

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



# رسانه، جامعه و حکومت زمینه ساز؛ راهبردها و راهکارها

(مجموعه مقالات هفتمین همایش بین المللی دکترین مهدویت)

(ج ۳)

همایش بین‌المللی دکترین مهدویت (هفتمین: ۱۳۹۰: تهران)

رسانه، جامعه و حکومت زمینه‌ساز؛ راهبردها و راهکارها: مقالات برگزیده / تهیه و تدوین مؤسسه آینده روشن (پژوهشکده مهدویت). - قم: مؤسسه آینده روشن، پژوهشکده مهدویت، ۱۳۹۰.

ج ۳

ISBN 978 - 600 - 5073 - 37 - 9 (ج ۳).

فهرست نویسی براساس اطلاعات فیبا.

کتاب‌نامه.

۱. مهدویت - کنگره‌ها. ۲. مهدویت - مقاله‌ها و خطابه‌ها. الف. مؤسسه آینده روشن. پژوهشکده مهدویت. ب. عنوان.

297/462

BP224/4/ه 8

الف ۱۳۹۰



## رسانه، جامعه و حکومت زمینه‌ساز؛ راهبردها و راهکارها (ج ۳)

ناشر: مؤسسه آینده روشن  
طرح جلد: مصطفی برجی  
صفحه‌آرا: علی قنبری  
حروف‌نگار: سیدحیدر هاشمی  
چاپ: چاپخانه گل‌ها  
نوبت چاپ: اول، ۱۳۹۰  
شمارگان: ۲۰۰۰ جلد  
بها: ۶۵۰۰۰ ریال  
شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۵۰۷۳-۳۷-۹  
شابک دوره: ۹۷۸-۶۰۰-۵۰۷۳-۳۴-۸  
مرکز پخش: قم، خیابان صفاییه، کوچه ۲۳، پلاک ۵، تلفن: ۷۸۴۰۹۰۲ - ۰۲۵۱

همه حقوق برای ناشر محفوظ است

## فهرست

- ۷.....بایسته‌ها و شاخصه‌های علمی جامعه و حکومت زمینه‌ساز.....  
دکتر بهرام اخوان کاظمی
- ۳۹.....ظرفیت‌ها و محدودیت‌های رسانه در جامعه و دولت زمینه‌ساز ظهور منجی موعود.....  
دکتر سید محمد مرتضوی
- ۷۳.....انسان آراسته به اخلاق اسلامی، برترین رسانه‌ساز و کاربردی در دکترین مهدویت.....  
رحمت‌الله علی رحیمی
- ۹۱.....رسالت رسانه ملی برای مقابله با جنگ نرم از دیدگاه مقام معظم رهبری.....  
دکتر علی باقری دولت‌آبادی
- ۱۱۹.....بررسی راهبردها و شیوه‌های رسانه‌ای دشمن در نبرد نرم علیه جامعه مهدوی.....  
علی رضا نجاتی منفرد
- ۱۶۱.....تحلیل راهبردی نقش رسانه ملی در فرهنگ ظهور.....  
غلامرضا طائبی
- ۲۰۵.....نقش رسانه در اشاعه فرهنگ مهدویت.....  
محمد حسن شربتیان
- ۲۲۱.....شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در حوزه رابطه مردم با یکدیگر.....  
شهرزاد کتابی، مریم کتابی

- بحران آفرینی فرهنگی و اجتماعی غرب و رسالت رسانه‌ها برای مقابله با آن..... ۲۶۹  
 مهسا ماه‌پیشانیان
- آسیب‌شناسی فرهنگی دولت سازنده..... ۳۰۹  
 دکتر محمدباقر بابایی
- جایگاه و نقش حوزه و دانشگاه در زمینه‌سازی ظهور قائم عج..... ۳۳۷  
 دکتر علی‌رضا سمیعی اصفهانی، یعقوب کریمی منجرمونی
- راهبردهای ارتقای معرفت مهدوی در نظام آموزشی..... ۳۶۷  
 دکتر حسین علی سعدی، علی‌رضا کاظمی
- نقش حوزه و دانشگاه در زمینه‌سازی فرهنگ مهدویت با رویکرد رسانه‌های پست مدرن. ۴۰۷  
 میرمحمد سیدکلان، یاسر میکائیلی
- رسالت رسانه‌ی منتظر در زمینه‌سازی ظهور با رویکرد احادیث..... ۴۳۱  
 دکتر سید اسماعیل حسینی اجداد نیای

## بایسته‌ها و شاخصه‌های علمی جامعه و حکومت زمینه‌ساز

دکتر بهرام اخوان کاظمی\*

### چکیده

این پژوهش در پی پرسش از ماهیت علم زمینه‌ساز و مقبول در منابع اسلامی و بایسته‌ها و شاخصه‌های اصلی آن است و این‌که اساساً جامعه و دولت زمینه‌ساز و مراکز علمی می‌باید به دنبال چگونه علمی در بسترسازی ظهور باشند و چه ویژگی‌های برای معلمین و متعلمین «منتظر» لازم است؟

مستندات روایی این نوشتار، بیان‌گر بایسته‌ها، شاخصه‌ها، و راهبردهای علمی جامعه و حکومت زمینه‌ساز بوده و این مطلب را بیان می‌کند که منظور از علم متعالی، مقبول و ممدوح در روایات اسلامی، علم نافع است. ویژگی‌های این علم، در مسیر عبودیت الهی، عقلانی، کاربردی و خیر بودن و برخورداری از خصیصه اصلاح‌گری و هماهنگی با فطرت و ضدیت آن با هواهای نفسانی و... است که به خوبی در آموزه‌های روایی تعریف شده است. این تعاریف در بردارنده نوعی مهندسی و الگوسازی برای تعلیم و تعلم دانش در جامعه و حکومت زمینه‌ساز است. بر این مبنا می‌توان از نتایج چنین پژوهشی، نقش

---

\* دانشیار دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه شیراز

علمی دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه را در زمینه‌سازی ظهور تبیین نمود و از راهکارهای مهم علم‌آموزی صحیح و منطبق با آموزه‌های اسلامی، در عرصه‌های علمی، دانشگاهی و حوزوی و در راستای تمهید ظهور، سود جست.

### واژگان کلیدی

دولت مهدوی، حکومت زمینه‌ساز، روایات، علم نافع، فرهنگ، عبودیت، عقلانیت، تقوا، تعلیم و تعلم، علم کاربردی، اصلاح‌گری.

### مقدمه

نماد حکومت مهدوی و عصر ظهور، تکامل و تعالی بنیادین انسان‌ها و جوامع بشری در ابعاد معنوی و فرهنگی است. اگرچه در ابعاد مادی تمدنی نیز این پیشرفت به وفور ملاحظه می‌شود، اما محور اصلی این حکومت، انجام اصلاح فرهنگی آن هم در حوزه معنویت و اخلاق، با اتنا به فرهنگ توحیدی است و رشد فرهنگی بر ارتقای ابعاد مادی تمدنی مقدم است. در نتیجه فرهنگ و فرآیند اصلاح فرهنگی، واجد نقش بی‌بدیل و راهبردی در زمینه‌سازی ظهور است. یکی از ستون‌های اصلی فرهنگ، در کلیه ظروف زمانی و مکانی، علم و عقلانیت است. به عبارتی دیگر ماهیت و جهت‌گیری علم و علم‌آموزی، صورت‌بندی و سمت و سوی فرهنگی هر جامعه‌ای را مشخص می‌کند. در توضیح بیش‌تر باید افزود که امروزه از «فرهنگ» به عنوان مجموعه‌ای کیفی شامل ارزش‌ها، فرآورده‌های علمی، هنری، مذهبی، فلسفی، و تجلیات فکری، ذوقی و عاطفی یاد می‌نمایند که با ویژگی مهم «آفرینندگی» ضامن حیات جوامع انسانی و تمدن بشری است. (نک: اخوان کاظمی، ۱۳۸۹: ۵-۴۱) بدیهی است که چنین خلاقیتی، بدون بهره‌وری از علم و عقلانیت و ابتناء بر آن، تحقق‌پذیر نیست. در روایات بسیاری عصر ظهور، دوره رشد و پیشرفت علوم و فنون، و شکوفایی و کمال یافتن عقلانیت بشری به شمار آمده است و عالم بشری و جامعه توحیدی



مهدوی، با توسعه و ارتقای علمی شگرف و بی سابقه‌ای روبه‌رو خواهد گردید. با چنین اوصافی می‌توان به خوبی استنباط نمود که یکی از بایسته‌ها و شاخصه‌های اصلی جامعه و حکومت زمینه‌ساز هم، باید در حوزه توسعه علمی و ارتقای دانش باشد و این وظیفه بر دوش دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه گذارده شده است. اما سؤال اصلی این پژوهش این است که این علم زمینه‌ساز و مقبول در منابع اسلامی دارای چه ماهیتی بوده و بایسته‌ها و شاخصه‌های اصلی آن کدام است؟ و اساساً جامعه و دولت زمینه‌ساز و مراکز علمی باید به دنبال چگونه علمی در بسترسازی ظهور بوده و معلمان و متعلمان چنین علمی از چه ویژگی‌های برخوردار باشند؟

### پیشرفت همه‌جانبه علمی و عقلانی در عصر ظهور

در جهان بینی توحیدی، علم و عقل جایگاهی بس متعالی و والا دارد. عاقلان و عالمان نیز از حرمت و کرامت ویژه‌ای برخوردارند. یکی از امتیازات پیامبران الهی برتری عقلی آنان بر دیگران بوده است، آنان در پرتو عقل توانستند بشر را در جهت سعادت دنیوی و اخروی هدایت کنند. در احادیث آمده است که انجام فرایض دینی به تنهایی نشان‌گر کمال و تعالی شخصیت انسان نیست، بلکه کمال ربانی عقل، نشان‌دهنده تکامل شخصیت انسان است و وی را به معرفت درست خداوند رهنمون نموده و در حوزه عمل او را به تسلیم در برابر اوامر و نواهی الهی برمی‌انگیزد. همان‌طور که علم و دانش یکی از مکارم و مفاخر انسانی است و حضرت آدم علیه السلام به دلیل این که از موهبت «علم الاسماء» بهره‌مند بود، مسجود فرشتگان گردید. (اخوان کاظمی، ۱۳۸۷: ۲۰۹)

در عصر حکومت جهانی مهدوی دانش بشری به دست آوردهایی مافوق تصور می‌رسد و در پرتو هدایت حضرت مهدی علیه السلام عقل‌ها نیز به رشد و کمال وافی رسیده و شکوفا می‌گردند. با افزایش بصیرت عمومی کوتاه‌بینی‌ها، تنگ‌نظری‌ها و

افکار دون و ناپسند از جامعه رخت برمی بندد؛ زیرا که امام عصر علیه السلام به عنوان عالم ترین و عابدترین فرد در کرهٔ خاکی، مدیریت جامعهٔ انسانی را بر عهده می گیرد، همچنان که امام رضا علیه السلام دربارهٔ ایشان می فرماید:

دلالته في خصلتين، في العلم واستجابة الدعوة؛ (صدوق، ۱۳۶۳: ۱۷۰)

مهدی علیه السلام دو نشانهٔ بارز دارد که با آن شناخته می شود، یکی دانش بی کران و دیگری استجابیت دعا.

يكون اعلم الناس، واحكم الناس، واتقى الناس، واحلم الناس، واسخى الناس، واعبد الناس... وتنام عيناه ولا ينام قلبه... (بزدی حائری، ۱۳۷۹: ۹)

او داناترین، حکیم ترین، پرهیزکارترین، بردبارترین، بخشنده ترین و عابدترین مردمان است، ... دیدگانش در خواب فرو می رود، ولی دلش همیشه بیدار است ...

امام علی علیه السلام، دانش امام عصر را از همه افزون تر و مرحمتش را از همه گسترده تر می داند<sup>۱</sup> و امام باقر علیه السلام ریشه داری علم به کتاب خدا و سنت پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم در دل مهدی علیه السلام را این گونه توصیف نموده است:

إِنَّ العلم بكتاب الله وسنة نبيه لينبت في قلب مهدينا كما ينبت الزرع على احسن نباته؛ (مجلسی، بی تا: ج ۵۲، ۳۱۷؛ صافی، بی تا: ۳۰۹)

علم به کتاب خدا و سنت پیامبر در دل مهدی ما ریشه می دواند آن چنان که گیاه در دل مساعدترین سرزمین ها ریشه می دواند.

امام صادق علیه السلام در بیانی بلیغ، از گوشه ای از پیشرفت های علمی آن عصر چنین یاد می فرماید:

دانش بیست و هفت حرف برای مردم آورده اند تنها دو حرف بیش نبوده، و مردم تا است. همه علومی که پیامبران به امروز جز آن دو حرف را نشناخته اند؛ ولی وقتی قائم ما قیام کند بیست و پنج حرف دیگر را ابراز می کند و آن را در میان مردم گسترش می دهد، آن گاه آن دو حرف را نیز ضمیمه می کند، و همه بیست و هفت حرف را در میان مردم منتشر می

۱. «اکثرکم علماً، و ارحمهم رحماً.» (مجلسی، بی تا: ج ۵۱، ۱۱۵)

نماید. (مجلسی، بی تا: ج ۵۲، ۳۳۶)

روایات دال بر تبیین وضعیت عصر ظهور، بیان‌گران آن است که عقول مردم در دوره ظهور به بالاترین مرحله کمال خویش می‌رسد به فرموده امام باقر علیه السلام:

... من قام قائمنا، وضع یده علی رءوس العباد فجمع بها عقولهم؛ (همو: ۳۲۸)  
وقتی قائم ما قیام کند، خداوند دست عنایتش را بر سر بندگان کشیده و عقل آن‌ها زیاد و فهمشان بالا می‌رود.

در دولت جهانی مهدوی، حتی دانش و بینش، آگاهی و شناخت صحیح، مفید، سازنده و کارگشا در خانه‌ها گسترش می‌یابد و حلقه‌های درس و بحث برای زن و مرد در کران تا کران جامعه بشری برقرار می‌شود به فرموده امام باقر علیه السلام:

... توتون الحکمة فی زمانه حتی انّ المرأة لتقضى فی بیتها بکتاب الله و سنّة رسوله. (همو: ۳۵۲)

... به مردم زمان قائم علیه السلام آن چنان حکمتی عطا خواهد شد که حتی زن در کانون خانه خویش بر اساس کتاب خدا و سنت پیامبرش عادلانه و آگاهانه داوری می‌کند و نیازی به دیگری ندارد.

افزون بر تبیین وضعیت عالی دانش و بینش بشری در عصر ظهور، این روایت بیان‌گر این واقعیت است که مردم در روزگار حاکمیت آن حضرت، بر اساس آداب و مقررات دینی تربیت شده و احکام شریعت را آموخته و بر پایه‌ای از فرهنگ و فرهیختگی سیر می‌نمایند که حتی یک بانوی خانه‌دار می‌تواند بر اساس مقررات کتاب خدا و سیره عادلانه پیام‌آور بزرگ وی، قضاوت کند.

همچنین عصر مهدوی مبتنی بر استدلال و براهین عقلی است. بر مبنای آن چه که از روایات بر می‌آید، محور کار حضرت مهدی، هدایت جامعه بشری است و بدیهی است اصل و اساس هدایت می‌بایستی مبتنی بر اقتناع باشد. روایات بسیاری و به ویژه روایت امام باقر علیه السلام نیز دال بر این مطلب است که حضرت از همان ابتدای ظهور، کتب بدون تحریف زبور، تورات، انجیل و... را پیدا کرده و بر اساس نُسَخ اصل آن‌ها با اهل کتاب محاجّه، استدلال و گفت‌وگو کرده و بر آن

اساس بر آن‌ها حکم می‌راند تا آن‌که ایشان به دین اسلام و حکومت جهان شمول مهدوی هدایت گردند. (مجلسی، ۱۳۶۸، ج ۲، ۲۲۸)

در مجموعه دعا‌های حضرت مهدی که «صحیفه مهدیه» یا «صحیفه المهدی» نامیده می‌شود نیز علم و معرفت خواهی و اقتران آن با فرهنگ توحیدی، عبودیت، تقوا، و اصلاح‌گری و مقابله با هواهای نفسانی موج می‌زند:

اللهم ارزقنا توفيق الطاعة، و بعد المعصية، و صدق النية و عرفان الحرمة و  
اكرنا باهدى و الاستقامة و سدّد السنننا بالصواب و الحكمة و املا قلوبنا  
بالعلم و المعرفة و طهر بطوننا من الحرام و الشبهة... و تفضّل على علمائنا  
بالزهد و النصيحة، و على امتعلمين بالجهد و الرغبة و على المستمعين  
بالاتباع و الموعدة؛ (كفعمى، بی تا: ۲۸۱)

بارها، به ما توفیق فرمان برداری و پرهیز از گناه و نافرمانی و نیت پاک و  
بی‌آلایش و شناخت و معرفت به آن چه نزد تو ارزش مند است، عطا فرما و  
ما را به هدایت و پایداری تکریم نما و زبان ما را به صدق و صواب بر کلام  
حکیمانه و شایسته گویا ساز و دل ما را از علم و معرفت لب‌ریز فرما و  
شکم ما را از اطعام حرام و شبهه‌ناک پاک گردان و دست ما را از ظلم و  
تعدی و تجاوز باز دار و چشم ما را از گناه و خیانت محفوظ دار و گوش ما  
را از شنیدن سخنان بیهوده و غیبت مسدود گردان! به دانشمندان ما زهد  
و بی‌رغبتی به دنیا و نصیحت و خیرخواهی و به دانش‌آموزان ما جدّیت و  
شوق و رغبت ادا فرما!

این عبارت زیبا، بلند و متعالی از ادعیه امام عصر علیه السلام، به روشنی نشان می‌دهد  
که در اندیشه اسلامی و مهدوی، علم و آموزش آن، بدون ابتنا بر مبادی ایمانی و  
توحیدی فاقد فایده واقعی، معنا و دلالت لازم است و جامعه و حکومت منتظر و  
زمینه‌ساز نیز، باید به دنبال چنین علم توحیدی در تمهید ظهور باشند.

### فضیلت علم نافع

علم آموزی از مسلم‌ترین و پسندیده‌ترین معروفات اسلامی است که هم آیات  
الهی و هم روایات معصومین علیهم السلام بر این مطلب تصریح نموده‌اند. قرآن اهل علم و

دانشمندان را به هیچ وجه با نادانان یکسان نمی‌شمارد:

﴿قُلْ هَلْ يَسْتَوِي الَّذِينَ يَعْلَمُونَ وَالَّذِينَ لَا يَعْلَمُونَ إِنَّمَا يَتَذَكَّرُ أُولُو الْأَلْبَابِ﴾.  
(زمر: ۹)

همچنین در جای دیگر مقام اهل ایمان و دانشمندان را رفیع می‌گرداند.

﴿يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَاتٍ﴾. (مجادله: ۱۱)

بدین ترتیب، امر به تعلیم و تعلم و دانش پژوهی، در بسیاری از آموزه‌های قرآنی و روایی مورد تأکید و ویژه قرار گرفته است.

با نگاهی کوتاه به روایات اسلامی، به خوبی فهمیده می‌شود که علم مقبول و ممدوح، با صفت «نافع» مورد اشاره قرار گرفته و مؤیدش سخنان پیامبر مکرم اسلام ﷺ است که همانند سایر معصومین، به وفور از علم نافع سخن گفته است همچنان که می‌فرمود: «خیر العلم ما نفع» (صدوق، ۱۴۰۰: ۳۹۴) یعنی بهترین علم آن است که فایده‌بخش باشد، از زید ابن ارقم نقل شده است که پیامبر خدا ﷺ همواره اظهار می‌داشت:

اللهم انی اعدو ذک من علم لا ینفع و من قلب لا یخشع و من نفس لا تشبع و من دعوة لا یستجاب لها؛ (عبدالقومی مندری، ۱۴۲۲: ۱، ج: ۱۲۴)  
بار خدایا، به تو پناه می‌برم از دانشی که سود نبخشد و از دلی که خاشع نباشد و از نفسی که سیر نشود و از دعایی که پذیرفته نگردد.

همچنین از امام علی علیه السلام روایت شده است: «لا خیر فی علم لا ینفع» (شریف رضی، ۱۳۸۷: ۳۹۳) هیچ خیری در علم غیر سودمند نیست. بدین ترتیب در *نهج البلاغه* و بسیاری از روایات اسلامی، علم منطبق با معارف اسلامی «علم نافع» دانسته شده و از صفات متقین به شمار آمده است.

همچنین در روایات متعددی، علم به عنوان سرسلسله و غایت بسیاری از خیرات و فضائل به شمار آمده است و - همان طور که شواهد آن ارائه خواهد گردید - بدون شک منظور از چنین علمی، علم نافع است.

به عنوان نمونه پیامبر اکرم ﷺ در برتری دانش، بیانات فراوانی دارند از جمله فرموده است:

العلم رأس الخير كله، والجهل رأس الشر كله؛ (مجلسی، بی تا؛ ج ۷۷، ۱۷۵)  
علم در رأس کلیه امور خیر قرار دارد، همچنان که در رأس کلیه امور شر، جهل جای گرفته است.

العلم حياة الاسلام و عماد الدين؛ (متقی، ۱۴۲۴: خ ۲۸۶۶۱)  
علم مایه حیات اسلام و ستون دین است.

طلب العلم افضل عند الله من الصلاة والصيام والحج والجهاد في سبيل الله؛  
(همو: خ ۲۸۶۵۵)  
طلب علم در نزد خدا از نماز، روزه، حج و جهاد در راه خدا برتر است.

طالب العلم ركن الاسلام و يعطى اجره من النبيين؛ (همو: خ ۲۸۷۲۹)  
جوینده دانش، رکن اسلام است و به او همانند پیامبران اجر و پاداش داده خواهد شد.

اقرب الناس من درجة النبوة اهل العلم والجهاد؛ (فیض کاشانی، بی تا؛ ۱۴)  
نزدیک ترین مردم به درجه نبوت، اهل علم و جهاد هستند.

العلم افضل من العبادة؛ (متقی، ۱۴۲۴: خ ۲۸۵۷)  
علم از عبادت با فضیلت تر است.

فضل العالم على العابد كفضل القمر على سائر النجوم ... ان الفضل العالم  
على العابد كفضل الشمس على الكواكب؛ (مجلسی، بی تا؛ ج ۲، ۱۹)  
فضیلت و برتری عالم بر عابد، همانند برتری و فضیلت ماه و یا خورشید بر سایر ستارگان است.

والذي نفس محمد بيده، العالم واحد اشدّ على ابليس من الف عابد لآل  
العابد لنفسه والعابد لغيره؛ (متقی، ۱۴۲۴: خ ۲۸۹۰۸، محمدی ری شهری، بی تا؛  
ج ۷، ۴۶۱)

قسم به آن کسی که جان محمد در دست اوست تحمل وجود یک عالم  
برای شیطان از تحمل هزار عابد، سخت تر است؛ زیرا [فایده] عابد برای  
نفس خویش است و [فایده] عالم برای دیگران است.

چنین تعبیر ارجمندی از مقام علم و جویندگان دانش نیز، در کلام امام علی علیه السلام بارها وارد شده است از جمله فرموده است:

رأس الفضائل العلم، غاية الفضائل العلم؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۷، ۴۴۷)

علم در رأس کلیه فضائل قرار دارد، و غایت همه فضائل علم است.

لاشرف كالعلم؛ (شریف رضی، ۱۳۸۱: حکمت ۱۱۳، ۴۷۰)

هیچ شرفی مانند علم نیست.

لاکنز انفع من العلم؛ (مجلسی، بی تا: ج ۱، ۱۶۵)

هیچ گنجی سودمندتر از علم نیست.

العلم حياة؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۷، ۴۵۲)

علم مایه حیات است.

العلم افضل هداية؛ (همو: ۴۴۸)

برترین و بافضیلت‌ترین هدایت، علم است.

العلم مصباح العقل؛ (همو)

دانش چراغ عقل است.

العلم حرز؛ (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۷۲)

علم دژی مستحکم است.

رأس العلم التمييز بين الاخلاق، و اظهار محمودها و قمع مذمومها؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۵۲۸)

سردانش، عبارت از متمایزسازی اخلاق و اظهار موارد پسندیده آن و از میان برداشتن اخلاقیات ناپسند و مذموم است.

بدیهی است چنین تکریمی از علم، فقط مختص علم نافع است و در روایات بسیاری بدین مطلب، تصریح شده است. به عنوان مثال امام باقر علیه السلام در این باره فرموده است:

عالم یتنفع بعلمه، افضل من عبادة سبعین الف عابد؛ (مجلسی، بی تا: ج ۲، ۱۸)

عالمی که از علم او منفعت حاصل آید، از عبادت هفتاد هزار عابد برتر و

بافضیلت تراست.

همچنین به تعبیر پیامبر گرامی، فواید علم نافع پس از مرگ باقی خواهد ماند:

إذا مات الرجل انقطع عمله إلا من ثلاثة، صدقة جاریه و علم یتنفع به و ولد صالح یدعوله؛ (دیلمی، ۱۳۷۶: ج ۱، ۱۴)

با مرگ انسان عمل او غیر از سه مورد پایان می یابد، صدقه مستمر، دانشی که از آن سود برده می شود و فرزند صالح.

## تعریف علم نافع

برای تعریف علم نافع مراجعه به روایات ائمه معصومین علیهم السلام راه گشاست و به همین دلیل در مباحث آتی تلاش شده است که معنای علم و دانش نافع، از منظرهای روایی تبیین گردد. بدین لحاظ می توان تعارف زیر را برای دانش مزبور، برشمرد:

### الف) به معنای خیر

یکی از معانی علم نافع، علمی است که ناظر بر «خیر» و امور خیر باشد، همان گونه که در روایات متعددی علم به عنوان سرسلسله و غایت بسیاری از خیرات و فضائل به شمار آمده است. به عنوان نمونه پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در این راستا فرموده است:

العلم رأس الخیر کله، والجهل رأس الشر کله. (مجلسی، بی تا: ج ۷۷، ۱۷۵)

ازسویی پیامبر مکرم اسلام، نافع بودن علم را با خیر بودن آن یکی دانسته اند.<sup>۱</sup> در روایت دیگری از امام علی علیه السلام، علم، اصل و ریشه تمام خیرات دانسته شده و در مقابل آن ریشه و اصل هر شر و شرارتی در جهل به شمار آمده است.<sup>۲</sup>

### ب) مترادف با احسن (نیکوترین و بهترین)

از معانی ذکر شده در روایات برای علم نافع، بهترین و نیکوترین علوم و احسن

۱. «خیر العلم ما نفع.» (مجلسی، بی تا: ج ۷۷، ۱۱۴)

۲. «العلم اصل کل خیر والجهل اصل کل شر.» (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۴۵۱)



دانش هاست. در همین راستا و در تأیید این معنا، امام علی علیه السلام می فرماید:

العلم أكثر من أن يحاط به، فخذوا من كل علم أحسنه؛ (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۱۵)

دانش بیش از آن است که بتوان همه آن را فرا گرفت، پس از هر دانشی نیکوترین آن را بگیرید.

### ج) مترادف با صالح ویا ناظر به اصلاح

برخی از روایات این معنا از علم نافع را بیان می کنند. به عنوان نمونه امام علی علیه السلام می فرماید:

خير العلوم ما اصلاحك... خير العلم ما اصلحت به رشادك و شره ما افسدت به معادك؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۵۲۹)

بهترین دانش ها، علومی است که تو را اصلاح کند... خیرترین آن ها، علومی است که هدایت تو را اصلاح کند و شریرترین دانش ها، علومی است که معاد تو را فاسد نماید.

علم لا يصلحك، ضلال و مال لا ینفعك و بال؛ (همو: ۵۰۶)

دانشی که تو را اصلاح ننماید، مایه ضلالت و گمراهی است و مالی که به تو سود نرساند، و بال تو خواهد بود.

حال باعنایت به مترادف علم نافع با علمی که می بایست ناظر به اصلاح و اصلاح گری باشد و با توجه به این که گفته شد که تعلیم و تعلم دانش های سودمند، از اصلی ترین معروفات اسلامی است، می توان استنباط کرد که عالمان و دانش پژوهان این علم، می بایست از پیشگامان انجام دو فریضه مهم امر به معروف و نهی از منکر باشند. روایات اسلامی نیز بر این نکته مهم، به خوبی تصریح نموده اند به عنوان نمونه امام جواد علیه السلام در این زمینه می فرماید:

دانشمندان، چون از پند دادن خودداری کنند، خیانت ورزیده اند، اگر گمراهی را ببینند و او را راهنمایی نکنند، یا مرده دلی را ببینند و او را زنده نسازند، بد کرده اند؛ زیرا که خدای متعال، در قرآن، از ایشان پیمان گرفته

است که به نیکی و به آن چه بدان فرمان رفته است فرمان دهند، و از آن چه از آن ممنوع شده‌اند دیگران را باز دارند، و این که در نیکی و پرهیزگاری مددکار یکدیگر باشند، و در گناه و دشمنی مددکار نباشند.  
(حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۱۱)

#### د) به معنای هماهنگ با فطرت

امام علی علیه السلام در حکمت ۳۳۸ *نهج البلاغه* سودمندی هر گونه دانشی را مشروط به هماهنگی آن با فطرت دانسته و در این راستا فرموده است:

العلم علمان: مطبوع و مسموع، ولا ینفع المسموع اذا لم یکن المطبوع؛  
(شریف رضی، ۱۳۸۱: ۵۱۴)

علم بر دو گونه است: علم فطری و علم اکتسابی؛ علم اکتسابی اگر هماهنگ با علم فطری نباشد سودمند و نافع نخواهد بود.<sup>۱</sup>

بر مبنای این روایت شریف، هر گونه علوم اکتسابی یعنی دانش‌هایی که با درس و بحث به دست می‌آید برای این که سودمند گردند می‌بایستی با فطرت الهی که انسان بر مبنای آن آفریده شده است سازگار بوده و با آن تطابق و هماهنگی داشته باشد.

در توضیح علم فطری نیاز به توضیح معنای فطرت است. به اذعان راغب اصفهانی:

فطر ایجاد و ابداع یک چیز بر هیأت و کیفیت خاصی است که اقتضای فعلی از افعال را دارد؛ پس این آیه شریفه که می‌فرماید: ﴿فَطَرَتِ اللَّهُ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا﴾، (روم: ۳۰) فطرتی است که خداوند انسان‌ها را بر آن آفریده و اشاره است به این که مردم را به گونه‌ای خلق و ایجاد کرده است که معرفت و شناخت خدا و ایمان به او در آن‌ها وجود دارد. (راغب اصفهانی، بی تا: ۳۹۶)

باید افزود که لفظ فطرت در وزن *فَعَلَهُ* به معنای نوعی خاص از آفرینش و کاربرد

۱. گفتنی است در بیش‌تر ترجمه‌های *نهج البلاغه* از جمله ترجمه مرحوم دشتی، علم مطبوع به علم فطری ترجمه شده است.

آن فقط انسان است. فطرت انسانی یعنی ویژگی‌های ذاتی که در آفرینش انسان لحاظ شده است. بینش‌ها و گرایش‌هایی که اکتسابی نیستند و در سرشت انسان قرار دارند، فطری نامیده می‌شوند.

مفسران نیز همین معنا را پذیرفته‌اند، فطرت را حالتی می‌دانند که خداوند متعال در انسان قرار داده و او را برای پذیرش حق، مستعد آفریده است. علامه طباطبایی بعد از آن‌که دین را روش زندگی و نشان‌دهنده سیر سعادت معرفی می‌کند، می‌گوید:

پس برای انسان آفرینش خاصی است که او را به روشی خاص در زندگی و مسیر معینی که دارای غایت و هدف مشخصی است هدایت می‌کند که بدون پیمودن این مسیر، به آن هدف نمی‌رسد و این هدایت‌گر و هادی، چیزی جز فطرت و کیفیت خلقت انسان [که در همه انسان‌ها وجود دارد و تغییر و تحوّل نمی‌پذیرد] نیست و بدین سبب [قرآن] به دنبال تعبیر «فَطَرَتِ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا»، فرمود: «لَا تَبْدِيلَ لِمَخْلُوقِ اللَّهِ»؛ در آفرینش الهی دگرگونی نیست. (طباطبایی، بی‌تا؛ ج ۱۶، ۱۷۹)

با این توضیحات مشخص می‌شود که از نگاه آیات الهی، دین و اعتقاد به خدا فطری است و یکی از مهم‌ترین لوازم ذاتی و سرچشمه‌گرفته از سرشت انسانی بوده که پروردگارش برای او ترسیم کرده است. بر همین مبنا یکی از برجسته‌ترین شناخت‌ها و گرایش‌های فطری و ذاتی انسان، بینش و گرایش به خدا و هدایت‌هایی است که برای تکامل انسان ارائه کرده است. همین اصل، عامل توجه و جذب انسان به سوی دین است و علم فطری نیز علمی است که در مسیر هدایت الهی و حقیقت‌جویی و با اهداف توحیدی باشد.

فطرت هم بینش‌ها و شناخت‌های انسان را شامل می‌شود و هم گرایش‌های ذاتی و اختصاصی او را پوشش می‌دهد؛ بدین سبب فطریات شامل اندیشه‌های نظری هم می‌شوند. منظور از فطریات، اموری است که آفرینش ویژه و فطرت انسانی، آن‌ها را اقتضا می‌کند و محصول علم حضوری هستند. (نه علم حصولی و

اكتسابی) نظیر حقیقت جویی، گرایش به خیر و فضایل انسانی، زیبایی دوستی، میل به کمال مطلق و...

#### ه) به معنای علم قلبی و فراحسی (شهودی)

از منظر روایات اسلامی، علم نافع، بیش از آن که علمی اکتسابی باشد، دانشی خداداد و از فیض های الهی به شمار می رود که بنا به لطف الهی در قلب های شایستگی که خداوند مصلحت بداند، گنجانده می شود. امام صادق علیه السلام در این زمینه و این که چگونه می توان به این علم نافع و قلبی دست یافت، می فرماید:

دانش به آموختن نیست، بلکه نوری است که در دل هر کس که خدای تبارک و تعالی بخواهد هدایتش کند، می افتد بنابراین، اگر خواهان دانش هستی، نخست حقیقت عبودیت را در جان خودت جويا شو و دانش را از طریق به کار بستن آن بجوی و از خداوند فهم و دانایی بخواه تا تو را فهم و دانایی دهد. (مجلسی، بی تا: ج ۲، ۱۷ و ۲۲۵؛ محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ۴۰۴)

چنین علم قلبی را می توان علم سودمند نامید. همان طور که پیامبر مکرم اسلام صلی الله علیه و آله و سلم در بیانی بدین مطلب تصریح نموده اند:

عِلْمٌ لَا يَنْتَفَعُ بِهِ كَنْزٌ لَا يَنْفَقُ مِنْهُ... الْعِلْمُ عِلْمَانِ عِلْمٌ بِاللِّسَانِ وَهُوَ الْحِجَّةُ عَلَى صَاحِبِهِ وَ عِلْمٌ بِالْقَلْبِ وَهُوَ النَّافِعُ لِمَنْ عَمَلَ بِهِ؛ (دبلمی، ۱۳۷۶: ج ۱، ۵۷)

دانشی که از آن بهره برده نشود مانند ثروتی است که از آن انفاق نمی شود... علم بر دو نوع است: یکی به زبان است، پس آن فایده ندارد، جز این که سبب اتمام حجت است و گفته می شود تو که می دانستی چرا عمل نکردی و دیگری علمی است که در قلب، که برای کسی که بدان عمل می کند، سودمند است.

نکته دیگر درباره علم قلبی بودن علم نافع، این است که چنین دانشی فراحسی بوده و منحصر در حواس پنج گانه و درک توسط آن ها نیست. در تأیید این مدعا، می توان به بیان امام صادق علیه السلام در «رساله هلیله»، خطاب به پزشک و دانشمند هندی اشاره نمود:

اگر بر نادانی خود پای فشاری، و چنان پنداری که دریافت چیزها جز به حواس میسر نشود، من تو را آگاه می‌کنم که حواس به خودی خود اشیا را درک نمی‌کنند، و راه شناختی برای حواس بدون قلب وجود ندارد. قلب است که راهنمای حواس است، و اشیایی که مدعی هستی قلب آن‌ها را از راه حواس ادراک می‌کند، در ادراک آن‌ها به وسیله حواس، قلب مؤثر اصلی است... می‌دانی چه بسا هستی همه یا برخی از حواس از میان می‌رود، و در این حال سنجش سود و زیان چیزها، چه امور پنهان و چه آشکار - با قلب است. و قلب است که (به استفاده از سودمند) فرمان می‌دهد، و (از چیزهای زیان‌بخش) باز می‌دارد. و امر نهی او نافذ است، و داوری او درست درمی‌آید... آیا این را نمی‌دانی که پس از نابود شدن حواس قلب باقی خواهد ماند؟ (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۲۶)

#### و) به معنای علمی کاربردی

دانش فاقد عمل و بدون کاربرد، علمی سودمند نیست، بلکه دانش‌های کاربردی را می‌توان در زمره علوم نافع به حساب آورد، همچنان‌که کاربردی شدن علوم، به توسعه و رشد و پیشرفت آن‌ها نیز خواهد افزود. امام علی علیه السلام در این باره اظهار فرموده است:

انفع العلم ما عمل به؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۵۲۹)

نافع‌ترین علم، دانشی است که بدان عمل شود.

العلم رشد لمن عمله به؛ (دیلمی، ۱۳۷۶: ج ۱، ۵۴)

علم، برای کسی که به آن عمل کند، مایه رشد است.

ایشان در نکوهش آموزش علم غیرسودمند می‌فرماید:

اشدّ التّاس عذاباً یوم القیامة من علّم علماً فلم ینتفع به؛ (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۲۹)

شدیدترین عذاب‌ها در روز قیامت، نصیب کسی می‌شود که علم غیرسودمندی را آموزش می‌داده است.

البته علم کاربردی به معنای علم پراگماتیستی و عمل‌گرای صرف نیست، بلکه

همان طور که توضیح داده شد منظور علمی است که بدان عمل می شود و غیر سودمند و مهمل نیست.

### ز) به معنای علمی غالب بر هواهای نفسانی

نبی مکرم اسلام، علمی را که بر هواهای نفسانی فائق شود، را علم نافع دانسته و فرموده است:

من غلب علمه هواه فذلك علم نافع؛ (طبرسی، ۱۳۸۵: ۸۵)  
هر که دانشش بر هوشش چیره آید، این دانش، دانشی سودمند است.

### ح) به معنای عقلانی و مطابق با عقلانیت

از روایات اسلامی می توان فهمید که میان علم نافع و عقل، تلازم دو جانبه ای برقرار است، به همین دلیل یکی از معانی نافعیت و سودمندی علم، عقلانی بودن آن و تطابق آن با معیارهای عقلایی و سیزده عقلاست. اساساً در تفکر اسلامی، امور خیر با علم و عقلانیت درک می شوند و میان دیانت و عقلانیت نیز، تلازم مستقیمی برقرار است<sup>۱</sup> و علم نیز به مثابه چراغ هدایت گر عقل به شمار آمده است.<sup>۲</sup>

علامه مجلسی نیز در کتاب شریف بحار الانوار و در شرح برخی روایات اهل بیت علیهم السلام، عقل را با علم نافع یکی دانسته است. وی در جلد اول و در باب «حقیقت عقل و کیفیت و شروع آفرینش آن»، در این باره چنین نوشته است:

وفی بعض الأخبار یطلق العقل علی نفس العلم النافع المورث للنجاة  
المستلزم لحصول السعادات؛ (مجلسی، بی تا: ج ۱، ۹۶)  
و در برخی اخبار، عقل به نفس علم نافع اطلاق شده است، علمی که نتیجه و حاصل آن، نجات و مستلزم دست یابی به سعادت است.

۱. این معنا در این حدیث از پیامبر صلی الله علیه و آله آمده است: «انما یدرک الخیر بالعقل، ولا دین لمن لا عقل له». (مجلسی، بی تا: ج ۷۷، ۱۵۸)

۲. امام علی علیه السلام فرمود: «العلم مصباح العقل». (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۷، ۴۴۸)

## برخی ویژگی‌های علم نافع

در آموزه‌های روایی، علم نافع دارای خصوصیات و شاخصه‌های متعددی است که به اختصار، برخی از آن‌ها یادآوری می‌شود:

### الف) علم نافع در مسیر عبودیت الهی و احیای دین

یکی از اهداف و خصوصیات دانش نافع در روایات، حرکت در جهت عبودیت الهی و احیای دین و پاسداشت شعائر اسلامی است و صاحبان چنین دانشی در مرتبه‌ای پایین‌تر از انبیا قرار می‌گیرند. پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرموده است:

من طلب باباً من العلم لیحیی به الإسلام کان بینه و بین الانبیاء درجة فی الجنة؛ (عبدالقومی مندری، ۱۴۲۲: خ ۲۸۸۳۳)

کسی که بابی از علوم را برای آن‌که اسلام را احیا کند، طلب نماید، مابین او و انبیا در بهشت، تنها یک درجه فاصله خواهد بود.

أَنَّ اللَّهَ يَطَّاعُ بِالْعِلْمِ وَيَعْبُدُ بِالْعِلْمِ وَ خَيْرُ الدُّنْيَا وَ الْآخِرَةِ مَعَ الْعِلْمِ وَ شَرُّ الدُّنْيَا وَ الْآخِرَةِ مَعَ الْجَهْلِ؛ (مجلسی، بی تا؛ ج ۱، ۲۰۴)

به درستی که خداوند با علم، اطاعت می‌شود و با علم پرستیده می‌گردد و خیر دنیا و آخرت با علم است و شر دنیا و آخرت با جهل به دست می‌آید.

امام کاظم علیه السلام در بیانی تفصیلی، دانش را شامل شناخت خداوند و نعمات و خواسته‌های پروردگار و نحوه صیانت از دیانت می‌داند. ایشان می‌فرماید:

دانش مردمان را در چهار چیز یافتم: نخست این‌که پروردگار خود را بشناسی، دوم این‌که بدانی که با تو چه خوبی‌ها کرده است، (و به تو چه نعمت‌ها داده است، از نعمت هستی گرفته تا دیگر نعمت‌ها)، سوم این‌که بدانی از تو چه خواسته است، و چهارم آن‌که بدانی چه چیز تو را از دین بیرون می‌برد، و گمراه می‌کند. (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۱۳)

### ب) آموزش علم نافع؛ از برترین معروف‌های اسلامی

در روایات اسلامی، از تعلیم دانش‌های سودمند، به عنوان یک معروف بسیار مهم و بزرگ یاد شده و از سوی دیگر نافعیت علم، مشروط به تعلیم آن گشته است.

همچنان که امام علی علیه السلام در نامه ۳۱ *نهج البلاغه* در فرازی از وصیت نامه خویش به فرزندش امام حسن علیه السلام می فرماید:

اعلم انه لا خير في علم لا ينفع ولا تنتفع بعلم لا يحق تعلمه؛ (شريف رضى،  
۱۳۸۱: نامه ۳۱، ۳۷۷)

بدان که به درستی که خیری در علمی که از آن سودی برده نمی شود وجود ندارد و علمی هم که قابل یادگیری نیست نیز فاقد انتفاع و بهره‌گیری است.

امیر مؤمنان علیه السلام در فرازهای زیبا، اهمیت و مقام والای تعلیم علم نافع را به عنوان یک معروف و عمل بسیار نیکو، به تفصیل یادآور شده و ضمن تشبیه آن به واجبات مهمی مانند جهاد، عبادت، و...، تحقق بهینه بسیاری از این واجبات و بسیاری از معروفات و مستحبات اسلامی و حتی اطاعت الهی را وابسته به علم آموزی دانسته اند:

تعلم العلم فان تعلمه حسنة و مدارسته تسبیح، و البحث عنه جهاد، و تعلیمه لمن لا یعلمه صدقة و هوانیس فی الوحشة، و صاحب فی الوحدة، و سلاح علی الاعداء، و زین الاخلاء، و یرفع الله به اقواماً یجعلهم فی الخیر ائمة یقتدی بهم، ترمق اعمالهم و تقتبس آثارهم؛ (مجلسی، بی تا: ج ۱، ۱۶۶)<sup>۱</sup>

دانش بیاموزید، زیرا که آموختن دانش ثواب و حسنه است و مذاکره اش تسبیح و جست و جوی آن جهاد و یاد دادنش به کسی که آن را نمی داند، صدقه است. دانش انیس خلوت و یار تنهایی و حربه ای علیه دشمن و زیور دوستان خداوند است. خداوند به واسطه دانش مردمانی را بلند مرتبه گرداند و آن‌ها را پیشوای خوبی‌ها کند که به آن‌ها تاسی جویند و کردارشان مورد توجه قرارگیرد و آثارشان اقتباس شود.

بالعلم یطاع الله و یعبد و بالعلم یرفع الله و یوحد و بالعلم توصل الراح و به یرفع الحلال و الحرام، العلم امام العقل و العقل تابعه، یلهمه السعداء و یحرمه الاشقیاء؛ (همو)

۱. این حدیث از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز نقل شده است. (نک: مجلسی، بی تا: ج ۱، ۱۷۱)



با علم، خداوند یکتا اطاعت و پرستش می‌شود و توحید باورمند می‌گردد، به وسیله علم، صلح ارحام انجام می‌شود و حلال و حرام الهی شناخته می‌گردد. علم جلودار عقل بوده و عقل تابع آن است. سعادت‌مندان از علم الهام گرفته و اشقیاء از علم محروم می‌شوند.

همچنان‌که امام علی علیه السلام بیان داشته است که انفاق هر چیزی از آن می‌کاهد مگر علم، که چنین نیست (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۴۶۹) و آموزش علم، قوی‌ترین چیزی است که سبب تثبیت و اتقان علم انسان می‌گردد.<sup>۱</sup> و تزکیه و پاکیزگی عقل از نتایج آن است.<sup>۲</sup>

شایان ذکر است که در روایات اسلامی، آموزش و تعلیم، عالی‌ترین صدقه و بخشش به حساب آمده است.<sup>۳</sup> و بر این نکته تصریح شده است که:

من علم علما فله اجر من عمل به الی یوم القیمة؛ (مجلسی، بی‌تا: ج ۱، ۲۰۶)  
کسی که علمی را به دیگری بیاموزد، تا روز قیامت اجر عمل‌کننده بدان علم، به او تعلق خواهد گرفت.

### ج) اتصاف به علم نافع از صفات متقین

در آموزه‌های اسلامی میان علم نافع و تقوا تعامل مستقیم وجود دارد و اتصاف به علم نافع از صفات متقین به شمار آمده است و می‌توان استنباط کرد که میان تقوا و علم، رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. این برداشت به خوبی از خطبه ۱۹۳ نهج البلاغه، قابل دریافت است و امام علی علیه السلام در این خطبه که در شرح سیمای پرهیزکاران و اوصاف متقین است به موضوع علم نافع هم اشاره نموده‌اند. در فراز اول این خطبه و بعد از حمد و ستایش خداوند و این‌که معصیت

۱. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «علم الناس علمک و تعلم علم غیرک، فتکون قد اتقنت علمک و علمت ما لم تعلم.» (مجلسی، بی‌تا: ج ۷۸، ۱۱۱)

۲. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «اعون الاشیاء علی تزکیة العقل، التعلیم.» (عبدالقومی مندری، ۱۴۲۲: خ ۲۸۸۰۹؛ محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۴۷۱)

۳. «ما تصدق الناس بصدقة افضل من علم ینشر.» (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ۴۶۹)

گناهکاران و اطاعت مؤمنان برای خداوند، زیان یا سودی ندارد، امام علیه السلام در توصیف پرهیزکاران، برخورداری و بهره‌مندی آن‌ها را از علم نافع مورد تأکید قرار داده و فرموده است:

... فالتقون فيها هم اهل الفضائل: منطبقهم الصواب، و ملبسهم الاقتصاد، و مشيهم التواضع، غصوا ابصارهم عما حرم الله عليهم، و وقفوا اسماعهم على العلم النافع لهم...

... اما پرهیزکاران، در دنیا دارای فضیلت‌های برترند، سخنانشان راست، پوشش آن‌ها میانه‌روی، و راه رفتنشان با تواضع و فروتنی است. چشمان خود را بر آن چه خدا حرام کرده می‌پوشانند، و گوش‌های خود را وقف دانش سودمند کرده‌اند....

باید افزود که عالم برخوردار از دانش نافع و سودبخش در مسیر نور و تقوای الهی است به همین خاطر نظر به وجه وی، عبادت شمرده شده است.<sup>۱</sup>

#### د) اتصاف و همراهی علم نافع با حلم و بردباری

امام علیه السلام در فرزادهای بعدی خطبه ۱۹۳ یا همان خطبه همام، پرهیزکاران بهره‌مند از علم نافع را به دانشمندان بردبار و نیکوکاران باتقوا، قلمداد نموده است:

و اما النهار فحلما علماء، ابراراً اتقياء. قد برأهم الخوف بَرَى القِداح ...  
پرهیزکاران در روز، دانشمندانی بردبار، و نیکوکارانی باتقوا هستند که ترس الهی آنان را چونان تیر تراشیده، لاغر کرده است.

#### ه) علم نافع؛ علمی در جهت صلاح و مصالح دینی و دنیایی

از منظر روایات علم نافع علمی است که در جهت و در خدمت مصالح دینی و دنیایی باشد. همان‌طور که امام علی علیه السلام فرموده است:

ثمرة العلم العمل للحياة. (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۱، ۶: ۴۹۹)

۱. پیامبر صلی الله علیه و آله فرمود: «النظر الى وجه العالم، عبادة». (مجلسی، بی تا: ج ۱، ۱۹۵)

که به تعبیری گسترده‌تر، بدین معناست که ثمره و محصول علم، باید تبدیل به عملی برای حیات و زندگی مادی و معنوی شود. این معنا به خوبی در فرآزی بلند از خطاب امام صادق علیه السلام به شاگردش مفضل، ذکر شده است، آن جا که امام فرموده است:

ای مفضل! به خاطر داشته باش که دانستن چه چیزهایی بر آدمی روا گشته، و دانستن چه چیزهایی منع شده است. دانستن آن چه را که در آن، صلاح دین و دنیای انسان است به وی ارزانی داشته‌اند. از جمله آن چه صلاح دین وی در آن است، شناختن خدای متعال است، با دلایل و شواهدی که در آفرینش برپا است، شناختن وظایف لازم در دادگری نسبت به همهٔ مردمان، نیکویی کردن دربارهٔ پدر و مادر، گزاردن امانت، کمک رسانی به دوستان و همانند این‌ها از چیزهایی که شناختن و قبول کردن آن‌ها در طبع و فطرت هرامتی، از موافق و مخالف، وجود دارد.

و به همین گونه به آدمی دانش هر چه را صلاح دنیای وی در آن است ارزانی داشته‌اند، همچون کشاورزی و درختکاری، بهره‌برداری از زمین‌ها، دامداری، بیرون آوردن آب از دل زمین، شناخت گیاه‌های دارویی، کان‌هایی که انواع گوهرها از آن‌ها به دست می‌آید، کشتی‌رانی و دریانوردی، غواصی در دریا برای بیرون آوردن گوهر، فنون شکار جانوران صحرائی و دریایی و پرندگان، صنعت و صنعتگری، بازرگانی و سوداگری و جز این‌ها، که شمار آن فراوان است و شرح آن به درازا می‌کشد و همهٔ آن‌ها وسیلهٔ بهتر شدن کار در این جهان است. بنابراین به آدمی اجازهٔ تحصیل علمی که به وسیلهٔ آن‌ها دین و دنیای خود را اصلاح کند داده‌اند و از دانستن آن چه که نه در شأن او است و نه توانایی دانستن آن را دارد، او را باز داشته‌اند، مانند علم غیب و آن چه در آینده خواهد شد، و بعضی از آن چه پیش‌تر وقوع یافته است ...

پس بنگر، که چگونه به انسان دانش همهٔ آن چه برای دین و دنیایش بدان نیازمند است داده شده، و جز این بر او پوشیده مانده است ... (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۱۹)

## ویژگی‌ها و بایسته‌های عالمان و طالبان علم

در روایات اسلامی به خوبی و گسترده‌گی صفات پسندیده و ناپسند عالمان و

متعلمان بیان شده است که در حقیقت بیان‌گر دایره معروفات و منهیات اسلامی در حیطه علم‌آموزی است. صفات مزبور در این روایات یا به صورت کلی و یا به صورت جزئی و موردی اشاره گردیده‌اند.

### الف) ویژگی‌های کلی

در روایات و آموزه‌های روایی، فرازهای کلی وجود دارد که صفات حمیده و شایسته را برای عالمان و متعلمان برشمرده است که ابتدا صفات کلی و ارجمند عالمان، مورد اشاره قرار می‌گیرد:

پیامبر خدا ﷺ در این باره فرموده است:

بِنِعْمِي لِلْعَالَمِ اِنْ يَكُونُ قَلِيلُ الضَّحْكَ، كَثِيرُ الْبِكَاءِ، لَا يَمَازِحُ، وَلَا يَصَاحِبُ، وَلَا يَمَارِي، وَلَا يَجَادِلُ، اِنْ تَكَلَّمَ تَكَلَّمَ بِحَقٍّ، وَ اِنْ صَمَتَ، صَمَتَ عَنِ الْبَاطِلِ، وَ اِنْ دَخَلَ، دَخَلَ بِرَفْقٍ، وَ اِنْ خَرَجَ، خَرَجَ بِحِلْمٍ؛ (عبدالقوی مندری، ۱۴۲۲: خ ۲۹۲۸۹)

زبینه است که دانشمند کم‌بخندد، بسیار بگرید، شوخی نکند، داد و فریاد نکند، ستیزه ننماید، بحث و مجادله نکند، اگر سخن گفت سخن حق بگوید و اگر خاموش ماند، از باطل خاموشی گزیند، اگر وارد بحث شد با ملایمت وارد شود و اگر از بحث کنار کشید با بردباری کنار کشد.

امام علی عليه السلام هم، برخی صفات مزبور را چنین برشمرده است:

لَا يَكُونُ الْعَالِمُ عَالِمًا حَتَّى لَا يَحْسَدَ مِنْ فَوْقِهِ، وَلَا يَحْتَقِرَ مِنْ دُونِهِ، وَلَا يَأْخُذَ عَلِيٌّ عِلْمَهُ شَيْئًا مِنْ حَطَامِ الدُّنْيَا؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ج ۶، ص ۴۹۵)

عالم، عالم نیست مگر آن‌گاه که به فرادست خود رشک نوزد، فرودست خود را کوچک نشمارد و درازای (آموختن) دانش خود چیزی از متاع بی‌ارزش دنیا نگیرد.

اِنَّ الْعَالِمَ ثَلَاثَ عِلَامَاتٍ: الْعِلْمُ، وَالْحِلْمُ، وَالصَّمْتُ؛ (کلینی، ۱۳۶۲: ج ۱، ص ۳۷؛ مجلسی، بی‌تا: ج ۲، ۵۹)

عالم را سه نشانه است: دانش، بردباری و خاموشی.

امیرمؤمنان عليه السلام در فراز بسیار زیبایی دیگری، منشور ارزشمندی را برای علم نافع و

علم پژوهی، ارائه می دهند و می فرماید:

سر علم فروتنی است، و چشم آن پاکیزه بودن از رشک ... و عقل آن شناخت اسباب امور، و پرهیزگاری از ثمره های آن است و دوری گزیدن از هوای نفس، و دامن فروچیدن از گناهان، و دوست داشتن برادران و سخن شنیدن از دانشمندان ... و زشت شمردن نزدیکی به باطل، و نیکو شمردن پیروی از حق، و راست گفتن، و پرهیز کردن از شادی های غافلانه، و از کارهای پشیمانی آور. علم بر عقل کسی که فرزانه است می افزاید، و در آموزنده خویش صفات پسندیده پدید می آورد... و آزمندی را فرومی نشاند، و مکر را از میان می برد، و بخل را می کشد، و جانور وحشی آزاد را اسیر می کند، و راه راست دور از دسترس را نزدیک می سازد. (حکیمی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۱۲۸؛ کلینی، بی تا: ج ۱، کتاب فضل العلم، باب النوادر)

اما در روایات گسترده ای هم حقوق عالمان بر متعلمین و دانش پژوهان بیان شده است، از جمله امام علی علیه السلام اظهار فرموده است:

از جمله حقوق شخص دانشمند بر تو این است که (هرگاه در میان جمعی بود) بر همگان سلام کنی و به او نیز اختصاصاً سلام گویی، روبه رویش بنشین، در حضور او با دست و چشم و ابرو اشاره نکنی، در مخالفت با نظر او نگویی: «فلانی چنین گفته است» نزد او از کسی غیبت نکنی، در مجلسش درگوشی صحبت نکنی، جامه اش را نگیری، اگر خسته بود، در سؤال کردن اصرار نوری، از طول مجالسش به تنگ نیایی، زیرا حکایت همنشینی با او حکایت درخت خرمایی است که انتظار می کشی تا کی از آن چیزی برای تو بیفتد، همانا پاداش مؤمن دانشمند بیش تر از روزه دار شب زنده داری است که در راه خدا بجنگد هر گاه دانشمند بمیرد، رخنه ای در اسلام پدید آید که تا قیامت چیزی آن را نبندد. (عبدالقوی مندری، ۱۴۲۲: خ ۲۹۳۶۳، ۲۹۳۶۴؛ محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ۴۰۰)

امام سجاد علیه السلام نیز به زیبایی، حقوق اساتید و دانشمندان را بر شاگردانشان، تبیین کرده اند:

حق استاد تو این است که به او احترام بگذاری، محضرش را موقر داری،

با دقت به سخنانش گوش بسیاری، رویت به او باشد و به او توجه نمایی، صدایت را بر او بلند نکنی، هرگاه کسی از او سؤال کند تو جواب ندهی، بلکه بگذاری خودش جواب دهد، در محضر او با کسی سخن نگوئی، در حضور او از کسی غیبت نکنی، اگر پیش تو از او بدگویی شود، از وی دفاع کنی، عیب‌هایش را بپوشانی، خوبی‌ها و صفات نیکش را آشکار سازی، با دشمن او همنشینی نکنی و با دوستش دشمنی نوری، هرگاه این کارها را کردی فرشتگان خدا درباره‌ات گواهی دهند که تو برای رضای خدای بلند نام، نه برای مردم، نزد آن استاد رفته‌ای و دانش او را فرا گرفته‌ای. (صدوق، ۱۳۶۲: ج ۱، ۵۶۷؛ مجلسی، بی‌تا: ج ۲، ۴۲؛ محمدی ری شهری، ۱۳۸۳: ۴۰۱)

حق شاگرد تو این است که بدانی خداوند، به واسطه علم و دانشی که به تو داده و از خزانه‌های (دانش) خود برای تو گشوده، تو را سرپرست شاگردانت ساخته است. بنابراین، اگر مردم را خوب آموزش دهی و با آنان درستی و بد رفتاری نکنی و از تعلیمشان به ستوه نیایی، خداوند از فضل خود بر دانش تو بیفزاید، اما اگر دانش خود را از مردم مضایقه کنی یا وقتی برای آموختن دانش نزد تو آمدند با ایشان درستی و بد رفتاری کنی، بر خدای عزوجل سزاوار است که علم و شکوه آن را از تو بگیرد و جایگاه تو را از دل مردم بیندازد. (ابن ابی‌جمهور، ۱۴۰۳: ج ۴، ۵۴ و ۷۴)

## ب) ویژگی‌های موردی

برخی از صفات پسندیده نیز چه برای عالمان و چه برای دانش‌پژوهان، به صورت موردی در روایات آمده است که اجمالاً به برخی از آن‌ها اشاره می‌شود:

### یکم. حرص‌ورزی در تعلّم و دانش‌پژوهی

در خطبه ۱۹۳ نهج البلاغه، در اوصاف پرهیزکاران، حرص‌ورزی در علم‌آموزی از صفات متقین به شمار آمده است:

و من علامة اَحدَهم انک تری له قوّة فی دین و حزمًا فی لین و ایمانًا فی یقین و حرصًا فی علم و علماً فی حلم؛ (شریف‌رضی، ۱۳۸۱: ۲۹۶)

ویکی از نشانه‌های پرهیزکاران این است که او را این‌گونه می‌بینی: در

دین‌داری نیرومند، نرم‌خو و دوراندیش است. دارای ایمانی پراز یقین،  
حریص در کسب دانش، با داشتن علم بردبار.

### دوم. برخورداری از نرم‌خویی و ملایمت در تعلیم و تعلم

پیامبر ﷺ در این زمینه فرموده است:

لَيْتَنُوا لِمَن تَعْلَمُونَ وَلِمَن تَتَعَلَّمُونَ مِنْهُ؛ (مجلسی، بی‌تا؛ ج ۲، ۶۲)  
با کسانی که به آن‌ها آموزش می‌دهید و یا از آن‌ها علم فرامی‌گیرید به  
نرم‌خویی و ملایمت رفتار نمائید.

همچنین امام علی علیه السلام سرآمد و رأس علم را رفاقت و مدارا و رأس جهالت را  
ایجاد شکاف و اختلاف می‌دانند.<sup>۱</sup>  
امام صادق علیه السلام هم فرموده است:

علی العالم اذا علّم ان لا یعنف، و اذا علّم ان لا یأنف؛ (ابی فراس، بی‌تا؛  
ج ۱، ۸۵)  
بر دانشمند است، که هرگاه آموزش دهد، درستی و خشونت نکند و هر  
گاه کسی بخواهد به او علم آموزد، ننگش نیاید.

### سوم. ضرورت تفهم، تدبّر و تأمل‌ورزی در علم‌آموزی

در آموزه‌های روایی هیچ علمی مانند تفکر نیست<sup>۲</sup> (شریف رضی، ۱۳۸۱: ۴۷۰)  
و مکرراً بر ضرورت تفهم، تدبّر و تأمل‌ورزی در علم‌آموزی تأکید شده است، از  
جمله پیامبر خدا ﷺ فرموده است:

كونوا للعلم وعاء ولا تكونوا له رواة؛ (عبدالقومی مندری، ۱۴۲۲: خ ۲۹۳۳۵)  
دریابنده علم باشید، نه روایت‌کننده آن.

همة العلماء الوعایة، و همة السفها الروایة؛ (همو: خ ۲۹۳۳۷)  
اهتمام دانایان به فهمیدن است و اهتمام نادانان به روایت کردن.

۱. «رأس العلم الرفق، رأس الجهل الخرق.» (محمدی ری‌شهری، بی‌تا؛ ج ۶، ۵۲۸)

۲. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «لا علم كالتفكر.» (شریف رضی، ۱۳۸۱: حکمت ۱۱۳)

### چهارم. ضرورت کتابت و ثبت نوشته‌ها در علم‌آموزی

موضوع حفظ و ثبت نوشته‌ها و دریافت‌های علمی دارای نقش انکارناپذیری در اکتساب و رشد دانش می‌باشند تا جایی که امام علی علیه السلام، نگاهشته‌های عالمان و دانش‌پژوهان را به مثابه عیار سنجش دانش و عقلانیت آن‌ها به حساب آورده‌اند، فرموده است:

کتابة العالم میزان عقله؛ (محمدی ری شهری، بی تا: ج ۶، ۴۴۵)  
نگارش و نگاهشته‌های عالم، میزان و معیار عقل وی است.

### پنجم. ضرورت سخت‌کوشی و تحمل سختی و مشقت و ذلت در علم‌آموزی

دانش‌پژوهی نیازمند سعی و تلاش‌های طاقت‌فرسای بسیاری است به همین دلیل، جهدورزی و پشت‌کار در کسب دانش مورد توصیه اکید روایات اسلامی است، همچنان‌که پیامبر صلی الله علیه و آله فرموده است:

من لم یصر علی ذلّ التعلّم ساعةً بقى فی ذلّ الجهل ابداً؛ (مجلسی، بی تا: ج ۷۷، ۱۶۴)  
کسی که ساعتی ذلت را در کسب دانش برنمی‌تابد، تا ابد در ذلت جهالت باقی خواهد ماند.

امام علی علیه السلام هم اظهار می‌دارند که:

لا یدرک العلم بالراحة الجسم؛ (محمدی ری شهری، بی تا: ج ۶، ۵۳۵)  
دانش، با تن‌آسایی به دست نمی‌آید.

### صفات مذموم (منکرات و منهیات) در علم‌آموزی

صفات مذموم و نهی‌شده بسیاری در روایات آمده است تا عالمان و دانش‌پژوهان از آن‌ها احتراز ورزند. از جمله امام علی علیه السلام فرموده است:

خذوا من العلماء ما بدالکم، وایکم ان تبطلوه الخصال أربع لثباهو به العلماء،  
او تماروا به السفهاء أتراوا به فی المجالس، أو تصرفو وجوه الناس الیکم  
لترؤس؛ (مجلسی، بی تا: ج ۲، ۳۱)



از علم هرآنچه که برایتان پیش می‌آید فراگیرید و زنده‌ای که آن را برای چهار کار بیاموزید: برای فخرفروشی برعلما، یا ستیزه کردن با نادانان، یا خودنمایی در مجالس، یا جلب کردن توجه مردم به خود و ریاست کردن بر آن‌ها.

برخی دیگر از این صفات ناپسند در حوزه علم‌آموزی بدین شرح است:

### الف) ریاکاری، شهرت‌طلبی و فریب‌کاری

پیامبر خدا ﷺ در مذمت علم‌آموزی با هدف ریاکاری، شهرت‌طلبی و فریب‌کاری فرموده‌اند:

من تعلم العلم رياءً و سمعة يريده به الدنيا نزع الله برکتہ و ضيق عليه معيشته و وكله الله الى نفسه و من وكله الله الى نفسه هلك؛ (همو: ج ۷۷، ۱۰۰)

هر کس دانش را برای ریا و شهرت‌طلبی بیاموزد و هدفش از آن دنیا باشد، خداوند برکتش را از او بگیرد و زندگیش را بر او تنگ سازد و او را به خودش واگذارد و هر کس که خداوند او را به خودش واگذارد، هلاک شود.

من ابتغى العلم ليخدع به الناس لم يجد ریح الجنة؛ (همو: ۷۶)

کسی که به علم برای فریب مردم روی آورد، رایحه بهشت را استشمام نخواهد نمود.

### ب) ارتزاق ناروا (استئکال) از علم

در روایات اسلامی، ارتزاق ناروا یا استئکال از علم مذمت شده است، که در حقیقت به معنای بهره و ارتزاق نامشروع مادی و غیرمادی از علم توسط عالم‌نمایی است که بی بهره از دانش هستند که یکی از مصادیق بارز چنین افرادی، در عصر فعلی کسانی هستند که از مدارک جعلی و عناوین تقلبی علمی برای فریب مردم و تحصیل منافع خویش استفاده می‌کنند. در حدیثی از امام صادق علیه السلام روایت شده که در این باره فرمود: «هر کس علم خود را وسیله ارتزاق قرار دهد، نیازمند می‌شود.» راوی می‌گوید: عرض کردم: فدایت شوم! در میان

شیعیان و دوست داران شما گروهی هستند که دانش های شما را فرا می گیرند و آن ها را در میان شیعیان شما پخش می کنند و به سبب این کار به آن ها احسان و هدیه و احترام می شود. حضرت فرمود:

ليس اولئك بمستأكلين، إنما المستأكل بعلمه الذي يفتى بغير علم ولا هدى  
من الله عزوجل ليبتل به الحقوق طمعاً في حطام الدنيا؛ (همو: ج ۲، ۱۱۷)  
اینان ارتزاق کننده نیستند، بلکه ارتزاق کننده به علم کسی است  
که بی آن که از علمی برخوردار باشد و از جانب خدای عزوجل هدایتی  
یافته باشد، برای پایمال کردن حقوق و رسیدن به حطام دنیوی،  
فتوا دهد.

از سوی دیگر، در روایات، استئکال از علم نیز شامل مواردی هم گشته است که  
عالمی در پاسخ به نیاز مردم در فهم دین، علم خویش را مخفی نماید و با مباحثات  
و با ظفره رفتن از پاسخ به آن ها و انجام احتکار علوم خویش، از ایشان مزد طلب  
کند و سرنوشت این صنف از عالم نمایان، علاوه بر گرفتاری در فقر، مسخ چهره در  
قیامت، و سقوط در آتش دوزخ آن هم با لجامی آتشین، عنوان شده است.  
(محمدی ری شهری، بی تا، ج ۶، ۴۷۴ - ۴۷۶)

### ج) کتمان علم نافع در آموزش

همان طور که در آیات الهی موضوع کتمان علم نافع مذمت و تقبیح شده است<sup>۲</sup>  
در روایات نیز، همین رویکرد ملاحظه می گردد. به عنوان مثال نبی مکرم اسلام  
می فرماید:

من کتم علماً نافعاً عنده الجمعة الله يوم القيامة بلجام من النار؛ (عبدالقومی  
مندری، ۱۴۲۲: خ ۲۹۱۴۴)  
هر کس که علم نافع خود را کتمان کند، خداوند در روز قیامت، به  
دهانش لجامی از آتش خواهد زد.

۱. قال ابا عبد الله عليه السلام: «من استأكل بعلمه افتقر».

۲. برای نمونه نک: بقره: ۱۵۹ و ۱۷۴.

همچنین امام علی علیه السلام، کاتم علم نافع را جاهل شمرده است.<sup>۱</sup>

## نتیجه

این پژوهش در پی پرسش از ماهیت علم زمینه‌ساز و مقبول و ممدوح در منابع اسلامی و بایسته‌ها و شاخصه‌های اصلی آن بود و این‌که اساساً جامعه و دولت زمینه‌ساز و مراکز علمی باید به دنبال چگونه علمی در بسترسازی ظهور بوده و معلمان و متعلمان «منتظر»، از چه ویژگی‌های باید برخوردار باشند؟

مستندات روایی ارائه شده مبین بایسته‌ها، شاخصه‌ها، و راهبردهای علمی جامعه و حکومت زمینه‌ساز بوده و بیان‌گر آن است که منظور از علم متعالی، مقبول و ممدوح در روایات اسلامی، علم نافع است و این علم و ویژگی‌های آن، مانند در مسیر عبودیت الهی، عقلانی، کاربردی و خیر بودن و برخورداری از خصیصه اصلاح‌گری و هماهنگی با فطرت و ضدیت آن با هواهای نفسانی و...، به خوبی در آموزه‌های روایی تعریف شده است و این تعاریف از علم نافع، در بردارنده نوعی مهندسی و الگوسازی برای اکتساب و آموزش و تعلم و تعلیم دانش در جامعه و حکومت زمینه‌ساز است. همچنان‌که در سیره نظری و عملی حضرت مهدی علیه السلام و دولت ایشان نیز، علم و معرفت‌خواهی و اقتران آن با فرهنگ توحیدی، عبودیت، تقوا، اصلاح‌گری و مقابله با هواهای نفسانی موج می‌زند.

بر مبنای توضیحات و مستندات مندرج در این نوشتار و نتایج این پژوهش، می‌توان به خوبی و روشنی نقش علمی دانشگاه‌ها و حوزه‌های علمیه را در زمینه‌سازی ظهور تبیین نمود و از راهکارهای مهم علم‌آموزی صحیح و منطبق با آموزه‌های اسلامی، در عرصه‌های علمی، دانشگاهی و حوزوی و در راستای آماده‌سازی ظهور، سود جست.

۱. «من کتم علماً فکانه جاهل به.» (مجلسی، بی‌تا: ج ۲، ۶۷)

## منابع

۱. ابن ابی جمهور، محمد بن زین الدین، *عوالی اللئالی*، قم، مطبعة سيد الشهداء علیّه السلام، ۱۴۰۳ق.
۲. ابن ابی فراس، وزام، *تنبيه الخواطر ونزهة النواظر (مجموعه وزام)*، قم، مكتبة فقيه، بی تا.
۳. اخوان کاظمی، بهرام، *نگرش های نو به آموزه مهدویت*، قم، انتشارات مؤسسه آینده روشن، ۱۳۸۷ش.
۴. \_\_\_\_\_، «تبیین نقش راهبردی فرهنگ در زمینه سازی ظهور»، فصل نامه علمی پژوهشی مشرق موعود، ش ۱۳، بهار ۱۳۸۹ش.
۵. حکیمی، محمد رضا، *الحیة*، ترجمه: احمد آرام، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۰ش.
۶. دیلمی، شیخ حسن، *ارشاد القلوب الی الصواب*، ترجمه: سید عباس طباطبایی، قم، جامعه مدرسین، چاپ پنجم، ۱۳۷۶ش.
۷. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، *مفردات الفاظ القرآن*، بیروت، دارالکتاب العربی، بی تا.
۸. شریف رضی، محمد بن حسین، *نهج البلاغه*، ترجمه و شرح: محمد دشتی، قم، مؤسسه انتشارات حضور، ۱۳۸۱ش.
۹. \_\_\_\_\_، *نهج البلاغه*، ترجمه: صبحی صالح، بیروت، بی تا، ۱۳۸۷ق.
۱۰. صافی گلپایگانی، لطف الله، *منتخب الاثر*، قم، مکتبه داوری، بی تا.
۱۱. صدوق، محمد علی بن بابویه، *الخصال*، قم، جامعه مدرسین، ۱۳۶۲ش.
۱۲. \_\_\_\_\_، *الامالی*، بیروت، اعلمی، چاپ پنجم، ۱۴۰۰ق.
۱۳. \_\_\_\_\_، *عیون اخبار الرضا علیه السلام*، شرح: محمد تقی اصفهانی مشهور به آقا نجفی، تهران، اسلامیة، ۱۳۶۳ق.
۱۴. طباطبایی، سید محمد حسین، *المیزان فی تفسیر القرآن*، قم، انتشارات اسماعیلیان، بی تا.
۱۵. طبرسی، علی بن حسن، *مشکاة الانوار فی غرر الاخبار*، نجف، مطبعة حیدریه، ۱۳۸۵ق.

۱۶. عبد القومى مندرى، عبد العظيم، الترغيب والترهيب، بيروت، دارالترث العربى، ۱۴۲۲ق.
۱۷. فيض كاشانى، ملا محسن، مهجة البيضاء فى تهذيب الاحياء، شرح: على اكبر غفارى، قم، انتشارات اسلامى، بى تا.
۱۸. كفعمى، ابراهيم بن على، مصباح الكفعمى، قم، منشورات اسماعيليان، بى تا.
۱۹. كلينى، محمد بن يعقوب، الكافى، تهران، اسلاميه، چاپ دوم، ۱۳۶۲ش.
۲۰. \_\_\_\_\_، اصول كافى، ترجمه: سيد جواد مصطفوى، تهران، كتاب فروشى اسلاميه، بى تا.
۲۱. متقى، على بن حسام الدين، كنز العمال فى سنن الاقوال والافعال، بيروت، دارالكتب العلميه، ۱۴۲۴ق.
۲۲. مجلسى، محمد باقر، بحار الأنوار الجامعة لدرر أخبار الأئمة الأطهار، تهران، انتشارات اسلاميه، بى تا.
۲۳. \_\_\_\_\_، مهدى موعود، (ترجمه جلد سيزدهم بحار الأنوار)، ترجمه: على دوانى، تهران، انتشارات دارالكتب الاسلاميه، ۱۳۶۸ش.
۲۴. محمدى رى شهرى، محمد، ميزان الحكمة، قم، مركز النشر مكتب الاعلام الاسلامى، بى تا.
۲۵. \_\_\_\_\_، ميزان الحكمة، ترجمه: حميد رضا شايخى، تهران، دارالحدیث، ۱۳۸۳ش.
۲۶. يزدى حائرى، على، الزام الناصب فى اثبات الحجّة الغائب، تهران، نشر داود، ۱۳۷۹ش.



## ظرفیت‌ها و محدودیت‌های رسانه در جامعه و دولت زمینه‌ساز ظهور منجی موعود

دکتر سید محمد مرتضوی\*

### چکیده

از جمله تحولات جهانی که بر اساس متون دینی باید رخ دهد، قیام جهانی امام عصر<sup>ع</sup> است. بر اساس اندیشه دینی، هیچ تحولی در جامعه بشری رخ نمی‌دهد، مگر آن‌که ابتدا تحولی در انسان‌ها ایجاد گردد. از طرفی بر اساس نظر دانشمندان علوم اجتماعی، خاستگاه تحولات اجتماعی رسانه‌های ارتباط جمعی هستند. از این رو برای ایجاد آمادگی در انسان‌ها و مشارکت آنان در قیام جهانی حضرت مهدی<sup>ع</sup> نیازمند به‌کارگیری رسانه‌های ارتباط جمعی هستیم. با این حال، پرسش اساسی این است که ظرفیت‌ها و محدودیت‌های این رسانه‌ها چیست؟

مقاله حاضر با بررسی ابعاد سخت‌افزاری و نرم‌افزاری رسانه‌های ارتباط جمعی و ظرفیت‌ها و محدودیت‌های آن‌ها به این نتیجه رسیده است که نمی‌توان در راستای تحول جهانی قیام حضرت مهدی<sup>ع</sup> به آن‌ها آمیدی بست، ولی با توجه به تعریف رسانه که عبارت است از هر

پدیده‌ای که عامل انتقال فکر و فرهنگ باشد، در جهان اسلام رسانه‌های مغفول شده‌ای وجود دارد که در صورت بهره‌برداری درست، بسیار کارآمدتر از رسانه‌های موجود هستند. این رسانه‌ها در سه بخش مراسم (مانند حج، نماز، عید فطر، نماز جماعت، جلسات مذهبی)، اماکن (مانند کعبه، مشاهد و مساجد) و مناسبت‌ها (مانند عاشورا، اربعین، فاطمیه، شهادت‌ها و ولادت‌ها) بررسی و ظرفیت‌ها و محدودیت‌های هر یک مشخص شده است.

### واژگان کلیدی

رسانه، رسانه‌های مشهور، رسانه‌های مغفول، ظرفیت‌ها، محدودیت‌ها.

### مقدمه

برخی در تعریف رسانه گفته‌اند: مقصود از رسانه یا وسایل ارتباط جمعی وسایلی هستند که مورد توجه تعداد کثیری بوده و از تمدن‌های جدید به وجود آمده‌اند. البته این تعریف دقیق نیست؛ زیرا این‌گونه وسایل، محدود و منحصر به وسایل ارتباط جمعی نیستند. افزون بر این، وسایل ارتباط جمعی، به چند رسانه مشهور محدود نیست. بنابراین به نظر ما رسانه عبارت است از هر وسیله یا شیء یا شخصی که عامل ارتباط و انتقال فکر، عقیده و فرهنگی باشد.

با توجه به تعریفی که از رسانه ارائه کردیم، می‌توان رسانه‌ها را به دو گروه مهم - مشهور و مغفول - تقسیم کرد.

### رسانه‌های مشهور

رسانه‌های مشهور، ابزاری به شمار می‌روند که در سطح جهان و افکار عمومی به رسانه مشهورند. این نوع رسانه‌ها از نظر سخت‌افزاری عبارتند از: ۱. شبکه‌های رادیویی، ۲. شبکه‌های تلویزیونی، ۳. خبرگزاری‌ها، ۴. روزنامه‌ها، ۵. مجلات، ۶. مؤسسات، ۷. اینترنت.

به جز اینترنت، هر یک از این ابزارها با توجه به حوزه کاری و نوع فعالیت، انواع



متعددی از قبیل سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، خبری و... دارند که بسیار گسترده هستند و از نظر نوع مخاطب، قدرت پیام‌رسانی، تأثیرگذاری بر مخاطب و... متفاوتند که بررسی این مسائل از موضوع این مقاله خارج است.

از نظر نرم‌افزاری نیز این ابزار را گروه‌هایی بدین شرح تغذیه می‌کنند:  
۱. خبرنگاران، ۲. روزنامه‌نگاران، ۳. گویندگان، ۴. هنرمندان، ۵. سیاست‌مداران، ۶. سرمایه‌داران، ۷. نظامیان، ۸. دانشمندان و...

با توجه به افکار، اندیشه‌ها، اهداف، نیازها و تفاوت شخصیت این گروه‌ها و وابستگی، استقلال و نوع نگاه آن‌ها به جهان و انسان، محتوای تولیداتشان بسیار متفاوت است. از این رو می‌توان گفت آن‌چه در این رسانه‌ها توسط گروه‌های یاد شده تولید می‌شود، بیش‌تر در راستای اهداف خود آن‌هاست، تا در راستای صلاح و سعادت انسان‌ها.

### مالکیت رسانه‌ها

از نظر مالکیت و تأمین بودجه می‌توان رسانه‌های یاد شده را به چند گروه تقسیم کرد:

#### ۱. رسانه‌های دولتی

مقصود از رسانه‌های دولتی، رسانه‌هایی هستند که با بودجه دولتی ایجاد و اداره می‌شوند. مالکیت این نوع رسانه‌ها در اختیار دولت است.

#### ۲. رسانه‌های عمومی

رسانه‌های عمومی، رسانه‌هایی هستند که از پشتیبانی دولت بهره می‌برند و به میزان کمک‌هایی که دولت به آن‌ها می‌کند، بر آن‌ها نظارت دارد. این رسانه‌ها در مالکیت و سلطه دولت‌ها نیستند، بلکه بیش‌تر هزینه‌های خود را از طریق کمک‌های مردمی، حق اشتراک عمومی، ارائه خدمات و... تأمین می‌کنند.

### ۳. رسانه‌های خصوصی یا شخصی

مقصود از رسانه‌های خصوصی یا شخصی رسانه‌هایی هستند که افراد، احزاب، گروه‌ها و... آن‌ها را ایجاد می‌کنند و با بودجه شخصی اداره می‌شوند و مالکیت این نوع رسانه‌ها در اختیار مؤسسان آن‌هاست. بسته به تنوع مالکیت رسانه‌ها و اهدافی که مؤسسان از راه‌اندازی آن‌ها دارند، تولیداتشان متفاوت و در راستای اهداف آنان خواهد بود.

بی‌گمان در دنیای پیچیده سیاست در سطح بین‌الملل بسیاری از رسانه‌ها توسط قدرت‌های بزرگ و سرمایه‌داران بین‌المللی ایجاد شده، در راستای منافع آن‌ها تلاش می‌کنند، ولی برای تأثیرگذاری بیش‌تر، ادعای استقلال و مردمی بودن دارند.

#### ظرفیت‌ها

رسانه‌های یاد شده ظرفیت‌های متفاوتی دارند که شرح آن‌ها به درازا می‌کشد، ولی همه آن‌ها دارای ظرفیت‌های مشترکی هستند که به ذکر این نوع ظرفیت‌ها می‌پردازیم:

#### ۱. سرعت انتقال

یکی از ظرفیت‌های رسانه‌های یاد شده سرعت انتقال است. گرچه همه آن‌ها در این ظرفیت یکسان نیستند، ولی در مقایسه با رسانه‌های مغفول از سرعت انتقال برخوردارند؛ به‌ویژه اینترنت که در کوتاه‌ترین زمان ممکن، مطلب را به مخاطبان خود در سراسر جهان منتقل می‌کند.

#### ۲. جذابیت پیام

یکی از ویژگی‌های رسانه‌های مشهور، جذابیت پیام آن‌هاست؛ یعنی آن‌ها با به‌کارگیری شیوه‌های هنری، صوت، تصویر، رنگ‌آمیزی و شناخت مخاطب، پیام را به گونه‌ای ارائه می‌کنند که دارای جذابیت بوده، مخاطبان را تحت تأثیر قرار

می دهد. جذابیت بعضی از آن ها را می توان در حد سحر و جادو دانست.

### ۳. تأثیرگذاری سریع و قوی

یکی از ظرفیت های این رسانه ها، تأثیرگذاری سریع و قوی است. این رسانه ها به دلیل کاربرد فنون و روش های گوناگون تبلیغی و بهره گیری از کارشناسان قوی رسانه ای و رعایت اصول روان شناسی، جامعه شناسی و... به سرعت مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار می دهند و به دلیل داشتن جذابیت، تأثیر آن ها قوی است.

### ۴. وسعت حوزه نفوذ

از جمله ظرفیت های این رسانه ها، وسعت حوزه نفوذ یا کارکرد آن ها است. البته حوزه نفوذ هر یک از این رسانه ها متفاوت است و در این میان، اینترنت از حوزه نفوذی بسیار گسترده و جهان شمول برخوردار است.

### ۵. تنوع پیام ها

مقصود از این ظرفیت، آن است که هرگونه پیام سیاسی، اقتصادی، فرهنگی، نظامی، دینی و... را می توان از طریق آن ها منتقل کرد. گرچه هر یک از این رسانه ها با توجه به کاربردی که برای خود تعریف کرده اند در حوزه خاصی فعالیت می کنند، ولی در مجموع از طریق این رسانه ها هر نوع پیام زشت و زیبا، سعادت آورو شقاوت آور، سودمند و زیان بار و... را می توان به مخاطبان منتقل کرد.

### ۶. در دسترس بودن

یکی از ظرفیت های این رسانه ها، در دسترس بودن آن ها است، به گونه ای که هر لحظه مخاطب اراده کند می تواند از آن ها استفاده کند. گرچه در کیفیت استفاده نیز هر یک با دیگری تفاوت هایی دارند. برای مثال، روزنامه، رادیو، تلویزیون و اینترنت در دسترس مخاطبان هستند، ولی کیفیت دسترسی به آن ها متفاوت است.

افزون بر ظرفیت های مشترک رسانه ها، هر یک از ظرفیت های خاصی نیز

برخوردارند که طرح آن‌ها به درازا می‌کشد.

### محدودیت‌ها

رسانه‌های یاد شده در کنار ظرفیت‌هایی که دارند، دارای محدودیت‌هایی نیز هستند که استفاده از آن‌ها را با مشکلاتی روبه‌رو می‌کند. محدودیت‌های این رسانه‌ها نیز بعضی اختصاصی و برخی مشترک است که در این‌جا به محدودیت‌های مشترک آن‌ها اشاره می‌کنیم:

#### ۱. وابستگی به احزاب، اشخاص و گروه‌ها

یکی از محدودیت‌های رسانه‌ها، وابسته بودن به اشخاص، احزاب و گروه‌هاست. این نوع رسانه‌ها به دلیل وابستگی در برنامه‌ریزی‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و روش‌ها از سیاست‌های حاکم بر احزاب و گروه‌ها و اشخاص پیروی می‌کنند، چه این رسانه‌ها داخل کشور اسلامی باشند و چه در خارج. بنابراین اگر احزاب و گروه‌ها دغدغه فرهنگ مهدویت را داشته باشند می‌توان از این‌گونه رسانه‌ها در راستای گسترش فرهنگ مهدویت استفاده کرد، وگرنه در این زمینه قابل استفاده نیستند.

