۱۲. انتظار، ضامن حفظ سلامتی اخلاقی فرد و جامعه، تداوم انگیزه مجاهده و تلاش، بقای روحیه امیدواری و نشاط در جامعه، پایداری و شکیبایی در برابر سختی ها و مشکلات، مصونیت عمومی در برابر ابتلائات سوء عصر غیبت و گسترش و نهادینه سازی انس و الفت با ساحت قدس اهل بیت: است.

۱۳. بر اساس آموزه های ائمه معصومین:، منتظر باید هر لحظه آماده ظهور باشد و زندگی خود را چنان سامان

دهد که هر زمان اراده خدا به ظهور تعلق گرفت، بتواند با سربلندی در پیشگاه حجت خدا حاضر شود.

۱۴. شیعیان در عصر غیبت، وظایف و تکالیف مختلفی در برابر حجت خدا دارند و تنها با عمل کردن به آنها می توانند در برابر آن حضرت سربلند باشند و رضایت خداوند را به دست آورند.

۱۵. از مهم ترین وظایف شیعیان در برابر حجت خدا، پیراستن خود از ویژگی های ناپسند و آراستن خویشتن به اخلاق نیکو، حفظ و تقویت پیوند قلبی با امام عصر(ع) و تجدید دایمی عهد و پیمان با آن حضرت، کسب آمادگی همه جانبه فکری، فرهنگی و عملی و فراهم آوردن شرایط برای ظهور، ارتباط با فقیهان و مراجع تقلید به عنوان نواب عام امام عصر(علیه السلام) و دعا برای سلامتی آن حضرت و تعجیل در فرج است.

۱۶. در عصر حاضر که دوران امامت و ولایت آخرین حجت خدا، امام مهدی(ع) است، از یک سو وظیفه داریم به ریسمان ولایت مهدوی چنگ زنییم و همه مناسبات فردی و اجتماعی خود را بر اساس خواست و رضایت آن حضرت که از طریق کتاب و سنت به دست ما می رسد، سامان دهیم و از سوی دیگر مکلفیم از تمسک به ولایت دشمنان ایشان خودداری کنیم و از هر آنچه در تقابل با این ولایت است، بیزاری جویم.

۱۷. شناسایی همه جانبه (نظری و عملی) کفر، شرک و نفاق و مظاهر آنها در عصر حاضر برای پیراستن مناسبات فردی و جمعی مسلمانان از هرگونه شایبه و کسب آمادگی برای مقابله با آن مظاهر و اصلاح مناسبات و مصونیت بخشی به جنبه های مختلف حیات فرهنگی و مادی مسلمانان، امری ضروری و اجتناب ناپذیر است.

۱۸. امام خمینی = با طرح اندیشه حکومت اسلامی در عصر غیبت و تلاش خستگی ناپذیر در راه تحقق این اندیشه، معنا و مفهوم تازه ای به «انتظار» بخشید و تعریفی نو از رسالت و تکلیف شیعیان در برابر حجت خدا ارائه داد.

۱۹. پرداختن به باور مهدوی و فرهنگ انتظار، ضرورت انکارناپذیر عصر ماست و احیا و گسترش این باور و فرهنگ در جامعه ما می تواند اقشار مختلف به ویژه جوانان را در برابر امواج مسموم تهاجم فرهنگی بیگانه بیمه سازد. (۱)

ب) راهبردها

۱. شناسایی و نقد بنیادین جنبه های مختلف فرهنگ و تمدن مغرب زمین، به عنوان فرهنگ و مدنیتی که در تقابل جدی با آرمان «حقیقت مدار»، «معنویت گرا» و «عدالت محور» مهدوی قرار دارد. انسان های عصر غیبت تنها زمانی می توانند به ریسمان ولایت مهدوی چنگ زنند و به تمام معنا در

ص: ۹

۱- برای مطالعه تفصیلی منابع و مستندات مبانی نظری یاد شده ر.ک: ابراهیم شفیعی سروستانی، معرفت امام زمان (علیه السلام) و تکلیف منتظران، چاپ دوم: تهران، موعود عصر، [۱۳۸۸، صص ۱۲۵، ۲۲۰ و صص ۲۲۳، ۳۳

سلک منتظران موعود قرار گیرند که باطل زمان خویش را به درستی بشناسند و با تمام وجود از آن بیزاری جویند.

۲. شناخت و نقد جدی مناسبات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی حاکم بر جوامع اسلامی که بیشتر به تقلید از الگوهای توسعه غربی و تحت تأثیر اندیشه های عصر مدرنیته در این جوامع شکل گرفته است. این جوامع بدون شناخت جدی از وضع موجود خود نمی توانند به راه کارهای مبتنی بر آموزه های دینی برای خروج از فتنه های فراگیر عصر غیبت دست یابند.

۳. تلاش برای تدوین استراتژی سیاسی، فرهنگی، اقتصادی و نظامی جوامع اسلامی در عصر غیبت و تا رسیدن به عصر طلایی ظهور، بر اساس اندیشه مهدوی و فرهنگ انتظار.

۴. تبیین وظایف و مسئولیت های نهادها و دستگاه های مختلف فرهنگی، آموزشی، تبلیغی و اجرایی برای گسترش و نهادینه سازی باور مهدوی در جامعه.

۵. بازشناسی جنبه های مختلف اعتقادی، تاریخی، فرهنگی و اجتماعی اندیشه مهدوی و فرهنگ انتظار با بهره گیری از منابع متقن و مستدل و استفاده از همه توان مراکز علمی حوزوی و دانشگاهی در زمینه مباحث کلامی، فلسفی، عرفانی، اخلاقی، حقوقی، سیاسی و

۶. تلاش برای پالایش اندیشه ناب مهدوی از هرگونه شایبه جعل و تحریف و زدودن این اندیشه از زنگارهای

جهل و خرافه، سخنان سست و بی اساس و هرگونه دیدگاه انحرافی مبتنی بر افراط یا تفریط.

۷. پاسخ گویی عالمانه و متناسب با نیازهای روز به شبهه ها، پرسش ها و ابهام های موجود در زمینه منجی گرایی شیعی.

۸. شناساندن معارف مهدوی به نسل جوان و نهادینه ساختن این معارف در متون آموزشی از دبستان تا دانشگاه.

۹. احیا و گسترش فرهنگ انتظار و تلاش برای شناساندن نقش سازنده این فرهنگ در پایداری و پویایی جوامع اسلامی.

۱۰. تبیین وظایف و تکالیف مردم در برابر حجت خدا و امام عصر(ع)، نهادینه ساختن این وظایف و تکالیف در فرد و اجتماع و آماده ساختن جامعه اسلامی برای استقبال از واقعه مبارک ظهور.

۱۱. مقابله جدی با جریان های سیاسی - فرهنگی که در قالب کتاب، نشریه، فیلم، نرم افزارهای رایانه ای، پایگاه های اطلاع رسانی جهانی (اینترنت) و... به تقابل با اندیشه موعودگرایی شیعی می پردازند، از طریق گسترش فرهنگ ناب مهدوی و نقد و بررسی جریان ها و اندیشه های انحرافی و التقاطی.

۱۲. بررسی و نقد دیدگاه هایی که متفکران مادی گرا و فرقه های انحرافی در زمینه جهان آینده و آینده جهان مطرح کرده اند.

۱۳. بهره‌گیری شایسته از ابزارهای هنری و رسانه‌های دیداری و شنیداری به ویژه سینما و تلویزیون برای تبلیغ و ترویج معارف مهدوی.

۱۴. ترویج و گسترش مفاهیمی چون امید به آینده، یاری مظلومان، منجی‌گرایی، ستم‌ستیزی، عدالت‌خواهی، معنویت‌گرایی و... که از عناصر جوهری فرهنگ مهدویت و انتظار به شمار می‌آیند، از طریق قالب‌های مختلف هنری (ادبیات داستانی، شعر، نمایش‌نامه، فیلم و...).

۱۵. گشودن زوایای جدید در طرح مباحث مهدوی و پرداختن به موضوع‌های مختلف فرهنگی، سیاسی، اجتماعی از منظر فرهنگ انتظار. (۱)

ج) سیاست‌ها

۱. توجه به جایگاه و شأن رفیع امام عصر(ع) و خودداری از به‌کار بردن واژگان و تعبیرهایی که شایسته جایگاه و شأن آن حضرت نیست.

۲. توجه به دیدگاه‌های مراجع عظام تقلید برای در امان ماندن از هرگونه افراط و تفریط در فعالیت‌های مهدوی.

۳. توجه به کارکردهای مجالس و مراسم مهدوی و تلاش برای حفظ کارکرد اصلی این مجالس و مراسم که

ص: ۱۲

۱- برای مطالعه تفصیلی راهبردهای یاد شده ر.ک: معرفت امام زمان(ع) و تکلیف منتظران؛ اسماعیل شفیعی سروستانی، استراتژی انتظار، چاپ اول: تهران، موعود عصر، ۱۳۸۱.

چیزی جز تجدید پیمان با امام عصر (ع)، یادآوری تکالیف و رسالت های ما نسبت به آن امام، ترویج فرهنگ انتظار و آماده سازی جامعه برای ظهور یگانه منجی بشر نیست.

۴. پرهیز از تعیین وقت برای ظهور و همچنین خودداری از تطبیق ظنی و بی اساس نشانه های ظهور بر رویدادها و حوادث عصر حاضر، به بهانه ایجاد شور و شوق در جامعه.

۵. متمرکز کردن همه تلاش های فرهنگی و تبلیغی بر اصل لزوم انتظار فرج، منتظر نگه داشتن مردم، حفظ شادابی و سرزندگی انتظار در آنها و یادآوری وظایف منتظران.

۶. پرهیز از طرح مطالب سست، واهی و بی اساس مبتنی بر خواب و رؤیا برای ترویج و تبلیغ فرهنگ انتظار.

۷. پرهیز از دامن زدن به موضوع تشرفات و خودداری از طرح تشرفاتی که منبع و مستند محکم و قابل اعتمادی ندارند.

۸. خودداری از بهره برداری های مادی از موضوع تبلیغ و ترویج نام امام عصر (ع) و پرهیز از هرگونه برخورد سوداگرانه با این موضوع.

۹. بسنده نکردن به جنبه احساسی و عاطفی موضوع مهدویت و انتظار و تلاش برای بالا بردن سطح معرفت مردم در این زمینه.

۱۰. پرهیز از هرگونه افراط و زیاده روی در طرح یاد و نام امام عصر(ع) در محافل، مجامع، رسانه ها و دستگاه های تبلیغی به گونه ای که موجب زدگی مردم از این موضوع شود.

۱۱. توجه به تمایزها و تفاوت های ادبیات آخرالزمانی و منجی گرایی شیعی با ادبیات آخرالزمانی و منجی گرایی دیگر ادیان و مذاهب.

۱۲. بهره گیری از منابع متقن و مستدل در تبلیغ و ترویج فرهنگ مهدوی. (۱)

ص: ۱۴

۱- . برای مطالعه تفصیلی سیاست های یاد شده ر.ک: معرفت امام زمان(ع) و تکلیف منتظران، صص ۵۴۷ - ۵۶۹.

