

طراحی الگوی تصویرپردازی مبتنی بر آیات و روایات از مهدویت*

احمد سیاح^۱ / حسن زارعی متین^۲ / سیدمحمدحسین هاشمیان^۳ / سیدحسین شرفالدین^۴

تاریخ دریافت مقاله: اردیبهشت ۹۹ تاریخ پذیرش نهایی: دی ۹۹

چکیده

نوشتن از موعود امم یکی از سخت‌ترین قلم‌زدن‌هاست، زیرا که تصویرسازی از آن منجی‌ای که قرار است نه فقط میان گروه، دسته، نژاد، قاره و یا فرهنگ و زبانی خاص بلکه میان عالمیان قسط و عدل را برقرار سازد و علم را به کمال رساند؛ در این بازار پرحقه‌ی تصویرسازی از پلیدی‌ها و زشتی‌ها به نام درستی و زیبایی، امری است بس دشوار! از سویی مراقبت از ساحت قدسی اش و از سوی دیگر رساندن آنچه که به بهترین شکل معرفت شخصیت موعود با تمام ویژگی‌هایش باشد، می‌طلبد که با وسواسی زیاد در این عرصه قدم نهیم. در دوره‌ای که دکان داران در قالب نام مهدویت در پس کلام و ظاهر زیبا، اصل دین و دیانت را در حراجی سیاست به فروش می‌گذارند و همه چیز بوی ریا و ناخالصی گرفته و عالم نمایان پر سر و صدا تصویر زیبای مهدویت را به زشتی کردار گروه و دسته‌ی خویش پیوند می‌زنند و زشتی آخرالزمانی دیگران را با چهره‌ای مشابه با چوب حراج زدن به آموزه‌های زیبای مهدویت پاسخ می‌دهند؛ کشف روش صحیح تصویرپردازی از امام عصر ارواحنفاذده نه تنها یک ضرورت، که یک امر حیاتی است که آینده ما و نسل‌مان را رقم می‌زند. لذا این پژوهش ضمن تحلیل گفتمان آثار برجسته مهدوی شیعیان اثنی‌عشری در سطح رسانه‌های شیعیان جهان، معرفی شده از سوی مصاحبه‌شوندگان، و تحلیل گفتمان آن‌ها تمرکز خویش را بر تحلیل موضوعی (تم) آیات و روایات مهدوی گذارده و با رجوع به خبرگان مهدوی و عرضه نتایج به ایشان و تلفیق مجدد مفاهیم، به تحلیل تم و ارائه راهکارهای تصویرپردازی مطلوب از امام زمان عجل‌اله تعالی فرجه در رسانه‌ها مبتنی بر آیات و روایات پرداخته است.

واژگان کلیدی: موعود، تصویرپردازی، مهدویت، رسانه.

* مقاله برگرفته از: رساله دکتری آقای احمد سیاح

۱- دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: ahmadsayah@ut.ac.ir

۲- استاد، گروه مدیریت دولتی، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران

۳- دانشیار، گروه مدیریت راهبردی، دانشگاه حضرت باقرالعلوم (ع)، قم، ایران

۴- دانشیار، گروه فرهنگ و ارتباطات، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم، ایران

مقدمه

سال‌هاست که مسئله آخرالزمان دیگر نه فقط در کلام شیعیان که به مناسبت‌های گوناگون در بیان بسیاری از سیاست‌مداران غرب و شرق و عرب به ویژه آثار سینمایی، تلویزیونی و نمایشی آنان به کرات دیده می‌شود؛ به طوری که گاهی آن را در قالب‌های متفاوت که اکثراً با ماهیت حقیقی آن (که بیانش در آیات و روایات آمده است) بسیار فاصله دارد، به بیان و نمایش در آورده‌اند. حال باید دید در فضای امروزین که هر فرد یک رسانه شده‌است چگونه الگویی جهت نشر اخبار یا عقاید یا فرهنگ می‌بایست به کار بست. و چگونه می‌توان به طراحی الگویی مطلوب در زمینه مهدویت دست یافت؟ در این میان بنابر اصل مشهور «تعرف الاشیاء با ضدادها» مروری بر فرایند تاریخی مدعیان دروغین مهدویت و ابزارهای تاریخی مورد استفاده ایشان جهت تصویرسازی از خویش و مقابله با تصویر مهدویت اصیل با بهره‌گیری از رسانه‌ها و ابزارهای عصر خویش ضروری به نظر می‌رسد.

ابزارهای مشروعیت بخشی مدعیان دروغین مهدویت:

در میان جریان‌های تاریخی مدعی مهدویت چندین ابزار جهت مشروعیت بخشی به خویش و نفوذ در میان مردم و معتقدین، به کار گرفته شده است.

۱- شخصیت‌های مربوط به منجی و مشابهت‌سازی با ایشان، همچون نام مهدی، عیسی، یمانی، نفس زکیه، سیدخراسانی، شعیب ابن صالح و سیدحسینی و در نقطه مقابل دجال، سفیانی و ... مانند ادعای سیدحسینی بودن سیدمحمود حسنی الصرخی که عمدتاً تمرکز خویش را به نقد مرجعیت شیعی و منحرف دانستن آنان اختصاص داده است و بارها شایعاتی از دخالت ایشان در آتش‌زدن سفارت یا محافل دیپلماتیک ایران در جریان تحولات عراق و عزاداری‌ها منتشر و کلیپ‌های سینه‌زنی‌های خاص به سبک رپ نشر شده است و غیره ...

۲- پرچم‌ها و نمادهای زمان ظهور، مانند: پرچم‌های سیاه از سمت خراسان که مورد استفاده از طرف عباسیان و ابومسلم خراسانی واقع شده است.

۳- مکان‌های مربوط به ظهور، همانند استفاده داعش از منطقه دابق که طبق برخی اخبار بین اسلام و روم در آخرالزمان نبردی در این ناحیه بر پا می‌شود، که به رغم کشته‌شدن تعداد زیادی از مسلمانان به پیروزی نیروهای الهی بر دجال و رومیان منجر می‌گردد (سیاح، ۱۳۹۳).

۴- اقوام برجسته در روایات مربوط به ظهور، نام ایرانیان، عرب و رومیان و ترک‌ها بسیار تکرار شده است، که خود بستری برای بسیاری از ادعاهاست؛ که موفقیت عیبداله المهدی برای تشکیل حکومت

فاطمیان با اقبال بربرها در افریقا نیز از دیگر حوادث مهم از این دست است که باعث تشکیل حکومتی اسماعیلی مذهب با ادعای مهدویت، در برابر حکومت عباسی که خود اینگونه به قدرت رسید، شد.

۵- حوادث طبیعی و بیماری‌های مذکور در روایات ظهور، در روایات افزایش بارندگی‌ها، سیل‌ها و شکستن سدها و زلزله‌ها و حوادثی مانند کسوف و خسوف غیر مترقبه یا مرگ سفید و سرخ بستری برای بسیاری از ادعاها بوده است، مانند ادعای اخیر مرگ سفید دانستن پاندمی جهانی ویروس کرونا در سال ۲۰۱۹.

۶- خواب‌ها، اشعار، ابزارهای نجومی، حرکت ستارگان، نسخه‌های خطی از کتاب‌های ناشناخته که در دسترس نیستند و کشف و شهود، به ویژه خواب و استخاره و توقیت و مکاتبات جعلی، که در عصر جدید در ماجراهای جهیمان، قحطانی و امام مهدی سودانی نقش اساسی در تبلیغ ایشان داشتند، همچنین در ادبیات فارسی در زمینه ظهور؛ اشعار صوفیانه یا پیش‌گویانه‌ی شاه نعمت اله ولی کرمانی و نیز در غرب پیشگویی‌ها و اشعار نوستر آداموس و پیشگویی‌های کتاب مقدس و کهنات یهود و مراثی‌های هندی و جادوگران و جن‌گیران و علوم غریبه و غیب‌گویی‌های ساختگی و غیره؛ و ادعاهای صوفیانه در امر مهدویت نقش به‌سزایی ایفا نموده‌اند؛ مانند: ادعای سیدمحمد نوربخش قطب و بنیان‌گذار سلسله نوربخشیه که برای اثبات مهدی موعود خواندن خویش رساله‌ای به نام (رساله الهدی به معنی من مهدی هستم) نوشت.

۷- بهره‌گیری از نقص در نقل روایات ظهور یا جا افتادگی کلماتی در روایات یا به کارگیری متون ضعیف‌السند و یا مجعول حدیثی و تحریف آن‌ها و ادعاهای فرزندی، همسری، مشاهده و رویت، بابت، نیابت و غیره نسبت به امام زمان عجل‌الله تعالی فرجه و یا شخصیت‌های زمان ظهور همچون ادعاهای احمد اسماعیل معروف به دجال بصری که همت خویش را با کمک تیم رسانه‌ای بسیار قدرتمند، که متأسفانه در داخل شبکه‌هایی همچون صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران نیز تبلیغ و ترویج شد، به تکفیر شیعیان مخالفش به سبک داعش و هدر دانستن جان و مال شیعیان برای پیروانش و تخریب مراجع و علمای دین و ستون‌های سیاسی یا فرهنگی شیعه و «عصر ظهور مقدس» خواندن زمان حال صرف نمود و از ادعاهای ملاقات با حضرت حجت، به یمانی و سپس مهدی موعود نامیدن خویش و اضافه کردن بر تعداد امامان شیعه و مصادره گفتمانی احادیث شیعی رسید. جالب آنکه دوست وی حیدر مشتت پیش از مرگ خود بارها سعی بر ارتباط گیری با علما جهت جلب نظر ایشان به وی نمود.