#### ۲. وابستگی به قدرت‌ها و کارتل‌ها و کمپانی‌های بین‌المللی

یکی دیگر از محدودیت‌های این رسانه در خارج کشور، وابستگی آن‌ها به قدرت‌های جهانی و کارتل‌های بین‌المللی است و به دلیل وابستگی به قدرت‌ها اعم از قدرت‌های سیاسی، اقتصادی، نظامی و... برنامه‌ریزی‌ها، سیاست‌گذاری‌ها و روش‌ها در راستای تأمین منافع آن‌ها خواهد بود و حاضر نیستند خارج از آن چهارچوب کار کنند. بایک بررسی اجمالی روشن می‌شود که رسانه‌های بین‌المللی وابسته به قدرت‌ها، به ویژه صهیونیست‌ها هستند. (رنجبران، ۱۳۸۸: ۲۲۴ - ۲۳۷)

### ۳. نفوذ قدرت‌ها

یکی دیگر از محدودیت این است که به دلیل نقش حساس رسانه در سطح بین‌الملل و زیاده‌خواهی قدرتی‌ها، اگر رسانه‌ای بخواهد در دنیا مستقل عمل کند، مخالفان و رقبای آن که قدرت‌ها و کارتل‌های بین‌المللی هستند با نفوذ دادن عوامل و مزدوران خود در درون این رسانه، در درازمدت آن‌ها را منحرف می‌کنند، یا به شیوه‌های متفاوت کار را به جایی می‌رسانند که آنان ورشکست شده، کار را ادامه ندهند. (همو)

### ۴. محدودیت پیام

از جمله محدودیت‌های این‌گونه رسانه‌ها محدودیت پیام است؛ یعنی هر رسانه‌ای با توجه به مالکان آن و سرمایه‌ای که برای آن در نظر گرفته‌اند، در راستای تأمین اهداف آن‌ها فعالیت می‌کند و پیام آن‌ها جهت خاصی دارد و با فرهنگ مهدویت بیگانه است. از این رو پیام مهدویت در راستای پیام‌رسانی آن‌ها قرار نمی‌گیرد.

### ۵. ضعف محتوا

با توجه به تفاوت شخصیت تولیدکنندگان اندیشه و فکر و برنامه و به‌ویژه نداشتن اندیشه دینی و تربیتی، نیروهایی که در این‌گونه رسانه‌ها برنامه تولید می‌کنند، نه تنها در راستای فرهنگ مهدویت فعالیت نمی‌کنند بلکه چه بسا به دلیل تضاد فرهنگ مهدویت با منافع ستم‌گران و زورگویان، این‌گونه رسانه‌ها همه تلاش خود را برای حذف فرهنگ مهدوی به کار می‌گیرند.

### ۶. دغدغه تأمین معیشت

یکی از محدودیت‌های رسانه‌های مشهور، آن است که همه کسانی که در بخش نرم‌افزاری این رسانه‌ها فعالیت می‌کنند مشکل تأمین هزینه زندگی را دارند. بنابراین بر فرض سلامت فکری و روحی و شایستگی آنان برای تلاش در جهت

گسترش فرهنگ مهدویت، به دلیل وابستگی مالی به این مؤسسات نمی‌توانند وظیفه خود را درست انجام دهند.

با توجه به محدودیت‌های یاد شده ما نمی‌توانیم به رسانه‌های بین‌المللی نسبت به گسترش فرهنگ مهدویت امیدوار باشیم. گرچه می‌توانیم به صورت محدود و بسیار ظریف با انتشار مقالات، مصاحبه‌ها، سخنرانی‌ها و فیلم‌هایی که هنرمندانه تولید شده باشند، از این رسانه‌ها استفاده کنیم که بدین منظور سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی بلند مدت و سرمایه‌گذاری کلان اجتناب‌ناپذیر است. چنان‌چه بخواهیم خود به تأسیس این‌گونه رسانه‌ها اقدام کنیم با چند محدودیت جدی به شرح زیر روبه‌رو هستیم:

#### ۱. تأمین بودجه

با توجه به هزینه کلان راه‌اندازی، گسترش و تداوم فعالیت این‌گونه رسانه‌ها، تأمین بودجه آن کار بسیار دشوار است.

#### ۲. تأمین نیروی انسانی متخصص و متعهد

محدودیت دیگری که در راه‌اندازی این‌گونه رسانه‌ها وجود دارد در بخش تولید محتواست، به گونه‌ای که بتوانند با رسانه‌های با سابقه و قدرتمند رقابت کنند. سوگمندان باید گفت با این‌که بیش از سی سال از پیروزی انقلاب اسلامی می‌گذرد هنوز مسائل دینی و فرهنگی، آن‌گونه که باید و شاید مورد توجه جدی مسئولان و دولت‌ها نبوده و نیست. در نتیجه نتوانسته‌ایم در جبهه جنگ نرم، به اندازه‌ای که تهاجم فرهنگی و به گفته مقام معظم رهبری - دام‌ظله‌العالی - قتل عام فرهنگی را دفع کند، نیرو تربیت کنیم، به ویژه در حوزه سینما، تئاتر و... و نیروهای موجود در این حوزه‌ها در داخل این کشور، نه تنها شایسته کار جدی در حوزه فرهنگ مهدوی نیستند، بلکه چه بسا در تضاد با فرهنگ دینی تلاش جدی می‌کنند. متأسفانه گاهی به مراسم رسمی از قبیل: جشنواره فیلم فجر و برندگان آن، این واقعیت تلخ

را بر ملا می سازد.

### ۳. ضعف مدیریت

یکی دیگر از ضعف‌ها یا به تعبیری محدودیت‌ها در این حوزه، نداشتن مدیران شایسته در این عرصه است. اگر ما در این سی سال و اندی که از پیروزی انقلاب اسلامی سپری شده است، مدیران شایسته‌ای در حوزه وزارت ارشاد و سازمان‌ها و نهادهای متولی برنامه‌های فرهنگی کشور می‌داشتیم، با این همه استعداد و انگیزه‌ای که در جوانان کشورمان وجود دارد - چنان‌که در هشت سال دفاع مقدس آن را به نمایش گذاشتند - باید در حوزه جنگ نرم - با این همه تأکیدات مقام معظم رهبری (حفظه الله) - امروز لشکرهای آماده‌ای داشته باشیم، ولی درمندانمان باید گفت نه تنها چنین لشکرهایی وجود ندارد، بلکه انگیزه ایجاد آن هم در بیش‌تر دست‌اندرکاران به چشم نمی‌آید.

به نظر می‌رسد مهم‌ترین ضعفی که در این زمینه وجود دارد، غفلت و بی‌توجهی از این نیاز است، وگرنه چنان‌چه این احساس در دست‌اندرکاران وجود داشته باشد می‌توان راه‌هایی یافت که حتی بدون استفاده از بودجه‌های دولتی، اقدام به این کار کرد؛ برای مثال، زکات به عنوان بودجه‌ای عمومی است که براساس فقه اسلامی یکی از موارد مصرف آن، «فی سبیل الله» است.

﴿إِنَّمَا الصَّدَقَاتُ لِلْفُقَرَاءِ وَالْمَسْكِينِ وَالْعَامِلِينَ عَلَيْهَا وَالْمُؤَلَّفَةِ قُلُوبُهُمْ وَفِي الرِّقَابِ وَالْغَارِمِينَ وَفِي سَبِيلِ اللَّهِ وَأَبْنِ السَّبِيلِ فَرِيضَةً مِّنَ اللَّهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ﴾. (توبه: ۶۰)

فقهای اسلامی نیز در تعیین مصداق «سبیل الله» ساختن پل، جاده و... را یاد کرده‌اند. (غروی، ۱۴۲۸: ج ۲۴، ۱۱۲؛ طوسی، ۱۴۲۸: ج ۱، ۳۴۴) با این وصف، آیا نشر اندیشه مهدویت و تبلیغ از بقیه الله و شناساندن او کم‌تر از ساختن پل و جاده است؟ با این‌که در روایات ما تأکید شده است که اگر کسی که بمیرد و امام زمانش را نشناسد به مرگ جاهلی از دنیا رفته است. به عنوان نمونه، امام باقر علیه السلام می‌فرماید:

من مات و لیس له امام، فمیتته میتة جاهلیة و من مات و هو عارف لامامه  
لم یضره تقدم هذا الامر و تأخر و من مات و هو عارف لامامه کان کمن هو  
مع القائم فی فسطاطه؛ (کلینی، ج ۲، ۱۹۸؛ صدوق، ۱۳۸۲: ج ۲، ۶۹۵؛ قمی، ۱۴۲۲:  
ج ۱، ۱۲۸)

هر کس بمیرد و امامی نداشته باشد مرگش مرگ جاهلی است و هر کس  
امامش را بشناسد برایش ضرری ندارد که آن قیام جهانی در زمان او اتفاق  
بیفتد یا بعد از او هر کس بیمرد، در حالی که امام زمانش را می شناسخته  
است همانند کسی خواهد بود که در خیمه امام عصر علیه السلام همراه اوست.

یا آن که یکی از موارد مصرف زکات «مؤلفه قلوبهم» است. بسیاری از فقهای  
اسلام تصریح کرده اند که باید مصادیق «مؤلفه قلوبهم» از کفار باشند. (طوسی،  
۱۴۲۸: ج ۱، ۲۴۹؛ عاملی، بی تا، ۱۹۴) و «مؤلفه قلوب» کسانی هستند که با دریافت  
زکات، در مبارزه با کفار با مسلمانان همکاری می کنند یا به مسلمان شدن تمایل  
پیدا می کنند. (خمینی، ۱۳۹۰: ج ۱، ۳۳۶؛ کرکی، ۱۴۰۸: ج ۳، ۳۱؛ حلّی، ۱۴۱۴:  
ج ۵، ۲۵۰؛ عاملی، ۱۴۱۰: ج ۵، ۲۱۳؛ ابن قدامه، ۱۴۰۵: ج ۲، ۲۸۱؛ حکیم، ۱۳۹۷: ج ۹،  
۲۴۶؛ جزیری، ۱۴۰۶: ج ۱، ۶۲۱) این بدان معناست که به نفع اسلام ما را یاری کنند.  
یا آن که موقوفات با این گستردگی در اختیار ماست، ولی ما نتوانسته ایم آن ها را  
درست هدایت کنیم. به راستی آیا غذا دادن به مردم و سیر کردن شکم آن ها مهم تر  
است، یا تبلیغ اسلام و امام زمان علیه السلام؟ ما اگر بتوانیم این موقوفات را درست هدایت  
کنیم و مردم را آگاه و آشنا کنیم که در چه مواردی وقف کنند، می توانیم تحول  
جهانی ایجاد کنیم. دشمنان ما از همین شیوه ها استفاده کرده اند. برای مثال،  
جورج سورس - میلیاردر امریکایی و صاحب بنیاد و فروشگاه های زنجیره ای  
سورس در جهان - اموال خود را وقف تغییر و براندازی حکومت های مخالف  
امریکا نموده است. از جمله روش های او پرداخت هزینه و تأمین بودجه مورد نیاز  
اپوزیسیون و گروه ها و اعطای بورس تحصیلی، تأسیس NGO و نشریات و  
رسانه های واقعی و مجازی است (رنجبران، ۱۳۸۸: ۲۲) و بابت تغییرات حکومتی



در اکراین مبلغ هفتاد میلیون دلار هزینه کرده است. (همو: ۱۱۶) او با این روش چندین حکومت را سرنگون کرده است. به هر حال، چرا ما نتوانسته‌ایم با موقوفات گسترده‌ای که در اختیار داریم و با ترویج فرهنگ درست آن، در راستای تبیین و نشر آموزه‌های مهدوی اقدام کنیم.

## رسانه‌های مغفول

با توجه به تعریفی که از رسانه ارائه کردیم مقصود از رسانه‌های مغفول، رسانه‌هایی است که در فرهنگ اسلامی، به ویژه در فرهنگ شیعی وجود دارد، ولی از ظرفیت‌های آن‌ها غافلیم یا آن‌که نتوانسته‌ایم به درستی از آن‌ها استفاده کنیم. این نوع رسانه‌ها را می‌توان به سه دسته تقسیم کرد:

### ۱. مراسم

مقصود از رسانه بودن مراسم این است که از این مراسم می‌توان به عنوان ابزاری برای تبلیغ مهدویت استفاده کرد. این مراسم گوناگون هستند که به چند نمونه آن اشاره می‌کنیم:

### الف، حج

حج مراسمی است که با توجه به ظرفیت بالایی که دارد می‌توان به عنوان یک رسانه قوی از آن استفاده کرد.

خداوند به حضرت ابراهیم علیه السلام دستور داد مردم را به حج دعوت کند تا شاهد منافع خودشان باشند.

﴿وَأَذِّنْ فِي النَّاسِ بِالْحَجِّ يَأْتُوكَ رِجَالًا وَعَلَى كُلِّ ضَامِرٍ يَأْتِينَ مِنْ كُلِّ فَجٍّ عَمِيقٍ \* لِيَشْهَدُوا مَنَافِعَ هُمْ وَيَذْكُرُوا اسْمَ اللَّهِ فِي أَيَّامٍ مَّعْلُومَاتٍ عَلَى مَا رَزَقْتَهُمْ مِنْ بَهِيمَةِ الْأَنْعَامِ فَكُلُوا مِنْهَا وَأَطِيعُوا أَلْبَائِسَ الْفَقِيرِينَ﴾. (حج: ۲۷ - ۲۸)

زمخشری می‌گوید:

خداوند در آیه یاد شده واژه منافع را نکره آورده است؛ زیرا مقصود خداوند

از این منافع، منافع دنیوی و اخروی بوده است که در عبادات دیگر یافت نمی‌شود. (زمخشری، ۱۴۱۵: ج ۳، ۱۵۲)

او از شافعی نقل می‌کند که پیش از انجام اعمال حج، به برتری بقیه عبادات بر حج باور داشت، ولی پس از آن‌که به حج رفت منافع حج را مشاهده کرد معتقد شد که حج برترین عبادت است. (همو)  
علامه طباطبایی رحمته‌الله ذیل آیه می‌فرماید:

لام در «لِشْهَدُوا» یا برای تقلیل است یا غایت. در هر صورت، تأمین منافع مسلمانان از ویژگی‌های مهم حج است. (طباطبایی، ۱۹۷۴: ج ۱۴، ۴۰۵)

آن‌گاه ایشان بعضی از منافع را که در مراسم حج تأمین می‌شود بیان می‌نماید که نقل آن‌ها به درازا می‌کشد. علامه نیز بر این باور است که منافع حج به منافع اخروی اختصاص ندارد بلکه، منافع دنیوی را نیز دربر می‌گیرد. حتی ایشان حل مشکلات سیاسی مسلمانان را در مراسم حج جزء منافع حج می‌داند. (همو)

در روایات نیز بر این نکته تأکید شده است که منافع حج به منافع اخروی اختصاص ندارد، بلکه شامل منافع دنیوی نیز می‌شود؛ برای مثال، ربیع بن خثیم می‌گوید: شاهد بودم که امام صادق علیه السلام به شدت مریض بود و توان طواف کردن نداشت. سوار بر محمل طواف می‌کرد و همین که به رکن یمانی رسید، دستور می‌داد او را بر زمین بگذارند و دستش را به زمین می‌کشید و می‌فرمود محمل را بلند کنند و چون در تمام دورها چنین عمل کرد. نزدیک شدم و عرض کردم: ای فرزند رسول خدا، فدایت شوم، این کار برای شما بسیار سخت است! فرمود: من از خداوند شنیده‌ام که می‌فرماید:

﴿لِشْهَدُوا مَنَافِعَ لَهُمْ﴾ فَقُلْتُ: مَنَافِعَ الدُّنْيَا أَوْ مَنَافِعَ الْآخِرَةِ؟ فَقَالَ: الْكُلُّ. (همو: ۴۱۴)

رسول خدا صلی الله علیه و آله با استفاده از این رسانه مهم توانست مقدمات هجرت به مدینه را فراهم کند. آن حضرت با استفاده از آزادی که در مراسم حج وجود داشت و

قریش نمی‌توانست جلوی کارهای او را بگیرد، به تبلیغ اندیشه خود پرداخت و در مراسم حج عده‌ای از یثربیان را یافت و آنان مسلمان شدند. در سال بعد باز در مراسم حج با یثربیان پیمان عقبه اول را بست. (ابن اثیر: ج ۲، ۹۴) و در سال دیگر باز در مراسم حج توانست پیمان عقبه دوم را ببندد و مقدمات هجرت را فراهم کند. (همو: ۹۸)

### ظرفیت‌ها

مراسم حج ظرفیت‌های فراوانی دارد که به بعضی از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

#### ۱. انگیزه قوی برای شنیدن حق

با توجه به این‌که حاجی با انگیزه زیارت خانه خدا از شهر و دیار خود کوچ کرده و با پوشیدن لباس احرام و گفتن تلبیه قصد توبه و بازگشت به سوی خدا را دارد، انگیزه‌اش برای شنیدن آن‌چه او را به خدا نزدیک کند بسیار قوی است و باید از این انگیزه در راستای تبلیغ مهدویت استفاده کرد.

#### ۲. آمادگی روحی

انسان‌ها از نظر روحی شرایط متفاوتی دارند و اگر این شرایط درست درک نشود تبلیغات تأثیری نخواهد داشت. امام علی علیه السلام می‌فرماید:

ان للقلوب اقبالاً و ادباراً... (شریف رضی، بی‌تا: حکمت ۳۱۲)

در مراسم حج به دلیل شرایط مکانی و زمانی و احساسات روحانی و معنوی که در آن جا بروز می‌کند، انسان‌ها از نظر روحی آمادگی بسیاری برای پذیرش تبلیغات دینی دارند.

#### ۳. اوقات فراغت

یکی از ظرفیت‌های حج این است که حاجیان در آن جا اوقات فراغت بسیاری دارند و به دلیل دوری از کار و شغل و زندگی و... خود به دنبال پرکردن این اوقات

فراغت هستند و از آن جا که احساس می‌کنند در شهر و دیار خود به دلیل رفتاری‌های زندگی نتوانسته‌اند به مسائل روحی و معنوی خود توجه کنند و احساس کمبود شدیدی می‌کنند، بسیار تمایل دارند با تبلیغات دینی اوقات فراغت خود را پر کنند.

#### ۴. گستره پیام‌رسانی

مخاطبان حج از سراسر جهان اسلام در مراسم حج حضور می‌یابند و از آن جا که هر نفر آنان از یک روستا و یک شهر و... هستند و به دلیل آداب و رسوم اجتماعی از قبیل: زیارت و استقبال از زائران خانه خدا و... در بازگشت از سفر افراد بسیاری به دیدن آن‌ها می‌آیند و از سؤال‌های ابتدایی آنان این است که در مکه چه خبر بود؟ بدین سان اگر به حاجیان پیامی منتقل شود، آنان به سرعت این پیام را به سراسر جهان اسلام می‌رسانند و به دلیل آن که گیرندگان پیام در هر دو جا، هم در مکه و هم در شهر و دیار حاجیان، از آمادگی روحی و انگیزه قوی برای دریافت پیام برخوردار هستند، پیام می‌تواند تأثیر بسیار خوبی داشته باشد.

#### ۵. تأثیر معنوی

شرایط زمانی و مکانی از نظر تأثیر بسیار متفاوت هستند. مراسم حج از تأثیر ویژه‌ای برخوردار است، تا آن جا که خداوند به آن سوگند خورده است:

﴿وَالْفَجْرِ\* وَبِالْآيَاتِ الْكُوفِرِ\* وَالشَّفْعِ وَالْوَتْرِ\* وَاللَّيْلِ إِذَا يَسِرُ﴾. (فجر: ۱-۴)

این ایام را روزهای دهه اول ذی‌حجه می‌دانند که آغاز مراسم حج است. (کاشانی، ۱۳۹۳: ۲، ۸۱۵)

همچنین دستور به یاد کردن زیاد خداوند در این مراسم داده شده است:

﴿لَيْسَ عَلَيْكُمْ جُنَاحٌ أَنْ تَبْتَغُوا فَضْلًا مِّن رَّبِّكُمْ فَإِذَا أَقَضْتُمْ مِّنْ عَرَفَاتٍ فَأَذْكُرُوا اللَّهَ عِنْدَ الْمَشْعَرِ الْحَرَامِ وَاذْكُرُوهُ كَمَا هَدَاكُمْ وَإِنْ كُنْتُمْ مِّن قَبْلِهِ لَمِن الضَّالِّينَ﴾.  
(بقره: ۱۹۸)

﴿إِذَا قُضِيَتْ مِنْ مَنَاسِكِكُمْ فَاذْكُرُوا اللَّهَ كَذِكْرِكُمْ آبَاءَكُمْ أَوْ أَشَدَّ ذِكْرًا فَمِنَ النَّاسِ  
مَنْ يَقُولُ رَبَّنَا آتِنَا فِي الدُّنْيَا وَمَا لَهُ فِي الْآخِرَةِ مِنْ خَلْقٍ﴾. (بقره: ۲۰۰)

﴿وَإِذْ كُرُوا اللَّهَ فِي أَيَّامٍ مَعْدُودَاتٍ فَمَنْ تَعَجَّلَ فِي يَوْمَيْنِ فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ وَمَنْ تَأَخَّرَ  
فَلَا إِثْمَ عَلَيْهِ لِمَنِ اتَّقَىٰ وَاتَّقُوا اللَّهَ وَاعْلَمُوا أَنَّكُمْ إِلَيْهِ تُحْشَرُونَ﴾. (بقره: ۲۰۳)

و از آن جا که ذکر خداوند تأثیر خاصی می‌گذارد و رحمت خداوند شامل حاجیان می‌شود، این رحمت زمینه هدایت بیش تر آنان را فراهم می‌آورد؛ چنان‌که در روایات بسیاری آمده خداوند هر لحظه امواج هدایت خود را به سوی حاجیان گسیل می‌دارد؛ به عنوان نمونه:

عن ابی عبد الله علیه السلام قال: ان الله تبارك و تعالی جعل حول الكعبة عشرين و  
مأة رحمة منها ستون للطائفین و أربعون للمصلین و عشرون للناظرین.  
(عاملی، ۱۴۱۰: ج ۱۳، ۲۶۳)

#### ۶. فروریختن امتیازات طبقاتی

بعضی از مسلمانان در شهر و دیار خود به دلیل امتیازات ویژه‌ای که دارند از قبیل موقعیت اجتماعی، امتیازات اقتصادی و... خود را نسبتاً تافته‌ای جدا بافته فرض می‌کنند و حاضر نیستند در شهر و دیار خود در مراسم مذهبی شرکت کنند. بدین سبب این گروه از اطلاعات دینی کم‌تری برخوردارند و گاه به دلیل همان ویژگی‌های اعتباری خجالت می‌کشند با پرس و جو بر معارف دینی خود بیفزایند، ولی در مراسم حج به دلیل فروریختن این امتیازات، به ویژه حال احرام و سه روز حضور در منی و عرفات، آنان آمادگی بیش‌تری برای کسب معارف دارند که این خود از ظرفیت‌های حج است.

#### ۷. گستره زمانی یا رسانه‌ای دائمی

مقصود ما از مراسم حج تنها حج واجب نیست، بلکه شامل عمره هم است. بنابراین یکی از ظرفیت‌های حج گستره زمانی آن است؛ یعنی در طول سال همیشه در آن جا زائر وجود دارد و می‌توان از این ظرفیت استفاده کرد.

## محدودیت‌ها

مراسم حج با همه ظرفیت‌هایی که دارد، دارای محدودیت‌هایی نیز است که بی‌توجهی به آن‌ها از ظرفیت‌های آن می‌کاهد. این محدودیت‌ها عبارتند از:

### ۱. نداشتن زبان تفاهم

یکی از محدودیت‌های مراسم حج این است که مخاطبان از مناطق مختلف و دارای زبان‌های مختلف هستند و این مسئله تعامل و ارتباط آنان را با یکدیگر با مشکل روبه‌رو می‌کند. گرچه ما باید تلاش کنیم زبان عربی را به عنوان زبان مشترک امت اسلامی نهادینه کنیم، ولی تا رسیدن به آن نقطه راهی بسیار دور در پیش است و راه نزدیک‌ترین است که زبان‌های مخاطبان را شناسایی و مبلغانی مسلط به زبان‌های رایج در دنیای اسلام برای ارتباط با آنان تربیت کنیم، تا بتوانند فرهنگ مهدویت را تبلیغ کنند.

### ۲. فرهنگ‌های متفاوت

بخشی از افکار، عقاید، آداب و رسوم انسان‌ها تحت تأثیر فرهنگ محیط شکل می‌گیرد و از طرفی حاجیان از مناطق مختلف و با فرهنگ‌های مختلف در مراسم حضور می‌یابند که این مسئله همراهی کامل با یکدیگر را دچار مشکل می‌کند.

### ۳. تفاوت حکومت‌ها

حکومت‌ها در شکل‌گیری افکار، عقاید، رفتار و... انسان‌ها تأثیر مهمی دارند؛ تا آن‌جا که امام علی علیه السلام فرمود:

إذا تَغَيَّرَ الزَّمانُ تَغَيَّرَ السُّلطانُ. (شریف رضی، بی‌تا: نامه ۳۱)

وقتی حاکم تغییر می‌کند گویا زمانه تغییر کرده است. از طرف دیگر، نوع حکومت‌ها در کشورهای اسلامی بسیار متفاوت است؛ از حکومت‌های سلطنتی گرفته تا مارکسیستی، جمهوری و... که این مسئله در نگاه حاجیان آن کشورها به مسائل تأثیرگذار است و مخاطبان را با برداشت‌های متفاوت روبه‌رو می‌کند.

#### ۴. تفاوت سطح آگاهی سیاسی

با توجه به مسئله پیش گفته، سطح شعور سیاسی مخاطبان در مراسم حج نیز کاملاً متفاوت است، به گونه‌ای که عده‌ای دخالت در سیاست را حرام و عده‌ای غیرمفید و عده‌ای بی‌فایده می‌دانند و عده‌ای نیز به دلایل امنیتی از دخالت در مسائل سیاسی هراس دارند. این نیز از محدودیت‌های همراه کردن آن‌هاست.

#### ۵. تفاوت مذهبی

با توجه به اختلاف فقهی که در دنیای اسلام وجود دارد، از مالکی، حنبلی، حنفی، شافعی، زیدی، اسماعیلی، شیعه امامی، علوی و... اختلافات فقهی آنان، همراه کردن آنان را با یکدیگر دچار مشکل می‌کند.

#### ۶. عدم آشنایی با حضرت مهدی علیه السلام

یکی از محدودیت‌های مراسم حج این است که به جز شیعیان کم‌تر مسلمانی را می‌توان یافت که با مباحث مهدویت آشنا باشد و اگر آشنایی مختصری دارند با مدعیان مهدویت است که این نوع مدعیان در دنیای اهل سنت بیش‌تر از دنیای شیعه یافت می‌شود.

#### ۷. حاکمیت وهابیت در عربستان

از جمله محدودیت‌های مهم در استفاده بهینه از مراسم حج برای گسترش فرهنگ مهدویت، حاکمیت وهابیت در عربستان است که مشکلات زیادی را برای حاجیان به وجود می‌آورد.

#### ۸. تبلیغات ضد شیعه

به دلیل نکته پیش گفته، تبلیغات ضد شیعه توسط حکومت سعودی و عوامل وابسته به آنان در داخل و خارج عربستان به اندازه‌ای زیاد است که شیعیان را به عنوان گروهی مشرک به دیگران معرفی کرده‌اند که بدین سبب همکاری دیگران با ما را با مشکل روبه‌رو می‌کند.

## ۹. احساس ناامنی

مسلمانانی که با ماهیت حکومت سعودی آشنا هستند، گرچه به دلیل موضع ضد استکباری و ضد صهیونیستی جمهوری اسلامی به ارتباط با شیعیان ایرانی و استفاده از افکار و اندیشه‌های آنان علاقه مند هستند، ولی با توجه به شناختی که از وهابیان دارند از ارتباط با ایرانیان پرهیز می‌کنند که این نیز محدودیت بزرگی برای ما محسوب می‌شود.

### ۱۰. نداشتن نیروی کارآمد

یکی از محدودیت‌های بزرگ ما در همه جا، کمبود متخصص در مباحث مهدوی است که بتوانند در این‌گونه اماکن و مراسم با آشنایی کامل نسبت به زبان، فرهنگ، مذهب و... مسلمانان، با آنان ارتباط برقرار کنند.

#### ب) عید فطر

یکی از مراسمی که از آن به عنوان یک رسانه می‌توان استفاده کرد، ولی تا کنون مغفول مانده است، مراسم عید فطر است که در سراسر دنیای اسلام وجود دارد. عید فطر نیز ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایی دارد که به دلیل رعایت حجم مقاله از طرح آن‌ها خودداری می‌کنیم.

#### ج) نماز جمعه

از جمله مراسمی که می‌توان از آن به عنوان یک رسانه استفاده کرد، نماز جمعه است. این مراسم نیز همانند عید فطر در سراسر دنیای اسلام کم و بیش وجود دارد و به دلیل پیش‌گفته، از طرح ظرفیت‌ها و محدودیت‌های آن چشم‌پوشی می‌کنیم.

#### د) نماز جماعت

از جمله مراسم قابل استفاده برای ترویج فرهنگ مهدوی، نماز جماعت است. این مراسم نسبت به دو مراسم پیش‌گفته، گستره بیش‌تری دارد، ولی از محدودیت‌های بیش‌تری هم برخوردار است که از طرح آن‌ها خودداری می‌کنیم.



## هـ، جلسات مذهبی

این نوع مراسم نیز کم و بیش در شهرها و روستاهای همه کشورهای اسلامی وجود دارد که می‌توان به عنوان یک رسانه از آن استفاده کرد، ولی تاکنون مغفول مانده است و بی‌شک این مراسم نیز دارای ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایی است.

### ۲. اماکن

با توجه به تعریف رسانه که پیش‌تر گفته شد، در دنیای اسلام اماکنی وجود دارد که از آن‌ها به عنوان رسانه می‌توان استفاده کرد، ولی تاکنون مغفول مانده است. این اماکن عبارتند از:

#### الف) کعبه

کعبه در دنیای اسلام خود رسانه‌ای بسیار قوی است. کعبه به دلیل قداست خاصی که دارد از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. خداوند در قرآن کعبه را سبب قیام مردم دانسته است:

﴿جَعَلَ اللَّهُ الْكَعْبَةَ الْبَيْتَ الْحَرَامَ قِيَامًا لِلنَّاسِ﴾. (مائده: ۹۷)

ابن‌منظور یکی از معانی قیام را ثبوت و پایداری می‌داند. (ابن‌منظور، ۱۳۶۳: ج ۱۲، ۴۹۷) راغب اصفهانی می‌گوید:

والقیام اسم لما يقوم به الشیء. (راغب اصفهانی، ۱۴۲۶: ۶۹۰)

قیام اسم برای چیزی است که باعث ماندگاری شیء می‌شود. علامه طباطبایی رحمته با توجه به تعریف راغب درباره قیام می‌گوید:

اگر انسان متفکری درباره جزئیات منافی که مردم از کعبه می‌برند از قبیل: صلح رحم، دیدن دوستان، انفاق نسبت به فقرا، سودتجار، دوستی نزدیکان و ناآشنایان، شناخت بیگانگان، نزدیک شدن دل‌ها، پاک شدن روح‌ها، تقویت نیروها، پشتیبانی ملت‌ها، برافراشته شدن نشانه‌های حق، زنده شدن دین و... بیندیشد، برکات زیادی خواهد دید و از این همه

برکت شگفت زده خواهد شد. (طباطبایی، ۱۹۷۴: ج ۶، ۱۵۲)

و چنان که یاد شد، در روایات نیز تأکید شده است این منافع به آخرت اختصاص ندارد؛ برای مثال، ابان بن تغلب می گوید: از امام صادق علیه السلام درباره معنای آیه یاد شده پرسیدم، حضرت فرمود:

جعل الله لدينهم و معاشهم. (همو: ۱۵۶)

شاید به دلیل اهمیت جایگاه رسانه‌ای کعبه باشد که قیام جهانی امام عصر علیه السلام از کعبه آغاز خواهد شد و این مسئله از مسلمات فرهنگ مهدویت است. با توجه به این که ظرفیت‌ها و محدودیت‌های کعبه تقریباً همان ظرفیت‌ها و محدودیت‌های حج است، آن را تکرار نمی‌کنیم.

#### ب) مدینه

مدینه به دلیل بارگاه نورانی پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله و سلم، مراقد ائمه بقیع علیهم السلام به رسانه‌ای بسیار قوی تبدیل شده است که می‌توان در بحث ترویج فرهنگ مهدویت از آن استفاده کرد.

#### ج) عراق

عراق نیز با داشتن مشاهد مهمی از قبیل: نجف، کربلا، کاظمین، سامرا و مراکز دیگر و با توجه به شرایط جدیدی که در عراق حاکم شده و دولت در اختیار مسلمانان است و این که بیش از ۶۵٪ مردم عراق شیعه هستند، این مراکز را می‌توان به رسانه‌ای قوی تبدیل کرد.

#### د) ایران

ایران نیز با داشتن مشاهدی مانند بارگاه ملکوتی حضرت امام رضا علیه السلام، حرم حضرت معصومه علیها السلام در قم، مرقد شاه چراغ در شیراز، حرم حضرت عبدالعظیم در ری و... جایگاه مهمی دارد. بر اساس آمار منتشر شده تنها مشهد سالانه بیست میلیون زائر دارد و چه رسانه‌ای بالاتر از این، اگر بتوانیم آن را درست مدیریت کنیم.

هر یک از این مشاهد نیز دارای ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایی است. افزون بر این، در ایران به دلیل حاکمیت دینی می‌توان اماکن گردشگری را هم به رسانه‌ای قوی برای تبلیغ مهدویت تبلیغ کرد.

#### هـ) مساجد

یکی از اماکنی که در سراسر دنیای اسلام وجود دارد و می‌توان آن را به عنوان رسانه‌ای مهم در تبلیغ مهدویت به کار گرفت مساجد هستند. به دلیل در دسترس و گسترده بودن مساجد به طرح محدودیت‌ها و ظرفیت‌های آن‌ها می‌پردازیم. شایان یادآوری است در طرح ظرفیت‌ها و محدودیت‌ها نگاه ما به مساجد سراسر دنیای اسلام است.

مسجد به عنوان یک رسانه، دارای ظرفیت‌هایی است که در صورت مدیریت درست، می‌توان تحولی عمیق در جامعه ایجاد کرد، رسول خدا ﷺ به هنگام ورود به مدینه در اولین اقدام اجتماعی به تأسیس مسجد پرداختند. (ابن اثیر، ۱۳۹۹: ج ۲، ۱۱۰) انقلاب اسلامی در ایران با مرکزیت مساجد شکل گرفت و با مدیریت مسجدی‌ها به پیروزی رسید. در هجوم بیگانگان در دوران جنگ هشت ساله باز مساجد به کمک آمدند و جنگ را تدارک و پشتیبانی کردند و آن را به پیروزی رساندند، چنان‌که امام خمینی علیه السلام درباره مساجد فرمود:

مسجد سنگراست، سنگرها را پر کنید. (خمینی، ۱۳۷۸: ج ۱۲، ۳۹۳)

مسجد در طول تاریخ اسلام به عنوان رسانه‌ای قوی در خدمت نشر علوم اسلامی و معارف دینی بوده است و اگر در جایی مسجد این کارایی را ندارد از ضعف مدیران آن است.

#### ظرفیت‌ها

#### الف) قداست

مسجد مکانی مقدس است و باید مقدس و پاک بماند. در فقه اسلامی نجس

کردن مسجد، حرام، و پاک بودن آن، واجب است. (غروی، ۱۴۲۸: ج ۳، ۲۵۶)

قداست مسجد در جامعه اسلامی به قدری روشن است که افراد لایبالی نیز قداست آن را قبول دارند.

#### **ب) عدم وابستگی**

یکی از ظرفیت‌های مسجد آن است که هیچ نوع وابستگی به احزاب، گروه‌ها و... ندارد تا در پیام‌رسانی از منافع آنان پیروی کند و محدودیت آنان را داشته باشد.

#### **ج) عدم پیروی از حکومت‌ها**

مسجد رسانه‌ای است که از حکومت‌ها پیروی نمی‌کند و خط مشی پیام‌رسانی آن را حکومت‌ها تعیین نمی‌کنند.

#### **د) عدم سیاسی‌کاری**

برخلاف رسانه‌های مشهور که بیش‌تر سیاسی‌کاری می‌کنند نه کار سیاسی، مسجد رسانه‌ای است که سیاسی‌کاری نمی‌کند.

#### **هـ) تفاوت پیام**

پیامی که از مسجد منتشر می‌شود پیام وحی و مفسران وحی یعنی اهل بیت علیهم‌السلام است، برخلاف رسانه‌های مشهور که با این پیام یا در تضاد هستند و یا بیگانه با آن هستند.

#### **و) کم هزینه بودن**

مسجد رسانه‌ای است که ارتباط برقرار کردن با آن هزینه ندارد.

#### **ز) تفاوت پیام‌دهنده**

در اندیشه دینی پیام‌دهنده در مسجد باید عالم و عادل باشد، برخلاف رسانه‌های مشهور که نه تنها این ویژگی لزومی ندارد، بلکه در بیش‌تر موارد پیام

رسانان به دور از این ویژگی هستند.

### ح) ارتباط چهره به چهره

از ظرفیت‌های مسجد آن است که ارتباط میان پیام‌دهنده و پیام‌گیرنده حضوری و چهره به چهره است، برخلاف رسانه‌های مشهور که یک‌سویه است.

### ط) آرام‌بخشی پیام

مسجد رسانه‌ای است که بیان آن آرام‌بخش است؛ زیرا در مسجد همه به یاد خدا هستند و یاد خدا آرام‌بخش است.

﴿الَّذِينَ آمَنُوا وَتَطْمَئِنُّ قُلُوبُهُمْ بِذِكْرِ اللَّهِ أَلَا بِذِكْرِ اللَّهِ تَطْمَئِنُّ الْقُلُوبُ﴾. (رعد:

۲۸)

### ی) همگانی بودن

مسجد رسانه‌ای همگانی است که مخاطبان آن را طبقه، یا قشر خاص و یا گروه و ویژه‌ای تشکیل نمی‌دهد، بلکه همه مؤمنان می‌توانند در مسجد حضور یابند.

### ک) تأثیر عمیق

با توجه به این‌که مسجد با جان و دل انسان‌ها سروکار دارد و فطرت آنان را مورد خطاب قرار می‌دهد، تأثیرگذاری پیام آن عمیق است.

### ل) اولویت پیام

مسجد رسانه‌ای است که اولویت پیام آن دینی است. بنابراین از بهترین رسانه‌هایی است که می‌تواند در تبلیغ اندیشه مهدوی به کار گرفته شود.

### م) عامل اتحاد و همبستگی

با توجه به این‌که پیام مسجد پیام دینی است، مسجد می‌تواند هرگونه اختلاف را به برادری و وفاق تبدیل کند و عامل اتحاد مردم گردد.

آن چه بیان شد، بخش ناچیزی از ظرفیت های مسجد در مقایسه با رسانه های مشهور است که با تأمل در کارکرد مسجد موفق می تواند ظرفیت های دیگری هم برایش در نظر گرفت.

### **محدودیت ها**

با این که مسجد ظرفیت های فراوانی دارد، ولی در مقایسه با رسانه های مشهور، دارای محدودیت هایی است که در صورت برطرف کردن آن ها کارکرد آن دوچندان می شود. محدودیت های مسجد عبارتند از:

### **الف) ناهماهنگی در پیام**

یکی از محدودیت ها در رساندن پیام، ناهماهنگی پیام رسانی در مساجد است؛ زیرا پیام رسانی مساجد مرکز خاص هماهنگ کننده ای ندارد، بلکه هر مسجدی پیام دهنده ای دارد که آن چه او صلاح بداند منتشر می کند.

### **ب) نداشتن بودجه مشخص**

کار فرهنگی هزینه بر است. بنابراین یکی از نیازهای اساسی برای پیام رسانی مساجد تأمین بودجه مربوط است و با توجه به نداشتن بودجه مشخص نمی توان برنامه خاصی را پیش بینی و اجرا نمود.

### **ج) محدودۀ زمانی**

یکی از محدودیت های رسانه ای مسجد، محدود بودن زمان استفاده از آن به اوقات نماز است که با مدیریت درست می توان این ظرفیت را افزایش داد.

### **د) نداشتن تشکیلات منسجم**

از جمله محدودیت های مسجد، نداشتن مدیریت تشکیلاتی است که در زمان خاص حضور داشته باشند، برنامه ریزی کنند و برنامه ها را تا رسیدن به اهداف خاص پی گیری کنند.

## ه) جامعیت نداشتن پیام

دین اسلام دینی همه‌جانبه و اجتماعی است، ولی متأسفانه مساجد به دلایل متعدد نتوانستند عامل انتقال این جامعیت باشند و ابعاد اجتماعی، سیاسی، اقتصادی دین را منتقل کنند و در مواردی این نوع کارکرد را منافی با قداست مسجد می‌دانند.

## و) جذابیت نداشتن

یکی از محدودیت‌های مساجد ما آن است که برای همه طبقات جامعه و همه سنین، اعم از کودک، نوجوان، جوان و... جذابیت ندارد؛ یعنی ما نتوانسته‌ایم مساجد را به‌گونه‌ای مدیریت کنیم که این رسانه برای همگان جذابیت داشته باشد.

## ز) سنتی بودن

گرچه پیام مسجد هرچه ساده و بی‌پیرایه باشد تأثیر بیش‌تری دارد، ولی در مقایسه با بقیه رسانه‌ها سنتی بودن یک محدودیت تلقی می‌گردد و امروزه باید مسجد مدرن را به جامعه عرضه کرد. بی‌گمان محدودیت‌های یاد شده ذاتی نیست که اصلاح‌پذیر نباشد، بلکه عارضی است و می‌توان با مدیریت و فکر و اندیشه آن‌ها را به ظرفیت تبدیل کرد. همچنین باید توجه داشت محدودیت‌های مساجد، تنها موارد یاد شده نیست، بلکه نکات دیگری هم وجود دارد که طرح آن‌ها لازم نیست. گذشته از آن‌که بعضی از ظرفیت‌های یاد شده نیز از زاویه‌ای محدودیت تلقی می‌شود که باید آن‌ها را نیز درست مدیریت کرد.

## ۳. مناسبت‌ها

یکی از رسانه‌های مغفول در جهان اسلام «مناسبت‌ها» است که می‌توان از آن‌ها در این زمینه استفاده کرد. برای مثال، در پیروزی انقلاب اسلامی این رسانه تأثیر مهمی داشت؛ چنان‌که با اولین کشتار در قم، اربعین این شهدا در تبریز برگزار

گردید و این مراسم، ضربه‌ای مهلک برای رژیم بود. اربعین شهدای تبریز در یزد و اربعین شهدای یزد در اصفهان برگزار گردید که با ایجاد حکومت نظامی در اصفهان و... زمینه سرنگونی حکومت را فراهم کرد.

مناسبت‌های مهمی که در دنیای اسلام می‌توان از آن‌ها به عنوان رسانه استفاده کرد عبارتند از:

### الف) عاشورا

عاشورا مهم‌ترین مناسبتی است که می‌توان از آن به عنوان یک رسانه استفاده کرد. عاشورا به دلیل ویژگی‌های منحصر به فردش حادثه‌ای ماندنی و فراموش‌نشدنی است، چنان‌که رسول خدا ﷺ درباره شهادت امام حسین ﷺ فرمود:

ان لقتل الحسين في قلوب المؤمنين حرارة لا تبرد ابداً؛ (بروجردی، ۱۴۱۰: ج ۱۲، ۵۵۶)

بدون تردید شهادت امام حسین ﷺ آتشی در دل مؤمنان ایجاد می‌کند که هرگز خاموش نخواهد شد.

### ظرفیت‌ها

۱. **فعالیت سیاسی:** حادثه کربلا به هر گونه‌ای تفسیر شود حادثه‌ای سیاسی است و با توجه این‌که یک طرف درگیر حادثه امام حسین ﷺ است، از این ظرفیت در برابر جریان فکری که دخالت در سیاست را منافی با قداست دین می‌داند، می‌توان به خوبی استفاده کرد؛ زیرا امام حسین ﷺ فرمود:

ولکم فی اسوة؛ (طبری، بی‌تا: ج ۴، ۳۰۴)

من برای شما الگو هستم.

۲. **ظلم ستیزی:** با توجه به نکته پیش‌گفته، یکی از ظرفیت‌های مهم حادثه کربلا ظلم ستیزی آن است. از این ظرفیت در برابر جریان فکری که تقیه را بهانه‌ای برای سکوت در برابر جنایت‌کاران قرار داده‌اند می‌توان استفاده کرد، چنان‌که امام



حسین علیه السلام فرمود:

فانی لا اری الموت الا سعادة ولا الحیاة مع الظالمین الا برماً؛ (ابن شعبه، ۱۴۰۰: ۱۷۴)

بدون تردید من [با این شرایط] مرگ را جز سعادت و زندگی با ستمکاران را جز رنج و ملال نمی بینم.

۳. سازش ناپذیری: از جمله ظرفیت های حادثه عاشورا سازش ناپذیری آن است. از این ظرفیت می توان در برابر جریان فکری که سازش با دشمن را مصلحت سنجی تلقی می کند استفاده کرد؛ چنان که امام حسین علیه السلام فرمود:

هیئات منا الذلّة؛ (خوارزمی، ج ۲، ۷)  
ما هرگز ذلت را نمی پذیریم.

یا آن که فرمود:

لا اعطیکم بیدی اعطاء الذلیل؛ (مفید، ۱۴۱۴: ج ۲، ۹۸)  
من دست ذلت به شما نمی دهم.

۴. حاکمیت دینی: از ظرفیت های حادثه عاشورا تلاش برای برپایی حاکمیت دینی است. آن حضرت یکی از اهداف خود را از این ظرفیت در برپایی حاکمیت دین دانسته، فرمود:

اللّهم... و نردّ المعالم من دینک؛ (ابن شعبه، ۱۴۰۰: ۲۶۴)  
خدایا تو می دانی که ما... برای بازگرداندن نشانه های دین تو در جامعه قیام کرده ایم.

۵. حمایت از مظلومان: از جمله ظرفیت های حادثه عاشورا حمایت از ستم دیدگان است که از این ظرفیت در برابر جریان فکری که حمایت از مظلومان و مستضعفان جهان را منافی با منافع ملی می دانند می توان استفاده کرد، چنان که آن حضرت فرمود:

اللّهم... ویأمن المظلومون من عبادک؛ (همو)

خدایا تو می‌دانی... برای حمایت از بندگان مظلومت قیام کرده‌ایم.

۶. پرداخت هزینه مبارزات: یکی از ظرفیت‌های حادثه عاشورا، پرداخت هزینه مبارزات در راه خداست. بسیاری از کسانی که در مبارزه و جهاد شرکت نمی‌کنند از پرداخت هزینه آن وحشت دارند. از این ظرفیت می‌توان برای از میان بردن وحشت این‌گونه افراد استفاده کرد. این حادثه نمونه‌های فراوانی از این ظرفیت دارد. برای مثال، حضرت سیدالشهدا علیه السلام در روز عاشورا بعد از شهادت همه نزدیکان و یاران خویش، یکه و تنها، با بدن مجروح و در حالی که صورتش روی خاک داغ کربلا بود فرمود:

هون علیّ آتہ بعین الله؛ (مجلسی، ۱۹۸۳: ج ۴۵، ۴۶)  
همین که خداوند می‌بیند مشکلات برایم آسان است.

یا وقتی که ابن‌زیاد به حضرت زینب علیها السلام گفت:

کیف رأیت صنع الله بك؟

ایشان فرمود:

ما رأیت الا جمیلاً. (ابن‌طاووس، ۱۳۶۳: ۱۶۰)

یا آن‌که وقتی ابن‌زیاد امام سجاد علیه السلام را تهدید به قتل کرد، حضرت فرمود:

أبأقتل تهدونی و القتل لنا عادة و کرامتنا الشهادة. (همو: ۱۶۲)

### محدودیت‌ها

۱. حادثه عاشورا: همان‌گونه که ظرفیت‌های فراوانی دارد، دارای محدودیت‌هایی نیز است که در صورت بی‌توجهی بسیار خطرناک است که به دلیل محدودیت حجم مقاله، تنها به نقل قولی اکتفا می‌کنیم.

دکتر مایکل برانت - معاون ارشد رئیس سابق سیا و عضو ارشد بخش شیعه‌شناسی سازمان سیا که چندی پیش به اتهام فساد مالی برکنار شد - از باب انتقام جویی، مصاحبه مفصلی درباره عملکرد سیا ترتیب داده است. او ضمن

مصاحبه به بعضی از اسرار تکان دهنده سیا در برنامه براندازی تشیع اعتراف می‌کند و می‌گوید:

در این سازمان ۹۰۰ میلیون دلار برای سازماندهی مبارزه با تشیع اختصاص یافته است که محور آن نابودی مرجعیت شیعه و عاشورا است.

او درباره عاشورا می‌گوید:

در میان شیعه مراسم عزاداری موسوم است. آن‌ها به یاد واقعه کربلا جمع می‌شوند و یک نفر سخنرانی و واقعه کربلا را بیان می‌کند و مستمعین هم گوش می‌کنند. بعد از آن، طبقه جوان سینه‌زنی و عزاداری می‌کنند. این سخنران و این مستمعین برای ما از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند؛ زیرا از همین مجالس عزاداری است که در میان شیعه جوش و خروش، آزادی خواهی و جنگ با باطل به خاطر حق، به وجود می‌آید. ما به خاطر همین، ده‌ها میلیون دلار از بودجه ویژه را برای دردست گرفتن سخنرانان و مستمعین اختصاص داده‌ایم و این کار چنین تحقق می‌پذیرد که ابتدا دنبال افرادی از شیعه که پول دوست و دارای عقاید سست و در عین حال دارای شهرت و قدرت تأثیر و نفوذ باشند، می‌رویم تا به واسطه آن‌ها در عزاداری‌ها نفوذ پیدا کنیم. (رنجبران، ۱۳۸۸: ۱۷۴)

با دقت و تأمل در گفتار این کارشناس سازمان سیا می‌توان به محدودیت‌های عاشورا دست یافت.

**۲. اربعین:** یکی از مناسبت‌هایی که می‌توان آن را به رسانه‌ای تبدیل کرد مراسم اربعین حسینی است که بر اساس آمار منتشره از سوی مسئولان عراقی در مراسم اربعین حدود ۱۰ میلیون زائر شرکت می‌کنند که بسیار مهم است. بی‌گمان مراسم اربعین به زائران کربلا اختصاص ندارد، بلکه در سراسر جهان اسلام هر جا که شیعیان وجود دارند، این مراسم برپاست.

ظرفیت‌ها و محدودیت‌های اربعین با مناسبت عاشورا مشترک است.

**۳. فاطمیه:** یکی از مناسبت‌هایی که می‌توان آن را به رسانه‌ای برای تبلیغ

مهدویت تبدیل کرد مراسم فاطمیه است. ظرفیت‌ها و محدودیت‌های فاطمیه نیز با دو مناسبت عاشورا و اربعین مشترک است.

البته یکی از ظرفیت‌های برجسته فاطمیه نسبت به عاشورا، این است که مدیریت آن با حضرت زهرا علیها السلام و مبارزات آن با هیئت حاکمه بود و از آن جا که حضور زنان را در مسائل سیاسی به نمایش گذاشته است، می‌توان از آن در برابر جریان فکری مخالف حضور زنان در مسائل سیاسی استفاده کرد.

۴. **شهادت‌ها:** یکی از مناسبت‌هایی که در جهان اسلام می‌توان آن را به رسانه تبدیل کرد، شهادت امامان شیعه علیهم السلام است که متأسفانه مانده‌تنها چنین مناسبت‌هایی را به رسانه تبدیل نکرده‌ایم، بلکه نسبت به بعضی از ائمه علیهم السلام چنان بی‌لطفی شده است که اکثریت شیعیان حتی زمان شهادت آنان را نمی‌دانند.

ظرفیت‌ها و محدودیت‌های این مناسبت‌ها نیز همانند عاشورا است.

۵. **ولادت‌ها:** یکی از مناسبت‌هایی که در جهان اسلام می‌توان از آن‌ها به عنوان رسانه بهره گرفت، ولادت‌های معصومان و امام‌زادگان است که در این مورد نیز متأسفانه اکثریت شیعیان هم از زمان ولادت بعضی از ائمه علیهم السلام بی‌اطلاع هستند. گرچه ظرفیت‌ها و محدودیت‌های این مناسبت‌ها با شهادت‌ها متفاوت است، ولی به دلیل رعایت حجم مقاله از طرح آن‌ها خودداری می‌کنیم.

## نتیجه

۱. با توجه به تعریف رسانه که عبارت از هر وسیله یا شیء یا شخصی که عامل ارتباط و انتقال فکر و عقیده و فرهنگ باشد باید رسانه‌های دنیای اسلام را به دو بخش رسانه‌های مشهور و مغفول تقسیم کرد.

۲. رسانه‌های مشهور گرچه ظرفیت‌های بسیار بالایی از قبیل: سرعت انتقال، جذابیت، تأثیرگذاری سریع و قوی، وسعت حوزه نفوذ، تنوع پیام و در دسترس بودن دارند، ولی به دلیل محدودیت‌هایی همانند: وابستگی به احزاب، اشخاص،

دولت‌ها، نفوذ قدرت‌ها، ضعف محتوا و... نمی‌توان در سطح بین‌الملل آمیدی به استفاده مطلوب از آن‌ها در راستای تحقق جامعه و دولت زمینه‌ساز ظهور منجی موعود داشت.

۳. ایجاد رسانه‌های مشهور به دلیل مشکلات فراوان مانند: تأمین بودجه‌های کلان، نیاز به ابزار و وسایل پیشرفته و کمبود نیروی انسانی متخصص و متعهد و ضعف مدیریت، بسیار دشوار می‌نماید و از این رو نمی‌توان آمیدی به ایجاد و گسترش آن‌ها در حد رقابت با رسانه‌های موجود داشت.

۴. در برابر رسانه‌های مشهور، رسانه‌هایی مغفول داریم که می‌توانیم از آن‌ها در راستای ترویج و ایجاد جامعه و دولت زمینه‌ساز ظهور منجی موعود استفاده کنیم. این رسانه‌ها در سه بخش قابل شناسایی هستند:

الف) مراسم مذهبی، از قبیل: حج، نماز عید فطر و قربان، نماز جمعه، نماز جماعت، جلسات مذهبی.

ب) اماکن مذهبی، از قبیل: کعبه، مشهد مدینه، مشهد عراق، مشهد ایران و مساجد.

ج) مناسبت‌های مذهبی، از قبیل: عاشورا، اربعین، فاطمیه، شهادت‌ها و ولادت‌های معصومین.

۵. هر یک از این رسانه‌های مغفول دارای ظرفیت‌ها و محدودیت‌هایی هستند که در استفاده بهینه از آن‌ها باید مورد توجه قرار گیرند.

## منابع

۱. ابن اثیر، عزالدین علی بن ابی‌الکرم، *الکامل فی‌التاریخ*، بیروت، دارصادر، ۱۳۹۹ق.
۲. ابن‌شعبه، حسن بن علی، *تحف العقول عن آل الرسول*، تهران، کتابفروشی اسلامیة، ۱۴۰۰ق.
۳. ابن طاووس، علی، *التهوف علی قتلی الطفوف*، ترجمه: سیداحمد فهری، تهران، جهان، چاپ اول، ۱۳۶۳ش.
۴. ابن‌قدامة، عبدالله بن احمد، *المغنی فی فقه الامام احمد بن حنبل*، بیروت، دارالفکر، ۱۴۰۵ق.
۵. ابن‌منظور، جمال‌الدین، محمد، *لسان‌العرب*، قم، ادب حوزه، ۱۳۶۳ش.
۶. بروجردی، سیدحسین، *جامع احادیث الشیعة*، قم، مهر، ۱۴۱۰ق.
۷. حکیم، سیدمحسن، *مستمسک العروة الوثقی*، بیروت، داراحیاء التراث العربی، ۱۳۹۷م.
۸. حلّی، حسن بن یوسف، *تذکرة الفقهاء*، قم، مؤسسه آل‌البیت لاحیاء التراث، ۱۴۱۴ق.
۹. جزیری، عبدالرحمن، *الفقه علی المذاهب الاربعه*، بیروت، داراحیاء التراث العربی، ۱۴۰۶ق.
۱۰. خمینی، سید روح‌الله، *تحریر الوسیله*، قم، اسماعیلیان، ۱۳۹۰ق.
۱۱. \_\_\_\_\_، *صحیفه امام*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه‌السلام، ۱۳۷۸ش.
۱۲. خوارزمی، موفق بن احمد، *مقتل‌الحسین*، قم، مکتبه المفید، بی‌تا.
۱۳. رنجبران، داود، *جنگ نرم*، تهران، ساحل اندیشه، چاپ دوم، ۱۳۸۸ش.
۱۴. راغب اصفهانی، حسین، *مفردات الفاظ القرآن*، تحقیق: عدنان داودی، قم، طلیعه نور، چاپ اول، ۱۴۲۶ق.
۱۵. زمخشری، محمود، *الکشاف عن حقائق غوامض التاویل و عیون الأقاویل فی وجوه التاویل*، قم، نشر البلاغه، ۱۴۱۵ق.
۱۶. شریف رضی، محمد بن حسین، *نهج‌البلاغه*، قم، دارالهجره، بی‌تا.
۱۷. صدوق، محمد بن علی، *کمال‌الدین و تمام‌النعمة*، ترجمه: بهلوان، قم، دارالحدیث، ۱۳۸۲ش.

۱۸. طوسی، محمد بن حسن، *المبسوط فی فقه الامامیه*، قم، مؤسسه النشر الاسلامی، ۱۴۲۸ق.
۱۹. طباطبایی، سید محمد حسین، *المیزان فی تفسیر القرآن*، بیروت، مؤسسه الاعلمی، ۱۹۷۴م.
۲۰. طبری، محمد بن جریر، *تاریخ الامم والملوک*، بیروت، مؤسسه الاعلمی، بی تا.
۲۱. عاملی، محمد بن مکی، *البیان*، قم، مجمع الذخائر الاسلامیه، بی تا.
۲۲. عاملی، محمد بن حسن، *وسائل الشیعه*، قم، مؤسسه آل البيت، ۱۴۱۲ق.
۲۳. عاملی، محمد علی، *مدارک الاحکام فی شرح شرایع الاسلام*، قم، مؤسسه آل البيت، ۱۴۱۰ق.
۲۴. غروی، میرزا علی، *المستند فی شرح العروة الوثقی*، قم، مؤسسه احیاء آثار الامام الخوئی، ۱۴۲۸ق.
۲۵. قمی، عباس، *سفینه البحار و مدینه الحکم والآثار*، تهران، دارالاسوه، چاپ سوم، ۱۴۲۲ق.
۲۶. فیض کاشانی، محسن، *الصافی فی تفسیر القرآن*، تهران، کتاب فروشی اسلامیه، چاپ چهارم، ۱۳۹۳م.
۲۷. کلینی، محمد بن یعقوب، *اصول الکافی*، ترجمه مصطفوی، تهران، کتاب فروشی اسلامیه، بی تا.
۲۸. کرکی، علی بن حسین، *جامع المقاصد فی شرح القواعد*، قم، مؤسسه آل البيت، ۱۴۰۸ق.
۲۹. مجلسی، محمد باقر، *بحار الانوار*، بیروت، مؤسسه الوفاء، ۱۹۸۳م.
۳۰. مفید، محمد بن محمد بن نعمان، *الارشاد*، بیروت، دارالمفید، چاپ دوم، ۱۴۱۴ق.
۳۱. مقدسی شافعی، یوسف بن یحیی، *عقد الدرر فی اخبار الممتظر*، تحقیق: دکتر عبدالفتاح، قم، نصایح، ۱۴۱۶ق.
۳۲. یزدی، محمد کاظم، *العروة الوثقی*، بیروت، مؤسسه الاعلمی، ۱۹۸۸م.





## انسان آراسته به اخلاق اسلامی، برترین رسانهٔ زمینه‌ساز و کاربردی در دکتترین مهدویت

رحمت‌الله علی‌رحیمی\*

### چکیده

مهدویت، به عنوان دکتترینی با ماهیت متفاوت از دیگر مکاتب و اندیشه‌ها، گسترهٔ جهان و افکار همهٔ انسان‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو رسانهٔ زمینه‌ساز این اندیشه نیز باید در مبانی، اهداف و شاخص‌ها با سایر رسانه‌ها تفاوت‌های بنیادی داشته باشد. رسانه‌های سخت‌افزاری امروزی به معنای رایج آن، با به‌کارگیری ابزارهای الکترونیک، ماهواره، اینترنت و... هرچند در زمینه‌سازی دکتترین مهدویت می‌توانند ثمربخش باشند، اما کامل و همه‌جانبه به نظر نمی‌رسند. از این رو دکتترین مهدویت به رسانه‌ای دیگر نیازمند است. این رسانه که در زمینه‌سازی و گسترش و کاربردی کردن اندیشه‌های دکتترین مهدویت نقشی بسیار مهم را ایفا می‌نماید، انسان و افکار اوست. این رسانهٔ انسانی است که به اخلاق اسلامی به معنای

---

\* کارشناس ارشد (معادل) برنامه‌ریزی سیستم‌های اقتصادی و کارشناسی ارشد رشته اخلاق (گرایش اخلاق اسلامی).

جامع آن، آراسته باشد. این انسان نه تنها خود به عنوان یک رسانه، حامل پیام هاست، بلکه اعمال او نیز به زمینه سازی و فرآیند تثبیت حکومت حضرت مهدی علیه السلام کمک می نماید.

این نوشتار می کوشد تا ثابت نماید انسان بافضیلت و آراسته به اخلاق اسلامی به عنوان یک رسانه، با هدف پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در حدیث «انی بعثت لأتمم مکارم الاخلاق» و در راستای استقرار حکومت حضرت مهدی علیه السلام نیز کاربردی تر از رسانه های سخت افزاری امروزی است.

### واژگان کلیدی

حضرت مهدی علیه السلام، رسانه، اخلاق، دکترین مهدویت، زمینه سازی.

### مقدمه

توسعه و تحولات روزافزون دانش بشری در زمینه علوم و فنون به خصوص علوم انسانی و ورود انسان به هزاره سوم، برای یافتن پاسخ به سه ابهام اصلی بشر کمک های مؤثری نموده است: «از کجا آمدن»، «چگونه زیستن» و «به کجا رفتن» پرسش هایی است که نه در ابعاد مکانی و تاریخی، بلکه در سیر معنوی انسان نیز ذهن بشر را همواره به تفکر و اندیشه واداشته است.

انواع رسانه ها در این زمینه به تبادل اطلاعات کمک شایانی کرده اند که می تواند به فهم مطالب و اطلاع از نظریات مختلف کمک نماید.

پاسخ «از کجا آمدن» هرچند به لحاظ تاریخی مربوط به گذشته هاست، اما چون به پاسخ پرسش های دیگر کمک می کند، کنجکاوی و پژوهش آن هنوز تازگی دارد.

تمدن ها، ادیان، مکاتب و اندیشمندان، هر کدام در خور معرفت و دانش خود و التزام به درجات تقوا و تزکیه نفس درباره پرسش «چگونه زیستن» با تطبیق مصادیق گوناگون برای مفهوم عدالت، پاسخ «با عدالت زیستن» را انتخاب کرده اند.

اما برای «به کجا رفتن» و آینده گرایی، تمدن اسلامی، دکترین مهدویت، تمدن یونانی کنفوسیوس، آرمان شهر و تمدن غربی (اتوپیا) را به عنوان پاسخ ارائه داده اند.

نظریه بنیادین در دکترین مهدویت، اعتقاد به وجود حضرت مهدی علیه السلام است که در آینده، دولت کریمه‌ای بر مبنای عدالت تشکیل داده و بشر را به سعادت می‌رساند.

هر دو مفهوم «عدالت» و «سعادت» در دکترین مهدویت، از مفاهیم اصلی فلسفه اخلاق است. «عدالت» ترکیب بهینه‌ای از سه فضیلت اصلی «عفت»، «شجاعت» و «حکمت» است و سعادت، کمال سیر معنوی انسان است که با تهذیب نفس و تقوا حاصل می‌شود. بنابراین فلسفه اخلاق با گرایش دینی، دکترین مهدویت را در تمام پدیده‌های آن شامل شرایط انسان‌های منتظر، شرایط جامعه و دولت زمینه‌ساز، ویژگی‌های دولت کریمه، پشتیبانی و یاری می‌کند. فلسفه اخلاق و دکترین مهدویت رابطه متقابلی با یکدیگر دارند. تأثیر دکترین مهدویت در صورتی که با دید مثبت و سازنده دیده شود بر خودسازی فردی و اجتماعی بر هیچ‌کس پوشیده نیست و در مقابل، اخلاق و تقوا بیش‌ترین تأثیر را در تعجیل ظهور حضرت مهدی علیه السلام و بنای دولت کریمه خواهد داشت. از سوی دیگر واقع‌گرایی، اطلاق‌گرایی و مختار بودن انسان که از مشخصه‌های اصلی فلسفه اخلاق است، با سه رکن حقیقی بودن، جهان‌شمول بودن، انسان منتظر و امیدوار در دکترین مهدویت تطابق کامل دارد.

بنابراین از مسیر فلسفه اخلاق با استدلال متقن و علمی‌تری می‌توان به نشر و ترویج دکترین مهدویت در جهان کمک کرد و با مکارم اخلاق، جامعه و دولتی ساخت که در فرآیندی سریع‌تر، زمینه‌ساز ظهور حضرت مهدی علیه السلام باشد. این درک عمیق از دکترین مهدویت، ما را نسبت به شناخت برترین رسانه زمینه‌ساز، به بهترین شکل راهنمایی می‌کند.

هدف پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله از رسالت خویش - بنا بر فرمایش آن حضرت - تکمیل مکارم اخلاق بوده است. خداوند نیز در آیه ۴۷ سوره مائده، کمال رسالت را با امامت پیوند می‌دهد که از نظر مذهب شیعه، امام زمان علیه السلام آخرین امام و در

حقیقت مجری جامعه‌ای سرشار از مکارم اخلاق خواهد بود. رسانه‌ها به عنوان پیشرفته‌ترین ابزارها که نقش اساسی در ایجاد، تحول، و کمال هویت انسانی دارند، می‌توانند نقش برجسته‌ای در دکترین مهدویت بر عهده داشته باشند. اما برترین رسانه آن است که خود نمونه آن و نمودی از رفتار و فضای انسانی مورد نظر باشد و بتواند دکترین مهدویت را در عالم واقع متجلی نماید. با چنین رویکردی برترین رسانه زمینه‌ساز دکترین مهدویت، انسان‌هایی هستند که جسم و روح خود را به اخلاق اسلامی آراسته و از پستی‌های آن پیراسته‌اند. کوچک‌ترین رفتار، کردار و افکار این انسان‌ها، به عنوان نمونه‌ای از شاخص‌ها و راهبردهای دکترین مهدویت تلقی می‌گردد. در این صورت این انسان آراسته به فضائل اخلاقی، ضمن آن‌که می‌کوشد تا اخلاق و معنویت را در وجود خویش تعالی بخشد، بهترین رسانه برای جذب انسان‌ها و تعمیق دکترین مهدویت در قلب‌های انسان‌های جامعه از مسیر فلسفه اخلاق با گرایش دینی آن می‌گردند. درباره دکترین مهدویت و مبانی آن، کتاب‌ها، مقالات و پژوهش‌های بسیاری توسط اندیشمندان ایرانی و خارجی با اعتقادات گوناگون نگاشته شده که در لابه‌لای موضوع‌های آن‌ها مسائل فلسفه اخلاق که ارتباط تنگاتنگی با موضوع اصلی بحث داشته، مطرح گردیده است. اما نوشتار و گفتار و پژوهشی که دکترین مهدویت را از دریچه فلسفه اخلاق با گرایش دینی آن مطرح کرده، یا آن را به عنوان یک ایده و نظریه ارائه داده باشد، وجود ندارد. از این رو این پژوهش، کاری نوتلقی می‌گردد و انتظار می‌رود که کاستی‌های آن با پژوهش‌های دیگر اندیشمندان تکمیل گردد.

### **ضرورت تفسیر دکترین مهدویت از مسیر فلسفه اخلاق و شناخت رسانه برتر**

بازبینی اندیشه‌های نوین دینی و لزوم تعمق و درک اندیشه وسیع انسان در جامعه بین‌المللی این ضرورت را ایجاد کرده است که تفکرات دینی به جز از

مسیرهای فقهی، تعبدی و اعتقادی، از مسیرهای دیگری چون فلسفه اخلاق که همپوشانی گسترده‌تری بر افکار انسان‌ها دارند، شناسانده شود. البته در این شاخه تفسیر، فلسفه اخلاق از فقه و توحید و عقاید جدا نیستند، همان‌گونه که شیخ محمد بهاری (۱۲۲۸-۱۲۸۶ شمسی) عارف و اندیشمند و اسلام‌شناس گفته است: «فقه مقدمه اخلاق و اخلاق مفهوم توحید است.» در حقیقت در این تفسیر، اخلاق حلقه اتصال فقه و اعتقادات است. از این رو، پژوهش‌هایی که دکترین مهدویت را از ابعاد اخلاقی آن تفسیر نمایند، به مراتب زمینه پذیرش آن را در جامعه ناآشنای غرب آسان‌تر خواهند نمود.

در این نگرش، دکترین مهدویت مجموعه سیاست‌ها و خط‌مشی‌های جامعه و دولت کریمه به رهبری حضرت مهدی علیه السلام است که بر پایه مسائل فلسفه اخلاق با گرایش دینی تفسیر شده باشد. این نگرش با هدف رسالت که در کلام گهربار حضرت محمد صلی الله علیه و آله و سلم: «انی بعثت لأتمم مکارم الاخلاق» (شیروانی، ۱۳۸۵؛ به نقل از بیهقی، ۱۴۱۴: ج ۱، ۱۹۲) آمده است، تطابق و هماهنگی کامل‌تری دارد. این نگرش در حقیقت تکمیل رسالت پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم با قیام حضرت مهدی علیه السلام است که در آن صورت تمام مکارم اخلاق در یک جامعه دینی عملی خواهد شد.

مهم‌ترین مفاهیم مشترک در دو نهاد دکترین مهدویت و فلسفه اخلاق که می‌تواند تأثیرپذیری آن‌ها را تسریع و زمینه‌نشر و توسعه و گسترش دکترین مهدویت را فراهم آورد، عبارتند از:

#### الف) واقع‌گرایی و حقیقت‌گرایی

آیت‌الله مصباح یزدی در زمینه واقع‌گرایی در فلسفه اخلاق می‌گوید:

احکام اخلاقی گزاره‌ها و جملاتی هستند که در صدد رفتار یا صفت اختیار آدمی را خوب، بد، درست، ناپایسته، نایسته و وظیفه قلمداد کنند.  
(مصباح یزدی، ۱۳۷۶: ج ۱، ۲۵۱)

وی مفاهیم اخلاقی را از نوع معقولات ثانیة فلسفی می‌داند که بر امور عینی و خارج از ذهن حمل می‌شود. بیش تر اندیشمندان در بحث واقع‌گرایی اعتقاد دارند که مسائل اخلاقی، خارج از ذهن و در واقعیت وجود دارند.

بحث واقع‌گرایی در دکترین مهدویت به‌ویژه در مبحث وجود حقیقی حضرت مهدی علیه السلام و قیام او و مستدل کردن علمی آن می‌تواند به ترویج این اندیشه کمک مؤثری نماید.

بسیاری از اندیشمندان صرف نظر از بحث واقع‌گرایی و وجود واقعی و قیام واقعی حضرت مهدی علیه السلام به ضرورت وجود این اندیشه و ضرورت انتظار، اشاره کرده‌اند.

امام محمد باقر علیه السلام در این باره می‌فرماید:

مَا صَرَّ مَنْ مَاتَ مُنْتَظِرًا لِأَمْرِنَا إِلَّا يَمُوتُ فِي وَسْطِ فُسْطَاطِ الْمُهْدِيِّ وَعَسْكَرِهِ؛  
(کلینی، ۱۴۰۱: ج ۱، ۳۷۲)

کسی که در انتظار فرج بمیرد از این‌که در میان خیمه حضرت مهدی و لشکر او نمرده است ضرر نکرده است.

این کلام در حقیقت اندیشه انتظار را با دیدن وجود واقعی حضرت مهدی علیه السلام و در میان لشکر او بودن مساوی می‌داند.

امام خمینی اندیشه انتظار را اندیشه خدمت دانسته و می‌فرماید:

ما همه انتظار فرج داریم، و باید در این انتظار خدمت بکنیم. (خمینی،  
۱۳۷۱: ج ۸، ۳۷۴)

آیت الله مکارم شیرازی نیز در کتاب *مهدی، انقلابی بزرگ*، به دو اثر مهم اندیشه انتظار شامل خودسازی فردی و خودیاری‌های اجتماعی اشاره می‌کند.

حجت الاسلام مرتضی آقاهرانی نیز در کتاب *سودای روی دوست*، به آثار انتظار از جمله سوق به کمال توحید، خویشتن‌داری در برابر گناه، مبارزه با ظلم، تبری از ناپاکی مادی و معنوی، عامل رشد و اصلاح فرد و جامعه، اشاره می‌نماید.

آیت الله شهید محمد باقر صدر در کتاب *انقلاب مهدی، پندارها* اندیشه انتظار را منشأ دو امر عظیم اخلاقی در روان انسان می داند، یکی آن که باعث می شود ظلم و ستم، بزرگ و نیرومند جلوه نکند و دیگر آن که مردم از مبارزه با ستمگران و ظالمان احساس ناامیدی نکنند.

آیات و روایات و احادیث و دلایل بسیاری نیز بر وجود حقیقی و واقعی حضرت مهدی علیه السلام ارائه شده است که به وسیله آن ها بحث واقع گرایی در دکترین مهدویت تبیین می شود.

مهم ترین دلیل وحیانی بر وجود حقیقی حضرت مهدی علیه السلام و انقلاب او، این آیه قرآن است:

﴿وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِي الزُّبُورِ مِنْ بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الْأَرْضَ يَرِثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ ﴿۱۰۶﴾ إِنَّ فِي هَذَا لَبَلَاغًا لِقَوْمٍ عَابِدِينَ﴾؛ (انبیاء: ۱۰۵-۱۰۶)

و در حقیقت، در زبور پس از تورات نوشتیم که زمین را بندگان شایسته ما به ارث خواهند برد. به راستی در این [امور] برای مردم عبادت پیشه ابلاغی [حقیقی] است.

از امام باقر علیه السلام درباره آیه فوق چنین نقل شده است:

عبادی الصالحون هم اصحاب المهدی فی آخر زمان؛ (طبرسی، ۱۴۰۸)  
بندگان شایسته، همان اصحاب مهدی علیه السلام در آخر زمان هستند.

حافظ شیخ منصور علی ناصف، درباره تواتر احادیث وارد شده در مورد وجود حضرت مهدی علیه السلام می گوید:

در میان تمام طبقات علماء و دانشمندان مشهور است که در آینده مردی به نام مهدی علیه السلام ظهور خواهد کرد و تمام ممالک اسلامی را تحت سیطره خود در آورده و موجب بسط عدالت در میان مردم خواهد شد.  
(آقا تهرانی، ۱۳۸۵: ۱۶-۱۷)

احادیث مربوط به وجود حضرت مهدی علیه السلام را گروهی از نیکان صحابه نیز نقل کرده اند و بزرگان محدثی چون ابن داود ترمذی، ابن ماجه، طبرانی، ابولیلی، احمد

بن حنبل و حاکم نیشابوری در تألیفات خود آورده‌اند. از این رو هر کس که کم‌ترین آگاهی، ذره‌ای ایمان و اندکی انصاف داشته باشد نمی‌تواند این قضیه را انکار کند. (قزوینی، ۱۳۷۹: ج ۳، ۸)

آقانه‌رانی در کتاب *سودای روی دوست* از قول صاحب‌نظران مختلف و به نقل از نوشته‌های دیگران به بزرگ‌مردانی چون سید بن طاووس، حاج شیخ محمدعلی فشندی، سید عبدالکریم کفاش، سید بحرالعلوم، سیدعلی آقای قاضی و ملاعلی نوری همدانی اشاره می‌کند که حضرت مهدی علیه السلام را به گونه‌ای درک کرده‌اند. درباره وجود حضرت مهدی علیه السلام اگرچه آیات صریحی در قرآن وجود ندارد، اما مرحوم سید هاشم بحرانی بیش از صد آیه مربوط به ظهور حضرت مهدی را در کتاب *المحجز فیما نزل فی القائم الحجته* آورده است.

آیت الله شهید محمدباقر در کتاب *انقلاب مهدی و پندارها* می‌گوید:

چهارصد حدیث از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در کتاب‌های اهل سنت درباره وجود حضرت مهدی علیه السلام آمده است و مجموع اخبار و احادیث که در مورد امامت حضرت مهدی و غیبت و ظهور و اصلاح به وسیله او از طریق اهل شیعه و سنت وارد شده، شش هزار حدیث می‌داند و می‌فرماید که در هیچ‌کدام از مسائل عقیدتی اسلام این تعدد حدیث را نداریم.

وی دلایل مربوط به حقیقت داشتن و واقعی بودن حضرت مهدی علیه السلام را به دو بخش علمی و اسلامی تقسیم می‌کند:

دلایل علمی: این دلایل شامل تجربه‌ای است که ملت شیعه در طی هفتاد سال غیبت صغری آموختند و لمس کردند و به راحتی اثبات می‌شود که اگر این موضوع دروغ می‌بود، طی این مدت هفتاد سال افشا می‌شد و یا این دلیل که تمام نامه‌هایی که به وسیله چهار نفر نواب امام به دست مردم می‌رسید، همه با یک خط و یک انشا و یک امضا بود.

دلایل اسلامی: دلایل وحیانی و احادیث است که از پیامبر و دیگران نقل شده



است. برای مثال، این حدیث که می‌فرماید: «امامان بعد از من یا خلفای بعد از من یا امرای بعد از من ۱۲ نفرند» با عبارات مختلف در بیش از ۲۷۰ روایت از پیامبر نقل شده است.

این حدیث در کتاب‌های شیعه و سنی شامل صحیح بخاری، صحیح مسلم، صحیح ترمذی، سنن ابی داود، مسند احمد بن حنبل و المستدرک علی الصحیحین حاکم نیشابوری آمده است. بخاری، محدث شهیر سنی مذهب که در زمان امام جواد، امام هادی و امام عسگری علیهم‌السلام می‌زیسته است و در حالی که در آن زمان امامان ما هنوز ۱۲ نفر نشده بودند این حدیث را در صحیح خود آورده است.

در مبحث واقع‌گرایی و حقیقت‌گرایی، لزوم واقعی بودن و حقیقت داشتن رسانه زمینه‌ساز تداعی می‌شود که وجود انسان آراسته به اخلاق اسلامی در متن جامعه و به عنوان موجودی که از بالاترین مرتبه حقیقت وجودی برخوردار است، می‌تواند به درک عمیق و گسترش دکترین مهدویت در جوامع مختلف کمک نماید.

### ب) اطلاق‌گرایی و جهان‌شمولی

از مهم‌ترین مباحث فلسفه اخلاق، اطلاق‌گرایی در مقابل نسبیت‌گرایی است، به این مفهوم که احکام و اصول اخلاقی ثابت و مطلق هستند و تنها گاهی تابع شرایط خویش (نه تابع احساسات و عواطف و قوانین اجتماعی جامعه) می‌شوند. این مبحث در دکترین مهدویت، به صورت اطلاق‌گرایی و جهان‌شمول بودن قیام حضرت مهدی علیه‌السلام خود را نشان می‌دهد و در حقیقت اثبات می‌شود که قیام حضرت مهدی علیه‌السلام بی‌شک اتفاق می‌افتد و این یک حادثه مطلق بوده و جهان را تحت پوشش قرار خواهد داد.

آیات و روایات و احادیث و استدلال‌ات گوناگونی بر جهان‌شمول بودن انقلاب حضرت مهدی علیه‌السلام ارائه شده است که به‌طور مثال به موارد زیر می‌توان اشاره کرد:

يَمَلَأُ الْأَرْضَ قِسْطًا وَعَدْلًا كَمَا مَلِئَتْ ظُلْمًا وَجَوْرًا؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵، ۷۴)

[حضرت] زمین را پراز قسط و عدل می‌کند همان‌طور که پراز ظلم و جور شده است.

در جهان معاصر نیز حرکات جهان‌شمول در تمام زمینه‌ها از جمله در محور سیاست با تشکیل سازمان ملل متحد و در حوزه اقتصاد با تشکیل سازمان تجارت جهانی و ارائه نظریه‌هایی، چون «دهکده کوچک جهانی» دلیل مستدل و قابل قبول برای عقل‌گرایانی است که در زمینه ظهور حضرت مهدی علیه السلام و دکتترین مهدویت دلایل وحیانی، روایی و فطری را نمی‌پذیرند.

برنادر باربر جامعه‌شناس امریکایی در رساله «نهضت منجی‌گری» اعتقاد به وجود مصلح جهانی را حتی در میان سرخ‌پوستان امریکایی نقل کرده است و می‌گوید: «در میان قبایل سرخ‌پوست امریکایی، این عقیده شایع است که روزی گرد سرخ‌پوستان ظهور خواهد کرد و آن‌ها را به بهشت زمین رهنمون خواهد نمود.» (مکارم شیرازی، ۱۳۵۷)

پیوند انقلاب اسلامی ایران با انقلاب جهانی حضرت مهدی علیه السلام و تأثیر آن بر جهان نیز از جمله مواردی است که انسان‌های آزاد و آگاه باید به آن توجه داشته باشند. پیش‌بینی این رویداد در روایات رسول خدا صلی الله علیه و آله (اربلی، ۱۴۰۱: ج ۲، ۴۷۷)، امام محمد باقر علیه السلام (نعمانی، بی‌تا: ۲۷۳)، امام موسی کاظم علیه السلام (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۷، ۲۱۶) و امام جعفر صادق علیه السلام (همو: ۵) نیز آمده است.

### ج) انسان آگاه، آزاد و منتظر

الگوی انسان در فلسفه اخلاق، انسانی است آگاه و آزاد که با انگیزه، تلاش می‌کند فضیلت‌ها را به باید‌ها و رذیلت‌ها را به نبایدها در وجود خویش ملکه سازد تا به سعادت برسد و جامعه را نیز با خودسازی و تقوا و اشاعه آن به یک جامعه آرمانی که عدالت و کرامت انسانی از مشخصه‌های اصلی آن است، تبدیل کند.

این الگوی انسانی با درجاتی به مراتب متعالی‌تر در دکتترین مهدویت، به عنوان انسانی با اندیشه‌ای لبریز از امید و انتظار در دایره‌ای وسیع‌تر از اخلاق فردی و

اجتماعی، تحت هدایت امام زمان خویش با خودسازی و تقوای پیشگی به عدالت می‌اندیشد و در این مسیر مبارزه می‌کند تا آرمان شهر مهدویت را بنا سازد.

الگوی انسانی در دو نهاد فلسفه اخلاق و دکترین مهدویت تشابهات فراوانی دارند که از مسیر شناسایی انسانی اخلاقی که طیف گسترده‌ای از جامعه را پوشش داده است، می‌توان نسبت به شناساندن انسان منتظر و دکترین مهدویت به جامعه جهانی گام‌های مؤثرتری برداریم.

از دیدگاه پیامبران و امامان و اندیشمندان، در ویژگی‌های انسان منتظر راستین، بر اخلاق، بسیار تأکید شده است. انسان که رسالت خدایی شدن او از ابتدای آفرینش آغاز شده بود و با رسالت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله دوران تازه‌ای آغاز کرد و بر اساس بیان حضرت محمد صلی الله علیه و آله که هدف بعثت را تکمیل مکارم اخلاق دانسته‌اند، وظیفه خود می‌داند که تحت هدایت امامان خود تقوای الهی پیشه کند و به خودسازی اخلاقی بپردازد و تا ساختن جامعه‌ای تکمیل شده از مکارم اخلاقی که هدف بعثت بوده است و مردی از ذریه پیامبر صلی الله علیه و آله این رسالت را ادامه خواهد داد، از پای ننشیند.

حضرت امام صادق علیه السلام درباره ویژگی‌های این انسان می‌فرماید:

هر کس شاد می‌شود که از اصحاب و یاوران قائم باشد باید که در انتظار بسر برد و از روی تقوا و پرهیزگاری و محاسن اخلاقی عمل نماید در حالی که منتظر است. (نعمانی، بی تا: ۲۰۰، ح ۱۶)

حضرت امام محمد باقر علیه السلام در این باره می‌فرماید:

دولتنا آخر الدول ... و هو قول الله عزوجل: «وَالْعَاقِبَةُ لِلْمُتَّقِينَ» (طوسی، ۱۴۱):  
۴۷۲، ح ۴۹۳؛ نیشابوری، ۱۴۰۶: ۲۹۱)

دولت ما آخرین دولت‌هاست... و این همان سخن خداوند عزوجل است که می‌فرماید: «و فرجام [نیک] برای پرهیزگاران است.»

بنابراین، انسان منتظر در این نهاد، انسانی است که با خودسازی و تقوای الهی و مبارزه با ظلم در انتظار جاری شدن تمام مکارم اخلاقی در جامعه و تحت

رهبری حضرت مهدی علیه السلام است. این انسان به عنوان رسانه برتر زمینه ساز در پهنای جهان و در دورافتاده ترین مکان ها می تواند به رشد و اعتلای دکترین مهدویت کمک نماید.

### سایر مفاهیم

به جز سه شاخص اصلی تبیین فلسفه اخلاق (واقع گرایی، اطلاق گرایی و انسان آگاه و آزاد) که مفاهیم همگن آن در دکترین مهدویت با درجات متعالی تری وجود دارد، سایر مفاهیم خرد و کلان فلسفه اخلاق بیش تر با گرایش دینی، با شدت و ضعف در دکترین مهدویت یافت می شود که برای نمونه می توان به سه فضیلت اصلی شامل (حکمت، شجاعت و عفت) و نیز ترکیب بهینه این سه فضیلت که عدالت نام دارد و یا مفهوم فطرت اشاره کرد.