در دو سه دهه گذشته، موضوع منجی گرایی، موعودباوری و آخرالزمان شناسی، به شدت مورد توجه رسانه های غربی به ویژه رسانه های دیداری و شنیداری قرار گرفته و در طول این سال ها، ده ها فیلم سینمایی و ویدئویی با موضوع هایی چون نبرد آخرالزمان (آرمگدون)،^(۱) رویدادهای آخرالزمان، ظهور مسیح به عنوان منجی موعود آخرالزمان و حوادث و رویدادهای پیش از این ظهور در قالب برنامه های نمایشی و مستند ساخته و پخش شده است، به گونه ای که شما در یک جست و جوی ساده در اینترنت به اسامی ده ها فیلم با موضوع های یاد شده برخورد می کنید.

در مورد چرایی رشد و گسترش این مباحث در رسانه های تصویری غربی، دیدگاه های مختلفی مطرح شده است. بر اساس ادله و مستندات موجود می توان گفت که

ص: ۱۵

دلیل این رشد و گسترش، توسعه دامنه نفوذ فرهنگی و سیاسی جریان مسیحیت بنیادگرا یا مسیحیت صهیونیستی در طول سال های اخیر است؛ زیرا این جریان، آموزه های آخرالزمانی کتاب مقدس را دست مایه فعالیت های سیاسی، نظامی و سلطه طلبانه در جهان قرار داده و همه تلاش خود را متوجه پیش گویی های کتاب مقدس ساخته است. از همین رو، از ابزار رسانه ها به بهترین شکل برای پیشبرد اهداف خود استفاده می کند.

این نکته را نیز باید در نظر داشت که سیاست رسانه ای این جریان، از یک سو تبلیغ و ترویج آموزه های آخرالزمانی کتاب مقدس و از سوی دیگر، مقابله با آموزه های آخرالزمانی اسلام و ترسیم چهره ای نامناسب از منجی موعود مسلمانان است.

رسانه ملی از حدود سال ۱۳۷۴ با ساخت برنامه ای با عنوان «انتظار سبز» که از صدای جمهوری اسلامی ایران پخش می شد، پرداخت رسانه ای به موضوع مهدویت و انتظار را آغاز کرد و از آن پس هم برخی شبکه های رادیویی همچون رادیو جوان و رادیو معارف به تولید مجموعه برنامه هایی در این زمینه پرداختند. در حوزه سیما نیز در سال های اخیر برنامه های مختلفی در این باره ساخته شده است که از آن جمله می توان به این برنامه ها اشاره کرد: مجموعه «پایان دوران» از شبکه اول سیما؛

مجموعه های «به سوی ظهور»، «چهل وادی تماشا»، «پرده عشق» و «مشق انتظار» از شبکه دو سیما؛ برنامه «سپهری دیگر» از شبکه چهار و برنامه «صبح امید» از شبکه قرآن.

با توجه به اقبال گسترده ای که در سال های اخیر در جامعه ما نسبت به مباحث مهدوی صورت گرفته است، این انتظار وجود دارد که رسانه ملی نیز هم گام با مردم، موضوع مهدویت و انتظار را بیش از پیش مورد توجه قرار دهد تا بتواند به نیازهای فرهنگی روزافزونی که در این زمینه احساس می شود، پاسخ گوید.

در تولید و پخش برنامه های دینی از جمله برنامه های مهدوی، حساسیت ها و ظرافت های خاصی وجود دارد که اگر نسبت به آنها بی توجهی یا کم توجهی صورت گیرد، آن برنامه ها نه تنها اهداف مورد نظر را محقق نخواهند ساخت، چه بسا ممکن است موجب ایجاد شبهه ها و پرسش های مختلفی نسبت به آموزه های دینی شوند.

مهم ترین بایسته های برنامه سازی در حوزه مهدویت و انتظار به شرح زیر است:

ص: ۱۷

رهبر معظم انقلاب اسلامی در بیان نقش و مسئولیت صدا و سیما در حوزه دین، ارتقای «معرفت دینی» و «ایمان دینی» مردم را مورد توجه قرار داده است و می فرماید:

معرفت دینی باید ارتقا و گسترش پیدا کند، اما یک معرفت روشن بینانه و آگاهانه... . طبیعتاً از وظایف صدا و سیما، ارتقای معرفت دینی و ایمان دینی است؛ هر دو. معرفت و ایمان با هم تفاوت دارد. هم ایمان مردم باید تقویت شود، هم معرفت و شناخت مردم. شناخت دینی مردم باید ارتقا پیدا کند. در زمینه معرفت دینی باید توجه داشت که این ایمانی که مردم پیدا می کنند، سست، عوامانه، سطحی و قشری نباشد؛ به شدت از این پرهیز بشود. اکتفا نشود به تغلیط احساسات مردم و تشریفات افراطی. تأکید بر این چیزها به طور افراطی، هیچ مفید نیست؛ هیچ تبلیغ دین محسوب نمی شود. (۱)

بر اساس این سخن مقام معظم رهبری، در برنامه های مهدوی صدا و سیما - همچون دیگر برنامه های دینی - باید به موضوع ارتقا و گسترش معرفت و ایمان مخاطبان رسانه ملی توجه کرد و تلاش شود که این گونه برنامه ها، هم شناخت مردم را از موضوع مهدویت افزایش دهند و هم ایمان و باور آنها را نسبت به این موضوع ارتقا بخشند.

ص: ۱۸

۱- از سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۱/۹/۱۳۸۳.

بنابراین، باید تلاش کرد که در برنامه های مهدوی رسانه ملی از طرح مطالب سست، عوامانه، سطحی و قشری و همچنین مطالب صرفاً احساسی و عاطفی که جنبه معرفت افزایی ندارند، خودداری شود.

برای ارتقا و گسترش معرفت و ایمان روشن بینانه مردم در موضوع مهدویت و انتظار، کارهای متعددی می توان انجام داد که در اینجا به چند مورد از مهم ترین آنها اشاره می کنیم:

الف) بهره گیری از پژوهش در ساخت برنامه ها

هرگز نمی توان از برنامه ای که برای ساخت آن پژوهش و تحقیقی صورت نگرفته است و برنامه ساز صرفاً بر اساس اطلاعات محدود خود یا حداکثر استفاده از چند کتاب دست چنم، برنامه خود را سامان داده است، انتظار داشت که معرفت و ایمان مردم در زمینه باور مهدوی را ارتقا و گسترش دهد. از این رو، بر سازندگان برنامه های مهدوی رسانه ملی لازم است که در تهیه و تولید این گونه برنامه ها، به پژوهش بیش از پیش بها دهند و از طرح مطالبی که بر پژوهش و تحقیق مبتنی نیست، خودداری کنند.

ب) استفاده از کارشناسان و مجریان زبده و فهیم

یکی دیگر از عواملی که می تواند در افزایش سطح برنامه های مهدوی و در نتیجه، ارتقای معرفت و ایمان مخاطبان این برنامه ها مؤثر باشد، استفاده از آن دسته از

کارشناسان حوزوی و دانشگاهی است که در موضوع مهدویت به طور تخصصی کار کرده اند و صرفاً به ارائه اطلاعات عمومی نمی پردازند. بهره گیری از افراد آشنا به موضوع مهدویت برای اجرای برنامه های مهدوی نیز می تواند نقش مهمی در این زمینه داشته باشد.

ج) تأمل و تدبر در تولید برنامه ها

شتاب زدگی در ساخت برنامه های مختلف از جمله برنامه های مهدوی، آفت بزرگی است که مانع تحقق اهدافی چون معرفت افزایی و تعمیق ایمان و باور مردم می شود و برنامه ها را همواره در سطحی نازل از محتوا قرار می دهد. راه رهایی از این آفت، داشتن برنامه ریزی مناسب برای تولید این گونه برنامه هاست.

۲. توجه به وجوه سه گانه فرهنگ مهدویت

فرهنگ و اندیشه مهدویت شیعی وجوه مختلفی دارد و بینش ها، گرایش ها و کنش های انسان ها را دربرمی گیرد. از این رو، در ترویج و گسترش این فرهنگ و اندیشه متعالی از طریق صدا و سیما باید به همه ابعاد وجودی انسان ها توجه شود. از یک سو باید تلاش کرد که مخاطبان به «شناخت عقلی» مناسبی نسبت به معارف مهدوی دست یابند و از این نظر کاملاً اقناع شوند و از سوی دیگر باید در

پی این بود که مردم از نظر عاطفی و احساسی نیز از این معارف اثر پذیرند تا به «پیوند قلبی» مستحکمی با مهدی موعود دست یابند. همچنین باید تلاش شود شنوندگان و بینندگان از نظر رفتاری هم از معارف مهدوی متأثر شوند تا در نهایت به «همراهی عملی» شایسته ای با امام و مقتدای خود برسند و رفتار آنها رنگ و بوی مهدوی پیدا کند.

به بیان دیگر، در تبلیغ و ترویج فرهنگ مهدویت و انتظار باید «دانش افزایی»، «شورآفرینی» و «حرکت زایی» در کنار هم مورد توجه قرار گیرد تا همه وجوه این فرهنگ در جامعه محقق شود. البته این سخن به این معنا نیست که یک برنامه همه این وجوه را داشته باشد، بلکه مراد این است که برآیند کلی برنامه های صدا و سیما و حاصل تولیدات متعدد و متنوع رسانه در عرصه مهدویت باید به گونه ای باشد که تصویر جامعی از فرهنگ مهدویت و انتظار ارائه دهد و همه ابعاد وجودی انسان ها را از این فرهنگ متأثر سازد.

۳. سرلوحه قرار دادن اندیشه امام خمینی = درباره انتظار

در جامعه ما دیدگاه ها و اندیشه های متفاوت و گاه متعارضی در زمینه مهدویت و انتظار وجود دارد. گروهی با برخورد «غیرفعال» با اندیشه انتظار، هرگونه حرکت اصلاحی را در دوران غیبت نفی می کنند و هیچ تکلیف و مسئولیتی را برای زمینه سازی ظهور متوجه منتظران

نمی دانند. در نگاه این گروه، حداکثر وظیفه منتظران، دعا برای فرج امام زمان (ع) و تلاش برای تشریف خدمت آن حضرت است. گروهی هم با اثرپذیری از اندیشه های امام خمینی = و با نگاهی «فعال» به مفهوم انتظار، انتظار فرج را «انتظار قدرت اسلام» (۱) می دانند و بر این باورند که در عصر غیبت، شیعیان باید تلاش کنند که با تشکیل حکومت و گسترش عدالت و صلاح در جامعه، مقدمات ظهور امام مهدی (ع) را فراهم آورند. حال این پرسش مطرح است که برنامه های مهدوی صدا و سیما باید مروج و مبلغ چه دیدگاهی باشد و برآیند عمومی برنامه های تولید شده، مخاطبان را به کدام دیدگاه متمایل سازد؟

پاسخ این پرسش در نگاه اول آسان به نظر می رسد و همه اذعان می کنند که باید برنامه های صدا و سیما مروج و مبلغ دیدگاه دوم باشد، ولی مهم این است که در عمل چه اتفاقی می افتد و ساختار برنامه های تولیدی، بخش های مختلف آنها و فضای کلی حاکم بر برنامه ها کدام دیدگاه را تقویت و کدام دیدگاه را تضعیف می کند؟

به نظر می رسد در حال حاضر در بیشتر برنامه های مهدوی به وجه معرفتی موضوع مهدویت و انتظار، چنان که باید توجه نمی شود و رویکرد آنها بیشتر احساسی - عاطفی

ص: ۲۲

۱- ر.ک: صحیفه نور (مجموعه رهنمودهای امام خمینی =)، چاپ اول، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۹، ج ۷، ص ۲۵۵.