۸- بهره‌گیری از علم ریاضیات و حروف ابجد یا رمل و اسطرلاب و تطبیق آن‌ها با متون دینی جهت تقدس بخشی بدان در ذهن مخاطب و ساخت واقعیت اجتماعی بر اساس آن.

جو زدگی‌ها و فضاسازی‌های رسانه‌ای به بحث نشست و می‌بایست در تعیین سیاست‌گذاری‌ها در این عرصه، رویکرد علمی به مسائل داشت و اسیر قدرت لابی‌های غیرعلمی و بی‌پایه و اساس نشد.

در جهان ارتباطات و رسانه‌ی امروز عدم رجوع و بی‌توجهی برخی فیلم‌سازان و سریال‌سازان در حوزه‌ی دین به نظرات علمای اعلام و متخصصین رسانه در باب دین، عدم تماس‌های پیش، در حین و پس از تولید و برگزار نکردن پیش‌نمایش‌هایی از تولیداتشان برای فرهیختگان و فعالان رسانه‌ای در حوزه‌ها و دانشگاه‌ها و عدم بهره‌برداری یا استفاده‌ی ناصحیح و ناقص از متون دینی در تصویرسازی‌ها، سؤال برانگیز است.

اینکه فیلم پر هزینه‌ای چون ۱۰ فرمان یا همان «داستان زندگی حضرت موسی» در هالیوود ساخته شود و از به روزترین تکنیک‌های رسانه‌ای در آن در جهت تصویر معجزات آن حضرت استفاده گردد اما تصویر بر جای مانده در ذهن مخاطب امری خلاف هدف انبیا‌ی عظام و تخفیف جایگاه ایشان باشد، قطعاً نشان توفیق آن فیلم در تصویرسازی مذهبی نیست، بلکه اتفاقی بر خلاف دعوت و پیام مذاهب الهی روی داده است.

آیا به واقع نشان‌ندادن تصویر پیامبر و ائمه معصومین علیهم السلام یا بزرگانی چون حضرت علی‌اکبر علیه السلام که صورتشان در آئینه روایات شبیه پیامبر اکرم صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم بیان شده است، به ماندگاری آثار دینی ضربه وارد می‌نماید؟ پس راز ماندگاری اثری چون «الرساله» با وجود عدم تصویر بسیاری از شخصیت‌های صدر اسلام، که حضور قوی‌شان در فیلم کاملاً احساس می‌شود ولی تصویری از ایشان نمی‌بینیم چیست؟ چرا بیننده‌ای که قهرمانان اصلی داستان را نمی‌بیند بارها و بارها به پای این فیلم می‌نشیند اما بسیاری آثار که با نهایت هنر خویش به نمایش چهره‌ها پرداخته‌اند را حتی یکبار تا پایان دنبال نمی‌نماید؟

در بعد داخلی نیز اثر فاخر «روز واقعه» با بهره‌گیری از نوای «هل من ناصر ینصرنی»، که مطابق با متن زیارت امام حسین علیه‌السلام در ماه رجب (قمی، مفاتیح‌الجنان، ۱۴ ق؛ و ابن قولویه، ۴ ق) حتی در عالم مجردات ارواح مؤمنین در پاسخ به آن ندا به حرکت و جنب و جوش در آمده‌اند، بدون نشان دادن تصویری مستقیم از خود واقعه به زیبایی پیام‌های متعالی و معنوی کربلا را منتقل می‌نماید.

و سؤال اینجاست امری که با تکنولوژی‌های دهه‌ی ۶۰ و ۷۰ میلادی ممکن شده است چگونه امروزه و با پیشرفت‌های عظیم رخ داده در صنعت سینما و رسانه ناممکن بیان می‌گردد؟ آیا این خود نشانی از نرسیدن به بلوغ و سبک‌سازی در عرصه‌ی دین و رسانه به شمار نمی‌آید؟ (سیاح، ۱۳۹۴)

۹- زمان و تعیین وقت ظهور به تناسب رویدادهای مهم سیاسی و اجتماعی همچون تطبیق حکومت شاهان صفوی و دولت متصل به ظهور خواندن آنان مانند «رساله دولتنا فی آخرالزمان» دوره شاه طهماسب صفوی و نیز تطبیق اکتشافات علمی و ساخت نسب نامه جعلی سیادت برای خود جهت ادعاهای گزاف در این باب.

۱۰- ادعاهایی که با بابت، وکالت و نیابت و مهدویت آغاز شد و به مدعای نبوت و الوهیت ختم شد؛ مانند: علی محمد باب و بهاء‌الله و یا ادعای حلول روح ابومسلم در دخترش و بعدها در نسلی که از وی پدید آمد، و یا ادعاهای مهدویت نسبت به تک‌تک ائمه اطهار سلام‌الله‌علیهم‌اجمعین و فرزندان ایشان و یا ادعاهای حلول و تناسخ شلمغانی و محمد بن نصیر که ابتدا با ادعای سفارت و وکالت آغاز و سپس با باورهای غالبانه به مهدویت و حلول منتهی شد.

گفتنی است تفکیک نکات فوق به معنی نفی بهره‌برداری تلفیقی جریانات از آن‌ها نیست، بلکه بیانگر برجسته‌تر بودن برخی از این عناوین در پیدایش یا بسط قدرت این فرق یا مکاتب است؛ جریانات مدعی مهدویت گاه در اندیشه بانیا نشان نیز نمی‌گنجد که به چه تبدیل خواهند شد؛ و سبیری پلکانی را در حد گنجایش پیروانشان به پذیرش مراحل بالاتر با توجه به گستردگی نفوذ و تأثیرات عوامل بیرونی (قدرت سیاسی، استعمار خارجی و ...) طی نمودند.

مسئله تصویر چهره از معصوم در رسانه‌ها: آنچه باعث تأسف است آنکه، در جامعه‌ی فرهیختگان نیز نوعی شبه روشن‌فکری در قبال مسائل پیرامون دین و رسانه شکل گرفته است و افرادی بدون شناخت تفاوت رسانه‌های موجود و ساخت هر یک با یکدیگر به اظهار نظر درباره‌ی چگونگی نمایش گزاره‌های دینی در آن‌ها می‌پردازند؛ بعنوان نمونه پیرامون نشان دادن و تصویر کردن برخی اشخاص و صحنه‌های تاریخ اسلام که از تقدسی ویژه برای شیعیان برخوردارند (همچون ۱۴ معصوم علیهم السلام و شخصیت‌های مقدس برجسته دیگر)، شاهد اینگونه اظهار نظرها هستیم.

از یک طرف اینان با نادیده گرفتن تفاوت بستر هنرهایی مانند تعزیه با آنچه تصویرسازی و واقعی‌نمایی در صحنه‌ی سینما و تلویزیون به شمار می‌رود، ۲ ساحت کاملاً متفاوت را با یک دید به قضاوت می‌نشینند؛ و از سوی دیگر با چشم بستن بر اظهارات بسیاری از متخصصین رسانه و سینما در ظرفیت تقدس‌زدایی در صورت تصویرسازی ناصحیح و اثر عکس‌گذاشتن در مخاطب، به اظهار نظر درباره‌ی نمایش برخی شخصیت‌ها و صحنه‌های واقعی عاشورا می‌پردازند.

بنابراین در رویکردهای اساسی رسانه‌ای بخصوص در مقولاتی که به حوزه‌ی دیانت مردم ختم و مرتبط می‌شود باید فارغ از موج‌ها،

روش پژوهش

در این پژوهش به مطالعه موضوعی (تحلیل تم) آیات و روایات مرتبط با مهدویت و سپس تحلیل گفتمان نتایج حاصل جهت دستیابی به تصویر معرفی شده در منابع اصلی دین از آن پرداخته شده است و بدین منظور برای مطالعه در حضور قرآن کریم از روش تحلیل موضوعی (تم) و برای استفاده از روایات صحیح از روش تحلیل تم و مراجعه به خبرگان و تحلیل تم مصاحبه‌ها استفاده خواهد شد. همچنین با نشانه‌شناسی و تحلیل گفتمان، آثار جاری و گذشته رسانه‌ای معطوف به معرفی مهدویت در درون جامعه شیعی، بانگهای به رقبای، مورد مذاقه قرار گرفته و با مصاحبه با ۱۲ نفر از خبرگان، شامل متخصصان آشنا با مهدویت و رسانه (پژوهش‌گران و مبلغین حوزوی و دانشگاهی یا صاحبان آثار مستقل و وزین در این باره و مراجع تقلید، فعالین حوزه دین و مهدویت در رسانه‌های شیعه) و ارائه نتایج تحلیل آیات و روایات به ایشان مجدداً به تحلیل تم مفاهیم به صورت تلفیقی خواهیم پرداخت.