#### الف) حکمت

حکمت که در فلسفه اخلاق تعادل قوای ناطقه است، در دکترین مهدویت باید در وجود انسان مصلحی باشد که آرمان شهر مهدویت به دست او بنا می شود. حکمت اقتضا دارد که این انسان حکیم، فرستاده خداوند حکیم باشد و به هیچ به اصطلاح مصلح دیگری، که به پشتوانه زر و زور و تزویر ادعای اصلاح گری نماید، نمی توان و نباید اعتماد کرد. بنابراین حکمت، ضرورت دکترین مهدویت خواهد بود؛ همچنان که در دعای امام زمان می خوانیم:

السلام عليك يا صاحب التدبير ... هو المدار بل هو المدير بأمره التقدير و التدبير...

#### ب) شجاعت

شجاعت نیز که در فلسفه اخلاق تعادل قوای غضبیه است، در دکترین مهدویت ضرورت مصلح جهانی است که باید با شیاطین روزگار و همه

ابرقدرت‌ها که تمثیل آن در دکترین مهدویت سفیانی است، مبارزه کند. سفیانی از فرزندان خالد، پسر یزید، پسر ابوسفیان است. (خزاعی مروزی، بی تا: ۷۵)

در حقیقت حضرت مهدی علیه السلام چنان شجاعتی دارد که می‌تواند برای یاری دین و عزیز کردن مسلمانان و انتقام از منکرین سرکش، مبارزه‌ای جدی آغاز کند و به پیروزی برسد. در حقیقت شجاعت حضرت مهدی علیه السلام ذخیره‌شده‌ای از تمام شجاعت پیامبران و امامان و مصلحان جهان خواهد بود؛ همان‌گونه که در زیارت حضرت صاحب الامر می‌خوانیم:

ذخرک الله لنصره الدین و اعزاز المؤمنین و الانتقام من الجاحدین المارقین.

اگر مفهوم شجاعت با گرایش دینی آن یادآور قیام حضرت امام حسین علیه السلام و شجاعت او در مقابل حاکمان زمان خویش باشد، نام مبارک امام زمان علیه السلام در دو جا از زیارت عاشورا «مَعَ إِمَامٍ مَّنْصُورٍ مِنْ أَهْلِ بَيْتِ مُحَمَّدٍ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَآلِهِ ... أَنْ يَزُقَّنِي طَلَبَ ثَارِي مَعَ إِمَامٍ هُدًى» حاکی از شجاعت امام زمان علیه السلام و پیروان اوست.

### ج) عفت

عفت نیز که در فلسفه اخلاق تعادل قوای شهوانی است، در دکترین مهدویت از خصوصیات حضرت مهدی علیه السلام است. آن حضرت در دعای معروف خود «اللَّهُمَّ ارزُقْنَا تَوْفِيقَ الطَّاعَةِ وَبَعْدَ الْمَعْصِيَةِ وَ...» که آن را به شیعیان نیز آموخته، دوری از گناه و معصیت را نخستین خواسته انسان از خداوند می‌داند.

این سه مفهوم (حکمت، شجاعت و عفت)، نه تنها در شخص حضرت مهدی علیه السلام نمود کامل و واقعی دارد، بلکه باید در انسان‌های منتظر نیز در حدی وجود داشته باشد. عبارت «و هو مقتد به فی غیبتہ» نیز ترجمان این مسئله است. امام زمان علیه السلام به یکی از طالبان دیدار خویش فرموده‌اند: «عملت را عمل امام زمان قرار بده» و در جواب این سؤال که چه کنم تا در این امر موفق باشم،

فرموده‌اند: «الاخلاص فی العمل؛ در عمل، اخلاص داشته باش.» (قاضی زاهدی، ۱۳۷۸: ۲۶۱)

اما ترکیب بهینه از سه مفهوم اصلی فلسفه اخلاق، عدالت نام دارد که فضیلت فضیلت‌هاست و در دکتترین مهدویت، اصولاً قیام حضرت مهدی علیه السلام با هدف برقراری عدالت صورت می‌گیرد.

#### د) فطرت

فطرت نیز از مفاهیم اساسی و مشترک در فلسفه اخلاق و دکتترین مهدویت است که می‌تواند با توجه به این‌که انسان با تمام وجود آن را درک می‌کند، کالبدشکافی آن نقش مؤثری در ترویج دکتترین مهدویت داشته باشد.

#### فطرت در دکتترین مهدویت

آیت الله مکارم شیرازی در کتاب *مهدی، انقلابی بزرگ* که در سال ۱۳۵۷ تألیف کرده است، می‌نویسد:

هر مسئله‌ای از دوره قابل بحث و بررسی است، از طریق عقل و خرد و از طریق عاطفه و فطرت.

وی فطرت را همان الهام و درک درونی می‌داند که انسان، بدون نیاز به دلیل و استدلال و برهان آن را می‌پذیرد و به آن ایمان می‌آورد. در ادامه بحث نیز عشق به صلح و عدالت را یک نهاد فطری در بشر می‌داند که همه انسان‌ها، با تمام اختلافات در میان ملت‌ها و امت‌ها و طرز تفکرها و آداب و فرهنگ‌ها و مذاهب و مکتب‌ها به آن علاقه دارند و با تمام وجود خواهان آن هستند و چون این خواسته، عمومیت دارد، استدلالی برای فطرتی بودن آن هست. این ندای فطری انسان است که سرانجام توسط مصلحی بزرگ (حضرت مهدی علیه السلام)، پرچم صلح و عدالت در جهان به اهتزاز در خواهد آمد. ایمان به ظهور نجات‌بخشی بزرگ در تمام مذاهب و مکاتب وجود دارد که علتی برای فطری بودن آن می‌شود.

آیت الله مکارم شیرازی در این کتاب به گستردگی این عقیده در میان چینی ها، مصری ها، غربی ها اشاره کرده و کتاب های انجیل و تورات، هندیان و زرتشتیان را نام می برد.

نویسنده کتاب *مهدی، معجزه جاویدان* نیز به بخشی از زبور حضرت داود، کتب هندی ها، کتاب دانیال نبی، تورات اشعیای نبی و انجیل عیسی مسیح و انجیل یوحنا نبی درباره حضرت مهدی علیه السلام اشاره کرده است. (طسوجی، ۱۳۸۲)

به هر روی، نقش فطرت در دکتترین مهدویت اهمیت فراوانی دارد، به گونه ای که بیداری آن از هر طریق ممکن است و با همسازی مباحث فطرت در نهاد فلسفه اخلاق، موجب تقویت پذیرش دکتترین مهدویت می شود.

### فطرت در فلسفه اخلاق

از فطرت در فلسفه اخلاق به عنوان یکی از معیارهای شناخت فضیلت ها و ردیلت ها نام می برند. برخلاف نظریات مربوط به اشعریان که شرع، و معتزله و امامیه که عقل، و کانت که وجدان، و افلاطون که عدالت و زیبایی و سایر اندیشمندان که معیار دیگری را انتخاب کردند، شهید مطهری از اندیشمندانی است که به نقش فطرت در فلسفه اخلاق اهمیت فراوانی می دهد. ایشان برای اثبات نظریه خویش به روایت مستدلی از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله اشاره می کند. وی در کتاب *فلسفه اخلاق* می نویسد:

وقتی آیه *﴿تَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ﴾* نازل شد مردی به نام وابصه نزد رسول اکرم صلی الله علیه و آله آمد و گفت سؤالی دارم! حضرت فرمود: من بگویم سؤال چیست؟ گفت: بفرمایید. فرمودند: آمده ای که «بِرّ» و «تقوا» و «اِثم» و «عدوان» را برایت معنا کنم. گفت: یا رسول الله! بلی، برای همین آمده ام. پیامبر صلی الله علیه و آله سه انگشت خود را جمع کرد و به سینه وابصه زدند و فرمودند: «یا وابصه، از دل خودت سؤال کن و از قلبت استفتا کن.»

ژان پل سارتر، پایه‌گذار فلسفه اگزیستانسیالیسم که انسان را کانون توجه قرار می‌دهد، در یکی از کتاب‌هایش درباره فلسفه اخلاق در پاسخ به این سؤال که انسان چگونه خوبی و بدی کارها را تشخیص دهد، مثالی می‌زند و می‌گوید: «سربازی در دوران جنگ نزد من آمد و گفت که من چه کنم؟ از یک طرف مادر پیری در خانه دارم و تقاضا دارد که پیشش بمانم و او را سرپرستی کنم و از طرف دیگر کشور در حال جنگ است و من به عنوان یک سرباز باید از فرانسه دفاع کنم. بین انتخاب این دو امر مانده‌ام کدام را انتخاب کنم؟» سارتر می‌گوید: «من به او گفتم به وجدانت و به دل خودت رجوع کن و هر چه او گفت انجام بده.»

بنابراین نقش مفهوم فطرت در دنیای معاصر تا به حدی است که می‌تواند امثال ژان پل سارتر را به درک مفاهیم اسلامی جذب کند و در وجود او استدلالی تولید کند که مشابه آن در مباحث کلامی و فقهی اندیشمندان اسلام دیده شده است. از این رو می‌توان از مفهوم فطرت برای اثبات حقانیت دکترین مهدویت نیز بهره برد. روشن است هر چه فضیلت‌های اخلاقی در انسان عمق بیش‌تری داشته باشد و از رذائل اخلاقی دور بماند، قابلیت جذب انسان‌های دیگر را به مکتب پیشنهادی دارد و این انسان که به حکمت، شجاعت، عفت به عنوان سه فضیلت اصلی آراسته گردد، می‌تواند برترین رسانه زمینه‌ساز دکترین مهدویت باشد.

## نتیجه

این مسئله که دکترین مهدویت می‌تواند یک نظریه فراگیر در حوزه سیاست، اجتماع، اقتصاد و حتی در حوزه عبادی جامعه باشد بر هیچ کس پوشیده نیست. به همین سبب ترویج و اشاعه آن از وظایف اخلاقی انسان‌هاست، اما استقبال اندیشه‌های بشر با آن همه تفاوت در فرهنگ‌ها و ذهنیت‌ها از این دکترین، بستگی به روش‌های ترویجی آن دارد.



اشاعه دكترين مهديت از مسيره‌هاي مختلف علمي از جمله مسيره‌هاي فقه‌ي، عبادي، محوريت عقايد و يا فلسفه اخلاق امكان پذير است كه با توجه به خصوصيات هم پوشاني و گستردگي، تشابهات مفهومي و نتايج کاربردي در دو نهاد فلسفه اخلاق و دكترين مهديت، به نظر مي رسد انسان‌هاي آزاد جامعه بين‌المللي از مسير فلسفه اخلاق آمادگي بيش تري براي پذيرش دكترين مهديت دارند. از همين رو پيشنهاد مي گردد ضمن تاسيس دانشگاه و پژوهشكده و يا حداقل ايجاد رشته‌ها و كرسي‌هاي دكترين مهديت نسبت به انجام پژوهش‌هاي علمي درباره تبين دكترين مهديت و اشاعه آن از مسير فلسفه اخلاق، اقدامات اساسي صورت گيرد.

ترويج و اشاعه دكترين مهديت با پيشرفته‌ترين رسانه‌هاي سخت افزاري هرچند تاثيرگذار است، اما انسان آراسته به اخلاق اسلامي رسانه ديگري محسوب مي شود كه نه تنها در شعار، بلكه در عمل كرد وي نيز مردم تجسم خوش آيندي از جامعه آينده و تحت دكترين مهديت خواهد داشت.

## منابع

۱. آقا تهراني، مرتضي، *سوداي روي دوست*، قم، انتشارات مؤسسه آموزشي و پرورشي امام خميني علیه السلام، ۱۳۸۵ ش.
۲. اربلي، علي بن عيسي، *كشف الغمة في معرفة الائمة*، تصحيح: هاشم رسولي محلاتي، بيروت، دارالكتاب، چاپ اول، ۱۴۰۱ق.
۳. بهاري، بهنام، *فلسفه اخلاق با تكيه بر مباحث تربيتي*، اردبيل، نيك آموز، ۱۳۸۶ ش.
۴. بيهقي، احمد بن حسين، *السنن الكبرى*، تحقيق: محمد عبدالقادر عطا، بيروت، دارالكتب العلمية، چاپ اول، ۱۴۱۴ق.

۵. خزاعی مروزی (ابن حماد)، نعیم بن حماد، *الفتن*، نسخه خطی، بی تا.
۶. خمینی، سید روح الله، *صحیفه امام*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام، ۱۳۷۱ ش.
۷. شجاعی، محمد، *آشتی با امام زمان*، مؤسسه فرهنگی منتظران منجی علیه السلام، بی تا.
۸. شیروانی، علی، *نهج الفصاحة*، قم، انتشارات دارالفکر، ۱۳۸۵ ش.
۹. صدر، سید محمد باقر، *انقلاب مهدی علیه السلام پندارها*، ترجمه: سید احمد علم الهدی، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۴ ش.
۱۰. طبرسی، فضل بن حسن، *مجمع البیان فی تفسیر القرآن*، تحقیق: سید هاشم رسولی محلاتی و سید فضل الله یزدی طباطبایی، بیروت، دارالمعرفة، ۱۴۰۸ ق.
۱۱. طسوجی، محمد حسین، *مهدی علیه السلام معجزه جاویدان*، قم، انتشارات لاهیجی، ۱۳۸۲ ش.
۱۲. طوسی، محمد بن الحسن، *الغیبة*، تحقیق: عباد الله الطهرانی و علی احمد ناصح، قم، مؤسسه المعارف الاسلامیة، چاپ اول، ۱۴۱۱ ق.
۱۳. قاضی زاهدی، احمد، *شیفتگان حضرت مهدی علیه السلام*، تهران، مؤسسه نهادگذاری مطالعات علمی و پژوهشی گویا، ۱۳۷۸ ش.
۱۴. قزوینی، سید محمد کاظم، *امام مهدی علیه السلام از ولادت تا ظهور*، ترجمه و تحقیق: علی کریمی و محمد حسینی، نشر الهادی، ۱۳۷۹ ش.
۱۵. کلینی، محمد بن یعقوب، *الکافی*، تحقیق: علی اکبر غفاری، بیروت، دارصعب و دارالتعارف، چاپ چهارم، ۱۴۰۱ ق.
۱۶. کورانی، علی، *عصر ظهور*، ترجمه: مهدی حقی، تهران، انتشارات امیرکبیر، ۱۳۸۵ ش.
۱۷. مصباح یزدی، محمد تقی، *اخلاق در قرآن*، تحقیق: محمد حسین اسکندری، قم، انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی علیه السلام، ۱۳۷۶ ش.
۱۸. مجلسی، محمد باقر، *بحار الانوار*، بیروت، مؤسسه الوفاء، چاپ دوم، ۱۴۰۳ ق.
۱۹. مکارم شیرازی، ناصر، *مهدی علیه السلام انقلابی بزرگ*، بی جا، بی تا، ۱۳۵۷ ش.
۲۰. نعمانی، محمد بن ابراهیم، *الغیبة*، تحقیق: علی اکبر غفاری، تهران، مکتبه الصدوق، بی تا.
۲۱. نیشابوری، محمد بن الحسن الفتال، *روضه الواعظین*، تحقیق: حسین الأعلمی، بیروت، مؤسسه الأعلمی، چاپ اول، ۱۴۰۶ ق.

## رسالت رسانه ملی برای مقابله با جنگ نرم از دیدگاه مقام معظم رهبری

دکتر علی باقری دولت آبادی\*

### چکیده

در جنگ نرم، دولت‌ها حوزه‌های مختلف و ابزارهای متفاوتی را برای پیشبرد مقاصد خود به کار می‌گیرند. رسانه‌ها به‌ویژه رسانه‌های تصویری از مهم‌ترین ابزارهای این جنگ به شمار می‌روند. با توجه به این‌که بسیاری از دروغ‌پراکنی‌ها و تخریب‌ها به وسیله رسانه‌های تصویری صورت می‌پذیرد و پژوهش‌های انجام‌شده نیز اثبات کرده تأثیر این‌گونه رسانه‌ها در ذهن مخاطب بیش از رادیو، مطبوعات و دیگر رسانه‌هاست، انتظار می‌رود رسانه ملی نقش مهم خود را در این زمینه ایفا نماید. این پژوهش قصد دارد راهبردها و رویکردهای موردنیاز و رسالت رسانه ملی برای مقابله با جنگ نرم دشمن را از منظر مقام معظم رهبری تبیین نماید. نتایج و یافته‌های این پژوهش، مسئولان رسانه ملی را یاری خواهد رساند تا با توجه به رهنمودهای

---

\* استادیار گروه علوم سیاسی دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه یاسوج.

رهبر انقلاب در راستای خنثی‌سازی تهدیدات جنگ نرم دشمن، به برنامه‌ریزی برای برنامه‌های شبکه‌های تلویزیونی بپردازند. برای این منظور از روش توصیفی - تحلیلی استفاده خواهد شد؛ بدین ترتیب که ابتدا داده‌های مورد نظر از کتاب‌ها، مجلات و پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری استخراج و پس از آن مورد تحلیل قرار می‌گیرد.

### واژگان کلیدی

ایران، جنگ نرم، رسانه ملی، مقام معظم رهبری.

### مفهوم جنگ نرم

درباره مفهوم جنگ نرم و ریشه لغوی آن اختلاف نظر وجود دارد. تحلیل‌گران مختلف، واژه‌های گوناگونی را برای آن به کار می‌برند. برخی از تحلیل‌گران این مفهوم را بیان‌کننده شرایط جنگ سرد بین دو ابرقدرت جهان در دوره پس از جنگ جهانی دوم می‌دانند که به قدرت ایدئولوژیک و فرهنگی آن‌ها برای پیروزی بر رقیب بازمی‌گردد. عده‌ای دیگر، آن را مفهومی جدید می‌دانند که از دهه ۹۰ در دستور کار سیاست خارجی امریکا قرار گرفته است و متأثر از واژه قدرت نرم (Soft Power) است. از نظرگاه این گروه، جوزف نای اولین فردی بود که این واژه را به کار برد. (Nye, 2010: 1) جوزف نای در تعریف قدرت نرم می‌گوید:

قدرت نرم عبارت است از توانایی شکل‌دهی ترجیحات دیگران.  
(Nye, 2010: 2)

او در توصیف بیش‌ترین مفهوم، اضافه می‌کند:

در دنیای تجارت، مدیران اجرایی باهوش واقفند رهبری در صدور فرامین خلاصه نمی‌شود، بلکه جذب دیگران به انجام آن‌چه شما می‌خواهید را شامل می‌شود. رهبران سیاسی مدت‌هاست با قدرتی که از طریق جذابیت حاصل می‌شود، آشنا هستند. اگر من بتوانم شما را به انجام آن‌چه می‌خواهم سوق دهم آن‌گاه نیازی به استفاده از «هویج» و «چماق» برای مجبور کردن شما ندارم. قدرت نرم، ابزار رایج متفاوتی - نه زور و نه

پول - را برای تولید همکاری مورد استفاده قرار می دهد. قدرت نرم از جذابیت برای ایجاد اشتراک بین ارزش ها و الزام و وظیفه همکاری برای رسیدن به همه این موارد سود می جوید. (نای، ۱۳۸۴: [www.bashgah.net](http://www.bashgah.net))

برخی دیگر از تحلیل گران ریشه جنگ نرم مورد تأکید کنونی سران امریکا را در واژه قدرت هوشمند می جویند که هیلاری کلینتون - وزیر خارجه امریکا - در مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری خود به آن اشاره کرد. قدرت هوشمند، ترکیبی است از قدرت نرم و قدرت سخت. (Nye, 2006: 3) هیلاری کلینتون بعد از نامزد شدن برای به عهده گرفتن سمت وزارت امور خارجه امریکا این مفهوم را وارد فاز اجرایی کرد. وی هنگام ادای شهادت در مجلس سنا برای دریافت رأی اعتماد گفت:

ما باید از آن سیاستی استفاده کنیم که «قدرت هوشمند» نامیده شده است. این سیاست دامنۀ کاملی از وسایل و تدابیر [دیپلماتیک، اقتصادی، نظامی، سیاسی، قانونی و فرهنگی] را در اختیار ما قرار می دهد. ما می توانیم بهترین وسیله و تدبیر یا ترکیبی از آن ها را برای هر وضع خاصی به کار گیریم. با قدرت هوشمند، دیپلماسی در رأس سیاست خارجی ما قرار خواهد داشت. (Statement of Senator Hillary, 2009)

وی بعدها این مفهوم را تقویت کرد و بر این امر تأکید نمود:

عاقلانۀ ترین راه این است که ابتدا از سیاست ترغیب و تشویق استفاده کنیم. (روزنامه جام جم، ۲۱ آذر ۱۳۸۸)

برخی دیگر از تحلیل گران، جنگ نرم را همان جنگ روانی می دانند و سابقۀ آن را تا سال ۱۹۲۰ عقب می برند. (Soft War Reasons..., 2010, [www.ido.ir](http://www.ido.ir)) فولر مورخ و تحلیل گر نظامی بریتانیایی اولین کسی است که اصطلاح جنگ روانی را در سال ۱۹۲۰ به کار برد. در آن زمان استفاده فولر از واژه جنگ روانی در محافل نظامی و علمی بریتانیا و امریکا توجه چندانی را به خود جلب نکرد. در ژانویه ۱۹۴۰ با انتشار

مقاله‌ای با عنوان «جنگ روانی و چگونگی به راه‌اندازی آن»، این اصطلاح برای اولین بار وارد ادبیات امریکا شد. جنگ روانی، یعنی استفاده از هر نوع وسیله‌ای به منظور تأثیرگذاری بر روحیه و رفتار یک گروه با هدف نظامی مشخص. در پایان جنگ جهانی دوم این اصطلاح به فرهنگ لغت وبستر وارد شد و بخشی از عبارت‌پردازی‌های سیاسی و نظامی آن زمان را تشکیل داد. در سال ۱۹۵۰، یعنی تنها یک سال پس از پایان جنگ، ترومن رئیس‌جمهور وقت امریکا به منظور کسب آمادگی برای اجرای جنگ روانی در کره، پروژه‌ای را با عنوان «نبرد حقیقت» با بودجه‌ای معادل ۱۲۱ میلیون دلار تصویب کرد. ارتش امریکا اداره و ریاست جنگ روانی را به عنوان بخش ستادی ویژه ایجاد کرد و در کنار واحدهای رزمی، واحدهای جنگ روانی گسترده‌ای را با استفاده از تجربیات جنگ جهانی دوم تشکیل داد. از آن زمان تا کنون، سازمان‌ها و نهادهای روانی تبلیغاتی امریکا با توسعه‌ای روزافزون همواره به عنوان یکی از بازوهای اصلی آن کشور در جنگ و صلح عمل کرده‌اند.

با همه تفاسیر فوق باید گفت جنگ نرم (soft war) به لحاظ مفهومی از دو کلمه «جنگ» (War) که خود معنا و مختصات و استانداردهای خود را داشته و نیز کلمه «نرم» (Soft) که شابلون مختص به خود را دارد تشکیل می‌شود. در مهندسی سطوح منازعات، از دیدگاه علوم راهبردی، چهار سطح وجود دارد. پایین‌ترین سطح، «سطح تاکتیک» و بالاترین سطح، «سطح استراتژیک» است. در این مهندسی برای منازعات استراتژیک لفظ «War» به معنای «جنگ» استفاده می‌شود. در مقابل سطح استراتژیک، سطح تاکتیک قرار دارد که برای آن لفظ «Combat» به معنای «رزم» کاربرد دارد. سطح عملیاتی سطحی است که میانبر سطح استراتژیک به سطح تاکتیک است که در مهندسی منازعات از آن به «Battle» به معنای «نبرد» یاد می‌شود. آخرین سطح، سطح تاکتیک است. سطحی است در مقابل سطح عملیاتی. برای آن در مهندسی منازعات لفظ «Fight» به

معنای «پیکار» در نظر گرفته شده است. پس جنگ نرم منازعه‌ای است استراتژیک که نظر بر بقا برای آینده است. در این دسته‌بندی هر منازعه با توجه به عاملان اصلی، وسعت میدان منازعه، عمق میدان، نوع تجهیزات و برد سلاح و میزان نیروی درگیر، در هریک از چهار سطح اشاره شده تعریف می‌شود. منظور از نرم (Soft) به عنوان جزء دوم این اصطلاح اشاره به جنگی است که با ذهنیت، تصویر و بینش مخاطبان سروکار دارد. همچنین به ابزارهایی می‌پردازد که در چنین جنگی مورد استفاده قرار می‌گیرد. برخلاف جنگ سخت، ابزار جنگ نرم، رسانه، دیپلماسی، تبلیغات و... است. پس در یک جمع‌بندی ساده باید گفت مفهوم جنگ نرم در مقابل جنگ سخت قرار داده می‌شود.

### جنگ نرم چیست؟

جنگ نرم که گاه از آن به جنگ روانی نیز تعبیر می‌شود، عبارت است از «استفاده طراحی شده ملت از تبلیغات و فعالیت‌ها به جای جنگ و انتقال عقاید و اطلاعاتی که برای تحت تأثیر قرار دادن نظرها، نگرش‌ها، احساسات و رفتار گروه‌های خارجی در نظر گرفته شده‌اند، به شکلی که از تحقق اهداف ملی حمایت کند.» (استونر، ۱۳۸۲: ۷)

جان کالینز، نظریه‌پرداز دانشگاه ملی جنگ آمریکا، جنگ نرم را عبارت از استفاده طراحی شده از تبلیغات و ابزارهای مربوط به آن برای نفوذ در مختصات فکری دشمن با توسل به شیوه‌هایی که موجب پیشرفت مقاصد امنیت ملی مجری می‌شود می‌داند. (کالینز، ۱۳۷۲: ۴۸۷)

رهبر انقلاب، واژه جنگ نرم را چنین تشریح می‌کند:

[جنگ نرم] یعنی جنگ به وسیله ابزارهای فرهنگی، به وسیله نفوذ، به وسیله دروغ، به وسیله شایعه‌پراکنی؛ با ابزارهای پیشرفته‌ای که امروز وجود دارد، ابزارهای ارتباطی‌ای که ده سال قبل و پانزده سال قبل و سی سال قبل نبود، امروز‌گسترش پیدا کرده. جنگ نرم یعنی ایجاد تردید در

دل‌ها و ذهن‌های مردم. (دیدار با دانشجویان و نخبگان علمی، ۱۳۸۸/۶/۴)

جنگ نرم در برابر جنگ سخت در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون جنگ روانی، درگیری نظامی و گشوده شدن آتش، رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد، می‌شود. جنگ رایانه‌ای، اینترنتی، براندازی نرم، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و شبکه‌سازی از اشکال جنگ نرم هستند. جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی - اجتماعی حاکم، تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند.

### اهداف کشورها از توسل به جنگ نرم

دولت‌ها از پی‌گیری جنگ نرم اهداف مختلفی را دنبال می‌نمایند. ممکن است این هدف یک هدف کوتاه‌مدت، نظیر تضعیف یک دولت برای تحت فشار قرار دادن آن یا یک هدف بلندمدت و استراتژیک، مانند سرنگونی یک نظام باشد. می‌تواند پس از ناکامی در توسل به شیوه‌های نظامی در پیش گرفته شود یا به عنوان پیش‌مقدمه‌ای برای آن، همه چیز به جامعه هدف بستگی دارد. با این حال برخی از اهداف توسل به جنگ نرم را می‌توان این‌گونه برشمرد:

- تأثیرگذاری شدید بر افکار عمومی جامعه هدف، از راه طرح جنگ نرم و با ابزار خبر و اطلاع‌رسانی هدفمند و کنترل شده؛

- ترساندن از مرگ یا فقر یا قدرت خارجی سرکوب‌گر و پس از آن دعوت به تسلیم از راه پخش شایعات و دامن زدن به آن برای ایجاد جو بی‌اعتمادی و ناامنی روانی؛

- اختلاف‌افکنی در صفوف مردم و برانگیختن اختلاف میان مقام‌های نظامی و سیاسی کشور مورد نظر، در راستای تجزیه سیاسی کشور؛

- اشاعه بذر ناامیدی در میان مردم و به‌ویژه نسل جوان، به منظور بی‌تفاوت



کردن آن‌ها نسبت به کشور خود و تحولات احتمالی آتی؛  
 - کاهش روحیه و کارایی رزمی (البته در زمان جنگ نظامی)؛  
 - ایجاد اختلال در سامانه‌های کنترلی و ارتباطی کشور هدف؛  
 - تبلیغات سیاه (با هدف براندازی و آشوب) به وسیله شایعه‌پراکنی و جوسازی  
 از راه‌های مختلف؛  
 - تقویت نارضایتی‌ها در یک کشور نسبت به دولت و زمینه‌سازی برای فروپاشی  
 دولت یا تجزیه آن؛  
 - تلاش برای بحرانی و حاد نشان دادن اوضاع کشور هدف از راه ارائه اخبار  
 نادرست و نیز تحلیل‌های نادرست و اغراق آمیزش؛ (موسوی، ۱۳۸۸: ۴۴)  
 - قرار دادن مردم در برابر دولت و تحریک احساسات و عواطف آن‌ها؛  
 ... و

### تاکتیک‌های مورد استفاده نظام سلطه در جنگ نرم علیه ایران

نظام سلطه در جنگ نرم خود علیه جمهوری اسلامی، از تاکتیک‌های مختلفی بهره می‌گیرد. برخی از مهم‌ترین این تاکتیک‌ها عبارتند از:

#### ۱. دامن زدن به فضای ناامیدی در ایران

یکی از طرح و برنامه‌های دشمن، ترسیم آینده‌ای تاریک پیش روی جوانان است. آنان به شیوه‌های مختلف تلاش می‌کنند تا انگیزه و پشت‌کار لازم را از جوانان سلب کنند. در چنین شرایطی تمامی تلاش رسانه باید در راستای بازسازی اعتماد به نفس، شکستن فضای ناامیدی و نگاه به قله‌های پیش روی باشد. رهبر معظم انقلاب در این باره به جوانان این‌گونه توصیه می‌نماید:

عزیزان من، شرط اصلی فعالیت درست شما در این جبهه جنگ نرم، یکی‌اش نگاه خوش‌بینانه و امیدوارانه است. نگاهتان خوش‌بینانه باشد. ببینید، من در مورد بعضی‌تان به جای پدر بزرگ شما هستم. من نگاهم به

آینده، خوش بینانه است؛ نه از روی توهم، بلکه از روی بصیرت. شما جوانید - مرکز خوش بینی - مواظب باشید نگاهتان به آینده، نگاه بدبینانه نباشد؛ نگاه امیدوارانه باشد، نه نگاه نومیدانه. اگر نگاه نومیدانه شد، نگاه بدبینانه شد، نگاه «چه فایده‌ای دارد» شد، به دنبالش بی عملی، به دنبالش بی تحرکی، به دنبالش انزوا است؛ مطلقاً دیگر حرکتی وجود نخواهد داشت؛ همانی است که دشمن می خواهد. (دیدار با دانشجویان و نخبگان علمی، ۱۳۸۸/۶/۴)

رهبر انقلاب علت تأکید خود بر مسئله اعتماد به نفس را این گونه برمی شمرد:

بیم آن هست که در عرصه جنگ های روانی و تبلیغاتی و به اصطلاح جنگ نرم بین ما و دشمنانی که بسیار اصرار بر ادامه این نبرد دارند، این اعتماد به نفس یا خدشه پیدا کند، تضعیف بشود، متزلزل بشود یا لااقل در حدی که ملت ما به آن احتیاج دارد، پیش نرود. ما در نیمه راهیم. من به عیان می بینم که در ذهن و زبان و عمل بسیاری از برجستگان کشورمان این اعتماد به نفس هنوز به حد نصاب لازم نرسیده است. (دیدار با دانشجویان دانشگاه های استان یزد، ۱۳۸۶/۱۰/۱۳)

حضرت آیت الله خامنه ای درباره اهمیت داشتن اعتماد به نفس در مبارزه با جنگ نرم دشمن می فرماید:

مهم ترین تأثیر اعتماد به نفس این است که حالت انتظار کمک و دستگیری از دیگران را از انسان می گیرد. ملتی که به خودش اعتماد ندارد، همیشه منتظر است برای او چیزی فراهم کنند و به او بدهند. وقتی منتظر بودید برایتان غذای آماده بیاورند، دیگر غذا درست نمی کنید؛ غذا درست کردن هم بلد نمی شوید. این یکی از خطرات عمده است، خیلی هم واضح است؛ یعنی چیز فلسفی پیچیده مشکلی نیست. اما همین شیء واضح و سازوکار واضح برای عقب ماندگی کشور، گاهی از نظر ماها مورد غفلت قرار می گیرد. (همو)

ایشان درباره فضای ناامیدی در جامعه فرموده است:

وقتی یأس وارد جامعه شد، جامعه از پویایی خواهد افتاد؛ افراد مبتکر، افراد نخبه، افراد جوان و پُرنشاط منزوی می شوند، کناره گیری می کنند،

دست و دلشان به کار نمی‌رود، مشارکت‌ها کم می‌شود، پویایی جامعه از دست می‌رود. این یکی از خطوط کاری دشمن است؛ مرتباً القای بن‌بست کردن. شما اگر ببینید این تبلیغات رادیوها را حالا امروز رادیوها دیگر نیست. یک وقتی می‌گفتیم ده‌ها رادیو، امروز مسئله هزارهاست؛ رادیو هست، تلویزیون هست، این وسائل اینترنتی هست، به‌طور دائم از مراکز مشخصی، مرتباً القای بن‌بست، القای بحران، القای سیاه بودن وضعیت می‌شود؛ هر مقداری که بگیرد، هر مقداری که مستمع و شنونده پیدا بکند و باورپذیر باشد برای آن‌ها؛ دارند در این زمینه کار می‌کنند. این یکی از خطوط کاری دشمن است. (همو)

## ۲. القای احساس عقب‌ماندگی

از دیدگاه مقام معظم رهبری:

امروز یکی از شگردهای مهم دشمن، تزریق و القای احساس عقب‌ماندگی و ناتوانی است. ما در کشور سی و پنج میلیون جوان داریم. نخیر؛ بدانند ما به هیچ وجه عقب‌مانده‌ایم. جوان ما نباید احساس کند که عقب‌مانده است؛ باید احساس کند که دارد حرکت می‌کند، می‌تازد و جلو می‌رود؛ عملاً به این کار، به این پیشرفت، به این تازش و به این رو به جلو حرکت کردن تشویق شود. (دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱)

## ۳. متوقف کردن حرکت علمی کشور

همه سعی و تلاش دشمن در جنگ نرم این است که حرکت رو به جلویی را که در جمهوری اسلامی ایجاد شده است متوقف نماید. دانشگاه یکی از سنگرهای است که غرب، برای به تسخیر درآوردن آن در تلاش است. بنابراین همه برنامه‌ها باید به این سمت سوق پیدا کند که پویایی و تحرک علمی دانشگاه حفظ شود.

اینی که من توی این چند سال به دانشگاه‌ها مرتب راجع به مسائل علم و تحقیق و پژوهش و نوآوری و جنبش نرم‌افزاری و ارتباط صنعت و دانشگاه و این‌ها این همه تأکید کردم، برای خاطر این است که یک رکن امنیت بلندمدت کشور و ملتتان علم است و همین جا به شما بگویم،

مواظب باشید توی این قضایای سیاسی کوچک و حقیر مبادا دانشگاه تحت تأثیر قرار بگیرد؛ مبادا کار علمی دانشگاه متزلزل شود؛ مبادا آزمایشگاه‌های ما، کلاس‌های ما، مراکز تحقیقاتی ما دچار آسیب بشوند؛ حواستان باشد. یعنی یکی از مسائل مهم در پیش روی شما، حفظ حرکت علمی در دانشگاه‌هاست. دشمن‌ها خیلی دوست می‌دارند که دانشگاه ما یک مدتی لااقل دچار تعطیلی و تشنج و اختلال‌های گوناگونی باشد؛ این برایشان یک نقطه مطلوب است؛ هم از لحاظ سیاسی برایشان مطلوب است، هم از لحاظ بلندمدت؛ چون علم شما از لحاظ بلندمدت به ضرر آن‌هاست؛ لذا مطلوب این است که دنبال علم نباشید وقتی دشمن می‌بیند که ایران به سمت قله‌های پیشرفت حرکت می‌کند. وقتی می‌بیند که انقلاب در مسیر اهداف طراحی شده برای آن حرکت می‌کند خشمگین می‌شود توطئه می‌کند تا این مسیر را مسدود سازد باید تلاش کرد تا دشمن ناامید شود. تا زمانی که قطار توسعه به سمت جلو حرکت می‌کند انتظار سنگ اندازی از سوی دشمنان را باید داشت. (دیدار با دانشجویان و نخبگان علمی، ۱۳۸۸/۶/۴)

#### ۴. هدف گرفتن معنویت، ایمان و اخلاق

در جنگ رسانه‌ای، باورها، ایمان، ارزش‌ها و در کل تمام نقاط قوت، هدف آماج دشمن هستند. در صورتی که این‌ها تضعیف گردند، همانند بازی دومینو سایر مهره‌ها نیز فروخواهند ریخت. پس باید هشیار بود که این سرمایه‌های عظیم حفظ گردد. مساجد، روحانیان، مبلغان، سازمان تبلیغات اسلامی، صدا و سیما، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و تمامی عزیزیانی که در بخش‌های فرهنگی خدمت می‌کنند در این راستا وظیفه سنگینی بردوش دارند.

امروز جنگ نظامی با ما خیلی محتمل نیست، نمی‌گوییم به کلی منتفی است، اما خیلی محتمل نیست، لکن جنگی که وجود دارد، از جنگ نظامی اگر خطرش بیش‌تر نباشد، کم‌تر نیست؛ اگر احتیاط بیش‌تری نخواهد، کم‌تر نمی‌خواهد. در جنگ نظامی دشمن به سراغ سنگرهای مرزی ما می‌آید، مراکز مرزی ما را سعی می‌کند منهدم بکند تا بتواند در

مرز نفوذ کند؛ در جنگ روانی و آن چه که امروز به او جنگ نرم گفته می‌شود در دنیا، دشمن به سراغ سنگرهای معنوی می‌آید که آن‌ها را منهدم کند؛ به سراغ ایمان‌ها، معرفت‌ها، عزم‌ها، پایه‌ها و ارکان اساسی یک نظام و یک کشور؛ دشمن به سراغ این‌ها می‌آید که این‌ها را منهدم بکند و نقاط قوت را در تبلیغات خود به نقاط ضعف تبدیل کند؛ فرصت‌های یک نظام را به تهدید تبدیل کند. این کارهایی است که دارند می‌کنند، در این کار تجربه هم دارند، تلاش هم زیاد می‌کنند، ابزار فراوانی هم در اختیارشان هست. باید ابعاد دشمن و ابعاد دشمنی را بدانیم تا بتوانیم بر او فائق بیائیم. (دیدار با اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۸۸/۷/۲)

## ۵. غفلت از دشمن واقعی

دشمن ستیزی، مشخص کردن دشمن اصلی و متمرکز شدن روی دشمنان اصلی، از دیگر مسائل مهم در جنگ نرم است. نظام سلطه در تبلیغات خود به گونه‌ای عمل می‌کند که مسئولان نظام به جای این‌که به دنبال دشمن واقعی بگردند، یکدیگر را متهم نمایند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در این باره می‌فرماید:

بگردید دشمن اصلی را بیابید و به مردم معرفی کنید. سعی می‌شود دشمن تراشی شود. بنده شنیدم که بعضی از افراد جناح‌های مختلف گفته بودند که امروز دشمن اصلی ما، جناح مقابل ماست! خطای بزرگی در جامعه است که در مجموعه‌ای که همه معتقد به اسلام و انقلاب و نظام اسلامی‌اند، یک جناح، دشمن اصلی خود را جناح مقابل بداند. این خیلی تأسف بار است. اگر این حرف قائم به ذهن یک نفر یا ده نفر یا صد نفر باشد، آدم می‌گوید به جهتم! بگذار آن‌طور خیال کنند؛ اما اگر این به صورت یک فرهنگ درآید و در ذهن مجموعه‌ای از مردم جا بگیرد، چیز خیلی خطرناکی خواهد شد. لذا است که بایستی روی دشمن اصلی متمرکز شد و او را معرفی کرد و مردم را به ستیزه با او تشویق نمود. (دیدار با مدیران صدا و سیما، ۱۳۸۸/۱۱/۱۵)

اگر انسان بخواهد ضربه نخورد، باید نقش دشمن را ببیند. یکی از لوازم توجه و ملاحظه برای ضربه نخوردن، دیدن دشمنی است که می‌خواهد به

ما ضربه بزند؛ از این ما را نباید غافل کنند. خط اغفال به خصوص خواص و نخبگان از تأثیر دشمن، یکی از خطوط القائی و تبلیغاتی دشمن است. نیاستی از دشمنی دشمن غفلت کرد، البته دشمنی او خلاف انتظار نیست، غفلت ما خلاف انتظار است؛ غفلت ما خلاف انتظار است. (دیدار با اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۸۸/۷/۲)

نه تنها باید دشمن را دید و طرح و برنامه آن را شناخت، بلکه مواظب بود در دام او نیفتاد.

این که بنده مکرر به مطبوعات و رسانه‌ها توصیه می‌کنم که با مسائل کشور مسؤلانه برخورد کنند، به خاطر همین است. دشمن می‌خواهد مطالب خود را در بین مردم به دروغ و فریب منتشر کند. ما نباید عامل دشمن شویم و کار دشمن را آسان کنیم و همان چیزی را که او می‌خواهد در فضای فکری و فرهنگی جامعه ما به وجود آورد، در داخل کشور به وسیله مطبوعات، رسانه‌ها و تریبون‌ها به خورد مردم دهیم. این خطای بسیار بزرگی است. اگر عمداً و با توجه صورت گیرد، خیانت بزرگی است و اگر از روی غفلت باشد، خطای بزرگی است. باید خیلی آگاه و مراقب بود. امروز شگرد سلطه‌طلبی امریکا و دستگاه‌های جهتمی صهیونیستی در دنیا همین است. (دیدار با اعضای ستادهای نماز جمعه سراسر کشور، ۱۳۸۱/۵/۵)

## ۶. تفرقه افکنی در جامعه

یکی از خطوط دشمن، ایجاد تفرقه است. هر چه بتوانند، در هر جا بتوانند، در هر سطحی که بتوانند؛ در سطوح مختلف، از مسئولین، غیرمسئولین، آحاد مردم، بین خود گروه‌های روحانی، بین خود گروه‌های دانشگاهی، بین خود جمع‌ها و جمعیت‌های واحدهای دیگر اجتماعی، و بین این‌ها با یکدیگر ایجاد اختلاف کنند، و بین مذاهب. (دیدار با اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۸۸/۷/۲)

مقام معظم رهبری اهمیت وحدت و همدلی در جامعه را این‌گونه تشریح می‌کند:

اصرار بنده بر این است که آحاد مردم، ملت ایران، جریان‌ات مختلف

سیاسی، همه در مقابل آن افراد معدودی که با اصل این انقلاب مخالفند، با اصل استقلال کشور مخالفند، هدفشان دودستی تقدیم کردن کشور به امریکا و به استکبار است، با یکدیگر یکی باشند. (دیدار با جمع کثیری از بسیجیان کشور، ۱۳۸۸/۹/۴)

به عقیده رهبر معظم انقلاب رسالت صدا و سیما در این باره بیش از همه ارگان هاست:

برنامه ریزی در صدا و سیما باید با جهت گیری به سمت وحدت ملی، ایجاد امید، نشان دادن افق های روشنی که در پیش روی ملت ماست، شجاعت دادن به مجموعه مبتکر و محقق و فتان کشور، شجاعت دادن به اداره کنندگان و مسئولان و تصمیم گیران کشور در زمینه های مختلف، ترغیب مردم به حضور در صحنه - که حلال همه مشکلات حضور و اراده مردمی و تصمیم مردمی است - باشد. (بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در جمع کارکنان سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۲/۲۸)

## جایگاه رسانه ملی در مقابله با جنگ نرم

به فرموده رهبر انقلاب برای شناخت جایگاه رسانه ملی در مقابله با جنگ نرم، ابتدا باید:

جایگاه کشور و نظام جمهوری اسلامی را در جغرافیای بشری عالم بشناسیم و ببینیم در جبهه بندی های بسیار وسیع و متنوع و پیچیده ای که در دنیا وجود دارد، ما کجا قرار داریم. (دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱)

ایران، امروز الهام بخش ملت های مسلمان برای رهایی از استبداد داخلی و سلطه خارجی است. پرچم دار اسلام در خاورمیانه و جهان است و جبهه استکبارستیزی را رهبری می نماید. با این خصوصیات طبیعی است که دشمنان اسلام محور دشمنی های خود را متوجه ایران سازند.

ما آماج تهاجم دشمن هستیم. یکی از کارهای بسیار مهمی که امروز در دستور کار آن هاست، تهاجم خبری، تبلیغی، فرهنگی و اخلاقی به کشور

ماست. امروز این تهاجم، اوج تهاجم فرهنگی است... ما باید در مقابل این‌ها خود را مجهز کنیم. (همو)

همان‌گونه که رهبر انقلاب اشاره داشت، یکی از حربه‌های مورد استفاده آنان علیه ایران، رسانه و تبلیغات منفی است.

امروز جنگ دنیا، جنگ رسانه‌هاست. پیشرفت کارها و سیاست‌های بین‌المللی دستگاه‌های مختلف و جبهه‌های گوناگون، به وسیله تبلیغ، خبرسازی، مفهوم‌سازی و تبیین‌های درست و نادرست - یعنی راست و دروغ - دارد انجام می‌گیرد. تبلیغات، هم قبل از یک حرکت نظامی و اقتصادی، هم در اثنای آن، هم بعد از آن، نیاز وافر دستگاه‌هایی است که می‌خواهند در دنیا فعال باشند. (همو)

این جنگ رسانه‌ای توسط صهیونیست‌ها اداره و کنترل می‌شود.

صهیونیست‌ها از آغاز شروع کار خود، به سمت رسانه‌های خبری و تبلیغی رفتند. یکی از سیاست‌های آن‌ها این بود که رسانه‌های تبلیغی دنیا را قبضه کنند. (در دیدار شرکت‌کنندگان همایش بین‌المللی رسانه‌های جهان اسلام در حمایت از انتفاضه، ۱۳۸۰/۱۱/۱)

مقابله با این جنگ رسانه‌ای حضور نیرومند و مستحکم رسانه ملی را می‌طلبد. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در این باره می‌فرماید:

باید از رسانه‌ها حداکثر بهره‌برداری به نفع این قضیه به عمل آید. لازم است برای استراتژی تبلیغی علیه صهیونیست‌های غاصب، یک طراح‌ی بنیادین صورت گیرد. این‌که ما به صورت تاکتیکی در هر موقعیتی بخشی از مظلومیت‌ها را بیان کنیم، کافی نیست. باید یک راهبرد عمومی - تبلیغی در همه دنیای اسلام به صورت مشترک تعیین به آن عمل شود.

ما رسانه‌های بزرگ دنیا را در اختیار نداریم، اما آن‌چه را هم که در اختیار داریم؛ چیز کمی نیست. ما باید از سرمایه و موجودی خود - که متعلق به دنیای اسلام است - حداکثر استفاده را بکنیم. همه در این زمینه مسؤل و موظفند. (همو)



با توجه به جایگاهی که برای رسانه در جنگ نرم تعریف گردید، پرسش این است که راهکارها و الزامات رسانه ملی در مقابله با جنگ نرم دشمن چیست؟

### راهکارها و الزامات رسانه ملی برای مقابله با جنگ نرم

اساساً بدون بالا بردن ظرفیت مسئولیت‌پذیری تمام دستگاه‌های دولتی نمی‌توان با تهدیدات نرم و جنگ نرم مقابله کرد. از آنجایی که برای مقابله با تهدیدات نرم، داشتن راهبرد بیش از داشتن قدرت مؤثر است، در نتیجه شایسته است راهبرد رسانه ملی در این باره تدوین گردد. بخشی از این راهبرد را از کلام رهبری می‌توان استخراج کرد. رهبر معظم انقلاب، مأموریت رسانه ملی در مقابله با جنگ نرم را در هفت محور خلاصه می‌کند:

۱. ارتقای معرفت دینی روشن‌بینانه و آگاهانه؛
  ۲. رفتار دینی مخلصانه؛
  ۳. ریشه‌دار کردن شناخت و باور به ارزش‌ها و بنیان‌های فکری انقلاب و نظام اسلامی؛
  ۴. مصونیت دادن به ذهن جامعه از تأثیر مخرب تهاجم فرهنگی و ارزشی دشمن؛
  ۵. باور به کارآمدی نظام؛
  ۶. ایجاد همگرایی عمومی و فضای همکاری و محبت و وحدت در درون کشور و میان مردم؛
  ۷. آگاه‌سازی نسبت به مقوله‌های حساس، مثل علم. (دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱)
- برای مؤثر واقع شدن این راهبردها، در نظر گرفتن برخی الزامات ضروری است. معظم له در سخنرانی‌های متعدد خود الزامات زیر را به مسئولان صدا و سیما گوشزد نموده است:

#### ۱. امین مردم بودن

این مأموریت الزاماتی دارد. رسانه ملی اگر بخواهد به عنوان مهم‌ترین ابزار

فرهنگی در کشور، از عهده این کار برآید، باید این چیزها را در خودش تأمین کند: امین نظام باشد، مورد اعتماد مردم باشد.

## ۲. توجه به فضای رقابتی در منطقه و جهان

صدا و سیما باید مزیت‌های رقابتی داشته باشد. امروز رقبای ما زیادند؛ چه رقبای منطقه‌ای، چه رقبای بین‌المللی. ما باید در مقابل این رقبای خود را از مزیت‌های رقابتی برخوردار کنیم. ظرفیت بالا در مقدار و چگونگی محصولات، هر دو مورد نظر است. نباید کمیت، کیفیت را تحت الشعاع قرار دهد، و برعکس.

## ۳. پوشش رسانه‌ای کشور

الزام دیگر این مأموریت، داشتن آرایش رسانه‌ای کارآمد در عرصه استانی و ملی و بین‌المللی است. آرایش سازمانی و رسانه‌ای ما باید به گونه‌ای باشد که بتوانیم همه کشور را در همه ابعاد پوشانیم. این آرایش باید کارآمد باشد، دارای قدرت انعطاف برای انطباق با شرایط گوناگون و پیش‌بینی نشده باشد، در برخورد با مسائل گوناگون، توانایی، سرعت و چالاکی داشته باشد، بتواند موضع خودش را اتخاذ کند و کارساز باشد. (همو)

## ۴. تقویت بدیل‌های قدرت نرم

هر کشوری دارای برخی اشکال قدرت نرم است که با شناسایی و تقویت آن‌ها می‌تواند خود را در برابر دشمن مقاوم سازد. به عنوان مثال در ایران معنویت، ایدئولوژی اسلامی، تعداد زیاد بسیجیان، پیشینه فرهنگی و تاریخی طولانی، حماسه آفرینی، مرجعیت، نوع نظام مردم‌سالار دینی، نفوذ رهبری، می‌توانند به منابع قدرت نرم تبدیل شوند. کشور ایران ظرفیت‌های بالایی در بخش قدرت نرم دارد. نکته مهم، شناخت این ظرفیت‌ها و تبدیل نمودن آن‌ها از بالقوه به بالفعل است. مقام معظم رهبری در تشریح وظیفه سنگین اهالی فرهنگ و هنر در

این باره می فرماید:

یک انسان هنری و فرهنگی وظیفه سنگین و خطیر بازگویی حقیقت و «تبیین و تبلیغ» را برعهده دارد و باید برای درک حقیقت تلاش و مجاهدت کند؛ چراکه در حوادث فتنه‌گون، شناخت عرصه و اطراف آن و تشخیص «مهاجم و مدافع» و «دوست و دشمن» دشوار است... اهل فرهنگ و ادب گوشه‌ای از حرکت عظیم و مستمر انقلاب اسلامی هستند که باید آن چه را به عنوان حقیقت می فهمند با فصاحت و بلاغت، بیان کنند؛ چراکه با شیوه سیاستمداران نمی توان در عالم فرهنگ حرکت کرد، بلکه باید با تبیین و رساندن حقایق، گره‌گشایی کرد... وقتی انسان، تجهیز، صف‌آرایی، دهان‌های با حقد و غضب گشوده شده و دندان‌های با غیظ فشرده شده علیه انقلاب، امام خمینی و آرمان‌های نظام اسلامی را می بیند وجود این جنگ نرم را باور می‌کند؛ هرچند ممکن است عده‌ای این‌ها را نبینند. در این جنگ نرم وظیفه مجموعه فرهنگی این است که هنر را تمام‌عیار و با قالبی مناسب به میدان آورد تا اثرگذار شود. (دیدار جمعی از شعرا، فرهیختگان و اهالی فرهنگ، ۱۳۸۸/۶/۱۴)

##### ۵. عملیات روانی متقابل

عاملان تهدید نرم از تبلیغات، فنون مجاب‌سازی، روش‌های نفوذ اجتماعی، عملیات روانی به عنوان روش‌های تغییر نگرش‌ها، باورها و ارزش‌های جامعه هدف استفاده می‌کنند. شواهدی وجود دارد که نشان می‌دهد با عملیات روانی و تبلیغات خلاقانه متقابل می‌توان از دامنه تأثیر روش‌های مورد استفاده دشمن کاست. در حال حاضر در عرصه فرهنگ و هنر جهان، تلاش عظیمی در جریان است تا چهره اسلام و مفاهیم اسلامی، زشت و بد معرفی شود و برای این هدف، کارهای هنری و پشتیبانی‌های بسیار عظیمی در حال انجام است و در این میان، هنرمندان معتقد به مبانی اسلام و انقلاب و معتقدان به راه نویی که ملت ایران، آن را انتخاب کرد و پیمود، باید احساس مسئولیت کنند و تلاش مضاعفی را در این راه انجام دهند. رهبر انقلاب در این باره مسئله تأکید دارد:

امروز در سطح جهان بیش‌ترین استفاده از فرهنگ و هنر علیه ارزش‌های والای بشری، اعتقادات انسانی و ادیان آسمانی صورت می‌گیرد و در این شرایط اصحاب فرهنگ و هنر کشور باید جوانان تازه‌کار در عرصه هنر را مورد حمایت مادی و معنوی قرار دهند و آنان را به ایستادگی، استقلال و سخن گفتن از حقایق به زبان هنر تشویق کنند. (دیدار جمعی از هنرمندان و مسئولان تبلیغات جنگ، ۱۳۷۹/۱/۲۰)

در گذشته نقش رسانه، بیش‌تر محدود به رادیو و روزنامه می‌شد، اما امروزه با ورود به دنیای فن‌آوری‌های نو شبکه‌های دیجیتال تمام دنیا را به همدیگر متصل ساخته است. اینترنت جوامع را قادر ساخته تا در کوتاه‌ترین زمان ممکن اخبار را از یک نقطه به نقطه دیگر منتقل کنند. تنوع اخبار و مجاری اطلاع‌رسانی همچنین کار تشخیص واقعیت از دروغ را بسیار دشوار ساخته است. بنابراین قدرت تخریب چند برابر شده است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای درباره نقش و سایل ارتباط جمعی جدید در جنگ نرم دشمن چنین می‌فرماید:

شما اگر ببینید این تبلیغات رادیوها را حالا امروز رادیوها دیگر نیست. یک وقتی می‌گفتیم ده‌ها رادیو، امروز مسئله هزارهاست؛ رادیو هست، تلویزیون هست، این وسائل اینترنتی هست. به‌طور دائم از مراکز مشخصی، مرتباً القای بن‌بست، القای بحران، القای سیاه بودن وضعیت می‌شود؛ هر مقداری که بگیرد، هر مقداری که مستمع و شنونده پیدا بکند و باورپذیر باشد برای آن‌ها. دارند در این زمینه کار می‌کنند. این یکی از خطوط کاری دشمن است. (دیدار با اعضای مجلس خبرگان رهبری، ۱۳۸۸/۷/۲)

ایشان درباره نقش تبلیغات در بروز ناآرامی‌های پس از انتخابات ریاست جمهوری ۱۳۸۸ و خطر آن می‌فرماید:

امروز مؤثرترین سلاح بین‌المللی علیه دشمنان و مخالفین، سلاح تبلیغات است؛ سلاح ارتباطات رسانه‌ای است. امروز این قوی‌ترین سلاح است و از بمب اتم هم بدتر و خطرناک‌تر است. این سلاح دشمن را شما در بلوهای بعد از انتخابات ندیدید؟ دشمن با همین سلاح، لحظه

به لحظه، قضایای ما را دنبال می‌کرد و به کسانی که اهل شیطنت بودند، رهنمود می‌داد. (همو)

## ۶. واکسیناسیون فرهنگی جامعه

منظور از واکسیناسیون، آگاه ساختن جامعه از انواع تهدیدات دشمن و ارائه راه حل مقابله با آن به جامعه است. پیش‌آگاهی افراد را در مقابل تغییر باورها و نگرش‌ها مصون و مقاوم می‌سازد. به فرموده رهبر انقلاب:

امروز کشور ما خوش بختانه دوره‌ای را می‌گذراند که دو آگاهی در آن هست: یکی آگاهی به توانایی و استعداد ذاتی خود، دوم آگاهی به این‌که قدرت‌های در پی سیطره بر کشور ما و بر کشورهای نظیر ما، مهم‌ترین معارض دانشمند شدن و پیشرفت علمی کشور ما هستند یعنی آگاهی به معنای خودشناسی، و آگاهی به معنای دشمن‌شناسی و توطئه‌شناسی. به برکت این دو آگاهی، این امید وجود دارد که ما بتوانیم به پیشرفت‌های عظیم علمی نایل شویم. (بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار اساتید دانشگاه، ۱۳۸۴/۷/۲۱)

## ۷. برنامه‌ریزی و ایجاد چشم‌انداز

رهبر معظم انقلاب درباره اهمیت برنامه‌ریزی چنین می‌فرماید:

باید برنامه‌ریزی کرد و چشم‌انداز درست کرد و آماده شد برای حرکتی که اهدافش این‌هاست. این اهداف ممکن است در طول ده سال تحقق پیدا کند. هیچ مانعی ندارد. برای این کار، ده سال، زمان زیادی نیست؛ مثل چشم به هم زدن می‌گذرد. (دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۳/۹/۱۱)

در این برنامه‌ریزی حوزه‌های مختلفی می‌تواند مورد توجه رسانه ملی قرار بگیرد. با توجه به جنگ نرم پیش‌رو این حوزه‌ها می‌تواند دربرگیرنده موارد زیر باشد:

## الف) توجه به اخلاق عمومی

هویت حقیقی جامعه، هویت اخلاقی آن‌هاست؛ یعنی در واقع سازه اصلی برای

یک اجتماع، شاکله اخلاقی آن جامعه است و همه چیز بر محور آن شکل می‌گیرد.

ما باید به اخلاق خیلی اهمیت بدهیم. صدا و سیما در زمینه پرورش و گسترش و تفهیم و تبیین فضیلت‌های اخلاقی باید برنامه‌ریزی کند؛ یکی از اهداف صدا و سیما در همه برنامه‌ها باید این باشد. اخلاق‌های رفتاری افراد جامعه؛ مثل انضباط اجتماعی، وجدان‌کاری، نظم و برنامه‌ریزی، ادب اجتماعی، توجه به خانواده، رعایت حق دیگران - این‌که دیگران حقی دارند و باید حق آن‌ها رعایت شود، یکی از خلقیات و فضایل بسیار مهم است - کرامت انسان، احساس مسئولیت، اعتماد به نفس ملی، شجاعت شخصی و شجاعت ملی، قناعت - یکی از مهم‌ترین فضایل اخلاقی برای یک کشور قناعت است، و اگر امروز ما در برخی زمینه‌ها دچار مصیبت هستیم، به خاطر این است که این اخلاق حسنه مهم اسلامی را فراموش کرده‌ایم - امانت، درست‌کاری، حق‌طلبی، زیبایی‌طلبی - یکی از خلقیات خوب، زیبایی‌طلبی است؛ یعنی به دنبال زیبایی بودن، زندگی را زیبا کردن؛ هم ظاهر زندگی را و هم باطن زندگی را؛ محیط خانواده، محیط بیرون، محیط خیابان، محیط پارک و محیط شهر - نفی مصرف‌زدگی، عفت، احترام و ادب به والدین و به معلم. این‌ها خلقیات و فضایل اخلاقی ماست. صدا و سیما خودش را متکفل گسترش این خلقیات بداند. شما در هر برنامه‌ای که می‌سازید، در هر سریال تلویزیونی، در هر محاوره، در هر میزگرد، در هر گفت‌وگوی تلفنی و در هر گزارش، متوجه باشید که این فضایل تقویت شود؛ این چیزها نقض و زیر پا انداخته نشود. (همو)

### ب) ترویج دین و شبه‌زدایی

بخش مهمی از ضربه فرهنگی دشمن، متوجه باورهای دینی و اعتقادات جوانان است. رهبر انقلاب درباره این‌که راجع به دین مردم، صدا و سیما چه نقش و چه موضع و چه مسئولیتی دارد، می‌فرماید:

طبیعتاً از وظایف صدا و سیما، ارتقای معرفت دینی و ایمان دینی است. معرفت و ایمان با هم تفاوت دارد. هم ایمان مردم باید تقویت شود، هم معرفت و شناخت آن‌ها. باید توجه داشت ایمانی که مردم پیدا می‌کنند،

سست، عوامانه، سطحی و قشری نباشد؛ به شدت از این پرهیز شود. اکتفا نشود به تغلیظ احساسات مردم و تشریفات افراطی. تأکید بر این چیزها به طور افراطی، اصلاً مفید نیست و به هیچ وجه تبلیغ دین محسوب نمی‌شود. برنامه دینی باید نسبت به دین شبهه‌زدا باشد، نه شبهه‌زا. (همو)

### ج) انعکاس دستاوردهای کشور

از نظر رهبری سیاست کلی صدا و سیما باید تقویت مدیریت‌های اجرایی کشور باشد.

من توصیه نمی‌کنم که صدا و سیما ضعف‌ها و نارسایی‌ها و کمبودها و خدای نکرده خیانت‌ها را پوشیده بدارد؛ نه، ضعف‌ها را هم بگوید؛ دردهایی که جلوی چشم مردم است، عیبی ندارد صدا و سیما به آن‌ها بپردازد؛ منتها طرح این دردها و ضعف‌ها و نارسایی‌ها باید به گونه‌ای باشد که اولاً مردم را مأیوس نکند، ثانیاً مدیریت را تضعیف نکند.

### د) تشویق به علم‌اندوزی

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای درباره رسالت صدا و سیما در تشویق به علم‌اندوزی می‌فرماید:

امروز انسان وقتی به راه‌های مختلف برای پیشرفت کشور نگاه می‌کند، می‌بیند همه منتهی می‌شود به علم. وقتی پیشرفت علمی وجود داشته باشد، پیشرفت فن‌آوری را هم با خودش می‌آورد، و پیشرفت فن‌آوری هم کشور را رونق می‌دهد و در جامعه نشاط به وجود می‌آورد. اگر علم نباشد، هیچ چیز نیست؛ و اگر فن‌آوری هم باشد، فن‌آوری عاریه‌ای و دروغی و وام‌گرفته از دیگران است؛ مثل صنعت‌های مونتاژی که وجود دارد. علم را باید رویانید. به نظر من رسانه می‌تواند در نهضت تولید علم و فکر و نظریه و اندیشه در زمینه‌های مختلف - چه در زمینه فنی و چه در زمینه انسانی و غیره - نقش ایفا کند. شما می‌توانید خط تولید علم و فکر و نظریه را برنامه‌ریزی شده دنبال کنید؛ به بحث‌های منطقی و مفید دامن بزنید؛ کرسی‌های نوآوری را تلویزیونی کنید و چهره‌های علمی نوآور

خوب را مطرح نمایید. (دیدار با رئیس و مدیران سازمان صدا و سیما،  
۱۳۸۳/۹/۱۱)

#### ه) تولید شادی در جامعه

با توجه به این که دشمن تلاش می کند تا رخوت، ناامیدی و غم را به جامعه اسلامی تزریق نماید، رسالت رسانه ملی در تولید آثار طنز می تواند قابل توجه باشد. رهبرانقلاب با اشاره به این نکته که یکی از مقوله ها و ضرورت های بسیار مهم جامعه، لبخند است. به مجموعه صدا و سیما و هنرمندان می فرماید:

اگر با چهره خودتان می توانید به جامعه شادی بدهید، باید این کار را بکنید. شادی لازم است و باید آن را برای مردم تأمین کرد؛ منتها این کار برنامه ریزی می خواهد. مراقب باشید شادی در مردم با لودگی و ابتذال و بی بندوباری همراه نشود. طنز فاخر و برجسته، یکی از هنرهاست. طنز، هنر خیلی بزرگی است. طنزهای واقعی را تقویت کنید، پرورش دهید و کمک کنید تا طنز بیاورند. (همو)

#### و) توجه به عدالت اجتماعی

ترویج جامعه سرمایه داری و سوق دادن شهروندان به سمت مصرف گرایی، یکی از برنامه های جدی شبکه های ماهواره ای و رسانه های خارجی است. یکی از پیامدهای این حرکت دورگشتن جامعه اسلامی از عدالت و گسترش فقر در آن است. مقام معظم رهبری خطاب به مسئولان صدا و سیما می فرماید:

به فضای همدردی با فقیران دامن بزنید. دغدغه عدالت را در ذهن ها و دل ها مردم دامن بزنید؛ این کار بسیار خوب است. البته سعی شود به جماعت فقیر و تهیدست اهانت نشود و کرامت انسانی آن ها از بین نرود. زندگی تجملاتی نباید به هیچ وجه ترویج شود؛ بلکه باید تخریب شود و نقطه منفی به حساب بیاید. چرا بی خود تجمل گرایی رواج پیدا کند؟ اگر یک نفر دلش می خواهد متجمل باشد، ما چرا باید آن را ترویج کنیم؟ توجه کنید که ما به فقیر باید عزت نفس و حس مناعت بدهیم و به غنی باید کمک به فقیر را بیاموزیم. به هر حال در کل زندگی جامعه، باید از زندگی اشرافی و تجملاتی الگوسازی نکنیم. (همو)



## ۸. توجه به محتوای برنامه‌ها

صدا و سیما در صورتی می‌تواند رهنمودهای رهبری را اجرایی ساخته، در جهت مبارزه با جنگ نرم گام بردارد که بیش از هر چیز به محتوای برنامه‌های خود توجه نماید. برنامه‌های تولید صدا و سیما باید دارای پیام باشد؛ یعنی به دو صورت مثبت و منفی به طرح بحث دربارهٔ موضوعاتی که در بالا یاد شد، پردازد. به فرموده مقام معظم رهبری نکتهٔ ظریف دربارهٔ پیام برنامه‌ها عبارت است از:

۱. پیام‌های ما نباید متناقض باشد.
۲. دادن پیام‌های گوناگون باید به شکل یک روند دربیاید، مقطعی و موردی فایده‌ای ندارد. همهٔ برنامه‌ها باید یکدیگر را کمک کنند تا این فکر و این اندیشه در جامعه مطرح شود.
۳. نظارت کیفی فقط به ملاحظات فقهی و شرعی محدود نگردد. فیلمی که به تهیه‌کننده داده می‌شود تا بسازد از نظر محتوا تحت نظارت قرار گیرد. از جمله کارهای بسیار خوب این است که به خصوص در حین تولید، نظارت و سرکشی گردد تا پول زیاد و بیهوده‌ای مصرف نشود.
۴. تأثیر برنامه در مخاطب در نظر گرفته شود، نه این که فقط افزایش بیننده را مهم شمرد. گاهی اوقات افزایش مخاطب به قیمتی است که نمی‌ارزد. آن‌ها جذب می‌شوند، اما به چه جذب شده‌اند؟ به چیزی که یا منفی است و یا خنثی.
۵. القای غیرمستقیم پیام‌ها و مفاهیم؛ هنر این است که انسان مطلب را به شیواترین شکل و به مؤثرترین نحو بیان کند، اما هیچ در طرف مقابل حالت امتناع به وجود نیاورد. (همو)

## ۹. ارائهٔ تحلیل و تفسیرهای صحیح

از نظر مقام معظم رهبری امروز نفوذ و اقتدار سیاسی در دنیا، روی سه پایه استوار است: اول، ثروت و امکانات پولی و مالی، دوم، توانایی‌های علمی و فن‌آورانه، سوم، توانایی‌های خبری و سلطهٔ خبری.

اگر آمریکا همین ثروت و پیشرفت علمی را داشته باشد اما ایستگاه‌های خبری از او گرفته بشود، نفوذش چقدر خواهد شد؟ یک سوم

کم خواهد شد؟ یقیناً بیش‌تر از یک سوم در دنیا کم خواهد شد... شما باید در همهٔ شعاع گسترش این خبر و این موج صدا، به‌خصوص در داخل مرزهای خودمان، جاذبه داشته باشید. این را یک اصل بدانید و در جهت ایجاد جاذبه، کوشش کنید. اصل این است که هر وقت خبر و تفسیر سیاسی و سخن هفته و همین برنامه‌هایی که اسم آوردند، پخش می‌شود، مستمع شما در هر جا که هست، به سمت رادیو و تلویزیون بشتابد، تا سخن شما را بشنود. بعد دوم کار شما، کار هنری است. شما هنرمندید؛ یعنی کار شما دقیقاً یک کار هنری است. این متن بایستی طوری تنظیم بشود و به گونه‌ای ارائه گردد و خواننده بشود که جاذبه داشته باشد. از چیزهایی که جاذبه را از بین می‌برد، غلط خوانی است. غلط خوانی، دو گونه است: یکی غلط خوانی متن صحیح است، یکی هم تنظیم متن غلط است؛ یعنی صحیح خوانی متن غلط. (بیانات در دیدار مدیران و مسئولان بخش‌های خبری صدا و سیما، ۲۱/۱۲/۱۳۶۹)

اگر رسانه ملی می‌خواهد رسالت خود را در جنگ نرم به خوبی ایفا کند، لازمهٔ آن توجه به این ظرافت‌ها و ارائهٔ تحلیل و تفسیر صحیح از وقایع به بینندگان است.

#### ۱۰. تبدیل شدن صدا و سیما به دانشگاه

رهبر انقلاب، رسانهٔ واقعی را یک دانشگاه دانسته، می‌فرماید:

شما باید در مقابل این حرکت موزیانهٔ رسانه‌ها، واقعاً سینه سپر کنید. هر جا رسانه‌ها روی نقطه‌ای تکیه می‌کنند، شما اگر قبلاً پادزهرش را نداده‌اید، بعداً بدهید. تبلیغات دروغی که آن‌ها الان می‌کنند، رسانه‌های ما باید در مقابلش خیلی قوی بایستند... آن‌چه در مورد رسانه، مطلوب و ایده‌آل است، عبارت از این است که دانشگاهی باشد که در آن، عالی‌ترین و زیباترین مفاهیم انقلاب، به شکل هنرمندانه ارائه شود و جاذبه داشته باشد. نه این‌که فقط چیزی را بگویند، بدون این‌که فکر جاذبه و تأثیر آن باشند. از هنر استفاده بشود و حرکت بخش باشد و تکلیف مردم و قشرهای مختلف را معلوم کند؛ یعنی زن انقلابی و مسلمان، جوان انقلابی و مسلمان، روستایی و شهری، باسواد و کم‌سواد، متخصص و معمولی، هر کدام وقتی پای رادیو یا تلویزیون می‌نشینند، در

برنامه‌هایی که شما به این‌ها می‌دهید، تکلیف خودشان را بفهمند که باید چه کار بکنند. راهشان روشن بشود فیلم خنثای بی‌اثر بی‌محتوای بدون پیام، مطلقاً پخش نکنید. (دیدار با مسئولان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۶۹/۵/۷)

## نتیجه

با مروری بر سخنرانی‌های مقام معظم رهبری در سال‌های اخیر به خوبی به این نکته می‌توان پی برد که معظم‌له مهم‌ترین خطر پیش‌روی نظام را نه خطر جنگ نظامی، بلکه جنگ نرم می‌داند. از نظرایشان دشمن در جنگ نظامی علیه ایران مکرر طعم ناکامی و شکست را چشیده است؛ از این رو هیچ امیدی برای پیروزی در این جنگ ندارد. طبیعی است که راهبرد دشمن بر جنگ نرم و تهدید فرهنگی استوار باشد. این جنگ به دلیل پیچیدگی، خزنده و آرام بودن، مسالمت‌آمیز بودن و عدم ایجاد حساسیت، گستردگی دامنه و تکیه بر القا و اقناع، نیازمند هوشیاری و دقت بالایی برای مقابله است. از نظر مقام معظم رهبری با توجه به این‌که صدا و سیما اثرگذارترین رسانه ملی در کشور است و دشمن از طریق رسانه‌ها اهداف تبلیغی خود را پیش می‌برد، مسئولیت این نهاد برای مقابله با جنگ نرم بسیار مهم است.

رهبر معظم انقلاب می‌فرماید:

راه پیروزی در این جنگ این است که مجموعه و فهرستی از پیام‌های درست و از نکات و حقایق واقعی را که مبتنی بر آرمان‌ها و آرزوهای ماست، به ذهن مردم منتقل کنیم. اولاً بایستی فهرست این پیام‌ها را شناخت. نخست ببینیم که ما چه چیز را باید به ذهن مردم منتقل کنیم تا مردم قدرت پیدا کنند؛ در مقابل زیاده‌خواهی، اقتدارطلبی و تهاجم‌های گوناگون دشمن به دفاع از خود بپردازند و دستگاه‌های مسئول کشور بتوانند به نیروی مردم اعتماد و تکیه کنند و نقش تاریخی خود را ایفا نمایند. پس، اول باید این پیام‌ها را شناخت؛ بعد که شناخته شد، باید تولید شود. تولید کلام و تصویر و فضا و محیطی که بشود آن

پیام را القا کرد، یکی از مهم‌ترین کارهایی است که امروز هنر تبلیغ و پیام‌رسانی به آن متکی است. اگر در تولید، پایمان بلنگد یا بلغزد، اشتباه یا کوتاهی بکنیم، حتماً ضربه را خورده‌ایم. بعد از آن‌که این پیام‌ها تولید شد، باید آن‌ها را مدیریت کرد؛ چون هنگامی یک مجموعه کالای مطلوب به نتیجه و به سرمنزل حقیقی و صحیح خود خواهد رسید که مدیریتی بالای سرش باشد: [این‌که] این پیام در کجا باید داده شود، به چه اندازه باید داده شود، به هنگام باشد، با زبان مناسب باشد و تلفیق این‌ها در قالب‌های گوناگون قابل قبول باشد. (دیدار با مدیران صدا و سیما، ۱۳۸۱/۱۱/۱۵)

رسانه ملی در صورتی خواهد توانست به مقابله با نظام سلطه برخیزد که این الزامات را مدّ نظر قرار دهد: امین مردم بودن، توجه به فضای رقابتی در منطقه و جهان، پوشش رسانه‌ای کشور، تقویت بدیل‌های قدرت نرم، عملیات روانی متقابل، واکسیناسیون فرهنگی جامعه، برنامه‌ریزی و ایجاد چشم‌انداز، توجه به محتوای برنامه‌ها، ارائه تحلیل و تفسیرهای صحیح و تبدیل شدن صدا و سیما به دانشگاه.

## منابع

۱. استونز، فرانسیس ساندرس، *جنگ سرد فرهنگی سیا در عرصه فرهنگ و هنر*، ترجمه: گروه مترجمان بنیاد فرهنگی - پژوهشی غرب شناسی، تهران، نشر غرب شناسی (وابسته به مؤسسه فرهنگی - پژوهشی غرب)، ۱۳۸۲ ش.
۲. پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری، [www.leader.ir](http://www.leader.ir).
۳. کالینز، جان ام، *استراتژی بزرگ (اصول و رویه‌ها)*، ترجمه: کوروش بایندر، تهران، وزارت امور خارجه، ۱۳۷۰ ش.
۴. موسوی، سید محمد مهدی، «جنگ نرم چیست؟»، *جنگ نرم از مجموعه کتب طرح نهضت روشن‌گری*، معاونت تربیت و آموزش سازمان بسیج مستضعفین، ۱۳۸۸ ش.
۵. نای، جوزف، «قدرت نرم»، قابل دسترسی در وب سایت: [www.bashgah.net](http://www.bashgah.net) (۱۳۸۴/۰۴/۲۵).
6. Nye, Joseph S. Jr., "Think Again: Soft Power", *Foreign Policy*, February 23, 2006, ([http://www.foreignpolicy.com/articles/2006/02/22/think\\_again\\_soft\\_power](http://www.foreignpolicy.com/articles/2006/02/22/think_again_soft_power)).
7. Nye, Joseph S. Jr., "Restoring America's Reputation in the World and Why It Matters", Subcommittee on International Organizations, Human Rights and Oversight House Committee on Foreign Affairs, March 4, 2010, ([http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/19978/restoring\\_americas\\_reputation\\_in\\_the\\_world\\_and\\_why\\_it\\_matters.html?breadcrumb=2Fexperts%2F3%2Fjoseph\\_s\\_nye](http://belfercenter.ksg.harvard.edu/publication/19978/restoring_americas_reputation_in_the_world_and_why_it_matters.html?breadcrumb=2Fexperts%2F3%2Fjoseph_s_nye)).
8. Statement of Senator Hillary Rodham Clinton Nominee for Security of State Senate Foreign Relations Committee, January 13 2009, available in: ([http://foreign.senate.gov/testimony/2009/Clinton\\_Testimony\\_090113a.pdf](http://foreign.senate.gov/testimony/2009/Clinton_Testimony_090113a.pdf)).
9. Soft War Reasons Against Islamic Republic of Iran, January 02, 2010, available in: (<http://www.ido.ir/en/en-a.aspx?a=1388101204>).



## بررسی راهبردها و شیوه‌های رسانه‌ای دشمن در نبرد نرم علیه جامعه مهدوی

علی‌رضا نجاتی منفرد\*

### چکیده

از جمله مسائلی که همه مسلمانان به پیروی از کلام خدا و حدیث پیامبر ﷺ بر آن اتفاق دارند، قیام یکی از فرزندان رسول خاتم ﷺ پیش از برپایی قیامت و فرمان‌روایی‌اش بر تمام زمین است، چنان‌که او زمین پر از ظلم و جور را آکنده از عدل و داد خواهد کرد. انتظار ظهور مهدی موعود ﷺ از حساس‌ترین فرازهای عقیدتی اسلام و از ضروریات دین به شمار آمده و ائمه ﷺ همواره مردم را به این چشم به راهی می‌خواندند. در روایات، از انتظار فرج به عنوان برترین عبادت یاد شده است. به همین دلیل دشمنان مهدویت در تلاشند با بهره‌گیری از شیوه‌ها و ابزار گوناگون از جمله ابزار رسانه به طور مداوم و از راه‌های مختلف، این شور و اشتیاق شیعیان را کم‌رنگ کنند، یا آن را به گمراهی بکشند. در این تحقیق با در نظر گرفتن شیوه‌های جنگ نرم دشمن به بررسی راهبردها و شیوه‌های نرم رسانه‌ای آن علیه مهدویت پرداخته

---

\* دانشجوی دکتری علوم دفاعی راهبردی. (a.nejate2009@yahoo.com)

می‌شود. به منظور دست‌یابی به نتایج، روش این تحقیق تفسیری مبتنی بر رویکرد تحلیلی متن و تجزیه و تحلیل اطلاعات زمینه‌ای، راهبردها و شیوه‌های رسانه‌ای دشمن در مقابله با جامعه مهدوی است. با توجه به ماهیت و نوع موضوع مورد مطالعه، گردآوری اطلاعات از روش‌های گوناگون و به‌طور کلی بر مبنای روش کتاب‌خانه‌ای و اینترنتی صورت پذیرفته و تجزیه و تحلیل یافته‌ها نیز بیش‌تر با شیوه تحلیل کیفی انجام پذیرفته است. یافته‌های تحقیق آن است که اگر مسئولان کشور به راهبردها و شیوه‌های رسانه‌ای دشمن در نبرد نرم علیه جامعه مهدوی توجه نمایند و برای مقابله با آن، اقدامات لازم در جهت تقویت قدرت نرم رسانه‌ای جامعه مهدویت صورت پذیرد، سبب خنثی شدن توطئه‌های دشمنان به‌ویژه تبلیغات رسانه‌ای آن‌ها در این زمینه خواهد شد و در نهایت، خنثی شدن این ترفندها و توطئه‌ها، زمینه را برای ظهور یگانه منجی عالم بشریت فراهم می‌سازد.

### واژگان کلیدی

راهبرد، رسانه، مهدویت، تهاجم نرم، ظهور.

### مقدمه

مهدویت از جمله مباحث و دغدغه‌های مهم عصر ماست و اعتقاد به ظهور یک منجی جهانی موعود، یک باوردینی فراگیر در بین انسان‌ها بوده است؛ به طوری که در ادیان مختلف چنین اعتقادی به شکلی ملموس و بارز تجلی یافته است و منجی یاد شده، با تعابیر مختلفی، چون «کالکی» در آیین هندو، «مسیحا» در یهود و مسیحیت، «سوشیانت» در زرتشت و در نهایت «مهدی علیه السلام» در فرهنگ اسلامی یاد شده است. بنابراین فکر ظهور مصلح بزرگی که انسان را از دردها و رنج‌های رهایی بخشد و به انسانیت مدد رساند، در تمام نقاط عالم جریان دارد و بشریت در امتداد تاریخ با دیدن ناملازمات و فشارهای گوناگون به یک منجی که جریان تاریخ را



عوض کند و دولت جهانی حق را پایه ریزی نماید، باور دارد و معتقد است که با ظهور او تمام تبعیض‌ها و ستم‌ها ریزش خواهد کرد. چنین تعابیر و باورهایی با وجود تفاوت‌های خاص خود، در تأکید بر ظهور یک منجی، جهت گشودن راه جدیدی، فراروی انسان در جهت رسیدن به سعادت ابدی، همگرایی دارند و از همین روست که مهدویت و منجی‌گرایی، دغدغه تمامی انسان‌ها در دوران‌های مختلف تاریخی بوده است و در روزگار ما نیز که انسان معاصر دچار بی‌عدالتی‌ها و ظلم در عرصه جهانی است، این مسئله بیش‌تر اهمیت دارد.

مسئله مهدویت و ظهور قائم آل محمد علیهم‌السلام از بنیادی‌ترین و زنده‌ترین مسائل دینی، اعتقادی و اسلامی، به ویژه از دیدگاه مکتب اهل بیت علیهم‌السلام است. به همین دلیل دین‌پژوهان هر کدام به سهم خود و بنابر نیاز زمان خود، به گونه‌ای درباره آن سخن گفته‌اند. از کسانی که جریان ظهور مصلح کل و عدل‌گستر جهانی در آثار و اندیشه او به گونه‌ای پرفروغ تجلی کرده، مصلح بزرگ قرن بیستم، امام خمینی رحمته‌الله است. ایشان درباره مهدویت از جنبه‌های مختلف به‌طور زنده، آموزنده و کارآمد سخن گفته است.

جامعه مهدوی، جامعه‌ای وفادار به پیمان خود با امام است و همین وفاداری او را در مسیر اهداف امام ثابت قدم می‌دارد. بنابراین، اگر جامعه شیعی بخواهد جامعه‌ای منتظر باشد، لازم است که «پیمان با امام غایب» را که همان عهد دیرین امامت ائمه است، بشناسد و به مقتضای آن عمل کند و در همه رفتارهای فردی و جمعی آن را معیار و ملاک قرار دهد. میزان کارهای پسندیده‌ای که هر فرد در شبانه‌روز انجام می‌دهد، می‌تواند میزان وفاداری و پایداری بر پیمان مهدوی را نشان دهد. عهد با امام، همان اطاعت و تسلیم در برابر دستورات امام است و این‌که در همه امور، نظر صائب او مقدم باشد. جامعه منتظر، جامعه‌ای است که بر اساس عهد خود با امام، با دشمنان امام عهد و عقده‌ای ندارد و با آن‌ها دست بیعت و همکاری نمی‌دهد و بر سراسول اسلامی با آن‌ها سازش نمی‌کند. در این بین

دشمنان مهدویت با به خدمت گرفتن ابزار رسانه، به مقابله با اسلام و مهدویت برخاسته و از روش‌های مختلف برای کم‌رنگ نمودن این باور که ریشه در اعتقادات مذهبی ما دارد، استفاده می‌کند. مقام معظم رهبری در این باره چنین می‌فرماید:

شما نگاه کنید ببینید امروز چند هزار رسانه، اعم از صوتی و تصویری و انواع و اقسام رسانه‌های گوناگون، با مدرن‌ترین شیوه‌ها علیه این نظام دارند کار می‌کنند. صدها مغز و فکر در اتاق‌های فکر نشسته‌اند؛ هر روزی یک حرفی، یک شعاری، یک فکری، یک ترفندی علیه این انقلاب دارند طراحی می‌کنند، اما نمی‌توانند به انقلاب و نظام اسلامی صدمه‌ای وارد کنند. این برای چیست؟ استحکام این بنا به خاطر بنا شدن بر اصل ایمان به خداست. آن کسانی که در این راه حرکت کردند، کار خدایی کردند. (بیانات در دیدار فرمانده و پرسنل نیروی هوایی ارتش، ۸۸/۱۱/۱۹)

باید دانست که برپایی ظهور و تقدیر زمان قیام مهدی علیه السلام وابسته به اراده‌ی خداوند متعال است، چنان‌که حضرت مهدی علیه السلام خود فرموده است:

فَلا ظَهْرَ إِلا بِإِذْنِ اللَّهِ؛ (طبرسی، بی‌تا؛ ج ۴، ۳۰۳)  
ظهور رخ نمی‌دهد، مگر به اجازه‌ی خداوند.

اما زمینه‌ساز ظهور، آمادگی و خواست مردم است که هدف آزمایش‌های دقیق الهی هم دست‌یابی به همین آمادگی است؛ از این رو شیعه در عصر غیبت، باید با قراردادن خود در مسیر اهل بیت علیهم السلام و کسب معرفت لازم در ایجاد این آمادگی، نهایت تلاش خود را نشان دهد و با دسیسه‌ها و تبلیغات دشمنان در این مسیر مبارزه نماید.

در این نوشتار برای مقابله با عملکرد و راهبردهای رسانه‌ای دشمن علیه مهدویت، ابتدا با شناخت ویژگی‌های جامعه‌ی مهدوی، فرهنگ مهدویت، رویکردها و تهاجمات رسانه‌ای دشمنان را در این زمینه مطالعه کرده و سپس با بررسی و شناخت قدرت رسانه‌ای خودی در تهاجم نرم دشمنان علیه جامعه‌ی مهدوی، به تبیین راهبردهای مقابله با شیوه‌های رسانه‌ای دشمن علیه جامعه‌ی

مهدوی پرداخته می‌شود.