است. در این برنامه ها از تکالیف و وظایف سیاسی، فرهنگی و اجتماعی منتظران در عصر غیبت کمتر سخنی به میان می آید. مباحث مطرح شده در این برنامه ها نیز با شرایط امروز جهان اسلام و تهدیدهای بالقوه و بالفعلی که کیان اسلام و شیعه را تهدید می کند، هیچ ارتباطی ندارند. بدین ترتیب نمی توان انتظار داشت این گونه برنامه ها در نهایت، مخاطبان را به سوی دیدگاهی رهنمون شود که برای انتظار، نقشی سازنده، تحول آفرین و زندگی بخش قائل است. بنابراین، مدیران و برنامه سازان رسانه ملی باید مراقبت کنند که با افزایش کمی و ارتقای کیفی برنامه های ویژه مهدویت، این گونه برنامه ها در عمل، مروج و مبلغ دیدگاه حضرت امام خمینی= یا همان انتظار فعال باشند.

۴. شبهه زدایی از اندیشه ها

تنوع و تکثر مخاطبان رسانه و اختلاف سطح علمی، فرهنگی و اعتقادی آنها اقتضا می کند که طرح مباحث مهدوی به گونه ای صورت گیرد که خدای ناکرده برای کسی ایجاد شبهه و ابهام نکند. به یقین، نمی توان همه مطالب و مباحثی را که در یک جمع محدود از ارادتمندان حضرت مهدی (ع) بیان می شود - هرچند بسیار جذاب و شنیدنی باشد - در رسانه ملی مطرح کرد.

رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز در دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما بر این موضوع تأکید کرده و فرمود:

برنامه دینی باید نسبت به دین شبهه زُدا باشد از ذهن شنونده؛ نه شبهه زا. من گاهی بعضی از بیانات دینی را از تلویزیون یا از رادیو گوش می‌کنم و می‌بینم شبهه ایجاد می‌کند! یک حدیث سستی، یک حرف نامعقولی، یک مطلبی که حالا در جمع مثلاً بیست نفره یا پنجاه نفره یک عده مؤمن مخلص، زدنش خوب است و ایمان آنها را زیاد می‌کند، در سطح میلیونی مردم به زبان آوردن، جز اینکه ایمان یک عده ای را سست کند و در ذهنشان تردید ایجاد کند، هیچ فایده دیگری ندارد؛ از این چیزها باید پرهیز کرد. بیان دینی و تبیین دینی باید شبهه زدا باشد؛ شبهه زا نباشد. (۱)

بنابراین، در تولید برنامه های مهدوی همواره باید دو نکته را نظر داشت: نخست اینکه مطالب و مباحث مطرح شده در این گونه برنامه ها، شبهه ای را به ذهن بیننده یا شنونده القا نکند و دوم اینکه اگر برنامه به پاسخ شبهه ای می‌پردازد، پاسخ گویی به گونه ای باشد که کاملاً برای مخاطبان با همه اختلاف سطحی که دارند، قانع کننده باشد. در غیر این صورت، شبهه مطرح شده در ذهن مخاطب

ص: ۲۴

۱- ر.ک: صحیفه نور (مجموعه رهنمودهای امام خمینی =)، چاپ اول، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۹، ج ۷، ص ۲۵۵.

باقی می ماند بی آنکه پاسخ مناسبی برای آن دریافت کرده باشد و این، همان شبهه زایی است که مقام معظم رهبری به آن اشاره فرمود.

گفتنی است با توجه به نکته یاد شده، برخی معتقدند اساساً رسانه حتی با هدف پاسخ گویی هم نباید به طرح شبهه ها پردازد؛ زیرا این احتمال وجود دارد که مخاطب، اصل شبهه را به خوبی درک کند و ذهنش شبهه دار شود، ولی پاسخ شبهه را به خوبی درک نکند یا از آن قانع نشود.

۵. نقد رویکردهای آخرالزمانی رسانه های غربی

در سال های اخیر، رسانه های غربی به ویژه سینمای هالیوود با تأثیرپذیری از اندیشه های مسیحیان بنیادگرا، به موضوع آخرالزمان و منجی گرایی توجه ویژه ای نموده و آثار فراوانی در قالب مستند و نمایشی در این زمینه تولید و عرضه کرده اند که برخی از آنها در زمره پرفروش ترین فیلم های سال نیز بوده اند.

در این گونه آثار دو رویکرد کلی دنبال می شود؛ یکی تبیین و تحلیل رویکرد آخرالزمانی برگرفته از آموزه های کتاب مقدس و دیدگاه های افراطی مسیحیان صهیونیست و تلاش برای قبولاندن این رویکرد به همه جهانیان و دیگری تخریب رویکرد آخرالزمانی و

منجی گرایانه دین اسلام و ایجاد هراس در دل مردم در زمینه ظهور موعود اسلامی.

با توجه به این موضوع، ضرورت دارد که رسانه ملی، باشناسی رویکردهای مذهبی جوامع غربی به ویژه ایالات متحده امریکا، به موضوع آخرالزمان و همچنین نقد و بررسی آثار سینمای غرب درباره آخرالزمان و منجی گرایی را در دستور کار قرار دهد و اذهان مخاطبان خود را در این زمینه روشن سازد. (۱)

۶. طرح مطالب درست و متقن

مخاطبانی که برنامه های مهدوی رسانه را برای خود انتخاب می کنند، ممکن است از نظر سن و سال یا سطح تحصیلات متفاوت باشند. مثلاً برنامه ای ویژه نوجوانان و برنامه دیگری برای فرهیختگان تولید شود، ولی در همه این برنامه ها این نکته باید مورد توجه قرار گیرد که مطالب کاملاً درست و متکی به منابع متقن باشد، اگرچه سطح این مطالب با هم متفاوت است و با توجه به مخاطب ممکن است ساده یا پیچیده باشد. رهبر معظم انقلاب در همین زمینه می فرماید:

ص: ۲۶

۱- برای مطالعه بیشتر در این زمینه ر.ک: جریان شناسی روند تصویرسازی از وقایع آخرالزمان در غرب، چاپ اول: قم، مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، ۱۳۸۹.

درست است که ما تبیین دینی را در سطح نخبگان، در سطح متوسط و در سطح پایین و در سطح کودکان داریم، اما همان که در سطح کودکان است، مطلقاً باید صحیح باشد... آنچه ما به کودک یا به انسان عامی، در زمینه دین تفهیم می کنیم، مطلقاً نبایست غلط باشد که بعد در ارتقای معرفت دینی ببیند آن حرف، حرف نادرستی بوده است نه درست؛ منتها ساده. بنابراین، حرف دینی در همه سطوح بایستی صحیح باشد. (۱)

با توجه به این سخن مقام معظم رهبری، رسانه ملی باید از طرح هرگونه مطلب سست، واهی و بی اساس در حوزه مهدویت - حتی اگر برای مخاطب جذاب و شنیدنی باشد - خودداری کند.

۷. جاری کردن مفاهیم فرهنگ انتظار در برنامه های نمایشی

بی تردید، برنامه های نمایشی از پرتعدادترین و تأثیرگذارترین قالب های برنامه سازی هستند و در صورت استفاده مناسب از آنها می توان بسیاری از ارزش ها و هنجارها را در جامعه نهادینه و بسیاری از ضدا ارزش ها و ناهنجاری ها را از جامعه برطرف کرد. با توجه به این قابلیت برنامه های نمایشی، بر مدیران و برنامه سازان رسانه لازم است که افزون بر فراهم آوردن زمینه های لازم برای ساخت برنامه های نمایشی با مضامین مرتبط با تاریخ و فرهنگ مهدویت،

ص: ۲۷

۱- از سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۱/۹/۱۳۸۳.

همچون زندگانی نواب اربعه، زندگی برخی از تشرف یافتگان، زندگی علما و دانشمندانی که مورد عنایت امام عصر(علیه السلام) قرار گرفته اند، جنبش های اجتماعی که تحت تأثیر اندیشه انتظار در ایران ایجاد شده اند و... ، مفاهیم و ارزش های متعالی فرهنگ مهدویت و انتظار را نیز به گونه ای در ساختار برنامه های نمایشی یا گفت و گوهای بازیگران جاری سازند. مفاهیم و ارزش هایی چون عدالت گستری، ظلم ستیزی، امید به آینده، توسل به امام عصر(علیه السلام)، باور به حضور عینی امام در جامعه و شاهد و ناظر بودن آن حضرت نسبت به اعمال شیعیان، دستگیری امام از درماندگان و... .

۸. استفاده نکردن از متن های بی محتوا یا کم محتوا

قالب ادبی اعم از شعر یا نثر، وسیله مناسبی برای انتقال مفاهیم دینی از جمله معارف مهدوی است و در ایجاد انس و ارتباط میان مردم و موعود منتظر بسیار اثر دارد. با این حال، باید توجه داشت که در استفاده از این قالب هم نمی توان نسبت به محتوا و مضمون بی اعتنا بود و از هر متنی صرفاً به دلیل زیبایی و داشتن آرایه های ادبی استفاده کرد.

متأسفانه بسیار دیده می شود که مجریان برنامه های صدا و سیما به ویژه در برنامه های زنده، شعر یا قطعه ادبی را با آب و تاب در مدح و ثنای امام عصر(ع) می خوانند، بی آنکه توجه کنند این شعر یا قطعه ادبی چیزی به معرفت

مردم اضافه می کند یا انس آنان را با امامشان بیشتر می کند یا خیر؟ سخنان رهبری در این زمینه خواندنی است:

گاهی انسان برنامه ای را می بیند که شخصی با شدّ و مدّ و مثل یک قطعه ادبی، فرضاً راجع به امام هفتم، موسی بن جعفر، حرف می زند: «در سرادق ملکوت!» که هیچ معنا ندارد و مثل پفک بزرگ است. این کارها نه ایمان کسی را زیاد می کند، نه لذتی دارد، نه هنر نویسندگی به معنای حقیقی کلمه در این کار به کار رفته. چرا ما این برنامه ها را پخش می کنیم؟... به جای صدای آن طوری، چند فضیلتِ درست، منطقی - با سند درست - از امام موسی بن جعفر نقل کند و زندگی او را شرح دهد؛ انسان گوش می کند، لذت می برد، معرفت و محبتش زیاد می شود، دلش از شنیدن مناقب این بزرگواران روشن می شود. (۱)

بنابراین، نباید تصور کرد که رسالت صدا و سیمای جمهوری اسلامی در زمینه ترویج و گسترش معارف مهدوی تنها به این کار خلاصه می شود که در شب های جمعه یا آخرین ساعت های روز جمعه، دقایقی را به امام زمان (ع) اختصاص دهد و با پخش چند شعر و قطعه ادبی همراه با تصویرهایی از مسجد مقدس جمکران، مردم را سرگرم کند. رسالت رسانه ملی آن گاه به طور کامل محقق

ص: ۲۹

۱- همان.

