

## رسانه و مهدویت

### مقدمه:

در بحث مهدویت، سرفصل‌هایی مانند امام زمان، آخرالزمان، شرایط ظهور و ... بستری برای یادگیری هستند. اما مهمترین نکته این است که شما بتوانید مباحثی را که فرا گرفته‌اید، انتقال دهید. این انتقال در بستر رسانه ایجاد می‌شود. کسی که می‌خواهد مهدویت را تبلیغ کند و گسترش دهد، باید یک سری از اصول رسانه‌ای را فرا گیرد.

### مفاهیم:

#### ✓ قدرت نرم:

توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران. به عبارت دیگر؛ شیوهی غیرمستقیم رسیدن به نتایج مطلوب، بدون تهدید یا پاداش ملموس. و توانایی کسب آنچه می‌خواهید، از طریق جذب کردن، نه اجبار و پاداش. امروزه ما از قدرت نرم عبور کرده‌ایم و با یک مقوله جدید به نام قدرت زیرکانه مواجهیم.

#### ✓ جنگ نرم:

هرگونه اقدام نرم‌افزارانه، از جمله روانی، تبلیغاتی، سایبری، اطلاعاتی، فرهنگی، سیاسی، اجتماعی و علمی است که جامعه یا گروه هدف را نشان می‌گیرد و بدون درگیری نظامی، با بهره‌گیری از روش‌های اقناع‌سازی، یا مدیریت احساسات و بهره‌گیری از روش‌های جذاب، رقیب را به انفعال و شکست، وامی‌دارد. جنگ روانی، جنگ سفید، جنگ رسانه‌ای، عملیات روانی و ... نمونه‌هایی از جنگ نرم است.

### بستر جنگ نرم، قدرت نرم است.

جوزف یورشلیمی (مدیر مرکز مطالعات اسرائیلی و یهود دانشگاه کلمبیا):

تمام مشکلات ما ریشه در هویت ایرانیان دارد که بخش قابل توجهی از آن، وابسته به باورهای مذهبی آنهاست. بنابراین، تلاش برای از بین بردن و حتی کم‌رنگ نمودن مظاهر اعتقادی-اسلامی مانند رعایت

حجاب و غیره، اولویت نخست عملیاتی ماست که در این مسیر با استفاده از تمامی ابزارهایی که در

اختیار داریم به ویژه رسانه‌ها به شدت پایبندیم.

## رسانه:

در رسانه با دو مقوله اصلی سر و کار داریم:

- **پیام:** مطلب و محتوایی که می‌خواهیم انتقال دهیم، چگونه است و چه ویژگی‌هایی دارد؟
- **مخاطب:** مخاطب ما در این پیام کیست و چه نگرش و تفکری دارد؟

### شاخه‌های اصلی در شناسایی رسانه

احساسات و عواطف

منطق و عقلانیت

منبع و امتیاز پیام

## ویژگی‌های رسانه:

### • ویژگی اول:

اولین ویژگی رسانه، ایجاد نیاز است. در طول روز، ما مدام در معرض تبلیغات قرار داریم و این تبلیغات در ما نیاز ایجاد می‌کند و در اغلب موارد این نیازها کاذب هستند.

این احساس نیاز، باعث می‌شود که ما نسبت به آن چیز، شرطی شویم. به عبارت دیگر، لازمه‌ی شرطی‌سازی احساس نیاز است.

در علم روان‌شناسی دو نوع شرطی‌سازی وجود دارد:

۱. شرطی‌سازی سنتی

۲. شرطی‌سازی نوین

در شرطی‌سازی سنتی، به یک محرک نیاز است. مانند ترشح بزاق دهان، بعد از شنیدن کلمه «لواشک انار». اما در شرطی‌سازی نوین، دو نوع محرک تعریف می‌شود: به وسیله‌ی «محرک اول» در مخاطب، احساس نیاز ایجاد می‌کنند و سپس به وسیله‌ی «محرک دوم» او را همراه خود نگه می‌دارند.