در دهه‌های گذشته، رسانه‌ها به‌ویژه در غرب، رشدی چشمگیر یافته و از مسیر اولیه خود خارج گردیده و سرچشمه بسیاری از دردهای بشریت شده‌اند. امروزه شبکه‌های تلویزیونی، مجلات تخصصی همه‌گونه، روزنامه‌ها، ایستگاه‌های رادیویی و دیگر اشکال رسانه‌ای به تجارت‌خانه‌هایی تحت نظارت اربابان و ابزار قدرت‌نمایی آن‌ها تبدیل گردیده‌اند.

می‌توان گفت امروز مستقل‌ترین رسانه، شبکه اینترنت است که اگرچه هنوز قدرت لازم برای رقابت با دیگر رسانه‌ها را ندارد، اما دست‌کم نماد افکار عمومی جوامع مختلف به شمار می‌آید. در عصر اینترنت، کره زمین «تنگ‌تر» شده، مرزها «فروریخته‌اند» و ارتباطات دیگر نه حدی برای خود می‌شناسد، نه فاصله‌ای و نه مخاطبی خاص. تصور طبیعی برای این است که در پس این «جنگل رسانه‌ای» باید «تعدد» مالکیت نیز نهفته باشد، اما حقیقت این است که صاحبان صنعت رسانه‌ای بسیار کم‌شمارند. در واقع، «قدرت رسانه‌ای» که در محافل جهانی پس از قدرت‌های قانون‌گذاری، اجرایی و قضایی، «قدرت چهارم» شناخته شده، در دستان اربابانی قرار دارد که گروه‌های بزرگ ارتباطاتی و اطلاعاتی یا به عبارت دیگر، مجموع ابزار تولید و پخش اموال فرهنگی را در اختیار خود گرفته‌اند و در راستای پیشبرد اهداف سیاسی، اقتصادی و اجتماعی از آن‌ها بهره می‌گیرند. بنابراین اغلب مشاهده می‌کنیم که رسانه‌ها از معنا و مفهوم واقعی خود تهی گردیده، وظیفه «اطلاعات‌زدایی» و در نتیجه، دست‌کاری افکار عمومی و شست‌وشوی مغزها را جایگزین وظیفه نخستین خود که اطلاع‌رسانی است، ساخته‌اند.

دشمن زنجیره به هم پیوسته رسانه‌های گوناگون اعم از ماهواره‌ها، شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و روزنامه‌ها را به عنوان ابزارهای یک‌سویه و شبکه‌های اجتماعی مجازی مانند اینترنت و... به عنوان ابزار دوسویه را شکل داد، که مقام عظمای ولایت، آن را ناتوی فرهنگی نامید. ماهیت ناتوی فرهنگی متفاوت با

رویکرد نظامی آن نیست، بلکه صورت تکامل یافته ناتوی سابق است. ناتوی فرهنگی، رسانه را به عنوان یک سرباز می‌نگرد. درحقیقت میدان نبرد استکبار علیه نیروهای مقاوم درمقابل نظام سلطه، آن‌چنان گسترده است که جنبه نظامی آن به هر سویی که بتواند آتش جنگ را شعله‌ورساخته، اما هم‌زمان سربازان متعدد فرهنگی با پشتیبانی مسائل اقتصادی درکنار سربازان نظامی به نبرد با اندیشه‌های مقابل با نظام سلطه می‌پردازند. ناتوی فرهنگی به تخریب پایه‌ها و بنیان فرهنگی و ایدئولوژی کشورهای اسلامی با ابزارهای تحجرگرایی، نمایش چهره‌خشن از اسلام در قالب اسلام طالبانی، دامن زدن به اختلاف شیعه و سنی، تبلیغ و ترویج عرفان‌های انحرافی و مسلک‌های منحط همت‌گماشته است. (گروه مطالعات دینی - راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۸۹: ۲۱۶ - ۲۱۷) از این رو ضرورت و اهمیت انجام این پژوهش از نظر علمی، کاربردی و راهبردی آن است که با در نظر گرفتن راهبردهای رسانه‌ای دشمن در جهت مقابله با جامعه مهدوی به بررسی و شناسایی شیوه‌های رسانه‌ای دشمن در نبرد اعتقادی - فرهنگی پرداخته شود.

برای ریشه‌یابی این مشکلات، باید حوزه‌های متنوع و گوناگونی را مورد مطالعه قرار داد؛ زیرا حرکت‌های سازمان یافته دشمن، به دلیل وجود زمینه و بسترهای مناسب داخلی، رشد و نمو پیدا می‌کنند و برای دست‌یابی جامعه مهدوی به اهداف خود مشکلات فراوانی را ایجاد می‌نمایند.

از آن‌جا که روح مهدویت، جهت‌گیری کشور اسلامی و مهدوی ما را در عرصه‌های فرهنگی، اجتماعی، سیاسی، اقتصادی، امنیتی و دفاعی در برمی‌گیرد و به خلق آینده‌ای مطلوب و مناسب در لوای ظهور حجت خدا می‌نگرد، به نظر می‌رسد از تهاجم فرهنگی و رسانه‌ای نرم دشمن علیه جامعه مهدوی، شناخت کاملی وجود ندارد؛ از این رو مسئله و هدف اصلی این تحقیق به صورت زیر قابل طرح است:

راهبردها و شیوه‌های رسانه‌ای دشمن، در نبرد نرم علیه جامعه مهدوی

چیست؟ و راهبردهای خودی در مقابله با این تهاجم چیست؟ راهبردها و شیوه‌های رسانه‌ای دشمن در نبرد نرم علیه جامعه مهدوی چگونه است؟

## ویژگی‌های جامعه مهدوی

جامعه مطلوب، از آرزوهای دیرین بشر است؛ جامعه‌ای سرشار از عدالت، آرامش، صفا و صمیمیت که کرامت انسان در آن تأمین شود و همه اعضای آن در مسیر رشد مادی و معنوی به دور از خطا و لغزش گام بردارند. اندیشه جامعه آرمانی، همواره ذهن متفکران و مصلحان را به خود مشغول داشته است و هریک به فراخور آگاهی و سلیقه خویش ویژگی‌هایی برای آن برشمرده‌اند... در این راستا جامعه مهدویت نیز یکی از جوامع مطلوب است که دارای ویژگی‌های خاص خود است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی درباره ویژگی‌های جامعه مهدوی چنین می‌فرماید:

امام زمان علیه السلام جامعه‌اش را بر این چند پایه بنا می‌کند:

اول، بر نابود کردن و قلع و قمع کردن ریشه‌های ظلم و طغیان؛ یعنی در جامعه‌ای که در زمان ولی عصر علیه السلام ساخته می‌شود، باید ظلم و جور نباشد.

دوم، خصوصیت جامعه ایده‌آلی که امام زمان علیه السلام آن را می‌سازد، بالا رفتن سطح اندیشه انسان است؛ هم اندیشه علمی انسان و هم اندیشه اسلامی انسان.

خصوصیت سومی که جامعه امام زمان علیه السلام جامعه مهدوی داراست، این است که در آن روز، همه نیروهای طبیعت و همه نیروهای انسانی، استخراج می‌شود. چیزی در بطن زمین نمی‌ماند که بشر از آن استفاده نکند.

خصوصیت دیگر این است که محور دوران امام زمان علیه السلام محور «فضیلت و اخلاق» است. هر کس دارای فضیلت اخلاقی بیش‌تر است، او مقدم‌تر و جلوتر است.

حالا همین چهار خصوصیت: «جامعه‌ای که در آن نشانی از ظلم و طغیان و عدوان و ستم نیست»، «جامعه‌ای که در آن اندیشه دینی و اندیشه علمی انسان‌ها در سطح بالاست»، «جامعه‌ای که در آن همه برکات و همه نعم و همه نیکی‌ها و زیبایی‌های عالم بروزمی‌کند و در اختیار انسان قرار می‌گیرد» و بالأخره «جامعه‌ای که در آن تقوا و فضیلت و گذشت و ایثار و برادری و مهربانی و یک‌رنگی اصل و محورا است»، یک چنین جامعه‌ای را شما در نظر بگیرید. این همان جامعه‌ای است که مهدی موعود ما و امام زمان ما و محبوب تاریخی دیرین ما - که هم اکنون در زیر همین آسمان و بر روی همین زمین زندگی می‌کند و در میان انسان‌ها هست - به وجود خواهد آورد و تأمین خواهد کرد. (خطبه‌های نماز جمعه تهران، ۱۳۵۹/۴/۶)

اندیشه جامعه آرمانی، همواره ذهن متفکران و مصلحان را به خود مشغول داشته و هریک به فراخور آگاهی و سلیقه خویش ویژگی‌هایی برای آن برشمرده‌اند. درباره مهم‌ترین ویژگی‌های جامعه مهدوی می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

#### ۱. توحیدگرایی

بعد توحیدی انتظار، یکی از ویژگی‌های مهم منتظران است که همواره باید بدان توجه داشته باشند. انتظار، منتظران را متوجه مبدأ عالم می‌کند؛ متوجه منشأ و مبدأ همه هست‌ها و موجودات.

مهدی علیه السلام بنده خدا و خلیفه الهی و ولی خدا در زمین برای استقرار بخشیدن به دین خدا و نجات جامعه بشری است. منتظران همواره باید از درگاه لایزال الهی مهدی علیه السلام را بطلبند و برای تعجیل در ظهور او دعا کنند. این علم را از پیشوایان گرفته ایم.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله درباره فضیلت انتظار می‌فرماید:

أَفْضَلُ أَعْمَالِ أُمَّتِي أَنْتَظَارُ الْفَرَجِ مِنَ اللَّهِ عَزَّ وَجَلَّ؛ (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۸)  
بهترین اعمال امت من، انتظار رسیدن فرج است از نزد خدای عزیز جلیل.

و این، یعنی بعد توحیدگرایی انتظار.

## ۲. معرفت نسبت به حضرت ولی عصر علیه السلام

از حضرت امام صادق علیه السلام نقل شده است: روزی امام حسین علیه السلام بر اصحاب خود وارد شدند، بعد از حمد خدا و درود بر پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم فرمود:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّ اللَّهَ مَا خَلَقَ الْعِبَادَ إِلَّا لِيَعْرِفُوهُ فَإِذَا عَرَفُوهُ عَبْدُوهُ وَإِنَّمَا عِبَادَتُهُ عَنِ عِبَادَةِ مَنْ سِوَاهُ. فَقَالَ لَهُ رَجُلٌ: يَا أَيُّهَا النَّاسُ يَا ابْنَ رَسُولِ اللَّهِ! مَا مَعْرِفَةُ اللَّهِ؟ قَالَ: مَعْرِفَةُ أَهْلِ كُلِّ زَمَانٍ إِمَامَهُمُ الَّذِي يَجِبُ عَلَيْهِمْ طَاعَتُهُ؛ (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۲۳، ۸۳)

ای مردم، خداوند بندگان را نیافرید مگر برای این که او را بشناسند، زمانی که او را شناختند، او را پرستش کنند و هنگامی که او را پرستش کردند، با عبادت و پرستش او از بندگی غیر او بی نیاز گردند. مردی عرض کرد: ای پسر پیامبر، پدر و مادرم فدای شما باد! معرفت خداوند چیست؟ فرمود: شناخت اهل هر زمانی نسبت به امامشان؛ امامی که طاعت او بر آنان واجب است.

همچنین پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم فرمود:

مَنْ مَاتَ وَلَمْ يَعْرِفْ إِمَامَ زَمَانِهِ مَاتَ مِيتَةً جَاهِلِيَّةً؛ (همو، ج ۵۲، ۱۶۰)

هر کس بمیرد و امام زمانش را نشناسد، به مرگ جاهلیت مرده است.

توجه به مضامین دعاهایی که خواندن آن‌ها در عصر غیبت توصیه شده است، ما را به اهمیت مسئله شناخت حضرت ولی عصر علیه السلام راهنمایی می‌کند که از آن جمله می‌توان به دعای ندبه اشاره نمود.

## ۳. تمسک به ریسمان ولایت اهل بیت علیهم السلام

ولایت اهل بیت علیهم السلام دو گونه است: ۱. ولایت تکوینی، ۲. ولایت تشریحی.

ولایت تکوینی بدین معناست که معصومان علیهم السلام به اذن و اراده الهی، می‌توانند در مقام تکوین و عینیات خارجی، دخل و تصرف کنند؛ مانند معجزات انبیا علیهم السلام و کرامات اولیا علیهم السلام. ولایت تشریحی، به معنای ولایت و سرپرستی جامعه و مؤمنان است. امامان معصوم علیهم السلام، هر کدام در زمان خود، ولی و سرپرست جامعه بوده و

مردم را هدایت تشریحی می‌کنند.

از جمله وظایف مهم منتظران در زمان غیبت، چنگ زدن به ریسمان ولایت اهل بیت علیهم‌السلام است. امام صادق علیه‌السلام فرمود:

طُوبَى لَشِيعَتِنَا الْمُتَمَسِّكِينَ بِحَبْلِنَا فِي غَيْبَةِ قَائِمِنَا؛ (صدوق، ۱۳۹۵: ج ۲، ۳۶۱)  
خوشا به حال ما آنان که در زمان غیبت قائم ما به ریسمان [ولایت] ما  
تمسک می‌جویند.

همچنین امام سجاد علیه‌السلام فرمود:

مَنْ تَبَتَ عَلَيَّ مُؤَلَاتِنَا فِي غَيْبَةِ قَائِمِنَا أَعْطَاهُ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ أَجْرَ أَلْفِ شَهِيدٍ مِنْ  
شُهَدَاءِ بَدْرٍ وَأَحَدٍ؛ (همو: ج ۱، ۳۲۳)  
هر کس در غیبت قائم ما بردوستی [و عقیده به امامت ما] ثابت قدم  
باشد، خدای عز و جل اجر هزار شهید از شهدای بدر و واحد به او  
عطا می‌کند.

#### ۴. انتظار فرج

یکی از وظایف مهم مردم در عصر غیبت، انتظار فرج است. رسول  
خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم فرمود:

أَفْضَلُ أَعْمَالٍ أُمَّتِي أَنْتِظَارُ الْفَرَجِ؛ (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۰، ۳۱۸)  
با فضیلت‌ترین اعمال امت من، انتظار فرج است.

امام صادق علیه‌السلام فرمود:

أَقْرَبُ مَا يَكُونُ الْعِبَادُ مِنَ اللَّهِ جَلَّ ذِكْرُهُ وَأَرْضَى مَا يَكُونُونَ عَنْهُمْ إِذَا افْتَقَدُوا  
حُجَّةَ اللَّهِ جَلَّ وَعَزَّ وَلَمْ يَظْهَرْ لَهُمْ وَلَمْ يَعْلَمُوا مَكَانَهُ وَهُمْ فِي ذَلِكَ يَعْلَمُونَ أَنَّهُ  
لَمْ تَبْطُلْ حُجَّةُ اللَّهِ جَلَّ ذِكْرُهُ وَلَا مِيثَاقُهُ فَعِنْدَهَا فَتَوَقَّعُوا الْفَرَجَ صَبَاحًا وَمَسَاءً؛  
(کلینی، ۱۳۶۲: ج ۱، ۳۳۳)

زمانی بندگان به خدای بزرگ نزدیک‌ترند و خدا از ایشان راضی‌تر است که  
حجت خدای متعال از میان آنان ناپدید گردد و ظاهر نشود و آنان جایش را  
هم ندانند. با این همه بدانند که حجت و میثاق خدا باطل نشده است.



در آن زمان، هر صبح و شام چشم انتظار فرج باشید.

آن چه در روایات مربوط به انتظار فرج حضرت ولی عصر علیه السلام بسیار به آن پرداخته شده، مسئله صبر در این انتظار و پاداش صابران در این دوران است.

#### ۵. تهذیب نفس و اصلاح فردی

یکی از وظایف مهم منتظران دولت حق، پارسایی و آراستگی به اخلاق خوب و پسندیده است. امام صادق علیه السلام فرمود:

مَنْ سَرَّهُ أَنْ يَكُونَ مِنْ أَصْحَابِ الْقَائِمِ فَلْيَنْتَظِرْ وَ لْيَعْمَلْ بِالْوَرَعِ وَ مَحَاسِنِ الْأَخْلَاقِ وَ هُوَ مُنْتَظَرٌ؛ (نعمانی، ۱۳۹۷: ۲۰۰، ح ۱۶)

هر کس شادمان می‌گردد از این که از یاران حضرت مهدی علیه السلام باشد، باید منتظر باشد و به پرهیزکاری و اخلاق نیکو رفتار نماید و او منتظر [واقعی] است.

همچنین امام صادق علیه السلام فرمود:

إِنَّ لِصَاحِبِ هَذَا الْأَمْرِ غَيْبَةً فَلْيَبْتَئِ اللَّهَ عَبْدٌ وَ لْيَتَمَسَّكَ بِدِينِهِ؛ (همو: ۱۶۹)

به یقین برای صاحب این امر غیبتی است، پس بنده خدا باید تقوای الهی پیشه کند و به دینش چنگ زند.

#### ۶. اصلاح اجتماعی

یکی از وظایف مهم مردم در دوران غیبت کبری، داشتن روحیه اصلاح‌گری در سطح جامعه است. هر فردی باید در برابر یکایک افراد جامعه اسلامی احساس مسئولیت کرده، در راه اصلاح و ساختن افراد تلاش نماید، تا جامعه و افراد آن آماده پذیرش حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام شوند.

اصلاح جامعه از راه امر به معروف و نهی از منکر تحقق می‌یابد و قانون امر به معروف و نهی از منکر در متن دین اسلام بسیار مورد تأکید قرار گرفته است.

امام باقر علیه السلام در بیان وظایف شیعیان در دوران غیبت فرمود:

لِيُعِنَ قَوِيُّكُمْ ضَعِيفَكُمْ وَيُعْطِفَ غَنِيُّكُمْ عَلَىٰ فَقِيرِكُمْ وَيُنْصَحَ الرَّجُلُ أَخَاهُ  
التَّصِيحَةَ لِنَفْسِهِ؛ (طبری، ۱۳۸۳: ۱۱۳)

توانمندان شما باید به ضعیفان کمک کنند و اغنیا شما باید به فقیران  
مهربانی کنند، هرکس باید برادر دینی اش را نصیحت کند، نصیحتی که  
به نفع برادرش باشد.

خداوند متعال می فرماید:

﴿كُنْتُمْ خَيْرَ أُمَّةٍ أُخْرِجَتْ لِلنَّاسِ تَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَتَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ﴾؛ (آل  
عمران: ۱۱۰)

شما بهترین امتی هستید که برای مردم پدیدار شده اید؛ به کار پسندیده  
فرمان می دهید، و از کار ناپسند بازمی دارید.

امام صادق علیه السلام نیز فرمود:

إِنَّ الْأَمْرَ بِالْمَعْرُوفِ وَالتَّهْيِي عَنِ الْمُنْكَرِ سَبِيلُ الْأَنْبِيَاءِ وَمِنْهَا جُ الصُّلْحَاءِ  
فَرِيضَةٌ عَظِيمَةٌ بِهَا تَقَامُ الْفَرَائِضُ وَتَأْمَنُ الْمَسَافِرُ وَتَحُلُّ الْمَكَاسِبُ وَتُرَدُّ  
الْمُظَالِمُ وَتُعْمَرُ الْأَرْضُ وَتُنْتَصَفُ مِنَ الْأَعْدَاءِ وَيَسْتَقِيمُ الْأَمْرُ؛ (کلینی، ۱۳۶۲:  
ج ۵، ۵۶)

بی تردید امر به معروف و نهی از منکر راه انبیاء علیهم السلام و طریقه صالحان است.  
امر به معروف و نهی از منکر وظیفه ای سترگ و خطیر است که به وسیله آن  
سایر واجبات انجام می پذیرد و راهها امنیت می یابد و درآمدها حلال و  
مشروع می گردد، مظالم بازگردانده می شود، زمین آباد می شود و از دشمنان  
انتقام گرفته می شود و امور سامان می یابد.

اگر همه مسلمانان خود را موظف به اجرای امر به معروف و نهی از منکر در جامعه  
اسلامی بدانند، قدم های اولیه برای رسیدن به جامعه ایده آل و مطلوب مهدوی  
برداشته می شود.

## ۷. آمادگی نظامی برای ظهور امام زمان علیه السلام

به تصریح آیات و روایات، آماده کردن سلاح و کسب مهارت نظامی که مناسب  
با هر عصری باشد، برای شرکت در سپاه حضرت مهدی علیه السلام از وظایف منتظران

است. در آیه ۶۰ سوره انفال خداوند تبارک و تعالی چنین می فرماید:

﴿وَأَعِدُّوا لَهُمْ مَا اسْتَطَعْتُمْ مِنْ قُوَّةٍ وَمِنْ رِبَاطِ الْخَيْلِ تُرْهَبُونَ بِهِ عَدُوَّ اللَّهِ وَعَدُوَّكُمْ وَآخَرِينَ مِنْ دُونِهِمْ لَا تَعْلَمُونَهُمُ اللَّهُ يَعْلَمُهُمْ وَمَا تُنْفِقُوا مِنْ شَيْءٍ فِي سَبِيلِ اللَّهِ يُوَفِّ إِلَيْكُمْ وَأَنْتُمْ لَا تُظْلَمُونَ﴾؛ (انفال: ۶۰)

وهرچه در توان دارید از نیرو و اسب های آماده بسیج کنید تا با این [تدارکات] دشمن خدا و دشمن خودتان و [دشمنان] دیگری را جزایشان که شما نمی شناسیدشان و خدا آنان را می شناسد بترسانید و هر چیزی در راه خدا خرج کنید پاداشش به خود شما بازگردانیده می شود و بر شما ستم نخواهد رفت.

امام صادق علیه السلام فرمود:

لِيُعِدَّنَ أَحَدَكُمْ لِحُجُوجِ الْقَائِمِ وَلَوْ سَهْمًا فَإِنَّ اللَّهَ إِذَا عَلِمَ ذَلِكَ مِنْ نَبِيِّهِ رَجَوْتُ لِأَنَّ يُنْسِيَّ فِي عُمُرِهِ حَتَّى يُدْرِكَهُ وَيَكُونَ مِنْ أَعْوَانِهِ وَأَنْصَارِهِ؛ (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۳۶۶)

هر یک از شما باید برای خروج حضرت قائم هر چند به اندازه یک تیر، مهیا کند. هرگاه خدای تعالی چنین نیتی از او ببیند، امیدوارم عمرش را طولانی کند تا آن حضرت را درک کند و در زمره یاران و همراهانش قرارگیرد.

همچنین امام کاظم علیه السلام فرمود:

من ارتبط دابة متوقعاً به امرنا و يغیظ به عدونا وهو منسوب الینا اذ الله رزقه، و شرح صدره و بلغه امله و كان عوناً علی حوائجهم؛ (کلینی، ۱۳۶۲: ج ۶، ۵۳۵: ح ۱)

هر کس مرکبی را به انتظار امر ما نگاه دارد و به سبب آن دشمنان ما را خشمگین سازد، در حالی که خودش به ما منسوب باشد، خداوند روزیش را فراخ گرداند، به او شرح صدر عطا کند، او را به آرزویش برساند و در رسیدن به خواسته هایش او را یاری کند.

## فرهنگ انتظار

یکی از مسائل و اموری که همه مسلمانان به پیروی از کلام خدا و حدیث

پیامبر ﷺ بر آن اتفاق دارند، این است که: «پیش از برپایی قیامت، یکی از فرزندان رسول خاتم ﷺ قیام می‌کند و بر تمام زمین فرمانروا می‌گردد. اوزمین را که از ظلم و جور پرگشته، آکنده از عدل و داد خواهد کرد.» از اعتقاد به این موعود آینده‌ساز، در فرهنگ اسلامی با نام «مهدویت» یاد می‌شود.

انتظار ظهور مهدی موعود، از حساس‌ترین فرازهای عقیدتی اسلام و از ضروریات دین به شمار آمده و ائمه علیهم‌السلام همواره مردم را به این چشم به راهی می‌خواندند. در روایات، از انتظار فرج به عنوان برترین عبادت یاد شده است. (فرهمند، ۱۳۸۵: ۲۵۴)

تنها کسانی از این نعمت بزرگ برخوردار می‌گردند که فهم کامل و معرفت عمیقی نسبت به امام علیه‌السلام و غیبت ایشان داشته باشند و مانند دیگران، ظاهر بین و سطحی‌نگر نباشند. به طور کلی فرهنگ را مجموعه‌ای از باورها، ارزش‌ها، آگاهی‌های عمومی، خصلت‌های رفتاری، آداب و رسوم و تفکر اجتماعی می‌دانند که دیرزمانی از عمل و مقبولیت عامه آن طی شده و از اقبال ارتباطی و ثبات و تکرار در رفتار عامه برخوردار است. در این تعریف شش مؤلفه برای فرهنگ منظور شده که سه مورد اول، لایه درونی فرهنگ را می‌سازد و سه مؤلفه دیگر، بروز و ظهور خارجی و عینی آن است. (عصاریان نژاد، ۱۳۸۹: ۷ - ۱۱)

اساساً فرهنگ انتظار در جامعه اسلامی موجب شکل‌گیری هویت و تحرک آن جامعه می‌شود و با انحراف در فرهنگ انتظار هر چند جامعه در ابعاد دیگری قدرتمند و قوی باشد، به تدریج پوچ و میان‌تهی خواهد شد و اگر جامعه اسلامی جامعه‌ای وابسته به فرهنگ منفی انتظار باشد، به ناچار دیگر ابعاد آن جامعه نیز به جانب انحراف و غیراسلامی شدن گرایش پیدا می‌کند و بالأخره تحلیل می‌رود و موجودیت اسلامی خود را از دست می‌دهد. به همین دلیل بی‌جهت و اتفاقی نیست که در تهاجم فرهنگی علیه جمهوری اسلامی ایران فرهنگ مهدوی و عدالت‌خواهی در زمره اهداف اصلی است. پویایی به معنای آن نیست که به

دیانت، عبادت و مناسک محدود شود، بلکه معنای اعم آن مراد است که در کنار تقوای محوری، احساس مسئولیت و تعهد اجتماعی، شامل تولید علم و پرورش نیروی انسانی هم می‌گردد که قبل از پیمودن فرآیند فوق باید به تدوین راهبرد و ساماندهی فرهنگی دینی دست زد. (زنجانی، ۱۳۸۶: ۱۷۹)

### تعاریف فرهنگ انتظار

مفهوم انتظار کل، حوزه زندگی معنایی را در برمی‌گیرد و مفهومی انحصاری ویژه علوم اجتماعی نیست، بلکه فرهنگ انتظار، موضوع کار فلاسفه و علمای رشته دینی است که هر یک به شکل یا حوزه‌ای خاص از فرهنگ انتظار توجه می‌کنند. اما هدف همه بررسی‌ها، دست‌یابی به معانی آن است. از این رو، انتظار می‌رود که یافته‌های مبتنی بر فرهنگ انتظار، مکمل یکدیگر و بازگوکننده واقعیت موعودگرایی باشد.

این کارکرد، جوهر فرهنگ انتظار را می‌رساند و موجب می‌شود که به فرهنگ مهدی‌باوری توجه و حوزه معنایی در آن ایجاد شود، آن‌گاه هر جامعه‌ای آن را می‌پذیرد و هر حوزه قدرتی از آن حمایت می‌کند؛ یعنی مجموعه‌ای از معانی مقبول حاصل می‌شود که نظام اجتماعی از آن حمایت کرده و بنابراین ضرورت وحدت جامعه، این معانی در قالب نظمی روشمند تعریف و شکلی نسبتاً منظم به خود می‌گیرد و شکل یک نظام فرهنگی را ترسیم می‌نماید. (رضوانی، ۱۳۸۴: ۱۴۱)

اندیشمندان علوم مهدوی سه کارکرد عمده را برای این کارکرد در فرهنگ انتظار، قائل هستند: ۱. ایجاد تفاهم منتظران؛ ۲. احراز هویت انتظار؛ ۳. ارتقای اشتیاق ظهور.

برای دست‌یابی به چنین اهدافی و نیز به منظور درونی کردن مجموعه معانی انتظار و ظهور مقبول‌سازی اجتماعی آن، جامعه مهدی‌یاوران تلاش می‌کند نهادهایی آموزشی را تأسیس کرده و به این کار بگمارد که از مهم‌ترین اجزای

نهادهای آموزشی هر جامعه، می‌توان به مدارس، دانشگاه‌ها، حوزه‌های دینی، رسانه‌ها و محیط اجتماعی اشاره کرد.

افزون براین، انتظار همچون ابزاری امیددهنده برای حرکت به سمت مسائل و معضلات فرهنگی و اجتماعی به حساب می‌آید که به عنوان یکی از زمینه‌های اصلی فرهنگ زمینه‌سازی، و پی بردن به امکان مدیریت فرهنگی مطلوب در جامعه برای تغییر و بهسازی عناصر فرهنگی و دستیابی به اهداف منجی‌یآوری، بستر مناسبی را برای شکل‌گیری مفهوم واقعی انتظار به وجود می‌آورد.

درنگاهی بسیار گذرا، می‌توان گفت که رویکرد انتظار، نوعی توافق رسمی و اتفاق نظربین مسئولان و متصدیان، عموم مردم و مشتاقان ظهور در تشخیص، تدوین و مشارکت در استقرار و اعتلای مهم‌ترین اصول و اولویت‌های لازم و ضروری در فعالیت‌های زمینه‌سازی و تحقق جامعه منتظر است. (عصاریان‌نژاد، ۱۳۸۹: ۱۵۳)

### فرهنگ انتظار در آیات و روایات

در مجموع مفسران حدود ۲۵۵ آیه را با مقوله انتظار و حضرت مهدی مرتبط دانسته‌اند.

بر اساس روایات صادره از معصومان علیهم‌السلام، نفس انتظار شیعیان برای ظهور مهدی موعود علیه‌السلام از مصادیق بارز آیات انتظار است و در تفسیر آیاتی از قرآن کریم مؤمنان را به انتظار آمدن منجی بشریت سفارش نموده‌اند که از جمله آن، آیات زیر است:

﴿وَلَقَدْ كَتَبْنَا فِي الزَّبُورِ مِنْ بَعْدِ الذِّكْرِ أَنَّ الْأَرْضَ يَرْثُهَا عِبَادِيَ الصَّالِحُونَ﴾

(انبیاء: ۱۰۵)

و در حقیقت، در زبور پس از تورات نوشتیم که زمین را بندگان شایسته ما به ارث خواهند برد.

﴿وَنُرِيدُ أَنْ مَنَّ عَلَى الَّذِينَ اسْتَضَعُوا فِي الْأَرْضِ وَجَعَلْنَاهُمْ آيَةً وَجَعَلْنَاهُمْ الْوَارِثِينَ﴾ \* وَتَمَكَّنَ لَهُمْ فِي الْأَرْضِ وَنُرِيَ فِرْعَوْنَ وَهَامَانَ وَجُنُودَهُمَا مِنْهُم مَّا

كَأَنَّهُمْ يُحَدِّثُونَ﴾؛ (قصص: ۵-۶)

و خواستیم بر کسانی که در آن سرزمین فرودست شده بودند منت نهمیم و آنان را پیشوایان [مردم] گردانیم، و ایشان را وارث [زمین] کنیم. و در زمین قدرتشان دهیم [از طرفی] به فرعون و هامان و لشکریانشان آن چه را که از جانب آنان بيمناك بودند، بنمایانیم.

﴿يَقِيَهُ اللَّهُ خَيْرَ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ﴾؛ (هود: ۸۶)

باقیمانده [حلال] خدا برای شما بهتر است، اگر مؤمن باشید، و [اگر عصیان کردید] من بر شما نگاهبان نیستم.

با بررسی آیات قرآن کریم، این نکته استنباط می‌شود که انتظار، یک حالت روانی است که نوعی آمادگی و زمینه‌ساز تحوّل در معرفت، احساس، رفتار و عمل آدمی می‌شود تا لایق رسیدن به یک نعمت شود. آن کسی به انتظار وقوع امری می‌نشیند که برای آن قدمی برداشته باشد و آن را طلب کند. انتظار زمانی است که انسان برای رسیدن به یک امر بکوشد و بدون کوشش، رسیدن به مقصود، میسر نخواهد بود.

بحث انتظار و پیام حضرت مهدی علیه السلام، آن قدر باره توجه و اهمیت قرار داشته است که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و تمامی امامان معصوم علیهم السلام به آن پرداخته‌اند، درباره فضیلت آن صحبت کرده‌اند و انتظار فرج از آرزوها و آرمان‌های آنان بوده است. در این جا برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ صلى الله عليه وآله الْمَهْدِيُّ مِنْ وُلْدِي اسْمُهُ اسْمِي وَ كُنْيَتُهُ كُنْيَتِي أَشْبَهُ النَّاسَ بِي خَلْقًا وَ خُلُقًا تَكُونُ بِهِ عَبِيَّةٌ وَ حَيْرَةٌ تَضِلُّ فِيهَا الْأُمَمُ ثُمَّ يُقْبَلُ كَالشَّهَابِ الثَّقَابِ يَمْلُؤُهَا عَدْلًا وَ قِسْطًا كَمَا مَلِئْتَ جَوْرًا وَ ظُلْمًا؛ (صدوق، ۱۳۹۵: ج ۱، ۲۸۶)

رسول خدا صلی الله علیه و آله فرمودند: مهدی از فرزندان من است اسمش اسم من است و کنیه اش کنیه من، از نظر اخلاق و خلقت از همه مردم به من شبیه‌تر است. برای او غیبت و حیرتی است که امت‌هایی در آن دوران گمراه می‌شوند سپس ظاهر می‌شود همچون شهابی که روشنایی می‌دهد و به سرعت حرکت می‌کند و زمین را از عدل و قسط پر می‌کند بعد از آن که از ظلم و جور پر شده باشد.

حضرت سیدالشهدا علیه السلام می فرماید:

لَوْ لَمْ يَبْقَ مِنَ الدُّنْيَا إِلَّا يَوْمٌ وَاحِدٌ لَطَوَّلَ اللَّهُ عَزَّ وَجَلَّ ذَلِكَ الْيَوْمَ حَتَّى يَخْرُجَ  
رَجُلٌ مِنْ وُلْدِي يَمْلُؤُهَا عَدْلًا وَ قِسْطًا كَمَا مِلَّتْ جَوْرًا وَ ظُلْمًا كَذَلِكَ سَمِعْتُ  
رَسُولَ اللَّهِ صلى الله عليه وآله وسلم يَقُولُ: (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۱، ۱۳۳)

اگر از عمر این جهان تنها یک روز باقی مانده باشد خداوند آن روز را طولانی می سازد تا مردی از فرزندان من ظهور کند و جهان را همان گونه که از ظلم و جور لبریز گشته است از عدالت پر سازد.

رهبر معظم انقلاب درباره فرهنگ انتظار چنین می فرماید:

مسئله انتظار هم که جز ولاینفک مسئله مهدویت است، از آن کلیدواژه های اصلی فهم دین و حرکت اساسی و عمومی و اجتماعی امت اسلامی به سمت اهداف والای اسلام است؛ انتظار؛ انتظار یعنی ترغیب، یعنی مترصد یک حقیقتی که قطعی است، بودن؛ این معنای انتظار است. انتظار یعنی این آینده حتمی و قطعی است؛ به خصوص انتظار یک موجود حی و حاضر؛ این خیلی مسئله مهمی است... یکی از خصوصیات که در حقیقت انتظار گنجانده شده است، این است که انسان به وضع موجود، به اندازه پیشرفتی که امروز دارد، قانع نباشد؛ بخواهد روزبه روز این پیشرفت را، این تحقق حقایق و خصال معنوی و الهی را در خود، در جامعه پیش تر کند. این ها لوازم انتظار است... در مسئله انتظار و مسئله دوران ظهور نباید غفلت کرد. و از کار عامیانه و جاهلانه به شدت باید پرهیز کرد. از جمله چیزهایی که می تواند یک خطر بزرگ باشد، کارهای عامیانه و جاهلانه و دوران معرفت و غیرمتکی به سند و مدرک در مسئله مربوط به امام زمان عجل الله فرجه است، که همین زمینه را برای مدعیان دروغین فراهم می کند. کارهای غیرعالمانه، غیرمستند، غیرمتکی به منابع و مدارک معتبر، صرف تخیلات و توهمات؛ این جورکاری مردم را از حالت انتظار حقیقی دور می کند، زمینه را برای مدعیان دروغ گو و دجال فراهم می کند؛ از این بایستی به شدت پرهیز کرد. (بیانات مقام معظم رهبری در جمع اساتید و فارغ التحصیلان تخصصی مهدویت، ۹۰/۴/۱۸)



## تهاجم نرم رسانه‌ای دشمنان علیه جامعه مهدوی

جنگ رسانه‌ای یکی از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و جنگ‌های جدید بین‌المللی است. جنگ رسانه‌ای بیش‌تر هنگام جنگ‌های نظامی کاربرد بیش‌تری پیدا می‌کند، اما امروزه در وضعیت صلح نیز کشورها با بهره‌گیری از رسانه‌ها از حداکثر توان خود برای پیشبرد اهداف سیاسی خویش استفاده می‌کنند. به‌طور کلی رسانه یکی از منابع نرم فرهنگی است، این منبع فرهنگی دارای ویژگی‌های زیر است:

۱. انعطاف‌پذیری؛ ۲. پویایی؛ ۳. برخورداری از ارزش‌های پایدار؛ ۴. اخلاق‌محوری؛ ۵. قدرت اشاعه تولیدات فرهنگی؛ ۶. برخورداری از ارزش‌های جهانی. (مرادی، ۱۳۸۸: ۱۵۴)

رهبر معظم انقلاب اسلامی درباره نقش رسانه‌ها می‌فرماید:

امروز رسانه‌ها در دنیا فکر، فرهنگ، رفتار و در حقیقت هویت فرهنگی انسان‌ها را القا می‌کنند و تعیین‌کننده هستند. رسانه‌ها می‌توانند در بهبود وضعیت زندگی انسان مؤثر باشند؛ می‌توانند در گسترش صلح و امنیت جهانی مؤثر باشند؛ می‌توانند در ارتقای اخلاق و معنویت در میان انسان‌ها مؤثر باشند و می‌توانند انسان‌ها را خوشبخت‌تر کنند؛ متقابلاً می‌توانند وسیله برافروختن جنگ‌های خانمان‌سوز باشند؛ می‌توانند عادات و آداب و رفتارهای مضر را در میان مردم رایج کنند؛ می‌توانند ملت‌هایی را از هویت انسانی خودشان و هویت ملی‌شان تهی کنند و می‌توانند احساس تبعیض را در انسان‌ها زنده کنند. رسانه‌ها امروز نقششان خیلی زیاد است. اگر در سطح بین‌المللی مدیریت و برنامه‌سازی رسانه‌ای بر اساس معیارهای اخلاق، فضیلت، برابری و تکیه بر مفاهیم واقعی انسانی باشد، ملت‌ها سود خواهند برد. اگر رسانه‌ها برنامه‌سازی و مدیریتشان بر اساس منافع کمپانی‌های اقتصادی، ثروتمندان بین‌المللی، قدرتمندان تمامیت‌خواه و انحصارطلب باشد، یقیناً بشر زیان خواهد کرد. (بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی، ۸۵/۲/۲۶)

جنگ رسانه‌ای ظاهراً میان رادیو و تلویزیون‌ها، مفسران مطبوعاتی، خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد، اما واقعیت این است که در پشت این جدال ژورنالیستی، چیزی به نام سیاست رسانه‌ای کشور نهفته است که به شکل مستقیم از طریق بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سزی سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه می‌شود. (ضیایی پور، ۱۳۸۶: ۱۲)

جنگ رسانه‌ای ویژگی‌ها و نکات بسیار مهم و پیچیده‌ای دارد. کارگزاران، برای مؤثر واقع شدن جنگ رسانه‌ای بر مخاطبان، به اجرای فنون و بهره‌گیری از ویژگی‌های آن نیاز دارند.

رسانه‌ها ویژگی‌های دیگری نیز دارند؛ از جمله این‌که گفتمان را حیاتی‌ترین حوزه و سلاح می‌دانند و متقاعد ساختن یک نفر برای پیوستن به خودی، را بسیار ارزان‌تر از کشتن او می‌دانند و کلمات را کم‌هزینه‌تر از گلوله می‌پندارند. در این راستا، از ابزارهای متنوع و مدرن رسانه‌ای در گروه‌های مختلف دیداری، شنیداری و نوشتاری بهره می‌برند. مسئولان و دست‌اندرکاران رسانه‌ای در جمهوری اسلامی مسئولیت دارند در مقابل سیل عظیم هجوم رسانه‌ای و عملیات روانی دشمن تدابیر مناسبی بیندیشند و ضمن مقابله و خنثی‌سازی اقدامات رسانه‌ای دشمن، نسبت به مقابله و هجوم به ارکان و اراده رسانه‌ای آنان اقدامات شایسته‌ای را به انجام دهند.

روشن است که رسانه‌ها هم می‌توانند تأثیر منفی بگذارند و هم می‌توانند تأثیرات مثبت داشته باشند. در دنیای کنونی تمام فنون، ابزار و همه سربازان جنگ رسانه‌ای در اختیار کسانی است که هدفشان تحت سلطه درآوردن ملت‌ها و دولت‌هاست. جنگ رسانه‌ای مقوله‌ای است که همکاری هماهنگ و نزدیک بخش‌های نظامی، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه‌ای و عملیات روانی و تبلیغی یک کشور را می‌طلبد.

در جنگ پست مدرن، گفتمان حیاتی‌ترین حوزه و سلاح محسوب می‌شود؛ سلاحی که باید آن را از آزادی متنوعی که دربارهٔ منافع وجود دارد ساخت. در واقع جعل رسانه‌ها دارای تأثیری قدرتمند و نامعلوم بر افکار عمومی هستند و این مسئله می‌تواند اثر مثبت یا منفی بر عملیات داشته باشد. جنگ رسانه‌ای به دنبال ارائهٔ تصویری جدید از عرصهٔ فن‌آوری‌های نوین ارتباطی و نقش آن در شکل‌دهی به افکار عمومی است. هرچه به سوی آینده پیش می‌رویم، گسترهٔ نفوذ و دامنهٔ استفاده از این ابزارها بیش‌تر و بیش‌تر می‌گردد. (هیبلزگری، ۱۳۸۱: ۴۱۰ - ۴۱۷)

ماهیت اصلی جنگ رسانه‌ای، نفوذ و تأثیرگذاری بر افکار، عواطف، تمایلات و در نهایت رفتار مخاطبان است که با ابزار قواعد فنی و تکنیکی با در نظر گرفتن هدف، سطح، وسعت و نوع عملیات خود را طرح‌ریزی می‌کنند و به مرحلهٔ اجرا در می‌آورند. در این راستا از ابزارهای گوناگون و پیشرفتهٔ رسانه‌ای در گروه‌های مختلف دیداری، شنیداری و نوشتاری بهره‌مند می‌شوند و نیز از ابزارهای شناخته شده‌ای که امروزه با عناوین رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سایت‌های اینترنتی، خبرگزاری‌های بین‌المللی، ماهواره و سایر وسایل ارتباط جمعی با آن‌ها آشنا هستیم.

بنابراین جنگ نرم، نوع جدیدی از جنگ است که در حوزهٔ رسانه‌ها بررسی می‌شود. جنگ رسانه‌ای از برجسته‌ترین جنبه‌های جنگ نرم و بعد تازه‌ای از جنگ‌های بین‌المللی است.

بحث را با بیاناتی از مقام معظم رهبری ادامه می‌دهیم که می‌فرماید:

شما می‌بینید یک مقام از مقام‌های اتحادیهٔ اروپا، صریحاً اعلام می‌کند که باید همهٔ رسانه‌های غربی دسته‌جمعی به پیغمبر اسلام اهانت کنند! این روکردن دست خود و رسوا کردن خود در این‌گونه قضایاست. پیداست اسلام با تسخیر دل‌های مردم در سرتاسر جهان، مستکبران و زورگویان را به شدت ترسانده است و آن‌ها علاج را در این می‌بینند که با پیغمبر اسلام دشمنی کنند. آن روز شکست خوردند، امروز هم به حول و

قوه الهی به وسیله مسلمانان شکست خواهند خورد. (سخنرانی در اجتماع  
 بزرگ زائران و مجاوران حرم مطهر رضوی، ۱۳۸۷/۱/۱)  
 دشمن مستکبر که بیداری امت اسلامی، تهدیدکننده مطامع و نافع  
 نامشروع اوست، مهم ترین سلاحی که در برابر این موج فزاینده دارد، سلاح  
 روانی است: نویدسازی، تحقیر هویت، به رخ کشیدن قدرت تمکن  
 مادی خویش. امروز در آینده هزاران ابزار تبلیغی به کار افتاده و خواهد  
 افتاد که مسلمانان را از آینده ای درخشان نومید و یا به آینده ای که منطبق  
 با نیات پلید خود آنان است ترغیب کنند. این جنگ فرهنگی و روانی از  
 آغاز دوران استعمار تا کنون، کاری ترین ابزار غرب در سلطه گری اش بر  
 کشورهای اسلامی بوده است. آماج این تیر زهر آلود، نخست نخبگان و  
 روشنفکران و سپس توده های مردم است. (۱۳۷۹/۱۲/۱۲)

تحولات شگرف در فن آوری های مربوط به وسایل ارتباط جمعی و رسانه ها و  
 فرآیند جمع آوری، تولید، فرآوری و توزیع اطلاعات که از آن به انفجار اطلاعات  
 انقلاب ارتباطی، انقلاب رسانه و عصر تأثیر رسانه ها بر شکل گیری افکار عمومی  
 جهان تعبیر می شود، از یک سو و تسلط معدودی از صاحبان قدرت و بازیگران  
 عمده و اصلی صحنه سیاست و روابط بین الملل، یعنی دولت ها و گروه های  
 برخورداری رسانه ها با همه توانمندی های آن از سوی دیگر، موجب شده است که  
 بسیاری از اصول، مفروضات و تعاریف و مفاهیم همچون حاکمیت و مرزهای  
 سیاسی و حکومت دولت ها و ملت ها، هویت ملی و فرهنگی، استقلال، امنیت  
 ملی و بین المللی و... با تعاریف سنتی، مفهوم اولیه خود را از دست بدهد و تعریف  
 مجدد این مفاهیم، ضرورتی بیش از پیش بیابد. از آن جا که این تحولات عظیم از  
 لحاظ کمی و کیفی در رسانه های جمعی، بیش ترین تأثیر را بر مفهوم «امنیت» و  
 «تهدید» گذاشته، نیاز به تعیین مرزهای جدید و شناخت تهدیدهای امنیت نوین،  
 همچون تهدید رسانه ای کاملاً ضروری است که مفهومی نو و ماهیتی بسیار متفاوت  
 با تهدیدهای سنتی دارد.

در حال حاضر می توان گفت که رسانه های جمعی به مهم ترین منبع قدرت نرم

کشورها تبدیل شده‌اند. نقش مسلط رسانه‌ها در شکل دهی، جهت دادن و مدیریت افکار عمومی بر هیچ کس پوشیده نیست. از این رورسانه‌های جمعی، منبع مهم قدرت در جهت منافع افراد، گروه‌ها و کشورها به شمار می‌روند. وسایل ارتباط جمعی و رسانه‌ها، هم ابزار قدرت غیرمادی است و هم منبع قدرت. (گالبرایت، ۱۳۷۱: ۵۸)

به دنبال حادثه یازدهم سپتامبر، کاخ سفید پیام‌های مکرری مبنی بر حمایت آژانس‌های خبری و رسانه‌ای از سیاست‌های خارجی بوش، برای اصحاب رسانه مخابره کرد. محتوای این پیام‌ها نشان می‌داد که رسانه‌ها در آمریکا به میزانی که به طور مستقل عمل کنند و در راستای سیاست‌های کاخ سفید قرار نگیرند، در معرض اتهام کمک به دشمنان آمریکا، یعنی تروریست‌ها قرار خواهند گرفت و این خود نمودی از اظهار نظر بوش بود که اعلام کرد: هر کس با ما نیست، علیه ماست و بدین وسیله عملاً به جبهه‌گیری و تشکیل دو جناح طرفدار آمریکا و مخالفان آن در عرصه روابط بین‌الملل اقدام کرد.

در فضای حاکم بر سیاست خارجی آمریکا که عملاً حالت تهاجمی به خود گرفته بود، رسانه‌ها در آمریکا نیز تحت فضای حاکم برای بقای خود چاره‌ای جز پیوستن و حمایت از حاکمیت نیافتند و از دولت بوش در جنگ رسانه‌ای بعد از حادثه یازدهم سپتامبر حمایت کردند؛ به طوری که شبکه‌های خبری و رسانه‌ها به سرعت در مسیر حمایت از دولت بوش حرکت کردند و تلاش برای خدمت کردن به برنامه‌های تبلیغاتی مقامات ارشد نظامی در راستای جنگ رسانه‌ای علیه مسبین حادثه یازدهم سپتامبر افزایش یافت. (Norman, Solomon)

یکی از راهبردهای دشمن در مقابله با جامعه مهدویت، ترویج خرافاتی مبنی بر ظهور امام زمان است که ریشه در تاریخ دارد، رهبر معظم انقلاب در این باره فرموده است:

یک عده‌ای از صدر اسلام، از زمان ائمه علیهم‌السلام که شنیده بودند مهدی ظهور

خواهد کرد و دنیا را پراز عدل و داد خواهد کرد، ادعای مهدی‌گری می‌کردند؛ بعضی بر خودشان هم امر مشتبه بود. بعد نیست بدانید هم در بنی امیه ادعای مهدویت بود، هم در بنی عباس بود، هم در افراد دیگری که چه در زمان بنی عباس و چه در زمان‌های بعد تا امروز وجود داشتند، ادعای مهدویت وجود داشت. بله، این پرچم مهدویت را کسی بلند کند، در آتش است. این معنایش این نیست که مردم با ظلم مبارزه نکنند، مردم برای تشکیل جامعه الهی و جامعه اسلامی و علوی مبارزه و قیام نکنند. این، بد فهمیدن دین است. می‌بینید این‌ها همه موانع درونی‌ای بود که بعد از آن که انقلاب پیروز شد، ما ملت ایران با این زمینه‌ها می‌خواستیم کشور را به سمت آن اهداف ببریم. (بیانات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار اساتید و دانشجویان دانشگاه‌های شیراز، ۸۷/۲/۱۴)

منفعت طلبان عالم و سلطه‌طلبان برای به دست آوردن منافع بیش‌تر در پی مدیریت امروز و فردا هستند. آن‌ها برای دست‌یابی به این مهم، برنامه‌هایی را در دست اجرا دارند.

از جمله مهم‌ترین این برنامه‌ها، آینده‌سازی و ساختن فضا به‌گونه‌ای است که بتوانند آینده را رقم بزنند. در این فضا یکی از مسائلی که برای آن‌ها جدی است و در مدیریت آن‌ها جایگاه مهمی پیدا می‌کند، موضوع مهدویت است. این موضوع از دو بعد قابل بررسی است: بعد نظری و بعد عملی (مصادق‌ها).

تعریف از مهدویت، گاه به منزله صفتی نسبی است که به این ترتیب عبارت از آموزه‌ها، رفتارها و هر چیزی است که به گونه‌ای به حضرت مهدی علیه السلام ارتباط پیدا می‌کند و گاه نیز از آن معنای وسیع‌تری همچون منجی در نظر گرفته می‌شود، یعنی هر آن‌چه به موضوع منجی‌گرایی مربوط است.

اهمیت مسئله مهدویت و انتظار از حیث تأثیرگذاری به روز در حرکت اجتماع، از سوی غربیان درک شده است. از همین رو آنان حرکت خود را در جهت مقابله با جریان انتظار و ظهور امام مهدی علیه السلام به ویژه از طریق رسانه‌های دیداری و شنیداری آغاز کرده‌اند. آن‌ها هم اکنون به دنبال همراه کردن مسیحیان و یهودیان

صهیونیست از طریق زمینه سازی برای آمدن دوباره مسیح موعود هستند، از طرفی نیروهایشان را علیه اسلام، شیعه، و علیه انقلاب اسلامی بسیج و سازماندهی کرده اند. دشمنان اندیشه مهدویت فهمیده اند که انقلاب اسلامی ایران، با وجود همه مشکلات داخلی، معادلاتی را در جهان به هم زده است. از این رو، به مقابله با آن برخاسته اند.

در برابر اقدامات غربی ها این شناخت ها ضروری است: ۱. شناخت خود، ۲. شناخت امام علیه السلام، ۳. شناخت زمان، ۴. شناخت دشمن. در این میان یگانه راه نجات «رصد کردن امام» است. انتظار امام علیه السلام، یعنی مترصد بودن. شخص منتظر خودش را با امام همسو می کند. (<http://mahdaviat.porsemani.ir>) رهبر معظم انقلاب اسلامی درباره ترفندهای رسانه ای دشمنان علیه اسلام، انقلاب اسلامی و به خصوص مهدویت چنین می فرماید:

شما نگاه کنید ببینید امروز چند هزار رسانه، اعم از صوتی و تصویری و انواع و اقسام رسانه های گوناگون، با مدرن ترین شیوه ها علیه این نظام دارند کار می کنند. صدها مغز و فکر در اتاق های فکر نشسته اند؛ هر روزی یک حرفی، یک شعاری، یک فکری، یک ترفندی علیه این انقلاب دارند طراحی می کنند؛ اما نمی توانند به انقلاب و نظام اسلامی صدمه ای وارد کنند. این برای چیست؟ استحکام این بنا به خاطر بنا شدن بر اصل ایمان به خداست. آن کسانی که در این راه حرکت کردند، کار خدایی کردند. (بیانات در دیدار فرمانده و پرسنل نیروی هوایی، ۱۳۸۸/۱۱/۱۹)

کار دومی که آن ها می خواهند تحقق پیدا کند، این است که دلبستگی ها و انگیزه های اساسی که می تواند این ملت را مقاوم و به صورت یکپارچه در مقابل آن ها ننگه بدارد، ضعیف کنند، باورها را برگردانند، ایمان ها را عوض کنند، امیدها را کور کنند و آینده و افق را تیره و تاریک و مبهم جلوه دهند. ابزار کار آن ها هم رسانه است. رسانه ها در دنیا خیلی قدرت دارند و به نفع صاحبان خود، کارهای خیلی بزرگی را انجام می دهند. بدانید و می دانید که مهم ترین رسانه های دنیا - چه خبرگزاری ها، چه رادیو و تلویزیون ها، چه روزنامه های بزرگ - متعلق به سرمایه داران است،

یعنی همان پایه‌های اصلی استکبار جهانی. در خبرهایی که در دنیا پخش می‌کنند، همه چیز بر طبق منافع و مصالح آن‌ها تنظیم می‌شود. بنابراین، این هم یک خواسته است که مردم و جوانان را از جانمایه امید و توان و تلاشی که آن‌ها را در مقابل دشمن متجاوز و متعزز نگه می‌دارد، تهیدست کنند. (۱۳۸۸/۸/۱۳)

نظام سلطه جهانی و جبهه استکبار برای استمرار بخشیدن به نفوذ و تسلط و حفظ منافع نامشروع خود با دقت فراوان، امکانات و نقاط قوت جهان اسلام را زیر نظر دارد تا آن‌ها را به دقت شناسایی کرده و نابود سازد. یکی از این نقاط قوت، اندیشه‌رهایی بخش «مهدی باوری» است که در خط مشی مبارزاتی امت مسلمان از جایگاه راهبردی برخوردار است. از این رو استکبار جهانی، سناریوهای متعددی را جهت تضعیف و نابودی این اندیشه مقدس طراحی کرده و پی در پی به اجرا گذارده است که به برخی از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

**دخالت مستقیم و حمایت از پروسه شخصیت پردازی و مهدی تراشی:** حمایت خائنانه استعمارگران و جبهه استکبار از مدعیان مهدویت مانند مهدی الصومال در آفریقا، سید علی محمد باب، حسینعلی بهاء و سید محمد نوربخش در ایران، میرزا غلام احمد قادیانی در پاکستان، سید محمد جونپوری در هند و محمد بن عبدالله القحطانی در حجاز، به خوبی روشنگر اهداف شوم و پلید آنان است.

**تخریب پایه‌های فکری مهدی باوری از طریق ژست‌های علمی و به ظاهر شرق شناسی:** نظام سلطه زیر نقاب شرق شناسی، سربازان صلیبی خود مانند «فان فلوتن»، «گلد زیهر یهودی»، «ولهوسن»، «پروکیلمن» و «دونالد سن» را با نام مستشرق، راهی کشورهای اسلامی کرد تا شاید از طریق شبهه سازی و تردید افکنی، اذهان افراد غیر متخصص و غیر آشنا با مبانی دقیق اسلامی را مشوب سازند که متأسفانه در این باب به توفیقاتی هم نایل شدند و اسلام گرایانی چون «احمد امین» و «محمد رشید رضا» را به این دام کشیدند.



پرورش و حمایت از خودباختگان سرسپرده داخلی: کومه فکرانی چون احمد کسروی، شریعت سنگلجی، سلمان رشدی و احمد الکاتب طعمه‌های خوبی بودند که استکبار جهانی آنان را به راحتی با اعطای مدال‌های «نویسنده آزاداندیش»، «متفکر منصف» و «پژوهنده روشنفکر» به دام خود بکشند و به آنان گوشزد کنند که هر لقب و عنوان در برابر یک ضربه به اصول و باورها یا دهن‌کجی به مفاخر و ارزش‌ها، نصیبشان خواهد شد.

انتشار تبلیغات مسموم رسانه‌ای: مانند ساخت سریالی به نام «نوسترا داموس» که به مدت سه ماه متوالی از شبکه تلویزیونی امریکا پخش شد و هدف از آن به تصویر کشیدن چهره‌ای خشن و گرفتار جنون قدرت از مهدی موعود (نستجیر بالله) و تحریک عواطف ملل غربی علیه اسلام و منجی موعود آن بود.

**تحریف اندیشه ناب مهدویت از طریق ارائه مقالات به ظاهر تحقیقی در کتب معتبر**

رهبر معظم انقلاب در این باره نیز چنین می‌فرماید:

شبکه استکباری صهیونیسم و سازمان‌های جاسوسی امریکا و انگلیس در همه دنیا اسلام، سرگرم فتنه‌انگیزی‌اند. با پول و تشویق آنان، مقدسات اسلامی در رسانه‌ها علناً اهانت می‌شود و حتی سیمای ملکوتی پیامبر اعظم از جسارت سخیف آنان مصون نمی‌ماند. هزاران فیلم سینمایی و بازی رایانه‌ای و امثال آن، با هدف زشت‌نمایندن چهره اسلام و مسلمین، تولید و روانه بازارها می‌شود و این‌ها همه علاوه بر جنایات آنان در تعرض به کشورهای اسلامی و کشتارهای فلسطین و عراق و افغانستان و دخالت طلبکارانه آنان در کشورهای اسلامی برای تأمین منافع نامشروع سیاسی و اقتصادی است. تسلیم در مقابل چنین دشمنی، کاملاً در نقطه مقابل حکم خرد، و مقاومت تنها راه توصیه شده عقل و شرع است.

(۱۳۸۵/۱/۲۵)

واقعیت آن است که در پشت صحنه عملیات رسانه‌ای علیه مهدویت، سیاست رسانه‌ای قدرت‌ها و نظام سلطه به منزله راهبرد این حرکت قرار گرفته

است که به صورت رسمی و سازمان یافته، اما پنهان با اختصاص بودجه‌ای سری توسط سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی و تشکیلات ویژه نظامی هدایت می‌شود که از آن جمله می‌توان به تأسیس سایت‌های مختلف اشاره نمود که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

**سایت‌های بهائیت:** بهائیت که سابقه تشکیل حدوداً ۱۵۰ ساله‌ای دارد با کمک انگلیس، اسرائیل و صهیونیست‌ها توانسته است از نظر مادی و تبلیغاتی، پیشرفت زیادی نماید. این فرقه - که از نظر عقیدتی و اخلاقی، مشکلات بسیاری دارد - جهت جذب هم‌کیش، از روش‌های جذاب و جدیدی بهره می‌گیرد که توجه به آن‌ها برای برنامه‌ریزان فرهنگی، امری لازم و ضروری است. اساساً بهائیت از برداشت ناصحیح از آموزه مهدویت ریشه گرفته و به وجود آمده است.

**سایت‌های عرضه‌کننده تفکرات غلط درباره مهدویت:** این گونه سایت‌ها - که آگاهانه یا ناخودآگاه - به رواج برداشت ناصحیح خود از فرهنگ مهدوی می‌پردازند و در این زمینه از تعلقات شیعیان به مهدی موعود عجل الله فرجه بهره می‌گیرند.

**سایت‌های روشنفکران غرب‌زده:** نویسندگان این مقالات - که متأسفانه مورد توجه بسیاری از دانشجویان هم‌قرار می‌گیرند - مطالب غیرصحیح خود را به‌طور مستقیم (نوشتار) و غیرمستقیم (از طریق مصاحبه‌ها و کنفرانس‌ها) عرضه می‌کنند.

(www.radiozamaneh.org/idea)

دشمنان مهدویت با استفاده از این سایت‌های انحرافی در تلاشند تا روح انتظار و مهدی‌یآوری را از جامعه شیعی گرفته و آن را به انحراف بکشانند و به اهداف شوم و پلید خود دست یابند. در ادامه بحث، اینک به بررسی رسانه‌های نرم خودی در مقابل با تهاجم نرم دشمن علیه جامعه مهدویت می‌پردازیم.

### **رسانه‌های نرم خودی در مقابل با تهاجم نرم دشمن علیه جامعه مهدویت**

امروزه بیش‌تر کشورها در پی آن هستند که راهکارهایی بیندیشند تا از تخریب و تضعیف فرهنگ خود از طریق رسانه‌های همگانی هدایت شده توسط غرب

بکاهند. هرچند کسی منکر این واقعیت نمی‌تواند باشد که در دنیای امروز، کشورها نمی‌توانند دیواری به دور خود بکشند و از برخورد فرهنگ جامعه خود با فرهنگ‌های بیگانه در امان بمانند؛ زیرا رسانه‌های همگانی جهان، همچون ماهواره‌ها و فن‌آوری اینترنت، مردم دنیا را در جریان آخرین پیشرفت‌ها، مدها، ساخته‌ها، هنرها و... قرار می‌دهند.

اگر فرهنگ جامعه‌ای توان خود را از دست بدهد و مردم از فرهنگ خود گسسته شوند، قدرت درست اندیشیدن از آن‌ها سلب می‌گردد و در این دریای ارتباطات غرق می‌شوند. ملت‌هایی که علاقه مند به حفظ و پاسداری از «هویت فرهنگی» خود هستند، سعی می‌کنند فرهنگ غیرمادی جامعه خویش را حفظ نمایند. (روح‌الامینی، ۱۳۷۲: ۱۱۰)

هر فرهنگی به منظور حفظ خود از تهاجم دشمنان باید مجهز به منبع قدرت نرم باشد. در این رابطه گالبرایت معتقد است که منبع قدرت نرم کشورها، رسانه‌ها و نقش مسلط رسانه‌ها در شکل‌دهی، جهت‌دادن و مدیریت افکار عمومی است. از این‌رو رسانه‌های جمعی، منبع مهم قدرت در جهت منافع افراد، گروه‌ها و کشورها به حساب می‌آیند. (گالبرایت، ۱۳۷۱: ۵۸)

بی‌تردید ما شیعیان برای حفظ فرهنگ جامع و کامل مهدویت که ریشه در اعتقادات مذهبی ما دارد و برای مقابله و مبارزه با «تهاجم نرم رسانه‌ای دشمن علیه جامعه مهدویت»، باید با به‌کارگیری ابزارهای مختلف از جمله مساجد و منابر، روحانیت، اینترنت، شبکه‌های اجتماعی، تلویزیون و ماهواره که هر کدام دارای جایگاه خاص خود است، به مقابله با دشمن بپردازیم.

#### الف) مسجد

مسجد که در لغت به معنای سجده‌گاه است، در طول تاریخ حیات خود، تنها یک مرکز عبادت و پرستش خداوند نبوده و همواره استفاده‌های چندگانه از آن می‌شده است؛ از جمله: نشر معارف و احکام اسلامی، تعلیمات دینی و علمی،

سوادآموزی، حل و فصل اختلافات عمومی، اجرای حدود بر بزه‌کاران و مهم‌تر از همه، ایراد خطبه‌های آتشین، به‌ویژه هنگام بحران و جنگ برای جمع‌آوری مسلمانان و اعزام آن‌ها به جهاد با دشمنان. مهم‌ترین نقش مسجد نشر معارف الهی بوده که از طریق منبر انجام می‌گرفته است. این مسأله به مرور زمان، رشد و توسعه یافت و سایر موارد به مکان‌های دیگری انتقال داده شدند. مؤلف کتاب *منبر؛ رسانه عمومی در اسلام* می‌نویسد:

مسجد به‌طور عام و منبر به‌خصوص از صدر اسلام، محلی بود که اعلان‌های رسمی داده می‌شد. حتی در عصر پیامبر ﷺ نتایج جنگ‌ها در خطبه‌ها به آگاهی می‌رسید و نیز اعلان‌ها، فرامین، احکام مالیاتی و جزء این‌ها به وسیله فرمان‌روا در مسجد اصلی اعلان می‌شد. احکام عزل و نصب صاحب‌منصبان عالی‌رتبه نیز در مسجد خوانده می‌شد و مردم بسیاری برای شنیدن احکام حکومتی و دینی در این محل گرد می‌آمدند. (فتحی، ۱۳۵۸: ۱۲)

اما سخن در این است که در عصری که از آن به «دهکده جهانی» یاد می‌شود و عصری که روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و تلویزیون، اینترنت، ماهواره و... نهایت تلاش خود را در جذب مخاطب انجام داده و هر روز بر تنوع کار خود می‌افزایند، نباید از نقش رسانه‌ای مسجد و ویژگی‌های منحصر به فرد آن غفلت ورزید.

به عقیده جامعه‌شناسان و روان‌شناسان، هر مکانی به اعتبار نوع، ماهیت، مؤلفه‌ها و فعالیت‌هایی که در آن انجام می‌گیرد، از دیگر مکان‌ها تمیز داده می‌شود و بر همین اساس، توقعات مربوط به آن مکان نیز، نسبت به دیگر مکان‌ها متمایز جلوه می‌کند. به لحاظ جامعه‌شناختی، مکان‌ها در معنا بخشی و هویت دهی به انسان‌ها مؤثرند و یکی از کارکردهای مکان‌ها، معنا بخشی به تجربه‌های انسان است. به این اعتبار، ما برای مسجد به عنوان یک مکان خاص، می‌توانیم این فایده را در نظر بگیریم که با حضور در مسجد، بسیاری از واکنش‌ها و رفتارهای مطلوب می‌تواند متجلی شود. (سجادی، ۱۳۸۴: ۲۰۶)

مسجد مهم‌ترین پایگاه عقیدتی، فکری و معنوی اسلام و پیوسته کانون هدایت و مبارزه علیه کفر والحاد و ملجأ و مأمن دل‌باختگان حق و فضیلت است. چشمه زلال مبارزه و نهضت علیه باطل در طول تاریخ از مساجد جوشیده است. قیام مقدس مردم ایران نیز که به برقراری حکومت عدل اسلامی انجامید، در طول حیات خود نیرو و توان خود را از مساجد یافته و تمام نقشه‌های شوم دشمنان را که برای نابودی اسلام تلاش می‌کنند، خنثی کرده است.

مسجد از دیرباز در زندگی مسلمانان نقش محوری داشته و زیربنای شکل‌گیری تمدن اسلامی است. مساجد در نظام سیاسی - اجتماعی مسلمانان فقط کارکرد عبادی و مذهبی نداشته، بلکه دارای کارکردهای سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، نظامی و... بوده‌اند. بر همین اساس، مسجد به عنوان یک رسانه عمومی، ابزاری مهم برای مقابله با نبرد رسانه‌ای دشمن است.

#### ب) منابع

منبر واژه عربی و به معنای محل بلند و مرتفعی است که خطیب یا واعظ بر بالای آن رفته و با مردم صحبت می‌نماید. تأسیس و شکل‌گیری منبر به صدر اسلام برمی‌گردد؛ مکانی که پیامبر بر فراز آن می‌نشستند و وحی الهی را به مردم ابلاغ می‌نمودند. نویسنده کتاب *کبریت الاحمر* درباره این واژه چنین می‌نویسد:

منبر از ادوات ارتقا و بلندی است؛ محلی است به غایت محترم؛ چه شرافت مکان و زمان تابع شرافت آن عملی است که در آن و بر آن واقع می‌شود و آن حالی که در آن حلول می‌کند، و معلوم است که خداوند خلق نفرموده افضل از آن چه در منابر باید به خلق برسد، و نیز در اسلام از برای افضل و اکمل مخلوقات گذارده شد. (بیرجندی، ۱۳۷۷: ۲)

رسانه منبری یکی از مهم‌ترین ابزارهای انقلابی‌ها برای پیگیری اهداف انقلاب اسلامی بود. هم‌زمان با شکل‌گیری انقلاب در دههٔ چهل، علما و دانشوران اسلامی برای مقابله با دستگاه تبلیغاتی پهلوی از این رسانه به شکل شایسته استفاده

می‌کردند. در مقام مقایسه، هیچ‌یک از رسانه‌های تحت اختیار رژیم شاهنشاهی قدرت برابری با تأثیرگذاری منبر را نداشت. مردمی که پای منابر علمای دینی می‌نشستند، ضمن دریافت احکام دینی و بهره‌گیری از دستورات اخلاقی ائمه دین، با آخرین اخبار روزآشنایی پیدا می‌کردند.

در واقع منبر، یک نظام تشکیلاتی ارتباطی و متمایز است؛ به این دلیل که ارتباط از طریق منبر، اهمیت گروه ابتدایی و شخصی را نداشت، در عین حال فعالیتی انفاقی نیز نبود، در مکان معین و زمان معین برگزار می‌شد و مطابق با معیارهای دستوری مؤسساتی بود.

منبر دارای دو کارکرد مهم است:

۱. ارشاد: کارکرد اصلی و تأسیسی رسانه‌های سنتی اسلامی (به جز مدارس علوم دینی)، کارکرد ارشادی است و مقصود اصلی، ترغیب مردم به ارزش‌های اسلامی و تحول در احساسات آن‌ها به جهت زمینه‌سازی رفتارهای دینی است.

۲. آموزش: کارکرد آموزشی تنها در مدارس علوم دینی به عنوان هدف تأسیسی به شمار می‌آید، اما در سایر رسانه‌های سنتی دینی از جمله منبر، فراگیری اصول اعتقادی و پاره‌ای دستورات اخلاق و احکام عملی اسلام پس از کارکرد ارشادی مورد نظر است. (باهر، ۱۳۸۵: ۱۲۲)

در جامعه مهدوی از این رسانه نرم سنتی باید به شکل مؤثری در جهت خنثی نمودن توطئه‌های دشمنان مهدویت، به‌ویژه در بسیج اجتماعی بهره برد. همان‌طور که مسجد و منبر در تحولات سیاسی و اجتماعی معاصر ایران نقشی مهم داشته، باید در توسعه فرهنگ ظهور و آشنا نمودن مردم با نهضت مهدی‌یآوری نیز نقش ایفا کند.

در عصر غیبت کبری، تبلیغ جامعه مهدویت بر عهده دانشمندان و علمای دینی، خطیبان و واعظان است که گردانندگان اصلی در رسانه منبر هستند؛ از این رو مبلغان در جامعه مهدوی باید پیامبرگونه به کار تبلیغ پردازند تا نهضت

مهدی‌ی‌آوری و فرهنگ انتظار در مقابل تهاجم نرم دشمنان سربلند و مصون باقی بماند.

### ج) روحانیت

روحانیان، سنگربانان واقعی و جان برکف اسلام ناب محمدی و سلسله ولایتند که در رأس آن‌ها رهبر معظم انقلاب اسلامی قرار دارد. در واقع روحانیت طلعه دار تمامی نهضت‌ها در طول تاریخ اسلامند. در تمامی این دوران، روحانیت متعهد در دفاع از مکتب اسلام و مذهب تشیع به ویژه زنده نگه داشتن فرهنگ انتظار نقش مؤثری داشته‌اند و به همین دلیل این منبع قدرت نرم راهبردی، یکی از ارکان اصلی و رسانه‌ای جامعه مهدویت در تقابل با تهاجم دشمنان مذهب تشیع، نقشی مؤثر در اشاعه و تداوم نهضت جهانی حضرت مهدی علیه السلام ایفا می‌نمایند.

مقام معظم رهبری درباره نقش روحانیت در جامعه اسلامی چنین می‌فرماید:

علمای دین در اسلام، پیشروان اصلاح و ترقی و پیشرفت ملتند. این مسئولیت بر عهده عالمان دین گذاشته شده است. این‌که در خطبه نهج البلاغه هست که «وما اخذ الله علی العلماء ان لا یقاروا اعلی کفلة ظالم ولا سغب مظلوم» یعنی عالم دین در مقابل ظلم، بی‌عدالتی، تجاوز انسان‌ها به یکدیگر نمی‌تواند ساکت و بی‌طرف بماند. بی‌طرفی در این جا معنا ندارد. فقط مسئله این نیست که ما حکم شریعت و مسئله دینی را برای مردم بیان کنیم. (بیانات در دیدار روحانیون و طلاب تشیع و تسنن کردستان، ۱۳۸۸/۲/۲۳)

بی‌تردید دشمنان اسلام به‌طور مداوم در تلاشند با به‌کارگیری انواع رسانه‌های دیداری و شنیداری و تضعیف بنیان‌های اعتقادی و ارزشی جامعه دینی ما از طریق سست نمودن اعتقادات عمومی و ارزش‌های اخلاقی، دین‌زدایی، انزوای روحانیت، بی‌ارزش نمودن مبلغان و مدافعان اصیل دین و تهاجم به ولایت فقیه که اساس حکومت اسلامی است، اسلام و مسلمانان و در رأس آن‌ها مذهب شیعه و جامعه مهدوی را مورد تهاجم فرهنگی خود قرار دهند؛ از این رو نقش روحانیان به

عنوان یک نیروی پیشرو در مقابله با این هجمه، بسیار تعیین کننده است.

امام خمینی علیه السلام درباره نقش روحانیت در جمهوری اسلامی ایران، می فرماید:

روحانیت کشور ایران فقط به خطابه و وعظ و ذکر مسائل روزمره اکتفا ننموده است و با دخالت در مهم ترین مسائل سیاسی کشور خود و جهان توانسته است قدرت مدیریت روحانیت اسلام را به نمایش بگذارد.  
(خمینی، ۱۳۷۱: ج ۲۰، ۳۳۶)

انزوای روحانیت به عنوان یک نیروی پیشرو در انقلاب اسلامی می تواند تبعات خطرناکی برای نظام جمهوری اسلامی ایران در پی داشته باشد. به همین سبب نیز طی سال های گذشته با رواج شایعه، دروغ و اتهام علیه روحانیت، تلاش ها و تبلیغات گوناگونی جهت انزوای نیروهای اصیل انقلابی صورت گرفته است؛ به شکلی که عملاً انزوای روحانیت و نیروهای انقلابی از عرصه های سیاسی و اجتماعی را به یکی از تهدیدهای نرم علیه انقلاب اسلامی تبدیل کرده است. بر این اساس هرگونه انزوا و گوشه نشینی روحانیت به عنوان مهم ترین قشر و هادیان اصلی انقلاب اسلامی، می تواند به تقویت گروه های بی تفاوت و یا ضد انقلاب بینجامد و ضربه های جبران ناپذیر به نظام جمهوری اسلامی ایران وارد سازد. (گروه مطالعاتی جنگ نرم، ۱۳۸۸)

#### د) رادیو و تلویزیون

مهم ترین وسیله ارتباط جمعی و تبلیغات که می تواند در بین اقشار جامعه نفوذ کند، رادیو و تلویزیون است. با در نظر گرفتن درصدی از جمعیت جهان که بی سوادند و همچنین کودکان جهان، که فقط از رادیو و تلویزیون می توانند استفاده کنند، به اهمیت این وسایل ارتباط جمعی بیش تری می بریم. در این میان نقش رادیو، به دلیل امکانات فنی کم تری که نیاز دارد، نسبت به تلویزیون اهمیت بیش تری دارد. هم اکنون در تمام جهان، رادیو و تلویزیون تحت نظر مستقیم و غیرمستقیم حکومت ها اداره می شود. البته در نقاطی از جهان نیز گروه های سیاسی



وجود دارند که به طور مستقل دارای ایستگاه رادیویی هستند؛ مانند حزب الله لبنان.

اینترنت، رادیو، تلویزیون، سینما، روزنامه، ویدئو و ماهواره و... ابزارهای فراگیری هستند که بررسی نقش هریک از آن‌ها در تهاجم فرهنگی نیاز به یک تحقیق مستقل و همه‌جانبه دارد که در مجال دیگری باید به آن پرداخت.

اما مهم این است که امروزه فرهنگ غرب بروسایل ارتباط جمعی در جهان تسلط دارد و از طریق خبرگزاری‌ها و شبکه‌های رادیو و تلویزیون و سینما علیه انقلاب اسلامی فعالیت می‌کند. (افتخاری، ۱۳۷۷: ۱۹۰ - ۱۹۵)

رهبر معظم انقلاب اسلامی در حکم انتصاب عزت‌الله ضرغامی به ریاست صدا و سیما درباره نقش رسانه ملی و رسالت مسئولان آن، چنین می‌فرماید:

درخواست این‌جانب نزدیک کردن و رساندن این رسانه فرهنگ ساز، به طراز رسانه است که دین و اخلاق و امید و آگاهی، بارزترین نمود آن باشد و رفتار اجتماعی مخاطبان و نیز نهاد حساس و مهمی چون خانواده بر اساس آن شکل گیرد و هنر و شیوه‌های گوناگون حرفه و آرموده شده یا نوپدید، یک سره در خدمت رشد این شاخص‌ها درآید. (حکم انتصاب مجدد عزت‌الله ضرغامی به ریاست سازمان صدا و سیما، ۱۳۸۸/۸/۱۶)

امروزه یکی از پرطرف‌دارترین رسانه در کشور ما صدا و سیماست که می‌توان گفت در تمامی خانه وجود دارد؛ از این رو مسئولان و دست‌اندرکاران این رسانه ملی می‌توانند به عنوان یک منبع قدرت نرم در خدمت حکومت ولایی و به خصوص مبلغ فرهنگ مهدویت در برابر تهاجم فرهنگی رسانه‌ای غرب به نهضت جهانی حضرت مهدی علیه السلام باشند.

#### ۵. اینترنت

اینترنت یک شبکه عظیم اطلاع‌رسانی و یک بانک وسیع اطلاعاتی است که در آینده نزدیک دسترسی به آن برای همه افراد ممکن خواهد شد. از دیدگاه کارشناسان ارتباطات، یکی از مشکلات اینترنت در ایران بحث فرهنگی این ابزار

است و بهترین راه برای جلوگیری از تبعات منفی آن، آگاهی جامعه از کاربردها و نکات مثبت این پدیده است.

اینترنت و فضای مجازی از بد و فراگیر شدن، گستره وسیعی از اطلاعات را در اختیار همگان قرار داد و پس از آن، انواع اطلاعات - اعم از صحیح و ناصحیح، خوب و بد - با کمترین هزینه در معرض عموم قرار گرفت. پس از آن بود که اندیشه‌ها و مکاتب گوناگون از این بستر، جهت ارائه مطالب مورد نظر خود بهره بردند و چندی نگذشت که فضای مجازی، بستری برای تقابل و جنگ همه جانبه اندیشه‌ها گشت. از آن جا که مذهب تشیع - به طور عام - و عقیده مهدویت - به طور خاص - مخالف همه مکاتب و انگاره‌های انحرافی جهان است، هجمه‌ای همه جانبه علیه اسلام و تشیع و به طور خاص، اندیشه و دکتترین مهدویت در عرصه اینترنت به راه افتاد. (دهقانی آرانی، ۱۳۹۰)

دشمنان مهدویت با بهره‌مندی از سرمایه مادی و در اختیار داشتن فن آوری و انواع نرم افزارها به طور مداوم در حال ایجاد شبهه در این نهضت جهانی هستند؛ از این رو مسئولان و دست‌اندرکاران شبکه رسانه‌ای کشور باید با آموزش، تربیت و استفاده از کاربران زبده فنی به همراه پشتوانه و عقبه عظیمی که در اختیار است، به مقابله با دشمن از طریق ایجاد سایت‌های پاسخ‌گویی حتی در مواردی، حمله و هک نمودن سایت‌های دشمن بپردازند.

### ز ماهواره

عصری که در آن قراردادیم، عصر ارتباطات و عصر سلطه پدیده رسانه بر زندگی انسان هاست. بی‌گمان برنامه‌های رادیویی و تلویزیونی موفق شده‌اند افکار و عقاید انسان‌های بی‌شماری را دست‌خوش تغییر سازند. تمدن منحنی غرب برای ترویج سکولاریسم، اقدام به تأسیس هزاران شبکه تلویزیونی و رادیویی کرده است که به صورت شبانه‌روزی برنامه‌های گوناگونی را با این هدف پخش می‌کنند. متأسفانه دست‌یابی به این برنامه‌ها در کشور ما بسیار ساده و امکان‌پذیر است. باید توجه

داشت که وقتی سخن از ماهواره به میان می‌آید، ابتدا مسائل ضدفرهنگی آن جلب توجه می‌کند، سپس مسائل سیاسی، علمی و ورزشی ایفای نقش می‌کنند. بیش‌تر شبکه‌های فارسی‌زبان ماهواره‌ای، در یک تقسیم‌بندی معمولی به شبکه‌های سیاسی و غیرسیاسی تقسیم می‌شوند که براساس تحقیقات به عمل آمده تمامی این شبکه‌ها، با وجود هدف‌ها و سلیقه‌های گوناگون، در هجوم به مبانی دینی به‌طور جدی اشتراک دارند و هرکدام با مأموریتی خاص به مقابله با اسلام برخاسته‌اند. این هجوم اگرچه آرام و خاموش آغاز شده، اما اصول و پایه‌های اعتقادی مردم را هدف قرار داده و با دقت ماهرانه‌ای تمام گروه‌های مختلف جامعه را دربرمی‌گیرد. (<http://khabatkurd.blogfa.com>)

به‌طور کلی دشمنان مهدویت با بهره‌گیری از ابزار رسانه، تهاجم خود را با پخش برنامه‌های مختلف از شبکه‌های ماهواره‌ای علیه این نهضت جهانی آغاز نموده‌اند و به همین دلیل باید در برابر این حمله گسترده دشمن ما نیز بتوانیم با سرمایه‌گذاری مناسب از این ابزار مؤثر رسانه‌ای به شکل مطلوب در جهت خنثی نمودن توطئه‌های دشمنان استفاده بهینه را ببریم و استفاده انحصاری آن را از دشمنان سلب نماییم.

## تجزیه و تحلیل

مقام معظم رهبری درباره انحرافات و خرافاتی که در بحث مهدویت وجود دارد می‌فرماید:

البته مثل همه حقایقی که در برهه‌های مختلفی از زمان ملعبه دست سودجویان می‌شود، این حقیقت هم گاهی ملعبه دست سودجویان می‌شود. این کسانی که ادعاهای خلاف واقع می‌کنند - ادعای رؤیت، ادعای تشریف، حتی به صورت کاملاً خرافی، ادعای اقتدای به آن حضرت در نماز - که حقیقتاً ادعاهای شرم‌آوری است، این‌ها همان پیرایه‌های باطلی است که این حقیقت روشن را در چشم و دل انسان‌های پاک‌نهاد ممکن است مشوب کند. نباید گذاشت؛ همه آحاد مردم توجه

داشته باشند این ادعاهای اتصال و ارتباط و تشریف به حضرت و دستور گرفتن از آن بزرگوار، هیچ کدام قابل تصدیق نیست. بزرگان ما، برجستگان ما، انسان‌های باارزشی که یک لحظه عمر آن‌ها ارزش دارد به روزها و ماه‌ها و سال‌های عمر امثال ما، چنین ادعاهایی نکردند. ممکن است یک انسان سعادت‌مندی، چشمش، دلش این ظرفیت را پیدا کند که به نور آن جمال مبارک روشن شود، اما یک چنین کسانی اهل ادعا نیستند؛ اهل گفتن نیستند؛ اهل دکان‌داری نیستند. این کسانی که دکان‌داری می‌کنند به این وسیله، انسان می‌تواند به طور قطع و یقین بگوید این‌ها دروغگو هستند؛ مفتری هستند. این عقیده روشن و تابناک را بایستی از این آفت اعتقادی دورنگه داشت. (بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم در روز نیمه شعبان، ۱۳۸۷/۵/۲۷)

امروزه بهره‌گیری نظام سلطه از ابزارها و فنون جنگ رسانه‌ای در جهت کسب و حفظ منافع، به کشف و اختراع و ساخت ابزارهای فرامدرن انجامیده است به گونه‌ای که طرف‌های درگیر به جای جنگ سخت و نظامی به جنگ نرم، عملیات روانی و جنگ رسانه‌ای گرایش پیدا کرده‌اند. بنابراین در بحث مهدویت نیز جنگ رسانه‌ای را در جهت تضعیف اعتقادات جامعه مهدوی به کار گرفته و از توان ظرفیت رسانه‌ها برای ایجاد انحراف و بروز خرافات بهره‌گیری می‌نماید. فراگیری رسانه‌های جمعی متنوع و مدرن در عصر کنونی که دشمن اذهان و افکار مخاطبان خودی و بی‌طرف را هدف قرار داده است، با توجه به ویژگی دوسویه بودن آن، آثار منفی و مثبت فراوانی را به دنبال داشته است؛ زیرا هدف جنگ رسانه‌ای کنترل و تغییر اذهان و افکار عمومی مردم و تحت تأثیر قرار دادن مخاطبان است.