می شود که برنامه های مهدوی، معرفت و محبت مردم را نسبت به امام عصر(علیه السلام) افزایش دهد.

۹. نوآوری در قالب و محتوا

با نگاه اجمالی به برنامه هایی که صدا و سیما جمهوری اسلامی در سال های اخیر در زمینه موضوع مهدویت تولید و پخش کرده است، به روشنی می توان دریافت که این برنامه ها بیشتر در قالب گفت و گو، میزگرد، برنامه های ترکیبی و گاه مستند بوده است و نوآوری و ابتکار از نظر قالب و محتوا در این برنامه ها کمتر به چشم می خورد. این در حالی است که رسانه های رقیب برای تبیین، تبلیغ و ترویج معارف آخرالزمانی کتاب مقدس، از همه توان مندی های خود بهره می گیرند و با هوشمندی تمام از همه قالب های برنامه سازی استفاده می کنند.

بی تردید، برای احیا و گسترش فرهنگ مهدویت و انتظار در جامعه شیعی ایران و در سطح جهانی نیازمند بهره گیری از همه ابزارهای رسانه ای به ویژه صدا و سیما هستیم و تا زمانی که صدا و سیما نتواند معارف مهدوی را با استفاده از قالب های جذاب برنامه سازی به جامعه عرضه کند، نمی توان انتظار داشت این معارف چنان که باید و شاید، در میان همه اقشار به ویژه نسل جوان نهادینه شود.

با توجه به آنچه گفته شد، شایسته است که برنامه سازان متعهد رسانه ملی با بهره گیری از دیدگاه های

کارشناسان، در چگونگی عرضه معارف مهدوی از صدا و سیما، تحولی اساسی پدید آورند و به جای طرح مباحث تکراری در قالب های کلیشه ای، مباحث جذاب و شنیدنی مهدوی را با بهره گیری از قالب های متنوع برنامه سازی، از جمله قالب نمایش به مخاطبان خود عرضه کنند.

۱۰. توجه ویژه به کودکان و نوجوانان

بهترین زمان برای آموزش و درونی سازی آموزه های دینی، کودکی و نوجوانی است. اگر نهادها و دستگاه های آموزشی و تبلیغی بتوانند معارف دینی را در قالب هایی زیبا و جذاب به مخاطبان خود در این سنین ارائه دهند، می توان امیدوار بود که این معارف برای همیشه در ذهن و دل آنها ماندگار شود. از این رو، صدا و سیما جمهوری اسلامی که در پی احیا و گسترش فرهنگ مهدویت و انتظار در جامعه شیعی ایران است، در درجه اول باید به مخاطبان میلیونی کودک و نوجوان این سرزمین بیندیشد و سهم عمده ای از برنامه های مهدوی خود را به این گروه سنی اختصاص دهد؛ چیزی که امروز در برنامه های صدا و سیما کمتر دیده می شود.

۱۱. آسیب شناسی و آسیب زدایی مستمر

فرهنگ مهدویت و انتظار در جامعه ما دچار آسیب ها و آفت های متعددی شده است. بسیاری از خرافه ها و

اندیشه های واهی و بی اساس با آن درهم آمیخته و گسترش یافته است. از این رو، همه سازمان ها، نهادها و مؤسسه هایی که در پی تبلیغ و ترویج این فرهنگ هستند، باید با آسیب شناسی و آسیب زدایی پیوسته، معارف ناب مهدوی را به مردم ارائه دهند. صدا و سیما جمهوری اسلامی نیز از این قاعده مستثنا نیست و مدیران و برنامه سازان رسانه ملی باید تلاش کنند با در پیش گرفتن تدبیرهای پیش گیرانه و نظارت دقیق بر ساخت برنامه های مهدوی رسانه، نه تنها این برنامه ها را از آسیب هایی چون عوام زدگی، سطحی نگری، خرافه گرایی، برداشت های نادرست و مانند آنکه این روزها، برخی مجالس، مراسم و آثار مهدوی به آنها دچار شده اند، حفظ کنند، بلکه این برنامه ها را به ابزاری قدرتمند برای مقابله با آسیب ها و آفت های موجود بدل سازند.

۱۲. ترسیم تصویری زیبا از قیام جهانی امام عصر (علیه السلام)

یکی از رسالت های مهم صدا و سیما در زمینه تبلیغ و ترویج موضوع مهدویت و انتظار، زدودن غبار اوهام از چهره زیبای قیام جهانی و حکومت عدل امام مهدی (علیه السلام) است. متأسفانه به دلیل تبلیغات نادرست و اطلاعات غلطی که در اختیار جوانان و نوجوانان این سرزمین

قرار گرفته است، بیشتر آنها تصویر مناسبی از ظهور امام مهدی و پی آمدهای آن در ذهن ندارند و حداکثر چیزی که آنان از این قیام عدالت گستر می دانند، این است که آن حضرت با شمشیر قیام می کند، شمار زیادی از مردم را به قتل می رساند، چند سالی حکومت می کند و بعد هم به دست پیرزنی به شهادت می رسد، در حالی که می دانیم آن قدر زیبایی ها و لطافت ها در این حرکت اصلاح گرانه جهانی وجود دارد که همه انبیا و اولیا در آرزوی دیدنش بوده اند.

با توجه به آنچه گفته شد، دست اندرکاران رسانه ملی، باید بخش مهمی از برنامه های مهدوی را به تصویر جهان پس از ظهور، بیان زیبایی های آن و تبیین تحولات مثبتی اختصاص دهند که در عصر ظهور، در همه عرصه های زندگی انسان ها رخ می دهد.

۱۳. بهره گیری از نمادها و جلوه های تصویری بدیع

تأثیر نمادها و جلوه های تصویری در ماندگار ساختن اندیشه ها و آرمان های متعالی در ذهن و دل مخاطبان رسانه بر هیچ کس پوشیده نیست. انتخاب و به کارگیری هوشمندانه یک نماد برای نشان دادن مفهومی والا و ارزشمند می تواند آن مفهوم را با همه ویژگی هایش، برای مخاطب تداعی کند و برای همیشه در خاطر او ماندگار سازد.

با وجود نقش و تأثیر فراوان نمادها و جلوه های تصویری، متأسفانه تاکنون تلاش درخوری برای طراحی نمادها و جلوه های تصویری که بتواند مفاهیم و درون مایه های ارزشمند فرهنگ مهدویت و انتظار را به خوبی برای مخاطب تداعی کند، صورت نگرفته است و سال هاست که سیمای جمهوری اسلامی به هنگام پرداختن به یاد و نام امام عصر (ع)، تنها به نشان دادن نمادهایی از مسجد مقدس جمکران یا اسب سواری که در بیابان می تازد، بسنده می کند. گویی که فرهنگ مهدویت و انتظار هیچ نماد و جلوه تصویری دیگری ندارد.

بی تردید، برنامه سازان رسانه ملی می توانند با بهره گیری از توانمندی های موجود در مراکز پژوهشی و آموزشی صدا و سیما؛ به کارگیری همه استعدادها و قابلیت های هنری موجود در رسانه و رایزنی مستمر با صاحب نظران حوزه مهدویت، نمادها و جلوه های تصویری ویژه فرهنگ مهدویت و انتظار را طراحی کنند تا از قابلیت ها و ظرفیت های رسانه برای انتقال مفاهیم ارزشمند دینی بیش از پیش استفاده شود.

امیدواریم رسانه ملی بتواند با توجه به بایسته های برنامه سازی یاد شده، نقش مهم و بی بدیل خود در گسترش و نهادینه سازی باور مهدوی و فرهنگ انتظار در ایران اسلامی را به خوبی ایفا و دین خود نسبت به

حضرت صاحب الزمان (عليه السلام) را به بهترين شكل ممكن ادا كند.

ص: ۳۵

۱. پیشنهادهای برنامه ای

اشاره

در این قسمت، متناسب با ساختارهای مختلف برنامه سازی در صدا و سیما پیشنهادهایی برای توسعه و تعمیق باور مهدوی و فرهنگ انتظار در برنامه های این رسانه ملی ارائه می گردد:

الف) گفت و گو و میزگرد

موضوعاتی که در قالب گفت و گو و میزگرد کارشناسی می توان بدانها پرداخت به شرح زیر است:

۱. آخرالزمان (مفهوم، ویژگی ها، جایگاه آن در معارف اسلامی، وظایف مسلمانان در این دوران)؛

۲. آخرالزمان گرایی در اقوام و ملل مختلف (ریشه ها، پی آمدها، مظاهر و مصداق ها)؛

۳. آخرین دولت (بررسی شکست تجربه های مختلف بشر در طول تاریخ برای رسیدن به صلح، عدالت، امنیت و رفاه و

ضرورت تأسیس دولت مهدوی به عنوان آخرین دولت، برای تحقق این آرزوها)؛

۴. آسیب شناسی باور مهدوی و فرهنگ انتظار (در طول تاریخ و در عصر حاضر از ناحیه عوام و روشن فکران)؛

۵. آمادگی برای ظهور (مفهوم، ضرورت و چگونگی)؛

۶. امید به آینده و نقش آن در زندگی انسان ها (از دیدگاه علوم تربیتی، روان شناسی و آموزه های دین اسلام)؛

۷. انتظار (مفهوم، ویژگی ها، فضیلت ها، آثار فردی و اجتماعی، آسیب ها)؛

۸. انتظار و دیدگاه ها (نقد و بررسی دیدگاه های مختلف با توجه به دیدگاه امام خمینی)؛

۹. انس و ارتباط معنوی با امام زمان (ع) (مفهوم، ضرورت، فواید و آثار، چگونگی، راه کارها و آسیب ها)؛

۱۰. انقلاب اسلامی و انتظار (نقش فرهنگ انتظار در انقلاب اسلامی، تأثیر انقلاب اسلامی در تحول مفهوم انتظار)؛

۱۱. بیم ها و امیدها در عصر حاضر (بررسی مظاهر مختلف ستم، فساد و تباهی در جهان از یک سو و جلوه های مختلف گرایش به دین، موعودگرایی، معنویت خواهی و... از سوی دیگر)؛

۱۲. تجدید عهد و پیمان با امام زمان (ع) (مفهوم، ضرورت، فواید، آثار و چگونگی)؛

۱۳. تربیت نسل منتظر (ضرورت، چگونگی، راه کارها و آسیب ها)؛

۱۴. تکالیف و وظایف منتظران (ضرورت توجه به آنها، مصداق های فردی و اجتماعی، مرجع شناسایی)؛

۱۵. توسل به امام زمان (ع) (مفهوم، ضرورت، فواید، آثار، چگونگی، راه کارها و آسیب ها)؛

۱۶. توقیعات امام زمان (ع) (مفهوم، تاریخچه صدور، موارد و موضوع ها)؛

۱۷. تولد امام زمان (ع) (زمان و مکان، شاهدان تولد، دلایل پنهانی بودن تولد، پاسخ به شبهه ها)؛