**مهدویت، نیاز تمام انسان‌ها و موجودات زمین است.**

ما می‌توانیم با انتقال پیام، این نیاز را در مردم ایجاد کنیم.

## • ویژگی دوم:

دومین ویژگی رسانه، تربیت رسانه‌ای است. تغییر در پوشش، رفتار، گفتار، عقاید و در کل، سبک زندگی، تحت تأثیر تربیت رسانه‌ای است. در واقع رسانه ابزاری است برای تربیت افراد. تربیت رسانه‌ای در بحث مهدویت دارای اصولی است:

### اولین گام، جذب افراد از طریق محبت است. که همان سیره‌ی اهل بیت است.

محبت کردن به دیگران، موجب حکومت بر قلب آنها و هموار شدن راه، برای تغییر تدریجی عقاید افراد و تغییر در نوع نگاه آنها به زندگی می‌شود؛ تغییر نگاه به زندگی، زمینه هدفمند شدن افراد را فراهم می‌کند.

## • ویژگی سوم:

سومین ویژگی، هدایت فکری است.

رسانه، فکر ما را هدایت و بدون اینکه متوجه شویم به سمت مورد نظر خود می‌برد.

### دو نکته مهم:

- ✓ ما باید رژیم اطلاعاتی داشته باشیم؛ یعنی اینکه در بمباران اطلاعاتی که در فضای مجازی اتفاق می‌افتد، تنها مطالبی را مطالعه کنیم که مورد نیازمان است.
- ✓ از مردم مطالبه‌گری کنیم که: «امام زمان آوردنی است، آمدنی نیست.»

## مهندسی فرهنگی مهدویت:

### الزامات مهندسی فرهنگی مهدویت:

نگاه سیستماتیک به مهدویت

شناخت شرایط و زمانه‌ی حاضر

آینده‌پژوهی و آینده‌پردازی در حوزه‌ی مهدویت

تغییر روش‌ها برای دستیابی به اهداف بهتر

## • نگاه سیستماتیک به مهدویت:

نگاه سیستماتیک (جریانی)، مخالف نگاه نقطه‌ای (پرداختن تنها به یک گرایش) است. در این نوع نگاه، جامعه و اصلاح آن، و حرکت و تغییر مسیر آن به سمت صحیح مهم است. نگاه سیستماتیک در مهدویت نیازمند باز تعریف مفهوم «انتظار» است؛ یعنی اینکه باید نگاهمان نسبت به انتظار را تغییر داده و انتظار پویا را که مد نظر روایات است، در جامعه بسط دهیم.

نگاه سیستماتیک به مهدویت، موجب فراگیری تخصصی مهارت‌ها و شناسایی نیازها و خلاءهای موجود در جامعه می‌شود و نداشتن چنین نگاهی مانع انجام کار رسانه‌ای خوب و کار آمد می‌گردد.

## نگاه سیستماتیک به مهدویت، نگاه تشکیلاتی است.

## • شناخت شرایط و زمانه‌ی حاضر:

باید شرایط زمانه خود را بشناسیم؛ دیدگاه‌های حاکم بر جامعه و اولویت‌ها را بدانیم. امروزه کار مهدوی، با سواد رسانه‌ای و استفاده از ابزارهای روز، گره خورده است.

## • آینده‌پژوهی و آینده‌پردازی در حوزه‌ی مهدویت:

تک تک افراد جامعه، از افراد معمولی تا مقامات عالی رتبه، در بالاترین سطوح دولتی و کشوری، باید برنامه‌ریزی دقیقی برای ظهور و آخرالزمان داشته باشند.

## • تغییر روش‌ها برای دستیابی به اهداف بهتر:

پاسخ‌های کهنه به مسائل جدید، دیگر کارایی ندارد. ما در مهدویت از لحاظ ایده و محتوا غنی هستیم؛ تنها باید به ارائه صحیح و مطابق شرایط زمانه بپردازیم.