جنگ رسانه‌ای به ظاهر میان رادیو و تلویزیون‌ها، مفسران مطبوعاتی، خبرنگاران خبرگزاری‌ها، شبکه‌های خبری و سایت‌های اینترنتی جریان دارد، اما واقعیت این است که در پشت این جدال ژورنالیستی، چیزی به نام سیاست رسانه‌ای کشور نهفته است که به طور مستقیم از طریق بودجه‌های رسمی مصوب پارلمان‌ها یا بودجه‌های سری سازمان‌های اطلاعاتی و امنیتی و سرویس‌های جاسوسی تغذیه

می‌شود. (ضیایی پرو، ۱۳۸۶: ۱۲)

رسانه‌های مقابله با تهاجم نرم دشمنان مهدویت، نقش مسلمی در شکل‌دهی، جهت‌دادن و مدیریت افکار عمومی جامعه دارد، بی‌شک این منابع که در بخش مجزا (مسجد، منبر، روحانیت، رادیو و تلویزیون، اینترنت و ماهواره) بررسی شد، باید در جهت تبلیغ فرهنگ انتظار و به عنوان ابزاری کارآمد در خدمت جامعه مهدوی باشند و تلاش مسئولان در جهت بومی‌سازی ابزارهای رسانه‌ای اینترنت و ماهواره دوچندان گردد.

اهمیت مسئله مهدویت و فرهنگ انتظار از حیث تأثیرگذاری در جامعه شیعه از سوی غربی‌ها به طور کامل درک شده است و به همین دلیل در این راستا آنان در جهت مقابله با جریان انتظار و ظهور امام مهدی علیه السلام از کلیه امکانات رسانه‌ای خود شامل ابزارهای متنوع و مدرن رسانه‌ای در گروه‌های مختلف دیداری، شنیداری و نوشتاری و ابزارهای شناخته‌شده و در دسترس که امروزه با عنوان رادیو، تلویزیون، مطبوعات، سایت‌های اینترنتی، خبرگزاری‌های بین‌المللی ماهواره و سایر وسایل ارتباط جمعی که با آن‌ها آشنا هستیم، استفاده می‌نمایند. از طرفی نیروهایشان را علیه اسلام، شیعه و انقلاب اسلامی بسیج کرده‌اند.

انقلاب اسلامی ایران، با وجود همه مشکلات داخلی، معادلات استکبار جهانی را در دنیا به هم زده است و به همین سبب دشمنان اندیشه مهدویت و ایران اسلامی که به این موضوع پی برده‌اند، به مقابله با آن برخاسته‌اند که در این مقابله، رسانه‌ها مهم‌ترین ابزار آن‌ها به شمار می‌روند.

## نتیجه

دشمنان تشیع همواره سعی می‌کنند فرهنگ انتظار و مهدویت را به طور کلی از عرصه زندگی این جامعه بیرون رانده و با طرح ادعای دروغین، ایجاد شبهه، ترویج خرافات و بهره‌گیری از عناصر فاسد و وابسته، این تفکر الهی را که ریشه در

اعتقادات ولایی مذهب تشیع دارد کم‌رنگ نموده و با ایجاد اختلافات مذهبی بین شیعه و سنی، اقدام به حذف اسلام از صحنه سیاست جهان کرده و کشورهای اسلامی را عرصه غارت‌گری‌ها و تاخت و تازهای سیاسی خود نمایند.

رهبر معظم انقلاب اسلامی در این باره چنین می‌فرماید:

خصوصیت اعتقاد ما شیعیان این است که این حقیقت را در مذهب تشیع از شکل یک آرزو، از شکل یک امر ذهنی محض، به صورت یک واقعیت موجود تبدیل کرده است. حقیقت این است که شیعیان وقتی منتظر مهدی موعودند، منتظر آن دست نجات بخش هستند و در عالم ذهنیات غوطه نمی‌خورند؛ یک واقعیتی را جست‌وجو می‌کنند که این واقعیت وجود دارد. حجت خدا در بین مردم زنده است؛ موجود است؛ با مردم زندگی می‌کند؛ مردم را می‌بیند؛ با آن‌هاست؛ دردهای آن‌ها، آلام آن‌ها را حس می‌کند. انسان‌ها هم، آنهایی که سعادت‌مند باشند، ظرفیت داشته باشند، در مواقعی به طور ناشناس او را زیارت می‌کنند. او وجود دارد؛ یک انسان واقعی، مشخص، با نام معین، با پدر و مادر مشخص و در میان مردم است و با آن‌ها زندگی می‌کند. این، خصوصیت عقیده ما شیعیان است. (بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم در روز نیمه شعبان، ۱۳۸۷/۵/۲۷)

از طرفی آمادگی ما شیعیان در تحقق ظهور امام زمان علیه السلام، بسیار اهمیت دارد. در این راستا آمادگی برای نبرد نهایی از مهم‌ترین سیاست‌های راهبردی منتظران است.

به‌طور کلی در جنگ رسانه‌ای غرب علیه فرهنگ انتظار و مهدویت، مدیریت خنثی‌سازی تهاجم نرم رسانه‌ای دشمن و مقابله با آن اهمیت بسزایی دارد و باید همکاری هماهنگ و نزدیک بخش‌های، سیاسی، اطلاعاتی، امنیتی، رسانه‌ای و حوزه‌های علمی کشور را در پی داشته باشد؛ زیرا می‌توان با شناخت نوع تهاجم و ابزارهای رسانه‌ای دشمن، با ایجاد ساز و کار مناسب در سه جبهه (حوزه خودی، حوزه حریف و حوزه بی‌طرف)، هم‌زمان به جنگ رسانه‌ای تهاجمی پرداخت و تأثیر تهاجم رسانه‌ای دشمن علیه جامعه مهدوی را خنثی و یا به حداقل رساند.

## منابع

۱. افتخاری، اصغر؛ کمالی، علی اکبر، *رویکرد دینی در تهاجم فرهنگی*، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، چاپ اول، ۱۳۷۷ ش.
۲. باهنر، ناصر، *رسانه‌ها و دین*، تهران، مرکز تحقیقات صدا و سیما، ۱۳۸۵ ش.
۳. بیرجندی، محمد باقر، *کبریت الاحمر فی شرائط المنبر*، تهران، بی نا، ۱۳۷۷ ق.
۴. پایگاه اطلاع‌رسانی مقام معظم رهبری، [www.leader.ir](http://www.leader.ir)
۵. خمینی، سید روح‌الله، *صحیفه امام*، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام، ۱۳۷۱ ش.
۶. دهقانی آرانی، زهیر، «راه‌های مقابله با فعالیت‌های ضد مهدوی در فضای مجازی» نشریه *امان*، تهران، بنیاد فرهنگی مهدی موعود علیه السلام، ش ۲۹، فروردین اردیبهشت ۱۳۹۰.
۷. رضوانی، محسن، «کارآمدی حکومت اسلامی در اندیشه سیاسی امام خمینی»، فصل‌نامه تخصصی *مطالعات انقلاب اسلامی*، ش ۱، تابستان ۱۳۸۴.
۸. روح‌الامینی، محمود، *زمینه فرهنگ‌شناسی، پویایی و پذیرش*، تهران، انتشارات عطار، چاپ سوم، ۱۳۷۲ ش.
۹. سجادی، سید مهدی، «مسجد و تعلیم و تربیت» *دز کارکرد مساجد*، تهران، نشر رسانش، ۱۳۸۴ ش.
۱۰. صدوق، محمد بن علی بن بابویه، *کمال‌الدین و تمام النعمة*، تهران، انتشارات اسلامیه، چاپ دوم، ۱۳۹۵ ق.
۱۱. ضیائی‌پور، حمید، *جنگ نرم، ویژه جنگ رسانه‌ای*، تهران، انتشارات ابرار معاصر، ۱۳۸۳ ش.
۱۲. \_\_\_\_\_، *جنگ نرم ۲، ویژه جنگ رسانه‌ای*، تهران، انتشارات ابرار معاصر، ۱۳۸۶ ش.
۱۳. طبرسی، احمد بن علی، *الاحتجاج علی اهل اللجاج*، ترجمه: احمد غفاری مازندرانی، تهران، نشر مرتضوی، چاپ اول، بی تا.
۱۴. طبری، محمد بن محمد، *بشارة المصطفی لشيعة المرتضى*، نجف: المطبعة الحيدرية، چاپ دوم، ۱۳۸۳ ق.

۱۵. طریحی، فخرالدین، *مجمع البحرین*، تحقیق: سید احمد حسینی، تهران، مکتبه نشر الثقافة الاسلامیه، چاپ دوم، ۱۴۰۸ق.
۱۶. عساریان نژاد، حسین، *راهبردهای فرهنگی و دولت ولایی*، تهران، نشر دانا، ۱۳۸۹ش.
۱۷. \_\_\_\_\_؛ علوی، سیدمجتبی، «فرهنگ انتظار و راهبرد زمینه سازی ظهور»، پژوهش نامه *علوم راهبردی*، تهران، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، سال اول، ش ۱، ۱۳۸۹ش.
۱۸. عمید زنجانی، عباس علی، *فقه سیاسی جلد اول، حقوق اساسی و مبانی قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران*، بی جا، بی نا، چاپ دوم، ۱۳۸۶ش.
۱۹. فتحی، اصغر، *منبر یک رسانه عمومی در اسلام*، تهران، پژوهشکده علوم ارتباطی و توسعه، ۱۳۵۸ش.
۲۰. فرهمند، مهناز، «مهدودیت و سنت های الهی در قرآن»، نشریه *سقیه*، ش ۱۰، ۱۳۸۵ش.
۲۱. کریس هیبلزگری، *جنگ پست مدرن، سیاست نوین درگیری*، ترجمه: احمد رضا تقاء، تهران، دانشکده فرماندهی و ستاد سپاه پاسداران، دوره عالی جنگ، ۱۳۸۱ش.
۲۲. کلینی، محمد بن یعقوب، *الکافی*، تهران، انتشارات اسلامیه، چاپ دوم، ۱۳۶۲ش.
۲۳. گالبرایت، جان، *آنا تومی قدرت*، ترجمه: محبوبه مهاجر، سروش، تهران، ۱۳۷۱ش.
۲۴. گروه مطالعات دینی - راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی، دولت زمینه ساز ظهور و راهبردهای فرهنگی انتظار، تهران، انتشارات دانشگاه عالی دفاع ملی، چاپ اول، ۱۳۸۹ش.
۲۵. گروه مطالعاتی جنگ نرم، «تدوین راهبرد های مقابله با جنگ نرم استکبار با تأکید بر قدرت نرم نظام جمهوری اسلامی ایران»، تهران، دانشگاه عالی دفاع ملی، ۱۳۸۸ش.
۲۶. مرادی، حجت الله، *قدرت و جنگ نرم از نظریه تا عمل*، تهران، معاونت فرهنگی - اجتماعی سازمان بسیج مستضعفین، چاپ اول، ۱۳۸۸ش.
۲۷. مجلسی، محمد باقر، *بحار الانوار*، تهران، انتشارات اسلامیه، ۱۴۰۴ق.
۲۸. نعمانی، محمد بن ابراهیم کاتب، *الغیبه*، تهران، مکتبه الصدق، ۱۳۹۷ق.
29. Norman Solomon, "media war without ends"  
<http://zmag.org/zmag/Articales>
30. <http://mahdaviat.porsemani.ir>
31. [http://www.radiozamaneh.org/idea/2008/11/post\\_430.html](http://www.radiozamaneh.org/idea/2008/11/post_430.html)
32. <http://khabatkurd.blogfa.com>.



## تحلیل راهبردی نقش رسانه ملی در فرهنگ ظهور

غلامرضا طائبی\*

### چکیده

فرهنگ، دربرگیرنده فرهنگ مادی و معنوی در تمامی ابعاد زندگی است. فرهنگ، حالت ایستا و ثابت ندارد و مشمول تحول است. وضعیت فرهنگی حاضر و گمانه‌زنی‌های کارشناسان درباره آینده، به‌ویژه با توجه به روند مخاطره‌آمیز جهانی سازی در قبال فرهنگ دینی و ملی و فرهنگ ظهور از یک طرف و هجوم رسانه‌ای دشمنان به موضوع ظهور از طرف دیگر، ایجاب می‌کند که مجموعه دستگاه‌های فرهنگی نظام، تحت رهبری واحد، به شکل جدیدی تفکر و اقدام کنند. در این شکل جدید، مدیریت راهبردی به مفهوم تلاش‌های سازمان‌یافته برای تصمیم‌گیری و اقدامات شایسته، از بهترین گزینه‌های پیش‌رو به شمار می‌رود. تردیدی نیست که بهره‌گیری صحیح از دانش و فن مدیریت راهبردی، می‌تواند علاوه بر ایجاد امکان مصونیت و پیش‌گیری، موقعیت فرهنگی را در قبال تهدیدات پنهان و آشکار و چالش‌های حاضر و آینده، از انفعال خارج نموده و به

---

\* دانشجوی دکتری مدیریت راهبردی دانشکده مدیریت راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی.

حالت فعال و نوآور تبدیل سازد.

در برنامه‌ریزی فرهنگی دو دسته چالش وجود دارد: دسته اول، چالش‌هایی که با ماهیت موضوع فرهنگ، ارتباط دارند. دسته دوم، چالش‌های ناشی از نارسایی نظام سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، هماهنگی اجرایی، پژوهشی و ضعف منابع انسانی، مالی و فن‌آوری در زمینه فرهنگ ظهور. در قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران آمده است که وسایل ارتباط جمعی (رادیو و تلویزیون) باید در جهت روند تکاملی انقلاب اسلامی و در خدمت اشاعه فرهنگ اسلامی قرار گیرد و در این زمینه از برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت بهره‌جوید و از اشاعه و ترویج خصلت‌های تخریبی ضداسلامی جداً پرهیز کند. از این رو صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌باید از طریق دادن آگاهی‌های مکتبی، سیاسی و اجتماعی و ایجاد احساس مسئولیت در مردم و افشای توطئه‌ها و نقشه‌های دشمنان داخلی و خارجی انقلاب در جهت حفظ و تداوم انقلاب تلاش نماید و زمینه را برای رشد و شکوفایی استعدادها و باروری خلاقیت‌های انسان تا مرز خلیفه‌اللهی فراهم نماید.

در این پژوهش، برای پاسخ به این پرسش که نقش رسانه ملی در فرهنگ‌سازی ظهور چیست، از روش دلفی استفاده شده است. در این روش، با جمع‌بندی فرصت‌ها و تهدیدها و نیز قوت‌ها و ضعف‌ها، در تحلیل نقش رسانه در محیط خارجی، فرهنگ‌سازی ظهور و محیط فرهنگی، محیط سیاسی، محیط اقتصادی و محیط فن‌آورانه، راهبردهایی پیشنهاد می‌گردد. از بین انواع راهبرد نیز راهبرد متمایز انتخاب گردیده و برای رسیدن به اهداف فرهنگ ظهور، مدیریت راهبردی را پیشنهاد شده است.

### واژگان کلیدی

مدیریت راهبردی، فرهنگ ظهور، تحلیل SWOT، راهبرد فرهنگی، دلفی.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله از همان ابتدای نزول قرآن کریم، با کلام و رفتار خود در جهت الگوسازی برای جامعه جهانی تلاش کرد. پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله و خاندان بزرگوارش علیهم السلام با «عصمت» ودیعه نهاده شده در ایشان، آن چه را که قرآن کریم به صورتی کلان و راهبردی بیان کرده است، به طور عملی نشان داده اند.

اسلام خود را دین جهانی دانسته و با فراخواندن بشر به سوی باورها، ارزش‌ها و هنجارهای توحیدی، بر آن است که جامعه (امت واحده) و فرهنگ جهانی واحدی (توحیدی) تشکیل دهد؛ فرهنگی که مبتنی بر فطرت مشترک انسانی است. اما از سوی دیگر، واقعیت‌های فرهنگی و اجتماعی حاکم بر جوامع بشری را هر چند که مورد تأیید نباشند، پذیرفته و پیروان خود را ناگزیر از زندگی در آن و ارتباط با بیگانگان می‌داند. از این رو، به چاره‌اندیشی پرداخته است تا از یک سو، مسلمانان بتوانند هویت فرهنگی خود را حفظ کرده، تعمیق بخشند و از سوی دیگر، با اصلاح فرهنگ‌های «جاهلی»، زمینه «توحیدی» شدن آن‌ها را فراهم آورند. بر این اساس، ضمن به رسمیت شناختن مرزهای جغرافیایی و قراردادی در روابط بین‌الملل، اساس تفکیک بین جوامع بشری را «جهان بینی» توحیدی و غیر توحیدی دانسته است.

جهان بینی اسلامی، که مبانی و جغرافیای فکری - فرهنگی اسلام را ترسیم می‌کند، از عناصر متعددی شکل گرفته است که برخی بنیادین و زیربنای دیگر باورها و نیز ارزش‌ها، ایدئولوژی و هنجارهای اسلامی به شمار می‌روند و برخی دیگر از اهمیت نسبی کم‌تری برخوردارند. این عناصر به ترتیب اهمیت، به سه دسته هستی‌شناسی (توحید)، انسان‌شناسی (معاد) و راه‌نماشناسی (نبوت) تقسیم شده و اصول سه‌گانه دین را شکل می‌دهد. دو اصل عدل و امامت که در مذهب شیعه دوازده امامی مطرح است، در امتداد اصول سه‌گانه بوده و از ماهیت جهان بینی اسلامی نمی‌تواند جدا گردد؛ چراکه خاتمیت نبوت با اصل

امامت بوده است. هرچند مردم به دلیل نداشتن لیاقت و حاکمیت ستمگران، از توفیق فیض زیارت مستقیم امام عصر علیه السلام بی بهره بوده اند و این، فلسفه امامت را استوارتر کرده است، ولی از علما و محبان و شیعیان در گسترش شریعت نبوی سلب تکلیف نکرده است. چون توسعه این دین الهی منوط به حضور حضرت بقیة الله الاعظم علیه السلام است، بر ماست که با ساختن جامعه مورد نظر حضرت، اسباب ظهورش را فراهم آوریم تا آغوش دل های شیفته هدایت، لیاقت حضور یوسف حضرت زهرا علیها السلام را به دست آورند. انجام این مهم فقط در گستره دانشگاهی، به وسعت جامعه و در کلاس هایی به تعداد خانه های مردم امکان پذیر است و این در صورتی است که رسانه در زمینه سازی برای ظهور، فرهنگ سازی کرده باشد. در این مقاله سعی شده تا تحلیل راهبردی از نقش رسانه ملی، در فرهنگ سازی ظهور ارائه گردد و راهبردهای متناسب پیشنهاد شود. از این رو پرسش این است که نقش رسانه ملی در فرهنگ سازی ظهور چیست؟ برای پاسخ به این پرسش، نخست نیاز است قوت ها و ضعف های رسانه ملی در فرهنگ سازی ظهور بررسی شود. دوم، تهدیدها و فرصت های رسانه ملی در فرهنگ سازی ظهور مشخص شود تا راهبردهای فرهنگ سازی ظهور در رسانه ملی تبیین گردد.

## فرهنگ

فرهنگ، در زبان فارسی معانی مختلفی دارد که مهم ترین آن ها ادب، تربیت، دانش، مجموعه آداب و رسوم، علوم، معارف و هنرهای یک جامعه است. از دیدگاه علمی تعریف های متعدد و متنوعی از فرهنگ ارائه گردیده که در زیر به برخی از آن ها اشاره می شود:

در فرهنگ فارسی عمید، فرهنگ عبارت است از دانش، ادب، علم، معرفت، تعلیم و تربیت، آثار علمی و ادبی یک قوم یا ملت.

این واژه به عنوان معادل واژه لاتینی کالچر (culture) برگزیده و به مفهوم

جامعه‌شناختی آن با رویکردهای گوناگون تاریخی، تشریحی، روان‌شناختی و ساختارشناسانه تعریف شده است. (آشوری، ۱۳۶۸: ۱۵)

فرهنگ لغات ویستر، فرهنگ را مجموعه‌ای از رفتارهای پیچیده انسانی که شامل افکار، گفتار، اعمال و آثار هنری است و بر توانایی انسان برای یادگیری و انتقال به نسل دیگر تعریف می‌کند.

به عقیده هافستد فرهنگ عبارت است از:

اندیشه مشترک اعضای یک گروه یا طبقه که آن‌ها را از دیگر گروه‌ها مجزا می‌کند.

و در جایی دیگر، فرهنگ به صورت مجموعه‌ای از الگوهای رفتار اجتماعی، هنرها، اعتقادات، رسوم و سایر محصولات انسان و ویژگی‌های فکری یک جامعه یا ملت تعریف می‌شود.

فرهنگ از محیط، دانایی و خرد و تجربه بشری و تاریخی بهره‌مند می‌گردد و باورها و ارزش‌ها را تولید می‌کند. این باورها و ارزش‌ها در عرصه‌های مختلف زندگی متجلی می‌شوند و نماد بیرونی فرهنگ، شکل می‌گیرد. این تعریف از فرهنگ، دربرگیرنده فرهنگ مادی و معنوی است و شامل تمامی ابعاد زندگی می‌گردد. به همین دلیل زمینه همراهی و الفت با دین الهی فراهم می‌گردد. (ابوالقاسمی، ۱۳۸۲)

## ویژگی‌های فرهنگ

با بررسی‌های زیادی که از فرهنگ‌های مختلف به عمل آمده، چنین به نظر می‌آید که با وجود تفاوت‌های موجود، همه فرهنگ‌ها دارای ویژگی‌هایی هستند که تعدادی از آن‌ها را می‌توان به شرح زیر معرفی کرد:

۱. فرهنگ، آموختنی است. فرهنگ، خصوصیتی غریزی است و ذاتی نیست. فرهنگ، نظامی است که پس از زاده شدن انسان در سراسر زندگی آموخته می‌شود.

- انسان می‌تواند عادت‌های آموخته شده خود را به دیگران منتقل کند.
۲. فرهنگ، اجتماعی است. عادت‌های فرهنگی، ریشه‌های اجتماعی دارند و شماری از مردم که در گروه‌ها و جامعه‌ها زندگی می‌کنند در آن شریکند.
۳. فرهنگ، پدیده‌ای ذهنی و تصویری است. عادت‌های گروهی که فرهنگ از آن‌ها پدید می‌آید، به صورت هنجارها یا الگوهای رفتاری، آرمانی، ذهنی می‌شوند یا درکلام می‌آیند.
۴. فرهنگ، خشنودی بخش است. هر فرهنگی که نتواند از عهده تعیین هدف اعلامی زندگی برآید، از برآوردن آرمان‌های عالی حیات نیز ناتوان است. عناصر فرهنگی تا زمانی که بر افراد یک جامعه، خشنودی نهایی می‌بخشد، می‌توانند پایدار بمانند.
۵. فرهنگ، سازگاری می‌یابد. فرهنگ، دگرگون می‌شود و فراگرد دگرگونی آن همراه با تطبیق و سازگاری است.

۶. فرهنگ، یگانه‌ساز است. عناصر هر فرهنگ، گرایش به آن دارند تا پیکری یکپارچه و به هم بافته و سازگار پدید آورند و این سازگاری به زمان نیاز دارد. از آن جایی که انسان‌ها به طور فطری نکات مشترک زیادی دارند و با وجود زمان، مکان، نژاد و تجربیات متفاوت نسل بشر، در تعاریف مختلف از فرهنگ، وجوه اشتراک زیادی وجود دارد که در یک جمع‌بندی کلی از تعاریف ارائه شده، مؤلفه‌های مشترک زیر به دست می‌آید:

فرهنگ، تمامی ابعاد زندگی اعم از مادی و معنوی فرد را شامل می‌شود و آثار آن در تمامی ابعاد فردی و اجتماعی ظهور می‌کند. فرهنگ، قابل انتقال از نسلی به نسل دیگر است. فرهنگ، حاصل سالیان دراز تجربه بشری است. هر جامعه‌ای به علت تجربیات متفاوت زندگی، فرهنگ خاص خود را دارد. فرهنگ حالت ایستا و ثابت ندارد و مشمول تحول است. فرهنگ مشترک در جامعه، باعث وحدت و همگرایی اجتماعی می‌شود. انسان، عامل و ناقل فرهنگ است، فرهنگ، طیفی است که از

گذشته آغاز می‌شود و تا آینده ادامه دارد. فرهنگ، باورها، هنجارها و ارزش‌های جامعه را به وجود می‌آورد. فرهنگ، تغییرپذیر و توسعه‌پذیر است. فرهنگ، عامل هویت بخش انسان‌هاست. (ابراهیمی، ۱۳۸۵)

### برنامه‌ریزی فرهنگی

برنامه‌ریزی فرهنگی، فراهم آوردن امکانات برای تجلی و ظهور خلاقیت آحاد انسانی است (حال کلیه اقشار و گروه‌ها یا گروه‌های خاص)، و اهداف برنامه‌ریزی را سیر تحول فرهنگ تعیین می‌کند. برنامه‌ریزی فرهنگی رابطه دیالکتیکی و در حال تغییر با حوزه فرهنگ دارد. از یک سو، امکانات و شرایط لازم را برای آفرینش و خلاقیت فرهنگی فراهم می‌کند، از سوی دیگر، با ظهور اشکال جدیدی از فرهنگ و عناصر فرهنگی، اهداف فرهنگی تغییر می‌کند. سیر برنامه‌ریزی فرهنگی در دهه‌های اخیر، نشانگر این امر است؛ زیرا با قوت یافتن گروه‌های جدید و ظهور مفهوم فرهنگ عامه، زنان، جوانان و... برنامه‌ریزی فرهنگی هم تغییر یافته است.

در عین حال، فرهنگ در انواع برداشت‌ها به مثابه یک امر و کل پویا و در حال تغییر و تکاپو به یک حقیقت و عنصر روحی وحدت‌بخش و هویت‌بخش تبدیل شده است. از این رو هویت و انسجام درونی و برونی افراد، جوامع و تاریخ‌ها، به حضور بالنده و فعال حقیقت فرهنگ بستگی دارد؛ زیرا فرهنگ یک پدیده انسانی و دارای ابعاد و سطوح و حوزه‌های متعددی است. (ایلگتون، ۱۳۸۰)

### استراتژی (راهبرد)

واژه استراتژی از کلمه یونانی، استراتگوس، گرفته شده که دقیقاً به معنی ژنرالی است که در مقام فرماندهی ارتش قرار دارد. از نظر سازمانی، راهبرد، الگوی متغیر کسب و کار و اهداف اجتماعی شرکت، فلسفه وجودی و اهداف و مقاصد و خط‌مشی‌های اجرایی لازم برای دستیابی به اهداف منتخب آن است.

## راهبرد فرهنگی

از دانش مدیریت راهبردی، بیش‌تر، سازمان‌های نظامی، سیاسی و اقتصادی بهره‌گیری می‌کنند و سابقه و میزان استفاده از این نوع مدیریت در بخش فرهنگی به ویژه در کشورهای توسعه نیافته، بسیار اندک و ناچیز است. کشور ما، به ویژه پس از انقلاب اسلامی، که در حقیقت یک انقلاب عظیم فرهنگی بود، صرف نظر از موفقیت‌های چشم‌گیر در حوزه فرهنگ و امداد‌های الهی یاری بخش به ملت و مسئولان در این مسیر، همواره با بحران‌های فرهنگی متعددی روبه‌رو بوده است. این چالش‌ها را باید بیش‌تر ناشی از ورود تهاجم‌آمیز فرهنگ غربی و نبود یک نظام مدیریت کارآمد و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند دانست که همچنان ما را با تهدیدات جدی مواجه ساخته است؛ به طوری که باید اذعان کرد نبود یک مدیریت و رهبری کارآمد، زمینه استفاده انقلاب اسلامی از فرصت‌های طلایی در حوزه‌های فرهنگی را به شدت کاهش داده و هم‌اکنون ما را در قبال بسیاری از معضلات فرهنگی منفعل ساخته است. نخبگان فکری کشور به روشنی می‌دانند که بی‌توجهی به توسعه فرهنگی، کشور را از دست‌یابی به موقعیت‌های مطلوب اقتصادی نیز بی‌نصیب خواهد ساخت. از این رو باید گفت برای ساختن جامعه منتظر ظهور، فرهنگ‌سازی ظهور از الزامات اساسی است. بنابراین در کشور ما توسعه فرهنگی بر توسعه اقتصادی و سیاسی باید از اولویت برخوردار باشد.

## نقش مدیریت راهبردی در حوزه فرهنگ

در سال‌های اخیر، برای بسیاری از کارشناسان روشن شد که مدیریت سنتی و اندیشیدن تداوم غیرعلمی در برنامه‌ها و فعالیت‌های فرهنگی و به ویژه رسانه‌ها و ساختن جامعه‌ای با مختصات فرهنگی جامعه منتظر ظهور، دیگر توان حل مشکلات را نخواهد داشت و استمرار غفلت نسبت به برخی مشکلات و مسائل فرهنگی و حمله رسانه‌ای، پیامدهای جبران‌ناپذیری را در پی خواهد داشت. از



این رو وضعیت فرهنگی حاضر و گمانه‌زنی‌های کارشناسان درباره آینده، به ویژه با توجه به روند مخاطره‌آمیز جهانی شدن در قبال فرهنگ دینی و ملی و فرهنگ ظهور از یک طرف و هجوم رسانه‌ای دشمنان به موضوع ظهور از طرف دیگر، ایجاب می‌کند که مجموعه دستگاه‌های فرهنگی نظام، تحت یک رهبری واحد، به شکل جدیدی تفکر و اقدام کنند. در این شکل جدید، مدیریت راهبردی، به مفهوم تلاش‌های سازمان یافته برای تصمیم‌گیری و اقدامات شایسته، از بهترین گزینه‌های پیش‌رو به شمار می‌رود. تردیدی نیست که بهره‌گیری صحیح از دانش و فن مدیریت راهبردی، می‌تواند علاوه بر ایجاد امکان مصونیت و پیش‌گیری، موقعیت فرهنگی را در قبال تهدیدات پنهان و آشکار و چالش‌های حاضر و آینده، از انفعال خارج نموده و به حالت فعال و نوآور تبدیل سازد.

### فرآیند عملیات راهبردی در حوزه فرهنگ

در زمینه مرکزیت تصمیم‌گیری و برنامه‌ریزی در حوزه فرهنگ، دو نظریه عمده وجود دارد: نظریه نخست، معتقد به عدم دخالت نهاد دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی است و نظریه دوم، اعتقاد به ایفای نقش مؤثر دولت و حضور آن در سطح مدیریت مسائل فرهنگی دارد. (رضایی، ۱۳۸۱)

استدلال‌ها و دلایل فراوانی برای حضور مؤثر دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی وجود دارد که ضرورت هدایت و سرپرستی کلیه شؤون زندگی اجتماعی در جهت سعادت، قانونمندی و ضابطه‌مندسازی فرهنگ، مقابله با هرج و مرج فرهنگی، گرفتن موضع فعال فرهنگی در نظام موازنه جهانی، جلوگیری از ورود فرهنگ فاسد بیگانه به عرصه فرهنگ اسلامی، استقلال فرهنگی و... از آن جمله است.

بی‌شک اگر دولت اسلامی، رهبری کلیه ابعاد زندگی اجتماعی بشر را در جهت سعادت برعهده نگیرد، رهبری حوادث اجتماعی و تکامل آن به دست دولت‌های سلطه‌طلب مادی و لاییک خواهد افتاد. به طور طبیعی موضع‌گیری دولت اسلامی

در چنین وضعیتی نسبت به تغییرات و تحولات ملی، منطقه‌ای و جهانی موضع انفعالی خواهد بود. از این رو ضرورت حضور فعال دولت در برنامه‌ریزی فرهنگی در جهت تغییر موازنه به نفع اسلام، اجتناب ناپذیر است. بنابراین برای سامان‌دهی فرهنگی نیاز به وجود مرکزیتی قوی که قدرت هماهنگ‌سازی فعالیت‌های بنیادی، کلان و خرد بخش فرهنگ را داشته باشد، ضروری و الزام‌آور است. (شکیبانیا، بی تا)

### اهمیت و ضرورت تدوین راهبرد

با توجه به تغییرات فرهنگی محیط که در حال حاضر شتاب زیادی به خود گرفته است و پیچیده شدن پیام‌ها، ابزار، روش‌ها و محصولات فرهنگی، لزوم به‌کارگیری برنامه‌ای جامع برای مواجهه با تهاجمات و شبیخون فرهنگی و برای شکل دادن به آینده به شکلی اثربخش (کنترل آینده) در زمینه فرهنگ ظهور، بیش‌تر از گذشته احساس می‌شود. این برنامه چیزی جز برنامه راهبردی فرهنگ ظهور نیست. مدیریت راهبردی با تکیه بر ذهنیتی پویا، آینده‌نگر، جامع‌نگر و اقتضایی راه‌حل بسیاری از مسائل فرهنگی امروزی است. پایه‌های مدیریت راهبردی بر اساس میزان درکی است که مسئولان از فرهنگ‌سازی رقبای، محصولات فرهنگی، ابزار و شیوه‌های کار فرهنگی، بازیگران عرصه فرهنگی در سراسر دنیا دارند و این عوامل، تعیین‌کنندگان موفقیت فرهنگی در دنیای امروزند. پس «مدیریت راهبردی» یکی از مهم‌ترین روش‌هایی است که متولیان فرهنگی برای دستیابی به موفقیت در آینده می‌توانند از آن بهره‌گیرند. از این رو بالاترین اولویت اقدامات مدیریتی، بنابر دو دلیل زیر، تهیه و تدوین راهبرد و اجرای آن است:

#### ۱. لزوم آینده‌نگری و چگونگی هدایت و رهبری عرصه فرهنگ در زمینه ظهور

فرهنگ‌سازی ظهور از یک وضعیت به وضعیت بالاتر، بدون تصویری از فرهنگ‌سازی‌های رقیب و نقشه راه، امکان‌پذیر نیست و تهیه طرح و نقشه

راهبردی به منظور ساختن جامعه منتظر ظهور و عملکرد مطلوب فرهنگی برای زمینه سازی ظهور از طریق تدوین راهبرد، راهی مناسب است.

## ۲. ضرورت توجه به ظرفیت ها و هماهنگی با تمام ساختارهای فرهنگی

نیازهای فرهنگی ضروری روزمره و آتی، فرهنگ سازی ظهور و هماهنگی جهت ماندگاری و پذیرش این فرهنگ و حمایت بخش های مختلف از آن، با بسیج منابع و تمرکز بخشیدن به اقدامات برای فرهنگ سازی ظهور از راه تدوین راهبرد، ممکن است.

## کار فرهنگی و برنامه ریزی فرهنگی در اسلام

فلسفه بعثت انبیا و ارسال رسل و نزول کتب آسمانی همانا یک برنامه ریزی فرهنگی برای رشد و شکوفایی انسان ها و بهبود کیفیت زندگی آن ها در مسیر سیر الی الله است؛ چنان که خداوند تبارک و تعالی در سوره آل عمران فرموده است:

﴿لَقَدْ مَنَّ اللَّهُ عَلَى الْمُؤْمِنِينَ إِذْ بَعَثَ فِيهِمْ رَسُولًا مِنْ أَنْفُسِهِمْ يَتْلُوا عَلَيْهِمْ آيَاتِهِ وَيُزَكِّيهِمْ وَيُعَلِّمُهُمُ الْكِتَابَ وَالْحِكْمَةَ﴾. (آل عمران: ۱۶۴)

چنان که در قانون پنج ساله برنامه اول توسعه با استناد به آیه شریفه «وَكَذَلِكَ جَعَلْنَاكُمْ أُمَّةً وَسَطًا» در جهت کمک به برپایی جامعه نمونه بر اساس مکتب غنی قرآن کریم، کمک به پرورش انسان نمونه، آزاد و مسئول در حد کمال اخلاقی و تحقق سعادت انسان در کل جامعه بشری آمده است:

پرورش و تعالی انسان با ارزش های والا و جهان شمول اسلامی که با حفظ کرامت و آزادی او، شرایط رشد و تکامل مادی و معنوی وی را در حرکت به سوی الله، فراهم آورد، بازیافت دقیق معارف و مفاهیم ارزشی فرهنگ و هنر اسلامی، تقویت روحیه احترام به قانون و حقوق انسان و حفظ آزادی او، تعمیق و گسترش حس وظیفه شناسی و ایثار در جامعه... (از هدف های کلی بخش فرهنگ در قانون برنامه اول ۱۳۶۸ - ۱۳۷۲)

ترکیه و تعلیم بر اساس کتاب و حکمت الهی پایه اصلی فرهنگ سازی ظهور است. با این مبنا، انسان نمونه آزاد و مسئول اینارگر منتظر ظهور، تربیت می شود. این تربیت فقط با کار رسانه ای عمیق و وسیع با هدف گسترش و نهادینه سازی فرهنگ ظهور حاصل می شود.

### برنامه ریزی فرهنگی در دنیا

از سال ۱۹۷۰ سازمان یونسکو به عنوان متولی امور فرهنگی در دنیا، به برنامه ریزی فرهنگی، سیاست گذاری فرهنگی، توسعه فرهنگی، پژوهش فرهنگی، آموزش کارگزاران فرهنگی و... پرداخت و آن را مانند آموزش، جزو تفکیک ناپذیر توسعه اقتصادی و اجتماعی به حساب آورده است.

در سال ۱۹۷۰ اولین کنفرانس در زمینه فرهنگ در جهان با شرکت ۸۵ کشور در ونیز برگزار شد. بعد از آن نیز کنفرانس های متعددی در زمینه سیاست گذاری و برنامه ریزی فرهنگی برگزار و کم کم کشورها به فکر بررسی این موضوع و تأسیس سازمان های مورد نیاز در کشور خود افتادند. تا قبل از این، کنفرانس های فرهنگی برگزار شده در جهان درباره آموزش و توسعه علمی بحث می کردند. (ستاری، ۱۳۵۴: ۱۵)

مهم ترین کنفرانس در این ارتباط، کنفرانس جهانی سیاست های فرهنگی است که در سال ۱۹۸۲ در مکزیکوسیتی برگزار شد و محور عمده آن توسعه فرهنگی و تدوین برنامه های جامع فرهنگی به منظور جلوگیری از آثار ولطومات برنامه ریزی های رشد اقتصادی و تقویت عامل بهبود کیفیت زندگی فردی و جمعی از تمام جهات بود.

توسعه فرهنگی به آن معناست که تمامی تصمیم ها و اقدامات و عملکردها در حوزه های اقتصادی و اجتماعی با محوریت چگونگی تأثیر بر هویت فرهنگی انسان و جامعه و زیست اجتماعی یا زندگی مطلوب با کیفیت خوب تنظیم شود.

(آگوستین، ۱۳۷۲: ۱۴)

در کشور ما گفته شده است که از برنامه‌های فرهنگی ماندگار اثری دیده نمی‌شود و در حد همان برنامه‌ریزی مطرح بوده است. مروری بر بخش فرهنگ و هنر در برنامه‌های عمرانی گذشته کشور، گرچه نشان‌دهنده کوشش و تلاش پیشینیان در جهت برنامه‌ریزی فرهنگی است ولی این تلاش‌ها در نهایت از حد تهیه برنامه تجاوز نکرد و در مورد روش کار، اثری باقی نمانده است. (احمدی، ۱۳۷۰: ۱۲)

### چالش‌های برنامه‌ریزی فرهنگی

- دسته اول چالش‌هایی که با ماهیت موضوع فرهنگ ارتباط دارند، مانند:
  - اختلاف نظر صاحب‌نظران فرهنگی درباره مفهوم فرهنگ؛
  - عدم تبیین نقش فرهنگ توسط متولیان فرهنگی کشور درباره ظهور و زمینه‌سازی برای ظهور؛
  - عدم توافق دست‌اندرکاران امور فرهنگی در تعیین قلمرو دستگاه مربوطه برای برنامه‌ریزی فرهنگ ظهور؛
  - عدم امکان تفکیک مرز فرهنگ ظهور با مقوله‌های اجتماعی و سیاسی و اقتصادی و محدودیت‌های تعریف فرهنگ؛
  - نبود یک مدل مشخص فرهنگی که همه متغیرهای فرهنگ را دربر داشته باشد و کم‌سابقه بودن بحث‌های فرهنگی در رابطه با ظهور و زمینه‌سازی برای ظهور در کشور.
- دسته دوم چالش‌های ناشی از نارسایی نظام سازمان‌دهی، برنامه‌ریزی، هماهنگی اجرایی، پژوهشی و ضعف منابع انسانی، مالی و فن‌آورانه در زمینه فرهنگ ظهور است:
  - عدم هماهنگی لازم میان دستگاه‌های فرهنگی و اجرایی و برنامه‌ریزی؛

- ضعف نظام و تشکیلات برنامه‌ریزی و فقدان کادر اجرایی لازم؛
- کمبود و نقص آمار و اطلاعات به‌هنگام در بخش برنامه‌ریزی فرهنگی؛
- کمبود امکانات مالی و پایین بودن سهم بخش فرهنگ از بودجه. (همو: ۱۲)

## انواع برنامه‌ریزی فرهنگی

تاکنون چهار نوع برنامه‌ریزی در حوزه فرهنگ شناخته شده است: (پهلوان، ۱۳۵۸: ۳۶)

### ۱. برنامه‌ریزی تخیلی

که با شیوه‌های کاملاً فن‌سالارانه و با اعمال تمرکز شدید در تحلیل، تدوین و اجرای برنامه، اهداف توسعه فرهنگی را مشخص می‌کند و با یک برنامه‌ریزی خطی و دستوری و در زمانی بلندمدت، رسیدن به اهداف را ترسیم می‌کند.

### ۲. برنامه‌ریزی واقع‌بینانه

فرضیات این شیوه برنامه‌ریزی بر این واقعیت مبتنی است که گرچه تنوع بی‌پایانی از نیازهای فرهنگی وجود دارد، ولی محدودیت منابع برای تأمین آن‌ها ایجاد می‌کند که فقط به اهداف و نیازهای واقعی توجه شود. بنابراین بر اساس یک معیار انتخاب تجربی، اهداف محدودی تعیین شده و سعی می‌شود با در پیش گرفتن شیوه‌های ابتکاری، بیش‌ترین بازده را از منابع موجود کسب کند.

### ۳. برنامه‌ریزی راهبردی

این‌گونه برنامه‌ریزی، اهداف معین را با روش تحلیل سیستمی یا اجماع نخبگان و یا پرسش‌نامه چند مرحله‌ای تعیین کرده و با شیوه سناریونویسی، چگونگی دست‌یابی به این اهداف و تحولات حاصل از آن را تبیین می‌کند. به‌طور طبیعی این نحوه برنامه‌ریزی، مبتنی بر روابط قدرت و متکی بر امتیاز دادن به اصول و دیدگاه‌های مقامات بخش عمومی خواهد بود.

#### ۴. برنامه ریزی دموکراتیک

هدف این شیوه برنامه ریزی، رسیدن به توسعه فرهنگی فراگیر است تا تمامی اقشار جامعه از مواهب یک جامعه توسعه یافته و برخوردار از عدالت اجتماعی و توزیع مناسب امکانات استفاده کنند. در این شیوه، تعیین اهداف کمی به شیوه انتخابی و با بررسی های جامع و همه جانبه صورت می گیرد و سعی می شود موافقت حداکثری افراد جامعه برای تعیین اهداف و روش اجرای برنامه جلب شود، سپس اطلاعات و آمار بررسی های انجام شده منتشر می شود و در دسترس همه قرار می گیرد. به طور طبیعی در این شیوه، کارآمدی مهم نیست، بلکه اثربخشی برنامه و سازگاری جمعی و مشارکت اجتماعی افراد در نظر است.

#### قلمرو شیوه های برنامه ریزی

کلود فابریو، سه حوزه یا قلمرو برای درپیش گرفتن هر یک از شیوه های برنامه ریزی را معرفی کرده است:

##### الف) قلمرو سنتی

شامل حفظ و ارائه مؤثر میراث فرهنگی به عموم و کمک به هنر خلاق که بیش تر توسط دستگاه های دولتی یا نهادهای عمومی صورت می گیرد و به حفظ و احیای آثار فرهنگی، سازمان دهی فعالیت ها، آموزش پرسنل، کمک و حمایت از هنرمندان و مجامع و انجمن های هنری و ایجاد تأسیسات فرهنگی مثل سینما و تئاتر و اپرا... می پردازد.

##### ب) قلمرو وسیع تر

که علاوه بر اشاعه هنر و حفظ میراث ملی، سعی در توسعه فرهنگی و گسترش آن در تمامی لایه های اجتماعی دارد و به جای دموکراتیزه کردن فرهنگ، رسیدن به جامعه ای را که از لحاظ فرهنگی دموکراتیک باشد، هدف قرار می دهد. در این

حالت بستر خلاقیت‌های فردی و گروهی و آزادی عمل فرهنگی اقلیت‌ها و گسترش دامنه فرهنگ به گروه‌های محروم اجتماعی (روستاییان، زندانیان، بیمارستان‌ها، اقلیت‌های قومی و مذهبی) و طبقات مختلف جامعه (زنان، سالمندان، جوانان) از طریق تأکید بر عدم تمرکز در تصمیم‌گیری و مشارکت فزاینده مردم در زندگی فرهنگی مهیا می‌شود و تمامی دستگاه‌های فرهنگی و غیرفرهنگی در توسعه درگیر می‌شوند.

### ج) قلمرو ژرف

هنوز دست‌یابی به قلمرو ژرف، آرمانی تلقی می‌شود. در این قلمرو، فرهنگ، محور تمام تصمیمات و تحلیل‌های محیطی و اجتماعی قرار می‌گیرد و تمام ادارات دولتی برای توسعه فرهنگی، تجهیز و بسیج می‌شوند. به اصطلاح، حوزه کار و نیت مجریان و آحاد جامعه، «فرهنگ برای فرهنگ» است. (مولینیر، بی تا: ۶۸)

### جهانی شدن ارتباطات

انقلاب ارتباطات، نوع جدیدی از ارتباطات مجازی را که خالی از روح حاکم بر روابط واقعی اجتماعی است، به وجود می‌آورد. از طریق ماهواره و اینترنت و... جهان جدیدی به موازات جهان واقعی به وجود می‌آید که دارای دو ویژگی اصلی است:

#### ۱. فرهنگ واقعیت مجازی

رسانه‌های الکترونی مخاطبان وسیع و بسیاری دارند که به آن‌ها مجموعه‌هایی از حیث محتوای نمادین، عرضه می‌کند. فضای مجازی شکل می‌گیرد و فرهنگ‌ها همه از طریق واسطه‌های الکترونی منتقل می‌شود.

#### ۲. زمان بی‌زمان و فضای جریان‌ها

مفاهیم زمان و مکان معانی تازه‌ای پیدا می‌کند. فواصل زمانی و مکانی در عمل



از میان برداشته می‌شود و انتقال این اطلاعات و داده‌ها و سرمایه‌ها و امکان ارتباط هم‌زمان میان افراد در نقاط مختلف به وجود می‌آید.

### تهدیدات فرهنگی در جهانی شدن ارتباطات

با توجه به پروژه جهانی سازی، جهانی شدن فرهنگ، یعنی تزهنگون شدن فرهنگی از طریق غربی شدن، تهدید جدی برای فرهنگی است که برجستگی و پویایی لازم را در مقابل پروژه جهانی سازی یا غربی سازی جهان نداشته باشد. از طرفی استدلال جهانی شدن فرهنگی، نوعی به هم پیوستگی فرهنگی در سراسر جهان است که در صورت برجستگی و پویایی، فرهنگ‌های دیگر را تحت تأثیر جدی قرار خواهد داد و اگر در فضای مجازی و رسانه‌ای به صورت غنی مطرح شود، از ویژگی‌های فرهنگ ظهور است. در غیر این صورت ظهور انقلاب ارتباطاتی فضای امن فرهنگی را از میان برده و هر فرهنگی در فضایی قرار می‌گیرد که امکان ظهور فرهنگ‌های دیگر هم می‌رود و در این میان فرهنگی که جاذبه‌اش بیش‌تر است، بر سایر فرهنگ‌ها غلبه و سیطره خواهد داشت.

انتشار سریع ایده‌ها از طریق فن‌آوری، بر گوناگونی اجزای فرهنگی افزوده است. تنوع و تکثر، امکان تجلی و بروز پاره‌فرهنگ‌ها را به وجود می‌آورد و زمینه ظهور محصولات فرهنگی را در عرصه بین‌المللی فراهم می‌کند.

اختلاط میان فرهنگ‌ها ممکن است باعث ایجاد فرهنگی شبیه‌سازی شده شود که در عمق، هیچ‌گونه رابطه‌ای با نیازهای یک جامعه نداشته باشد و به دنبال آن ثبات فرهنگی از میان می‌رود و ناپایداری فرهنگی ایجاد می‌شود. زمانی که افراد با گزینه‌های مختلف فرهنگی برخورد می‌کنند، به یک مبادله نمادین دست می‌زنند. آن‌ها تصمیم می‌گیرند فرهنگ خود را مبادله کنند؛ چون فکر می‌کنند فرهنگ‌های سنتی توان پاسخ‌دهی به همه نیازمندی‌های بشر امروزی را ندارد و به همین سبب بشر امروزی دست به گزینش فرهنگی می‌زند.

در پروژه عظیم جهانی شدن، رسانه‌های جمعی با قدرت ارسال ایده‌های متفاوت، روند نهادینه شدن ارزش‌های اجتماعی را تضعیف می‌کنند و انتقال انگاره‌های ازهم‌گسیخته غیربومی و فراملی را فراهم می‌کنند. در این میان رسانه ملی باید با منطق علمی و با فن‌آوری پیشرفته، نه تنها از تضعیف فرهنگ دینی و ملی جلوگیری کند، بلکه به عرضه ایده فرهنگ ظهور و تبیین آن پردازد.

### **جهانی شدن رسانه‌ها و ایجاد هویت‌های مجازی (رابطه میان فرهنگ و هویت)**

فرهنگ به نوعی منبع هویت است. افراد با توسل به اجزا و عناصر فرهنگی گوناگون هویت می‌یابند. در جوامع سنتی فرهنگ به علت ایجاد تفاوت آفرینی و معنابخشی بسیار بالا، هویت‌سازی خوبی را انجام می‌داد.

هویت یک سیستم کنترل است که مجموعه‌ای از هنجارها و ضدهنجارها را در فرد و جامعه به وجود آورده است. مجموعه معنایی است که چگونه بودن را در خصوص نقش‌های اجتماعی به افراد القا می‌کند و یا وضعیتی است که به فرد می‌گوید او کیست و مجموعه معانی را برای فرد تولید می‌کند که مرجع کیستی و چیستی او را تشکیل می‌دهد.

مارسل مرل، از سومین رویداد بزرگ تاریخ جهان به عنوان فروپاشی فضا و نفوذپذیری مرزها یاد می‌کند و جان هرتر معتقد است که فرد دیگر در قلمرو خود احساس هویت و امنیت نمی‌کند. (هونتزینگر، ۱۳۷۶: ۲۱۱-۲۱۳)

با ایجاد و تحول در مفاهیم مکان و زمان و فراهم آمدن منابع و مراجع متعدد و جدید هویت و ذهنیت، هویت انسان در جهان جدید ناپایدار و سیال می‌شود و تعلقات به مکان و زمان کمرنگ می‌شود. هویت‌سازان در پرتو ابزارهای فنی نوین، فرآیندهای فرهنگی و اجتماعی و ارزشی اثرگذار و هویت‌های جمعی نوین را می‌سازند. زمانی که فواصل کم می‌شود و اذهان به یکدیگر نزدیک می‌شوند، سیال شدن هویت‌ها صورت می‌گیرد. همان چیزی که رابرتسون نسبت‌گرایی هویت

می‌نامد. ما به دورانی قدم خواهیم نهاد که هویت‌ها ثابت نخواهد بود و نسبت میان افراد با گروه‌های مرجع، شخص و گروه‌های اجتماعی یا ملیت‌ها، به طور مداوم دست‌خوش دگرگونی است.

بر اساس نظریه ناهمسازی ادراکی لئو فستینگر، وقتی فرد در موقعیت تعارض‌آمیز قرار گرفت و ارزش‌ها و هویت‌های موجود ناسازگار را مشاهده کرد، نوعی تعارض شخصیتی و هویتی در او ایجاد می‌شود. به طور کلی محیطی که رسانه‌ها ایجاد می‌کنند، ثابت نیست، بلکه پویاست و وارد ذهن آدمی می‌شود. تصاویری را باقی می‌گذارد که فرد هیچ‌گاه فراموش نمی‌کند.

### تصمیم‌گیری در رسانه‌ها

در فرآیند تصمیم‌گیری، افراد و گروه‌های مختلف با زمینه‌های اجتماعی، فرهنگی، ارزشی، اعتقادی، اقتصادی و سیاسی گوناگون دخالت دارند. در فرآیند تصمیم‌گیری، مسئله چندگونگی علایق و منافع مطرح می‌شود. به این معنی که هر فرد یا گروه منافع خاص خود را دنبال می‌کند و متناسب با اهدافش از راهبردهای متفاوتی بهره می‌گیرد، اما باید دید سیاست‌گذاری‌ها تحت چه شرایطی صورت می‌گیرد.

به طور کلی می‌توان گفت تصمیم‌گیری در رسانه‌ها در دو سطح انجام می‌شود:

۱. سطوح بالای سازمان، تصمیم‌هایی ارزشی می‌گیرند که طی آن خط‌مشی‌های کلی و راهبردها تعیین می‌شود.

۲. تصمیم‌های مربوط به امور اجرایی و به طور کلی تصمیم‌هایی که از درجه اهمیت کمتری برخوردارند، در سطح پایین گرفته می‌شوند.

اساس رفتار در سازمان‌های رسانه‌ای بر هدف‌های مشخص استوار است که بر احساسات و سلیقه‌های شخصی مبتنی نیست. همکاری افراد، آگاهانه و بر اساس درک مشترک از واقعیت‌های سازمان است. وقتی افراد فعالیت‌های خود را

در رسیدن به هدف‌های مشخص هماهنگ می‌کنند، ناگزیر باید به‌طور مستمر تصمیم بگیرند و از میان گونه‌های مختلف عملیات، راه‌هایی را انتخاب کنند که بیش‌ترین سوددهی را داشته باشد. وقتی فرد به عضویت یک سازمان در می‌آید، سازمان محدودیت‌های زیادی را از لحاظ تصمیم‌گیری‌ها بر او تحمیل می‌کند و تجلی این محدودیت‌ها را می‌توان در تقسیم کار، دستورالعمل‌ها، حوزه اقتدار، سبک و شیوه رهبری و فشارهای درونی و بیرونی دید. مسئله دیگری که باید در بحث سیاست‌گذاری سازمان‌ها در نظر گرفت، تعیین حوزه اقتدار در چارچوب نظام سلسله‌مراتب سازمانی است. به این معنا که تصمیم‌های کلی و راهبردی در سطوح بالای سازمان گرفته می‌شود و سطوح پایین‌تر سازمان تنها در تصمیم‌های جزئی و کاربردی دخالت می‌کنند. چنین حالت سلسله‌مراتبی سبب می‌شود تا در هر سطح، تصمیم‌های گروه‌های بالاتر در محیط تصمیم‌گیری پایین‌تر، به عنوان ارزش‌های اصلی به حساب آید. به‌طور طبیعی در این جا شیوه رهبری در سازمان، نقش بسزایی در روند سیاست‌گذاری دارد. در مقابل گاه ساختار سازمان تصمیم‌گیرنده به‌گونه‌ای است که تمامی اعضای شرکت‌کننده در تصمیم‌گیری می‌توانند در فضای دموکراتیک از طریق تبادل نظر در بخش‌های مختلف تصمیم‌گیری کنند که با منافع و هدف‌های سازمان سازگار باشد.

## انواع مدل‌های تصمیم‌گیری

### ۱. مدل عقلایی

در این مدل تصمیم‌گیرندگان باید از اطلاعات زیادی در مورد ارزش‌ها، منافع، اهداف و اولویت‌های گوناگون برخوردار شوند تا بتوانند رفتارهای احتمالی آینده را پیش‌بینی کنند. در چارچوب مدل یاد شده، سیاست‌گذاران درصدد گرفتن بهترین تصمیم‌ها هستند. در چارچوب سیاست‌گذاری داخلی، هریک از تصمیم‌گیرندگان، منطقی بودن را بر اساس اولویت‌های مورد نظر در منافع و اهداف

سازمان تعبیر و تفسیر می‌کنند. به عنوان مثال ممکن است گروهی از سیاست‌گذاران به ترتیب اولویت‌های اقتصادی، امنیتی و فرهنگی تصمیم‌گیری کنند، درحالی که ممکن است گروهی دیگر از تصمیم‌گیرندگان، اولویت‌های نخست را به مسائل فرهنگی و ایدئولوژیک اختصاص دهند. به طور کلی به سبب وجود عوامل محدودکننده متعددی که در محیط تصمیم‌گیری وجود دارد، بهره‌گیری از چنین مدلی بسیار پرهزینه و وقت‌گیر است و به لحاظ محدودیت‌هایی که در مهارت‌ها، اطلاعات و انگیزه‌ها وجود دارد، تصمیم‌گیرندگان در گرفتن تصمیم‌های عقلایی با دشواری‌های بسیار مواجه می‌شوند.

## ۲. مدل رضایت‌بخش

از آن جایی که بهره‌گیری از مدل عقلایی به سادگی میسر نیست، تصمیم‌گیرندگان با در نظر گرفتن محدودیت‌های موجود توان گرفتن «بهترین» تصمیم در معنای اقتصادی آن را ندارند. به همین دلیل به تصمیم‌های رضایت‌بخش بسنده خواهند کرد. سیاست‌گذار در این مدل تنها به رضایت‌بخش بودن تصمیم‌ها توجه دارد و به محض آن‌که تشخیص دهد یکی از انواع مختلف تصمیم، او را در جهت رسیدن به هدف اصلی هدایت می‌کند و هم‌زمان برخی از نیازهای جنبی او را نیز تأمین می‌کند، آن را از میان سایر گزینه‌ها برمی‌گزیند و از تلاش برای یافتن بهترین راه خودداری می‌کند. مشکل این مدل این است که تصمیم‌های گرفته شده ممکن است از نظر گروهی از تصمیم‌گیرندگان، رضایت‌بخش و از نظر گروهی دیگر غیررضایت‌بخش باشد.

## ۳. مدل فزاینده

این روش، روش محافظه‌کارانه است و تصمیم‌گیرندگان، درصد تغییرات بنیادی و اساسی در تصمیم‌های قبلی نیستند؛ زیرا تصور می‌کنند که دگرگونی

عمده در سیاست‌گذاری‌ها ممکن است مشکلات گوناگون و کنترل‌ناشدنی در ایجاد سازش و توافق میان سیستم سیاسی و محیط آن از لحاظ تبدیل نهادها (خواسته‌ها و منافع) به داده‌ها (تصمیم‌ها) به وجود آورد. براین اساس در آغاز فرآیند تصمیم‌گیری ممکن است درجهٔ عقلایی بودن تصمیم‌ها به میزان مطلوب نباشد، ولی به مرور، سیاست‌گذاران به اطلاعات جدیدی دسترسی پیدا می‌کنند که بر میزان عقلایی و منطقی بودن آن‌ها افزوده می‌شود. به این ترتیب هر اندازه اختلاف میان خط‌مشی‌های جدید و تصمیم‌های قبلی کم‌تر باشد، تصمیم‌گیرندگان با مشکلات کم‌تری مواجه خواهند شد. سیاست‌گذارانی که در مدل فزاینده، اقدام به تصمیم‌گیری می‌کنند، به هیچ وجه خواهان تغییر عمده در سیاست‌ها و تصمیم‌های پیشین نیستند.

#### ۴. مدل بیش‌فوق‌العاده

تأکید این مدل بر برخورداری برخی از تصمیم‌گیرندگان و سیاست‌گذاران از توانایی‌ها، استعداد‌های فوق‌العاده، ابتکارات، نوآوری و خلاقیت است؛ به‌گونه‌ای که درپاره‌ای از موارد وجود این‌گونه توانایی‌ها، نظر‌ها و نقش سایر عوامل و نهاد‌های تصمیم‌گیرنده را تحت‌الشعاع خویش قرار می‌دهد. در این مدل، عقیده بر آن است که تصمیم‌گیرندگانی که بیش‌فوق‌العاده‌ای دارند، عناصر کلیدی سیاست‌گذاری به شمار می‌روند. گاه از این افراد به عنوان شخصیت‌های بزرگ و تاریخی و انسان‌های استثنایی نام برده شده است.

#### ۵. مدل مختلط

در این مدل سعی می‌شود به نوعی نارسایی‌های موجود در مدل‌های فزاینده و عقلایی به حداقل ممکن کاهش پیدا کند و براساس این مدل، تصمیم‌گیرندگان به‌طور هم‌زمان به جنبه‌ها و دیدگاه‌های خرد و کلان در سیاست‌گذاری توجه می‌کنند. یعنی سیاست‌گذار تحت‌تأثیر امکان‌های موجود، کوشش می‌کند برای

در پیش گرفتن راهبرد معین تمامی جوانب را در نظر گیرد. سیاست‌گذاران ممکن است با توجه به امکان‌های موجود در مقاطع و تحت شرایط و مقتضیات گوناگون، حوزه بررسی خویش را محدود یا وسیع سازند. اונزو و دیگران، سبک‌های مختلفی از تصمیم‌گیری را بیان کرده‌اند: (اونزو و دیگران، ۱۳۸۸: ۱۴۰)

تفکر سیستماتیک (منظم)	تفکر شهودی
<p>برای حل مسئله برنامه‌ریزی کن؛                      از فرآیند آگاه باش؛                      یک گزینه را بعد از آن که تحلیل کردی                      کنار بگذار؛                      برای اطلاعات بیش‌تر دست به                      جست‌وجوی دقیق بزن؛                      هرگام مشخص در فرآیند را پس از آغاز                      آن تکمیل کن.</p>	<p>مسئله را در ذهن نگهدار؛                      روی حدس و گمان و اشاره‌های                      غیرکلامی حساب کن؛                      چیزی را که به نظرت رسیده، زود تعریف                      و تبیین کن؛                      از راه‌حل‌ها از لحاظ مناسب بودنشان                      دفاع کن؛                      گزینه‌ها را بسیار سریع بیاب و کنار                      بگذار.</p>

### تصمیم‌گیری در دنیای واقعی

- با توجه به پویایی محیط و تغییرات مستمر آن، لازم است با در نظر گرفتن ابعاد و عناصر زیر، تصمیم مناسب گرفته شود:
- مشکل، معمولاً مبهم و چندوجهی است؛
  - محدودیت‌های مالی و زمانی متعددی وجود دارد؛
  - اولویت‌ها چندان ثابت و پایدار نیستند؛
  - اولویت‌ها معمولاً واضح نیستند؛
  - همه گزینه‌ها و نتایج، شناخته شده نیست؛
  - همیشه هدف واحدی وجود ندارد که به خوبی تعریف شده باشد؛

- نمی‌دانیم که آیا انتخاب نهایی بازدهی را به حداکثر می‌رساند یا خیر. (رابینز و سنزو، ۱۳۸۸: ۱۳۵)

## رسانه ملی و الزامات قانونی فرهنگ‌سازی

پس از انقلاب اسلامی و به موجب قانون اداره سازمان صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران (مصوب ۱۳۵۹/۱۰/۸)، کلیه حقوق و قوانین سازمان رادیو-تلویزیون ملی ایران به این سازمان منتقل شد و اولین سیاست‌گذاری فرهنگی در حوزه محتوای قانون خط مشی کلی و اصول برنامه‌های صدا و سیما در تاریخ ۱۳۶۱/۴/۷ به تصویب رسید. در مقدمه صدر این قانون که مبتنی بر ماده ۶۵ است، آمده است:

- یکی از ارگان‌های حساس که نقش تعیین‌کننده برای رسیدن به اهداف بالا را دارد، رادیو-تلویزیون است که به خاطر سطح پوشش و قدرت تأثیرش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. همین دستگاه بود که در نظام وابسته و استعماری گذشته این سرزمین، مبلغ فرهنگ استعماری و نظام منحط غربی بود و با حیطة نفوذ وسیع خویش می‌رفت تا جامعه‌ای خودباخته و مصرفی را پایه‌گذاری نماید.

- رادیو-تلویزیون در نظام جمهوری اسلامی می‌تواند و می‌باید با طرد ارزش‌های منحط و پوسیده طاغوتی و طرح ارزش‌های متعالی اسلامی در جهت رهانیدن انسان از بندهای شیطانی همت گمارد و به گفته امام به دانشگاهی بزرگ تبدیل شود. در ایفای این نقش حساس، مصوبه قانون اساسی چنین رهنمود می‌دهد.

- وسایل ارتباط جمعی (رادیو-تلویزیون) باید در جهت روند تکاملی انقلاب اسلامی و در خدمت اشاعه فرهنگ اسلامی قرار گیرد و در این زمینه از برخورد سالم اندیشه‌های متفاوت بهره جوید و از اشاعه و ترویج خصلت‌های تخریبی ضد اسلامی جداً پرهیز کند.

- صدا و سیما جمهوری اسلامی ایران می‌باید از طریق دادن آگاهی‌های



مکتبی، سیاسی و اجتماعی و ایجاد احساس مسئولیت در مردم و افشای توطئه‌ها و نقشه‌های دشمنان داخلی و خارجی انقلاب در جهت حفظ و تداوم انقلاب تلاش نماید و زمینه را برای رشد و شکوفایی استعدادها و باروری خلاقیت‌های انسان تا مرز خلیفه‌اللهی آماده نماید. رسالت ارشادی و پیامبرگونه این رسانه عمومی، حضور فعال در کلیه جریان‌های اجتماعی و ایجاد روحیه امید و اعتماد در جامعه است. همچنان‌که باید واقعیت‌های تلخ و خطراتی که امت را تهدید می‌کند، پیش‌گویی کرده و به موقع هشدار دهد و مردم را به سوی خیر و کمال مطلق دعوت نموده و در تنگناها و مشکلات راهگشای روشنی‌بخش باشند. بدیهی است که صدا و سیما هرگز نباید خود را مرجع حل مشکلات قلمداد نماید، بلکه تنها با ایفای نقش ارشادی و آگاهی‌دهنده، زمینه‌ساز حرکتی شتاب‌گیر و انقلابی در متن جامعه اسلامی باشد. در این راه باید کلیه رویدادها و وقایع را آن‌گونه که هست به اطلاع مردم رساند و با بهره‌گیری از خلاقیت‌های هنری و اندیشه‌های پربار به آموزش فرهنگی، سیاسی، اجتماعی، علمی، فنی و هنری و بالابردن سطح آگاهی و دانش جامعه بپردازد. همچنین با ارائه اندیشه و فرهنگ اسلامی در سطح جهانی صدور انقلاب را عینیت بخشد.

رسالت دیگر این رسانه، پاسخ‌گویی به نیازهای تفریحی جامعه و بارور ساختن اوقات فراغت عمومی از طریق اجرای برنامه‌های سالم تفریحی است تا در سایه شادابی تن و روان، سلامت و آرامش فکری جامعه تأمین گردد.

پس از اصلاح قانون اساسی در سال ۱۳۶۸ و تغییر شیوه اعمال مدیریت و نظارت بر این سازمان فرابخشی و سپس در سال ۱۳۷۲ با تغییر در مدیریت عالی سازمان صدا و سیما، برنامه‌ریزی فرهنگی به منظور مقابله با تهاجم فرهنگی و جلوگیری از نفوذ برنامه‌های ماهواره در جامعه، با رویکردهای زیر اجرا شد:

۱. افزایش پوشش شبکه‌های سراسری؛

۲. ایجاد شبکه‌های مخاطب محور در حوزه‌های صدا و سیما، نظیر شبکه‌های

فرهنگ، جوان و معارف در حوزه رادیو و شبکه سه، شبکه چهار، شبکه خبر، شبکه سحر در حوزه تلویزیون؛

۳. ایجاد شبکه‌های استانی به منظور تولید و پخش برنامه‌های محلی و بومی؛

۴. افزایش ساعات پخش و افزایش حجم تولید برنامه‌های زنده؛

۵. افزایش حجم برنامه‌های نمایشی، آموزشی، سیاسی، طنز و اطلاع‌رسانی؛

۶. سازماندهی و ایجاد ساختارهای تخصصی تولید برنامه نظیر سیمافیلیم

و صبا.

### مأموریت سازمان صدا و سیما

سازمان صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران به مثابه دانشگاه عمومی و با بهره‌گیری از هنر فاخر و سمت‌دهی مؤثر و کارآمد آن، از طریق کانال‌های رادیویی و تلویزیونی و برخوردار از رسانه‌های مجازی (شبکه‌های رایانه‌ای و اینترنتی) و مکتوب با تولید و پخش برنامه‌های متنوع آموزشی، خبری و اطلاع‌رسانی، سرگرمی و تفریحی و... در حوزه استانی، ملی، منطقه‌ای و جهانی با مخاطبان گسترده ایرانیان داخل و خارج از کشور، مخاطبان فارسی‌زبان در حوزه فرهنگی - تمدنی فارسی‌زبانان آسیای میانه و شبه‌قاره، مسلمانان جهان و دیگر شهروندان جامعه جهانی، مأموریت «مدیریت و هدایت فرهنگ و افکار عمومی جامعه» را بر اساس «اهداف کلان» بر عهده دارد.

### چشم‌انداز سازمان صدا و سیما

- دارای نقش بی‌بدیل در جهت‌دهی مثبت به تحولات فکری، فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و اجتماعی جامعه با تکیه بر اطلاع دقیق و همه‌جانبه از نیازها و انتظارات مخاطبان خویش و بسترساز توسعه همه‌جانبه کشور و هموارکننده راه رشد و گسترش اخلاق و معنویت و ارزش‌های دینی در جامعه؛

- مورد اعتماد افراد جامعه و منبع خبری و اطلاع‌رسانی مورد وثوق مردم؛
- الهام‌بخش و اثرگذار بر تحولات منطقه و جهان اسلام؛
- برخوردار از قدرت انعطاف لازم در انطباق با شرایط و نیازهای متحول در عرصه تحولات جهانی و نیز داخلی و منطقه‌ای.

## روش تحقیق

در این پژوهش برای پاسخ به پرسش نقش رسانه ملی در فرهنگ‌سازی ظهور، از روش دلفی استفاده شده است. شرکت‌کنندگان در این تحقیق ۲۰ نفر بودند. خود محقق به عنوان ناظر، نقش داشت. ارتباطات داخلی شرکت‌کنندگان، بدون اطلاع از هم بوده و نظرات، پیش‌بینی‌ها و تمایلات، به صورت ایمیل ابراز گردیده است. پرسش‌نامه توسط یک تیم پنج‌نفره طراحی شده و به ۲۰ نفر از متخصصان فرستاده شد. پرسش‌نامه به طریقی تنظیم شده تا این امکان به وجود آید که مخاطبان ضمن استنباط و فهمیدن مسئله مطرح شده، واکنش‌های فردی خود را بروز دهند. وقتی پرسش‌نامه‌ها برگشت، طیف پاسخ‌ها و دلایلی که متخصصان برای پاسخ‌هایشان بیان کرده‌اند بررسی و خلاصه‌نویسی شد. در این مرحله، مواردی که مرتبط با اهداف زمینه تحقیق نبود، حذف شد. نتایج، دوباره مورد ارزیابی محقق و گروه خبره قرار گرفت و در مورد نظرات اجماع حاصل شد. به دلیل سابقه و آشنایی محقق به حوزه تحقیق و ارتباط متخصصان با محقق، و عدم افشای هویت آن‌ها، بازخورد کنترل شده و ارسال پاسخ‌ها از طریق مجازی و به‌طور مستقیم، از نقاط قوت اجرای تحقیق بودند که در نهایت، اجماعی معتبر از متخصصان به دست آمد.

## مراحل انجام روش تحقیق

۱. نظارت بر انجام، توسط محقق؛

۲. انتخاب خبرگانی آشنا به موضوع تحقیق؛

۳. تنظیم پرسش نامه برای دور اول؛

۴. بررسی پرسش نامه از نظر نوشتاری (رفع ابهامات استنباطی و...)

۵. ارسال اولین پرسش نامه به خبرگان؛

۶. تجزیه و تحلیل پاسخ ها در دور اول؛

۷. تنظیم پرسش نامه دور دوم (با بازنگری های مورد نیاز)؛

۸. ارسال پرسش نامه دور دوم برای خبرگان؛

۹. تجزیه و تحلیل پاسخ های رسیده در دور دوم؛

۱۰. آماده سازی گزارش توسط تحلیل گر.

مهم ترین نکته در این تحقیق، درک هدف های به کارگیری روش دلفی و انجام پژوهش از طرف شرکت کنندگان بود؛ چون هرکدام به شکلی آشنا به علم مدیریت راهبردی و تحلیل های اجتماعی هستند. از این رو پاسخ دهندگان، معلومات کافی در حوزه مربوطه داشته و با ادبیات موضوعی مقوله مورد بحث آشنایی داشتند. اعضای هیأت و گروه متخصصان، دانشجویان مدیریت راهبردی، مدیران ستادی حوزه های فرهنگ و رسانه اند.

در اجرای تکنیک دلفی از کارشناسان، مدیران و اساتید متخصص در زمینه علوم اجتماعی و جامعه شناسی استفاده شده است.

در پرسش نامه ها، موضوعات مختلف زیر و نقش رسانه ملی در موضوع فرهنگ سازی و زمینه سازی ظهور، تجزیه و تحلیل شد:

۱. تحلیل نقش رسانه در محیط خارجی، یعنی در محیط رقابتی در رابطه با فرهنگ سازی ظهور در میان هجمه گسترده رسانه ای به موضوع ظهور؛

۲. فرهنگ سازی ظهور و محیط فرهنگی (جهانی شدن و فرهنگ ظهور، گذار فرهنگی به سوی ظهور، جوانان و جامعه منتظر ظهور، نقش گسترش سطح تحصیلات در جامعه در فرهنگ سازی ظهور، زنان و فرهنگ انتظار، رشد

آسیب‌های اجتماعی و دوری از فرهنگ ظهور، فرهنگ ظهور در رسانه)؛  
۳. فرهنگ‌سازی ظهور و محیط سیاسی (نقش فرهنگ ظهور در فضای سیاسی جامعه، شدت یافتن تبلیغات معاندان نظام به وسیله رسانه‌های مختلف و نقش فرهنگ انتظار در مواجهه، تمرکز و توجه نهادهای سیاسی به سازمان صدا و سیما و شاخص‌های جامعه منتظر ظهور در برنامه‌ها، سیاست منطقه‌ای آمریکا و رقبای منطقه‌ای و تأکید بر فرهنگ ظهور به عنوان قدرت نرم، فرهنگ ظهور و نقدپذیری)؛

۴. فرهنگ‌سازی ظهور و محیط اقتصادی (رشد اقتصادی ایران و توسعه امنیت و رفاه جامعه در استقبال از جامعه منتظر)؛

۵. فرهنگ‌سازی ظهور و محیط فن‌آرانه (تحولات فن‌آرانه در عرصه رسانه و رفعت فرهنگی انتظار فرج، حضور ماهواره‌ها در عرصه رسانه و میزان برجستگی فرهنگ ظهور در میان برنامه‌ها).

که با جمع‌بندی فرصت‌ها و تهدیدها و همچنین ضعف‌ها و قوت‌ها، موارد زیر استخراج شد:

## فرصت‌ها

- گرایش عموم مردم جامعه به برنامه‌هایی در رابطه با موضوع ظهور و علاقه‌مندی به زیارت حضرت؛

- فرصت جذب اکثریت قشر کودک و نوجوان به عنوان مخاطب بالفعل رسانه و امکان بهره‌برداری برای فرهنگ‌سازی ظهور؛

- عدم وجود رقیب جدی برای رسانه ملی در ارائه برنامه‌های به زبان فارسی برای فرهنگ‌سازی ظهور؛

- گرایش رو به افزایش در عرصه جهانی به مکتب اسلام و ارزش‌های دینی و فرهنگ‌سازی ظهور؛

- افزایش نیاز مسلمانان جهان به بازیابی هویت اسلامی و دسترسی به پایگاهی مطمئن برای هدایت فکری و سیاسی خویش و عشق و امید به ظهور حجت عدالت‌گستر؛

- برخورداری از رسانه‌های استانی و محلی در اکثر استان‌ها و استفاده از قوت‌های فرهنگ بومی برای فرهنگ‌سازی ظهور؛

- وجود جوانان تحصیل‌کرده خلاق برای فرهنگ‌سازی ظهور در عرصه هنر؛

- استفاده از امکانات فن‌آوری اطلاعات در فرهنگ‌سازی ظهور؛

- فرصت برخورداری از فن‌آوری فیبرنوری و نیز وجود زیرساخت‌های ارتباطی

شبکه کابلی در کشور برای فرهنگ‌سازی ظهور؛

- بهره‌برداری از ظرفیت گسترده اینترنت و اینترنت در جهت اشاعه فرهنگ

ظهور و جذب مخاطبان داخلی و برون‌مرزی؛

- توسعه و ایجاد شبکه‌های برون‌مرزی برای فرهنگ‌سازی ظهور.

## تهدیدها

- تنوع جاذبه‌های غریزی در برنامه‌های رقابتی منطقه‌ای و مخالفان سیاسی و

دشوار شدن حفظ مخاطب و افزایش ضریب نفوذ در اقشار مختلف مخاطبان؛

- انتظارات مخاطبان در مقایسه با رقیبان، با توجه به تحولات اجتماعی،

فرهنگی، اقتصادی و سیاسی محیط و در نتیجه پیدایش نیازهای خاص و

تأثیرات منفی آن بر فرهنگ‌سازی ظهور؛

- تهدید جدی در امر سیگنال‌رسانی گسترده در رابطه با موضوع فرهنگ‌سازی

ظهور با توجه به وابستگی قسمتی از پخش برنامه‌ها به فن‌آوری و ماهواره‌های

اروپایی؛

- انبوه تولید فیلم و سریال و انیمیشن‌های ضدفرهنگی توسط دست‌اندرکاران

پروژه جهانی‌سازی؛

- فعالیت شبکه‌ها و تولیدات رقیب در جهت انحراف فکری و اخلاقی جوانان از فرهنگ‌سازی ظهور؛

- اشاعهٔ پرحجم شبهات دینی و سیاسی در جامعه؛

- کاهش رضایت و اعتماد اقشار تحصیل‌کرده و نخبهٔ جامعه به رسانه و تغییر نگرش و گرایش بخشی از قشر جوان و اقشار تحصیل‌کرده به دلیل رفتار رسانه در چالش‌های سیاسی؛

- مقابله رسانه‌ای کشورهای بیگانه و شبکه‌های رادیو و تلویزیون تحت امر صهیونیست‌ها؛

- غلبهٔ نگاه اقتصادی بر نگاه فرهنگی به رسانه که فرهنگ‌سازی ظهور را در حاشیه قرار می‌دهد.

تحلیل محیط داخلی در حوزه‌های زیرانجام گرفت:

۱. تولید و پخش پیام؛

۲. ساختار و منابع انسانی؛

۳. تجاری‌سازی (درآمد آگهی، افزایش هزینه‌ها)؛

۴. پوشش و زیرساخت سیگنال‌رسانی و انتشار امواج.

## نقاط قوت

- رسانه در ارائهٔ محصولات منطبق با فرهنگ اسلامی و فرهنگ‌سازی ظهور با توجه به ایجاد شبکه‌های قرآنی و برنامه به سوی ظهور از مزیت رقابتی خاصی برخوردار است.

- وجود دسترسی عمومی به رسانه در سطح اکثریت مخاطبان و عامهٔ مردم، بستر مناسبی برای فرهنگ‌سازی ظهور است.

- وجود منابع غنی قرآنی و سنت و سیرهٔ اهل بیت علیهم‌السلام بستر مناسبی برای فیلم و سریال و موسیقی و سخنرانی و منابع خبری و تاریخی در رابطه با فرهنگ‌سازی

ظهور است.

- امکان توسعه ظرفیت‌های رسانه در زمینه تولید فیلم و سریال و انیمیشن در سطح استان‌ها برای فرهنگ‌سازی ظهور وجود دارد.

- منابع عظیم و راهبردی انسانی در حوزه‌های علمی و شخصیت‌های برجسته فکری در حوزه فرهنگ اسلامی و معارف اهل بیت، سرمایه‌های فرهنگ‌سازی ظهورند.

- تولیدات فرهنگی رسانه برای مخاطبان برون مرزی، به خصوص ایرانیان و مسلمانان در زمینه فرهنگ‌سازی ظهور جذابیت قابل توجهی دارد.

- ظرفیت‌ها و توانمندی‌های قابل توجه در استان‌ها در زمینه تربیت کادرفنی هنری و تولیدی و نیز تولیدات نمایشی در زمینه فرهنگ‌سازی ظهور وجود دارد.

### نقاط ضعف

- ناهماهنگی میان بخش‌های مختلف پیام و عدم هم‌افزایی برنامه‌ها در برخی موارد و نقص در امر مدیریت پیام و مهندسی پیام در رابطه با فرهنگ‌سازی ظهور - ضعف در سه فرآیند مهم تولید، تأمین و پخش پیام، مانند تشتت در سیستم‌های عملیاتی تولید در شبکه‌های مختلف و بروز رقابت‌های نادرست و افزایش هزینه‌ها و سفارش پذیر شدن گروه‌های برنامه‌ساز و عدم سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در موضوع فرهنگ‌سازی ظهور.

- نبود الگو و آموزش‌های مناسب به قشر جوان به خصوص در زمینه تعمیق معارف دینی و آموزه‌های اسلامی و انطباق آداب اجتماعی با انتظارات حضرت بقیة الله الاعظم علیه السلام

- ضعف در تولید برنامه متناسب با نیاز و میل اقشار تحصیل کرده و نخبگان جامعه در رابطه با پاسخ‌گویی به پرسش‌های آن‌ها درباره ظهور.

- نبود تلاش برای تولید برنامه‌های کودک و نوجوان در کمیت و کیفیت



متناسب با نیاز این قشر، با وجود موقعیت حساس آنان در رابطه با فرهنگ سازی برای ظهور.

- عدم امکان بهره‌مندی از کانال‌های متنوع پخش با توجه به موضوع شبکه و تناسب برنامه‌ها با فرهنگ ظهور.

- وجود نقص در چتر پوشش رسانه‌ای کشور.

- عدم هماهنگی زمانی در پخش برنامه‌های شبکه‌ها در رابطه با فرهنگ ظهور.

- نبود شبکه استانی در بعضی از استان‌ها و عدم پوشش بعضی از شبکه‌ها در بعضی نقاط کشور.

- نبود عقبه مستمر فکری و ارتباط مؤثر دائمی با نخبگان جامعه در موضوعات مربوط به رسانه و فرهنگ سازی ظهور.

- آزدگی خاطر مخاطب و کاهش جذابیت رسانه به دلیل تجاری سازی و پخش آگهی بازرگانی و برنامه‌های نامطلوب.

- عدم تولید فیلم و سریال و انیمیشن مطمئن که به لحاظ فرهنگی و ارزشی دارای حداقل استانداردها در رابطه با فرهنگ سازی ظهور باشد.

### **روش راهبردسازی براساس مدل نقاط قوت و ضعف، تهدید و فرصت (SWOT)**

راهبرد، یعنی تعیین جهت حرکت برای رسیدن به اهداف مورد نظر برنامه‌ریزی راهبردی. بنابراین راهبردها باید با تحلیل محیط داخلی (نقاط قوت و ضعف) و تحلیل محیط خارجی (فرصت‌ها و تهدیدها) در زیر مأموریت و اهداف بلندمدت و در چارچوب سیاست‌های کلی، تدوین گردد.

در این مدل فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی و نقاط قوت و ضعف درونی در قالب جدولی ماتریسی تهیه می‌گردد و سپس براساس ترکیب و تلفیق هر یک از عناصر بالا، راهبرد مناسب انتخاب می‌شود.

راهبردهای حاصل از این مدل در چهار نوع دسته‌بندی می‌شوند:

۱. راهبردهای SO: راهبردهایی هستند که با توجه به فرصت‌های محیطی و نقاط قوت عوامل داخلی تدوین و انتخاب می‌شوند. هدف اصلی از این راهبردها استفادهٔ بهینه از فرصت‌های محیطی در جهت تقویت نقاط داخلی است.
۲. راهبردهای WO: راهبردهایی که با توجه به فرصت‌های محیطی و نقاط ضعف داخلی تدوین می‌شوند. هدف اصلی از این دسته از راهبردها، بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی برای جبران ضعف‌های داخلی است.
۳. راهبردهای TS: راهبردهایی هستند که با توجه به تهدیدات محیطی و نقاط قوت داخلی تدوین می‌شوند. هدف از این دسته از راهبردهای کاهش اثرات نامناسب تهدیدات محیطی با استفادهٔ مناسب از نقاط قوت داخلی است. (اصطلاحاً به این راهبردها، راهبردهای تبدیل تهدید به فرصت هم می‌گویند که بسیار به کار می‌رود).
۴. راهبردهای TW: راهبردهایی هستند که با توجه به تهدیدات محیطی و نقاط ضعف داخلی تدوین می‌شوند. هدف اصلی از این دسته از راهبردها، کاهش نقاط ضعف داخلی و درمان ماندن از اثرات سوء تهدیدات محیطی است. این دسته از راهبردها، تدافعی است.

## تعیین راهبردها

سیاست‌گذاری به صورت کلان، فرار از تهدیدها و خلق فرصت‌ها است. مدیریت رسانه ملی باید با سیاست‌گذاری و خط مشی باشد. برای برنامه‌ریزی فرهنگ‌سازی ظهور که در اصل، پیش‌بینی آینده است، باید به محیط ملی و منطقه‌ای و بین‌المللی توجه شود.

برای برنامه‌ریزی راهبردی، در راستای فرهنگ‌سازی ظهور، باید در کار رسانه‌ای به جای انطباق با محیط و همراه شدن با آن، به ساختن محیط و اثرگذاری روی محیط بیندیشیم. در اصل، سیاست‌گذار و مدیر رسانه ملی به اقتضای شرایط

منطبق نمی‌شود، بلکه محیط و آینده را می‌سازد و فرق بین یک مدیر راهبردی در رسانه با مدیر سنتی در این است که او منطبق نمی‌شود، و دگرگونی می‌آفریند و در افکار عمومی نقش اساسی دارد.

برای تعیین راهبردها، یعنی راه‌های وصول به هدف و نقشه و راهنما در هر زمینه کاری، راهبردهای فراوانی وجود دارد. برای رسانه، مهم‌ترین راهبرد موجود عبارت است از:

### راهبرد تمایز

راهبرد تمایز، یعنی باید برنامه‌ای ارائه گردد که متمایز باشد و هیچ همتایی نداشته باشد و در رابطه با منابع مالی و پشتیبانی محدودیت نداشته باشد.