آثار برجسته با رویکرد مهدوی در رسانه‌های شیعی: در میان آثار شیعی مهدوی ۱۴ اثر را با نظر و معرفی خبرگان عرصه رسانه و مهدویت انتخاب و مورد تحلیل قرار دادیم؛ این آثار بنابر نظر خبرگان در عرصه رسانه‌های شاخص‌تر از سایرین هستند؛ بر این اساس سپس به رصد، مطالعه و دیدن و شنیدن آن آثار و نقدهای‌شان پرداخته و بر این اساس از میان ساعت‌ها آثار صوتی تصویری و رسانه‌ای و نیز مطالعه ده‌ها اثر کتبی براساس متدولوژی برگرفته از روش‌شناسی تحلیل و استنباط مضامین موعود گرا (نقیب السادات، ۱۳۹۱، ص ۱۱۶) گفتمان فکری و رسانه‌ای ایشان را به تفکیک شناسایی و تحلیل نموده (فرکلاف، ۱۳۸۱؛ مقدمی، ۱۳۹۰)، و در این راه، مؤلفه‌های به کار رفته در آثار ایشان از منظر نشانه‌شناسانه نیز مورد مذاقه قرار گرفت و سپس با عرضه مجدد نتایج به خبرگان و لحاظ نمودن نظرات ایشان به تکمیل این فرایند همت گماشته شد که نتیجه در جدول ۱ عرضه می‌گردد: (جدول ۱)

سایر آثار مذهبی اشاره‌گر به مفاهیم مهدویت: به غیر از سخنرانی‌های پر مخاطب مرحوم کافی و کلیپ‌های تصویری ساخته شده به همراه صدای وی و سایر سخنرانان، اشعار و رمان‌ها، فیلم‌ها و سریال‌های دیگر مذهبی این سال‌ها همچون: شنای پروانه (۱۳۹۸)، روز واقعه، تنهاترین سردار، ولایت عشق، ابراهیم خلیل اله، سفیر، سربداران، امیرکبیر، امام علی علیه السلام، ایوب نبی، پرده عشق، معصومیت از دست رفته، مریم مقدس، طفلان مسلم، انتظار، رستاخیز، مسافر ری، عصر روز دهم، نبراس، آثار مجید مجیدی، فیلمی درباره امیرالمومنین علیه السلام توسط شیعیان کویت گرچه اشاراتی به این مفهوم در آن‌ها به چشم

می‌خورند اما رویکرد اصلی و بیشترین همت‌شان متوقف بر موضوع و سوژه انتخابی‌شان بوده است از سوی دیگر کارهای رسانه‌ای موفق همچون کلیپ عاشورای ۱۴۴۰ شیعیان تورنتو کانادا، فیلم، سریال و کلیپ‌های عباس الیوسفی (کارگردان کویتی سازنده امیرزمان، نبا السماء، رجع الركب، ائمتی ۱۲ و غیره)، کتب و کلیپ‌های آیات وحید، صافی گلپایگانی، فلسفی، مجتهد سیستانی، یثربی، طوسی، سند و غیره، مستندهای مهدوی فطرس مدیا و مصاحبه با مستشرقین و مهدی پژوهان غربی چون کریس هیور، کلیپ و کارهای کودک باسم کربلایی و مستندها و کلیپ‌هایی با موضوع اربعین مهدوی نیز در این عرصه نه به طور سامان مند و سیستمی اما با رویکردهایی هوشمندانه و عصر مدار راه‌گشای افق‌های جدید مهدوی شده‌اند.

از سوی دیگر برنامه‌های ترکیبی صدا و سیمای ج.ا.ا مانند «به سوی ظهور»، «چهل وادی تماشای موعود»، «سپهری دیگر، صبح امید، عطر عاشقی»، پایان دوران، عصر انتظار و سمت خدا و برنامه‌سازی شبکه‌های ماهواره‌ای خصوصی شیعه (ولایت، ثامن، هدهد، کربلا، الانوار و غیره) در اقصی نقاط جهان در سالیان اخیر، با بهره‌مندی از مفاهیم مهدوی گام‌هایی در عرصه ترویج مهدویت برداشته‌اند که البته با فقد ابتکارت نوین مواجه هستند.

فعالیت‌های رقبای مهدویت اصیل

- ۱- قداست زدایی
- ۲- تردید افکنی در آموزه‌های پایه‌ای دینی و مبانی تاریخی
- ۳- مشابهت‌سازی مفاهیم و اشخاص مقدس با عملکردهای باطل امروز (تخریب وجهه با این پیام که نعوذباله آن‌ها هم همینگونه بوده‌اند)
- ۴- تصویرگرایی و چهره‌نمایی
- ۵- چهره‌پردازی و نمادپردازی منفی درباره مفاهیم مثبت: تصویرپردازی با رویکرد اهریمن‌سازی از امام دوازدهم عجل اله فرجه در رمان آخرالزمانی: الف) «امام دوازدهم» (۲۰۱۱) THE TWELFTH IMAM، ب) شمارش معکوس دمشق DAMASCUS COUNTDOWN، ج) ابتکار تهران TEHRAN INITIATIVE
- سه گانه اثر روزنبرگ
- فجر طلایی (۲۰۱۲) اثر کوستینگ
- ضد مسیح اسلامی (۲۰۱۵) اثر جوتل ریچاردسون
- مهدی: مسیح‌های به سرقت رفته (۲۰۰۴) اثر رون کانتزل
- مهدی، هراسی در هزاره (۱۹۹۹) اثر داکندورف

مهدی (۱۹۸۳) اثر کوئینل

- ۶- مصادره نمادها: مانند استفاده از نمادهای شیعی و نیز سایر ادیان و مذاهب در سریال موعود یا مسیح (۲۰۲۰) ساخت شبکه نتفلیکس.
- ۷- منفی‌سازی نمادهای مثبت و مثبت‌سازی نمادهای منفی
- ۸- فرقه‌سازی با خلاءهای اعتقادی و جایگزینی بدیل‌های شیطانی
- ۹- تشرف‌گرایی، خواب‌گرایی و علوم غریبه
- ۱۰- استفاده از اختلافات داخلی مذهبی
- ۱۱- برجسته‌سازی فروعات نیازمند تبیین جهت تخریب اصول
- ۱۲- تخریب پایه‌های سنتی و نهادهای مرجع مذهب و چهره‌های صادق دین
- ۱۳- تمسخر و بهره‌گیری از سخنان ضعیف منابر و رسانه‌های شیعی

تحلیل تم آیات و روایات مهدوی (جدول ۲)

از میان قریب هزار و صد کد حاصله از آیات قرآن کریم پیرامون مهدویت ۳۳ تم فرعی استخراج شده و از میان آن‌ها ۵ تم اصلی «حکومت نور کامل و واحده جهانی عدالت گستر» و «رجعت تحقق غایت آفرینش دنیا، اکمال دین و نظام امامت» و «زمان انتقام از جبت و طاغوت و پیروانشان و مجازات شیطان و محو مظاهر شرک و نفاق و فساد» و «اکمال علوم و خرد و نوید امن و امان» و «امید به اصلاح جهان با انتظار یگانه روزگاران و امداد یاری‌شدگان» حاصل گردید که آیات مرتبط با هر یک از آن‌ها در جدول نتایج تم‌های حاصله از تحلیل موضوعی (تم) آیات مهدوی آمده است. لازم به ذکر است ۵ تم اصلی حاصل از قریب ۱۰۰۰ روایات مهدوی مستخرج از کتاب منتخب الاثر (صافی گلپایگانی، ۱۳۹۳) و سایر آثار مؤلفش (صافی گلپایگانی، ۱۳۸۵ و ۱۳۸۹) و (همو، ۱۳۳۹ و ۱۳۹۱)، نیز به همراه روایات تفسیری از کتاب‌های تفسیری و تأویل آیات قرآن کریم همچون: تفسیر البرهان، تفسیر قمی، تفسیر نورالثقلین، منهج الصادقین، تفسیر کنز الدقائق و بحر الغرائب، مجمع البیان، تأویل الایات الظاهره فی فضائل العتره الطاهره و الايقاظ من الهجعه بالبرهان علی الرجعه نیز نتیجه‌ی یکسانی با تم‌های مستخرج از آیات قرآن کریم را به ما داد که به دلیل اجتناب از تطویل کلام از ذکر جزئیات آن خودداری نمودیم اما در یک نگاه کلی‌تر از تم‌های تلفیقی حاصله از آیات و روایات به ۴ (کلان رویداد) برای فهم بهتر جهان بینی مهدوی و معرفی آن در عرصه رسانه رسیدیم که در قالب ۴ رویداد تاریخی-مذهبی ذیل قابل بیانند. غدیر خم، خطبه فدکیه، عاشورا (و اربعین) و رجعت. (نمودار ۱)

نتیجه‌گیری

تحلیل تم‌های تلفیقی حاصل از تحلیل گفتمان آثار مهدوی و تحلیل تم و گفتمان آیات و روایات و صاحبه با خبرگان از تلفیق میان آیات و روایات و مضامین گفتمانی آثار هدوی و رجوع به خبرگان، کد ۳۱۳ مرتبط با پژوهش بدست آمد، و سپس از میان کدهای حاصله ۴۸ تم فرعی و از میان آن‌ها ۷ تم اصلی استخراج گردید؛ و سر آخر با عرضه مجدد تم‌های بدست آمده به خبرگان، به تکمیل و اصلاح آن‌ها اقدام گردید؛ و سپس چون پاسخ مطلوب سؤال پژوهش کسب نشده بود، جهت اخذ نتیجه مطلوب‌تر، در راستای هدف پژوهش از میان تم‌های اصلی فوق، تمی محوری استخراج گردید.