۱۸. جریان شناسی منجی گرایی در ایران (بررسی جریان های صحیح و انحرافی که بر محور مهدویت در تاریخ ایران شکل گرفته اند)؛

۱۹. جشن ها و مراسم نیمه شعبان (فلسفه و کارکرد، آسیب شناسی، پیشنهادها)؛

۲۰. جوانان و امام زمان (ع) (وظایف در عصر غیبت، جایگاه آنان در عصر ظهور به عنوان یاران حضرت با توجه به تأکید روایات بر جوان بودن بیشتر یاران حضرت مهدی (ع) از یک سو و جوان بودن جامعه ایران از سوی دیگر)؛

۲۱. جهان در آستانه ظهور (بررسی بحران های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، نظامی، زیست محیطی و... حاکم بر جهان با توجه به روایات مربوط به آخرالزمان)؛

۲۲. جهان در عصر ظهور (وضعیت سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و زیست محیطی جهان پس از ظهور)؛

۲۳. حجت خدا (مفهوم، ضرورت وجود، جایگاه و نقش حجت در هستی)؛

۲۴. حکومت امام مهدی (ع) (گستره، ویژگی ها، حاکمان، تفاوت آن با دیگر حکومت ها)؛

۲۵. دعا برای سلامتی امام زمان (ع) (مفهوم، ضرورت، مصداق ها و نمونه ها، اوقات)؛

۲۶. دولت کریمه (مفهوم، ویژگی ها، مصداق)؛

۲۷. دیدار امام زمان (علیه السلام) (مفهوم، گونه ها، شرایط، دیدارکنندگان، هشدارها)؛

۲۸. رجعت (مفهوم، دلایل و مستندات، رجعت کنندگان، ارتباط آن با ظهور امام مهدی (ع))؛

۲۹. زمینه سازی برای ظهور (مفهوم، ضرورت، نقش مردم، نقش حکومت، دیدگاه امام خمینی =)؛

۳۰. زنان در آخرالزمان (ویژگی های مثبت و منفی آنان، هشدارها)؛

۳۱. زنان در عصر ظهور (نقش آنان در ظهور و پس از آن، ارتقای جایگاه و شخصیت آنان پس از ظهور)؛

۳۲. زیارت امام زمان (ع) (ضرورت، مصداق ها و نمونه ها، اوقات)؛

۳۳. ستم و بی عدالتی در جهان (مظاهر مختلف سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و ناکارآمدی ساختارهای موجود برای پایان دادن به آنها)؛

۳۴. سینما و آخرالزمان (بررسی و تحلیل فیلم های آخرالزمانی در سینمای هالیوود، اهداف و انگیزه ها از ساخت آنها)؛

۳۵. شب نیمه شعبان (فضیلت، آداب و اعمال)؛

۳۶. ظهور امام زمان (ع) (مفهوم، ضرورت، ویژگی ها، آثار و پی آمدهای فرهنگی، اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و...)

۳۷. عدالت مهدوی (مفهوم، ضرورت، ابعاد و ارکان، نسبت آن با عصر حاضر)؛

۳۸. غرب و آخرالزمان (دلایل، زمینه ها و انگیزه های گرایش غرب به این موضوع، تأثیر آن در استراتژی سیاسی و نظامی آن)؛

۳۹. غرب و مقابله با باور مهدوی شیعیان (تاریخچه، عرصه های مقابله اعم از فرهنگی، سیاسی، نظامی و...)

۴۰. غیبت (تاریخ، اقسام، نقش و جایگاه نابیان چهارگانه امام عصر (ع))؛

۴۱. غیبت (مفهوم، حکمت و فلسفه، نقش مردم در تحقق و خاتمه آن، آثار و پی آمدها)؛

۴۲. فرجام جهان در قرآن (دیدگاه قرآن درباره فرجام جهان، تصویر فرجام جهان در قرآن و...)

۴۳. مدعیان مهدویت (شناسایی آنان در طول تاریخ و در ایران و جهان، زمینه ها و انگیزه ها)؛

۴۴. مساجد، مقام ها و اماکن مرتبط با امام مهدی (ع) (مسجد کوفه، مسجد سهله، مسجد جمکران، مسجد امام حسن مجتبی (ع) در قم، سرداب مقدس سامرا، مقام صاحب الزمان در کربلا، مقام حضرت مهدی (ع) در قبرستان وادی السلام نجف و...)

۴۵. مسیحیت صهیونیستی و آخرالزمان (تاریخچه، اهداف، نمودهای سیاسی، فرهنگی و نظامی)؛

۴۶. معرفت امام زمان (ع) (ضرورت، مفهوم، انواع، وجوه، آثار و...)

۴۷. منابع و مصادر اولیه فرهنگ و معارف مهدوی (معرفی کتاب، نویسندگان و جایگاه اثر در مجموعه معارف مهدوی، نقد و بررسی)؛

۴۸. منجی گرایی در ادیان و مکاتب (پیشینه تاریخی، دلایل و انگیزه ها، مصداق ها و نمونه ها)؛

۴۹. منکران منجی گرایی (نقد و بررسی دیدگاه کسانی که اعتقاد به منجی را صرفاً امری اسطوره ای و غیرمبتنی بر واقعیات تلقی می کنند)؛

۵۰. موعود اهل ایمان (اسلام، مسیحیت، یهود، زرتشت و...)

۵۱. موعود در قرآن (بررسی آیاتی که به امام مهدی علیه السلام تأویل و تفسیر شده اند)؛

۵۲. نابیان چهارگانه امام عصر (جایگاه نیابت و وکالت در سازمان امامت، فلسفه انتخاب، نقش ها و مسئولیت ها، تاریخ زندگی، چگونگی ارتباط با امام عصر (ع))؛

۵۳. نشانه های ظهور (مفهوم، فلسفه تعیین، دسته بندی ها، مصداق ها، هشدارها)؛

۵۴. نظریه ها درباره جهان آینده و آینده جهان (بررسی نظریه های هگل، مارکس، گنون، مک لوهان، تافلر، فوکویاما، هانتینگتون و... و نقد آنها از دیدگاه اسلامی)؛

۵۵. نقش امام زمان (ع) در زندگی انسان ها (مفهوم، مصداق های مختلف آن همچون: هدایت، تربیت، فریادرسی، مشکل گشایی، رساندن روزی مادی و معنوی به انسان ها و...)

۵۶. نقش فرهنگ انتظار در جنبش های اجتماعی - سیاسی ایران (از سربداران تا انقلاب اسلامی)؛

۵۷. نیاز به منجی (بررسی ریشه های منجی گرایی از دیدگاه دین شناختی، روان شناختی، جامعه شناختی و...)

۵۸. ویژگی های امام مهدی (علیه السلام) (نام ها، لقب ها، ویژگی های ظاهری، ویژگی های اخلاقی)؛

۵۹. ولایت امام عصر (علیه السلام) (مفهوم، مظاهر، چگونگی اعمال آن در عصر غیبت، راه های بهره مندی شیعیان از آن)؛

۶۰. یاران امام زمان (علیه السلام) (تعداد، ویژگی های جسمی و روحی، شیوه گزینش و انتخاب، طبقات).

یادآوری

۱. عنوان هایی که در مقابل هر موضوع ذکر شده، سرفصل هایی است که در قالب موضوع کلی مورد نظر باید بدان ها پرداخت.

۲. بسیاری از این موضوع ها را در آثار مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما، به ویژه کتاب معرفت

ص: ۴۲

امام زمان (علیه السلام) و تکلیف منتظران، می توان ردیابی و جست وجو کرد.

ب) گزارش و مستند

اشاره

عناوین موضوعات مهدوی که در قالب برنامه گزارش و مستند می توان بدان ها پرداخت از این قرار است:

۱. مساجد، مقام ها و اماکن مرتبط با امام مهدی (ع) (مسجد کوفه، مسجد سهله، مسجد جمکران، مسجد امام حسن مجتبی (ع) در قم، سرداب مقدس سامرا، مقام صاحب الزمان در کربلا، مقام حضرت مهدی (ع) در قبرستان وادی السلام نجف و ...؛
۲. مراسم، جشن ها و آداب و رسوم مردم در داخل و خارج کشور به مناسبت میلاد امام زمان (ع)؛
۳. منابع و مصادر اولیه فرهنگ و معارف مهدوی (معرفی کتاب، نویسنده و جایگاه اثر در مجموعه معارف مهدوی، نقد و بررسی)؛
۴. کتاب ها و آثار جدید در زمینه باور مهدوی (معرفی، نقد و بررسی)؛
۵. نشریات مهدوی (معرفی و نقد و بررسی نشریاتی چون موعود، انتظار، گل نرگس و ...)؛

ص: ۴۳

۶. جهان در آستانه ظهور (گزارش از بحران های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، زیست محیطی و... حاکم بر جهان با توجه به روایات مربوط به آخرالزمان)؛

۷. آخرین دولت (بررسی شکست تجربه های مختلف بشر در طول تاریخ برای رسیدن به صلح، عدالت و امنیت و رفاه و ضرورت تأسیس دولت مهدوی، به عنوان آخرین دولت، برای تحقق این آمال)؛

۸. مظاهر مختلف ظلم و بی عدالتی در جهان (سیاسی، اقتصادی، فرهنگی و...) و ناکامی ساختارهای موجود جهانی برای پایان دادن به بی عدالتی ها؛

۹. مسیحیت صهیونیستی (بررسی و تحلیل چگونگی به وجود آمدن، رشد و توسعه و حاکمیت این جریان آخرالزمان گرا، نبرد آرماگدون و...)

۱۰. جلوه های مختلف حضور امام زمان (ع) در جبهه های نبرد در گفت و گو با رزمندگان اسلام؛

۱۱. عشق و ارادت فرماندهان و رزمندگان دوران دفاع مقدس نسبت به امام زمان؛

۱۲. جلوه های انتظار و عشق و به امام مهدی در شهادت و ایثار شهیدان، آزادگان و جانبازان جنگ تحمیلی؛

۱۳. مؤسسات و نهادهای فرهنگی فعال در حوزه مباحث مهدوی (معرفی مؤسساتی چون مؤسسه فرهنگی موعود، پژوهشکده مهدویت و آینده پژوهی، بنیاد فرهنگی مهدی موعود(علیه السلام)،

مرکز تخصصی مهدویت، کتابخانه تخصصی امام مهدی (ع) در اصفهان و...؛

۱۴. مؤسسات و نهادهای خیریه ای که وقف امام زمان (ع) هستند (معرفی، چگونگی تأسیس، خدمات)؛

۱۵. آثار هنری با موضوع امام مهدی (ع)، انتظار، ظهور و... (شامل خطاطی، نقاشی، گرافیک، عکس و...)

۱۶. نقش فرهنگ انتظار در جنبش های سیاسی - اجتماعی تاریخ ایران.