### ارزش‌ها و اعتقادات (ایدئولوژی)

عامل مؤثر بر رسانه ملی در تعیین راهبرد برای فرهنگ‌سازی ظهور، ایدئولوژی است. ارزش‌های جوامع، راه و رسم و شیوه زندگی جوامع هستند. در وضعیتی که میان برداشت‌ها و اعتقادات سیاست‌گذار و اطلاعات به دست آمده، ناسازگاری وجود داشته باشد، ممکن است به اشکال گوناگون واکنش نشان دهد. ایدئولوژی، یک چارچوب ذهنی به وجود می‌آورد تا براساس آن‌ها سیاست‌گذاران واقعیت‌ها را درک کنند. در این روند اطلاعات و پیام‌های دریافت شده از محیط، معنا و مفهوم پیدا می‌کند و در طبقه‌بندی خاص، مورد تفسیر و تبیین قرار می‌گیرد. ایدئولوژی، نوعی نظام اخلاقی به وجود می‌آورد که براساس هنجارهای اخلاقی ناشی از آن می‌توان رفتارها و داده‌های درست و نادرست را از یکدیگر تمیز داد. ایدئولوژی، تنها یک راه از میان راه‌های گوناگون برای تصمیم‌گیری جلوی سیاست‌گذاران قرار می‌دهد که این راه باید در چارچوب ایدئولوژی تصمیم‌گیرنده باشد.

الف) راهبردهای SO (استفادهٔ بهینه از فرصت‌های محیطی در جهت تقویت نقاط قوت داخلی)

۱. غنی‌سازی برنامه‌های منطبق با فرهنگ اسلامی و فرهنگ‌سازی ظهور با عمق بخشیدن و تناسب‌سازی با فرهنگ عامه در شبکه‌های مختلف رسانهٔ ملی با توجه به منابع قرآنی و سنت و سیرهٔ اهل بیت علیهم‌السلام.

۲. توسعهٔ بخش تولیدات انیمیشن، فیلم داستانی و ارتقای فرهنگی سریال‌های تلویزیونی در راستای فرهنگ مهدویت و عدم وابستگی به تأمین فیلم و سریال خارجی به‌ویژه در برنامه‌های کودک و نوجوان.

۳. تولید برنامه‌های فرهنگی محور در جهت تحکیم زیرساخت‌های اعتقاد به فرهنگ مهدویت، آثار تربیتی آن، پویایی فکری در فرهنگ انتظار، تبیین فرهنگ انتظار در قشر نوجوان.

۴. تقویت و گسترش شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی برای فارسی‌زبانان در زمینهٔ فرهنگ ظهور و تبیین شاخص‌های جامعهٔ منتظر بر مبنای قرآن و معارف اهل بیت علیهم‌السلام بر اساس سنجش نیازها و انتظارات آن کشورها؛

۵. بهره‌برداری از استعدادهای جوانان شیفتهٔ فرهنگ ظهور و منابع عظیم راهبردی انسانی در بستر فن‌آوری با ظرفیت‌های شبکه‌های استانی، ملی و برون‌مرزی برای تولیدات فرهنگی، فیلم، سریال، انیمیشن و میزگردها در راستای فرهنگ‌سازی برای ظهور و جامعهٔ منتظر.

ب) راهبرد های WO (بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی برای جبران ضعف‌های داخلی)

۱. ایجاد مرکز راهبردی توسعهٔ فرهنگ ظهور در صدا و سیما برای هماهنگی تولیدات، پیام‌ها و رفع نواقص تولیدات شبکه‌های ملی، استانی و برون‌مرزی و ایجاد انگیزه و امکان برای بخش خصوصی برای مشارکت در توسعهٔ کمی و کیفی فرهنگ ظهور.

۲. تکمیل و گسترش شبکه رسانه ملی و پوشش دورترین نقاط کشور و حضور اثربخش در فضای سایبر و محیط مجازی در راستای توسعه فرهنگ ظهور.

۳. تلاش در جهت کارآمدی و اثربخشی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تولید، تأمین، نظارت، پخش و ایجاد تحول در محتوای برنامه‌ها و همچنین توسعه کیفی تولیدات رسانه ملی متناسب با نیازهای نو و تحولات فرهنگی جامعه در راستای تشکیل جامعه منتظر و فرهنگ ظهور با الهام از فرهنگ قرآنی و سنت اهل بیت علیهم‌السلام و الگوسازی برای جامعه منتظران.

### ج) راهبرد های TS (راهبردهای تبدیل تهدید به فرصت)

۱. تحکیم اعتماد عمومی به رسانه ملی در سطح افراد جامعه در سایه حفظ استقلال فرهنگی و سیاسی در برابر فشارهای ناشی از گروه‌ها، گرایش‌ها و سلیقه‌های سیاسی - اجتماعی خاص و ایفای نقش فرا جناحی و فرابخشی در مواضع رسانه ملی و خودداری از یک‌سویه‌نگری و حزب‌گرایی برای تأثیرات فرهنگی.

۲. ارتقا و توسعه کمی و کیفی برنامه‌های مربوط به کودک و نوجوان و ارائه برنامه‌های علمی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی به جوانان و تعمیق بینش آن‌ها به منظور بستر سازی فرهنگ ظهور و پاسخ‌گویی به شبهات جوانان.

۳. جلب مشارکت اقشار تحصیل کرده و گروه‌نخبگان و فرهیختگان عاشق جامعه برای تولید برنامه متناسب با نیازها و انتظارات و افزایش ضریب نفوذ رسانه در این اقشار و تقویت رابطه آن‌ها با رسانه.

۴. تحکیم و افزایش موقعیت رسانه در برابر محصولات شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی منطقه و شبکه‌های ماهواره‌ای مخالف فرهنگ دینی و نظام سیاسی، با تبیین شاخص‌های فرهنگ ظهور با بهره‌برداری از ظرفیت‌های استانی و بومی در مقابله با تولیدات رسانه‌ای مخالفان و رقبای منطقه‌ای و جهانی و تربیت نیروهای هنری علاقه‌مند به فرهنگ ظهور در استان‌ها.

۵. اشباع بازار محصولات رسانه‌ای از تولیدات سالم و هدف‌دار، شامل فیلم، سریال و انیمیشن در رابطه با ظهور و هدایت نیازهای طبیعی به مسیر سالم با شفاف‌سازی نیات مخالفان.

#### د) راهبرد های TW (راهبردهای تدافعی)

۱. ایجاد محدودیت در مبادی ورودی و تدابیر پدافندی غیرعامل در برابر سیگنال‌های رسانه‌ای پروژه‌سازان جهانی سازی و مراقبت بر محصولات داخلی از نظر پیام، ماندگاری، یکپارچگی و هماهنگی در موضوع جامعه‌مهدویت و منتظران ظهور و فرهنگ سازی ظهور.

۲. برگزاری میزگردها و سخنرانی‌ها در سطوح مختلف علمی، صنفی و اجتماعی، در راستای تحلیل محیط سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی با حضور نخبگان و فرهیختگان برای شفافیت مواضع مخالفان و رقبای سیاسی فرهنگی.

۳. غنی‌سازی اوقات فراغت عموم مردم به خصوص کودکان، نوجوانان و جوانان با تولید برنامه‌های سرگرمی، تفریحی، ورزشی و طنز بر اساس شاخص‌های برگرفته از ارزش‌ها و معیارهای فرهنگ ظهور با پرهیز از سطحی‌نگری برای جلوگیری از فرهنگ‌های مروج ابتدال در این زمینه.

۴. تولید برنامه‌هایی در زمینه تحکیم جایگاه زن و نقش خانواده در فرهنگ سازی ظهور و معرفی الگوهای زنان در جامعه منتظر ظهور و پاسخ به شبهات فمینیستی.

۵. تقویت بخش‌های صدا و تولیدات اثربخش رادیویی و تکمیل و گسترش شبکه‌های استانی تلویزیونی در تمامی استان‌های کشور و تقویت شبکه‌های برون مرزی.

## نتیجه

با وجود تفاوت‌های موجود بین فرهنگ‌های مختلف، فرهنگ‌ها دارای ویژگی‌هایی مشابه‌اند. فرهنگ، تمامی ابعاد زندگی، اعم از مادی و معنوی فرد را شامل می‌شود و آثار آن در تمامی ابعاد فردی و اجتماعی ظهور می‌کند. فرهنگ ظهور با توجه به نیاز فطری بشر به عنوان یک فرهنگ مشترک با نفوذ در ابعاد فردی و اجتماعی، باعث وحدت و همگرایی اجتماعی در جامعه می‌شود.

برای تجلی و ظهور آثار فرهنگ، برنامه‌ریزی فرهنگی از ضروریات است. برای ساختن جامعه منتظر ظهور، فرهنگ‌سازی ظهور، از الزامات اساسی است. بنابراین برای توسعه فرهنگی، برنامه‌ریزی راهبردی فرهنگی باید از اولویت برخوردار باشد؛ چون مدیریت راهبردی، به مفهوم تلاش‌های سازمان‌یافته برای تصمیم‌گیری و اقدامات شایسته، از بهترین گزینه‌های مدیریتی برای فرهنگ ظهور به شمار می‌رود.

در تحلیل محیط، گرایش عموم مردم جامعه به برنامه‌های مرتبط با فرهنگ ظهور در میان اقشار مختلف و فرصت جذب اکثریت قشر کودک و نوجوان به عنوان مخاطب بالفعل رسانه و عدم وجود رقیب جدی برای رسانه ملی در ارائه برنامه به زبان فارسی برای فرهنگ‌سازی ظهور و افزایش نیاز مسلمانان جهان به بازیابی هویت اسلامی و دسترسی به پایگاهی مطمئن برای هدایت فکری و سیاسی خویش و عشق و امید به ظهور حجت عدالت‌گستر، از فرصت‌های مهم رسانه ملی هستند.

همچنین وجود دسترسی عمومی به رسانه در سطح اکثریت مخاطبان و عامه مردم، وجود منابع غنی قرآنی و سنت و سیره اهل بیت علیهم‌السلام به عنوان منبع راهبردی برای فیلم و سریال و موسیقی و سخنرانی و برنامه‌های تاریخی، امکان توسعه ظرفیت‌های رسانه در زمینه تولید فیلم و سریال و انیمیشن در سطح استان‌ها و منابع عظیم و راهبردی انسانی در حوزه‌های علمی و شخصیت‌های برجسته

فکری در حوزه فرهنگ اسلامی و معارف اهل بیت، به عنوان قوت‌هایی در تحلیل و بستر و سرمایه‌های فرهنگ‌سازی ظهور به شمار می‌روند.

در بررسی تهدیدها، تنوع جاذبه‌های غریزی در برنامه‌های مخالفان و رقیبان و انتظارات مخاطبان در مقایسه با رقبا با توجه به تحولات محیط و پیدایش نیازهای خاص و تأثیرات منفی آن بر فرهنگ‌سازی ظهور، وابستگی قسمتی از پخش برنامه‌ها به فن‌آوری و ماهواره‌های اروپایی، در ضمن انبوه تولید فیلم و سریال و انیمیشن‌های ضد فرهنگی توسط دست‌اندرکاران پروژه جهانی‌سازی و فعالیت شبکه‌ها و تولیدات رقیب در جهت انحراف فکری و اخلاقی جوانان با اشاعه پرحجم شبهات دینی و سیاسی در جامعه، از تهدیدهای جدی برای فرهنگ‌سازی ظهور هستند. در این میان، کاهش رضایت و اعتماد اقشار تحصیل‌کرده و نخبه جامعه به رسانه و تغییر نگرش و گرایش بخشی از قشر جوان و اقشار تحصیل‌کرده به دلیل رفتار رسانه در چالش‌های سیاسی را نباید از نظر دور داشت.

در تحلیل نقاط ضعف رسانه ملی، می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

- فقدان تلاش برای تولید برنامه‌های کودک و نوجوان در کمیت و کیفیت متناسب با نیاز این قشر با وجود موقعیت حساس آنان در رابطه با فرهنگ‌سازی برای ظهور؛

- عدم امکان بهره‌مندی از کانال‌های متنوع پخش و وجود نقص در چتر پوشش رسانه‌ای کشور؛

- عدم هماهنگی زمانی در پخش؛

- نبود شبکه استانی در بعضی از استان‌ها؛

- عدم عقبه مستمر فکری و ارتباط مؤثر دائمی با نخبگان جامعه؛

- آزردهی خاطر مخاطب و کاهش جذابیت رسانه به دلایل مختلف و در نهایت عدم تولید فیلم و سریال و انیمیشن مطمئن که به لحاظ فرهنگی و ارزشی دارای



حداقل استانداردها در رابطه با فرهنگ سازی ظهور باشد.  
با توجه به تحلیل محیط داخلی و خارجی، لازم است از راهبرد متمایز برای تدوین راهبردهای عملیاتی استفاده شود که این راهبردها می‌توانند موارد زیر را دربرگیرند:

۱. غنی‌سازی برنامه‌های منطبق با فرهنگ اسلامی و فرهنگ سازی ظهور؛
۲. توسعه بخش تولیدات انیمیشن، فیلم داستانی و ارتقای فرهنگی سریال‌های تلویزیونی در راستای فرهنگ مهدویت؛
۳. تولید برنامه‌های فرهنگی محور در جهت تحکیم زیرساخت‌های اعتقاد به فرهنگ مهدویت؛
۴. تقویت و گسترش شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی برون‌مرزی برای فارسی‌زبانان در زمینه فرهنگ؛
۵. بهره‌برداری از استعداد های جوانان شیفته فرهنگ ظهور و منابع عظیم راهبردی انسانی در بستر فن‌آوری با ظرفیت‌های شبکه‌های استانی، ملی و برون‌مرزی؛
۶. ایجاد مرکز راهبردی توسعه فرهنگ ظهور در صدا و سیما برای هماهنگی تولیدات، پیام‌ها و رفع نواقص؛
۷. تکمیل و گسترش شبکه رسانه ملی و پوشش دورترین نقاط کشور و حضور اثربخش در فضای سایبر و مجازی در راستای توسعه فرهنگ ظهور؛
۸. تلاش در جهت کارآمدی و اثربخشی سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی، تولید، تأمین و نظارت؛
۹. تحکیم اعتماد عمومی به رسانه ملی؛
۱۰. ارتقا و توسعه کمی و کیفی برنامه‌های مربوط به کودک و نوجوان و ارائه برنامه‌های علمی، سیاسی و اجتماعی فرهنگی به جوانان و تعمیق بینش آن‌ها؛
۱۱. جلب مشارکت افشار تحصیل کرده و گروه نخبگان و فرهیختگان؛

۱۲. تحکیم و افزایش موقعیت رسانه در برابر محصولات شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی منطقه و شبکه‌های ماهواره‌ای؛

۱۳. اشباع بازار محصولات رسانه‌ای از تولیدات سالم و هدف‌دار؛

۱۴. فراهم آوردن شرایط مناسب برای بخش خصوصی.

در پیاده‌سازی راهبردها، لازم است با شناسایی نیروهای مؤثر داخلی و خارجی بر فرهنگ ظهور و تعیین ارزش‌های بنیادی در این فرهنگ، تیم مدیریتی قوی و مناسبی را انتخاب کرد تا اهداف کلی را تدوین و در چارچوب مدیریت و برنامه‌ریزی راهبردی، فرهنگ ظهور را در جامعه، نهادینه کند.

#### **پیشنهاد فرآیند اجرای راهبردها**

برای قابلیت پیاده‌سازی راهبردها با بهره‌گیری از الگوی ریچارد ال. دفت، دوازده مرحله به شرح زیر پیشنهاد می‌شود:

**مرحله اول:** تحلیل محیط و شناسایی نیروهای داخلی و خارجی تأثیرگذار در راهبردها.

**مرحله دوم:** شناسایی و تعیین ارزش‌های بنیادی با ایجاد دیدگاه مشترکی که گام اساسی در تغییر فرهنگ، تعیین ارزش‌های بنیادی و همیشگی است.

**مرحله سوم:** بررسی فرهنگ موجود و تعیین مؤلفه‌های فرهنگ که تغییر آن‌ها لازم است.

**مرحله چهارم:** تعیین میزان تغییرات نرم، ارزش‌ها، هنجارها، سیستم‌ها و ساختارها.

**مرحله پنجم:** تعیین تیم رهبری که در توفیق تغییر فرهنگ، نقش کلیدی دارد. بهتر است تیم از افرادی آشنا به مبانی راهبردی فرهنگی و منابع کلامی و قرآنی باشند. گروه باید بتواند در کلیه زوایای جامعه ایجاد اعتماد و اطمینان کند و گروه‌های زیادی را راه‌اندازی کند.

**مرحله ششم:** تدوین اهداف کلی و برنامه ریزی راهبردی و زمان بندی بلندمدت.  
**مرحله هفتم:** تدوین برنامه عملیاتی و توسعه آن و تنظیم اولویت ها با پیش بینی منابع مورد نیاز و مرحله بندی توالی اقدامات و زمان بندی میان مدت و کوتاه مدت.  
**مرحله هشتم:** برقراری ارتباطات دقیق و متقاعدکننده با ایجاد پرسش در اذهان و برقراری ارتباط و ایجاد انگیزه در میان تمامی افراد جامعه که بتوان جامعه را به سمت درک نیاز به تغییر سوق داد. تیم مدیریت تغییر، به منزله هدایت کننده، تسهیل گر و توانمندکننده کلیه نیروها، برای پشتیبانی از تغییر است.  
**مرحله نهم:** شناسایی موانع و منابع مقاومت و توسعه راهبرد برای رفع آنان. تیم مدیریت نیاز دارد که افراد را به درک فرصت ها و فواید شخصی که از تغییر حاصل می گردد، ترغیب نماید.

**مرحله دهم:** نهادینه سازی و الگوسازی در جهت تقویت تغییر فرهنگ. مسئولان نقش حیاتی در الگوسازی و تقویت دارند. هنگامی که رفتار حاکمیت و تصمیمات حکومت مطابق با تغییرات است، به منزله ارسال پیام های انگیزشی برای پشتیبانی از تغییر است.

**مرحله یازدهم:** نهادینه کردن نرم یادگیری، آموزش و تغییر شکل.

**مرحله دوازدهم:** ارزیابی از فرهنگ سازی جامعه.

تغییر، یک فرآیند دینامیک است که نیاز به بازخورد مستمر و ارزیابی دائم دارد. همچنان که محیط تغییر می کند فرهنگ باید مطالعه شود و مورد پژوهش قرار گیرد.  
(ال. دفت، ۱۳۸۹)

## منابع

۱. آشوری، داریوش، *تعریف ها و مفهوم فرهنگ*، تهران، نشر آگه، چاپ سوم، ۱۳۸۶ ش.
۲. ابوالقاسمی، محمد جواد، فصل نامه تخصصی *اندیشه انقلاب اسلامی*، ش ۷ و ۸، پاییز ۱۳۸۲ ش.
۳. ابراهیمی، ابراهیم، «بایسته های مهندسی فرهنگی»، *مجموعه مقالات اولین همایش ملی*

- مهندسی فرهنگی، ۱۳۸۵ ش.
۴. احمدی، حسن، *روش برنامه ریزی در فرهنگ*، تهران، سازمان برنامه و بودجه، مرکز مدارک اقتصادی - اجتماعی و انتشارات، ۱۳۷۰ ش.
  ۵. ال. دفت، ریچارد، *مبانی تئوری و طراحی سازمان*، ترجمه: علی رضاییان و سید محمد اعرابی، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، چاپ پنجم، ۱۳۸۹ ش.
  ۶. اونز، ادوارد؛ لیزل وارد، پانتیریشیا؛ رگاس، بندیک، *مبانی مدیریت برای متخصصان اطلاع‌رسانی*، ترجمه: مینو واعظ‌زاده و دیگران، تهران، سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران، ۱۳۸۸ ش.
  ۷. ایلگتون، تری، «منازعات فرهنگی مدرن»، ترجمه: رضا مصیبی، *مجله / رخنون*، ش ۱۸، تهران، سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۰ ش.
  ۸. پهلوان، چنگیز، *فرهنگ و برنامه ریزی*، تهران، پژوهشگاه علوم ارتباطی و توسعه ایران، ۱۳۵۸ ش.
  ۹. رابینز، استیفن؛ سنزو، دیوید، *مبانی مدیریت*، ترجمه: سید محمد اعرابی، محمد علی حمیدرفیعی، بهروز اسراری، چاپ هشتم، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۸ یا ۱۳۷۹ ش.
  ۱۰. رضایی، عبدالعلی، «جایگاه دولت در برنامه ریزی فرهنگی و دامنه تأثیرگذاری آن»، فصل‌نامه *شورای فرهنگ عمومی*، تهران، شورای فرهنگ عمومی، ش ۳۳، ۱۳۸۱ ش.
  ۱۱. ژیران، آگوستین، *توسعه فرهنگی - تجارب و خط‌مشی‌ها*، ترجمه: عبدالحمید زرین قلم، تهران، مرکز پژوهش‌های بنیادی، ۱۳۷۲ ش.
  ۱۲. ستاری، جلال، *درباره فرهنگ*، تهران، وزارت فرهنگ و هنر، اداره کل نگارش، ۱۳۵۴ ش.
  ۱۳. شکیبانیا، مهدی، *نگرشی بر ابعاد برنامه ریزی مهندسی فرهنگی*، تهران، دبیرخانه شورای عالی انقلاب فرهنگی، بی تا.
  ۱۴. مولینیر، پیر، *آموزش حرفه‌ای مدیران فرهنگی*، ترجمه: سهیلا تاج محرابی، بی جا، بی نا، بی تا.
  ۱۵. هونتزینگر، ژاک، *درآمدی بر روابط بین‌الملل*، ترجمه: عباس آگاهی، مشهد، آستان قدس رضوی، مؤسسه چاپ و انتشارات، ۱۳۷۶ ش.

## نقش رسانه در اشاعه فرهنگ مهدویت

محمد حسن شربتیان\*

### چکیده

وسایل ارتباطی جمعی در جامعه نقش بسیار مؤثری در ترویج فرهنگ مذهبی، از جمله فرهنگ مهدویت در بین خانواده‌ها و نسل جوان دارد. برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های همگانی در اشاعه این فرهنگ می‌تواند نوعی ابزار راهنما و مرجع فکری و رفتاری برای افراد و خانواده‌ها، جهت آماده شدن برای دوران ظهور محسوب شود. جامعه از طریق دیدن و شنیدن برنامه‌های تلویزیونی، سینمایی، مطبوعاتی و یا در قالب مقاله و داستان‌های اجتماعی، می‌تواند خود را برای عملی کردن و کاربردی نمودن رفتارهای دوران ظهور و پیروی از منجی بشریت آماده نماید. رسانه جمعی می‌تواند به تمام مشتاقان و پیروان واقعی، آگاهی عمیق ببخشد؛ بر این اساس وسایل ارتباط همگانی نوعی گروه مرجع مثبت در اشاعه و گسترش فرهنگ عملی و رفتاری مهدویت، تلقی می‌گردد. وسایل ارتباط همگانی، نوعی نهاد اجتماعی است که با تولید پیام‌های گوناگون فرهنگی و اجتماعی، در جهت ایجاد پذیرش الگوهای رفتاری و عملی عصر ظهور می‌تواند شیوه

---

\* عضو هیئت علمی دانشگاه پیام‌نور خراسان جنوبی. (Sharbatian@pnu.ac.ir)

زندگی رایج در جامعه را به سمت هم‌نوایی و سازگاری اجتماعی با فرهنگ مهدویت سوق دهد و جامعه را به بازسازی نظم و تقویت ارزش‌ها و هنجارهای مهدویت هدایت کند. برنامه‌های وسایل ارتباط جمعی از بعد کارکردی در جهت گسترش فرهنگ ظهور و جلوگیری از انحرافات آن می‌تواند بسیار مؤثر باشد. از این دیدگاه برنامه‌های متنوع این ابزارها به صورت خرده‌نظامی از نظام اجتماعی کل هستند که باید در جهت سازگاری با نظم حاکم بر ساختارهای جامعه حرکت نمایند و با سایر دستگاه‌های نظام اجتماعی به منظور انسجام و هماهنگی در جهت تقویت فرهنگ مهدویت، تعامل متقابل داشته باشند. این وسایل باید در قالب برنامه‌های آگاهی‌بخش و اطلاع‌رسان به مردم به خصوص والدین، نوجوانان و جوانان، در جهت اشاعه فرهنگ ظهور ارائه گردد. کارکرد رهبری این وسایل در بین افراد جامعه به‌ویژه خانواده‌ها و نسل جوان حکم‌گروه مرجع را دارد که توانسته افراد و خانواده‌ها را در جهت آگاهی از خرافات و انحرافات عصر غیبت و آسیب‌های اجتماعی این عصر در قالب برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی سوق دهد. رسانه‌ها با تولید برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی، روان‌شناختی، دینی و... به عنوان الگوی اجتماعی، می‌تواند نقش بارزی در جهت فرهنگ مهدویت داشته باشد. بخشی از این وظایف، نقش تأثیرگذاری هم‌زمانی بر روی افراد در ایام گرامیداشت دههٔ میلاد، امامت و هر جمعه می‌تواند باشد که با ارائه برنامه‌های کاربردی و علمی و تقویت رفتارهای اجتماعی متناسب با فرهنگ مهدویت، رسانه می‌تواند نقش مهمی را در اشاعه این فرهنگ داشته باشد. این وسایل در قالب برنامه‌های متنوع (مثبت) به افراد جامعه، در جهت تقویت نشانه‌های عصر غیبت خدماتی را باید به مخاطبان خود ارائه دهد. کارکرد اوقات فراغت و وسایل ارتباط جمعی از طریق تولید سریال‌ها و برنامه‌های متنوع که متناسب با فرهنگ صحیح و جلوگیری از انحرافات عصر غیبت می‌تواند باشد، به جامعه آگاهی عمیق می‌بخشد. کارکرد تبلیغاتی این وسایل از طریق پیام‌های تبلیغاتی با

مضامین «فرهنگی و اجتماعی» در جهت فرهنگ مهدویت، آگاهی عمیقی می بخشد.

### واژگان کلیدی

ارتباط جمعی، اطلاع‌رسانی، رسانه‌های همگانی، فرهنگ مهدویت.

### مقدمه

اشاعه، یکی از راه‌های گسترش فرهنگ و عناصر آن در هر جامعه‌ای بین اقوام درون‌گروهی و برون‌گروهی است. در عصر حاضر با توجه به این‌که بیش‌تر جوامع تحت تأثیر پیامدهای مدرنیته، پست‌مدرنیته و جهانی شدن زندگی غربی قرار دارند و با تبلیغاتی منفی به دنبال این هستند که نقش منجی و نجات‌دهنده بشریت را خنثی و نابود کنند، وظیفه رسانه‌های همگانی و سایر نهادهای اجتماعی این است که اعتقاد به ظهور آخرین منجی بشریت حضرت حجت علیه السلام را تقویت و گسترش دهند.

برخی از نهادهای اجتماعی در جامعه چون «خانواده، حاکمیت، رسانه‌های جمعی، آموزش و...» در زمینه تقویت عملی و کاربردی نمودن فرهنگ مهدویت نقش بارزی می‌توانند داشته باشند. بروز رفتارهای اجتماعی و قانونمند، گسترش و آموزش رفتارهای درست و مطابق با ارزش و هنجارهای فرهنگی عصر ظهور به افراد جامعه، در انسجام بخشیدن و تقویت نگرش رفتارهای مهدویت بسیار مؤثر است. در این مقاله سعی بر این است که ابعاد کارکردی جایگاه وسایل ارتباط جمعی را در اشاعه فرهنگ مهدویت به صورت نظری بررسی کنیم و پیشنهاداتی را برای عملکرد این نهاد اجتماعی در گسترش این فرهنگ مورد توجه قرار دهیم.

نقش، به رفتارهای مورد انتظاری گفته می‌شود که جامعه از افراد، نهادها و سازمان‌های اجتماعی مورد نظر انتظار انجام آن را دارد؛ در واقع چنین انتظاری در جامعه، ارزش و اعتبار افراد، گروه‌ها، سازمان‌ها و نهادهای اجتماعی را مشخص می‌نماید. رسانه‌های جمعی به عنوان نهاد اجتماعی در جامعه، از ارزش و اعتباری

برخوردار هستند که بر اساس وظایفی که در جامعه ایفا می‌کنند، نقش معتبری برای ترویج فرهنگ خواهند داشت. (قنادان و همکاران، ۱۳۷۶) وسایل ارتباط جمعی با توجه به کاربری‌های متنوعی که دارند، از پایگاه و موقعیت اجتماعی خاصی در جهت انسجام اجتماعی و تقویت فرهنگ مذهبی برخوردار خواهند بود؛ براین اساس با توجه به کاربری‌های متنوع، در این مقاله سعی بر این است که انتظارات جامعه از وسایل ارتباط جمعی را در اشاعه فرهنگ مهدویت و نقش آن‌ها را مطالعه کنیم.

### اهمیت رسانه در ترویج فرهنگ مهدویت

رسانه‌های جمعی در جامعه موقعیت و اعتبار خاصی در ساختار اجتماعی هر جامعه‌ای دارند. این وسایل در جامعه‌شناسی بر اساس هنجارها و ارزش‌های اجتماعی جامعه، وظیفه و یا نقشی خاص را ایفا می‌کنند. بنابراین نقش اجتماعی به معنی برآورده کردن انتظارات اعضای گروه اجتماعی و یا در واقع به معنی چگونگی عمل کردن به قواعد و هنجارها در یک موقعیت اجتماعی است. (رفیع‌پور، ۱۳۷۸) رسانه‌های گروهی باید بر اساس چنین تعریفی از نقش، مجموعه رفتارهای مورد انتظار خانواده‌ها، دولت و حاکمیت را در جهت اشاعه ارزش‌ها و هنجارهای عصر غیبت و فرهنگ مهدویت، عملی نمایند. این وظایف و کارکردها، یعنی «تقویت، تشویق، اقناع و ترغیب کردن بایدها و نبایدهای مرتبط با فرهنگ مهدویت» که مطابق با ساختار جامعه، خانواده، نوجوانان و جوانان است.

### پایگاه اجتماعی، رسانه، فرهنگ مهدویت

پایگاه اجتماعی وسایل ارتباط جمعی ناشی از ارزیابی اجتماعی افراد جامعه از برنامه‌های تولید شده است. براین اساس، پایگاه اجتماعی، مجموعه حقوق و تکالیفی است که بیان‌گر موقعیت یک فرد یا گروه اجتماعی در رابطه با دیگران است، اعم از این‌که این روابط افقی یا عمودی، مبتنی بر تساوی یا سلسله مراتب و



یا مرتبط با منافع، اعتبار اجتماعی و یا افتخار باشد. (محسنی، ۱۳۷۸) وسایل ارتباط جمعی، از طریق پایگاه اجتماعی که در بین افراد جامعه دارند، در جهت تقویت فرهنگ مهدویت باید ارزیابی شوند. این ارزیابی، هم‌زمانی نقش مثبت و تأثیرگذار رسانه را در کاربردی و عملی کردن رفتارهای مطابق با سرفصل اندیشه‌های مهدویت بیان می‌کند. هر قدر که اعتبار و ارزش رسانه‌های همگانی در بین افراد جامعه اطمینان بالایی در هم‌نوا شدن و سازگاری اجتماعی با فرهنگ جامعه داشته باشد، ارزشمندتر است. عواملی که موجب با ارزش شدن پایگاه اجتماعی وسایل ارتباط همگانی در جهت تقویت فرهنگ مهدویت می‌شود، بر اساس سه نوع مرجع ساختاری است:

الف) وابستگی گروهی: برنامه‌های رسانه‌های همگانی از نظر ساختار هر قدر که با ارزش‌ها و هنجارهای جامعه در جهت تقویت فرهنگ مهدویت سازگاری داشته باشد، و افراد جامعه، بر اساس فرهنگ معنوی رایج در جامعه آن را اجرا نمایند، در گسترش فرهنگ مهدویت موفق‌ترند. این موفقیت از سوی افراد جامعه در پذیرش ارزش‌ها و هنجارهای عصر ظهور بیش‌تر نمایان می‌شود که بیانگر وابستگی گروهی از طریق وسایل ارتباط جمعی است و این مسئله بیش‌تر بر منزلت اجتماعی این نهاد در جامعه تأثیرگذار است.

ب) ساختار توانایی: هر قدر ساختار برنامه‌های رسانه‌های جمعی در جهت ابعاد مختلف فرهنگ مهدویت پویاتر، به روز رسان‌تر، جذاب‌تر و اقناع‌کننده‌تر باشد، ارزش بیش‌تری در بین جامعه برای اشاعه فرهنگ مهدویت خواهد داشت.

ج) ساختار نتایج: هر قدر نتایج برنامه‌های رسانه‌های جمعی با توجه به تحقیقات هم‌زمانی که در زمینه فرهنگ مهدویت انجام می‌گیرد، بیانگر تأثیرگذاری گسترش اندیشه، تفکر عملی و کاربردی عصر ظهور باشد، چنین نتایج ساختاری، می‌تواند منزلت این نهاد اجتماعی را برای تقویت اشاعه فرهنگ مهدویت بیش‌تر کند. (صدیق سروستانی، ۱۳۸۵)

## رسانه، گروه مرجع، فرهنگ مهدویت

رسانه‌ها در قالب گروه مرجع مثبت، نقش مؤثری در ترویج فرهنگ مذهبی و گسترش آن دارند. گروه مرجع به عنوان الگوی داوری و ارزیابی کارکرد، برای اشخاص اهمیت دارد. بیش‌تر ما در ارزیابی رفتار، قیافه ظاهری، ارزش‌ها و نظایر آن، به معیاری مراجعه می‌کنیم که گروه مرجعمان به دست می‌دهد. (کوئن، ۱۳۸۰)

رسانه‌ها با تولید برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی، روانی، و... به عنوان الگوی اجتماعی، نقش بارزی در کاربرد نمودن هنجارها و ارزش‌های فرهنگی عصر مهدویت دارند؛ با توجه به مرجع بودن این نهاد اجتماعی، این ابزار می‌تواند به صورت مستقیم بر روی اعضای خانواده برای گسترش ارزش‌های فرهنگ مذهبی شیعه به‌طور هم‌زمان اثر گذارد. ارائه برنامه‌ها و رفتارهای مذهبی و فرهنگی سودمند و تقویت رفتارهای اجتماعی مثبت، می‌تواند نقش مؤثری در نهادینه نمودن رفتارهای عملی فرهنگ مهدویت داشته باشد. برای مثال، با ساخت و تهیه برنامه‌های تلویزیونی، سینمایی، رادیویی و... این افراد و خانواده‌هایشان را می‌توان با پیامدهای مثبت و منفی منجی‌باوری در جامعه آشنا کرد. برخی دیگر از رسانه‌های جمعی از طریق تشریح و توصیف علمی و مذهبی وقایع آخرالزمان، با توجه به شرایط کنونی کشور و جهان، باید مردم را برای پذیرش حضرت صاحب‌الزمان علیه السلام آماده کنند. در قالب مقاله و داستان‌های اجتماعی باید درباره کرامات و توجهات حضرت مهدی علیه السلام به افراد جامعه آگاهی داد و جامعه را از بروز خطرات رفتارهای آسیب‌زای هم‌زمانی که ممکن است این فرهنگ را به انحراف کشاند، مطلع کرد. در واقع تمام تولیدکنندگان برنامه‌های اجتماعی، فرهنگی و... رسانه‌های همگانی، به عنوان گروه مرجعی در نظر گرفته می‌شوند که برای اشاعه این فرهنگ می‌توان به آن‌ها رجوع کرد و هنجارها و ارزش‌هایی از این نهاد اجتماعی را پذیرفت که مطابق با این فرهنگ است.

## اطلاع‌رسانی، رسانه‌ها، فرهنگ مهدویت

رسانه‌ها از بعد جامعه‌شناختی جزو محیط اجتماعی محسوب می‌شوند که در تقویت فرهنگ مذهبی از جمله مسائل فرهنگی عصر غیبت، بسیار مؤثر است. از بعد کارکردگرایی، برنامه‌های رسانه‌های همگانی در جهت ایجاد انسجام اجتماعی فرهنگ مهدویت و جلوگیری از بروز وضعی انحرافات تأثیرگذارند. از این دیدگاه، رسانه‌های همگانی به صورت خرده‌نظامی از نظام اجتماعی کل است که باید در جهت بقا و گسترش فرهنگ مهدویت حرکت نماید و با سایر دستگاه‌های نظام اجتماعی در راستای انسجام و هماهنگی، تعامل متقابل داشته باشد. براساس چنین نقشی که این عنصر در جامعه دارد، رسانه‌ها می‌توانند نقش مؤثری در تقویت فرهنگ مورد مطالعه و جلوگیری وضعی از انحرافات و سالم ماندن جامعه داشته باشد.

ضرورت اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به افراد جامعه از طریق رسانه‌ها، در جلوگیری از رشد انحرافات اجتماعی و کنترل اجتماعی این فرهنگ والا و مقدس در جامعه نقش بسیار مهمی دارد. بخشی از وظایف رسانه‌ها در جلوگیری از رفتارهای آسیب‌زای دینی در قالب برنامه‌های خبری و آموزشی است. وظیفه و نقش اطلاع‌رسانی رویدادهای اجتماعی از طریق رسانه‌ها این است که به انسان امکان می‌دهد که محیط زندگی اجتماعی خود را بهتر بشناسد و با توجه به آن، احتیاجات فردی و یا جمعی خود را مرتفع سازد، در برابر دیگران راه و رسم شایسته پیش بگیرد، اندیشه‌های خوب به دست آورد و قضاوت‌های درست نشان دهد و به‌طور کلی به عنوان عضوی از اعضای جامعه با آگاهی کامل به حقوق و مسئولیت‌های خویش و با آزادی و آسایش به زندگی ادامه دهد. (معتمدنژاد، ۱۳۸۳) رفتارهای مثبت و منفی عصر مهدویت در بین افراد به عنوان رویداد اجتماعی در جامعه، از طریق رسانه‌های همگانی قابل شناخت است. این نهاد اجتماعی در قالب برنامه‌های خبری و پیام‌های فرهنگی و اجتماعی مردم جامعه را

درباره پیامدهای اجتماعی و آسیب‌های فرهنگی در محیط اطرافمان روشن و آگاه می‌کند تا از این طریق افراد، کنش‌های متقابل و ارتباطات خود را با دیگران در جهت گسترش رفتاری و عملی صحیح این فرهنگ اجرا نمایند. رسانه‌ها با تولید برنامه‌های آگاهی‌بخش، می‌توانند اثرات مثبت این فرهنگ را هم‌زمان در جهت نهادینه کردن رفتارهای عملی و کاربردی مهدویت به جامعه، اطلاع دهند.

با تولید برنامه‌هایی با محتوای فرهنگی، دینی، هنری، اجتماعی، روان‌شناختی و... در مورد رفتارهای عملی و کاربردی عصر مهدویت می‌توان افراد جامعه را با اثرات و پیامدهای انحراف‌آمیز این فرهنگ آشنا کرد. بر این اساس وسایل ارتباط جمعی با توجه به دگرگونی‌های متنوعی که در زندگی روزمره ایجاد می‌کنند، بهترین معرف برای نقش آگاه‌کنندگی و انتشار اطلاعات عینی و ارائه روش‌های صحیح زندگی هستند. اهمیت و وظیفه آموزشی وسایل ارتباطی در جوامع معاصر به حدی است که بعضی از جامعه‌شناسان برای رسانه‌های همگانی نقش «آموزش همگانی» یا «آموزش دائمی» قائل هستند. جامعه‌شناسان معتقدند که وسایل ارتباطی با پخش اطلاعات و معلومات جدید به موازات کوشش معلمان و استادان، وظیفه آموزشی انجام می‌دهند و دانستنی‌های علمی و فرهنگی و اجتماعی دانش‌آموزان و دانشجویان را تکمیل می‌کنند. (ساروخانی، ۱۳۷۳) در جامعه ایران، نقش آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی رسانه‌ها در مورد اندیشه‌های فرهنگی عصر مهدویت بیش‌تر در ارتباط با شناخت عوامل و پیامدهای مثبت و منفی این فرهنگ بوده است. برنامه‌هایی که بتواند بیش‌تر افراد جامعه را با پیامدهای تطبیقی سایر ادیان که معتقد به منجی آخرالزمان هستند یا علی‌که این فرهنگ را با عصر پست‌مدرنیته و جهانی شدن تطبیق دهد و... آشنا کند، کم‌تر تهیه و تولید شده است. بر این اساس نقش اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به افراد جامعه، با نقش جامعه‌پذیری حاکم است. برنامه‌های تولید شده بیش‌تر به عواقب بعد یا قبل عصر مهدویت پرداخته است. بر این اساس باید برنامه‌هایی را در

رسانه‌ها تولید کرد که توجه خانواده‌ها و جوانان را بیش‌تر به فرهنگ مهدویت جلب نماید و با ارائه راهکارهای صحیح و علمی این فرهنگ را تقویت کنند و گسترش دهد.

### رهبری و راهنمایی، رسانه، فرهنگ مهدویت

سودمندی رهبری و راهنمایی وسایل ارتباط جمعی از دیگر کارکردهای اساسی این نهاد اجتماعی است. در نقش رهبری باید اشاره به این کرد که این نهاد در بیداری و ارشاد افکار عمومی به ویژه در جهت پیامدهای مثبت و منفی عصر مهدویت به طور هم‌زمان بسیار تأثیرگذار است. کارکرد رهبری و راهنمایی این وسایل، حکم گروه مرجع را دارد که توانسته جامعه را در جهت تقویت ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ والای مهدویت در قالب برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی و حقوقی سوق دهد و خانواده‌ها را از اثرات مثبت و یا پیامدهای منفی که برخی برای تضعیف کردن این فرهنگ به وجود می‌آورند، مطلع نماید. همچنین با ایجاد رفتارهای اجتماعی مثبت و اشاعه آن‌ها در میان افراد جامعه، رسانه تا حدی توانسته باعث جلوگیری از پیامدهای منفی تخریب این فرهنگ مقدس گردد. این وسایل، در قالب تهیه و تدوین برنامه‌های دینی، روان‌شناختی و اجتماعی در صدا و سیما، و همچنین اختصاص دادن ستونی از مطبوعات به بخش ترویج فرهنگ مهدویت، نقش بارزی در تقویت این فرهنگ به صورت هم‌زمان داشته باشد و با این کار پل ارتباطی متقابلی را با افراد جامعه برقرار نماید، تا از این طریق بتواند الگوهای صحیح رفتاری را برای آن دسته از خانواده‌ها و افرادی که در شناخت و آگاهی این فرهنگ دچار تزلزل اند، خودباوری و پذیرش این فرهنگ رفتاری را ترویج نماید. رسانه‌های جمعی با همکاری سایر دستگاه‌های نظام اجتماعی، می‌توانند با ساخت و تولید تیزرها و برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی و... در قالب «انیمیشن سازی، سریال سازی، مستند سازی، مقاله، نشر، گرافیک، میزگردهای

مختلف درباره اشاعه فرهنگ مهدویت و...» راهکارهای تقویت و یا پیامدهای منفی تخریب این فرهنگ مقدس را نشان دهند، که به عنوان بخشی از وظایف و انتظارات رسانه‌ها به طور هم‌زمان مؤثر است.

### فراغت، رسانه، فرهنگ مهدویت

از دیگر ضرورت‌های رسانه‌های همگانی، نقش تفریحی این وسایل در جهت تقویت فرهنگ والا و باارزش مهدویت است. وسایل ارتباط جمعی به عنوان مهم‌ترین ابزار تفریحی و سرگرمی افراد به شمار می‌روند که با پخش و انتشار برنامه‌های سرگرم‌کننده، بر الگوی رفتاری اوقات فراغت انسان اثراتی تعیین‌کننده دارند و از این طریق است که افراد از تنهایی و زندگی سخت روزمره‌اش رهایی می‌یابد و با محیط بیرونی تماس برقرار می‌کند. (داد‌گران، ۱۳۸۳) وسایل ارتباط جمعی می‌توانند خلأ سرگرمی را در خانواده‌ها پر کنند. با این وجود نباید به وسایل ارتباط جمعی از دیدگاه تفریحی و سرگرمی نگاه کرد. این وسایل از طریق ارائه برنامه‌های تفریحی موجب گسترش دید و گشایش مرزهای جهان هستی می‌شود، و افق دید ما را وسعت می‌دهد. نقش سرگرم‌کننده وسایل ارتباط همگانی از لحاظ روانی روی افراد تأثیر می‌گذارد و پاسخ‌گوی مناسبی برای برآوردن نیازهای انسانی تلقی می‌شود. یکی از نقش‌های فراغتی رسانه این است که زمان آزادی افراد جامعه را که در اختیار دارند به میل آن‌ها پرمی‌کند؛ بر این اساس تولید برنامه‌های متنوع که متناسب با سلیق و علایق افراد باشد، از مسائل مهمی است که رسانه‌ها وظیفه دارند تولید نمایند. این تولیدات باید در جهت افزایش اطلاعات، آموزش، مشارکت اجتماعی، سرگرم شدن و استراحت افراد باشد. (دفلور و ملوین، ۱۳۸۳) رسانه‌ها از طریق تولید برنامه‌های تفریحی، دنیای تازه‌ای را برای افراد به وجود می‌آورند که خستگی ناشی از انجام دادن یک رشته وظایف محدود و تکراری را رفع کند. وسایل ارتباط جمعی با تولید برنامه‌های متنوع خود احساس تنهایی انسان‌ها را پرمی‌کند.

تولید سریال‌ها و برنامه‌هایی از جمله جشن ولادت، امامت و... حضرت صاحب‌الزمان علیه السلام که در جهت گسترش فرهنگ مهدویت است، افزون بر این که بخشی از اوقات فراغت افراد جامعه را پر می‌کند، موجب این شده است که بخشی از حقایق و پیامدهای آشکار و پنهان اثرات فرهنگ مهدویت را به طور هم‌زمان برای افراد جامعه روشن کند و باعث افزایش آگاهی در مخاطبان می‌گردد. در جامعه ایران ساخت برنامه‌هایی که بتواند اوقات فراغت افراد را به بهترین شکل پر کند تا به سمت گسترش فرهنگ مهدویت حرکت کند، بسیار کم است. در واقع تولید بی‌محتوای برنامه‌ها و کلیشه‌ای بودن برنامه‌های تفریحی رسانه‌ها به خصوص تلویزیون و رادیو در دهه‌های اخیر، نتوانسته است اثر عمیقی در اشاعه فرهنگ مهدویت به ویژه در میان جوانان جامعه گذارد.

### **تبلیغات، رسانه، فرهنگ مهدویت**

از دیگر وظایف مهم رسانه‌های جمعی، تبلیغات است. این تبلیغات می‌تواند در زمینه‌های گوناگونی صورت گیرد. در زمینه ترویج فرهنگ مهدویت به صورت هم‌زمانی، رسانه‌های همگانی می‌توانند از تبلیغات به منظور بالا بردن آگاهی افراد و سطح معلومات آن‌ها از پیامدهای مثبت و منفی این فرهنگ در سطح وسیع اجتماعی و فرهنگی استفاده نمایند. در واقع این نوع تبلیغات در سطح رسانه‌ها با ارائه پیام‌های فرهنگی و اجتماعی که به طور وضعی می‌تواند ارائه شود و بیش‌تر ماهیت ارشادی، راهنمایی و اطلاع‌رسانی به جامعه داشته باشد و افراد جامعه را در جهت گسترش این فرهنگ هدایت نماید.

### **نتیجه**

وسایل ارتباط جمعی در جامعه نقش بسیار مؤثری در ترویج فرهنگ مذهبی از جمله تفکر و نگرش رفتارهای فرهنگ مهدویت خواهد داشت، رسانه‌های جمعی

که نوعاً یک پدیده شهری هستند، جزو وسایل ارتباطی تأثیرپذیر محسوب می‌شوند... رابطه رسانه‌های جمعی اکثر اوقات یک طرفه، از طرف کارگردانان آن‌ها به سوی مصرف‌کنندگان است... با توجه به وسعت برد و پراکندگی رسانه‌های جمعی، علاقه‌مندان به امور اجتماعی به ویژه جامعه‌شناسان، به شناخت اثر این وسایل در رفتار و کردار مردمان دلبستگی نشان می‌دهند. (سلیمی و داوری، ۱۳۸۵) ارزیابی اجتماعی وسایل ارتباط جمعی در گسترش فرهنگ دینی از جمله فرهنگ مهدویت جامعه بر اساس اعتبار و منزلتی که افراد برای آن قائل شده‌اند، باید بررسی شود. هر قدر که برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی رسانه‌ها در آذهای مردم برای ترویج و اشاعه این فرهنگ، موضعی و هم‌زمانی باشد، بیش تر نهادینه می‌گردد و پایگاه اجتماعی این ابزارها در جامعه بیش تر خواهد شد. از سوی دیگر هر چقدر که ساختار برنامه‌های اجتماعی و فرهنگی رسانه‌ها در جهت آموزش و اطلاع‌رسانی در ترویج رفتارهای مثبت و رفتارهای آسیب‌زای این فرهنگ توانمندتر باشد، ارزیابی و اطمینان اجتماعی به این ابزارها بیش تر خواهد بود. از بعد دیگر هر چه ساختار نتایج تأثیرگذارتر باشد، اعتماد اجتماعی و ارزیابی از این وسایل در افزایش پایگاه اجتماعی در جهت کاربردی‌تر کردن و عملی‌تر بودن این فرهنگ مؤثرتر خواهد بود.

برنامه‌های فرهنگی و اجتماعی رسانه‌های همگانی در ترویج این فرهنگ نوعی الگوی مرجع محسوب می‌شوند. افراد جامعه از طریق مشاهده واقیعت‌های این فرهنگ در برنامه‌های تلویزیونی، سینمایی و یا در قالب مقاله و داستان‌های فرهنگی و دینی به افراد جامعه آگاهی می‌بخشند. رسانه‌های جمعی نوعی نهاد اجتماعی محسوب می‌شوند که از طریق تولید پیام‌های گوناگون فرهنگی با مخاطبان خود در قالب کنترل آسیب‌های دینی به این فرهنگ، به هدایت افراد جامعه می‌پردازند و به نوعی، سازگاری اجتماعی را در جامعه ایجاد می‌نمایند. برنامه‌های رسانه‌های همگانی از بعد کارکردگرای در جهت ایجاد نظم



اجتماعی و جلوگیری از پیامدهای منفی سوءاستفاده از این فرهنگ ارزشمند می‌تواند بسیار مؤثر باشد. کارکرد اطلاع‌رسانی و آگاهی‌بخشی به افراد جامعه، در قالب برنامه‌های خبری و آموزشی با تولید برنامه‌هایی روان‌شناختی، فرهنگی، هنری، دینی و اجتماعی بسیار مؤثر است. بر این اساس وسایل ارتباط جمعی با توجه به دگرگونی‌های متنوعی که در زندگی روزمره ایجاد می‌کنند، بهترین معرف را برای نقش آگاه‌کنندگی و انتشار اطلاعات عینی دارند. کارکرد رهبری این وسایل حکم‌گروه مرجع را دارد، که توانسته افراد را در جهت تقویت فرهنگ مهدویت در قالب برنامه‌های متنوع سوق دهد و خانواده‌ها را از اثرات آن مطلع نماید.

وسایل ارتباط جمعی می‌توانند خلأ سرگرمی را در خانواده‌ها پر کنند. وسایل ارتباط جمعی با تولید برنامه‌های متنوع خود اوقات فراغت انسان‌ها را پر می‌کنند. تولید برخی از سریال‌ها و برنامه‌هایی که در جهت ترویج و اشاعه فرهنگ مهدوی، موجب شده است که بخشی از حقایق و پیامدهای آشکار و پنهان اثرات این فرهنگ را به طور هم‌زمان برای افراد جامعه روشن کنند و باعث افزایش آگاهی در مخاطبان گردد. از دیدگاه کارکرد تبلیغاتی، وسایل ارتباط جمعی مردم را در جهت تقویت فرهنگ مهدویت، به طور موضعی و هم‌زمانی آماده می‌کند. با توجه به مواردی که بیان شد می‌توان پیشنهاداتی را بیان کرد.

### پیشنهادهای

1. تولید برنامه‌های فرهنگی، اجتماعی، هنری، دینی و... جهت ارشاد عملی خانواده‌ها و جوانان برای نهادینه کردن و سوق یافتن به سمت رفتارهای عملی و کاربردی ارزش‌ها و هنجارهای فرهنگ مهدویت.
2. تولید پیام‌های اجتماعی، فرهنگی در رسانه‌های ملی و استانی با تأکید بر اثرگذاری فرهنگ مهدویت در میان خانواده‌ها و جوانان.
3. تنوع تولید، چندسویه بودن تولیدات برنامه‌های فرهنگ مهدویت؛

برنامه‌هایی با تأکید بر استمرار ارزش‌های عمیق دینی، اجتماعی، فرهنگی مهدویت.

۴. تولید برنامه‌های هدفمند، پویاتر، به‌روزرسان‌تر در مورد فرهنگ مهدویت با همکاری حوزه علمیه، دانشگاه، آموزش و پرورش، سازمان تبلیغات اسلامی، مدیریت شهری و ...

۵. تولید مقالات علمی و کاربردی در رسانه‌های نوشتاری و وبسایت‌های مطبوعاتی، سازمانی و غیردولتی در سطح ملی و استانی در مورد فرهنگ مهدویت.

۶. تولید برنامه‌هایی جهت نهادینه نمودن جامعه‌پذیری، انسان‌شناختی، فرهنگ‌پذیری فرهنگ مهدویت.

## منابع

۱. دادگران، سید محمد، *میانی ارتباط جمعی*، تهران، نشر مروارید، ۱۳۸۳ ش.
۲. دفلور، دنیس؛ ملوین، اورت ای، *شناخت ارتباطات جمعی*، ترجمه: سیروس مرادی، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۸۳ ش.
۳. رفیع پور، فرامرز، *آناتومی جامعه*، تهران، انتشارات سهامی نشر، ۱۳۷۸ ش.
۴. ساروخانی، باقر، *جامعه‌شناسی ارتباطات*، تهران، نشر اطلاعات، ۱۳۷۳ ش.
۵. سلیمی، علی؛ داوری، محمد، *جامعه‌شناسی کج روی*، قم، نشر پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، ۱۳۸۵ ش.
۶. شیخاوندی، داور، *جامعه‌شناسی انحرافات*، تهران، نشر مرنندیز، ۱۳۶۹ ش.
۷. صدیق سروستانی، رحمت‌الله، *انحرافات اجتماعی*، تهران، نشر آن، ۱۳۸۵ ش.
۸. قنادان و همکاران، منصور، *جامعه‌شناسی مفاهیم کلیدی*، تهران، نشر آوای نور، ۱۳۷۶ ش.
۹. کوئن، بروس، *درآمدی بر جامعه‌شناسی*، ترجمه: محسن ثلاثی، تهران، نشر معاصر، ۱۳۸۰ ش.
۱۰. محسنی، منوچهر، *مقدمات جامعه‌شناسی*، تهران، نشر دوران، ۱۳۷۸ ش.
۱۱. معتمدنژاد، کاظم، *وسایل ارتباط جمعی*، تهران، انتشارات دانشگاه علامه، ۱۳۸۳ ش.



## شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز

### در حوزه رابطه مردم با یکدیگر

شهرزاد کتابی\*

مریم کتابی\*\*

#### چکیده

گرچه امروزه برخی جنبه‌های زندگی بشر با پیشرفت تکنولوژی روان‌تر و راحت‌تر شده است، اما روابط اجتماعی سالم و کمال یافته کم‌تر و گاه مختل گشته است؛ از این رو، نیاز امروز جوامع بشری به اصول و ارزش‌های متعالی اسلام در روابط اجتماعی و به‌ویژه در جامعه زمینه‌ساز بیش از پیش احساس می‌شود.

بر این اساس بحث ما درباره شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در حوزه رابطه مردم با یکدیگر است که در راستای تبیین و ارائه چگونگی این ارتباط با محوریت شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز، پرداختن به مباحثی پیرامون این مهم همچون انسان، روابط اجتماعی و جامعه زمینه‌ساز، بایستگی و اهمیت روابط انسان‌ها با یکدیگر در این جامعه (زمینه‌ساز)، بسترها و زیرساخت‌های مناسب، پایه‌ها و اصول حاکم و نیز شیوه‌ها و فنون اساسی در مهندسی

---

\* کارشناس ارشد روان‌شناسی. (shahrzadketabi@yahoo.com).

\*\* کارشناس ارشد زبان و ادبیات عرب. (ketabi\_maryam@yahoo.com).

شاخص‌های فرهنگی در رابطه مردم با یکدیگر را با تأکید بر آموزه‌های اسلامی - مهدوی در جامعه زمینه‌ساز و نیز اصول روان‌شناسی روز، در دستور کار خود قرار داده است. اما پیش از آن نیز با طرح مطالبی منسجم و مرتبط در مورد موضوع مورد بحث، نوشتار را سیری منطقی بخشیده است.

در پایان نتیجه می‌گیرد که سیره و اندیشه افراد با یکدیگر در برقراری رابطه‌ها در یک جامعه زمینه‌ساز با بهره‌گیری از آموزه‌های ناب مهدوی، نگاهی استوار و هدفمند به جایگاه و کرامت انسان در دستگاه آفرینش است، نه نگاهی ابزارمند؛ زیرا بینش افراد در چنین جامعه‌ای (زمینه‌ساز) بینشی توحیدی بوده و حاکی از وجود مبانی خاص انسان‌شناسانه است.

### واژگان کلیدی

شاخصه، فرهنگ، جامعه، زمینه‌سازی، رابطه، مردم، آموزه‌های اسلامی - مهدوی.

### مقدمه

پدیده «مجاورت بدون صمیمیت» از ویژگی‌های جوامع امروزی است. در توسعه روابط اجتماعی موفقیت‌چندانی کسب نکرده‌ایم؛ علت آن را نیز باید «فقدان مهارت‌های ارتباطی» جست‌وجو کرد. ما چون نمی‌دانیم چگونه باید با دیگران ارتباط برقرار کنیم، رابطه‌ها را کاهش می‌دهیم. کاهش رابطه و ناسالمی رابطه‌ها، معلول برخوردار نبودن از مهارت‌های ارتباطی است.

این امر در حالی است که انسان فطرتاً موجودی اجتماعی است و در کنار دیگران زندگی می‌کند. از این رو پدیده زندگی اجتماعی شکل می‌گیرد. زندگی اجتماعی نیز از مسائل مهمی است که موفقیت در آن، نیازمند برخورداری از مهارت‌های صحیح است.

هرچند برخی چنین می‌پندارند که امروزه وسایل ارتباطی به دلیل پیشرفت‌های

چشمگیر، تأثیر بسزایی در زندگی انسان‌ها بر جای گذاشته است و با وجود این مسئله نیازی به تعامل و برقراری رابطه با دیگران نیست، اما تجربه ثابت کرده است که طیف وسیعی از بیماری‌های روحی و روانی و نیز بخش مهمی از ناکامی‌های زندگی به دلیل عدم برقراری ارتباط یا ناکامی در برقراری رابطه با مردم اجتماع است. پس روابط اجتماعی را نباید ساده انگاشت. کسی که نتواند با دیگران رابطه‌ای صحیح و منطقی برقرار سازد، دچار تنش‌ها، مشکلات و بلکه بحران‌های زیادی خواهد شد که برکُل زندگی او تأثیر خواهد داشت و سبب نارضایتی و تنها ماندن وی از سوی مردم، بلکه سبب ناکامی‌هایی نیز برای خود شخص خواهد شد. این چنین انسانی یعنی کسی که نتواند با اقشار مختلف مردم از هر گروه، رده، طبقه و سامانه اجتماعی روابط متعادلی داشته باشد، طبیعی است که در اجتماع نیز نمی‌تواند تعامل مثبت و سازنده‌ای برقرار نماید. از این رو، پیوسته در حال تنش و اضطراب است و همواره از فشار روانی رنج می‌برد. همین امر، بر موقعیت اجتماعی و کسب و کارش تأثیر منفی بر جای خواهد گذاشت.

اما نباید فراموش کرد همین برقراری ارتباط و زندگی جمعی، نیازمند ضابطه و قانون است؛ چراکه بدون ضابطه و پایبندی، شالوده روابط و نیز زندگی اجتماعی از هم می‌پاشد و در نتیجه اجتماع از بین می‌رود.

از این رو، توجه کردن و به کار بستن اصول حاکم، جهت برقراری ارتباط برای تمامی افراد و از آن جمله نهادهای مختلف اجتماعی، امری ضروری است که بخش عمده‌ای از متون دینی نیز به این امر مهم - رابطه مردم با یکدیگر - اختصاص دارد که مغفول و محجور مانده است. یکی از همین موارد شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در حوزه رابطه مردم با یکدیگر است. یکی از همین موارد شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در حوزه رابطه مردم با یکدیگر است که به بررسی آن خواهیم پرداخت.

## تأملی بر مفاهیم

بدون ارائه تعریفی شفاف و جامع از واژگان اصلی پژوهش نمی‌توان درباره رابطه

مردم با یکدیگر در جامعه زمینه ساز سخن گفت.

### الف) شاخص های فرهنگی

فرهنگ (Culture) فقط مجموعه ای انباشته از آداب و رسوم و شیوه های مختلف زندگی نیست، بلکه نظامی سازمان یافته از رفتارها، و یا شیوه عمومی زندگی گروه یا گروه هایی از مردم است. عناصر فرهنگی از قبیل عادات، سنت ها، اعتقادات، ارزش ها و نقاط نظر مشترک انسان ها را با یکدیگر پیوند می دهد و هویت اجتماعی به وجود می آورد. (کی براون، فرهنگ و اجتماعات، ۳۴)

از فرهنگ تعاریف متعددی ارائه کرده اند که اغلب آن ها نیز توسط دیگران مورد انتقاد قرار گرفته است. (تکمیل همایون، ۱۳۵۸: ۱۰۱). یکی از اولین تعاریف نسبتاً جامع از فرهنگ در سال ۱۸۷۱ میلادی توسط «تایلور» ارائه شد. این مردم شناس انگلیسی اعتقاد داشت که فرهنگ عبارت است از:

مجموعه پیچیده ای از علوم، دانش ها، هنرها، افکار، اعتقادات، قوانین و مقررات، آداب و رسوم، سنت ها، و به طور خلاصه کلیه آموخته ها و عاداتی که یک انسان به عنوان عضو جامعه اخذ می کند.

به بیان «سمنر» جامعه شناس امریکایی، فرهنگ مجموعه آداب و رسوم و سنت ها و نهادهای اجتماعی است. «اسپنسر» در کتاب *اصول جامعه شناسی* از فرهنگ به عنوان محیط «فوق جسمانی» (Superorganic) بشریاد می کرد و در صدد جدا ساختن فرهنگ از عوامل جسمانی و طبیعی بود. وی اعتقاد داشت که محیط «فوق جسمانی» خاص انسان است، در حالی که انسان از لحاظ دو محیط دیگر (طبیعی و جسمانی) با حیوان دارای وجه اشتراک است. (محسنی، ۱۳۷۵: ۲۰۴)

می توان فرهنگ را مجموعه ای از کردارها و رویه های اجتماعی که در جامعه به وجود می آیند و انتقال می یابند و عناصری مانند زبان، مناسک و مراسم، سنت ها، پوشاک، مسکن، صنایع، هنرها، و علوم از مبانی آن هستند تعریف نمود.



در مواردی مردم‌شناسان اجتماعی فرهنگ را در مقابل طبیعت قرار داده‌اند. در این صورت می‌توان این سؤال را مطرح کرد که آیا فرهنگ عبارت از آن چیزهایی است که آموزش (به مفهوم عام) به طبیعت می‌افزاید و یا آن‌که مواردی را شامل می‌گردد که آموزش به فرد اضافه می‌کند؟

فرهنگ از طریق دیگرانسان‌ها آموخته می‌شود و آموزش آن بر اثر روابط متقابل میان انسان‌ها صورت می‌گیرد.

فرهنگ از طریق توارث منتقل نمی‌شود و یک تولید اجتماعی است. فرهنگ محصول میراث اجتماعی است و در شکل‌گیری آن عواملی مانند اطلاعات و دانش‌های موجود در جامعه، تحولات و تغییرات اجتماعی، روابط اجتماعی و وسایل ارتباط جمعی مداخله دارد. فرهنگ مجموعه‌ای است که نسل به نسل انتقال می‌یابد، عناصر آن بر روی هم انباشته می‌شود، از محلی به محل دیگر نشر می‌یابد، دست به‌گزینش می‌زند، می‌تواند ابعاد تخصصی پیدا کند، و به برخی از انواع تقسیم می‌شود و بالاخره دست‌خوش بحران می‌گردد.

حال که مفهوم فرهنگ معلوم گشت، باید مشخص شود منظور از شاخص‌های فرهنگی که در این جا مورد بحث قرار می‌گیرد چیست؟

شاخص در فرهنگ لغت به معنی «برجسته و ممتاز، نمونه، الگو و سرمشق» عنوان شده است. (انوری، ۱۳۸۳: ۷۳۲) و در کاربرد این پژوهش شاخص فرهنگی به معنای آن دسته از ارزش‌های اخلاقی - اجتماعی که از بسترها و زیرساخت‌ها، قاعده‌ها و اصول و نیز شیوه‌ها و فنون شکل می‌گیرد، است که هر فرد منتظر با بهره‌گیری از آموزه‌های جامعه مهدوی در ارتباط با دیگران جهت زمینه‌سازی آن را جامعیت می‌بخشد، شاخص‌هایی که اگر فرد به درستی و با اعتقادی راستین آن‌ها را انجام دهد، در تحقق جامعه ظهور نقش بسزایی دارد.

#### ب) جامعه زمینه‌ساز

از مجموعه ارتباطات انسانی بین گروه‌های اجتماعی است که «جامعه» پدید

می‌آید. جامعه انسانی، تنها مجموعه ساده‌ای از افراد نیست، بلکه نظامی است که از پیوند آن‌ها به دست می‌آید. از نظر دورکیم، جامعه تنها از گرد آمدن افراد و از تجمع انسان‌ها به وجود نیامده، بلکه دارای هویت خاص و مستقلی است که او این هویت مستقل را «وجدان جمعی» می‌نامد. بدیهی است که جامعه از افراد ترکیب یافته و رفتار افراد می‌تواند سبب تغییر آن گردد، ولی در عین حال، جامعه خود دارای ماهیت مستقلی است که بر رفتار افراد تأثیر می‌گذارد؛ چنان‌که بسیاری از رفتارها و کزرفتاری‌های آدمی به راهنمایی جامعه‌ای که در آن پرورش می‌یابد، شکل می‌گیرد و یا بالعکس.

اما مقصود از جامعه در این جا جامعه زمینه‌ساز است، جامعه‌ای که در آن همگان منتظرند، منتظر منجی مصلح و عدالت‌گستری که بشر را براساس اصل توحید، مهرورزی و اخوت اسلامی و با شعار یگانگی دینی گرد هم جمع می‌نماید. البته جامعه زمینه‌ساز و منتظران ظهور در جهت رضای امام عصر<sup>علیه السلام</sup> و تحقق حکومت مهدوی به رغم وجود علایق و سلیقه‌های گوناگون با بهره‌گیری از آموزه‌های این مکتب با یکدیگر براساس محبت، مدارا، رفق، تواضع، فروتنی و... رفتار می‌نمایند.

بنابراین جامعه زمینه‌ساز، جامعه‌ای تعهدآفرین و تحرک‌بخش است که منتظران را به تکاپو و تلاش وامی‌دارد تا در برابر یکدیگر احساس مسئولیت داشته باشند.

### ج) رابطه

در نگاه اول کلمه «رابطه» کلمه‌ای تعریف شده و بی‌نیاز از توضیح به نظر می‌رسد، اما اگر کمی دقت کنیم از خود خواهیم پرسید به راستی رابطه یعنی چه؟ ارتباط به چه معناست؟ آیا رابطه همان ارتباط است؟ و عملکرد آن‌ها چگونه است؟

در مورد پرسش نخست باید بگوییم که شاید بارزترین تعریفی که از واژه رابطه از

نظر لغوی می‌توان بیان نمود، عبارت است از مجموعه رفتارهای متقابل و کنش و واکنش‌های دوجانبه: رابطه جنسی، زناشویی، سیاسی، اجتماعی و... به بیانی دیگر، تماس، گفت‌وگو، مراوده یا دوستی بین دو یا چندکس، ارتباط.

پس با توجه به تعریف فوق، می‌توان گفت ما هر لحظه و همه جا در حال برقراری ارتباط هستیم. این واژه «ارتباط» از یکسو دارای مفهومی واضح و روشن و از سوی دیگر، دارای مفاهیمی پیچیده و غامض است. از دیدگاه لغوی، تعاریف متعدد برای این واژه بیان شده است که به چند مورد آن اشاره می‌شود:

ارتباط به معانی «رساندن، بخشیدن، انتقال دادن، آگاه ساختن و مکالمه و مراوده» آمده است. (وبستر، ۸۲۶) به بیان دیگر ارتباط در قالب مصدر متعدی به معنای «ربط دادن، بستن، بستن چیزی به چیزی و بر بستن» بوده و در نقش اسم مصدر، به معنای «بستگی، پیوند، پیوستگی و رابطه» است. (معین، ۱۳۶۴: ج ۱، ۱۸۹) و در جای دیگر ارتباط به معنای «مبادله، گزارش، ابلاغیه، ابلاغ، نقل و انتقال، مراوده و عمل رساندن و ابلاغ و...» آمده است. (آریان‌پور، ۱۳۸۲: ج ۱، ۳۸۶)

در تعریف اصطلاحی از میان تعاریف ارائه شده برای ارتباط و روابط بین فردی، سه تعریف بنیان تمام تعاریف را پی می‌ریزد. در نزد ارسطو، ارتباط (ریطوریکا) جست‌وجو برای دست یافتن به کلیه وسایل و امکانات موجود برای ترغیب و اقناع دیگران است. (محسنیان راد، ۱۳۶۴: ۳۹)

از دیدگاه روان‌شناسی اجتماعی و دانشمندان علوم ارتباطات انسانی، ارتباط میان فردی، فرآیندی است که طی آن اطلاعات، معانی و احساسات از طریق پیام‌های کلامی و غیرکلامی با دیگران در میان گذاشته می‌شود. یعنی همان فرآیند ارسال و دریافت پیام را ارتباط می‌گویند. (اون هارجی، ۱۳۷۷: ۹۰)

بر طبق تعریف سوم، ارتباط میان فردی، یک تعامل گزینشی نظام مند، منحصر به فرد و روبه پیشرفت است که سازنده شناخت طرفین از یکدیگر است و

محصول این شناخت، ایجاد معانی مشترک بین اعضا و طرفین ارتباط است. حال با تمام تفاسیر، همان‌گونه که پیش‌تر نیز در تعریف لغوی ارتباط بیان شد، معین در فرهنگ خود اساس ارتباط را، رابطه تعریف می‌کند. لذا از نظر او، نوعی این همانی بین این دو واژه وجود دارد. (معین، ۱۳۶۴: ۱، ۱۸۹)

## ۵) مردم

مردم در فرهنگ لغت به معنای «انسان‌ها، آدمیان، گروه نامشخصی از انسان‌ها که ویژگی معینی آن‌ها را به یکدیگر پیوند می‌دهد، ساکنان جایی، دیگران، بیگانگان و غریبه‌ها» آمده است. (انوری، ۱۳۸۳: ۱۱۲۹) در تعبیر عامه، این واژه با پسوند‌هایی همچون: مردم‌آزار، مردم به‌دور، مردم‌پسند، مردم‌دار، مردم‌دوست، مردم‌فریب، مردم‌گریز و... به کار می‌رود. (همو)

## خاستگاه پیدایش روابط

از آن‌جا که دین خود مبدع رابطه‌های انسانی نیست و بیش‌تر نقش تأییدی و امضایی در برابر ارتباط موجود را دارد و در واقع دین‌دار بودن مردم، آن‌ها را به سمت پی‌ریزی این مسئله نکشاده است، پس باید بررسی کرد که منشأ پیدایش این‌گونه روابط انسانی چیست؟ چه عاملی سبب کشیده شدن به سمت این ارتباطات شده است؟ واضح است تا منشأ پیدایش و انگیزه ظهور روابط شناخته نشود، نمی‌توان به حقیقت آن‌ها دست یافت و به شرایط، انواع و ابزار آن پی برد و آن‌گاه با معیار شریعت در مورد ارکان، شرایط و انواع آن قضاوت نمود.

رابطه انسان‌ها با یکدیگر در اجتماع، تنها محصول تدبیر عاقلانه آن‌هاست که تمام امور از جمله انسان‌های دیگر را در مسیر رسیدن به اهداف خود به خدمت می‌گیرند. یعنی عقلاً به این نتیجه رسیده‌اند که در دنیا بدون همکاری یکدیگر و جلب یاری دیگران نمی‌توانند به تمام اهداف زندگی دست یابند. حتی و چه بسا زندگی فارغ از حمایت دیگران مورد تهدید واقع شود و به نابودی منتهی گردد.

این‌گونه تفکر و استدلال، آن‌ها را به پی‌ریزی برقراری رابطه با دیگران در جامعه و دریافت کمک از هم‌نوع خویش سوق داده است تا اهداف خود را در رهگذر ارتباط و همیاری با یکدیگر به دست آورند. یکی از انواع ارتباط، رابطه مردم با یکدیگر است. گویا این‌گونه پنداشته‌اند همان‌طور که جامعه انسانی و اهداف زندگی، بدون ارتباط اقتصادی و آموزشی و... از سلامت لازم برخوردار نیست و زندگی بدون آن‌ها رو به فنا و نابودی است، زندگی فارغ از ارتباط دوستی با مردم، یک زندگی سالم، رو به رشد و حتی بهبودی نیست و برای رسیدن به اهداف زندگی و برخورداری از سلامت روحی و روانی و حرکت در جاده تکامل فردی و اجتماعی، وجود ارتباط دوستی با سایر اقشار جامعه همانند ارتباط اقتصادی و فرهنگی ضروری است. بنابراین برقراری رابطه دوستی با آن‌ها محصول تدبیر عاقلانه عقلانست.

## انسان و رابطه‌هایش

انسان موجودی کمال‌جو و تعالی‌پذیر است. کمال آدمی بر اثر حُسن انجام وظایفی به دست می‌آید که به سبب روابط گوناگون او با خود، خداوند و هم‌نوعان بر عهده‌اش نهاده شده است. این روابط عبارتند از:

### الف) رابطه انسان با خود

اندیشمندان رفتار اجتماعی، بر این باورند که توانایی آدمی در انجام دادن هر چیزی در زندگی، بر توان او در هدایت سیستم عصبی‌اش مبتنی است. (رضایان، ۱۳۸۶: ۳۳۲) توان هدایت سیستم عصبی به وسیله فرد را، برنامه‌ریزی ارتباطات با خود می‌نامند. این برنامه‌ریزی (رابطه با خود)، علم چگونگی اداره بهتر ذهن برای ایجاد نتایج مطلوب است. این علم، کلید گشودن رمز چگونگی ایجاد نتایج بهینه مستمر را ارائه می‌دهد. بر اساس برنامه‌ریزی ارتباطات با خود، افراد می‌توانند با به‌کارگیری توان مغزی و بدنی خود، به موفقیت‌های بزرگی دست یابند. در واقع با

تسلط بر خود حتی می‌توانند موفقیت‌های خیره‌کننده دیگران را بازسازی و تقلید کنند. پژوهش‌گران معتقدند که اگر کسی در این جهان فضیلتی را کسب کرده که مورد توجه دیگران قرار دارد، به آن دلیل است که مایل به پرداخت هزینه زمان و تلاش برای آن بوده است. به بیان دیگری حاضر بوده است که با کنترل مغز، روان و بدن خود به این موفقیت‌ها دست یابد.

این امر از چنان اهمیتی برخوردار است که قرآن نیز بدان اشاره نموده است (نساء: ۲۹ - ۱۰۷، انعام: ۳۱، هود: ۴۷، مائده: ۱۰۵، بقره: ۱۸۷، حشر: ۱۸) و در سرلوحه همه برنامه‌های خود، خودسازی را مطرح می‌سازد؛ چراکه اگر این «خود» ساخته شود؛ «خود»ی که دارای فطریات و ابعاد وجودی گوناگون است. «خود»ی که آفریده شده مبدأ وجود اوست و ره به سوی او دارد. «خود»ی که می‌تواند جانشین خدا بر روی زمین قرار گیرد. «خود»ی که اگر رو به سوی آیین استوار توحیدی کند به سعادت ابدی دست خواهد یافت و اگر از آن دوری جوید به شقاوت ابدی خواهد رسید. «خود»ی که اگر سالم بماند، جامعه‌ای را احیا خواهد کرد و اگر دچار مسخ شود ملتی را نابود خواهد ساخت، دیگری و دیگران برای وی مطرح خواهند بود و اگر این «خود» ویران شود، دیگری برای وی معنا و مفهومی نخواهد داشت.

#### ب) رابطه انسان با خدا

مهم‌ترین رابطه‌ای که در میان روابط چندگانه وجود دارد، رابطه انسان با خداست و در واقع این رابطه اساس همه رابطه‌هاست و هر رابطه‌ای که انسان با دیگران برقرار می‌سازد، باید بر مبنای این رابطه باشد؛ چراکه انسان به عنوان مخلوق خداوند، نیازمند به برقراری رابطه با خالق خود است از این رو، رابطه انسان با خداوند در طول زندگی، رابطه‌ای ضروری و شایسته است. البته برقراری رابطه انسان با خدا در گرو وظایفی است که قرآن از آن‌ها با تعبیری همچون پذیرش ولایت و سرپرستی خدا (شوری: ۹)، پرستش و اطاعت محض و مطلق از حضرت

حق (آل عمران: ۶۴)، راز و نیایش با آفریدگار (مؤمن: ۶۰)، شکر نعمت های الهی (ابراهیم: ۷)، انجام همه اعمال با نیت و انگیزه خدایی و توکل بر او (آل عمران: ۱۶۰)، ابراهیم: ۱۱) و... یاد می کند.

شاید دلیل این همه تأکید بر انجام این امور و وظایف در ایجاد رابطه با خداوند، این است که همه این مسائل سبب کمال انسان می شود و برقراری این نوع رابطه را انسان تنها با خدای خویش می تواند برقرار کند و در مورد غیر خدا، چنین رابطه ای نه صادق است و نه جایز.

### ج) رابطه انسان ها با یکدیگر

بخش قابل توجهی از رابطه انسان در جامعه، مربوط به تعامل وی با دیگران است، چراکه انسان به عنوان موجودی مسئول، متعهد و اجتماعی که بسیاری از ابعاد وجودیش تنها در رابطه با جامعه شکل می گیرد، نمی تواند نسبت به این افراد بی تفاوت باشد. فردی که از محیط اجتماعی خود را دور می سازد و به گوشه ای پناه می برد، بدون شک بسیاری از استعدادهایش را از رشد صحیح بازمی دارد. حتی نظریه پردازان علوم اجتماعی نیز این خصیصه - رابطه انسان ها با یکدیگر - را معلول نیازهای متنوع آدمی دانسته اند؛ زیرا نیازهای او - با توجه به استعداد های مختلف نهفته در وجودش - با معاشرت، تبادل افکار و ایجاد روابط نیکو با هم نوعان، در یک اجتماع سازمان یافته انسانی تأمین می شود و بر اثر همین معاشرت ها و تبادل افکار، روابط انسانی شکل می گیرد و فرهنگ انسانی به وجود می آید.

### شتاب تغییر، دنیای معاصر و رابطه انسان ها با یکدیگر

حال باید پرسید، ماهیت واقعی روابط در عصر حاضر چیست؟ آیا روابط اجتماعی انسان ها با یکدیگر به همان شکل گذشته موجود است؟

در پاسخ باید گفت شکی نیست که انسان حاضر، وارد عصر بحران شده است و چون مراحل گذر به طور پی در پی و با شتاب پشت سرهم می‌آیند، پایانی برای این دوره بحران متصور نیست. در چنین شرایطی است که روابط اجتماعی نیز تحت تأثیر قرار گرفته است؛ هرچند ذهنیت بشر با چنین وضعیتی خونگرفته است و حافظه تاریخی ما نیز ریشه در ثبات و آرامش دارد پس نظام فکری و ادراکی ما آمادگی رویارویی با یک دوران بی‌قراری، سرگشتگی و بحرانی را ندارد. بنابراین باید پذیرفت که در اثر شتاب تغییر، رابطه انسان با شش عنصر زندگی اش تغییر کرده است:

- **رابطه انسان با انسان:** این نوع رابطه از شتاب تغییر متأثر می‌شود و گذرا و ناپایدار می‌شود. انسان‌ها با سرعت بیش‌تری می‌آیند و می‌روند. استمرار روابط انسان‌ها با یکدیگر کم‌تر شده است. حلقه روابط اجتماعی که در گذشته همراه با انسان‌ها بود، خیلی سریع گسسته و جابه‌جا می‌شود. انسان‌های زیادی وارد زندگی ما می‌شوند و می‌روند و چون میزان رفت و آمد آدم‌ها زیاد می‌شود، دوستی‌های پایدار و عمیق شکل نمی‌گیرند و روابط انسان‌ها با یکدیگر گذرا و ناپایدار می‌شود، پس معیارهای روابط اجتماعی هم تغییر می‌کند.

- **رابطه انسان با مکان:** جابه‌جایی‌ها زیاد شده و انسان‌ها خیلی راحت از ریشه و مکان اصلی خودشان کنده می‌شوند. ما وارد عصر خانه به دوشی شده‌ایم، پدیده مهاجرت، پدیده عصر جدید است. رابطه انسان با مکان خیلی ناپایدار و گذرا شده است.

- **رابطه انسان‌ها با ایده‌ها و اندیشه‌ها:** سرعت تولید آگاهی و اطلاعات و دانش جدید خیلی عجیب است! هر چهار دقیقه یک مقاله و یافته جدید علمی در زمینه‌های گوناگون تدوین می‌شود. ذهن ما هنوز به اطلاعات و یافته‌های قبلی خونگرفته با اندیشه‌ها و ایده‌هایی جدید روبه‌رو می‌شود که می‌آیند و می‌روند مسئله قطعیت در علم معنای خودش را از دست داده است؛ چیزی که جدید می‌آید،



قبلی را نفی می‌کند.

- رابطه انسان‌ها با مشاغل و سازمان‌ها: قبلاً تغییرشغل یا تغییر محل کار یک ضدا ارزش بود ولی امروز تغییر ارزشی پیدا شده و آدم‌ها افتخارشان این است که در یک جا نمانده و از یک جا ماندن احساس بی‌حرکی و سکون می‌کنند و در یک جا خدمت کردن برایشان سخت است.

- رابطه انسان‌ها با اشیاء: فرهنگ «یک بار مصرف» نشانه این تحول است. فرهنگ اشیای دورریختنی، روزگاری در تولید صنعتی اصل بر دوام بود و از این راه سود و اعتبار به دست می‌آمد. الآن سال‌هاست که دیگر چنین چیزی را نمی‌بینیم. عمر خود را پنج سال تعریف کرده‌اند. سلیقه‌های مصرف‌کنندگان هم با همین سرعت در حال تغییر است. تنوع به جای دوام، یک اصل شده است و می‌خواهند که کالای جدید و متنوع عرضه شود. این تحولات، ارزش را از داشتن به بودن تغییر داده است. در کشورهای پیشرفته، خیلی از اشیایی که زندگی را تأمین می‌کند. با هر جابه‌جایی باقی می‌گذارند و با یک چمدان سبک حرکت می‌کنند.

- رابطه انسان‌ها با زمان: گرچه طول زندگی ما با چند نسل گذشته تفاوت زیادی نداشته است، اما عرض زندگی مان بیش‌تر شده و تجربیاتی بسیار بیش‌تر را از هم‌نوعان خود در نسل‌های گذشته درک می‌کنیم. در طول چهل سال تجربیات متنوع و متفاوتی را می‌بینیم که قبلاً برای درک آن‌ها شاید یک قرن لازم بود. بنابراین به لحاظ فلسفی آثار تحولات معاصر در روابط انسانی را می‌توان در سه شاخصه دانست که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از:

یکم. بی‌تفاوتی اخلاقی: بی‌تفاوتی اخلاقی مخصوصاً در میان نسل جوان تبدیل به معضل جدی شده است. نمونه‌های فراوانی از این بی‌تفاوتی در صحنه‌های روابط اجتماعی با یکدیگر و حتی روابط خانوادگی نیز دیده می‌شود:

- خانه‌های سالمندان؛

- عدم اعتقاد به زندگی در کنار پدر و مادر زوجین پس از ازدواج؛

- بی اعتقادی نسبت به واژه‌هایی مثل: اعتماد، وفاداری، دوستی بی شائبه و...  
دوم. فردیت ذره‌ای یا سلولی: مناسبات موجود در روابط چه مناسبات پیشرفته شهری و چه مناسبات اقتصادی و اجتماعی، افراد را تنها نموده است. هرکس به فکر شخص و منفعت شخصی خود است. این تنهایی با احساس تنهایی و بی‌کسی، موضوع بحث فراوانی قرار گرفته است. چرا رقم طلاق در آمریکا ۵۲ درصد و در انگلستان ۴۲ درصد است؟ چرا در حالی که تولیدات بشر آن قدر پیچیده و کارساز و زیبا و خوب است، انسان سازنده این کالاها، خود رشد همه‌جانبه نکرده است؟ و در روابط خود با یکدیگر، دچار این همه مشکلات شده است؟

در خانه زیاد پیش می‌آید که افراد ناهار و شامشان را تنهایی و نه در کنار هم بخورند، حشر و نشر با اعضای خانواده هم کم شده، صحبت‌های داخل خانه بیش تربوی پول و چانه‌زنی بر سر منفعت شخصی را می‌دهد، در چنین وضعیتی چه توقعی برای برقراری رابطه با مردم می‌توان داشت؟

سوم. بی‌هویتی و بی‌هدفی: در روابط امروز، رفتار به ویژه نسل جوان دچار نوعی بی‌هویتی و بی‌هدفی شده است. انگیزه رشد و تعالی و انگیزه لازم برای ارزش‌های موجود بشری را احساس نمی‌کنند. بعضی‌ها تعبیر می‌کنند که نسل امروز ما دچار «بی‌تفاوتی ارزشی» شده‌اند. می‌گویند ارزش‌های اخلاقی ما بی‌پشتوانه شده است و قادر به دفاع و تثبیت آن نیستیم. مایه‌های عمیق فرهنگی که پشتیبان این ارزش‌ها باشد، سست شده و به نوعی دچار فقر فرهنگی شده‌ایم و همین است که به راحتی جذب علائم و آداب فرهنگ بیگانه می‌شوند و به نوعی به برقراری رابطه با دیگران، اهمیتی داده نمی‌شود.