تم اصلی اول: عاشورا و شعائر به مثابه رسانه عصر مدار و بستر

رسانه آفرین مهدوی

«عاشورا و شعائر به مثابه رسانه عصر مدار و بستر رسانه آفرین

مهدوی» حاصل ۹ تم فرعی ذیل نمودار ۲ است: (نمودار ۲)

تم اصلی دوم: تصویرپردازی رسانه‌ای مبتنی بر آیات و روایات تم‌های فرعی نمودار ۳، تم اصلی «تصویرپردازی رسانه‌ای مبتنی بر آیات و روایات» را هویدا می‌سازد. (نمودار ۳)

تم اصلی سوم: تصویرسازی خردورزانه؛ اصلی بی بدیل در تبلیغ مهدویت

تم اصلی «تصویرسازی خردورزانه؛ اصلی بی‌بدیل در تبلیغ

مهدویت» از تم‌های نمودار ۴ به دست می‌آید. (نمودار ۴)

تم اصلی چهارم: تصویر انسانی و جهانی؛ نه نژادگرایانه از مهدویت (تصویر فرازمانی و فرامکانی از مهدویت)

«تصویر انسانی و جهانی؛ نه نژادگرایانه از مهدویت (تصویر فرازمانی و فرامکانی از مهدویت)» تمی اصلی است که از ۷ تم فرعی نمودار ۵ به دست آمد. (نمودار ۵)

تم اصلی پنجم: تصویر آرمان خواهانه و نه توجیه‌گرایانه

«تصویر آرمان خواهانه و نه توجیه‌گرایانه» ثمره تلفیق تم‌های فرعی حاصل از سخنان کارشناسان مهدویت و نیز رسانه با تم‌های حاصل از آیات و روایات است. ۶ تم فرعی که این تم اصلی را ایجاد نمودند در نمودار ۶ آمده‌اند. (نمودار ۶)

تم اصلی ششم: تصویرسازی رسانه‌های رقیب بر مبنای صلح طلب بودن خویش و دجال‌سازی از موعود اسلامی

تم اصلی «تصویرسازی رسانه‌های رقیب بر مبنای صلح طلب بودن خویش و دجال‌سازی از موعود اسلامی» از تم‌های فرعی نمودار ۷ منجر شد. (نمودار ۷)

در مباحث تصویرپردازی از مهدویت در رسانه‌های ماست بطوری که این تصور وجود دارد که ما تنها یک ظهور داریم در حالی که در واقع همه معصومین علیهم السلام مجدداً ظهور خواهند نمود.

تم اصلی هفتم: تصویرسازی رسانه‌ای امامت منصوب و تعین یافته در شخص و صفات متقن ذکر شده در عین همگرایی معنایی با تبلیغ منجی امم

تم اصلی «تصویرسازی رسانه‌ای امامت منصوب و تعین یافته در شخص و صفات متقن ذکر شده در عین همگرایی معنایی با تبلیغ منجی امم» از مجموعه‌ای از تم‌های فرعی ذیل (نمودار ۸) بدست آمد: (نمودار ۸)

تم محوری پژوهش

با تحلیل تم مجدد تم‌های حاصل از گفتمان آثار مهدوی شیعی، آیات و روایات و خبرگان و تلفیق ایشان بدین نتیجه رسیدیم که تم محوری و دال مرکزی و مرکز ثقل مباحث مهدویت «برقراری عدل و قسط» است که در برابر غیریت «ظلم و جور» معنا یافته است و بشریت امروز و دیروز و آینده بدون امام و تحقق ظهور منجی عالم بشریت و تداوم آن سیره در رجعت بدان هدف متعالی دست نخواهد یافت و تصویرسازی توامان از رجعت و مهدویت با محوریت تصویرسازی از عدالت و قسط برای تمام بشریت با رعایت نکات حاصل از ۷ تم اصلی پژوهش نکته مغفول مانده تصویرسازی فعلی از مفاهیم مهدوی در رسانه‌های شیعی است. این مهم در روایات ما نیز نمودار است بطوری که امر به ترویج و رسانه‌ای نمودن رجعت تکرار شده است؛ امام صادق علیه‌السلام در پاسخ به زراره فرمودند احادیث رجعت را نقل کن که رجعت حقیقت دارد؛ و سند (۱۳۹۵) به نقل از زراره در بیانی، احادیث مرتبط با رجعت را شگفت‌انگیزتر از روایات بنی اسرائیل به شمار آورده است. فهرستی از اقرار به رجعت در زیارات ائمه معصومین علیهم السلام و مشاهد مشرفه اهل بیت سلام اله علیهم اجمعین را می‌توان در ادعیه ذیل نیز مشاهده نمود: الف) دعای عهد، ب) زیارات رجبیه در مشاهد مشرفه، ج) زیارت جامعه کبیره، د) زیارت وداع ائمه معصومین علیهم السلام، ه) شیخ طوسی در مصباح‌المتهدجد می‌فرماید: هر که بخواهد هر یک از معصومین علیهم السلام را از راه دور زیارت کند، روز جمعه غسل کند و چنین بگوید: من معتقد به برتری مقام شمایم و به بازگشت شما اقرار دارم و قدرت خدا را انکار نکرده و جز به آنچه خداوند خواسته است گمان ندارم.

باید توجه داشت روز جمعه روز اقرار به ارکان و ضروریات عقائد حقه است، ورود این زیارت (که مشتمل بر اقرار به رجعت است) در روز جمعه بیانگر موقعیت خطیر رجعت در منظومه اعتقادی شیعه می‌باشد. (همان، ۱۳۹۵)

می‌توان گفت عدم پرداخت به رجعت مهمترین نکته مغفول مانده

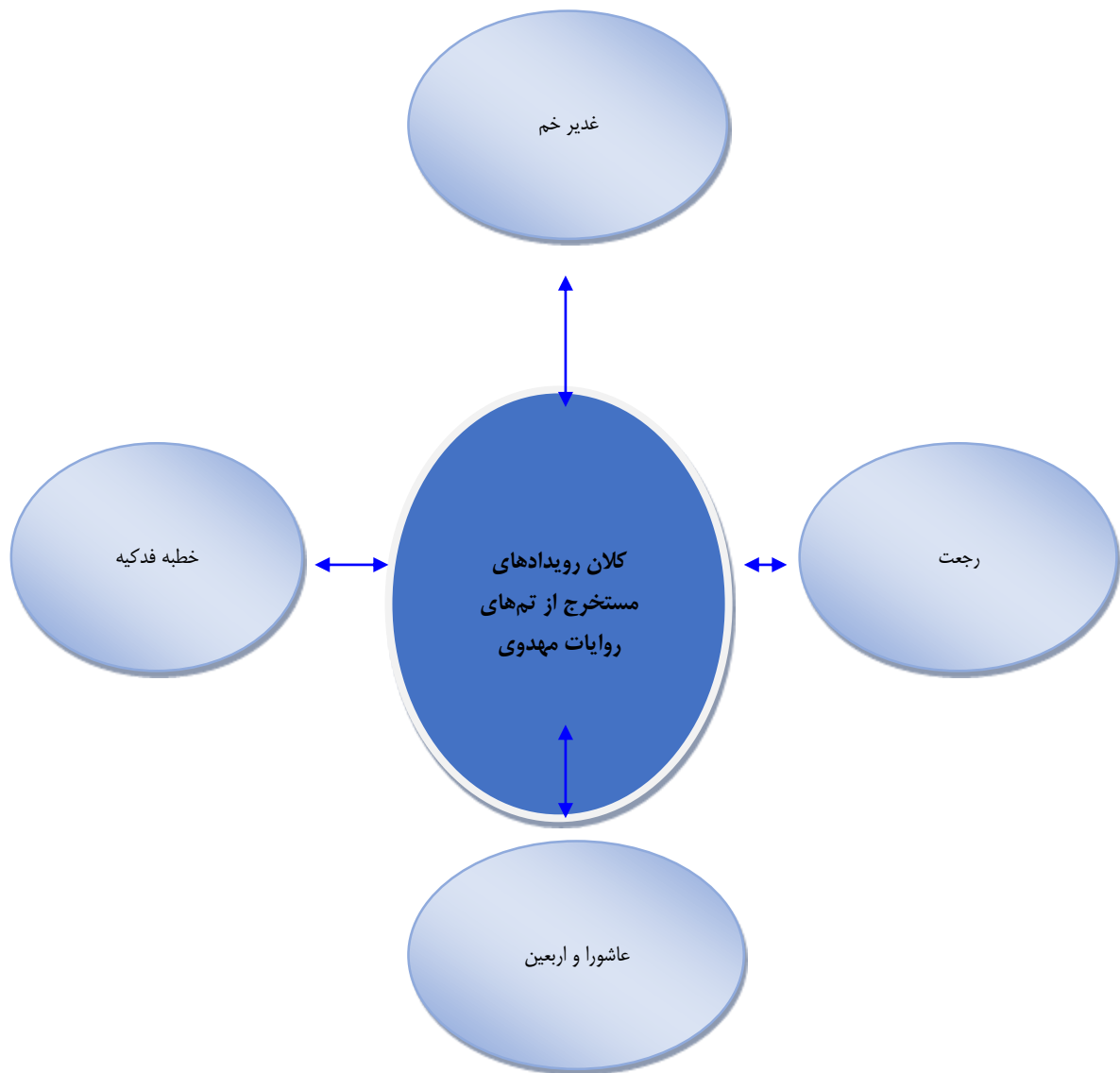
جدول ۱ - نتایج تحلیل گفتمان ۱۴ اثر مهدوی منتخب از میان آثار (صوتی-تصویری) رسانه‌ای شیعی