۱۷. دیدگاه و تصور مردم در زمینه مفهوم انتظار، وظایف منتظران، مفهوم ظهور، ضرورت ظهور، زمینه سازی و آمادگی برای ظهور، ضرورت عدالت، ویژگی های حکومت مهدوی، شخصیت حضرت صاحب الزمان، چگونگی ارتباط با آن حضرت و...
برخی از پرسش هایی که می توان در این زمینه مطرح ساخت به شرح زیر است:

پرسش های مصاحبه های مردمی

۱. «انتظار» به چه معناست؟

۲. منتظران چه وظیفه ای دارند؟

۳. ما چه وظیفه ای برای زمینه سازی ظهور داریم؟

۴. از چه راه هایی می توان رضایت امام زمان (علیه السلام) را جلب کرد؟

۵. جوانان چه وظیفه ای در برابر امام زمان (علیه السلام) دارند؟

ص: ۴۵

۶. در زمان غیبت چگونه می توانیم با امام زمان (علیه السلام) ارتباط داشته باشیم؟

۷. در عصر غیبت چگونه می توان از وجود امام عصر (علیه السلام) بهره مند شد؟

۸. مهم ترین کاری که می توان در نیمه شعبان انجام داد چیست؟

۹. چگونه می توان روحیه انتظار و عشق به امام زمان (علیه السلام) را در فرزندانمان تقویت کنیم؟

۱۰. چرا جهان نیازمند عدالت امام مهدی (علیه السلام) است؟

۱۱. شما چه تصویری از ظهور امام زمان (علیه السلام) دارید؟

۱۲. با ظهور امام مهدی (علیه السلام) چه تحولی در انسان و جهان رخ می دهد؟

ج) برنامه های ترکیبی

برنامه های ترکیبی (شامل پلاتو، گزارش، مصاحبه با صاحب نظران، نماهنگ، نمایش) قالب مناسبی برای ارائه معارف مهدوی بوده و موضوعات متنوعی را در این قالب مورد بررسی قرار دارد که برخی از آنها به شرح زیر است:

۱. جهان در آستانه ظهور (بررسی بحران های مختلف سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، زیست محیطی و... حاکم بر جهان با توجه به روایات مربوط به آخرالزمان)؛

۲. سینما و آخرالزمان (تحلیلی از فیلم ها و آثار سینمایی که با موضوع آخرالزمان، منجی گرایی، مقابله با

موعودگرایی اسلامی و... در چند دهه اخیر در غرب ساخته شده است)؛

۳. نیاز به منجی (بررسی ریشه های منجی گرایی از دیدگاه دین شناختی، روان شناختی، جامعه شناختی و...)

۴. مسیحیت صهیونیستی (بررسی و تحلیل چگونگی به وجود آمدن، رشد و توسعه و حاکمیت این جریان آخرالزمان گرا، مقابله آن با موعودگرایی اسلامی، نبرد آرماگدون)؛

۵. جهان در عصر ظهور (بررسی تحولات اجتماعی، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، زیست محیطی جهان در عصر ظهور، با تأکید بر تحول بنیادین انسان در این عصر)؛

۶. ویژگی یاران حضرت در عصر ظهور (بررسی خصال و ویژگی های جسمی و روحی، نحوه انتخاب شدن، ملیت، سن و سال یاران حضرت و نقش آنان در پیش و پس از استقرار حکومت مهدوی)؛

۷. جایگاه سایر ادیان و ملل و نحل در عصر ظهور (چگونگی الحاق پیوستن سایر ادیان به حضرت مهدی (علیه السلام) و چگونگی برخورد آن حضرت با ایشان، نقش حضرت عیسی (علیه السلام) در عصر ظهور)؛

۸. نشانه های ظهور (فلسفه تعیین، دسته بندی ها؛ شامل رویدادها و تحولات سیاسی - اجتماعی، رویدادها و تحولات زیست محیطی، نشانه های محتوم و غیر محتوم و...)

۹. نایان چهارگانه امام عصر (علیه السلام) (جایگاه نیابت و وکالت در سازمان امامت، فلسفه انتخاب، نقش ها و مسئولیت ها، تاریخ زندگی، چگونگی ارتباط با امام عصر (علیه السلام))؛

۱۰. وظایف فردی و اجتماعی جوانان در عصر غیبت (با توجه به: تأکید روایات بر جوان بودن بیشتر یاران حضرت مهدی (علیه السلام)؛ جوان بودن جامعه ایران؛ نقش سازنده فرهنگ انتظار در جوانان)؛

۱۱. جهان آینده در آینده جهان (معرفی و نقد و بررسی دیدگاه های مختلفی که از سوی پیروان ادیان الهی، فلاسفه و نظریه پردازان سیاسی - اجتماعی در این زمینه ابراز شده است)؛

۱۲. آخرالزمان گرایی (بررسی ریشه ها و پیامدهای رشد روز افزون آخرالزمان گرایی در میان اقوام و ملل و پیروان ادیان و مکاتب مختلف)؛

۱۳. منکران منجی گرایی (نقد و بررسی دیدگاه کسانی که اعتقاد به منجی را صرفاً امری اسطوره ای و غیر مبتنی بر واقعیات تلقی می کنند)؛

۱۴. غرب و آخرالزمان (رویکرد غربیان به موضوع آخرالزمان در ابعاد مختلف دین شناختی، سیاسی، فرهنگی، هنری و...)

۱۵. منجی (موعود) ادیان (معرفی منجی موعود ادیان و ملل و نحل مختلف)؛

۱۶. مراسم، آداب و آئین های مرتبط با فرهنگ انتظار و روز نیمه شعبان (در گذشته و حال، در ایران و جهان)؛

۱۷. ابعاد و ارکان عدالت موعود (بررسی دلایل نیاز به عدالت موعود، ضرورت قیام امام مهدی (علیه السلام) برای گسترش عدالت، شاخصه ها و ویژگی های منحصر به فرد عدالت مهدوی)؛

۱۸. آثار، فواید و کارکردهای انتظار (بررسی مفهوم، ریشه های فطری، ضرورت، فضیلت و آثار سازنده انتظار)؛

۱۹. جریان شناسی منجی گرایی در ایران (بررسی جریان های صحیح و انحرافی که بر محور مهدویت در تاریخ ایران شکل گرفته اند).

(د برنامه های نمایشی (فیلم و مجموعه های داستانی)

اشاره

با توجه به اهمیت و نقش بسزای برنامه های نمایشی در تعمیق باورها و رشد و گسترش فرهنگ ها، در اینجا در ضمن سه عنوان چگونگی پرداختن به باور مهدوی و فرهنگ انتظار در این قالب را بررسی می کنیم: ۱. موضوعات؛ ۲. ساختار دراماتیک (نمایشی)؛ ۳. دیالوگ ها و رفتار هنرپیشگان:

ص: ۴۹

یک - موضوعات

۱. شرایط سیاسی، اجتماعی جامعه اسلامی در آستانه تولد امام مهدی (علیه السلام)؛
۲. زندگانی نایبان چهارگانه امام مهدی (علیه السلام)؛
۳. زندگی برخی از تشرف یافتگان (علی بن مهزیار، علامه بحرالعلوم، مقدس اردبیلی و...)
۴. جنبش های اجتماعی که تحت تأثیر اندیشه انتظار در ایران ایجاد شده اند؛
۵. زندگی افرادی که با توسل به امام عصر (علیه السلام) و عنایت ایشان مشکلاتشان حل شده و در زندگی شان گشایش حاصل شده است (از غیر معاصرین)؛
۶. زندگی علما و دانشمندانی که مورد عنایت امام عصر (علیه السلام) قرار گرفته اند.

دو - ساختار نمایشی

۱. توسل به امام زمان (علیه السلام) در گره گشایی و تعالی شخصیت افراد مؤثر افتد؛
۲. ماجراها به گونه ای پیش رود که حضور و تصرف امام زمان (علیه السلام) را نشان دهد؛
۳. ترک گناهی بزرگ یا انجام عملی صالح موجب توجه و عنایت امام عصر (علیه السلام) شود؛

۴. ایام و اماکن مرتبط با امام زمان (علیه السلام) در ساختار نمایش و روال داستان مؤثر افتد (روز جمعه، روز نیمه شعبان، مسجد جمکران، مسجد سهله و...)

۵. در ماجراهای فرعی به نحوی مجالس دعای ندبه نمایش و با گره گشایی پیوند داده شود؛

۶. در ماجراهای فرعی به گونه ای توجه مخاطبان به معارفی چون زنده بودن، شاهد و ناظر بودن امام عصر (علیه السلام) نسبت به اعمال شیعیان؛ لزوم شناخت امام زمان (علیه السلام) و ادای حقوق ایشان، ضرورت انتظار، اهمیت و ضرورت زیاد دعا کردن برای تعجیل فرج و... جلب شود؛

۷. در ماجراها به موضوع امام شناسی، نقش امام در زندگی انسان ها، ویژگی های امام پرداخته شود؛

۸. در ساختار نمایش و ماجراهای فرعی نشان داده شود که امام عصر (علیه السلام) انسان های صالح و درمانده را به حال خود وا نمی گذارد؛

۹. شخصیت هایی شیفته امام مهدی (علیه السلام) پیش بینی شوند که دل های مردم را متوجه آن امام سازند؛

۱۰. دیدگاه ها و عقاید انحرافی و نادرستی که در جامعه نسبت به حضرت مهدی (علیه السلام) و قیام و انقلاب آن حضرت وجود دارد نقد و بررسی شود؛ دیدگاه ها و عقایدی مانند اینکه: «باید فساد و تباهی همه گیر شود تا حضرت بیایند»، «تنها باید به دنبال تشریف خدمت آن حضرت بود»، «هر

خواب و رؤیایی حجت است»، «قیام امام مهدی (علیه السلام) همراه با کشتارها و خونریزی های فراوان است»، «حضرت تنها دل پاک می خواهند و کاری به اعمال ظاهری ندارند»، «ارتباط با امام مهدی (علیه السلام) کافی است و نیازی به فقها و مراجع نداریم»، «ما می توانیم وقت ظهور را پیش بینی کنیم» و...؟

۱۱. به نحو مناسبی روش درست ابراز احساسات به امام مهدی (علیه السلام) آموزش و روش های نادرست و عوامانه نقد شود؛ روش هایی مانند: اینکه در نیمه شعبان تنها جشن و چراغانی و پخش نقل و شیرینی اکتفا و از تلاش برای معرفت آن امام و شناخت وظایف و تکالیف نسبت به آن امام خودداری شود؛ صرفاً در سختی ها و گرفتاری ها به سراغ آن حضرت برویم، در اماکن مقدس مرتبط با ایشان تنها در پی حوایج شخصی خود باشیم و چندان به فکر ضرورت ظهور آن امام و لزوم دعا برای سلامتی حضرتش نباشیم و...؟

۱۲. نیاز به منجی به نحو مناسبی مطرح و در روال داستان تبیین شود.