### علت حصر شدن روابط نیک مردم با یکدیگر

آدمی از آغاز به اقتضای فطرت کمال جویش به کمال گرایش نشان می‌دهد، به‌گونه‌ای که کمال را دوست می‌دارد و به آن علاقمند می‌شود. علاقه و گرایش به

مادر، با این احساس که مادر نیازش را برآورده می‌سازد، از آغازین نمودهای این حقیقت است. البته از آن‌جا که انسان، پیش از یافتن هرکس، ابتدا خود را می‌یابد، پس طبیعی است که خود را دوست بدارد و به خود علاقمند باشد که از آن به «حب ذات» تعبیر می‌کنند. علاقه به خود از آغاز حیات با انسان همراه است، ولی این علاقه مانع از توجه او به کمالات دیگران نمی‌شود. با تربیت‌های ناصواب که شرح آن از عهده مقاله خارج است، توجه آدمی به خود معطوف و محصور شده و در حصر خویش گرفتار می‌شود، به گونه‌ای که خود را می‌بیند، به خود می‌اندیشد، خود را دوست دارد، برای خود می‌طلبد و از آن‌چه به زیانش است می‌گریزد. اگر به دنیا رو می‌آورد، برای خود رو می‌آورد و اگر حاضر به اطاعت از فرامین الهی بشود نیز برای مصلحت دنیا و آخرت خویش چنین می‌کند؛ اگرچه در اندازه نگاه به خود، بین او و دنیادوستان فرق بسیار است. این توجه به خود، همان چیزی است که از آن به انانیت تعبیر می‌کنند. البته این نگاه گاه به اندازه‌ای قوت می‌یابد که هیچ چیز و هیچ‌کس را جز خود نمی‌بیند، به خود می‌بالد و از دیدن کمالات خویش گرفتار عجب می‌شود. در مقابل، به ارزش‌ها و کمالات دیگران بی‌اعتنا می‌شود تا آن‌جا که یا آن‌ها را نمی‌بیند یا با عناوینی از قبیل وظیفه و تکلیف در بی‌ارزش جلوه دادن کمالات افراد می‌کوشد، به عبارتی آنان را مورد لطف و محبت و رفتار مطلوب خویش قرار نمی‌دهد و به آنان روی خوش نشان نمی‌دهد. به عنوان مثال اگر از کسی خدمتی مشاهده کند، به جای تمجید و تکریم، می‌گوید خدمت کردن وظیفه اوست و باید چنین می‌کرد. او نمی‌خواهد و بلکه نمی‌تواند خوبی‌های دیگران را ببیند و برعکس، توجهش به عیوب دیگران به سرعت جلب شده و زبان به ملامت آن‌ها می‌گشاید. عیب‌های خود را نمی‌بیند و برای هر اعتراضی، توجیهی آماده می‌سازد. این است که می‌توان گفت، نشان دادن رفتاری مناسب و روابطی نیکو در اجتماع با دیگران را در خویش زندانی ساخته و از دوست داشتن سایر مردم و محبت کردن به آنان عاجز می‌شود. خود را دوست دارد، شیفته خود

می‌شود و حتی با هرکس دوستی کند، نه برای آن است که او را دوست دارد، بلکه فقط برای آن است که او را برطرف‌کننده‌ی نیازی از نیازهای مادی یا روحی - روانی‌اش در مکان و یا زمانی خاص می‌بیند؛ از این رو تنهاست و از تنهایی رنج می‌برد و البته که این تنهایی، نتیجه‌ی خودخواهی‌های خود اوست؛ چراکه فقط خود را باور دارد و فقط خود را می‌بیند و ارتباطش با دیگران ارتباطی ابزاری است، به این معنا که دیگران را به چشم ابزاری در برآورده کردن نیازهایش می‌بیند.

### روابط نیک با مردم، مهارت یا معرفت

برخی معتقدند که روابط مطلوب با یکدیگر، مبتنی بر نوعی معرفت است ولی با آن تفاوت‌های اساسی دارد. این نکته سبب شده که برخی مانند اریک فروم، این مقوله را از سنخ هنر یا مهارت بدانند. به اعتقاد آنان، برخی از انسان‌ها، چگونگی رفتار نیک در جامعه با مردم را مهم نمی‌دانند یا با آن آشنا نیستند. این سخنان بدین معناست که آن‌ها این هنر یا مهارت را ندارند، برخی هم آن را بسیار ساده و حتی بی‌ارزش به شمار می‌آورند.

همچنین آنان می‌گویند، نخستین قدم این است که بدانیم «روابط نیک اجتماعی یک هنر است» همان‌گونه که زیستن یک هنر است. اگر بخواهیم یاد بگیریم که چگونه می‌توان به دیگران خوش‌خُلقی نماییم، باید همان راهی را انتخاب کنیم که برای آموختن هر هنر دیگر مانند موسیقی، نقاشی، نجاری، طبابت یا مهندسی بدان نیازمندیم.

برای آموختن هر هنر معمولاً باید دو مرحله را پیمود: اول. تسلط بر جنبه‌ی نظری و دوم. تسلط بر جنبه‌ی عملی آن.

اگر بخواهیم هنر پزشکی را بیاموزیم، باید اول بدن انسان و بیماری‌های گوناگون آن را بشناسیم، پس از آن که همه‌ی معلومات نظری را کسب کردیم، باز این شایستگی را نداریم که ما را پزشک خطاب کنند. تنها پس از تجربه‌ی فراوان ممکن

است در این کار مسلط شویم؛ یعنی وقتی نتیجه دانسته‌های نظری ما با آن چه از راه تجربه به دست آورده‌ایم یکی شود، در ما بصیرت که اساس تسلط بر هنر هنری است را به وجود می‌آورد، ولی غیر از یادگیری نظری و عملی، عامل سوم نیز لازم است و آن این‌که تسلط بر هنر مورد نظر باید هدف غایی شخص باشد؛ یعنی در جهان چیزی نباید در نظر او مهم‌تر از هنر جلوه کند. این در مورد موسیقی، طب، نجاری و هنر برقراری رابطه با مردم در جامعه نیز صدق می‌کند.

پیدا است که طبق نظریه فوق، رفتار نیک اجتماعی صرفاً نوعی معرفت نیست، بلکه بیش‌تر به مقوله مهارت‌ها شبیه است.

اما اگر آدمی به صورت واقعی و با دقت عقلی، رفتار نیک و شایسته‌ای را که خداوند خطاب به پیغمبر برگزیده‌اش سفارش نموده است و نیز آثارش را شناسایی نماید و در عین حال خواهان سعادت حقیقی باشد، بی‌تردید تمام حرکات درونی و بیرونی خود را در ارتباط با انسان‌ها با داشتن رفتاری ارزشی و نیک نظام و سامان می‌بخشد که به حضرت حق متصل شود و از این راه علاوه بر بردن گوی سعادت، خوشبختی و نیکبختی را نیز برای خویش رقم می‌زند. اما در مقابل، اگر چنین نباشد حرکات ناآگاهانه وی، نه تنها او را به جایی نمی‌رساند، بلکه دچار زحمت و زیان فراوان نیز می‌نماید.

حضرت علی علیه السلام نیز درباره حرکت بر پایه معرفت فرمود:

ما من حركة الا وانت محتاج فيها الى معرفة؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۴، ۲۶۸)

هیچ حرکتی نیست، مگر این‌که تو نسبت به آن نیازمند به معرفت و شناخت هستی.

پس با توجه به آن چه بیان شد، نکته بسیار روشنی که درباره روابط نیک مردم با یکدیگر وجود دارد، این است که این مسئله نتیجه معرفت است؛ چرا که رفتار و روابط نیک محصول پرفایده معرفت و آگاهی است. معرفتی که ابزارش حواس ظاهری و باطنی است. انسان زمانی که به درجه بالایی از معرفت و شناخت حقیقی

می‌رسد، قادر است که نسبت به بندگان خدا دارای خُلقی خوش و شایسته و روابطی نیکو و حسنه باشد.

### انسان، روابط اجتماعی و جامعهٔ زمینه‌ساز

هر مکتب فلسفی و اندیشه‌گری، از انسان تعریفی به دست می‌دهد که چه بسا با تعریف دیگر همگون یا ناهمگون است. با نگاه به تعریف انسان و واشکافی آن می‌توان به جان‌مایهٔ فکری و فلسفی هرکس پی برد.

در این تعریف‌های رنگارنگ و گوناگون به کوشش‌هایی برای ارج نهادن به بشر و ارزش او برمی‌خوریم که در پوششی از اندیشه‌گری و رمزآفرینی گنجانده شده است. آن چه انسان را به جامعهٔ زمینه‌ساز (جامعهٔ اسلامی) پیوند می‌دهد، همان دین یا راه پیوند آفریده با آفریدگار است. واژهٔ دین در قرآن بیش‌تر به «خدا» و «حق» اضافه شده است. انسان دارای دو بُعد پهناور و شگفت‌آفرین مادی و معنوی است که در قرآن بدان پرداخته شده است. انسان‌شناسی قرآن با واشکافی زیر و بم‌های آن، از آفرینش تا کمال، نشان‌دهندهٔ اهمیتی است که انسان در دستگاه اندیشه‌گری چنین جامعه‌ای (زمینه‌ساز) دارد. هنگامی که آدم جانشین خداوند در زمین می‌شود، آمادگی دارد تا همگی نام‌های او را بیاموزد. این شایستگی و آمادگی هنگامی به اوج شکوه خود می‌رسد که می‌بینیم آموزگار آدم، خود خدا است. فرشتگان این نیک‌بختی را نیافتند تا جانشین خدا شوند و از جام آگاهی و دانایی او بنوشند، و در این جا بود که رشک ورزیدند.

انسان در نگاه جامعهٔ زمینه‌ساز، مسئولیت و رسالتی سنگین بردوش دارد. به همان اندازه که ارزش انسان، به خودی خود و در جایگاه شاهکار آفرینش و نمود صفت‌های خداوندی، بس گران‌بار است، مسئولیتی سنگین و سهمگین نیز در ارتباط با دیگران دارد. پذیرش بار سنگین امانتِ خداوندی و جاننشینی وی در زمین به وسیلهٔ انسان ناآگاه و تاریک، پس از آموختن نام‌های خدا، سبب شد تا او

به درجه‌ای از آگاهی و روشنایی برسد که هم شاهکار آفرینش به شمار آید و هم داننده عشق و شور و آفرینش‌گری شود. علاوه بر این، همین انسان به عنوان موجودی کمال‌جو و آرمان‌گرا به منظور پاسخ‌گویی به حقیقت ذاتی «اجتماعی بودن» و تأمین نیازهای متنوع خود نیازمند برقراری روابط نیکو با دیگران از طریق معاشرت، تبادل افکار و... در جامعه است.

بنابراین از دیدگاه جامعه‌زمینه‌ساز، روابط اجتماعی انسان‌ها با یکدیگر دارای خطوط کلی است که در دو مرحله اندیشه و عمل پایه‌ریزی شده است. در مرحله اندیشه این روابط اجتماعی بر اصولی چون «خیرخواهی»، «محبت و مودت»، «حُسن‌ظن» و... مبتنی است و در مرحله عمل نیز آداب و وظایف خاصی قرار داده است که پایه آن را ایمان به خدا، تقویت روح فضیلت و انسانیت تشکیل می‌دهد.

### جامعه‌زمینه‌ساز، بایستگی و اهمیت رابطه انسان‌ها با یکدیگر

امروزه احساس تنهایی، پدیده‌ای جهانی است که با دنوردیدن مرزها، عضو درونی شده‌ی هر اجتماعی است.

این پدیده، همه‌قشرهای اجتماع، از تهیدست و توانگر تا پیر و جوان و زن و مرد را در برمی‌گیرد و از شاخص‌های ویژه‌ی جوامعی است که ارزش‌های اجتماعی را فدای ارزش‌های فردی کرده‌اند.

پژوهش‌ها درباره‌ی همه‌گیری شناسی احساس تنهایی، گویای آن است که احساس تنهایی که همان برداشت ذهنی فرد است و از کمبود و یا فقدان روابط رضایت‌بخش اجتماعی انسان‌ها با یکدیگر حکایت می‌کند گریبان‌گیر شمار انبوهی از افراد جامعه است.

بر پایه‌ی گزارش‌ها، احساس تنهایی در ۴۰ درصد افراد در جامعه‌ی امریکایی وجود دارد و ۲۷ درصد دانشجویان ایرانی نیز طبق بررسی‌ها، بیش از یک سال احساس

تنهایی کرده‌اند. (حجت، ۱۳۸۷: ۴۲)

در پژوهشی دیگر که دختران نوجوان ایرانی در تهران را مورد مطالعه قرار داده است، ۳۶ درصد از این نوجوانان اظهار داشته‌اند که حداقل به مدت یک سال آنان نیز چنین احساسی را تجربه کرده‌اند.

از دیدگاه روان‌شناسی این‌گونه تنهایی‌ها و عدم برقراری رابطه با افراد جامعه، ناخواسته و ناخوشایند بوده و در برخی موارد، درازمدت نیز می‌شود.

حال ممکن است برخی این‌گونه بگویند که تنهایی همیشه بد نیست، چراکه گاهی اوقات همین تنهایی دست‌مایه آفرینش آثار هنری نیز بوده است؛ به طوری که افسانه‌سرایان، نویسندگان، شاعران، نمایش‌نامه‌نویسان، فیلم‌سازان، نقاشان، مجسمه‌سازان، موسیقی‌دانان و هنرمندان دیگر، هر یک به‌گونه‌ای تأثیرات خویش را از تنهایی تجسم بخشیده‌اند و این خود نشان‌گر آن است که احساس تنهایی ریشه‌های ژرف در بُنِ عواطف و روان انسان دارد؛ به واقع نیز چنین است. اما این نوع تنهایی هنرمندان، از جنس تنهایی سایر افراد عادی نیست، بلکه تنهایی آن‌ها برای تمرکز حواس و به کارگیری هرچه بیش‌تر توان خویش در وادی هنر است. پس باید این احساس تنهایی آنان که یک تجربه موقت و زودگذر است را جدای از تنهایی مورد بحث ما به شمار آورد؛ زیرا اینان پس از مدتی جای خود را به مناسبات اجتماعی نوین و خلاقیت‌های هنری شگفت‌آور می‌دهند.

به هر حال احساس تنهایی، به گفته جامعه‌شناسانی چون «بومن»، «رایزمن» و «اسلاتر» بی‌تردید پیامد شیوه‌های نادرست روابط اجتماعی انسان‌ها با یکدیگر در جامعه مدرن است که در آن افراد به یادگیری و کاربرد فلسفه نادرست استقلال‌تام فردی و بی‌نیازی از دیگران تشویق می‌شوند. در چنین جامعه‌ای، انسان در تلاش بی‌پایان خود برای رسیدن به هدف‌های بلندپروازانه زندگی بی‌معنی‌اش، به سبب دوری از شبکه اجتماعی افراد خانواده و آشنایان در سختی‌های زندگی نه‌انگیزه یاری‌گری دارد و نه یآوری دیگران را پذیرا می‌شود بی‌تردید تنهایی پیامد چنین



موقعیتی است.

تمامی این مسائل در حالی است که برقراری روابط با افراد خانواده و پس از آن با مردم در محیط اجتماع و نیک دانستن اصل دوستی و همیاری از مهم ترین تعالیم قرآن، سیره و سنت نبوی، ائمه هدی علیهم السلام و از جمله مهم ترین شاخص های فرهنگی یک جامعه زمینه ساز محسوب می شود و به دفعات در آموزه های اسلامی راهکارهای مؤثر برای استوارسازی روابط اجتماعی بر پایه ایمان و تحقق پیوند برادری توصیه و تأکید شده است:

المؤمن مألوف ولا خیر فی من لا یألف ولا یؤلف؛ (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۱۰۴)  
مؤمن (با مردم) در ارتباط و الفت است و آن کس که نه با دیگران الفت گیرد و نه دیگران با او، خیری در وی نیست.

و در حدیث مشابه دیگری نیز آمده است:

فان المؤمن لایستغنی عن اخیه؛ (حرانی، ۱۴۰۴: ۳۳۵)  
همانا مؤمن در زندگی خویش بی نیاز از برادر مؤمنش نخواهد بود.

در واقع این محیط اجتماع و روابط میان افراد است که از سویی همه فعالیت ها و رفتارهای مختلف انسان را هماهنگ و متناسب با محیط پیرامونش می کند و از سوی دیگر مهم ترین پالایش و تحولات را در روابط مردم با یکدیگر ایجاد می نماید. روابطی که تنها به منظور انتقال معانی انجام نمی پذیرند، بلکه به تولید معانی و مبادله شناخت های دیگر افراد از هم نیز منتهی می شود.

بنابر تعالیم برگرفته از آموزه های اسلامی و نیز جامعه زمینه ساز، انسان موجودی اجتماعی است که بهزیستی وی، با مناسبات اجتماعی از یک سو و خشنودی اش از شبکه پشتیبانی اجتماعی از سوی دیگر، پیوندی تنگاتنگ دارد. و انسانی که از برقراری روابط با دیگران گریزان است و در مسیر تنهایی گام می نهد در جهتی مخالف با طبیعت اجتماعی انسان قدم برمی دارد.

## مهندسی شاخص‌های فرهنگی رابطه مردم با یکدیگر در جامعه زمینه‌ساز

جهت تبیین مهندسی شاخص‌های فرهنگی رابطه مردم با یکدیگر در جامعه زمینه‌ساز، شایسته است این مسئله از سه زاویه بسترها و زیرساخت‌ها، پایه‌ها و اصول و نیز شیوه‌ها و فنون مورد واکاوی و بررسی قرار گیرد.

### یکم. بسترها و زیرساخت‌های مناسب (جامعه زمینه‌ساز در فرهنگ رابطه مردم با یکدیگر)

اما هدف از بسترسازی و زمینه‌پردازی برای ظهور و شکوفایی روابط مطلوب مردم با یکدیگر در اجتماع و به عبارتی برقراری رابطه شایسته و نیک مردم با یکدیگر در جامعه زمینه‌ساز چیست؟ و چرا باید این زیرساخت‌ها را در یک جامعه زمینه‌ساز بنیان یا تقویت و توسعه داد؟ در مورد این مسئله از نگاه جامعه زمینه‌ساز که جامعه‌ای اسلامی - مهدوی است، باید اظهار داشت که تحقق این امر، در گرو برطرف ساختن موانعی چند و فراهم آمدن بسترها و زیرساخت‌های مناسب است. مهم‌ترین موانع فرهنگی در رابطه مردم با یکدیگر عبارتند از: فقدان یا ضعف پشتوانه‌های اعتقادی در روابط اجتماعی، وجود پاره‌ای از خصایص منفی اخلاقی همچون تکبر، تعصب، لجاجت و...، تلقی نادرست از برخی مفاهیم رفتاری مثل عدم مرزبندی قاطعیت با عصبانیت، اعتماد به نفس با تکبر و... نبود انگیزه لازم برای تغییر و اصلاح، ناآگاهی از آداب، شرایط و برقراری ارتباط در عرصه‌های گوناگون و از آن جمله روابط اجتماعی. جهت برطرف نمودن این موانع و آسیب‌های فرهنگی، برای ایجاد یک بستر مناسب در برقراری رابطه مردم با یکدیگر در جامعه زمینه‌ساز، توجه به زیرساخت‌های زیر از منظر آموزه‌های اسلامی می‌تواند مؤثر و سودمند باشد:

**خودسازی و رشد شخصیتی:** شخصیت‌ترکیبی از ویژگی‌های روانی، بدنی، زیستی و اجتماعی است که به تدریج برای شخص حاصل می‌شود و به فرد چگونگی رفتار و تطابق با محیط را که با عاطفه و احساسات همراه است،

القامی کند.

حال در این که شخصیت انسان، معلول چه عواملی است دیدگاه‌های متفاوتی ابراز گشته است؛ برخی شخصیت را وراثتی می‌دانند و بر این باورند که شخصیت هر فردی از پیش تعیین گشته است و ویژگی‌های او با وی متولد می‌شود، در این صورت هیچ جایی برای تأثیر عوامل بیرونی در شخصیت آدمی باقی نمی‌ماند و برخی دیگر نیز تنها عامل مؤثر بر شخصیت را تربیت و عوامل محیطی می‌دانند و بر اساس این دیدگاه اعتقاد دارند که شخصیت هر کسی با انتخاب و آگاهی‌های خود او ساخته می‌شود.

اما به نظر می‌آید معتقدان به دو دیدگاه یاد شده، هر دو به افراط و تفریط رفته‌اند؛ زیرا شخصیت پرتنوع آدمی چیزی نیست که فقط معلول ساختار فیزیولوژیک و عوامل درونی باشد و یا پدیده‌ای شکل گرفته از تربیت و عوامل بیرونی. بلکه شخصیت، سازمانی پیچیده است که از حالات و ویژگی‌های جسمانی و روانی تأثیر می‌پذیرد و تنها دیدگاه پذیرفتنی که آن را می‌توان تلفیقی از دو نظریه اول و دوم دانست، دیدگاه اسلام است که شخصیت را هم متأثر از عوامل درونی و سرشتی می‌داند و هم از عوامل محیطی و بیرونی.

پس شخصیت تأثیر مستقیمی در رفتارهای آدمی با دیگر افراد جامعه دارد. از این رو، در شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز شناخت عوامل و عناصری چون: ایمان، خردورزی، نیک‌رفتاری، عبادت و پرستش، علم و آگاهی، عفت و پاکدامنی، همانندی و همراهی با الگوها و... سبب رشد و شکوفایی قابلیت‌های شخصیت انسانی در روابط مردم با یکدیگر می‌شود پس امری مهم و ضروری است.

بررسی کتب و منابع درآموزه‌های اسلامی نشان می‌دهد که در جامعه زمینه‌ساز، اولین عاملی که در شاخص‌های فرهنگی رابطه مردم با یکدیگر به عنوان زیرساخت در خودسازی و رشد شخصیت مؤثر است، مبارزه با نفس و آراستن آن

به فضایل اخلاقی است؛ چراکه تا وقتی صفات پسندیده در دل و روح آدمی ریشه ندوانیده باشد، انتظار رفتار و گفتاری نیکو و از روی اخلاق و ادب در اجتماع نیز، انتظاری نایب‌جاست.

برای نمونه:

افضل المعرفة معرفة الانسان نفسه؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۸۷، ۴۰)  
برترین معرفت آن است که انسان نفس خود را بشناسد.

و در اهمیت خودشناسی نیز آمده است:

ولا معرفة كمعرفتك بنفسك؛ (همو: ۱۶۵)

هیچ معرفتی [در شرافت و ارجمندی و ثمربخشی] به پای خودشناسی نمی‌رسد.

همچنین ارزش خودسازی و رشد شخصیتی در برقراری روابط اجتماعی تا آن جاست که امام رضا علیه السلام فرد بی‌توجه به نفس را فرومایه دانسته و می‌فرماید:  
کسی که به لحاظ تسلط هوای نفس، به امور دنیوی سرگرم شود و در روابط با خلق خدا کوتاهی ورزد، فرومایه است. (همو: ۳۳۵)

و در ادامه می‌فرماید:

... از پیروی هوای نفس بر حذر باش که سبب سقوط و هلاکت است.  
(همو)

بنابراین فرد منتظر در جامعه زمینه‌ساز در رابطه با دیگران، این دستورالعمل قرآنی را همواره به خاطر دارد که فرموده است:

﴿وَمَا أُبْرِيْ نَفْسِيْ اِنَّ النَّفْسَ لَأَمَّارَةٌ بِالسُّوءِ اِلَّا مَا رَحِمَ رَبِّيْ اِنَّ رَبِّيْ غَفُوْرٌ رَّحِيْمٌ﴾؛ (یوسف: ۵۳)

و من نفس خود را تبرئه نمی‌کنم، چرا که نفس قطعاً به بدی امر می‌کند، مگر کسی را که خدا رحم کند، زیرا پروردگار من آمرزنده مهربان است.

باورمندی به نظارت دائمی پروردگار: در شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در بُعد بسترها و زیرساخت‌ها، باورمندی به نظارت دائمی پروردگار و احساس

حضور او، دگرگونی ژرفی در روح و فکر آدمی و در نتیجه، گفتار و رفتار او در برقراری روابط با مردم ایجاد می‌کند و وی را وامی‌دارد سخنانی سنجیده و پاک بر زبان جاری سازد. از این روی، فرد منتظر در جامعه زمینه‌ساز برای ساماندهی رفتار و گفتارش با انسان‌ها و برقراری رابطه با آن‌ها همواره این تمثیل زیبای قرآنی را مدنظر قرار می‌دهد که می‌فرماید:

﴿مَا يَكُونُ مِنْ نَجْوَى ثَلَاثَةٍ إِلَّا هُوَ رَابِعُهُمْ وَلَا خَمْسَةٍ إِلَّا هُوَ سَادِسُهُمْ وَلَا أَدْنَى مِنْ ذَلِكَ وَلَا أَكْثَرَ إِلَّا هُوَ مَعَهُمْ أَيْنَ مَا كَانُوا ثُمَّ يُنَبِّئُهُم بِمَا عَمِلُوا يَوْمَ الْقِيَامَةِ﴾؛  
(مجادله: ۷)

هیچ گفت‌وگوی محرمانه‌ای میان سه تن نیست، مگر این‌که او چهارمین آن‌هاست، و نه میان پنج تن مگر این‌که او ششمین آن‌هاست، و نه کم‌تر از این [عدد] و نه بیش‌تر، مگر این‌که هر کجا باشند او با آن‌هاست. آن‌گاه روز قیامت آنان را به آن‌چه کرده‌اند آگاه خواهد گردانید.

و نیز:

﴿مَا يَلْفُظُ مِنْ قَوْلٍ إِلَّا لَدَيْهِ رَقِيبٌ عَتِيدٌ﴾؛ (ق: ۱۸)  
[آدمی] هیچ سخنی را به لفظ در نمی‌آورد، مگر این‌که مراقبی آماده نزد او [آن را ضبط می‌کند].

افزون بر این وی (فرد منتظر) با اعتقاد به این مسئله که، سخنان آدمی در قیامت، حساسی دقیق می‌شود. آن‌سان که گاه سخنی به ظاهر کوتاه، خشنودی خداوند یا خشم او را برمی‌انگیزد. (حرعاملی، ۱۴۰۳: ج ۱۲، ۲۵۱)، اعمال و رفتار خویش را در برقراری رابطه با مردم کنترل می‌نماید.

به خوبی روشن است که در شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز، ایمان و باور به همه این آموزه‌ها می‌تواند سدی محکم در برابر امواج سخنان باطل ایجاد نماید و انگیزه و بستر مناسب جهت برقراری یک رابطه مطلوب با مردم فراهم نماید.

اندیشیدن پیش از سخن: به زبان آوردن هر سخنی، افزون بر ایجاد مشکلات

متعدد در تعامل با افراد مختلف اجتماع و تضعیف و ناکارآمد کردن ارتباطات میان فردی، پیامدهای فراوان مادی و معنوی دیگری را در پی دارد. از سوی دیگر، ارتباط، فرآیندی برگشت‌ناپذیر است و ممکن است یک ارتباط کلامی نادرست، معضلی جبران‌ناپذیر بیافریند که به هیچ روی قابل بازسازی نباشد. همان‌گونه که امیرمؤمنان علی علیه السلام می‌فرماید:

فاذا تكلمت به صرت في وثاقة؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۸، ۳۰۰)  
چون سخن بر زبان رانی، در بند آنی.

امام باقر علیه السلام نیز می‌فرماید:

این زبان کلید بدی و خوبی است، بر زبانت مهربان چنان‌که بر دارایی‌ها و طلا و نقره‌ات مهربان می‌زنی [و آن‌ها را در مکانی محفوظ نگاه می‌داری].  
(کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۱۱۴)

بنابراین در منظر انسان منتظر در جامعه زمینه‌ساز در برقراری رابطه با دیگران، خردمند دوراندیش، پیش از آغاز سخن اندکی درنگ می‌کند، اندیشه‌اش را به کار می‌گیرد و آثار و پیامدهای احتمالی سخنان خود را پیش‌بینی می‌کند، آن‌گاه در صورت لزوم، سخنی سنجیده و آراسته به آداب، بر زبان جاری می‌سازد؛ چراکه به این آموزه اسلامی اعتقاد دارد:

خدای رحمت کند و مورد مرحمت و بخشش خویش قرار دهد، بنده‌ای را که پیش از به زبان راندن سخن اندیشه کند و زبانش را نگاه دارد و...  
(حرانی، ۱۴۰۴: ۳۴۲)

هیچ‌کس از گناهان در امان نیست، مگر این‌که زبانش را در دهان حبس کند و مخزون نماید تا ناروایی نگوید. (همو)

به واقع منتظر حقیقی در جهت زمینه‌سازی برای برقراری رابطه با دیگران این فرمایش رسول اکرم صلی الله علیه و آله و سلم را پذیرفته است که:

زبان مؤمن در پسِ دلِ اوست و دلِ منافق از پسِ زبان او. چه، مرد باایمان چون خواهد سخنی بر زبان آرد، در آن نیک بیندیشد، اگر نیک است،

آشکارش کند و اگر بد است پنهانش دارد و منافق می‌گوید آن چه بر  
زیانش آید و نمی‌داند چه به سود اوست و چه به زیانش. (نوری طبرسی،  
ج: ۱۴۰، ۶، ۲۹۷)

## دوم. پایه‌ها و اصول حاکم (بر رفتار آدمی در رابطه با یکدیگر در جامعه زمینه‌ساز)

از منظر مهندسی شاخص‌های فرهنگی رابطه مردم با یکدیگر در جامعه  
زمینه‌ساز بایسته است تا آدمی معتقد به اصول و قواعدی باشد تا شالوده‌تعاملات  
بر اساس شایستگی‌های رفتاری پی‌ریزی شود. مهم‌ترین این اصول و پایه‌ها عبارت  
است از:

احترام به حقوق و کرامت انسان‌ها: مردم در رفتارهای اجتماعی و چگونگی  
روابطشان با یکدیگر، به دو دسته تقسیم می‌شوند و روابط خویش را با یکدیگر از دو  
دیدگاه پی می‌ریزند: ۱. رفتار مبتنی بر تکریم و احترام به حقوق همگانی؛  
۲. شیوه‌ای مبتنی بر اهانت و بی‌احترامی به دیگران.

نمونه دوم رفتار با اقشار مختلف مردم را در طول تاریخ فراوان می‌توان یافت که  
نمونه‌های بارز آن در رفتار فرعون و فرعون‌صفتان نمایان است و شیوه آنان بر  
بی‌احترامی و تحقیر مردم مبتنی است. چنان‌که قرآن به صراحت به آن اشاره کرده  
است:

﴿فَاسْتَحَفَّ قَوْمَهُ فَأَطَاعُوهُ إِنَّهُمْ كَانُوا قَوْمًا فَاسِقِينَ﴾؛ (زخرف: ۵۴)

پس [فرعون] قوم خود را سبک مغز یافت [و آنان را فریفت] و اطاعتش  
کردند، چرا که آن‌ها مردمی منحرف بودند.

قرآن، فرعون را مظهر برخورد تحقیرآمیز با انسان، معرفی کرده است و به این  
ترتیب، هرکس در رابطه با مردم آن‌ها را به دیده حقارت بنگرد و کوچک شمارد،  
پیرو فرعون است. در مقابل این گروه، پیامبران و اولیای خدا قرار دارند که در سیره و  
رفتار خویش در رابطه با مردم، تکریم انسان‌ها و احترام به حقوق آنان را سرلوحه  
برنامه‌های خویش قرار داده‌اند که نماد عینی این گروه، پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله، ائمه هدی

و از آن جمله منتظران حقیقی در جامعه زمین ساز هستند.  
 چنین انسان‌هایی (انسان‌های جامعه زمین ساز) در برقراری رابطه با مردم، دیدگاهی فراتر از دید مسلمان به مسلمانی دیگر دارند؛ چراکه از دیدگاه آنان، آدمی از شرافت و کرامت انسانی خاصی برخوردار است و خداوند وی را بر بسیاری از مخلوقات برتری بخشیده است و مصداق عینی رفتار خویش را استوار بر کلام قرآن می‌سازند که فرموده است:

﴿وَلَقَدْ كَرَّمْنَا بَنِي آدَمَ وَحَمَلْنَاهُمْ فِي الْبَرِّ وَالْبَحْرِ وَرَزَقْنَاهُمْ مِنَ الطَّيِّبَاتِ وَفَضَّلْنَاهُمْ عَلَى كَثِيرٍ مِمَّنْ خَلَقْنَا تَفْضِيلًا﴾؛ (اسراء: ۷۰)

و به راستی ما فرزندان آدم را گرامی داشتیم، و آنان را در خشکی و دریا لبر مرکب‌ها [برنشاندم، و از چیزهای پاکیزه به ایشان روزی دادیم، و آن‌ها را بر بسیاری از آفریده‌های خود برتری آشکار دادیم.

نگاه کرامت‌آمیز منتظران در جامعه زمین ساز به انسان آن‌چنان که از رفتار و سخنانشان در رابطه با یکدیگر برمی‌آید، ناشی از این حقیقت است که انسان به عنوان خلیفه خداوند بر روی زمین (بقره: ۳۰) از آن‌چنان شرافتی برخوردار است که سزاوار هیچ برخورد ناشایست و تحقیرآمیزی نیست؛ چراکه آنان این فرمایشات ائمه را سرلوحه ارتباط رفتاریشان با دیگران در راستای زمینه‌سازی جامعه ظهور قرار داده‌اند که امام رضا علیه السلام می‌فرماید:

پروردگار ما یکی است، پدر و مادر ما هم یکی است و پاداش ما هم به کردار است. (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۴، ۲۳)

امام محمد باقر علیه السلام می‌فرماید:

خداوند سه حقیقت را در سه امر نهفته است ... خداوند بندگان نمونه و دوستانش را در میان خلق ناشناخته گذاشته است، پس هیچ انسانی را تحقیر نکن، زیرا ممکن است او از اولیای الهی و بندگان صالح و نمونه خدا باشد. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۸، ۱۸۷)

و به این فرمایش پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم نیز جامعه عمل می‌پوشانند که فرموده است:



مبادا فردی از انسان‌ها را کوچک بشمارید و تحقیر کنید که کوچک آنان نزد خدا بزرگ است. (مالکی، بی تا: ج ۱، ۳۱)

**مروت و مدارا با همگان:** بر اساس روایات نیمی از زندگی اجتماعی و معاشرت با اقشار مختلف مردم، در گرو مدارا با آنان است. (حرعاملی، ۱۴۰۳: ج ۱۱، ۲۱۴) و انسان عاقل و با تدبیر کسی است که از این موضوع بهره کامل بگیرد. (آمدی، ۱۳۶۶: ج ۱، ۳۲۸) و با استفاده عاقلانه و مدبرانه از مدارا با مردم، در روابط خود، زندگی درست و منطقی و سالمی را پی ریزد.

حقیقت نیز جز این نیست که مروت و مدارا در رابطه با مردم، سنتی حسنه و نیک در اسلام است که از گسترش مخالفت‌ها و دشمنی‌ها جلوگیری می‌کند:

#### الرفق یقل حد المخالفة؛ (همو)

با اعمال سیاست مبتنی بر رفق و مدارا، مخالفت‌های اجتماعی کاهش می‌یابد.

افراد در جامعه زمینه ساز، تنها به مدارا نمودن با دوستان و همفکران خویش و رفق و ملایمت در روابط با آنان بسنده نمی‌نمایند، بلکه خود را در عمل و سیره رفتاری حتی در برخورد با آن‌هایی که با ایشان اختلاف سلیقه و نظر دارند، موظف می‌نمایند تا به آن‌چه که در بُعد نظری به آن اعتقاد دارند و در آموزه‌های اسلامی نیز تأکیدات فراوانی شده را به کار بندند؛ امام رضا علیه السلام می‌فرماید:

شما انسان‌ها پیوسته در خیر و سعادت خواهید بود، تا مادامی که یکدیگر را دوست بدارید و در حق دیگران رفق و مدارا داشته باشید. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۲، ۴۶۰)

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله نیز فرموده است:

همانا رفق، رأفت و نرمش همراه هیچ چیزی نخواهد بود مگر این که بر وزانت و زیبایی و جاذبه آن می‌افزاید و از هیچ عملی جدا نخواهد بود، مگر این که سبب عیب و نقص آن عمل می‌گردد. (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۱۱۹)

و نیز:

اگر رفیق (ملایمت و نرمش با دیگران) مخلوقی مجسم بود، دیده می‌شد که هیچ آفریده‌ای در آفریده‌های خداوند به زیبایی و نیکویی آن نیست. (همو)

منتظران، حد این امر (رفق و مدارا) را در جامعه زمین ساز فرمایش امام باقر علیه السلام درمی‌یابند که فرمود:

حد ملایمت تو با مردم تا آن جایی باشد که آن چه از میزان درک و استعداد آن‌ها برتر است را با ایشان در میان نگذاری؛ چراکه در میان گذاشتن حقایق والا با کسانی که طاقت و ظرفیت آن را ندارند، سبب ستیزه‌جویی آنان با ارزش‌ها می‌شود. (همو: ۱۱۶)

البته اعمال تمام رفتارهای همراه با رفق و مدارا در رابطه با مردم از جانب منتظران حقیقی، در یک جامعه زمین ساز، فقط با کسانی است که در امور دین سهل‌انگاری نمی‌کنند؛ چراکه اینان قصد دارند در عمل فرمایش مولا علی علیه السلام را تجلی بخش باشند که می‌فرماید:

لَا تَدْنُوا فِي الْحَقِّ إِذَا وَرَدَ عَلَيْكُمْ وَعَرَفْتُمُوهُ فَتَنْصُرُوا خُسْرَانًا مَبِينًا؛ (شریف رضی، ۱۳۸۲: خطبه ۳۴)

در حق مدانه و مدارا روا مدارید و سستی نکنید هنگامی که حق بر شما وارد شد و آن را شناختید، زیرا دچار خسران آشکار می‌شوید.

پس این گروه (منتظران واقعی)، تنها هنگامی از ظلم و ستم به سادگی عبور می‌نمایند که در حق خودشان باشد، اما در آن جا که حق خدا پایمال می‌شود یا احکام الهی به تعطیلی و نادیده گرفتن کشانده می‌شود و باطل مسلط می‌گردد، رعایت این مسئله در دیدگاه ایشان (منتظران حقیقی جامعه زمین ساز) هیچ‌گونه معنایی ندارد؛ به حق افراد منتظر در جامعه زمین ساز سلوک رفتاری مطلوب خویش در رابطه با مردم را و مدار این آیه شریف از قرآن کریم هستند که فرموده است:

﴿خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ﴾؛ (اعراف: ۱۹۹)

با آن‌ها مدارا کن و عفو و گذشت را شیوه خود قرار ده و به نیکی‌ها دعوت نما و از جاهلان روی بگردان (و با آن‌ها ستیزه مکن).

### سوم. شیوه‌ها و فنون اساسی (در رابطه مردم با یکدیگر در جامعه زمینه ساز)

اگر دوست داریم در جهت زمینه‌سازی گام‌های مؤثری برداریم و ایفاگر نقش مثبتی باشیم، لازم است در مهندسی شاخصه‌های فرهنگی در رابطه با دیگران در جامعه زمینه‌ساز، خود را ملزم به رعایت شیوه‌ها و فنون اساسی نماییم که رعایت هر یک از آن‌ها ما را علاوه بر برقراری رابطه‌ای موفق، سالم و ماندگار با دیگران در زمینه‌سازی و فرج سریع‌تر امام عصر<sup>علیه السلام</sup> یاریگر خواهد بود. مهم‌ترین این شیوه‌ها و فنون عبارتند از:

۱. **انتقاد، سرزنش و گلایه نکردن:** تجربه ثابت کرده است که سرزنش، عیب‌جویی و گلایه در هر شرایطی بی‌فایده است. چون انسان را در موقعیت‌های دفاعی قرار می‌دهد و او را وادار می‌کند تا برای توجیه کردن خود از هر راهی استفاده کند. بنابراین سرزنش خطرناک است، زیرا غرور ارزشمند فرد را جریحه‌دار می‌کند و حس نفوذ را در او می‌کاهد و سبب ایجاد حس خشم و تنفرو می‌شود.

«بی‌اف اسکینز» یکی از روان‌شناسان مشهور جهانی، ثابت کرد حیوانی که برای رفتار درستش پاداش می‌گیرد، خیلی سریع‌تر از حیوانی که برای رفتار نادرست تنبیه می‌شود، چیز یاد می‌گیرد و بهتر در خاطر نگه می‌دارد. بعدها مطالعات نشان داد که این نظریه در مورد انسان‌ها نیز صدق می‌کند.

بنابراین افراد در جامعه زمینه‌ساز در رابطه با یکدیگر با علم به این امر که با سرزنش، انتقاد و عیب‌جویی بی‌جا نمی‌توانند در دیگران تغییرات اساسی ایجاد نمایند، چراکه این کار اغلب سبب بی‌زاری و تنفر دیگران و در نتیجه عدم برقراری یک رابطه صحیح می‌شود، برخورد‌های هدفمند و منطقی را در برقراری رابطه با مردم پی‌ریزی می‌نمایند و از این حدیث ارزشمند علی بن موسی الرضا<sup>علیه السلام</sup>، جذب قلوب و جلب محبت را فرا می‌گیرند که می‌فرماید:

ان الصمت باب من ابواب حكمة؛ انه الصمت يكسب المحبة، انه دليل على كل خير؛ (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۱، ۱۱۳؛ صدوق، ۱۳۶۳: ج ۱، ۱۴)

همانا خاموشی یکی از درهای حکمت است، خاموشی محبت می آورد و آن راهنمای هر چیزی است.

بر اساس این حدیث گهربار و ارزشمند افراد جامعه زمینه ساز در رابطه با یکدیگر این امر را پذیرفته اند که اغلب ما در روابطی که با مردم داریم، بعضاً با انسان های منطقی روبه رو نیستیم، بلکه آن ها انسان های احساساتی هستند که پر از غرور و تعصب هستند و انتقاد از آن ها به هر شکلی به ویژه تند و نیش دار، سبب برافروختن اختلاف و کینه توزی می شود. پس در چنین شرایطی سکوت و آرامش در جای مناسب کینه ها را تبدیل به محبت می کند.

به واقع منتظران حقیقی جامعه زمینه ساز می دانند که عمل نادرست برادر ایمانی خود را با بدی، تند خویی و لجاجت نباید پاسخ گو بود و آن را از خود راند، بلکه با زیباترین وجه «ولا تستوی الحسنة ولا السيئة ادفع بالتي هي احسن» آن را دفع می نمایند، چراکه (می دانند) دفع بدی با ستیزه، لجبازی و بدی، خود بدی دیگری است. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۴۷، ۱۹۵)

انسان ها در جامعه زمینه ساز آگاهی دارند که هر چند انتقاد نابجا، سرزنش، گلايه و به بیانی عیب جویی امری ناپسند است، اما کتمان عیب برادر دینی نیز به نوعی خیانت محسوب می شود زیرا مؤمن باید مانند آینه باشد و زشتی ها و زیبایی های دوست خود را نشان دهد، البته به خود او، نه به دیگران. چنان که توصیه شده است:

کسی که برادر دینی خود را گرفتار عمل ناپسندی می بیند و می تواند او را از این کار باز دارد، و چنین نمی کند به او خیانت ورزیده است. (همو: ج ۶۵، ۷۲)

چراکه به واقع نیز چنین است که این مسئله یعنی اظهار دوستی و جلب اعتماد و سرپوش گذاشتن بر عیب های برادر دینی تا آن جایی که خود بخواهد از این

مسئله سوءاستفاده نماید، کفر است و در آموزه‌های اسلامی نیز در نکوهش عیب‌جویی از افرادی که امر را انجام می‌دادند، آمده است:

از چیزهایی که انسان را به مرز کفر نزدیک می‌سازد این است که کسی با برادر دینی خود در ظاهر طرح دوستی بریزد و لغزش‌های او را یکی پس از دیگری به خاطر بسپارد تا او را رسوا کند. (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۳۵۵)

## ۲. **قدردانی صادقانه و خالصانه:** تحقیقات نشان می‌دهد انسان‌ها در طول

زندگیشان چیزهای زیادی را می‌خواهند و برای رسیدن به آن‌ها بسیار تلاش می‌کنند، اما در رسیدن به برخی از آن‌ها بسیار مضرند. بعضی از چیزهایی که اغلب مردم طالب آن هستند شامل «تن‌درستی و حفظ جان، غذا، پول و آن‌چه را که پول می‌خرد، زندگی آینده، ارضای جنسی، رفاه فرزندان و حس مهم بودن» است.

بیش‌تر اوقات تمام و یا برخی از این خواسته‌ها برآورده می‌شوند. اما یکی از آرزوهایی که به اندازه غذا و خواب در زندگی ما ضروری بوده و بسیار عمیق است و به ندرت ارضا می‌شود، همان عمیق‌ترین میل در طبیعت انسان، یعنی «آرزوی مهم بودن» است. چراکه این مسئله، یکی از مهم‌ترین تفاوت‌های بارز بین انسان و حیوان است. چنان‌که تاریخ نیز پُر از نمونه‌های بسیار جالبی از افراد مشهور است که برای رسیدن به حس مهم بودن تلاش کرده‌اند. از باب نمونه: کریستف کلمب، ویکتور هوگو، شکسپیر و...

صاحب‌نظران نیز معتقدند بعضی از مردم که در دنیای واقعیت حس مهم بودن را به دست نمی‌آورند، به سرزمین رویایی جنون و دیوانگی پناه می‌برند و واقعاً دیوانه می‌شوند. چنان‌که امروزه در آمریکا بیمارانی که از این مسئله رنج می‌برند، بیش از بیماران دیگر در سراسر جهان هستند. تمام این حالات و علائم بیماری روانی در این افراد به اعتقاد روان‌شناسان از این مسئله حکایت دارد که این افراد در عالم واقعی زندگی خود در کنار خانواده، جامعه و... هرگز به دلیل کارهایشان مورد

قدردانی صادقانه و خالصانه قرار نگرفته اند؛ پس از این جهت است که در عالم دیوانگی به حس مهم بودن دست پیدا می‌کنند که در عالم واقعی از رسیدن به آن عاجزند.

این همان سخن نیکویی است که: «یک بار کار بد کردم، همیشه آن را شنیدم، دوبار کار خوب کردم هرگز آن را نشنیدم».

قطعاً از دیدگاه جامعه‌زمینه‌ساز نیز قدردانی صادقانه و خالصانه است که یک فرد با هر درجه و جایگاهی را تشویق به انجام رفتارهای صحیح می‌کند و حس مهم بودن را برای وی خلق و آفرینش می‌کند و با تدبیر و یاری گرفتن از همین فن اساسی تعریف و تمجید به موقع و به جا و نیز قدردانی صادقانه و خالصانه است که پاسخی به این عطش داده می‌شود و از سوی دیگر شاهد معجزه‌هایی در خلق روابط شایسته و نیکو با مردم در جامعه‌زمینه‌ساز هستیم.

رعایت این فن اساسی در ارتباط با مردم در آموزه‌های اسلامی که جامعه‌زمینه‌ساز نیز می‌تواند به خوبی از آن بهره‌گیرد، این‌گونه ترسیم شده است:

باید زنج و تلاش هرکسی را عادلانه (و خالصانه) ارج نهاد و در ارزش‌گذاری آن کوتاهی نکرد... (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۲۷، ۱۰۲)

شاید این برخوردهای صادقانه و خالصانه منتظران واقعی در جامعه جهت زمینه‌سازی در رابطه با مردم را بتوان مصداق همان سخن امام علی علیه السلام خطاب به مالک اشتر دانست که فرمود:

... مبادا که شخصیت کسی تو را وادارد که کار کوچکش را بزرگ شمری و یا تلاش بزرگ شخص گمنامی را کوچک انگاری. (شریف‌رضی، ۱۳۸۲: نامه ۵۳)

البته در یک جامعه‌زمینه‌ساز افراد در رابطه با یکدیگر آگاهی دارند که نباید قدردانی و تشکرها به شکلی افراطی صورت گیرد، به حدی که از دیدگاه دیگران، حمل بر تملق و چاپلوسی شود؛ چراکه این امر در آموزه‌های دینی نیز به دلیل آثار

نامطلوبی که از خود در جامعه بر جای می‌نهد، مورد تقبیح و نکوهش شدید قرار گرفته است:

إذا مدحت فاختصر، إذا ذممت فاقصر؛ (صدوق، ۱۴۰۴: ج ۴، ۱۱)  
هرگاه ستودی، مختصر کن و هرگاه نکوهیدی کوتاه کن.

الثناء بأكثر من الاستحقاق ملق؛ (شریف رضی، ۱۳۸۲: حکمت ۳۳۹)  
ستودن بیش از آن چه شایسته است چاپلوسی است.

إياك و الملق فان الملق ليس من فلائق الايمان؛ (آمدی، ۱۳۶۶: ج ۲، ۳۰۴)  
برحذر باش از چاپلوسی، زیرا تملق و چاپلوسی از خصیصه‌های ایمان نیست.

۳. ایجاد اشتیاق و تمایل در دیگران: هر عملی را که انسان از بدو تولد و در سرتاسر زندگی خویش انجام می‌دهد، به این دلیل است که خواهان آن است. مثلاً اگر دوست دارد به دیگران کمک کند، یک عمل زیبا، فداکارانه و آسمانی انجام دهد و یا هر برخورد و رفتار دیگری که از وی با مردم سر می‌زند، نشان از علاقمندی به خواسته‌های خود است. حال آن‌که از دیدگاه روان‌شناسی این عمل بازتاب خوبی در بسیاری از مواقع برای او در جامعه به جای نمی‌گذارد؛ چراکه علاقمندی انسان به آن‌چه که می‌خواهد، به‌طور ابدی در وی باقی می‌ماند. اما تجربه نشان می‌دهد که دیگران علاقمند به خواسته‌های ما نیستند و به تعبیری همه ما مثل شما فکر می‌کنیم و همه ما علاقمند به خواسته‌های خودمان هستیم.

بنابراین روی این زمین خاکی، تنها راه تأثیرگذاری بر افراد جهت برقراری رابطه این است: در مورد آن‌چه که آن‌ها می‌خواهند صحبت کنیم و به آن‌ها نشان دهیم که چطور به خواسته‌های آن‌ها بها می‌دهیم.

وقتی از یکی از رهبران بزرگ در زمان جنگ جهانی اول به نام لوید جورج نخست‌وزیر بریتانیا سؤال شد که چگونه ویلسون، ارلاندو، کلیمن سو و... همگی به فراموشی سپرده شده‌اند، اما توهنوز از دید مردم برمسند قدرت هستی، پاسخ داد:

اگر من هنوز برای مردم ارزشمندم و برمسند قدرت باقی مانده‌ام، دلیلش این است که یاد گرفته‌ام طعمه‌ای را که به قلاب باید آویزان کرد، باید به دلخواه ماهی باشد.

پس این نکته مهم و جالبی است که یک فرد منتظر در جامعه زمینه ساز آن را باید در رابطه با مردم در زندگی همواره تکرار نماید که: «اگر کسی در رابطه با مردم موفق است، راز موفقیتش در توانایی او در رفتار با مردم نهفته است. توانایی این که بتواند نظرات دیگران را درک کرده و همه چیز را از ابتدا از زاویه دید آن‌ها و بعد از زاویه دید خود ببیند». این همان اصل مهمی است که در روان‌شناسی با بیان ایجاد اشتیاق و تمایل دیگران در برقراری رابطه با ما از آن یاد می‌شود. پروفیسور هری اوراستریت در این باره می‌گوید:

هرکس بتواند در رابطه با دیگران ایجاد اشتیاق نماید همه عالم را همراه خود ساخته است و اگر نتواند، در جاده پرت و دورافتاده تنهایی سیر می‌کند.

به واقع این مسئله یعنی ایجاد اشتیاق و تمایل در دیگران به لحاظ دیدن دوباره ما یکی دیگر از شیوه‌ها و فنون اساسی فرهنگی در جامعه زمینه ساز در چگونگی رفتار با مردم است. پس منتظران حقیقی در برقراری رابطه با یکدیگر با توجه به سطح درک و فهم مردم و نیز نیازها و علایق و گرایش‌های آن‌ها با آنان سخن می‌گویند و در حقیقت با در نظر گرفتن سطح درک و فهم و دانش افراد به نوعی ایجاد هم سطحی و همسانی بین خود و آنان می‌نمایند و با این عمل در حقیقت ایجاد یک رابطه دوستانه همراه با اشتیاق و تمایل مجدد دیدار را فراهم می‌سازند و به این آموزه از امام باقر علیه السلام در ارتباط با دیگران توجه ویژه دارند که:

خوش رویی و چهره گشاده وسیله کسب محبت [مردم] و سبب نزدیک شدن به خداست و ترش رویی سبب نفرت [مردم] و دوری از خدا می‌گردد. (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۱۰۳)



افراد جامعهٔ زمینه‌ساز همواره این فرمایش پیامبر اکرم ﷺ را در رابطه با دیگران عینیت می‌بخشند که:

... شما که نمی‌توانید با اموال خود به همهٔ مردم گشایش دهید، پس با چهرهٔ باز و رویی خوش با آن‌ها برخورد کنید [و در آن‌ها تمایل و ایجاد اشتیاق نمایید]. (صدوق، ۱۳۶۳: ج ۲، ۳۵)

بنابراین افراد در جامعهٔ زمینه‌ساز فرمایش علی علیه السلام را در رابطه با دیگران فصل الخطاب برخوردهای خویش قرار داده‌اند که می‌فرماید:

با مردم آن‌گونه معاشرت کنید که اگر مُردید، بر شما اشک ریزند و اگر زنده ماندید، با اشتیاق به سوی شما آیند. (شریف رضی، ۱۳۸۲: حکمت ۱۰)

**۴. همگامی، همراهی و همیاری:** در مهندسی شاخص‌های فرهنگی جامعهٔ زمینه‌ساز در حوزهٔ رابطهٔ مردم با یکدیگر یکی دیگر از شیوه‌ها و فنون اساسی، همگامی، همراهی و همیاری با آنان است. این همان امتیاز ارزشمندی است که خداوند متعال به انسان‌ها عطا نموده است و سایر موجودات از آن بی‌بهره‌اند. تمایلات عالی انسانی که از آن‌ها با تعابیری همچون: همگامی، همراهی و همیاری و یا به بیانی دگردوستی، گره‌گشایی و گشایش بخشی به زندگی دیگران از آن یاد می‌شود، علاوه بر برقراری رابطه‌ای مطلوب و تأثیرگذار در روابط اجتماعی و نیز ساختن جامعه‌ای سالم و همگرا و دفع نمودن هرگونه کناره‌گیری و عزلت‌نشینی، سبب نزدیک‌سازی جامعه به آرمان‌های زمینه‌سازی ظهور نیز خواهند بود.

جایگاه این اصل مهم در تفکر و منش منتظران حقیقی به واقع همین فرمایش امام رضا علیه السلام است که می‌فرماید:

اجل الخلاق و اکرمها اصطناع المعروف، و اغائة المهلوف و تحقیق امل الامل و تصدیق مخیله الراعی؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۵، ۳۵۷)  
گرامی‌ترین و شریف‌ترین خوبی‌ها، بخشندگی و فریادرسی (همراهی) بیچارگان و برآوردن آرزوی آرزومندان و تصدیق کردن پندار امیدواران است.

و نیز فرمود:

هرکس، بنده‌ای را از رنج و گرفتاری گشایش دهد، خداوند روز قیامت دلش را گشایش می‌دهد. (کلینی، ۱۳۸۷، ج ۲، ۴)

در حقیقت بر اساس فرمایش امام باقر علیه السلام نیز مهم‌ترین اعمال سه چیز است: یاد خداوند در همه حال و همیشه، رعایت انصاف درباره مردم و همیاری و همگامی برادر مؤمن خویش در هر زمان. (مفید، ۱۴۱۳، ج ۲، ۱۶۵)

از سویی نیز جامعه زمینه‌ساز در رابطه با دیگران طبق این دست‌ورالمعل‌های ارزشمند گام خواهند برداشت:

انسان مؤمن نمی‌تواند در برابر نیازهای جامعه و مشکلات دیگر مؤمنان بی‌تفاوت باشد. (کلینی، ۱۳۸۷، ج ۲، ۳۶۵)

به خدا سوگند کسی مؤمن واقعی نخواهد بود، مگر زمانی که نسبت به دیگر مؤمنان احساس یگانگی، همراهی و همدردی داشته باشد. (دلمی، بی‌تا: ۴۴۰)

افراد در رابطه با یکدیگر در جامعه جهت زمینه‌سازی و ظهور هر چه سریع‌تر موعود باور دارند که:

ملعون ملعون من احتجب عن اخیه؛ (حعاملی، ۱۴۰۳، ج ۵، ۵۶۳)  
از رحمت خداوند به دور است، از رحمت خداوند به دور است کسی که در موارد نیاز و گرفتاری دوست، خود را پوشیده بدارد، به طوری که دسترسی به او به آسانی ممکن نباشد.

و به کنه این حدیث پی برده‌اند که انجام این رفتار (همگامی، همراهی و...) محقق نمی‌شود مگر با سه شرط:

زود انجام دادن، کوچک شمردن و پنهان داشتن؛ اگر در آن شتاب نمایند آن را گوارا می‌سازند و... (نوری طبرسی، ۱۴۰۸، ج ۲، ۳۹۷)

به حق نیز چنین است که:

همانا خداوند متعال از میان ارزش‌ها و نیکی‌ها آن را دوست دارد که

سریع‌تر انجام پذیرد و مورد سستی و تعلل قرار نگیرد. (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۱۴۲)

بنابراین «کسی که تصمیم انجام کار نیکی را می‌گیرد، در آن شتاب کند و سستی نورزد زیرا هر چیزی که در آن تأخیر صورت گیرد مورد توجه و تزویر شیطان قرار می‌گیرد.» (همو)

پس منتظر حقیقی در جامعه زمینه‌ساز می‌کوشد در وقت همیاری و همراهی افراد در راه رسیدن به نیازشان، در نهایت ادب و احترام برخورد نماید، چراکه قصد دارد این فرمایش پیامبر اکرم ﷺ بر او نیز صدق کند که می‌فرماید:

پاداش آن کس که کار نیکی را برای همیاری مردم [برای حفظ حریم اخلاص] می‌پوشاند، معادل هفتاد حج مستحبی است. (همو)

بنابراین افراد جامعه زمینه‌ساز در رابطه با یکدیگر می‌دانند که عبادت تنها، به نماز خواندن و روزه گرفتن و به زیارت رفتن و انجام اعمال مستحبی نیست؛ بلکه برآوردن نیازهای افرادی که در جامعه در کنار ما هستند و سخت به همگامی و همراهی و همیاری بدون منت ما نیازمند هستند و گاه شاید شرم و حیا مانع از به زبان آوردن نیاز آنان است، از اهمیتی همسان با عبادت برخوردار است.

همچنان که از دیدگاه روان‌شناسی نیز بیش‌تر لذت‌های انسانی ریشه در همگرایی‌های او در برقراری رابطه با مردم دارد و خشنودی‌هایی که فقط در رابطه با دیگران تجربه می‌کند، وابسته به کنش‌های او با دیگران است. نوع دوستی و منفعت رساندن به دیگران در اجتماع است که سبب شادی و رضایت‌مندی انسان‌ها می‌شود. به همین دلیل است که افراد در جامعه و در برخی موارد با از خودگذشتگی و بدون انتظار هیچ‌گونه پاداش و حتی سپاس‌گذاری برای دیگران کار می‌کنند و در حقیقت به آن‌ها کمک می‌کنند به‌طور آشکار در زندگی اجتماعی از این عمل به دیگرگرایی یاد می‌شود؛ چراکه مردم می‌خواهند برای هم مفید باشند و به رابطه‌های یکدیگر پاسخ متقابل و نیک بدهند و این رفتار «دیگرگرایی» به

جای خودگرایی و همه چیز را برای خود خواستن، علاوه بر ایجاد رابطه مؤثر با مردم، سبب آرامش روانی و به نوعی لذت بردن از زندگی نیز می‌شود.

۵. مثبت‌نگری و نیک‌اندیشی: در روابطی که ما با مردم برقرار می‌کنیم مفاهیم مختلفی از سوی ما و آنان آفریده یا به تعبیری رد و بدل می‌شود. کلمات و واژه‌هایی که به خودی خود بار معنایی لازم را گاهی اوقات نمی‌رساند؛ پس نیازمند توضیح و تفسیر است و در فرآیند تفسیری، عواملی همچون بافت و شرایط سخن و نگرش‌ها و فضاهاى ذهنی گوینده، نقش دارد. بنابراین دو طرف همواره یکدیگر را تفسیر می‌کنند.

از این روست که در جامعه زمینه‌ساز افراد در رابطه با یکدیگر، مثبت‌اندیشی را به عنوان یک فن مهم مورد توجه و تأکید قرار می‌دهند و از یکدیگر می‌خواهند تا با مثبت‌نگری و نیک‌اندیشی، در هنگام برقراری ارتباط، همواره بهترین تفسیر از سخنان یکدیگر را داشته باشند:

ضع امر اخيك على احسنه ... ولا تظنن بكلمة خرجت من اخيك سوء او  
انت تجد لها في الخير محملاً؛ (همو: ۳۶۲)

کار برادر [دینی] خود را بر زیباترین شکل بنا بگذار... و هرگز نسبت به سخن برادرت گمان بد مبر، درحالی‌که می‌توانی توجیه نیکی برای آن بیابی.

به واقع اینان در جامعه زمینه‌ساز مصداق این احادیث شریف از امام باقر علیه السلام هستند که فرمود:

چه بسیارند مؤمنانی که شکیبایی و نیک‌گمانی آن‌ها را به پیروزی رسانده است. (نوری طبرسی، ۱۴۰۸: ج ۲، ۱۹۵)

هرکس به مردم نیک‌گمان باشد، محبت و مهر آنان را به دست خواهد آورد. (همو: ج ۵، ۳۷۷)

منتظران واقعی در یک جامعه زمینه‌ساز با پرهیز از منفی‌نگری و نهی دیگران از این عمل در برقراری رابطه‌هایشان با مردم می‌کوشند تا با عمل به توصیه و تأکیدات

قرآنی (نور: ۱۱ - ۱۲، بقره: ۳۰ - ۳۳، حجرات: ۱۲) بهترین راه نفوذ در برقراری رابطه با مردم را به آنان تعلیم دهند و از این طریق حق خداوند بر خودشان را نیز به جای آورند که:

با آگاهی و دانایی سخن می‌گویند و از آن چه نمی‌دانند خودداری می‌کنند (حسن ظن به مردم دارند) در این صورت حق خداوند را گزارده‌اند. (حرعاملی، ۱۴۰۳: ج ۱۸، ۱۲)

و مشمول این حدیث نبوی خواهند شد که می‌فرماید:

سوگند به خدای یگانه خیر دنیا و آخرت هرگز به مؤمنی عطا نشده است، مگر در قبال حسن ظن و خوش‌گمانی او به خداوند و امیدواری وی به لطف الهی و نیز گمان نیک بردن به برادران دینی خویش (مثبت‌اندیشی). (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۷۲)

به واقع آنان عمق این امر را - حسن ظن - دریافته‌اند؛ چرا که «خداوند هیچ مؤمنی را پس از توبه و استغفار کیفر نمی‌کند، مگر به دلیل بدگمانی و نیز سوءظن و بدرفتاری با خلق.» (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۰، ۳۹۴)

از دیدگاه روان‌شناسی نیز منفی‌نگری، گاه به بیماری روانی تبدیل می‌گردد که آدمی نسبت به گفتار و کردار هرکس فقط نقاط منفی را می‌نگرد و حتی عناصر مثبت را نیز منفی تفسیر می‌کند. در آموزه‌های اسلامی نیز خاستگاه‌های مهم این حالت در افراد به سبب ضعف ایمان دانسته شده است و از دیدگاه قرآن هم این مسئله از ویژگی منافقان است:

﴿حَسَبُونَ كُلَّ صَيْحَةٍ عَلَيْهِمْ﴾؛ (منافقون: ۴)

هر فریادی را به زیان خویش می‌پندارند.

۶. اعتماد آفرینی و رازداری: بخشی از تعامل ما با دیگران را مسئله اعتماد آفرینی از یک سو و رازداری از سوی دیگر به عنوان یکی دیگر از شیوه‌ها و فنون اساسی در برقراری رابطه با مردم از دیدگاه مهندسی شاخصه‌های فرهنگی جامعه زمینه ساز می‌توان دانست.

از این رو، از دیدگاه جامعه‌زمینه‌ساز اعتماد حاصل نمی‌شود، مگر با عناصری همچون: راست‌گویی، خیرخواهی و پرهیز از خودمحوری و خودبرتری‌نمی؛ چراکه مردم از روی رفتارهای ماست که می‌توانند ما را باور نمایند یا برعکس. پس به همین علت است که در آموزه‌های دینی نیز آموزش راست‌گویی پیش از سخن‌گویی سفارش شده است:

تعلم الصدق قبل الحديث؛ (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۱۰۴)  
راست‌گویی را پیش از سخن‌گویی بیاموزید.

الکذب باب من ابواب النفاق؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۷۷: ج ۸، ۳۴۰)  
دروغ دری از درهای نفاق است.

ایاکم و الکذب فانه یهدی الی الفجور و هما فی النار؛ (همو)  
از دروغ پرهیزید، زیرا دروغ آدمی را به فسق و فجور می‌کشاند و سرانجام، صاحب این دو صفت زشت، ورود در آتش جهنم است.

بنابراین از دیدگاه منتظران در رابطه با یکدیگر در یک جامعه‌زمینه‌ساز خیرخواهی امری است که باید در رفتارهایشان آن را ملاک و مبنای عملکردهایشان قرار دهند:

من مشی فی حاجة اخیه فلم یناصحه، کان کمن حارب الله و رسوله ... لا یقبل الله عمل عبد و هو یضمر فی قلبه علی مؤمن سوا؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۶۶، ۷۵)

هرکس در راه نیازمندی برادر دینی‌اش قدم بردارد، ولی خیرخواه او نباشد، مانند کسی است که با خدا و پیامبرش جنگیده است. خداوند عمل بنده‌ای را که در دلش نیت بدی برای مؤمنی باشد، قبول نمی‌کند.

چراکه تصور خیرخواهی و دلسوز بودن در رفتارهای ما در برخورد با مردم در راستای زمینه‌سازی، قطعاً تحکیم اعتماد آنان را به دنبال خواهد داشت و اگر در برخورد با افراد حس‌غروور و خودبرتری‌نمی را از طرف مقابل مشاهده نمایند به واقع

سلب اعتماد برایشان حاصل شده است.

به همین سبب است که یک منتظر واقعی در رابطه با مردم آن چنان صمیمانه و به دور از تکبر و خودخواهی برخورد می نماید که همگان حتی منتقدان و مخالفان خویش را نیز به شگفتی وامی دارد. چنین فردی تنها جلب اعتماد و آفرینش را در برقراری رابطه با مردم کافی نمی داند، بلکه با بهره گیری از آموزه های اسلامی می کوشد تا این اصل مهم را به رازداری نیز پیوند بزند؛ چراکه معتقد است رازداری و پاسداشت اسرار نشانه امانت داری و خرد آدمی است. آن سان که علی علیه السلام نیز می فرماید:

صدر العاقل صندوق سره؛ (شریف رضی، ۱۳۸۲: حکمت ۶)  
سینه خردمند، صندوق راز اوست.

حال این که انسان منتظر جهت تحقق اصل ظهور رازهای دیگران را مانند رازهای خویش دانسته و از افشا کردن آن به هر نحوی پرهیز نماید، تأثیر مهمی را در برقراری رابطه با مردم به عنوان یک شیوه و فن در شاخص های فرهنگی جامعه زمینه ساز به جای می گذارد. همان گونه که رسول خدا صلی الله علیه و آله نیز پیرامون این امر فرموده است:

المجالس بالامانة و افشاء سر اخيك خيانة؛ (کلینی، ۱۳۸۷: ج ۲، ۶۶۰؛ حرعاملی، ۱۴۰۳: ج ۱۲، ۳۰۷)  
نشست ها و مجالس امانت است و برملا نمودن راز برادرت خیانت.

## نتیجه

دریافتیم که در دنیای جدید، دنیای پرشتاب و تغییر، اغلب افراد احساس می کنند در زندگی روزمره با مسائل و مشکلاتی مواجه شده اند که راه برون رفت از این شرایط آن ها را با وضعیت تعارض آمیز مواجه ساخته است. در این میان از یک سو سمت و سوی تغییرات و تحولات اجتماعی به ویژه در سایه توسعه روزافزون شاخه های مختلف علوم، امیدبخش توان افزایی بشر در

مواجهه با طبیعت زندگی اجتماعی است که روز به روز ابعاد و زوایای نامکشوف عالم هستی به تسخیر انسان در می‌آید ولی از سوی دیگر، هم‌زمان احساس شیء گشتگی، بی‌یاوری، از خود بیگانگی، تنهایی و گرفتاری در «قفس آهنین» خود ساخته، کُنش‌های روابط انسانی را آن‌چنان تحت تأثیر قرار داده است که به نظر می‌رسد شرایط ساختاری پیش آمده در جامعه فراتر از توان و ظرفیت‌های انسان‌های امروزی رقم خورده است.

فضای تعارض آمیز و بدون رابطه با سایر انسان‌ها در زندگی بشر با آمریت و اجبار ساخت‌های اجتماعی، روز به روز قدرت خلاقه او را تحت تأثیر قرار می‌دهد و در این فضا خودمختاری کارکردی وی با موانع محدودکننده‌ای برخورد می‌کند و آن‌چه که انسان به‌طور مستقیم به آن آگاهی دارد و آن‌چه که می‌کوشد انجام دهد با بندهای نامرئی و مدارهای ناپیدایی که در آن به سر می‌برند، بسته و مقید شده است و حوزه نگرش و نگاه بشر محدود به مناظر بسیار نزدیک‌تر است. این وضعیت به صورت تدریجی انسان فعال و اجتماعی را به موجودی بی‌تفاوت، عاریتی و تماشاگر، تنها، مردم‌گریز و... تبدیل می‌کند.

فرآیند تبدیل شدن افراد به انسان‌هایی بی‌تفاوت و تماشاگر، قالب‌ها و ساختارهای قبلی تشکیل‌دهنده کنش انسانی را در برقراری ارتباط درهم‌ریخته و احساس بی‌پناهی در میان انبوهی از جمعیت که وی با آن‌ها در تراکم اخلاقی گرفتار آمده است را شدت می‌بخشد و او را به عنوان موجودی «تنها در جمع» تبدیل می‌کند؛ به‌گونه‌ای که تنها رابطه یک انسان با انسان‌های دیگر در جامعه، بر اساس مقتضیات زمان و مکان است و به عبارت دیگر نگاه انسان‌ها به یکدیگر در برقراری رابطه‌ها، یک نگاه و رابطهٔ ابزارمند است؛ نه نگاهی متأثر و برخاسته از جایگاه و کرامت انسانی وی.

این در حالی است که دقت در محتوای آموزه‌های دینی و از آن جمله شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در حوزه رابطهٔ مردم با یکدیگر، از این



واقعیت پرده برمی دارد که نگاه افراد در این جامعه به یکدیگر، حاکی از وجود مبانی خاص انسان‌شناسانه و ناشی از نوع نگرش خاص آنان به جایگاه و ارزش انسان‌هاست و درحالی‌که نظریات روان‌شناسی نوین پایه‌های نظری و عملی و چگونگی برقراری یک رابطه با دیدگاه‌های گوناگون را مطرح نموده است، اندیشه‌های حاکم شده بر شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در عرصه برنامه‌ریزی جهت برقراری یک ارتباط صحیح، زیرساختی و زیربنایی است؛ چراکه این نظریات بر پایه‌های فکری محکمی استوار شده است.

از این‌رو از دیدگاه مهندسی فرهنگی چنین جامعه‌ای (زمینه‌ساز) بهره‌گیری از آموزه‌های اسلامی در روابط انسان‌ها و تعامل بین آن‌ها امری ضروری است و از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین وجود بسترها و زیرساخت‌های مناسب چون: خودسازی و رشد شخصیتی، باورمندی به نظارت دائمی پروردگار، اندیشیدن پیش از سخن گفتن برای ایجاد رابطه مردم با یکدیگر نیز مورد تأکید و توجه ویژه‌ای قرار گرفته است.

افراد در جامعه زمینه‌ساز در ارتباط با یکدیگر، آن‌چنان جایگاهی برای هم قائل هستند که معتقدند آدمی در هنگام ورود به حریم دیگران و برقراری ارتباط، باید پایه‌ها و اصولی را رعایت نماید؛ همان پایه‌ها و اصولی که مبنای آن را احترام به حقوق و کرامت انسان‌ها و نیز مروت و مدارا با آنان تشکیل می‌دهد که توجه به آن از آسیب‌های رفتاری فرد در عدم توانایی ارتباط به نحو چشم‌گیری می‌کاهد.

همچنین مهندسی شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز با بهره‌گیری از آموزه‌های ناب اسلامی در رابطه مردم با یکدیگر شیوه‌ها و فنون اساسی را نیز معرفی می‌کند؛ فنون و شیوه‌هایی که تنها جنبه تئوری نداشته، بلکه در مرحله عمل نیز از آن‌چنان قابلیت برخوردار است که با مراجعه به نظریات اندیشمندان روان‌شناس کنونی، به جایگاه و ارزش آن نحوه برخورد به خوبی می‌توان پی برد. همان شیوه‌ها و فنونی که به کارگیری آن در ارتباط افراد با یکدیگر در جامعه زمینه‌ساز، از بین بردن

احساس تنهایی، بی تفاوتی اخلاقی، فردیت ذره‌ای یا سلولی، بی هویتی و بی هدفی، بی‌اعتمادی اجتماعی و... را برایشان در بر خواهد داشت.

بنابراین شناخت درست هر یک از بسترها و زیرساخت‌ها، اصول و پایه‌ها و نیز شیوه‌ها و فنون اساسی در مهندسی شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در رابطه مردم با یکدیگر علاوه بر بسترسازی پایه‌های مستحکم روابط اجتماعی، امنیت روحی و روانی را نیز برای جامعه زمینه‌ساز به دنبال خواهد داشت.

خلاصه آن‌که شاخص‌های فرهنگی جامعه زمینه‌ساز در حوزه رابطه مردم با یکدیگر به اقتضای دارا بودن فرهنگی منطبق بر قرآن کریم و سیره و سنت نبوی، علوی و سایر ائمه هدی علیهم‌السلام اولاً امری تحقق‌یافتنی است و ثانیاً شایسته‌الگوگیری از ماندگارترین و بهترین فرهنگ برقراری ارتباط با مردم است؛ چراکه شاخص‌های فرهنگی موجود در آن علاوه بر جامعیت و پویایی، می‌تواند جهت ارتباطی پایا و مانا برای همیشه و همه اقشار باقی بماند.

## منابع

۱. آریان پور کاشانی، عباس، *فرهنگ کامل انگلیسی-فارسی*، تهران، نشر امیرکبیر، ۱۳۸۲ ش.
۲. آمدی، عبدالواحد، *غررالحکم*، قم، نشر دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۳۶۶ ش.
۳. ابن منظور، جمال الدین محمد بن مکرم، *لسان العرب*، تصحیح و متعلقات: علی شیری، بی جا، نشر دارالاحیاء التراث العربی، ۱۴۰۸ ق.
۴. ابن شعبه حرانی، حسن بن علی، *تحف العقول عن آل الرسول ﷺ*، تحقیق: علی اکبر غفاری، قم، مؤسسه النشر الإسلامی، چاپ دوم، ۱۴۰۴ ق.
۵. انوری، حسن، *فرهنگ روز سخن*، تهران، نشر سخن، ۱۳۸۳ ش.
۶. اون هارجی، کریستین، *مهارت های اجتماعی در ارتباطات میان فردی*، ترجمه: مهرداد فیروزبخت، تهران، نشر رشد، ۱۳۷۷ ش.
۷. تغلیسی، ابوالفضل، *وجوه القرآن*، تهران، نشر دانشگاه، ۱۳۷۱ ش.
۸. تکمیل همایون، ناصر، *درآمدی بر ریشه های فرهنگ شناسی*، تهران، نشر پژوهشگده، ۱۳۵۸ ش.
۹. حرعاملی، محمد بن حسن، *وسائل الشیعة*، بیروت، دارالاحیاء التراث العربی، ۱۴۰۳ ق.
۱۰. حجت، محمدرضا، *روان شناسی کاربردی*، تهران، نشر نیکتاب، ۱۳۸۷ ش.
۱۱. حلی، حسن بن یوسف، *باب حادی عشر*، قم، نشر علامه، بی تا.
۱۲. خمینی، روح الله، *شرح چهل حدیث*، تهران، نشر مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی علیه السلام، ۱۳۷۱ ش.
۱۳. راغب اصفهانی، ابوالقاسم، *المفردات فی غریب القرآن*، بی جا، نشر کتاب، ۱۴۰۴ ق.
۱۴. رضاییان، علی، *مدیریت رفتار*، تهران، نشر سمت، ۱۳۸۶ ش.
۱۵. دیلمی، محمد، *اعلام الدین*، تحقیق: مؤسسه آل البيت علیهم السلام، قم، مؤسسه آل البيت علیهم السلام، بی تا.
۱۶. سهروردی، شهاب الدین یحیی، *مصنفات*، بیروت، دارالمفید، ۱۴۱۴ ق.
۱۷. شریف رضی، محمد بن حسین، *نهج البلاغه*، ترجمه: محمد دشتی، تهران، نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۸۲ ش.
۱۸. صدوق، محمد بن علی بن بابویه، *عیون اخبار الرضا*، تحقیق: حسین اعلمی، نشر رضا،

- ۱۳۶۳ ش.
۱۹. \_\_\_\_\_، من لا يحضره الفقيه، تصحيح: على ابر غفاري، قم، انتشارات جامعه مدرسين، ۱۴۰۴ ق.
  ۲۰. طريحي، فخرالدين، مجمع البحرين، تهران، نشر مرتضوي، ۱۳۶۲ ش.
  ۲۱. كليني، محمد بن يعقوب، الكافي، تحقيق: على ابر غفاري، تهران، دارالكتب الاسلامية، ۱۳۸۷ ق.
  ۲۲. لاهيجي، عبدالرزاق، گوهر مراد، تصحيح: زين العابدين قرباني، تهران، سازمان چاپ و انتشارات، ۱۳۷۲ ش.
  ۲۳. معين، محمد، فرونگ فارسي، تهران، انتشارات اميركبير، ۱۳۶۴ ش.
  ۲۴. محسنيان راد، مهدي، ارتباط شناسي، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۶۴ ش.
  ۲۵. مفيد، محمد بن محمد بن نعمان، الارشاد، تحقيق: مؤسسة آل البيت عليه السلام، قم، مؤسسة آل البيت عليه السلام، چاپ اول، ۱۴۱۳ ق.
  ۲۶. \_\_\_\_\_، اوائل المقالات، تحقيق: انصاري، بيروت، نشر دارالمفيد، ۱۴۱۴ ق.
  ۲۷. مجلسي، محمد باقر، بحار الانوار، بيروت، دارالاحياء التراث العربي، ۱۴۰۳ ق.
  ۲۸. مالكي، ابوالحسين ورام بن ابى فراس، تنبيه الخواطر، بيروت، دار صعب، بي تا.
  ۲۹. محمدي ري شهري، محمد، ميزان الحكمة، ترجمه: حميدرضا سيفي، قم، نشر دارالحدیث، ۱۳۷۷ ش.
  ۳۰. محسنی، منوچهر، جامعه شناسی عمومی، تهران، نشر طهوری، ۱۳۷۵ ش.
  ۳۱. نوری طبرسی، حسین، مستدرک الوسائل، قم، مؤسسة آل البيت عليه السلام، ۱۴۰۸ ق.
  ۳۲. وود، جولياتي، ارتباطات میان فردی، ترجمه: مهرداد فیروزبخت، تهران، نشر مهتاب، ۱۳۷۹ ش.
  ۳۳. یزدی، محمود، امامت پژوهی، مشهد، نشر دانشگاه علوم رضوی، ۱۳۸۱ ش.

## بحران آفرینی فرهنگی و اجتماعی غرب و رسالت رسانه‌ها برای مقابله با آن

مهسا ماه‌پیشانیان\*

### چکیده

اگر ایجاد دگرگونی در جوامع با تکیه بر تغییر دیدگاه‌ها و نگرش‌های حاکمان و مردم بحث اصلی جنگ نرم باشد، در آن صورت این جنگ، مدلی نوین از فعل و انفعال‌های دولت‌های غربی برای سلطه، روی کشورهای مختلف را نمایش می‌دهد؛ زیرا سلطه و استیلا با تعاریفی از قدرت، گسترش و توسعه یافته که قدرت را توانایی تمرکز، تنظیم و یا هدایت رفتار می‌دانست. خلق بحران‌های اجتماعی به منظور زیر سؤال بردن مشروعیت و کارآمدی حکومت یکی از راهکارهای جدید طراحان جنگ نرم در این راستاست. این رویکرد از موضوع‌هایی شروع می‌کند که ضمن امکان وجود آسیب‌پذیری‌های داخلی، ظرفیت‌های مناسبی برای خلق بحران در آن‌ها وجود دارد. به طور مثال تمرکز بر مقولهٔ جوانان، افشار آسیب‌پذیر، زنان، قومیت‌ها، معضلات اجتماعی، تناتر، سینما، موسیقی و مواردی از این دست از جمله محورهای مورد توجه آنان است. مقاله حاضر تلاش دارد به بررسی راهکارهای ایالات متحده

---

\* دانشجوی دکتری علوم سیاسی و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بوشهر.

امریکا برای خلق بحران‌های اجتماعی به منظور جنگ نرم با جمهوری اسلامی ایران پردازد.

### واژگان کلیدی

جنگ نرم، بحران‌های اجتماعی، فرقه‌سازی، مهندسی انقلاب‌های رنگی، شیطان پرستی.

### مقدمه

با پایان یافتن رویارویی ایدئولوژیک میان دوازدوگاه متعارض شرق و غرب پس از پایان جنگ سرد، و اهمیت یافتن تضادهای هویتی و فرهنگی به همراه کاربرد بیش‌تر جنگ نرم پس از ۱۱ سپتامبر ۲۰۰۱ در منطق امپریالیستی ایالات متحده آمریکا برای مقابله با جهان اسلام، مفاهیم امنیت ملی نیز تغییرات مهمی پیدا کرد. بنابراین، از این پس تأکید بر افزایش قدرت فرهنگی و هویتی به عنوان مبنای اساسی برای قدرت ملی و پیروزی در جبهه جنگ نرم مطرح گردید. این تغییر منطق امنیتی نظام بین‌الملل سبب گردید تا ایران در رأس توجه تئوریسین‌ها، کارشناسان و طراحان جنگ نرم آمریکایی قرار بگیرد و در گزارش کمیسیون امنیت ملی آمریکا در قرن ۲۱ و سند ۲۰۰۲ و ۲۰۰۶ نظام جمهوری اسلامی ایران به عنوان مهم‌ترین چالش آمریکا در ابتدای قرن ۲۱ معرفی گردد. (عبدالله خانی، ۱۳۸۵)

استفاده از تعبیرات و مفاهیمی از قبیل ایران به عنوان یک کشور یاغی یا ایران دشمن آزادی، عدالت و صلح و یا مخالف روند صلح خاورمیانه مبین همین مطلب است. طراحان پروژه فروپاشی در چارچوب جنگ نرم معتقدند که جمهوری اسلامی ایران از بسترهای مناسبی برای استفاده از این روش برخوردار است. وجود مکانیسم‌ها و سازوکارهای مردم‌سالاری، سازمان‌های غیردولتی گسترده، رسانه‌های مختلف و متفاوت، نظام انتخاباتی و نقش و قدرت مردم در نظام سیاسی از جمله ظرفیت‌های مناسب در این راستا است.

بر همین اساس باراک اوباما نیز همانند بوش بودجه ۵۵ میلیون دلاری پنتاگون

برای جنگ نرم علیه ایران را امضا کرد. با امضای او با ما لایحه اختیارات دفاعی کنگره آمریکا مستقیماً به قانون تبدیل شد. از بودجه ۵۵۰ میلیارد دلاری وزارت دفاع آمریکا، ۵۵ میلیون دلار برای نفوذ در ایران، مقابله با فیلترینگ سایت‌های ضدایرانی، تحریک قربانیان، سانسور در ایران، آموزش الکترونیکی ایرانیان مخالف نظام برای براندازی نرم و شبکه‌سازی اینترنتی برای اغتشاشگران بعد از انتخابات ریاست جمهوری، ارائه آموزش‌های لازم رسانه‌ای و کامپیوتری برای راه‌اندازی سایت‌ها جهت اطلاع‌رسانی اختصاص یافته است. شبکه‌سازی در قالب اقدامات مدنی، بحران‌سازی اجتماعی، استفاده تاکتیکی از قومیت‌های ایرانی و حمایت از فرقه‌های ضاله همانند وهابیت، راه‌اندازی جنبش‌های فرهنگی - اجتماعی، جنگ رسانه‌ای و کاربرد گسترده شبکه‌های اجتماعی به همراه فشار اقتصادی و نظامی بر جمهوری اسلامی ایران به منظور زیر سؤال بردن مشروعیت دولت و کاهش اعتماد، حساسیت و انعطاف‌پذیری ملی از جمله راهکارهایی است که ایالات متحده در جنگ نرم با جمهوری اسلامی ایران در پیش گرفته است. (ماه‌پیشانیان، ۱۳۸۸)

### جنگ نرم: تعریف، اهداف و روش‌ها

جنگ نرم به وسیله کمیته خطر جاری در سال‌های پایانی دهه ۱۹۸۰ طراحی شد. کمیته خطر جاری در اوج جنگ سرد و در دهه ۱۹۷۰ با مشارکت اساتید برجسته علوم سیاسی و مدیران سابقه‌دار سازمان سیا و پنتاگون تأسیس شد. در آن مقطع و در پی اصلاحات گورباچف مبنی بر ایجاد فضای باز سیاسی و تغییر در قوانین اقتصادی (پروسترویکا) این کمیته با منتفی دانستن جنگ سخت و رودر رو با اتحاد جماهیر شوروی تنها راه به زانو درآوردن بلوک شرق را جنگ نرم و فروپاشی از درون معرفی کرد. سیاست‌گذاران پنتاگون و سیا با سه راهبرد دکترین مهار، نبرد رسانه‌ای و ساماندهی نافرمانی مدنی اتحاد شوروی را به فروپاشی و

شکست واداشتند. (افتخاری، ۱۳۸۷)

نظریه جنگ نرم طی دهه‌های اخیر وارد ادبیات سیاسی شده است. در این باره منسجم‌ترین کتابی که با عنوان «قدرت نرم» (Soft Power) انتشار یافته به جوزف نای تعلق دارد. وی معتقد است مبنای قدرت سخت یا جنگ سخت بر «اجبار» و مبنای قدرت نرم بر «اقناع» است و برخلاف بعضی از صاحب‌نظران، اقتصاد و دیپلماسی را زیرمجموعه قدرت سخت قرار داده و تنها از رسانه به عنوان قدرت نرم نام برده است. (نای، ۱۳۸۳) البته اگر مبنای قدرت سخت بر اجبار و مبنای قدرت نرم بر اقناع باشد می‌توان به این تفکیک جوزف نای خورده گرفت؛ چراکه رسانه، اقتصاد و دیپلماسی می‌توانند در ذیل هر دو عنوان سخت یا نرم قرار گیرند.