گفتمان اصلی آثار	نام آثار
این همانی بین فرهنگی، پیوست نظام نبوت و امامت و حقیقت ولادت منجی	شاهزاده روم
غیبت موسی زمان و انتظار مورد انتظار	بنیامین (فیلم پویانمایی)
علائم ظهور	فیلم ۳۱۳
مبداء نمادین و جهل مقابله‌گران با مصلح دین	انیمیشن داستان سامرا
انتظار	بوی پیراهن یوسف
مسیح یاور و مبلغ بزرگ امام عصر و نشانه عصر ظهور	فیلم و سریال بشارت منجی
انتظار و شباهت‌ها	یوسف پیامبر
عجایب ظهور و حکومت واحده جهانی	سه گانه ملک سلیمان
نمادی از عاشورا و منتقم	مختارنامه
با مفهوم رجعت	مردان آنجلس یا اصحاب کهف
شباهت امام زمان با پیامبر رحمت	فیلم محمد رسول اله
اهمیت نیمه شعبان و گمگشته‌گی و سرگشته‌گی فرهنگی شیعیان در زمان غیبت	قدمگاه
نفی رویکردهای واقفیه و غیره بعنوان بدیل‌های شیطانی مهدویت	سریال باب المراد
نفی وضع موجود و امید به آینده	کلیپ‌های امام زمان عجل اله فرجه علی فانی

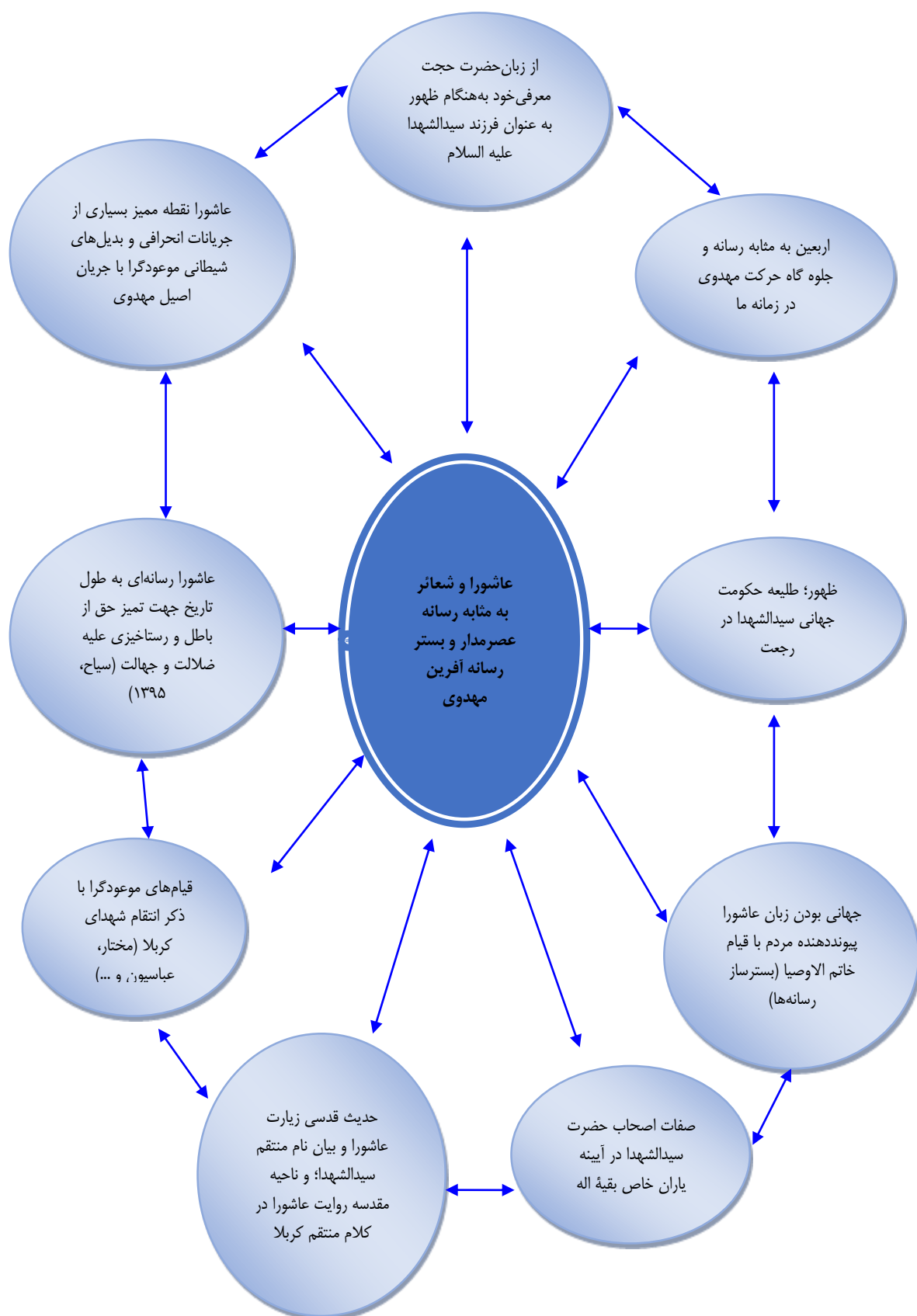
جدول ۲ - دسته‌بندی منتج از تحلیل موضوعی (تم) آیات مهدوی قرآن کریم مبتنی بر روایات