## هدف از الزامات مهندسی فرهنگی مهدویت چیست؟

- هدایت مخاطبان به سوی مهدی‌باوری و مهدی‌باوری
- افزایش سطح اطلاعات مهدوی در جامعه
- معرفی رسالت راه و روش زندگی منتظران
- پیشگیری از بروز آسیب‌های مهدوی در جامعه
- افزایش رضایت مخاطبان مهدوی رسانه
- ترویج حالت اضطرار به حجت در جامعه

- روشننگری در برابر اندیشه‌های انحرافی در عرصه مهدویت (شاخص و اصول حق را معرفی کنیم؛ حق محور باشیم نه شخص محور)
- ترویج سبک زندگی سعادت‌مندان و حیات طیبه
- معرفی و ترویج الگوهای جامعه‌ی منتظر
- ترویج روحیه‌ی امید و نشاط اجتماعی (امید از ابعاد انتظار است. زیبایی‌های ظهور را در جامعه نشر دهیم.)
- به‌روزرسانی شکل، فرم و محتوای برنامه‌های مهدوی
- توسعه منابع انسانی خلاق و توانمند در عرصه‌ی برنامه‌های دینی. (تربیت نیروی انسانی کارآمد)
- باید فرهنگ رسانه را بشناسیم.

فرهنگ رسانه خاستگاهی عقلانی، و هر رسانه فرهنگ خود را دارد.

فرهنگ رسانه، مبتنی بر بینش و باور جمعی است.

## استراتژی‌های غرب در قبال آموزه‌های مهدویت:

- **تولید نظریه‌های موازی در عرض آموزه‌های مهدویت:** این استراتژی می‌گوید در قبال آموزه‌های مهدویت، باید دکترینی ایجاد کرد. دکترین جداسازی انقلاب از بدنه‌ی اسلام و نظریه برخورد تمدن‌ها، که منجر به حمله به افغانستان و عراق شد، از آن جمله‌اند.
- **ساخت دشمن فرضی:** امروزه این دشمن، ایران است. پالمر سه کار را برای مبارزه با ایران مطرح می‌کند: نبرد رسانه‌ای، مهار و جنگ نرم (دکترین دلتا)
- **اسلام‌هراسی**
- **مهدی‌هراسی**
- **عملیات روانی**
- **ساخت بازی‌های رایانه‌ای**
- **عملیات فریب:** طرح یک دروغ بزرگ و تکرار آن برای باور مردم.
- **حداکثر سازی حمایت از اسرائیل:** به وجود آوردن جریان مسیحیت صهیونیست
- **تقویت آرماگدون**

## اولویت‌های آسیب‌شناسی

رسانه مهدوی:

تقویت جهت رویارویی با رسانه‌های غربی

اصلاح رویکردهای غلط نسبت به مهدویت

تجهیز رسانه

ایده، تکنیک، تاکتیک

پررنگ کردن بحث مهدویت

## انواع آسیب‌ها:

- **انحصار گرایی:** یعنی محصور کردن اندیشه‌ی مهدویت به اندیشه‌ی فرقه‌ای، منطقه‌ای و نژادی؛ و عدم توجه به ویژگی‌های فطری و جهانی اندیشه‌ی مهدویت به عنوان نجات بخش جهانی. این تفکر باعث تدافعی عمل کردن در عرصه‌ی موعود باوری و غفلت از قابلیت‌های این اندیشه در همگرایی بین الادیانی، می‌شود.

- **عدم توجه به ظرفیت‌های وحدت بخش اندیشه‌ی مهدویت**

- **نشانه گرایی‌های افراطی:** تنزل مهدویت در نشانه‌های ظهور. پیامدهای این تفکر، فرومایه پنداشتن اندیشه مهدویت و ساده انگاری است.

- **تطبیق گرایی:** مدل‌سازی بر اساس روایات نشانه‌های ظهور (مانند مستند ظهور بسیار نزدیک است). تعبیر گرایی و به وجود آمدن مدعیان دروغین و سوء استفاده از وضعیت سیاسی جامعه از پیامدهای این آسیب است.