سه - گفتارها و رفتارها

۱. به تناسب موقعیت ها از حضرت مهدی (علیه السلام) به نیکی یاد و از ایشان طلب یاری شود؛

۲. شخصیت های شایسته نمایش به آن وجود مقدس توجه دهند؛

ص: ۵۲

۳. مربیان و متربیان (والدین و فرزندان، استاد و شاگرد، پیر و برنا و...) از معارف مهدوی گفت و گو کنند. مثل اینکه: پدر برای فرزندش متناسب با فهم او درباره امام و جایگاه او در عالم توضیح دهد؛ استاد در گفت و گوهای بیرون یا درون کلاس درباره آن حضرت و ابعاد وجودی ایشان مطالبی را بیان کند؛ استاد در روال زندگی یک دانشجو در مراحل گوناگون او را با شناخت امام مهدی(علیه السلام) تربیت کند؛ استاد دعای ندبه و امثال آن را برای شاگردانش تفسیر کند و ...؛

۴. به صفات و ویژگی های رفتاری منتظران آن حضرت اشاره شود؛

۵. به این موضوع که معارف دینی را تنها باید از قرآن و عترت گرفت و امروز مصداق عینی عترت وجود مقدس امام زمان(علیه السلام) است، اشاره شود؛

۶. به اموری که میان انسان و امام، فاصله می اندازد اشاره شود؛

۷. مربیان به چگونگی ایجاد رشد و گسترش محبت امام زمان(علیه السلام) در دل فرزندان اشاره کنند؛

۸. در لحظات بحرانی، برخورد با معضلات و برای حل مشکلات از امام مهدی(علیه السلام) یاری طلب شود.

یادآوری: گفتارهای یادشده در شرایط و موقعیت های گوناگون بیان شود و محصور در خانه و خلوت نباشد.

اشاره

رسانه ملی به دو صورت می تواند از قالب مسابقه برای ارائه و گسترش معارف مهدوی و ترویج و توسعه فرهنگ انتظار بهره برداری کند: الف) اجرای مسابقه در رسانه؛ ب) تدارک اجرای مسابقه در جامعه با مشارکت دیگر نهادها و مراکز فرهنگی و هنری، که در اینجا به برخی از انواع مسابقات اشاره می کنیم:

۱. مسابقات ویژه با موضوعاتی چون: انتظار در کلام معصومان؛ انتظار در کلام امام و رهبری، چهل حدیث درباره امام مهدی و...؛

۲. مسابقه نقاشی و طراحی برای کودکان و نوجوانان با موضوعات زیر: جهان پس از ظهور، مظاهر ظلم و ستم و بی عدالتی در عصر حاضر...؛

۳. مسابقه بهترین نقاشی، گرافیک (پوستر، طرح جلد و...)، آثار حجمی، با موضوع انتظار، ظهور و...؛

۴. مسابقه خاطره نویسی با موضوع: شرکت در دعای ندبه، دیدار از مسجد جمکران، مسجد سهله، سرداب مقدس سامرا و...، فریادرسی امام مهدی (علیه السلام)، در لحظات بحرانی زندگی ارتباط معنوی با امام عصر (علیه السلام)؛

۵. مسابقه مقاله نویسی با موضوعاتی مانند: «اگر منتظر واقعی بودم»، «روزی که او بیايد»، «اگر او را

بینیم...»، «نامه به امام زمان (علیه السلام)»، «تصور من از امام زمان (علیه السلام)»، «کسی که مثل هیچ کس نیست»، «چرا از ما غایب است» و...؛

۶. مسابقه شعر و قطعه ادبی با موضوع انتظار، ظهور، راز نیاز با امام زمان و ... ؛

۷. مسابقه کتابخوانی و خلاصه نویسی از یکی از کتاب های مهم و قابل استفاده مهدوی؛

۸. مسابقه بهترین سوژه برنامه سازی، فیلمنامه و نمایشنامه مهدوی؛

۹. مسابقه بهترین سرود، همخوانی، تواشیح و تصنیف در زمینه فرهنگ مهدوی؛

۱۰. برگزاری مسابقات تلویزیونی در زمینه معارف مهدوی. برخی از پرسش هایی که می توان در این مسابقات مطرح کرد به شرح زیر است:

پرسش های مسابقه ای

۱. امام عصر (علیه السلام) در چه تاریخی به دنیا آمدند؟

الف) پانزدهم شعبان سال ۲۵۰ ق □

ج) پانزدهم شعبان سال ۳۵۵ ق □

ب) پانزدهم شعبان سال ۲۵۵ ق □

د) پانزدهم شعبان سال ۲۶۵ ق □

۲. نام مادر امام عصر (علیه السلام) چه بود؟

ص: ۵۵

الف) نرجس □

ج) صیقل □

ب) سوسن □

د) هر سه مورد صحیح است □

۳. امام عصر (علیه السلام) در چه شهری به دنیا آمدند؟

الف) مدینه □ ج) مکه □

ب) کوفه □ د) سامرا □

۴. مادر بزرگوار امام عصر (علیه السلام) از چه خاندانی بود؟

الف) از خاندان شاهان ایرانی □

ب) از نوادگان حواریون حضرت عیسی □

ج) از خاندان قیصر روم □

د) هر دو مورد ب و ج صحیح است □

۵. نام و کنیه امام عصر (علیه السلام) چیست؟

الف) مهدی و ابیصالح □

ب) مهدی و صاحب الزمان □

ج) قائم و ابیصالح □

د) نام و کنیه پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) □

۶. بانو «حکیمه» که بوده است؟

الف) دختر امام جواد (علیه السلام) □

ب) عمه امام حسن عسکری (علیه السلام) □

ج) خواهر امام حسن عسکری (علیه السلام) □

د) هر دو مورد الف و ب صحیح است

ص: ۵۶

۷. تولد امام عصر (علیه السلام) با تولد کدام یک از پیامبران شبیه بود؟

الف) حضرت مسیح (علیه السلام) □

ب) حضرت یوسف (علیه السلام) □

ج) حضرت موسی (علیه السلام) □

د) حضرت محمد (صلی الله علیه و آله) □

۸. امام عصر (علیه السلام) به هنگام شهادت پدرشان چند ساله بودند؟

الف) هشت سال □

ب) پنج ساله □

ج) چهار ساله □

د) شش ساله □

۹. آغاز غیبت کوتاه مدت امام عصر (علیه السلام) را برخی سال ... ق و برخی سال ... ق گفته اند:

الف) ۲۶۰ ق. و ۲۵۵ ق. □

ب) ۲۶۰ ق. و ۲۶۵ ق. □

ج) ۲۶۵ ق. و ۲۵۰ ق. □

د) ۲۶۰ ق. و ۲۵۰ ق. □

۱۰. غیبت صغرا تا چه سالی ادامه داشت؟

الف) سال ۳۳۰ ق. □

ب) سال ۳۲۸ ق. □

ج) سال ۳۲۹ ق. □

د) سال ۳۳۹ ق. □

۱۱. نامه هایی که در دوران غیبت صغرا از طرف امام عصر (علیه السلام) به برخی از مردم می رسید، چه نام داشت؟

الف) مکتوب □

ب) توقيع □

ج) صحیفه □

د) حدیث □

۱۲. در دوران غیبت صغرا چند نفر به مقام نیابت خاص رسیدند؟

الف) ۵ نفر □

ب) ۶ نفر □

ج) ۴ نفر □

د) ۳ نفر □

۱۳. نام سومین نایب خاص امام عصر (علیه السلام) چه بود؟

الف) ابو عمر عثمان بن سعید عمری □

ب) ابوالحسن علی بن محمد سمري □

ج) ابوالقاسم حسین بن روح نوبختی □

د) ابو جعفر محمد بن عثمان □

۱۴. بشارت به ظهور امام مهدی (علیه السلام)، به عنوان مصلح آخرالزمان از چه زمانی آغاز شد؟

الف) از زمان امام هادی (علیه السلام) □

ب) از زمان امام حسن عسکری (علیه السلام) □

ج) از زمان امام علی (علیه السلام) □

د) از زمان پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) □

۱۵. اولین گروه از یاران قائم (علیه السلام) که با آن حضرت بیعت می کنند چند نفرند؟

الف) ۳۱۳ نفر □

ب) ۱۰۰۰ نفر □

ج) به تعداد یاران بدر □

د) مورد الف و ج صحیح است □

۱۶. اولین کسی که با حضرت مهدی بیعت می کند کیست؟

الف) حضرت مسیح (علیه السلام) □

ب) جبرئیل (علیه السلام) □

ج) حضرت خضر (علیه السلام) □

د) سید حسنی □

۱۷. حضرت مهدی (علیه السلام)، قیام خود را از چه شهری آغاز می کند؟

الف) مدینه □

ب) کوفه □

ج) مکه □

د) سامرا □

۱۸. امام حسن عسکری (علیه السلام) این جملات را خطاب به چه کسی فرمودند؟ «برای ما فرزندی متولد شده، لازم است خبر تولد او را پنهان بداری و به هیچ کس از مردم بازگو نکنی...»

الف) محمد بن علی بن بلال □

ب) احمد بن اسحاق قمی □

ج) ابوهاشم جعفری □

د) شیخ صدوق □

۱۹. اولین شاهد تولد امام عصر (علیه السلام) چه کسی است؟

الف) جعفر عموی حضرت □

ب) مادر امام حسن عسکری □

ج) دختر امام جواد (علیه السلام) □

د) حکیمه دختر امام هادی (علیه السلام) □

۲۰. «حجت» به چه معناست؟

الف) دلیل □

ب) برهان □

ج) راهنما □

د) هر سه مورد صحیح است □

۲۱. خواندن کدام دعا در شب نیمه شعبان توصیه شده است؟

الف) دعای ندبه □

ب) دعای کمیل □

ج) دعای عهد □

د) دعای فرج □

۲۲. به تعبیر امام صادق (علیه السلام)، برترین شب ها بعد از شب قدر، چه شبی است؟

الف) شب عید فطر □

ب) شب بعثت پیامبر □

ج) شب نیمه شعبان □

د) شب عید غدیر □

۲۳. کتاب کمال الدین و تمام النعمه از نوشته های کدام عالم شیعی و مربوط به چه قرنی است؟

الف) شیخ صدوق، قرن چهارم □

ب) شیخ مفید، قرن پنجم □

ج) شب نیمه شعبان □

د) علامه حلی، قرن هشتم □

۲۴. کتاب الغیبه از آثار کدام نویسنده شیعه است؟

الف) شیخ طوسی □

ب) شیخ مفید □

ج) النعمانی □

د) مورد الف و ج هر دو صحیح است □

۲۵. نویسنده کتاب مکیال المکارم، کیست؟

الف) محمدتقی موسوی اصفهانی □

ب) شیخ طوسی □

ج) سیدهاشم بحرانی □

د) میرزا حسین نوری □

۲۶. افضل (برترین) اعمال در عصر غیبت کدام است؟

الف) انتظار فرج □

ب) نماز و روزه استحبایی □

ص: ۶۱

ج) دعا برای سلامتی امام زمان (علیه السلام) □

د) تلاوت قرآن □

۲۷. خلق و خوی حضرت مهدی (علیه السلام) بیش از همه به چه کسی شباهت دارد؟

الف) پدرشان حضرت امام حسن عسکری (علیه السلام) □

ب) امام علی (علیه السلام) □

ج) امام رضا (علیه السلام) □

د) جدشان پیامبر اکرم (صلی الله علیه و آله) □

۲۸. این جمله از کیست: «رهبر همه شما و همه ما وجود مبارک بقیه الله است و باید ماها و شماها طوری رفتار کنیم که رضایت آن بزرگوار را که رضایت خداست به دست بیاوریم.»؟