تم	حکومت نور کامل و واحد جهانی در پرتو عدالت گستری	رجعت؛ تحقق غایت آفرینش دنیا، اکمال دین و نظام امامت	زمان انتقام از جبت و طاغوت و قاتلین کربلا و پیروانشان و مجازات شیطان و محو مظاهر شرک و نفاق و فساد دوران	اکمال علوم و خرد و ایمان و نوید امن و امان	امید به اصلاح جهان با انتظار یگانه روزگاران و امداد یاری شدگان
آیات قرآن کریم	آیه‌های: ۱۵۵ بقره، ۸۳ آل عمران، ۳۹ انفال، ۱۵۹ نساء، ۱۴ مائده، ۱۲۸ اعراف، ۵۳ اعراف، ۱۵۸ انعام، ۴۴ انعام، ۵۴ مائده، ۸۹ انعام، ۷۷ نساء، ۱۵۹ نساء، ۱۵۷ اعراف، ۱۵۹ اعراف، ۳۹ انفال، ۳۳ توبه، ۳۴ توبه، ۳۶ توبه، ۲۰ یونس، ۲۴ یونس، ۱۲ و ۱۳ انبیاء، ۱۱۰ یوسف، ۴۵ ابراهیم، ۴۶ ابراهیم، ۳۶-۳۸ حجر، ۸۷ حجر، ۱ نحل، ۴۵ نحل، ۴-۶ اسراء، ۳۳ اسراء، ۸۱ اسراء، ۳۳ اسراء، ۸۱ اسراء، ۳۷ مریم، ۱۳۵ طه، ۱۱-۱۵ انبیاء، ۱۰۵ انبیاء، ۳۹ حج، ۴۱ حج، ۶۰ حج، ۱۰۱ مؤمنون، ۵۵ نور، ۱۱ فرقان، ۲۶ فرقان، ۲۰۵- ۲۰۶ شعراء، ۲۲۷ شعراء، ۶۲ نمل، ۵ قصص، ۱-۵ روم، ۲۱ سجده، ۲۸-۲۹ سجده، ۱۸ سبأ، ۵۱ سبأ، ۶۹ زمر، ۱۷ فصلت، ۵۳ سجده، ۲-۱ شوری، ۱۹ شوری، ۲۱ شوری، ۲۴ شوری، ۴۱ شوری، ۴۵ شوری، ۱۴ جائیه، ۱۸ محمد، ۲۵ فتح، ۲۸ فتح، ۴۱-۴۲ ق، ۲۳ الذاریات، ۱-۳ طور، ۱ قمر، ۲ قمر، ۴۱ الرحمن، ۱۶ حدید، ۱۷ حدید، ۱۳ ممتحنه، ۸ صف، ۹ صف، ۳۰ ملک، ۱-۳ معارج، ۲۶ معارج، ۴۴ معارج، ۸-۱۰ مدثر، ۳۱ مدثر، ۴۶ مدثر، ۱۵- ۱۶ تکویر، ۱ بروج، ۱۵-	قریب به ۷۰ آیه و ۶۰۰ روایت دلالت بر رجعت دارند (حر عاملی، ایقاظ الهیجه، قرن ۵۳)، ما در اینجا قریب ۱۰۰ آیه استخراج نموده ایم: آیه‌های: ۸۲ نمل، ۸۳ نمل، ۱۱ غافر، ۳۸ نحل، ۳۹ نحل، ۵۵ نور، ۹۵ انبیاء، ۲۸ بقره، ۵۳ اعراف، ۱۵۹ اعراف، ۵ ابراهیم، ۲۶-۳۸ حجر، ۴-۶ اسراء، ۸ اسراء، ۵ قصص، ۲۱ سجده، ۲۷ سجده، ۲۸-۲۹ سجده، ۸۸ صافات، ۱۴ جائیه، ۴۱-۴۲ ق، ۵۱ غافر، ۱-۳ طور، ۱۳ ممتحنه، ۴ معارج، ۲۴ جن، ۲۵ جن، ۶ حج، ۴۰ القیامه، ۵۲ یس، ۲۴۳ بقره، ۲۵۹ بقره، ۵۶ بقره، ۵۵ اعراف، ۱۱۱ توبه، ۵۵ آل عمران، ۴۸ مائده، ۱۶۴ انعام، ۹۲ نحل، ۱۱۳ بقره، ۹۳ یونس، ۱۷-۲۳ عبس، ۱۵۸ انعام، ۱۰۹ انعام، ۷۷ مؤمنون، ۴ شعراء، ۹۵ انبیاء، ۱۸۵ آل عمران، ۲۱ سجده، ۱۴۴ آل عمران، ۱۵۸ آل عمران، ۵-۶ اسراء، ۴۹ کهف، ۵-۶ قصص، ۱۷-۱۸ نبأ، ۷۱ اسراء، ۳۵-۳۶ مدثر، ۳۳ توبه، ۲ حجر، ۸۱ آل عمران، ۵ تکویر، ۹ طارق، ۲ حج، ۲۸ سبأ، ۲۰ مائده، ۴۷ طور، ۱۰-۱۳ دخان، ۱۱۵ انعام، ۱۵-۱۶ قلم، ۷۳ انبیاء، ۱۰۵ انبیاء، ۲-۱ مدثر، ۵۶ نجم، ۲۷ انعام، ۷۸-۷۹ یس	آیه‌های: ۷۷ نساء، ۴۴ انعام، ۱ اعراف، ۵۳ اعراف، ۱۵۷ اعراف، ۱۷ زمر، ۳۹ انفال، ۳۳ توبه، ۳۴ توبه، ۳۶ توبه، ۲۴ یونس، ۴۵ انعام، ۱۲ و ۱۳ انبیاء، ۴ شعراء، ۸ هود، ۸۰ هود، ۱۱۰ یوسف، ۷۷ نساء، ۴۴ ابراهیم، ۴۵ ابراهیم، ۴۶ ابراهیم، ۳۶- ۳۸ حجر، ۴۵ نحل، ۴-۶ اسراء، ۸ اسراء، ۳۳ اسراء، ۸۱ اسراء، ۳۷ مریم، ۷۵ مریم، ۱۱-۱۵ انبیاء، ۳۹ حج، ۴۱ حج، ۶۰ حج، ۵۵ نور، ۱۱ فرقان، ۲۶ فرقان، ۲۰۵-۲۰۶ شعراء، ۲۲۷ شعراء، ۶۲ نمل، ۵ قصص، ۱-۵ روم، ۲۱ سجده، ۲۸- ۲۹ سجده، ۵۱ سبأ، ۱۷ فصلت، ۱۶ فصلت، ۵۳ سجده، ۲-۱ شوری، ۱۹ شوری، ۲۱ شوری، ۲۴ شوری، ۴۱ شوری، ۴۵ شوری، ۱۴ جائیه، ۱۸ محمد، ۲۵ فتح، ۲۸ فتح، ۲ قمر، ۴۱ الرحمن، ۸ صف، ۹ صف، ۳-۱ معارج، ۴۴ معارج، ۸-۱۰ مدثر، ۱۱ مدثر، ۱۹-۲۰ مدثر، ۳۱ مدثر، ۱۵-۱۷ طارق، ۴-۱ غاشیة، ۴-۱ فجر، ۴-۱ شمس، ۲-۱ لیل، ۳ مائده، ۷ انفال، ۱۱۰ هود، ۱۳ رعد، ۱۱۳ طه، ۱۲-۱۵ انبیاء، ۱۳ صف، ۱۳ مطففین	آیه‌های: ۲ و ۳ بقره، ۲۰ یونس، ۱۴۸ بقره، ۶۲ نمل، ۸ هود، ۵۰-۵۴ سبأ، ۳۷ مریم، ۷۵ نساء، ۴۵ نحل، ۴۷ نساء، ۳۳ و ۳۴ آل عمران، ۱۵۵ بقره، ۵۴ مائده، ۲۰۰ آل عمران، ۵۹ نساء، ۶۹ نساء، ۸۹ انعام، ۴۴ انعام، ۱۵۸ انعام، ۱۲۸ اعراف، ۱۵۷ اعراف، ۱۷ زمر، ۱۵۹ اعراف، ۳۹ انفال، ۳۳ توبه، ۳۴ توبه، ۳۶ توبه، ۲۰ یونس، ۲۴ یونس، ۱۲ و ۱۳ انبیاء، ۱۱۰ یوسف، ۴۵ ابراهیم، ۴۶ ابراهیم، ۳۶-۳۸ حجر، ۸۷ حجر، ۱ نحل، ۴۵ نحل، ۴-۶ اسراء، ۳۳ اسراء، ۸۱ اسراء، ۳۷ مریم، ۱۳۵ طه، ۱۱-۱۵ انبیاء، ۱۰۵ انبیاء، ۳۹ حج، ۴۱ حج، ۶۰ حج، ۱۰۱ مؤمنون، ۵۵ نور، ۱۱ فرقان، ۲۶ فرقان، ۲۰۵- ۲۰۶ شعراء، ۲۲۷ شعراء، ۶۲ نمل، ۵ قصص، ۱-۵ روم، ۲۱ سجده، ۲۸-۲۹ سجده، ۱۸ سبأ، ۵۱ سبأ، ۶۹ زمر، ۱۷ فصلت، ۵۳ سجده، ۲-۱ شوری، ۱۹ شوری، ۲۱ شوری، ۲۴ شوری، ۴۱ شوری، ۴۵ شوری، ۱۴ جائیه، ۱۸ محمد، ۲۵ فتح، ۲۸ فتح، ۴۱-۴۲ ق، ۲۳ الذاریات، ۱-۳ طور، ۱ قمر، ۲ قمر، ۴۱ الرحمن، ۱۶ حدید، ۱۷ حدید، ۱۳ ممتحنه، ۸ صف، ۹ صف، ۳۰ ملک، ۱-۳ معارج، ۲۶ معارج، ۴۴ معارج، ۸-۱۰ مدثر، ۳۱ مدثر، ۴۶ مدثر، ۱۵- ۱۶ تکویر، ۱ بروج، ۱۵-	

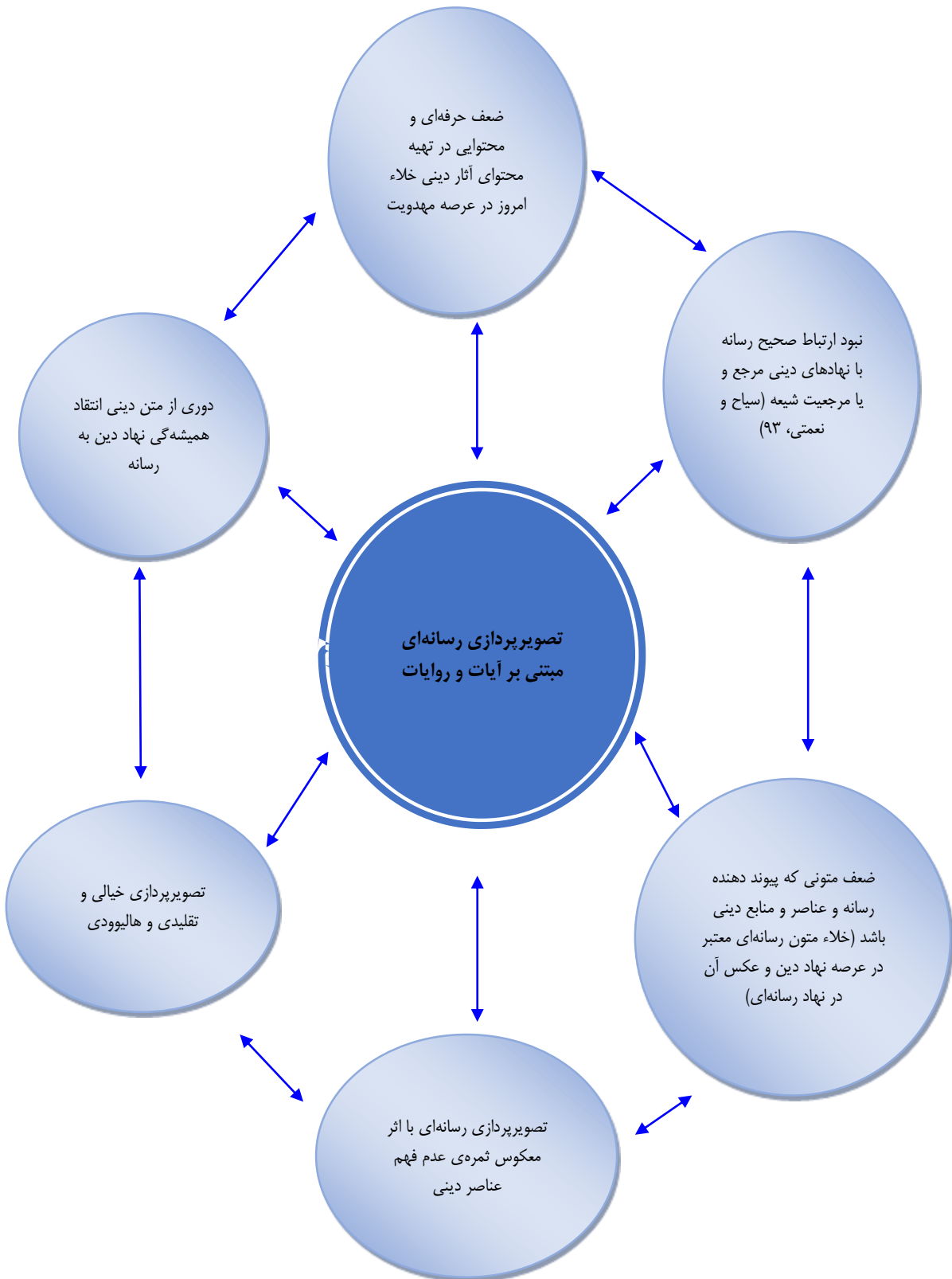
<p>معارج، ۲۴ جن، ۲۶ جن، ۸- ۱۰ مدثر، ۳۱ مدثر، ۴۶ مدثر، ۱۵-۱۶ تکویر، ۱۹ اشقاق، ۱ بروج، ۱۵-۱۷ طارق، ۴-۱ غاشیة، ۴-۱ فجر، ۴-۱ شمس، ۲-۱ لیل، ۴-۵ قدر، ۵ بینة، ۳-۱ عصر، ۲۴۹ بقره، ۳ مائده، ۷ انفال، ۳ توبه، ۱۱۰ هود، ۱۳ رعد، ۱۱۳ طه، ۱۲- ۱۵ انبیاء، ۱۰ عنکبوت، ۱۳ صف، ۴۶-۴۷ مدثر، ۱۳ مطففین</p>				<p>۱۷ طارق، ۴-۱ غاشیة، ۴-۱ فجر، ۴-۱ شمس، ۲-۱ لیل، ۴-۵ قدر، ۵ بینة، ۳-۱ عصر، ۳ مائده، ۷ انفال، ۳ توبه، ۱۱۰ هود، ۱۳ رعد، ۱۱۳ طه، ۱۲-۱۵ انبیاء، ۱۳ صف، ۴۶-۴۷ مدثر، ۱۳ مطففین</p>
---	--	--	--	---