- **نماد گرایی و نماد سازی ناموجه:** برای جلوگیری از این آسیب، بهتر است نمادهای مهدوی را به طور صحیح مطرح کنیم.

## سه شاخصه اصلی رسانه غرب

اغواء

اقناع

ارضاء

ارضاء و اقناع، در حوزه‌ی عواطف و احساسات و قانع سازی هستند.

## ویژگی‌های اغواء:

✓ **سوژه:** اصولی که با آن سرو کار داریم.

✓ **محور:** انتخاب موضوع و چگونگی گمراه کردن و سنجیدن انواع و اقسام آن.

✓ **محمل:** منطق و روش کار.

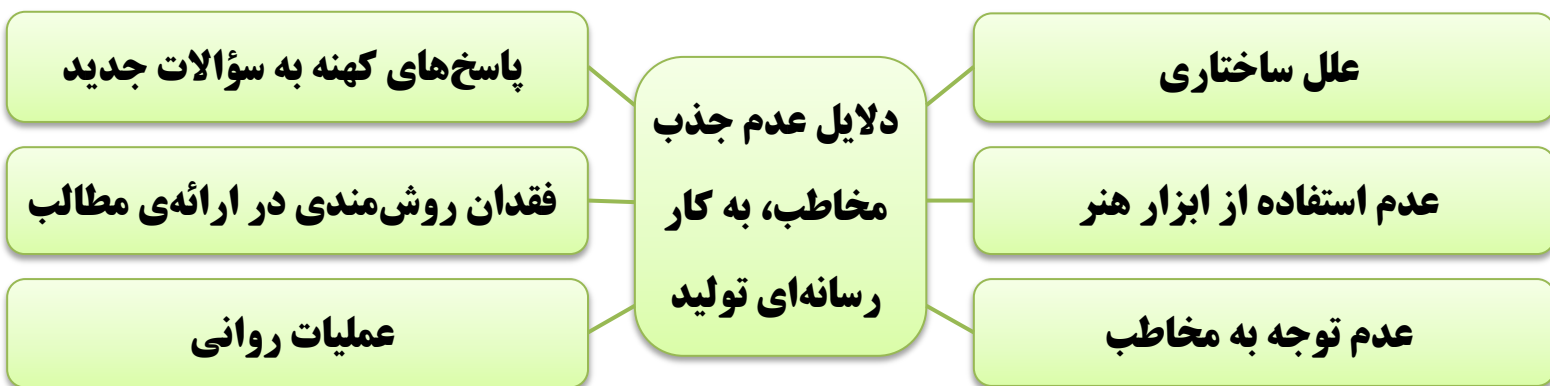
عنصر اغواء، مورد تایید اسلام نیست و ما در کار رسانه‌های مهدوی، ارشاد می‌کنیم.

به عنوان مثال در عرصه‌ی اندیشه مهدویت، محور اغواء در رسانه‌های غربی؛ تردید آفرینی، شبهه پراکنی،

القای مضامین منجی باوری غربی و خرافه جلوه دادن اندیشه‌ی مهدویت است. محمل این محور؛

گونه‌های مختلف رسانه مانند رادیو، تلویزیون، سینما و... است. و سوژه‌ی اغواء؛ فطری بودن نجات باوری

و اصالت اسلامی آموزه‌ی مهدویت است.



### عملیات روانی:

فرآیند بهره‌برداری صحیح و طراحی شده، از تبلیغات و سایر ابزارهایی که هدف آنها، نفوذ در عقاید

(اقتناع، ارضاء) و تمایلات و رفتار مخاطبان و تاثیرگذاری بر آنها، برای دستیابی به اهداف و مقاصد مورد

نظر است.

### نکات مهم در انتقال پیام:

(۱) متخصص‌ها بیشتر از غیر متخصص‌ها متقاعد کننده هستند.

(۲) پیام‌هایی که به نظر نمی‌رسد برای نفوذ و تغییر نگرش طراحی شده‌اند، موفق‌تر از پیام‌هایی هستند

که به نظر می‌رسد چنین منظوری را دنبال می‌کنند.