الف) امام خمینی = □

ب) حضرت آیت الله خامنه ای □

ج) شهید آیت الله دستغیب □

د) شهید آیت الله بهشتی □

۲۹. امام حسن عسکری (علیه السلام) چه فرزند داشت؟

الف) یک فرزند □

ب) دو فرزند □

ج) سه فرزند □

د) چهار فرزند □

۳۰. کدام جمله در مورد دوران غیبت کبرا صحیح است؟

الف) مردم می توانند به نواب خاص امام عصر(علیه السلام) مراجعه کنند □

ب) ارتباط مستقیم مردم با حضرت مهدی(علیه السلام) قطع می شود □

ج) مردم می توانند به نواب عام امام عصر(علیه السلام) مراجعه کنند □

د) هر دو مورد ب و ج صحیح است □

و) پیشنهادها و یادآوری های کلی

۱. اختصاص یک فاصله زمانی هفت یا ده روزه، با عناوینی چون هفته یا دهه «میلاد موعود»، «مهدویت»، «ولایت و انتظار»، «مولود منتظر» «امید و انتظار»، یا ... به جشن های نیمه شعبان و تدارک برنامه های ویژه در این فاصله زمانی؛

۲. برگزاری مراسم «جشن عاطفه ها» یا کمک به نیازمندان در این فاصله زمانی، با تأکید بر اینکه مردم کمک های خود را به نیت امام زمان(علیه السلام) هدیه کنند؛

۳. کلیه مراسم، برنامه ها و جشن ها متناسب با شأن و جایگاه رفیع امام عصر(علیه السلام) سامان یابد و از هر عملی که مورد رضای آن حضرت نیست پیراسته گردد. اعمالی چون استفاده از موسیقی های غنایی، اختلاط زن و مرد، حضور شرکت کنندگان با پوشش و آرایش نامناسب و...؛

۴. در کلیه ویژه برنامه های این ایام فلسفه اصلی جشن های نیمه شعبان - که تجدید عهد با امام زمان (علیه السلام)، آشنایی مردم با تکالیف و وظایفشان در برابر آن حضرت، اعلام آمادگی برای ظهور، ایجاد شوق و رغبت در مردم برای استقرار حکومت عدل مهدوی است - مورد توجه قرار گیرد؛

۵. پخش فیلم های داستانی و سینمایی متناسب با شأن و جایگاه مولود این ایام و خودداری از پخش فیلم های بی محتوایی که صرفاً با هدف خندانیدن تماشاگر تهیه شده اند؛

۶. بهره گیری از کارشناسانی که به طور تخصصی در حوزه مباحث مهدوی تحقق و پژوهش کرده یا دارای اثر مکتوب هستند.

۷. اهدای جایزه به کودکانی که نام «مهدی» و «نرگس» دارند و همچنین اهدای جایزه به مادرانی که فرزند آنها در شب یا روز نیمه شعبان به دنیا بیاید و این نام ها برای او انتخاب شود.

آشنایی با مؤسسات مهدوی

الف) مؤسسه فرهنگی موعود

«موعود» مؤسسه ای مطبوعاتی، انتشاراتی، تحقیقاتی و اطلاع رسانی است که در سال ۱۳۷۴ با اهداف زیر تأسیس

ص: ۶۴

شده است: بازنشاسی وجوه مختلف اعتقادی، تاریخی، فرهنگی و اجتماعی باور مهدوی، احیا و گسترش فرهنگ انتظار و تلاش برای شناساندن نقش این فرهنگ در فرد و اجتماع؛ شناسایی وجوه مختلف فرهنگ و تمدن مغرب زمین و نقد بنیادین آن.

نشانی: تهران، صندوق پستی ۸۳۴۷ - ۱۴۱۵۵

تلفن: ۶۶۹۵۶۱۶۷ نمابر: ۶۶۹۵۶۱۶۸

پست الکترونیک: [Info @ mouood.org](mailto:Info@mouood.org)

نشانی در اینترنت: www.mouood.org

ب) پژوهشکده مهدویت و آینده پژوهی

این پژوهشکده وابسته به پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم بوده و در سال ۱۳۷۸ تشکیل شده است. برخی از اهداف این موسسه عبارت است از: گسترش فرهنگ صحیح مهدویت و پیراستن اعتقاد به مهدویت از خطاها و انحراف ها؛ تبیین، تحلیل و اقدام عملی و فکری مناسب و مؤثر در پاسخ به پرسش های مطرح در جامعه به ویژه مسائل پیرامون مهدویت و موعودگرایی در ادیان و مذاهب؛ پژوهش و تدوین کتب و مقالات دینی و علمی بالاخص درباره وجود مبارک حضرت مهدی (علیه السلام).

نشانی: قم، صندوق پستی ۳۹۷۸ - ۳۷۱۸۵

تلفن: ۷۷۴۹۹۷۳ نمابر ۷۷۴۹۹۷۳

پست الکترونیک: [monjee @ monjee.org](mailto:monjee@monjee.org)

نشانی در اینترنت WWW.monjee.com

ص: ۶۵

ج) بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود(علیه السلام)

این بنیاد در سال ۱۳۷۹ تأسیس شده و مهم ترین اهداف آن به شرح زیر است: ترویج و معرفی بیشتر امام زمان(علیه السلام) و شناساندن فرهنگ مهدویت و آشنا ساختن جامعه خصوصاً نسل نو با نقش امام زمان(علیه السلام) در زمان غیبت و در تعیین حکومت جهانی واحد و تحکیم پایه های امامت و ولایت.

نشانی: تهران، صندوق پستی ۳۵۵ - ۱۵۶۵۵

تلفن: ۴ - ۸۸۹۹۸۶۰۱

نشانی در اینترنت: WWW.Imam Mahdi-s.com

د) مرکز تخصصی مهدویت

این مرکز که وابسته به بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود(علیه السلام) است، در سال ۱۳۸۰ با هدف گسترش و تعمیق فرهنگ مهدویت در سطح جامعه، به ویژه نسل جوان و فرهیخته و تربیت مبلغ، پژوهشگر و مدرس مباحث مهدوی تشکیل شده است.

نشانی: قم، صندوق پستی ۱۱۹ - ۳۷۱۳۵

تلفن: ۷۷۳۷۸۰۱ نمابر ۷۷۳۷۱۶۰

۷۷۳۸۴۳۴

ه) مؤسسه آینده روشن (پژوهشکده مهدویت)

مؤسسه آینده روشن، در سال ۱۳۸۳ با هدف تبیین و گسترش معارف و آموزه های بالنده مهدویت، در سطح داخلی و

ص: ۶۶

بین المللی بنیان نهاده شد. این موسسه، اهداف و برنامه های زیر را سرلوحه فعالیت های خود قرار داده است:

۱. تبیین، تعمیق و گسترش فرهنگ مهدوی؛ ۲. اجرای امور پژوهشی، آموزشی، هنری، رسانهای و تبلیغی در جهت تحقق جامعه مهدوی؛ ۳. تربیت پژوهندگان و مبلغان ورزیده در زمینه مهدویت؛ ۴. پاسخ به نیازهای فکری و اعتقادی گروههای مختلف جامعه، به ویژه نسل جوان و حوزه و دانشگاه؛ ...

نشانی: قم، خیابان شهدا، کوچه ۲۳، پلاک ۵.

تلفکس: ۴۶ و ۷۸۳۳۳۴۵

پست الکترونیک info@intizar.ir

نشانی در اینترنت www.intizar.ir

ص: ۶۷

کتاب ها

۱. آیین برنامه سازی در مهدویت، مهدی داود آبادی، ۱۷۲ صفحه، دی ۱۳۸۷.
۲. از سبوی انتظار (واگویه ها و ندبه هایی در فراق امام زمان (علیه السلام))، محمدهادی فلاح و شهاب الدین رهنما، ۱۰۲ صفحه، شهریور ۱۳۸۲.
۳. انتظار، بایدها و نبایدها (چگونه می توان از فرهنگ مهدوی گفتگو کرد؟)، ابراهیم شفیعی سروستانی، ۱۶۷ صفحه، شهریور ۱۳۸۳.
۴. پیامبر و امام مهدی، مهدی لطفی، ۶۵ صفحه، آبان ۱۳۸۶.
۵. تو را گل های عالم دوست دارند، مریم سقلاطونی، ۸۴ صفحه، مرداد ۱۳۸۲.
۶. جریان شناسی روند تصویرسازی از وقایع آخرالزمان در غرب (گزارش نشست تخصصی)، ۳۲ صفحه، مهر ۱۳۸۹.
۷. در انتظار خورشید (سپیده امید)، سیدحسین اسحاقی، ۱۴۷ صفحه، آبان ۱۳۷۸.

۸. روح بهار (امام زمان در آئینه دعا)، منیره زارعان، ۱۵۴ صفحه، آبان ۱۳۸۰.

۹. صهیونیسم مسیحی، نقشه راه به سوی آرماگدون، استیون سائزر، ترجمه: حمید بخشنده و قدسیه جوانمرد، ۴۹۶ صفحه، ۱۳۸۶.

۱۰. فردا صبح است (مجموعه شعر مهدوی)، مریم سقلاطونی، ۱۳۷ صفحه، دی ۱۳۸۵.

۱۱. معرفت امام زمان ۷ و تکلیف منتظران (۲ جلد)، ابراهیم شفیعی سروسستانی، ۸۵۲ صفحه، آبان ۱۳۸۷.

۱۲. مهدویت و انتظار از دیدگاه اهل سنت، عباسعلی حیدری، ۱۵۱ صفحه، مرداد ۱۳۸۸.

۱۳. نیک شهر قدسی، سید محمدعارف حسینی، ۱۸۳ صفحه، آبان ۱۳۸۲.

نشریات

۱. گلبرگ، ش ۲۱ (ویژه نیمه شعبان)، ۷۷ صفحه، مهر ۱۳۸۰.

۲. ارمغان، ش ۲ (ویژه اعیاد شعبانیه)، ۱۷۶ صفحه، مرداد و شهریور ۱۳۸۶.

۳. ارمغان، ش ۷ (ویژه مهدویت)، ۱۶۰ صفحه، مرداد ۱۳۸۸.

ص: ۷۰

بسمه تعالی

هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ

آیا کسانی که می‌دانند و کسانی که نمی‌دانند یکسانند؟

سوره زمر / ۹

آدرس دفتر مرکزی:

اصفهان - خیابان عبدالرزاق - بازارچه حاج محمد جعفر آواده ای - کوچه شهید محمد حسن توکلی - پلاک ۱۲۹/۳۴ - طبقه

اول

وب سایت: www.ghbook.ir

ایمیل: Info@ghbook.ir

تلفن دفتر مرکزی: ۰۳۱۳۴۴۹۰۱۲۵

دفتر تهران: ۰۲۱ - ۸۸۳۱۸۷۲۲

بازرگانی و فروش: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹

امور کاربران: ۰۹۱۳۲۰۰۰۱۰۹



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