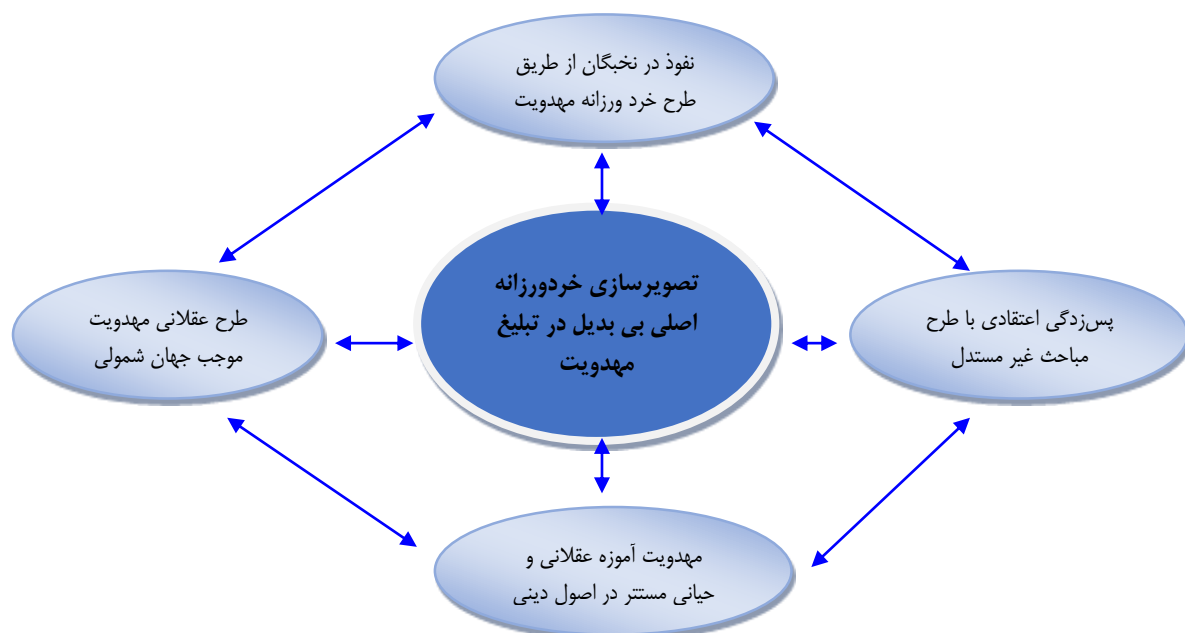
نمودار ۱ - کلان رویدادهای مستخرج از تمهای روایات مهدوی



نمودار ۲ - تم اصلی ۱: عاشورا و شعائر به مثابه رسانه عصرمدار و بستر رسانه آفرین مهدوی



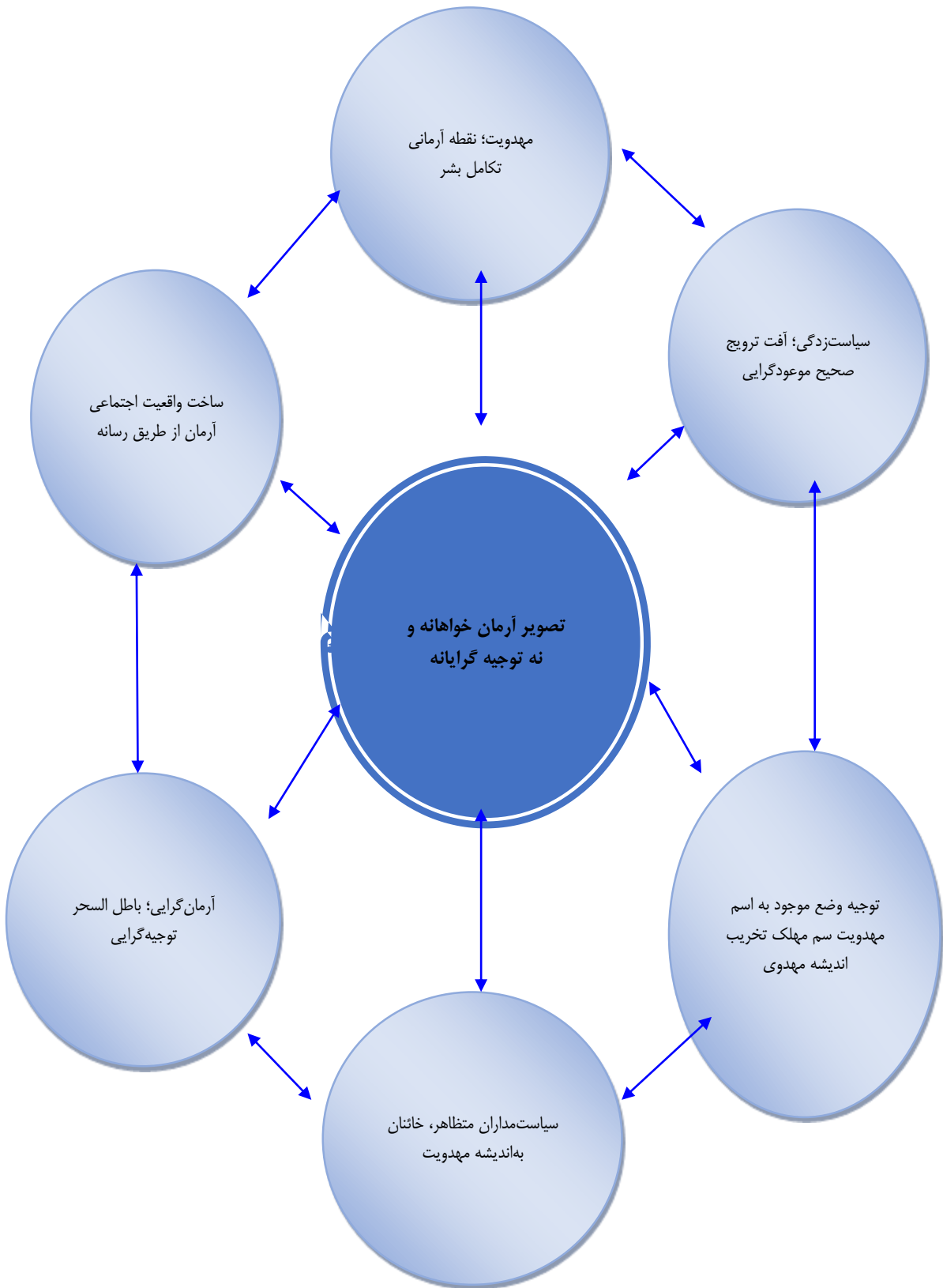
نمودار ۳ - تم اصلی ۲: تصویرپردازی رسانه‌ای مبتنی بر آیات و روایات



نمودار ۴ - تم اصلی ۳: تصویرسازی خردورزانه اصلی بی بدیل در تبلیغ مهدویت



نمودار ۵ - تم اصلی ۴: تصویر انسانی و جهانی، نه نژادگرایانه از مهدویت (تصویر فرازمانی و فرازمکانی از مهدویت)