(۳) مبلغان جذاب، در تغییر نگرش مؤثرتر از غیر جذاب‌ها هستند.

۴) کسانی که تندتر سخن می‌گویند، از آن‌هایی که آرام و شمرده‌تر سخن می‌گویند، متقاعد کننده‌تر به نظر می‌رسند.

۵) پیام‌هایی که هیجان‌های قوی، به ویژه ترس را در مخاطب بر می‌انگیزد، احتمال متقاعد شدن را افزایش می‌دهد.

۶) افرادی که دارای عزت‌نفس پایینی هستند در مقایسه با آن‌هایی که عزت‌نفس بالایی دارند، راحت‌تر متقاعد می‌شوند.

## مدیریت رسانه در عرصه مهدویت:



• **مدل Re-Active (تدافعی، واکنشی):** دنبال جواب دادن به شبهات بودن. (همراهی با شبهه)

• **مدل Active (فعال):** در این مدل باید به صورت حمله کردن عمل کنیم؛ یعنی ضعف‌های دشمنان را شناسایی کرده و بیان کنیم. اجازه نمی‌دهیم ابتکار عمل به دست دشمنان بیفتد. (رصد، مهار و کنترل جریان)

• **مدل Pro-Active (تهاجمی):** این نوع مدل مدیریت، بهترین و مؤثرترین نوع مدیریت رسانه‌ای

است. این نوع مدیریت، تهاجمی است؛ یعنی بر اساس یک رصد هوشمندانه از فیلم‌ها و سریال‌ها، کلیپ‌ها، اطلاعات، اخبار و ... به آن جریان، حمله پیش‌دستانه می‌کنیم. اولویت ما، این نوع مدیریت است و بعد از آن، مدل فعال.

## هالیوود و نگرش آخرالزمان و مهدویت:

هالیوود تنها یک بنگاه تولید فیلم نیست؛ بلکه یک بنگاه تولید ایدئولوژی است که مبنای آن، اعتقادی و صهیونیستی است.

هالیوود رخداد‌های آخرالزمانی را در دو گونه‌ی پایان‌های آخرالزمانی و دنیای بعد از آخرالزمان، به نمایش می‌گذارد.



## منجی گرایی در هالیوود

انتظار منجی

منجی معمولی

منجی با ویژگی‌های خاص

اَبَر منجی

منجی غیر انسان

منجی‌های آمریکایی

منجی فاسد

منجی اتفاقی

## انواع پایان‌های آخرالزمانی هالیوود

آخرالزمان طبیعی

آخرالزمان انسانی

آخرالزمان تکنولوژیک

آخرالزمان دینی

آخرالزمان اسطوره‌ای

آخرالزمان فrazمینی

آخرالزمان هیولایی

آخرالزمان ویروسی

**نتیجه‌ی تنوع و شبهه افکنی در منجی گرایی، زیر سوال بردن اصل منجی گرایی است.**

## راهبرد عملیات روانی سینمای هالیوود:

راهبرد اصلی این عملیات، تبلیغ دین نوین جهانی (فکر و عمل کردن به شیوه‌ی یهود) است که شامل

موارد زیر است:

- تعیین سبک زندگی
- انتخاب منجی منطبق بر فرقه‌های انحرافی
- برجستگی جهان موازی
- جدال بین دو دنیا

- بهره‌گیری از نمادهای ادیان و فرقه‌ها
- ترویج خرافه پرستی
- القای منجی بودن آمریکا
- معرفی منجی به عنوان فردی احمق
- وابستگی به فناوری مصنوع
- بهره‌گیری از روش‌های جنگ سخت
- همزاد پنداری

تدریس استاد پورمسعود

موضوع: رسانه و مهدویت

خلاصه و چکیده مطالب ارائه شده در کلاس‌های آموزشی معارف مهدویت

تهیه شده در واحد مهدویت موسسه مصاف، مهدیاران [@Mahdiaran](https://www.instagram.com/Mahdiaran)