نمودار ۶ - تم اصلی ۵: تصویر آرمان خواهانه و نه توجیه گرایانه



نمودار ۷ - تم اصلی ۶: تصویرسازی رسانه‌های رقیب بر مبنای صلح طلب بودن خویش و دجال سازی از موعود اسلامی



نمودار ۸ - تم اصلی ۷: تصویرپردازی رسانه‌ای امامت منصوص و تعیین یافته در شخص و صفات متقن ذکر شده در عین همگرایی معنایی با تبلیغ منجی امام

فهرست منابع

- صافی گلپایگانی، لطف‌اله. (۱۳۳۹). مجله مکتب اسلام شماره ۳، صص. ۶-۱۰.
- صافی گلپایگانی، لطف‌اله. (۱۳۸۵). گفتمان مهدویت، انتشارات مسجد جمکران، قم، چاپ چهارم.
- صافی گلپایگانی، لطف‌اله. (۱۳۸۹). نوید امن و امان پیرامون شخصیت، زندگانی، غیبت و ظهور حضرت ولی عج، قم: انتشارات مسجد مقدس جمکران.
- صافی گلپایگانی، لطف‌اله. (۱۳۹۱). سلسله مباحث امامت و مهدویت، ج ۳، قم: دفتر تنظیم و نشر آثار حضرت آیت اله العظمی صافی گلپایگانی.
- صافی گلپایگانی، لطف‌اله. (۱۳۹۲). ترجمه منتخب الاثر فی الامام الثانی عشر علیه السلام؛ مترجم: محسن احمدی، ۶ جلد، تهران: مرکز فرهنگی انتشاراتی منیر، چاپ اول.
- صدوق، شیخ ابی جعفر محمدبن علی بن الحسین قمی. (۱۳۹۴). کمال‌الدین و تمام النعمه، مترجم: منصور پهلوان. مشخصات نشر: قم: مسجد مقدس جمکران.
- طبرسی، فضل‌بن‌حسن. (۶ ق). مجمع البیان فی تفسیر القرآن. بیروت: دار المرتضی، ۱۴۲۷ق.
- طوسی، شیخ محمد بن حسن. (۴ ق). مصباح المتهجد، بیروت: موسسه فقه الشیعه، الطبعة الاولى ۱۴۱۱ ق.
- طوسی، محمد بن حسن. (۴ ق). الغیبه؛ مترجم مجتبی عزیزی. مشخصات نشر: قم: مسجد مقدس جمکران ۱۳۸۷.
- فرکلاف، نورمن. (۱۳۸۱). نظریه انتقادی گفتمان، تهران، مرکز نشر رسانه.
- قمی، علی‌بن‌ابراهیم. (۱۳۶۳). تفسیر قمی، نشر: دارالکتاب.
- قمی، شیخ عباس. (۱۳۹۰). مفاتیح الجنان، قم: الهادی، چاپ سی و چهارم.
- قمی‌مشهدی، میرزاحمد. (۱۲ ق). تفسیر کنز الدقائق و بحر الغرائب. نشر: قم: دارالغدیر، ۱۴۲۳.
- کلینی، محمدبن یعقوب. (۳۲۹ ق). الکافی، طهران: دارالکتب الاسلامیه.
- متقی هندی، علاء‌الدین علی‌بن‌حسام‌الدین. (۹۷۵ ق). البرهان فی علامات مهدی آخرالزمان؛ بیروت: دارالصحابه للتراث بطنطا.
- مجلسی، محمدباقر بن محمدتقی. (۱۴۰۳ ه). بحار الأنوار، تعداد جلد: ۱۱، ناشر: دار إحياء التراث العربی، بیروت.
- محمدی اشتهاردی، محمد. (۱۳۷۸). حضرت مهدی فروغ تابان ولایت، چاپ سوم، انتشارات مسجد مقدس جمکران، صص. ۸۹-۹۹.
- مقدمی، محمدتقی. (۱۳۹۰). نظریه تحلیل گفتمان لاکلا و موف و نقد آن، مجله معرفت فرهنگی اجتماعی، دوره ۲، شماره ۲، صص. ۹۱-۱۲۴.
- قرآن کریم
- ابن قولویه، کامل الزیارات، ۴۳۶، باب ۷۹: باب زیارات الحسین علیه السلام.
- البحرانی، سیدهاشم. (۱۴۰۳ ه.ق). المحججه فیما نزل فی القائم الحججه علیه السلام، بیروت: موسسه الوفاء.
- البحرانی، سیدهاشم. (۱۱ ق). البرهان فی تفسیر القرآن. قم: دارالتفسیر.
- پایگاه IMDB به آدرس: <https://www.imdb.com> اینترنتی.
- جمعی از نویسندگان؛ سرگستگی نشانه‌ها: نمونه‌هایی از نقد پسامدرن؛ گزینش و ویرایش مانی حقیقی؛ چ اول، تهران: مرکز، ۱۳۷۴.
- حرعاملی، محمد بن حسن. (ق ۱۱ ه). الایقاظ من الهجعه بالبرهان علی الرجعه. نشر: موعود عصر.
- حسینی، سیدحسین. (مؤلف و مترجم) (۱۳۹۱). خطبه غدیر: سروش آفتاب، تهران: مرکز فرهنگی انتشاراتی منیر.
- حسینی استرآبادی، سیدشرف‌الدین. (۱۰ ق). تاویل الآیات الظاهره فی فضائل العتره الطاهره، تهران: انتشارات امیرکبیر.
- حویزی، عبد علی بن جمعه. (۱۴۱۵ ق). تفسیر نورالثقلین، قم: مؤسسه مطبوعاتی اسماعیلیان.
- سلیم بن قیس هلالی. (۷۰ ه). کتاب سلیم بن قیس، طبع دارالکتب الاسلامیه.
- سند، محمد. (۱۳۹۵). رجعت دوارده مهدی، مترجم: علیرضا قاسمی، تهران: دلیل ما.
- سیاح، احمد. (۱۳۹۳). رونمایی رسانه‌ای از چهره پنهان داعش، مجله علمی-تخصصی دانش رسانه، آبان ۹۳.
- سیاح، احمد. (۱۳۹۴). قمار رسانه‌ای با ساحت‌های قدسی، شفقنا (پایگاه بین‌المللی همکاری‌های خبری شیعه)، ۳۱ تیر ۹۴.
- سیاح، احمد. (۱۳۹۵). عاشورا از دیدگاه معصوم علیه السلام، انقلابی رسانه‌ای به طول تمام تاریخ و رستاخیزی علیه ضلالت و جهالت، دو فصلنامه علمی - تخصصی کلام کوثر سلام اله علیها (با رویکرد کلامی)، دوره ۲، شماره ۵، محرم الحرام ۱۴۳۸.
- سیاح، احمد. و نعمتی، اصغر. (۱۳۹۳). رویکرد آینده پژوهانه به رسانه دینی، انتشارات روز هشتم.
- سیاح، احمد. (۱۳۹۸). فرا زمانی و فرامکانی بودن غدیر در آیین ساخت واقعیت اجتماعی رسانه‌ای، دو فصلنامه علمی - تخصصی کلام کوثر سلام اله علیها (با رویکرد کلامی)، دوره ۵، شماره ۸، ربیع الاول ۱۴۴۱، صص. ۳۷-۵۰.

نقیب السادات، سیدرضا. (۱۳۹۱). روش شناسی تحلیل و استنباط مضامین موعودگرا از فیلم‌های سینمایی، فصل نامه علمی- پژوهشی مشرق موعود، دوره ۶، شماره ۲۱.

ویکی‌پدیای فارسی، مدخل‌های مختلف، در:

<https://fa.wikipedia.org>

Canterell, Ron. (2004). The Mahdi: Hijacked Messiah, Ron Canterell Publishing.

Dokhendorf, Margo. (1999). The Mahdi, A Millennium Thriller, Cypress house, 1 st edition.

Kingston, Thomas.M. (2012). Golden down, Forge Books, First Edition.

Quinnell, A.J. (1983). The Mahdi, Fewcett.

Rosenberg, Joel.C. (2010). The Twelfth Imam, Tyndale House Publishers.

Rosenberg, Joel.C.(2011). Tehran Initiative, Tyndale House Publishers.

Rosenberg, Joel.C. (2013). Damascus Countdown, Tyndale House Publishers.

Designing an illustration model based on verses and hadiths of Mahdism

Ahmad Sayah, Hasan Zarei Matin, Seyed Mohammadhosein Hashemian, Seyed Hossein Sharafodin

Abstract

Writing from the Promised Imam is one of the hardest to pen, because it is difficult to portray a saviour who is supposed to do justice not only between a group, a race, a continent, a continent or a particular culture and language, but also between the worlds. On the one hand, taking care of her sanctuary and, on the other hand, achieving what is best for her personality, with all its characteristics, requires that we move forward in this field with obsessive-compulsive disorder. In a situation where the enemies of the truth want the Promised One, which is the manifestation of beauty, to be introduced as an ugly lie, the true scholars must introduce the truth as it is. Discovering the right way of depicting Imam Mahdi (as) is not only a necessity but also a fundamental thing that shapes our future and that of our generation. This research, first analyzes the prominent works of Mahdavi with the method of discourse analysis, Then, by analyzing the theme of verses and narrations, and interviewing the experts and analyzing the theme of their views, we combined the above concepts and then re-analyzed the theme and from the result of this action, we expressed the desired imaging strategies of Imam Mahdi in the media.

Keywords: Promised, imagery, Mahdism, media.