نرم یا سخت بودن آن بستگی به این دارد که در نهایت برای وادار کردن طرف مقابل به انجام کاری یا بازداشتن او از کاری استفاده می‌شود یا از این‌ها به عنوان یک اقدام تشویقی و «اقناعی» استفاده می‌شود اما به هر حال در این‌که امروز استفاده از قدرت نرم برای تأمین منافع ملی و تمامیت ارضی و حفظ کشور یک ضرورت است و مراقبت از کشور در برابر تهدید نرم حیاتی است، اختلافی وجود ندارد. (همو)

اما در تعریف جنگ نرم باید گفت جنگ نرم در برابر جنگ سخت (Hard War) در حقیقت شامل هرگونه اقدام روانی و تبلیغات رسانه‌ای است که جامعه هدف یا گروه هدف را نشانه می‌گیرد و بدون درگیری نظامی و گشوده شدن آتش رقیب را به انفعال یا شکست وامی‌دارد. (افتخاری، ۱۳۸۷) جنگ روانی، جنگ رایانه‌ای، جنگ رسانه‌ای برای ایجاد تصویرسازی و کنترل اذهان و قلوب مردم، براندازی نرم، راه‌اندازی شبکه‌های رادیویی و تلویزیونی و شبکه‌سازی در بین مسلمانان از اشکال جنگ نرم هستند. جنگ نرم در پی از پای درآوردن اندیشه و تفکر جامعه هدف است تا حلقه‌های فکری و فرهنگی آن را سست کند و با بمباران خبری و تبلیغاتی در نظام سیاسی - اجتماعی حاکم تزلزل و بی‌ثباتی تزریق کند. به طور کلی جنگ نرم در روش نرم‌افزاری و در پیامد غیرکشنده است. در جنگ نرم تلاش



می‌شود که به مراکز ثقل موضوعات مرجع امنیت نرم یعنی مشروعیت نظام سیاسی؛ وحدت و تمامیت ملی کشور؛ اعتماد ملی؛ وفاق ملی - سیاسی که خود از منابع بسیار مهم سرمایه اجتماعی هستند صدمه وارد شود. یعنی تلاش می‌شود تا حد امکان میزان رضایت مردم نسبت به کارآیی نظام کاهش یابد. کاهش رضایت مردم خود می‌تواند نقش بسیار مهمی در کاهش انعطاف‌پذیری ملی و حساسیت سیاسی داشته باشد.<sup>۱</sup> جنگ نرم، دو «پیکارگاه» دارد، یکی قلب و دیگری مغز، تصرف «قلب‌ها و مغزها» و تصرف دل‌ها و ذهن‌ها هدف منازعات نرم است. درجنگ نرم عامل تهدید به دنبال فراهم کردن الگوهای اقناعی است و تلاش می‌کند که مخاطب را به گونه‌ای تحت تأثیر قرار دهد که ترجیحات و اولویت‌های خود را مطابق خواسته‌های عامل تهدید فهم و درک نماید. (نای، ۱۳۸۳) یک بخش تأثیرگذاری بر افکار از طریق «باورسازی» و «الگوپردازی» است و بخش دیگر آن را «باورسوزی» و مسخ الگوهای رایج تشکیل می‌دهد. به طور مثال در منازعه نرم آمریکا با ایران در سال‌های اخیر، باورسوزی، باورسازی، الگوپردازی و تلاش برای مسخ و بی‌اعتبار کردن الگوهای رایج هم‌زمان اجرا می‌شود.

بنابراین می‌توان گفت که جنگ نرم عبارت است از هرگونه اقدام بدون خشونت که ارزش‌ها و هنجارها را مورد هجوم قرار داده و در حد نهایی منجر به تغییر در الگوهای رفتاری و خلق الگوهای جدیدی شود که با الگوهای رفتاری نظام حاکم تعارض داشته باشد. گفتنی است که زمینه‌های تهدید نرم‌افزاری مانند موانع ساختاری مشروعیت یا بحران مشروعیت می‌تواند منجر به شکل‌گیری یا تشدید تهدیدات نرم‌افزاری و یا حتی سخت‌افزاری مانند حمله نظامی شود. جنگ نرم در صورتی شکل می‌گیرد که کسانی که به آن تن در می‌دهند اساساً احساس و

۱. انعطاف‌پذیری یک اصطلاح روان‌شناسی است که به میزان تحمل مشکلات و چالش‌ها به وسیله افراد یک جامعه اشاره دارد. اگر یک ملت دارای انعطاف‌پذیری باشند به راحتی می‌توانند با تحمل مشکلات و چالش‌ها دوباره به حالت و شکل اولیه خود بازگردند. رضایت، اعتماد سیاسی و میهن‌پرستی و انسجام ملی از عناصر بسیار مهم تشکیل‌دهنده انعطاف‌پذیری ملی است.

ادراک تهدید از آن نداشته باشند، بلکه آن را مطلوب خود و تسلیم شدن در برابر آن را اولویت خود بدانند. این اولویت می‌تواند به عمد یا ترغیب، آموزش و پرورش و فرهنگ‌سازی انجام شود. این‌گونه از تهدید نرم که در واقع نقطه‌مقابل مقابل قدرت شرطی است با تغییر اعتقادات افراد و ملت‌ها، اساسی‌ترین کارکردها را در حکومت، اقتصاد، سیاست و... کشورها ایفا می‌کند.

حضرت امام خمینی علیه السلام مهم‌ترین هدف دشمن در جنگ نرم را، هجوم به اسلام و قرآن کریم می‌داند. نکته‌جالب این‌که حضرت امام علیه السلام سلاح دشمن در تهدید اسلام ناب و قرآن را، استفاده از منحرفین و تمسک به ظاهر قرآن می‌داند، تعبیر ایشان این است که دشمن از قرآن بر علیه قرآن استفاده می‌نماید. روشن‌فکر مآبان خود فروخته که از اسلام هیچ نمی‌دانند و بر اساس آموخته‌ها و مبانی علمی غربی و اومانیستی، دین را متعلق به سده‌های گذشته می‌دانند و آن را برای عصر فعلی کارآمد نمی‌دانند و متحجرین خشک مغز و متعصب که از اسلام فقط به ظاهر و پوسته آن گرایش پیدا کرده‌اند از دید حضرت امام خمینی علیه السلام بانیان جنگ نرم هستند. (خمینی، ۱۳۸۹)

براندازی نرم، فروپاشی و استحاله در حاکمیت از اهداف کلی جنگ نرم است. علاوه بر این گفتمان‌سازی، مرجع‌سازی، تغییر الگوی مصرف رسانه‌ای، نخبه‌سازی مصنوعی و سلطه اطلاعاتی از مهم‌ترین اهداف جنگ نرم است.

## راهکارهای ایالات متحده آمریکا برای بحران آفرینی اجتماعی و فرهنگی برای مقابله با ج.ا.ا.

تمام تمرکز بحران آفرینی در جنگ نرم بر فعالیت‌هایی با صبغه اجتماعی و فرهنگی به منظور تسخیر قلب‌ها و مغزهای جامعه هدف بدون خونریزی است. در این شکل از جنگ که پیروزی‌هایش سریع‌تر و تخریب فیزیکی‌اش کمتر است پذیرش متخاصم نیز راحت‌تر صورت می‌پذیرد. اما آثار و عواقب و معضلات

اجتماعی - سیاسی حتی اقتصادی آن در بلندمدت برای کشور مغلوب بسیار سنگین تر از جنگ‌های صرفاً نظامی خواهد بود. در این روش قدرت‌های مهاجم از مرعوب‌سازی و ایجاد بحران‌های فرهنگی و اجتماعی بهره‌گیری می‌نمایند تا با یک شوک ذلت‌بار قدرت و فرهنگ خود را بر جامعه هدف غالب کنند. در این جنگ به مقدسات و اعتقادات فرهنگی جوامع حمله و فرهنگ غرب از طرق مختلف به مردم جامعه القا می‌شود.

در حقیقت در این روش از جنگ نرم، بحران‌های اجتماعی و فرهنگی برای جامعه مورد نظر به گونه‌ای مهندسی می‌گردد که برداشت ذهنی فرد از هنجارها، ارزش‌های خود و جامعه‌اش دچار تزلزل و بی‌ثباتی گردیده و به راحتی آماده پذیرش هر عقیده‌ای گردد. در ذیل به بررسی برخی از این راهکارها می‌پردازیم.

#### الف) فرقه‌سازی، تبلیغ و ترویج افکار الحادی

منظور از فرقه‌سازی، جداسازی یک جزء از یک کل است که در ادیان مختلف سابقه داشته است. اصلی‌ترین پیامد این فرقه‌سازی‌ها از بین بردن اصالت دین است. در دوران معاصر، فرقه به گروهی از افراد اطلاق می‌شود که نوعی «مذهب جدید» خلق می‌کنند. در ۲۵ سال گذشته به دنبال روی آوردن مردم به سوی معنویات و برای جلوگیری از گرایش مردم به سوی ادیان الهی ۲۵۰۰ فرقه جدید ساخته شده که با یک حساب سرانگشتی، یعنی تقریباً هفته‌ای دو فرقه نوظهور به منصفه ظهور رسیده است.

آنچه مسلم است، فعالیت این‌گونه فرقه‌ها در راستای قداست‌زدایی از پیامبران و نادیده گرفتن رسالت آنهاست تا از این راه ادیان آسمانی را براندازند. محوریت ادیان الهی، خداوند بوده و محوریت ادیان جدید هر چیزی به جز خداوند است تا آن‌جا که قصد براندازی پرچم خدا را دارند.

از شاخص‌های مشترک میان این فرقه‌های نوظهور، می‌توان به: نوگرویدگان

جوان و نسل اولی، عضوگیری های غیرمعمول، بنیانگذاران فرهمند، هزارپاره کردن حقیقت، وجود مرزهای مشخص با دین داران الهی، در توهم خدا شدن از سوی اعضا و سران، پراکنده گویی و التقاط و بهره گیری از زبان ها و نمادهای مشترک اشاره نمود.

در سال های اخیر پیروان ادیان و فرقه های مختلف ضاله و منحرف از جمله وهابیت، شیطان پرستی و... و نیز برخی فرقه های عرفانی کاذب، برای جذب هرچه بیش تر اعضای جدید و منحرف کردن افکار شیعیان به ویژه جوانان، بر فعالیت های تبلیغاتی خود در کشورمان افزوده اند. پیروان فرقه بھائیت نیز از روش های گوناگون به ویژه تکیه بر روش ها و جذابیت های جنسی استفاده می کنند. اما وهابیت که حامی اصلی آن دولت سعودی است، با تکیه بر پول نفت شاهزادگان وهابی آل سعود، تلاش می کنند با پرداخت کمک های نقدی و غیرنقدی به خانواده های فقیر شهرها و روستاهای مرزی و جنوبی کشور، آنان را فریب داده و با اندیشه های انحرافی خود همسو کنند.

ایالات متحده امریکا برای روبه رو نمودن کشورمان با بحران های مشارکت، مشروعیت، توزیع، هویت و نفوذ تلاش دارد تا با تبلیغ، ترویج و حمایت از فرقه ضاله وهابیت به ایجاد تنش های فرقه ای در استان های مرزی، تضعیف یکپارچگی سرزمینی و هویت های ملی در ایران بپردازد. در مطالعات امنیت ملی، استناد به این راهبرد به این دلیل است اگر در حلقه های محاط ایران (استان های مرزی) آتش تنش و فتنه زیاد باشد، کانون تصمیم گیری نیز دچار استحاله و تغییر رفتار خواهد شد، که در قالب راهبرد «تنش از بیرون، تغییر از درون» قابل تعریف است، که به وضوح می توان آن را در برخی تحرکات ایذایی گروهک های تروریستی نزدیک به وهابیت، مانند جندالشیطان، پژاک یا گسترش شیعه هراسی در استان های مرزی مشاهده کرد. برای مثال سازمان اطلاعات و امنیت رژیم صهیونیستی (موساد) با احداث و راه اندازی یک مرکز آموزشی در حوالی شهر

چمن افغانستان، نیروهای مخالف جمهوری اسلامی ایران را آموزش می دهند که برخی اعضای آن از وهابیون و سپاه صحابه اند که دارای اندیشه های افراطی ضد شیعی هستند. (دلاورپور اقدم، ۱۳۸۸)

تبدیل شدن به گروه فشار یا ابزار جاسوسی برخی کشورهای منطقه، تأسیس یا نفوذ بر مدارس مذهبی اهل سنت به ویژه در استان های مرزی در جهت ترویج عقاید ضد شیعی، افزایش نفوذ و سرمایه گذاری عربستان بر این گروه برای ایجاد و افزایش سازمان های مسلحانه فرقه ای، تضعیف وحدت ملی، تضعیف وحدت و انسجام مذهبی اهل سنت و شیعه، گسترش شیعه هراسی، تبلیغات در فضای مجازی برای سست نمودن عقاید مذهبی و سیاسی مردم و گسترش تفکرات الحاد و سلفی و ارتباط آن با شکل گیری برخی تحرکات ایذایی از مهم ترین تهدیدات نرم افزاری گسترش فرقه ضاله وهابیت است. با توجه به همین تهدیدات ایالات متحده امریکا برای جنگ نرم با کشورمان به حمایت از این گروه می پردازد. به گونه ای که در تاریخ ۱ دسامبر ۲۰۰۹، سنای امریکا قطعنامه ای را در حمایت از اقلیت بهایی<sup>۱</sup> و با اجماع آرا از تصویب گذراند. (ماه پیشانیان، ۱۳۸۸)

### ب) رواج عرفان های کاذب

فرقه های عرفان کاذب در جهان به هفت دسته کلی تقسیم می شوند که شامل عرفان های هندی، عرفان های امریکایی، عرفان مسیحیت، عرفان یهود، عرفان چین، پدیده ای به نام فراعلم یا فراروان شناسی و سینمای ماوراء می گردد.

تشکیل کمیته های حمایت از دراویش و دانشجویان، برگزاری جلسات تحلیل مکاتب عرفانی در فضاهای دانشجویی و... نشانه هایی قوی از هجوم خزنده عرفان های نوپدید بوده که گامی دیگر در راستای جنگ نرم است. گروه ها و

1. H. Res. 175: Condemning the Government of Iran for its state-sponsored persecution of its Baha'i minority and its continued violation of the International Covenants on Human Rights – <<http://thomas.loc.gov/cgi-bin/bdquery/z?d111:h.res.00175:>>

کمیته‌هایی که مروج شکل انحرافی از عرفان در کشورمان هستند با صراحت تمام در ارگان‌های اینترنتی خود مخالفت با حاکمیت ایران را اعلام می‌دارند. مخالفت این گروه‌ها با حاکمیت تحت عنوان استقامت حاکمیت در برابر عرفان معرفی می‌شود که البته عرفان مدنظر آن‌ها همان گرایش‌های انحرافی است که صرفاً نام عرفان را به دوش می‌کشد و علما و پژوهش‌گران دینی از آن‌ها تحت عناوینی نظیر عرفان‌های کاذب، نوپدید، نوظهور، وارداتی، التقاطی و... نام می‌برند. مشکل تمامی عرفان‌های بیگانه در یک کلام این است که در آن‌ها شریعت آسمانی جایی ندارد، تمامی آن‌ها بر اساس آزمایش‌ها و تجربیات شخصی انسان‌ها پدید آمده‌اند و بسیاری از آن‌ها عرفان سکولار به معنای عرفان بدون خدا هستند. برای مثل مشکل عرفان‌های هند، مسئله تناسخ و عدم حضور خداست. همچنین عرفان‌های بیگانه مبتنی بر براهین عقلی نبوده و تنها بر مبنای تجربه شخصی یک یا چند انسان پایه‌گذاری شده‌اند بنابراین چگونه مکتبی که پشتوانه وحی آسمانی و براهین عقلانی ندارد می‌تواند انسان را به سعادت برساند. زیرا عرفان مؤلفه‌های خاصی همانند تقرب به خدا، یک‌سو نگرستن، رهایی از دنیا، زمان و مکان، یافتن راهی برای دریافت مستقیم حقیقت به نام مکاشفه، توجه به باطن و درون جهان و انسان، استفاده از ریاضتی که بر اساس شریعت باشد و در نهایت آرامشی که با اعتماد به قدرت و علم بی‌پایان الهی حاصل شود. اگر مکتبی ویژگی‌های مذکور را نداشت مسلماً نه تنها مکتب عرفانی نیست بلکه به شدت التقاطی و انحرافی است که با هدف زایل کردن نیروی عقلانی و اعتقاد به خداوند تلاش دارد ارزش‌های معنوی فرد را تغییر داده و بر کل نظام فکری او مسلط گردد. در چنین حالتی فرد یک موجود بی‌شکل است که به راحتی شکل هر قالبی را می‌پذیرد. این همان چیزی است که بانیان جنگ نرم به دنبال آنند. در این رابطه می‌توان به تفکرات انحرافی اشو درباره اعتقاد به خدا اشاره نمود. اشو در جایی درباره خدا می‌گوید: «اگر از من بپرسید به شما می‌گویم خدا را فراموش کنید. حقیقت را

فراموش کنید.» او همچنین زهد و توبه، زیارت، مذهب، اعتقادات، قانون، علم و فن آوری، دعا و نیایش را نفی می‌کند و تنها چیزی را که اثبات می‌نماید عشق به شهوت و تمایلات لجام‌گسیخته جنسی است. بنابراین از نظری تنها چیزی که مقدس است و پل آسمان است رابطه جنسی طولانی مدت است و این است عرفان مدرن اشو. (فعال، ۱۳۸۷)

افزون بر این تفکرات بودایی هم بسیار مورد توجه بانیان جنگ نرم قرار گرفته است. اما سؤالی که مطرح می‌گردد این است که تفکرات بودایی چه ویژگی‌هایی دارد که می‌تواند در جنگ نرم مورد توجه قرار گیرد؟ در پاسخ به این سؤال باید به ویژگی‌های ذیل اشاره نمود:

- فقدان تعریف مشخص و روشنی از وجود خدا در تفکرات بودایی به طوری که در برخی از گرایش‌های بودایی با پدیده چندخدایی و یا انکار خدا و در پایان انکار اصل توحید روبه‌رو هستیم.

- اصول اصلی تعالیم بودا که در «تری پیتکا» کتاب ویژه آیین بودایی آمده عبارتند از ترک دنیا، تهذیب نفس، تأمل، مراقبه، تلاش برای رهایی از چرخه تناسخ و در نهایت رسیدن به مقام نیروانا. هیچ‌کدام از این محورها ضرر و زیانی برای تفکر غرب ندارد و از طرفی، در نوع خود، می‌تواند پاسخ‌گوی ظاهری نیاز نسلی باشد که «رپ» و «هیپیسیم» را برای پاسخ سؤالات خود برگزیده است.

- مطابق تعالیم بودا، آدمی باید از چهار میل آرزو، شهوت، خطا و نادانی بگذرد تا از چرخه تناسخ و «قانون کارما» (کردار) رهایی یافته و با رسیدن به «نیروانا» سرانجام به مقامی برسد که در یابد جهان هیچ بر هیچ، خلأ و از درون تهی است. به عقیده بودا راه میانه و درست چیزی مابین لذت و رنج است و سرانجام دو چیز است که باید از آن پرهیز کرد زندگی پر از لذت و زندگی پر از رنج و خودآزاری. همان‌گونه که می‌بینیم در این تفکر، هیچ مسئولیت اجتماعی برای فرد وجود ندارد و به ویژه در آن هیچ توجهی به سیاست و اداره جامعه نشده است. به عبارت دیگر، این راه میانه

توصیف شده در بوداییسم، همان بی تفاوتی مطلق است. بودا با پذیرش تناسخ، معاد را در آن شکلی که ادیان الهی ترسیم می‌کنند، نفی می‌کند و از این نظر به طور کامل از ادیان الهی فاصله می‌گیرد. این به خودی خود می‌تواند یک نوع اطمینان برای سردمداران جهان غرب که ایدئولوژی آن‌ها بر پایه ماتریالیسم طراحی شده است، به همراه داشته باشد.

همان‌گونه که گفتیم، در تفکر بودایی فلسفه سیاسی خاصی وجود ندارد و بیش از هر چیزی به انزواگرایی و توجه به درون تأکید می‌شود. این موضوع نیز برای جهان غرب که در پی تسلط فرهنگی و سیاسی بر جهان است، می‌تواند جذاب باشد.

بودا از همان ابتدا عنصر وحی را آن‌گونه که در ادیان آسمانی وجود دارد، رد کرد و راه‌هایی انسان را تنها اتکا به «اعتدال عقلایی فرد» خود او دانست. این امر می‌تواند در بسیاری از موارد به کمک نظام سرمایه‌داری غرب بیاید.

هم‌اکنون شاهد رشد روزافزون اسلام‌گرایی در غرب و آمریکا هستیم. این امر سبب شده تا استراتژیست‌های صهیونیست غربی به سرعت در فکر جلوگیری از این جریان فکری به ویژه آن‌جا که ریشه در باورهای شیعه پیدا می‌کند، داشته باشند. با توجه به آن‌چه ذکر شد، به نظر می‌رسد تفکر خنثی و اثرپذیر بودیسم، می‌تواند گزینه‌ای مناسب برای نظام سکولار غربی باشد و نظام صهیونیسم جهانی را در طراحی آرمان شهر صهیونیستی یاری نماید. از این روی بیش از هر کس صهیونیست‌ها متوجه قابلیت‌های خوب تفکر بودایی شدند و حتی فرقه‌ای جدید به نام «جو بو»ها را که ترکیبی از تفکرات یهودی و بودایی است، در آمریکا شکل دادند.

تفکر بودایی از بسیاری جهات شباهت‌های مهمی با اصول و مبانی حاکم بر صهیونیسم و مسیحیت انحراف یافته صهیونیستی دارد. توجه ویژه به جادو و سحر و خرافه، توتم پرستی و توجه ویژه به نمادها، اشکال و اجسامی که به صورت



نمادهای خانوادگی، نشان روی پرچم و آرم‌های گوناگون در جامعه رواج دارد، اندیشه نفی معاد اخروی و آخرت و اعتقاد به بهشت و دوزخ زمینی، تعدد فرقه‌های ظاهراً عرفانی و منحرف که در نهایت به چندخدایی و یا نفی خدا ختم می‌شوند، جبرگرایی و پذیرش شرایط محیطی، اعتقاد به قدرت وافر شیطان در برابر قدرت خدا، مخالفت دیرینه و تاریخی با اسلام، بی‌تفاوتی در مقابل جریان‌های سیاسی و گذرا فرض نمودن تمام آن‌ها، بی‌توجهی به نقش پیامبران، وحی و ادیان الهی در تکامل بشری و اتکای اومانیستی به اثرگذاری مطلق انسان بر سرنوشت خویش از جمله این شباهت‌هاست.

صهیونیست جهانی با توجه به این تشابهات تلاش دارد، به هر نحوی تفکر بودایی را در سطح جوامع خود و خارج از مرزهای جغرافیایی وابسته به خود در بین دیگر ملل به‌ویژه مسلمانان و کشورهایی که از پتانسیل بالقوه‌ی اثرپذیری از جریان‌ات معناگرای اسلامی برخوردارند، گسترش دهد و در این راه یکی از اثرگذارترین و کارآمدترین ابزارها، یعنی رسانه و به‌ویژه سینما را برگزیده است. از جمله می‌توان به فیلم‌هایی همانند راهب خشمگین، بودای کوچک، هفت سال در تبت و افسانه شجاعان که با این هدف تهیه شده است اشاره نمود. (فرخ‌نژاد، ۱۳۸۸)

علاوه بر مکاتب عرفانی کاذب با نگاهی به قلمرو مکاتب فراعلمی و فراروان‌شناسی نیز می‌توان به اهمیت آن‌ها برای بنیان جنگ نرم پی برد؛ زیرا پدیده‌ها و قلمروهای فراعلمی و فراروان‌شناسی تنها در پی ایجاد هیجانات آنی و کاذب بوده و تلاش دارند فرد را از نظر عقلانی تهی سازند. بنابراین به استفاده از مواد مخدر، داروهای شیمیایی و روان‌گردان روی می‌آورند. حتی ادعاهای غیرعادی، ماده موضوعی تعریف نشده و عدم وجود یک نظریه‌ی اصولی جهت توضیح انتقال غیرعادی اطلاعات سبب شده است که فراروان‌شناسی انتقادات بسیار زیادی را از جانب روان‌شناسان و علوم رفتاری برانگیزد. به‌گونه‌ای که تعداد

بسیاری، آن را پدیده‌ای جعلی و کلاهبردانه می‌دانند. تله‌پاتی "تلیپاتی" (انتقال اطلاعات مربوط به افکار یا حواس از فردی به فرد دیگری از طریق غیر از ۵ حس اصلی)، پیش‌آگاهی (Precognition) (ادراک اطلاعات در مورد مکان‌ها یا رویدادهای آینده قبل از این‌که رخ دهند)، غیب‌گویی یا بصیرت (Clairvoyance) (کسب اطلاعات درباره مکان‌ها یا رویدادها در مکان‌های دور دست و ناشناخته برای علم کنونی بشر)، روان‌جنبشی (توانایی ذهن برای تأثیرگذاری بر ماده، زمان، مکان یا انرژی از طریق روشی ناشناخته برای علم کنونی بشر)، تناسخ (Reincarnation) (تولد دوباره یک روح یا یک جنبه غیرجسمانی دیگر از هوشیاری بشر در یک بدن جسمانی پس از مرگ)، رفت و آمد ارواح (پدیده‌ای که اغلب به ارواح نسبت داده می‌شود همچنین شامل رویارویی فرد با افراد مرده یا همراه با تعلقات پیشین فرد که به‌طور مرتب رخ می‌دهد) از مهم‌ترین قلمروهای فراروان‌شناسی است.

### ج) دین‌گریزی با سلاح ساختگی دموکراسی و آزادی شهروندی

معرفی نمودن دین به عنوان مانعی در برابر دموکراسی غربی که بر پایه اومانیزم و سکولاریسم بنا شده است دیگر راهکار طراحان براندازی نرم است. بر همین اساس طراحان این پروژه ادعا می‌نمایند که در حکومت دینی، همه چیز به میل و تمنای مردم پیش نمی‌رود، بلکه احکام و دستورات الهی پایه و اساس قرار می‌گیرد. بنابراین برقراری حکومت دموکراتیک بسیار مشکل است. (شارپ و هلوی، ۱۳۸۶) با توجه به این ادعاها می‌توان دریافت که طراحان پروژه براندازی نرم با هدف قرار دادن ایران اسلامی، تلاش دارند تا با سلاح ساختگی دموکراسی و آزادی شهروندان حکومت دینی در کشورمان را تغییر داده و حکومتی که مطابق با اهداف و تأمین‌کننده منافعشان است بر سر کار آورند. زیرا در حکومت دینی راهی برای سلطه دشمنان غربی وجود ندارد.

## د) تجهیز سربازان شیطان

شیطان پرستی که به معنی پرستش شیطان به عنوان قدرتی فوق العاده قوی و بسیار قوی تر و مؤثرتر از نیروهای خوب دنیوی همچون خداست، یکی دیگر از ابزارهای جنگ نرم محسوب می‌گردد. در شیطان پرستی، شیطان به عنوان نماد قدرت و حاکمیت بر روی زمین، قدرتی به عنوان برترین قدرت دو جهان مورد توجه و پرستش قرار دارد و این دنیایی را که به عنوان دوزخ برشمرده می‌شود را قانونمند می‌کند. در یک تعریف عام شیطان پرستی، پرستش قدرت پلیدی است. هسته محوری اعتقاد انحرافی شیطان پرستان (در شاخه‌ها و تعاریف گوناگون آن) الحاد و پوچ‌انگاری است. بر این مبنا دست زدن به هر رفتار ناهنجاری که اتفاقاً ادیان درباره آن‌ها حساسیت دارند، برای آن‌ها مباح و حتی لازم می‌شود.

از طرفی بر اساس شواهد گوناگون، شیطان پرستان در ارتباط مستقیم با سازمان‌های جاسوسی سیا، موساد و صهیونیسم جهانی هستند. فلسفه یونانی، پروتستانتیزم (اصلاح دینی)، معرفت‌شناسی یهودی از شیطان، افول معنویت و ظهور مکاتب فلسفی پوچ‌گرا در عصر حاضر غرب و رمانس‌گرایی به عنوان کپی دروغین از اسطوره‌گرایی در جهان اسلام و آئین‌های شرقی برای پاسخ‌گویی به خلأ ناشی از احساس نیاز به وجود قهرمان، ۵ عامل جاری در فرهنگ غربی هستند که زمینه را برای ظهور و گسترش شیطان پرستی در سرزمین‌های حامل این فرهنگ فراهم ساخته است. امروزه شیطان پرستان، سربازان صهیونیسم بین‌الملل و دشمنان در عرصه جنگ نرم با جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌گردند که به واسطه انجام جاسوسی، جرایم بانندی یا سازمانی همانند بمب‌گذاری، اقدام برای ترور، قاچاق مواد مخدر علی‌الخصوص مواد مخدر شیمیایی، راه‌اندازی مراکز فساد و ایجاد ناامنی‌های عمومی و اجتماعی با کاهش امنیت اجتماعی نقش بسیار مهمی در ایجاد تهدیدات نرم برای دولت ایران دارند.

حمله نمودن به اصل ولایت فقیه که سنگ بنای نظام جمهوری اسلامی ایران محسوب می‌گردد یکی دیگر از راهکارهای جنگ نرم است. زیرسؤال بردن مشروعیت آسمانی ولایت فقیه به منظور جدا نمودن دین از سیاست و ایجاد بی‌اعتمادی در بین مردم برای استحاله اصل ولایت فقیه از جمله راهکارهای اصلی در این روش به حساب می‌آید. این مسئله در راستای تلاش ایالات متحده امریکا و صهیونیسم بین‌الملل در راستای فروپاشی مکتب شیعه در ایران و کودتا علیه گفتمان انقلاب اسلامی است. این روش ریشه در تئوری جنگ نرم فوکویاما که مهندسی معکوس لقب گرفته است دارد. فوکویاما عنوان نمود برای پیروزی بر یک ملت، باید میل و ذائقه آن ملت را تغییر داد و نظام ارزشی شان را نابود کرد. (فوکویاما، ۱۳۸۶) به اعتقاد وی شیعه پرنده‌ای است که افق پروازش خیلی بالاتراز تیرهای غرب است، پرنده‌ای که دو بال دارد؛ یک بال سبز و یک بال سرخ. بر اساس نظریه فوکویاما بال سبز شیعه همان فلسفه انتظار یا عدالت خواهی و بال سرخ شیعه، شهادت طلبی است که ریشه در کربلا دارد و شیعه را فناپذیر کرده است. شیعه با این دو بال افق پروازش خیلی بالاست و تیرهای زهرآگین سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی، اخلاقی و... به آن نمی‌رسد. به اعتقاد وی آن نقطه که خیلی اهمیت دارد بعد سوم شیعه است. فوکویاما در ادامه می‌گوید: این پرنده زرهی به نام ولایت‌پذیری برتن دارد که آن‌ها را شکست‌ناپذیر نموده است. در بین کلیه مذاهب اسلامی، شیعه تنها مذهبی است که نگاهش به ولایت، فقهی است؛ یعنی فقیه می‌تواند ولایت داشته باشد. این نگاه، برتر از نخبگان افلاطون است. فوکویاما معتقد است ولایت‌پذیری شیعه که براساس صلاحیت هم شکل می‌گیرد، او را تهدیدناپذیر کرده است. بر همین اساس وی نظریه مهندسی معکوس برای شیعیان ایرانی را مطرح نمود. براساس این نظریه برای موفقیت در هر عملیاتی برضد ایران ابتدا باید ولایت فقیه نشانه گرفته شود. در صورت تضعیف

ولایت فقیه، رفاه طلبی جای شهادت طلبی را می‌گیرد و پس از آن اندیشهٔ عدالت‌خواهی و انتظار نیز از جامعه رخت برمی‌بندد. (روزنامه اعتماد، ۱۳۸۶/۱۰/۲۷)

بر همین اساس زمزمه‌کنندگان جنگ نرم تلاش دارند برای دست‌یابی به هدف مذکور، رهبر کاریزماتیک را عامل به وجود آمدن حکومت استبدادی نشان دهند. برای مثال مهدی کلانترزاده در بخشی از مقدمه‌ای که بر ترجمهٔ کتاب *مبارزهٔ مدنی، جامعهٔ مدنی* جین شارپ و رابرت هلوی نوشته است رهبری رهبر کاریزماتیک را عامل به وجود آمدن حکومت استبدادی می‌داند:

در جوامع استبدادزده محور مبارزه، بر علیه رهبری کاریزماتیک است که با تهییج و ایجاد انگیزه، افراد را در راه آرمان‌هایی هدایت می‌کند که به هیچ وجه شکل اجرایی آن را در ذهن متصور نیستند. این چنین مبارزه‌ای به هیچ وجه هدف غایی برای خود ترسیم نکرده است، چراکه به روشنی تفاوت میان زمان حال و شکل جدید حکومتی را که می‌بایست برقرار شود، نمی‌داند و اصلاحات یا انقلاب فقط در حد تغییر ظواهر، سمبل‌ها و اهرم‌های قدرت می‌افتد. از پایه‌ای دیگر این مبارزه برخوردار شخصی و حذف نام‌ها و چهره‌هاست و نه اصلاح و جایگزینی شیوه‌ها. (شارپ و هلوی، ۱۳۸۶)

وی همچنین رابطهٔ مرید و مرادی را مختص جوامع استبدادی می‌داند که همه چیز به رهبر کاریزماتیک ختم می‌شود و رهبران دینی را عامل جلوگیری از تغییر حکومت عنوان می‌دارد و تنها راه فائق آمدن بر این مسئله را روشننگری اذهان عمومی می‌داند؛ به‌گونه‌ای که هیچ حاکم یا فردی نباید ادعای جانشینی بر روی زمین بنماید. (همو: ۸۷ و ۸۸)

مشاهده می‌شود تأکید بر مقابله با رهبری حکومت، از راه‌های اصلی جریان برانداز است. بر همین اساس در تمام اغتشاشات و تجمع‌های پس از انتخابات در ایران حمله به رهبری نظام در محوریت گروه‌های مخالف قرار داشت و شعارها، بیانیه‌ها، تحلیل‌ها و القائات انجام شده بیش از دولت بر رهبری متمرکز شده بود.

## و) استفاده تاکتیکی از قومیت‌های ایرانی

مفاهیم استبداد، تروریسم، حقوق بشر، آزادی، دموکراسی، صلح و تجارت آزاد، جوانان، زنان، دانشجویان، کارگران، قومیت‌ها، اقلیت‌های مذهبی، جامعه هنری، فرهیختگان و حتی همجنس‌بازان در فهرست برنامه‌های تئورسین‌های جنگ نرم قرار گرفته‌اند. در مورد ارتباط دولت آمریکا با گروه‌های قوم‌گرا و جدایی طلب ایران باید به این نکته توجه داشت که این کشور به طور تاکتیکی تلاش نموده است که به طور فرصت طلبانه از مسائل قومی ایران تحت مفاهیمی همچون حقوق بشر و آزادی بهره‌برداری نماید. بنابراین در کنار تعمیق و گسترش تحریم‌ها علیه ایران، با تلاش برای محدود کردن روابط کشورها و سازمان‌های بین‌المللی با ایران و تلاش برای مشروعیت بخشی، گسترش و توانمندسازی سازمان‌های غیردولتی ایرانی مخالف نظام جمهوری اسلامی ایران، فعال‌سازی و حمایت از شبکه‌های رسانه‌ای ضدایرانی و راه‌اندازی جنگ عقیدتی و ایدئولوژیک در منطقه کوشیده است که به مداخله گسترده در امور داخلی ایران با استفاده از مسئله اقوام ایرانی بپردازد. آمریکا برای رسیدن به این هدف علاوه بر بیانیه‌های سیاسی، مصوباتی در مورد اختصاص بودجه به منظور مداخله در امور داخلی ایران به تصویب رسانده است. در این راستا می‌توان به تصویب بودجه یک و نیم میلیون دلاری در سال ۲۰۰۴ میلادی برای حمایت از برخی سازمان‌های غیردولتی و برخی اشخاص در داخل ایران و هزینه کردن آن از طریق بنیاد اعانه ملی برای دموکراسی، تصویب و اختصاص بودجه ۳ میلیون دلاری در سال ۲۰۰۵ و اعلام رسمی آن از سوی وزارت خارجه آمریکا با هدف اعلام شده کمک به سازمان‌های غیردولتی ایرانی در زمینه‌های مطبوعاتی و حقوق بشر و همچنین تصویب بودجه ۷۵ میلیون دلاری در سال ۲۰۰۶ میلادی که در بودجه‌های دولت آمریکا به صورت رسمی و علنی برای فعالیت ضدایرانی اختصاص داده شده اشاره نمود. (عبداله‌خانی، ۱۳۸۵)

تقویت برنامه‌های رادیوفردا، از جمله سرویس‌های سخن‌پراکنی بین‌المللی ایالات

متحده که به هزینه کنگره و تحت نظر شورای سخن‌پراکنی بین‌المللی امریکا اداره می‌شود، تقویت برنامه‌های بخش فارسی صدای امریکا و راه‌اندازی سایت اینترنتی وزارت امورخارجه امریکا به فارسی و تحت عنوان «پل ارتباطی ایران - امریکا» از جمله مواردی است که در چارچوب برنامه‌های بخش رسانه‌ای این بودجه برای تحریک و اغوای قومیت‌ها انجام شده است. (همو) در کنار مصوبات و بیانیه‌های رسمی و به دنبال برخی تغییرات در وزارت خارجه امریکا، دولت این کشور در اکتبر ۲۰۰۶ اقدام به راه‌اندازی دفتر امور ایران در دوبی نمود. وظیفه این دفتر مدیریت هزینه‌کرد بودجه ۷۵ میلیون دلاری امریکا اعلام شده است. (همو) به‌طورکلی در سناریوی تهدید نرم علیه ایران، ایالات متحده امریکا با ناامن‌سازی ایران و حمایت از شورش‌های محلی داخلی و حمایت مالی از تجزیه‌طلبی از گسترش قومیت‌گرایی در ایران حمایت می‌نماید.

### ۳ ایجاد اتحاد در اپوزیسیون خارجه‌نشین

تجزیه سیاسی بسیاری از کشورها نشان داده است که گروه‌های اپوزیسیون به عنوان یکی از ابزارهای سیاست خارجی امریکا محسوب می‌شود. هرگاه که امریکایی‌ها در روند جدال استراتژیک با کشوری قرار می‌گیرند، تلاش می‌کنند تا از طریق گروه‌های اپوزیسیون روند مشروعیت‌زدایی را ایجاد و پیگیری نمایند. همکاری با گروه‌های اپوزیسیون توسط سرویس‌های امنیتی امریکا انجام می‌شود. آنان بر این اعتقادند که طراحی عملیات بین‌المللی منجر به افزایش اقتدار سیاسی امریکا می‌گردد. این روند از زمان فعال شدن امریکا در بحران‌های بین‌المللی آغاز شد، در چنین شرایطی آنان تلاش داشتند تا از گروه‌های اپوزیسیون در راستای اهداف استراتژیک خود استفاده نمایند، این روند از سال‌های بعد از جنگ دوم جهانی به‌گونه‌ای پایان‌ناپذیر تداوم یافته است. از نظر امریکایی‌ها اپوزیسیون به عنوان نیروی سیاسی مؤثری برای ایفای نقش تأثیرگذار محسوب می‌شود. به همین

دلیل است که امریکا تلاش می‌کند تا از اپوزیسیون به عنوان نیروی پویا که قابلیت تأثیرگذاری در محیط سیاسی ایران را دارد، استفاده نماید.

این پروژه یکی از اصلی‌ترین اهداف خود را ایجاد اتحاد میان گروه‌های ضدانقلاب خارجه‌نشین قرار داده است. آنان از لابی‌ها، نهادها و سیاسیون متنفذ متمایل به خود نهایت استفاده را به عمل می‌آورند تا بتوانند گروه‌های ورشکسته، ضعیف و سست بنیان خارجه‌نشین را به یکدیگر متصل کرده و یک اتحاد هرچند مصنوعی ایجاد نمایند. برای این منظور آنان طرح‌های مختلفی مانند طرح تشکیل کنگره ملی، پارلمان و یا دولت در تبعید را مطرح کرده‌اند.

بر همین اساس عباس میلانی و لری دایموند وجود اپوزیسیون متحد را یک ضرورت می‌دانند و معتقد هستند این اپوزیسیون می‌تواند متشکل از گروه‌های مختلف سیاسی جدید و قدیم باشد. آنان بر روی مهاجران ایرانی نیز انگشت گذاشته و پیشنهاد می‌نماید که از آنان به عنوان پیاده‌نظام استفاده شود.

### ح) مهندسی انقلاب رنگی در قالب افزایش قدرت مردمی

انقلاب‌های مخملی یا رنگی پروژه‌ای از تحولات سیاسی هستند که از مدیریت رسانه‌ای و افکار عمومی و هم‌زمان مهندسی اجتماعی آغاز شده و به یک مهندسی جدید سیاسی و تغییرات شبه‌دموکراتیک در نظام‌های سیاسی منجر می‌گردد. وجه مشخصه این انقلاب‌ها عبارت از مقاومت غیرخوشونت‌آمیز برای اعتراض نسبت به سیاست‌های دولت و حمایت از آزادی، دموکراسی و استقلال ملی است. (ماه‌پیشانیان، ۱۳۸۸)

در این انقلاب‌ها معمولاً از یک رنگ یا گل به صورت نمادین استفاده می‌شود و سازمان‌دهندگان نیز غالباً سازمان‌های غیردولتی و جنبش‌های دانشجویی هستند. انتخابات مخرج مشترک همه این انقلاب‌ها از جمله انقلاب‌های صربستان، گرجستان، اوکراین و قرقیزستان است. از سرنگون کردن حکومت کمتر



سخن گفته می‌شود و «انقلابیون» همواره تکرار می‌کنند که فقط به دنبال پیروزی دموکراسی در روند انتخابات هستند. بدین ترتیب، مجموعه‌ای از ابزارها به کار گرفته می‌شوند تا تقلب در انتخابات را در معرض نظر همگان قرار دهند. در این استراتژی نوین «انقلابی»، رسانه‌ها نقش اصلی را بازی می‌کنند، به طوری که با تکیه بر بی‌طرفی نظارت سازمان‌های بین‌المللی، شواهد عینی تقلب را به نمایش و نظاره همگانی مردم می‌گذارند. برای مثال در حالی که در وقوع انقلاب نارنجی اوکراین عوامل و پارامترهای زیادی مؤثر بودند، اما اینترنت و موبایل به عنوان ابزارهای مؤثری برای فعالان مخالف دولت، در وقوع این انقلاب بوده است. بر همین اساس نخست، اینترنت اجازه ایجاد فضایی را داد تا نظرات مخالفین از طریق مفهوم «شهروند روزنامه‌نگار» منتشر شود و این موضوع در فضایی که رسانه‌های اوکراین به خودسانسوری می‌پرداختند، بسیار مؤثر بود. ثانیاً، فعالان مخالف دولت از همگرایی موبایل و اینترنت برای هماهنگ کردن طیف وسیعی از فعالیت‌ها نظیر نظارت بر انتخابات و سازماندهی کردن اعتراضات گسترده استفاده کردند.

در این انقلاب‌ها می‌توان از نقش فعال چهار بنیاد سوروس، بنیاد NED، بنیاد ویلسون و کارنگی، به ویژه نقش رسانه‌ای این سازمان‌ها در فعال کردن نهادهای مدنی داخل کشورها، جنبش‌های اجتماعی، سیاسی و فعالان مستقل اجتماعی و مخالف حکومت‌ها و تأثیر آن‌ها در شکل‌گیری انقلاب‌های رنگی نام برد. این بنیادها با در اختیار داشتن شبکه‌ی وسیعی از رسانه‌های جمعی و فعال‌سازی فن‌آوری‌های نوین در کشورهای اروپای شرقی و آسیای مرکزی و اتحاد شوروی سابق، در کنار کمک‌های مالی به گروه‌ها و فعالان سیاسی این کشورها زمینه را برای انقلاب‌های نرم و مخملی فراهم کردند.

به‌طور کلی بسیاری از تحلیل‌گران عنوان می‌دارند که کشورهای غربی و علی‌الخصوص ایالات متحده آمریکا در طول سال‌های اخیر با درپیش گرفتن

سناریوی انقلاب‌های رنگی، درصدد جابجایی آرام رهبران حاکم بر جمهوری‌های سابق شوروی با نخبگان جدید بوده‌اند.

برهمن اساس ایالات متحده آمریکا تلاش دارد تا با بحران‌سازی اجتماعی و آفند تبلیغاتی افزایش قدرت مردمی به مهندسی انقلاب رنگی در ایران بپردازد. افزون بر این آمریکا تلاش دارد نقش چندگانه‌ای را در تسهیل یک انقلاب رنگی در ایران ایفا نماید. برهمن اساس تلاش دارد تا با تأمین مالی و کمک به سازماندهی رقبای داخلی رژیم، رهبری جایگزین را برای کسب قدرت ایجاد کند. در این رابطه ریموند تانتیر (Raymond Tanter) از «کمیته سیاسی ایران» (Iran Policy Committee) بیان می‌دارد، دانشجویان و دیگر گروه‌ها «به حمایت پنهانی از تظاهراتشان نیاز دارند. آن‌ها به دستگاه‌های فاکس نیاز دارند. آن‌ها نیاز به دسترسی اینترنت، مبالغی برای انتشار مطالب و مبالغی برای مخفی ماندن از چشم مأموران دارند».

ورای این موضوع، رسانه‌های مورد حمایت ایالات متحده نیز می‌کوشند کاستی‌ها و مشکلات رژیم را برجسته کرده و منتقدان را به چهره‌های شاخص‌تری تبدیل سازند. ایالات متحده پیش از این نیز از تلویزیون ماهواره‌ای فارسی‌زبان (صدای آمریکا به زبان فارسی) و رادیو فارسی زبان (رادیو فردا) که اخبار فیلتر نشده را برای ایرانیان پخش می‌کنند، حمایت می‌کرده است (در سال‌های اخیر، این رسانه‌ها بخش اعظم کمک‌های مالی آشکار ایالات متحده برای ترویج دموکراسی در ایران را به خود اختصاص داده بودند). (ماه‌پیشانیان، ۱۳۸۹)

در عین حال، ایالات متحده می‌کوشد با فشار سیاسی و اقتصادی مشروعیت رژیم ایران را زیر سؤال برده و بدین ترتیب مردم را آماده پذیرش یک رهبر رقیب سازد. در این زمینه ایالات متحده آمریکا از نظرات جین شارپ و رابرت هلوی از طراحان اصلی جنگ نرم در قالب مبارزات مدنی استفاده‌های بسیار زیادی نمود. این دو نفر دامنه تعارض و تقابل میان حکومت و مردم را اختلافاتی ریشه‌ای دانسته و به

اعتقاد آن‌ها این مبارزات باید در قالب مبارزات مدنی برای دست‌یابی به حقوق اولیه انسانی، برقراری حکومت قانون، برابری سیاسی، آزادی بیان، گسترش نهادهای مدنی، فرصت‌های برابر اقتصادی و رفاه معیشتی صورت پذیرد.

در همین راستا کنگره و دولت بوش اولین گام‌های اساسی را برای مهندسی انقلاب رنگی در ایران (با حمایت از تغییر رژیم در ایران با تشویق دموکراسی) برداشتند. بنابراین بر مبنای «قانون حمایت از آزادی در ایران»<sup>۱</sup> در سال ۲۰۰۶ (و تمهیدهای بعدی آن)، ایالات متحده خود را مجاز به ارائه کمک‌های مالی و سیاسی به سازمان‌های فعال در راستای ترویج دموکراسی در ایران دانست و ده‌ها میلیون دلار را نیز در این جهت هزینه کرد. این قانون عنوان می‌دارد که تقویت و ترویج رسانه‌های ضد رژیم و حمایت از جامعه مدنی و سازمان‌های حقوق بشری از جمله حوزه‌های دریافت‌کننده کمک‌های مالی خواهند بود. تشویق مردم به کسب قدرت برای تغییر رژیم ایران، همکاری با اپوزیسیون داخلی برای افزایش فشار بر رژیم ایران، تهدید رژیم ایران به ایجاد بی‌ثباتی یا حتی سرنگونی آن به وسیله جنگ رسانه‌ای، برنامه‌ریزی برای جاسوسی‌های گسترده همراه با گسترش منابع مالی، زیرسؤال بردن مشروعیت رژیم از سوی روشن‌فکران، زیرسؤال بردن برگزاری انتخابات به صورت سراسری و آن را وسیله فریب مردم دانستن، همکاری با گروه‌های قومی ناراضی در ایران (کردها، بلوچ‌ها، عرب‌ها و...)، تبدیل گروه‌های مخالف ایران در خارج به شورشیان تمام‌عیار با ارائه کمک‌های نظامی به آن‌ها (در این راستا، ایالات متحده با گروه‌هایی نظیر «شورای ملی مقاومت ایران» در عراق و شاخه نظامی آن یعنی مجاهدین خلق، همکاری کرده و به هزاران عضو آن که در زمان رژیم صدام حسین مسلح بوده و حملاتی چریکی و تروریستی را علیه رژیم ایران انجام می‌دادند، کمک می‌نماید) از جمله مهم‌ترین راهکارهای ایالات متحده آمریکا در زمینه مهندسی انقلاب رنگی در ایران به شمار می‌رود.

---

1. Iran Freedom Support Act.

## جنگ نرم و رسانه‌ها

درالگوی مدرن امنیت، رسانه‌ها با ایجاد تحول در باورها، ارزش‌ها، اعتقادات، تصاویر، ادراکات و ذهنیات جامعه، زمینه را برای اقبال و پذیرش فراهم می‌کنند. این وضعیت سبب شده تا پیام‌ها، نمادها، اخبار و اطلاعات اهمیت خاصی پیدا کند. رسانه‌ها نه تنها واقعیت بلکه حتی مهم‌تر از آن ادراک مردم از واقعیت را نیز تغییر می‌دهند؛ به گونه‌ای که برخی از اندیشمندان معتقدند که رسانه‌ها حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسان‌ها را از آنان سلب کرده و در اختیار خود گرفته‌اند و بر اندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط شده‌اند.

رسانه‌ها در عصر اطلاعات مهم‌ترین نقش را در پوشش خبری رخدادها و تأثیرگذاری بر افکار عمومی ایفا می‌کنند. انواع رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، اینترنتی و دیجیتالی می‌توانند بر نوع شکل‌گیری افکار عمومی مؤثر باشند و روندهای سیاسی و اجتماعی هر جامعه را به سمت و سوی خاص هدایت کنند. به طور کلی رسانه با ظرفیت‌های خاص خود این توانایی را دارد که به منبعی برای تهدید در فضای سایبر علیه امنیت ملی کشورها تبدیل شود.

مهم‌ترین مفهومی که در نظریات انتقادی رسانه‌ها در این رابطه مطرح است، مفهوم هژمونی نرم رسانه‌ای است. از اوایل دهه ۱۹۷۰ مفهوم هژمونی، که با نام آنتونیو گرامشی قرین است، وارد تحلیل فرهنگ شد. از اصطلاح هژمونی برای توصیف روابط سلطه‌ای استفاده می‌شد که به عنوان روابط سلطه، مشهود نیست و همراه با رضایت گروه‌های تحت سلطه است. مفهوم هژمونی نزد گرامشی، شکلی از کنترل اجتماعی است که قدرت یا زور را با اقبال فکری، اخلاقی و فرهنگی یا در یک کلام رضایت درهم می‌آمیزد.

بر اساس دیدگاه هژمونی، ابزار سلطه حاکمیت‌ها، قدرت فیزیکی نیست، بلکه امروزه ابزار سلطه حاکمیت‌ها از قدرت فیزیکی به رسانه‌های همگانی (قدرت شرط‌کنندگی) تغییر یافته است. از این دیدگاه، قدرت‌های بزرگ رسانه‌ای با

استفاده از ترفندهای رسانه‌ای، عقاید و رفتار شهروندان را به سمت اهداف مورد نظر هدایت می‌کنند و مردم، خود با رضایت کامل به سمت اهداف مورد نظر می‌روند و دیگر احساس اجبار نمی‌کنند.

یکی دیگر از نظریات مهم مکتب انتقادی نظریه انگار سازی خبری است. بر اساس این نظریه واقعیت‌ها دست‌کاری، و همراه با تفسیر پنهان ارائه می‌شود. انگار سازی تکنیک و کلید کارگشای معنی‌سازی در جهان رسانه‌هاست؛ به عبارت دیگر جهان رسانه‌ای با جهان واقعی، تفاوت آشکار دارد. صاحبان صنایع خبری و عاملان خبرگزاری‌های بزرگ با به کارگیری فنون مهندسی خبر همچون گزینش‌گری، انگاره‌سازی و برجسته‌سازی تصویر، تفسیری از واقعیت ارائه می‌کنند که منافع اقتصادی و سیاسی خود را تأمین نمایند.

مانوئل کاستلز در کتاب معروف خود به نام عصر اطلاعات، ظهور جامعه شبکه‌ای از حضور پررنگ رسانه‌ها در محیط ذهنی افراد و تجربه‌های عینی آن‌ها تعبیری دارد که می‌گوید: «رسانه‌ها به علت این‌که تار و پود نمادین زندگی ما هستند، همچون تجربه‌های واقعی که بر رویاهای ما تأثیر دارند بر آگاهی‌ها و رفتار ما تأثیر می‌گذارند و مواد خامی را فراهم می‌سازند که ذهن ما با استفاده از آن کار می‌کند. رسانه در دنیای امروز تجربه انسانی را از واقعیت دگرگون ساخته و اگرچه او را با واقعیت آشنا ساخته، حس انسان را از برخورد بی‌واسطه با واقعیت باز داشته و در واقع او را به برداشتی ثانویه از واقعیت رسانده است.»

ادوارد اس. هرمن و نوآم چامسکی نیز اعتقاد دارند، که آن‌چه در اخبار و سایل ارتباط جمعی آمریکا وجود دارد، بازار هدایت شده خبری است، نه بازار آزاد خبری. پژوهش‌های جرج گربنر نشان می‌دهد که سلطه خبری سبب مخاברה نشدن خبرهای مربوط به پیشرفت‌های جهان سوم می‌شود. تصویری که از جهان سوم ارائه می‌شود، تصویری سرشار از خشونت، بی‌نظمی، نقض حقوق بشر و غیر منطقی جلوه دادن آن‌هاست. تحقیقات کاپلان درباره رسانه‌های آمریکایی به ویژه در زمینه

پوشش دادن خبرهای مربوط به کشورهای روبه توسعه، حکایت از نارسایی عمومی در حجم، میدان و نوع خبرهای منتشر شده داشت. نمونه‌ای که می‌توان در این جا به آن پرداخت این است که امروز مصلحت صاحبان زروزور اقتضا می‌کند که رسانه‌های تحت سلطه آن‌ها، اسلام را مساوی تروریسم و امریکا را مظهر حقوق بشر و دموکراسی نشان دهند. این دروغ‌های بزرگ با استفاده از ابزارهای پیشرفته و پیچیده‌ترین شیوه‌ها به عنوان حقیقت به مردم دنیا القا می‌شود.

به همین دلیل بورديو، سانسور را نوعی خشونت نمادین می‌داند که توسط طبقه مسلط اعمال، و توسط سایر گروه‌ها بازتولید می‌شود. بر همین اساس رسانه‌ها می‌توانند با ایجاد خشونت و قدرت نمادین و آموزش نمادهای مورد نظر خود به افراد، سبب مصرف‌گرایی کالاهای فرهنگی و کاهش اهمیت ارزش‌ها در میان مردم گردند. این مسئله می‌تواند نقش بسیار مهمی در کاهش مشروعیت دولت و افزایش تمایزات گروهی (کاهش انسجام اجتماعی) داشته باشد. در نهایت باید به این گفته بورديو اشاره کرد که:

افراد کالا و خدمات را مصرف نمی‌کنند، بلکه آن‌ها نمادها را مصرف می‌کنند تا به وسیله آن تفاوت اجتماعی خود را با دیگران نشان دهند.

### فرهنگ‌سازی رسانه‌ای در جنگ نرم

بعد از فروپاشی شوروی این نغمه سرداده شد که امپریالیسم پایان یافته است ولی وقایع سال‌های آغازین قرن بیست و یکم نشان داد که نه تنها از پایان امپریالیسم نمی‌توان سخن گفت بلکه برعکس تمایلات بازگشت به امپریالیسم رسمی شدت گرفته است. زمانی مبارزه با کفار و تقلا برای گسترش دین خدا، تنازع بقا، مبارزه با برده‌داری، برادری و برابری و... بهانه قتل و چپاول بود، ولی امروزه گسترش دموکراسی و حقوق بشر، مبارزه با تروریسم، بهانه تجاوز و ناامنی شده است. امروزه بیش از دیروز سلطه‌گری وجود دارد و سلطه‌گری نماد امپریالیسم است.

تهاجم تحت عنوان حمایت از حقوق بشر و دموکراسی، تهاجم نظامی به عنوان راه حل سرکوب ملل استثمار شده، استفاده از ابزارهای فشار سیاسی و اقتصادی همچنان به عنوان یک اسلحه نامرئی برای ایجاد و ادامه سلطه، تهاجم فرهنگی شدیدتر و کارآمدتر از گذشته با استفاده از رسانه‌ها از مهم‌ترین ویژگی‌های امپریالیسم جدید است که گونه‌های مختلفی همانند خبری، رسانه‌ای، فرهنگی و سایبریافته است. در این میان نظریه امپریالیسم فرهنگی می‌تواند به نوعی نشان‌دهنده نقش رسانه‌ها در جنگ نرم باشد. هربرت شیلر درباره امپریالیسم فرهنگی عنوان می‌کند که این تعبیر نشان‌دهنده نوعی نفوذ اجتماعی است که از طریق نابرابری در فن‌آوری‌های ارتباطی ایجاد شده است. این پدیده فرآیند یا پدیده اتفاقی نیست، بلکه امری هدفمند و سازمان‌یافته است که از سوی کشورهای امپریالیستی برای تسلط بر سایر کشورها و کسب برتری سیاسی نسبت به ممالک دیگر اعمال و به کار گرفته می‌شود.

شیلر هدف امپریالیسم فرهنگی از کنترل شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی را به تسخیر درآوردن هسته مرکزی رفتار انسانی یا به عبارت دیگر، کنترل رفتار و اندیشه می‌داند. در چنین وضعیتی، امپریالیسم خواهد توانست با ایجاد انفعال ذهنی در افراد، اهداف و سیاست‌های خود را توجیه کند. بر این مبنا کنترل آگاهی از وظایف اصلی و عمده رسانه‌های غرب است و انفعال هدف نهایی اداره اندیشه‌هاست.

توسل به پیامدهای فریب‌کارانه یا فن نسبی بودن حقایق گزاره‌های صادق و اصیل با پیامدهای غلط ترکیب می‌شود. گزاره صادق به طور معمول آن قدر جذاب، اصیل یا گیرا هست که اغلب اشخاص غرق آن شده و خود را گم می‌کنند.

الگوها و نشانه‌های فرهنگ‌سازی و رسانه‌ها در جنگ نرم عبارت است از:  
- برچسب زدن: بر اساس این شیوه، رسانه‌ها واژه‌های مختلف را به صفات مثبت و منفی تبدیل می‌کنند و آن‌ها را به آحاد و یا نهادهای مختلف نسبت می‌دهند. گاهی هدف این عملکرد این است که فکر و یا گروهی محکوم شود،

بدون این که استدلالی در محکومیت آن‌ها آورده شود.

-توسل به ترس: در این شیوه از حربهٔ تهدید و ایجاد رعب و وحشت میان نیروهای دشمن (مخاطبان) به منظور تضعیف روحیه و سست کردن ارادهٔ آن‌ها استفاده می‌شود. متخصصان جنگ روانی ضمن تهدید و ترساندن مخاطبان به شیوه‌های مختلف به آنان چنین القا می‌کنند که خطرها و صدمه‌های احتمالی و حتی فراوانی بر سر راه آنان کمین کرده است و از این طریق، آینده‌ای مبهم و همراه با سختی و مشکلات را برای افراد ترسیم می‌کنند.

-کلی‌گویی: کلی‌گویی، مرتبط ساختن عقیده یا سیاستی خاص با مفهومی ویژه است تا مخاطب بدون بررسی شواهد و دلایل، عقیده و یا سیاست مورد نظر را بپذیرد.

-گواهی: گواهی و یا شهادت، نقل قول‌هایی در داخل و خارج از پیام است که برای حمایت از یک سیاست، عقیده، برنامه و یا شخصیت خاص آورده می‌شود. در این شیوه، شهرت و یا جایگاه فرد به کارگرفته می‌شود که از این طریق شهادت، گواهی، تأیید و یا نفی فرد یا افراد روی پیام تبلیغاتی قرار می‌گیرد. در شیوهٔ استناد یا گواهی هدف این است که مخاطب، خود را با فرد مورد استناد یکسان بداند و باورها و افکار آنان را به منزلهٔ باورها و عقاید خود بپذیرد؛ به عبارت دیگر، شیوهٔ گواهی یا استناد، این است که شخص مورد احترام و یا منفور، فکر، برنامه و یا سیاست معینی را تأیید یا نفی کند. از شیوهٔ گواهی به روش‌های مختلف در جهت اقناع مخاطب استفاده می‌شود؛ از جمله زمانی که مبلغ با مخاطب فرهیخته‌ای سر و کار داشته باشد. در این حالت، پیام‌رسان به طور مستمر به منابع و مراجعی استناد می‌کند که او آن‌ها را متقن تلقی می‌کند، حال این که امکان اعتبار و استناد آن منابع جای بحث دارد.

-تکرار و تعقیب: هم‌چنان که از نام تکرار برمی‌آید، برای زنده نگه داشتن موضوع با تکرار زمان بندی شده، سعی می‌کنند این موضوع تا زمانی که نیاز هست، زنده



بماند. در این روش با تکرار پیام، سعی در القای مقصودی معین و جانداختن پیامی در ذهن مخاطب دارند.

- دروغ: شیوه قدیمی دروغ، که هنوز هم رسانه‌ها به طور فراوان از آن استفاده می‌کنند، عمدتاً برای مرعوب کردن حریف و یا حتی برای مرعوب کردن افکار عمومی مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ بدین معنی که پیامی را که به هیچ وجه واقعیت ندارد، بیان می‌کنند. گوبلز وزیر تبلیغات هیتلر می‌گوید: دروغ هر چه بزرگ‌تر باشد، باور آن برای مردم راحت‌تر است.

- مبالغه: مبالغه یکی از روش‌هایی است که با اغراق کردن و بزرگ‌نمایی یک موضوع، سعی در اثبات یک واقعیت دارد. کارشناسان تبلیغات از این فن در مواقع خاص و وقایع مشخص استفاده می‌کنند. بزرگ جلوه دادن توان و قدرتمندی کشور خودی و مبالغه در انعکاس نقاط ضعف دشمن از این مقوله است. این فن به ویژه هنگامی که دشمن دچار شکست و هزیمت شده و یا در زمان بحران و اغتشاش، مؤثر است. در برخی مواقع برای این‌که مخالف را در هیبت هیولا، خطرناک و... نشان دهند، سعی در نسبت دادن رفتار، کردار و تمایلات، عادات، شخصیت دارند و ویژگی‌های خاص این شیوه را مدام بر شماری، بزرگ‌نمایی و القا می‌کنند.

- ایجاد تفرقه و تضاد: از جمله اموری که در فرآیند جنگ نرم مورد توجه قرار می‌گیرد، تضعیف دشمن به ویژه به لحاظ روانی است. دشمن باید به شکست خوردن انس بگیرد. آنچه در این زمینه می‌تواند مؤثر باشد، ایجاد و یا تلقین تضادهای مختلف در جبهه دشمن است. رسانه می‌تواند با ایجاد و یا تلقین درگیری میان اقلیت‌ها، قومیت‌ها، نخبگان و حاکمیت، وحدت را بین نیروهای دشمن متزلزل سازد.

- شایعه: شایعه جایی مطرح می‌شود که زمینه دسترسی به اخبار موثق امکان پذیر نباشد. شایعه انتقال شفاهی پیامی است که برای برانگیختن باور مخاطبان و همچنین تأثیر در روحیه آنان ایجاد می‌شود. مطالب کلی شایعه باید

حول محورهای اساسی و مهمی باشد که مخاطب نسبت به آن حساسیت زیادی دارد. بهترین شیوه برای القای پیام مورد نظر فرستنده پیام در زمان‌هایی که پخش پیام به‌طور شفاف و روشن امکان‌پذیر نیست و یا در مواقعی که فکر می‌کنند با مشکلات قانونی روبه‌رو می‌شوند، استفاده از کنایه و اشاره است. بر اساس تحقیقات صورت گرفته ۶۵ درصد آشوب‌های اجتماعی بر اساس شایعات شکل می‌گیرد. در میان شیوه‌های مطرح در عملیات روانی شایعه پرکاربردترین ابزار است که در اثر خلأ خبری ایجاد می‌شود. در حالی که خبررسانی به موقع از سوی مبادی رسمی می‌تواند بسیاری از این شایعات را بی‌اساس سازد. مهم‌ترین تأثیر شایعه را می‌توان در تشویش افکار عمومی و موج سواری اشخاصی یافت که به دنبال رسیدن به اهداف خاص هستند.

- پاره حقیقت‌گویی: یکی از شیوه‌های مهم در تصویرسازی ذهنی رسانه‌ای پاره حقیقت‌گویی است. گاهی خبر یا سخنی مطرح می‌شود که از نظر منبع، محتوای پیام، مجموعه‌ای به هم پیوسته و مرتب است که اگر بخشی از آن نقل و بخشی نقل نشود، جهت و نتیجه پیام منحرف خواهد شد. این روش رایج رسانه‌هاست که معمولاً متناسب با موضوعی که به آن متمایل هستند، بخشی از خبر را نقل می‌کنند و بخشی را نقل نمی‌کنند. خبر هنگامی کامل است که عناصر خبری در آن به شکل کلی مطرح شود؛ اما چنانچه یکی از عناصر خبری شش‌گانه (که، کجا، کی، چه، چرا، چگونه) در خبر بیان نشود، خبر ناقص است. در شیوه پاره حقیقت‌گویی، حذف یکی از عناصر به عمد صورت می‌گیرد و بیش‌تر اوقات، عنصر «چرا» حذف می‌شود.

### نقش رسانه‌ها در امنیت نرم

در امنیت نرم، حکومت، جامعه مدنی و شهروند سه بازیگر اصلی هستند و مسلماً افزایش امنیت این سه بازیگر به‌ویژه شهروندان و حکومت نقش بسیار مهمی

در تأمین امنیت نرم دارد. بنابراین تأمین امنیت شهروندان در مفهوم انسانی آن و افزایش سرمایه اجتماعی نقش بسیار مهمی در تأمین امنیت این دوبازیگراصلی امنیت نرم دارد. با تأمین امنیت شهروندان و افزایش سرمایه اجتماعی، جامعه مدنی نیز به عنوان حوزه واسط میان دولت و شهروندان شکل خواهد گرفت. اگر بپذیریم که آینده از آن رسانه‌های جمعی است و مردم اصلی‌ترین استفاده‌کنندگان اطلاعات رسانه‌ها هستند، باید به بررسی این مسئله پرداخت که رسانه‌های جمعی چگونه می‌توانند با تأثیر بر امنیت شهروندان و افزایش سرمایه اجتماعی زمینه‌ساز امنیت نرم شوند.

حال پرسش این است که رسانه‌ها از چه توانمندی برخوردارند که می‌توانند به منبع مهم سرمایه اجتماعی، قدرت و امنیت نرم در جامعه تبدیل شوند؟ در پاسخ به این سؤال بهتر است به نقش مهم رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی توجه کرد؛ زیرا نقش مهم رسانه‌ها در فرهنگ‌سازی مسیر عمده‌ای است که از خلال آن می‌توان به تأثیرگذاری رسانه‌ها در تقویت یا تضعیف سرمایه‌های اجتماعی پی برد. همان‌طور که می‌دانیم رسانه‌ها امروزه، دروازه‌ای هستند که از طریق آن فرهنگ به افراد منتقل می‌شود. منظور ما در این متن از فرهنگ، شیوه و ویژه‌ای از زندگی است که ارزش‌ها، سنت‌ها، باورها، اهداف مادی و سرزمینی آن را شکل می‌دهد و نظام بوم‌شناختی پیچیده و بومیایی از مردم، اشیاء، جهان بینی‌ها، کنش‌ها و وضعیتی به شمار می‌آید که در ارتباطات روزمره و اندرکنش اجتماعی دگرگونی می‌یابد.

با فرض گرفتن چنین تعریفی از فرهنگ می‌توان لایه‌های شش‌گانه برای آن تبیین کرد که شامل باورها، ارزش‌ها و هنجارها (به عنوان هسته فرهنگ) و نمادها و اسطوره‌ها، آیین‌ها و آداب و رسوم، و فن‌آوری‌ها (به عنوان پوسته فرهنگ) می‌گردد. بر همین اساس فرهنگ‌سازی شامل دو بعد فرهنگ‌پذیری یعنی تأثیرگذاری بر هسته و پوسته فرهنگ و فرهنگ‌گرایی به معنای تأثیرگذاری بر پوسته فرهنگ می‌گردد. رسانه‌ها در عرصه هسته فرهنگ از توان تعلیمی و تثبیتی در زمینه

فرهنگ‌پذیری برخوردارند و در مورد پوسته فرهنگ دارای توان تغییر رفتارها و الگوهای اجتماعی در جهت فرهنگ‌گرایی هستند. رسانه‌ها از رهگذر نمادسازی، جامعه‌پذیری و الگوسازی رفتاری این توانایی را دارند که در رفتار افراد، تغییرات مهمی را به وجود آورند. رسانه‌های مدرن امروزی می‌توانند با استفاده از فرآیند دائمی و پویا، عناصر قوی فرهنگی مورد نظر خود از جمله باورها و مقدسات را انتقال، و با ارائه الگوهای فکری - فرهنگ مورد نظر، شیوه تفکر، رفتار و نگرش افراد را تغییر دهند. در واقع رسانه‌های جمعی از طریق تغییر ایستارها، الگوهای رفتاری، اصلاح تفاسیر شناختی، جامعه‌پذیری ارزش‌ها، تهییج احساسات، جهت‌دهی به افکار عمومی و شکل‌دهی به باورها، تصاویر و ذهنیات اجتماعی از توان مهندسی فرهنگی برخوردارند.

بنابراین رسانه‌ها با نقش بسیار مهم خود در عرصه فرهنگ‌سازی با ایجاد تحول در باورها، ارزش‌ها، اعتقادات، تصاویر، ادراکات و ذهنیات جامعه، زمینه را برای اقبال و پذیرش فراهم می‌کنند. این وضعیت سبب شده است تا پیام‌ها، نمادها، اخبار و اطلاعات اهمیت خاص پیدا کند. رسانه‌ها نه تنها واقعیت بلکه حتی مهم‌تر از آن ادراک مردم از واقعیت را نیز تغییر می‌دهند، به گونه‌ای که برخی از اندیشمندان معتقدند که رسانه‌ها حاکمیت و قدرت تعیین سرنوشت انسان‌ها را از آنان سلب کرده، و در اختیار خود گرفته و براندیشه، ادراک و احساس افراد مسلط شده‌اند. همچنین رسانه‌ها در عصر اطلاعات مهم‌ترین نقش را در پوشش خبری رخدادها و تأثیرگذاری بر افکار عمومی ایفا می‌کنند. انواع رسانه‌های مکتوب، صوتی و تصویری، اینترنتی و دیجیتالی می‌توانند بر نوع شکل‌گیری افکار عمومی مؤثر باشد و روندهای سیاسی و اجتماعی هر جامعه را به سمت و سوی خاص هدایت کند. به طور کلی رسانه با ظرفیت‌های خاص خود برای فرهنگ‌سازی این امکان را دارد که به منبعی برای قدرت و امنیت نرم کشورها تبدیل شود.

در واقع فرهنگ‌سازی را می‌توان فرآیندی دانست که موجبات محتواسازی،

ساختاریابی، اصلاح بخشی و مشارکت دهی اجتماعی را از رهگذر تعامل‌گرایی جوامع فراهم می‌سازد. به نظر کارلسون فرهنگ‌سازی از طریق رسانه به معنای انتقال محتویات فرهنگی شامل اعتقادات، تصاویر، برداشت‌ها، افکار، مفاهیم و ارزش‌هایی است که در جامعه تأثیر می‌گذارد. فرهنگ‌سازی به ویژه از رهگذر رسانه‌ها به دو صورت فرهنگ‌پذیری و فرهنگ‌گرایی انجام می‌پذیرد. فرهنگ‌سازی مظهر تعامل بین ساختارذهنی اقناع‌کننده و پایدار به عنوان ژرفای فرهنگ، و پوسته فرهنگی لایه‌های زندگی روزمره قلمداد می‌شود. به گفته آدورن، فرهنگ‌سازی از طریق رسانه‌ها به واسطه روش‌هایی از قبیل تبیین واقعیت جامعه، فراهم آوردن امکان تبادل تفاسیر و انتقادات در جهت احقاق حقوق مردم، ارائه تصویری نمایان‌گرا از گروه‌های تشکیل‌دهنده جامعه، تبیین و ایضاح اهداف و ارزش‌های اجتماعی، فراهم کردن دسترسی همگان به اطلاعات روزآمد و قرارداد دادن آنان در معرض اطلاعات و اخبار صحیح صورت می‌پذیرد.

با توجه به اهمیت بسیار زیاد رسانه‌ها در عرصه مقابله با جنگ نرم راهکارهای زیر برای افزایش توانمندی رسانه‌ها در این عرصه پیشنهاد می‌گردد:

- افزایش بصیرت و آگاهی مردم و نخبگان. از آن جایی که مهم‌ترین راهبرد ارائه شده توسط مقام معظم رهبری برای مقابله با جنگ نرم، ارتقای بصیرت‌آحاد جامعه به ویژه خواص و نخبگان عنوان شده است، رسانه‌ها باید با شناساندن ابعاد جنگ نرم، تلاش برای حفظ وحدت، دوری از تهمت‌آلود نمودن فضای سیاسی و تهمت‌زنی به مسئولان نظام در این مسیر گام بردارند.

- همان‌طور که می‌دانیم رادیو و تلویزیون دارای کارکردهای ساده و پیچیده‌ای در زمینه تغییر نگرش و افکار و رفتار مخاطبان، تغییر فرهنگ عمومی، اثرگذاری بر باورهای مردم، و هدایت افکار عمومی، فرهنگ‌پذیری، مهندسی فرهنگی و شکل‌دهی افکار عمومی، بالا بردن مشارکت سیاسی مردم از طریق حضورشان در انتخابات، نقد عملکرد دولت و توجیه برنامه‌های آن برای مردم و افزایش ثبات و

مشروعیت سیاسی می‌باشند. موضوع همه این کارکردها می‌تواند مؤلفه‌ها و شاخص‌های سرمایه اجتماعی باشد. به هر روی، رادیو و تلویزیون ابزارهای دولتند و انتظار بر این است که اخبار و برنامه‌های آن‌ها به تقویت برخی از شاخص‌های سرمایه اجتماعی بپردازند. بنابراین رسانه باید با تدابیر ویژه هر روز مخاطبان بیش‌تری را به خود جلب کند و از میزان استفاده از رسانه‌های کشورهای هم‌جوار بکاهد. برای این منظور توجه به علایق و نیازهای مردم و انجام طرح‌های نیازسنجی برای شناسایی و اولویت‌بندی خواسته‌ها و انتظارات مردم راهکارهای مناسبی تلقی می‌شوند.

- تلاش برای بالا بردن سواد رسانه‌ای مردم. حفظ استقلال، اجتناب از انفعال، بهره‌مندی از تفکر منتقدانه و افزایش مهارت‌ها و توانایی‌ها در برخورد با امواج فراگیر رسانه‌ها، از طریق کسب سواد رسانه‌ای صورت می‌پذیرد. سواد رسانه‌ای به افراد توانایی می‌بخشد تا خود به مولدین خلاق پیام‌ها تبدیل شوند و تأثیرپذیری کوکورانه نداشته باشند. داشتن آگاهی کامل درباره استفاده از رسانه‌ها، برخورد منتقدانه با محتوای رسانه‌ها، تحلیل زمینه‌های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و تبلیغی محیط رسانه‌ها، توانایی رمزگشایی، درک، ارزیابی و ایجاد ارتباط با همه اشکال رسانه‌ای و همچنین توانایی خواندن، ارزیابی و تولید متن، صدا و تصویر از جمله عوامل کسب سواد رسانه‌ای است. آگاهی یافتن افراد نسبت به اهمیت مدیریت رژیم رسانه‌ای خود، کسب مهارت‌های خاص توجه انتقادی به انواع محتوای رسانه‌ای و تفکر افراد به مسائل عمیق ترسه گام مهم در راه رسیدن به سواد رسانه‌ای است که رسانه‌ها همگام با نهادهای مدنی می‌توانند به مردم آموزش دهند.

- داشتن کانال‌های چندگانه ارتباطی داخلی و خارجی برای انتقال پیام‌های انقلاب اسلامی؛

- آگاهی همه‌جانبه به سنت‌ها و ایده‌های فرهنگی اجتماعی و سیاسی

جهان امروز؛

- تلاش برای بالا بردن اعتماد مردم به رسانه‌های داخلی؛

- رسانه با بازاندیشی در محتوای برنامه‌های خود عمیقاً متوجه مضامین سرمایه اجتماعی و تقویت آن‌ها باشد؛

- رسانه از فرصتی که دارد یعنی از اعتمادی که به آن شده است در جهت اصلاح روابط اجتماعی میان مردم و بین مردم و دولت استفاده نماید؛

- مردم ارزیابان خوب رسانه هستند آنان نقش رسانه‌ها را در وحدت و انسجام مردم نمی‌دانند و رسانه باید با تبلیغ و ترویج نقاط اشتراک مردم و اظهار عوامل و مواردی که حس دیگ‌دوستی و اتحاد را تحکیم می‌کند وحدت‌آفرین شود و به هدف وجودی خود جامعه عمل بپوشاند؛

- رسانه‌ها با انعکاس خواسته‌ها و مطالبات مردم به دولت مردان و اعلام برخی دست‌آوردهای نهادهای دولتی به مردم از طرف دولت به تولید سرمایه اجتماعی پردازد؛

- رسانه‌ها آموزش و تبلیغ ارزش‌ها و هنجارهای رسمی کشور را برای بسترسازی جهت با هم بودن و ایجاد توافقات اساسی بین مردم در دستور کار خود قرار دهند. از بین نهادهای مدنی شاید هیچ یک به اندازه صدا و سیما و نیروی انتظامی به یکدیگر مرتبط و نیازمند نباشند. قاعده براین است که نیروی انتظامی اخبار و اطلاعات موثق دربارهٔ اجتماع و به‌ویژه دربارهٔ انحرافات اجتماعی را به منظور تهیه برنامه‌های مطلوب رسانه‌ای در اختیار صدا و سیما قرار دهد؛

- راهکارهایی اندیشیده شود که صدا و سیما و نیروی انتظامی به عنوان دو نهاد دولتی در زمینه دادن اطلاعات و ترسیم سیمای جامعه از سوی نیروی انتظامی، تهیه برنامه مرتبط و مؤثر برای کاهش انحرافات اجتماعی، ارتباطات دوجانبهٔ بیش‌تری داشته باشند.

## نتیجه

همان‌گونه که در مقاله حاضر اشاره شد در عرصهٔ بدون خون‌ریزی جنگ نرم، فرهنگ به کانون رقابت و مبارزه تبدیل شده و در اشکال گوناگونش به عنوان عامل اصلی پیروزی در میدان جنگ شناخته می‌شود. در عصر کنونی، فرهنگ‌های قوی همواره به این سو و آن سوی جهان سرک می‌کشند و هر جایی که فرهنگی ضعیف‌تر از خود یافت به آن نفوذ کرده و آن را همانند خود می‌کند. افزون بر این، تلاش می‌نمایند با باورسازی و باورسوزی در عرصهٔ فرهنگی ارزش‌ها و هنجارهای جامعه مورد نظر را مغلوب سازند. بنابراین اگر زمانی با زور اسلحه و زمان دیگر با اهرم‌های مختلف صاحبان قدرت، دیگران را همراه خود کرده و آن‌ها را وادار به تبعیت از خود می‌نمودند، امروز به دلایل مختلف این روش‌ها منسوخ و جای خود را به روش‌های دیگری به نام فرهنگی داده است. در نهایت باید توجه داشت که بانیان جنگ نرم از کانال‌های مختلف به مقابله با جامعهٔ هدف می‌پردازند که امروز مهم‌ترین آن برای جامعهٔ خودمان بحران‌سازی اجتماعی و فرهنگی است. بر همین اساس طراحان جنگ نرم حاکمیت ملی، هویت ملی، روش زندگی، انسجام سیاسی - اجتماعی و تصویر و وجههٔ بین‌المللی کشورمان را هدف گرفته و تلاش دارند تا با بحران‌سازی اجتماعی و فرهنگی احساس امنیت از جانب ارزش‌ها و هنجارها در نزد مردم را دچار آسیب جدی نموده و وفاق ملی میان مردم، نیروهای سیاسی و نظام سیاسی کشور را دست‌خوش بحران سازند.

حال در مقابله با مهاجمان جنگ نرم، جامعه باید تلاش نماید که با مهندسی فرهنگی و افزایش کارآمدی حکومت در اطرف جامعه حصار ملی از امنیت و قدرت بکشد. به‌گونه‌ای که با رویکردی مفهومی به برنامه‌ریزی و مدیریت فرهنگی جامعه به قابلیت‌ها و توانایی‌های دست‌یابد که بتواند در بعد بین‌المللی با به کارگیری ابزاری چون فرهنگ، آمال و یا ارزش‌های اخلاقی به صورت غیرمستقیم بر منافع یا رفتارهای دیگر کشورها اثر گذاشته و در بعد داخلی نیز به واسطهٔ



مشروعیت سیاسی دولت، اعتماد، وفاق و همبستگی ملی را افزایش دهد. بنابراین توانایی حکومت در سیاست‌گذاری در حوزه فرهنگ به منظور حفظ استقلال فرهنگی و هویت ملی، حفظ فرآورده‌های فرهنگی محلی و ملی و همچنین توانایی دستگاه‌های دولتی در انجام درست و مؤثر وظایف قانونی و مورد انتظار جامعه، حل مسئله‌های مردم، بسیج منابع، امکانات و ظرفیت‌ها در حل مسئله‌ها یا اجرای برنامه‌ها و تصمیمات مشخص، توان تصمیم‌گیری‌های جامع، منسجم و استوار از سوی مقامات سیاسی، نظامی و اقتصادی حکومت و توان اجرایی انعطاف‌پذیر، قاطع، مستمر و سریع حکومت از معیارهای مهم برای مقابله با مهاجمان جنگ نرم است.

در پایان باید به این نکته توجه نمود که این حکومت‌های کارآمد با مردم راضی، خرسند هستند که به واسطه احساس ایمنی مردمشان ارزش‌های فرهنگی خود می‌توانند در مقابل جنگ فرهنگی مقاومت کنند و یا دست‌کم در این سایش بیش‌تر بسایند تا این‌که ساییده شوند.

## منابع

۱. افتخاری، اصغر، *قدرت نرم و سرمایه اجتماعی*، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ۱۳۸۷ ش.
۲. جان کنت، کالبرایت، *آنانومی قدرت*، ترجمه: مجبویه مهاجر، تهران، نشر سروش، ۱۳۷۱ ش.
۳. خمینی، روح الله، *وصیت نامه الهی - سیاسی امام خمینی علیه السلام*، تهران، مؤسسه تنظیم نشر و آثار امام خمینی علیه السلام، ۱۳۸۹ ش.
۴. دلاورپور اقدم، مصطفی، «آسیب شناسی فرقه وهابیت»، دوهفته نامه *بگناه حوزه*، ش ۲۷۳، بهمن ۱۳۸۸ ش.
۵. شارپ، جان؛ هلوی، رابرت، *جامعه مدنی مبارزه مدنی*، تهران، نشر روشن گران و مطالعات زنان، ۱۳۸۶ ش.
۶. عبدالله خانی، علی، *رویکردها و طرح های امریکایی درباره ایران*، تهران، مؤسسه فرهنگی مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۵ ش.
۷. فرخ نژاد، حسین، *اسطوره های صهیونیست سینما*، مرکز پژوهش های اسلامی صداوسیما، ۱۳۸۸ ش.
۸. فعالی، محمد تقی، *آفتاب و سایه ها: نگرشی بر جریان های نوظهور معنویت گرا*، تهران، انتشارات نجم الهدی، ۱۳۸۷ ش.
۹. فوکویاما، فرانسیس، *پایان نظم - سرمایه اجتماعی و حفظ آن*، ترجمه: غلام عباس توسلی، تهران، انتشارات جامعه ایرانیان، ۱۳۸۶ ش.
۱۰. ماه پیشانیان، مهسا، *برآورد سالانه امریکا مسائل استراتژیک - رویکردها و طرح ها درباره ایران*، تهران، مؤسسه مطالعات و تحقیقات بین المللی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۸ ش.
۱۱. ماه پیشانیان، مهسا، *جنگ نرم در فضای رسانه و سایبر*، تهران، انتشارات مؤسسه علمی - فرهنگی طلوع ۱۳۸۹
۱۲. \_\_\_\_\_، «بررسی انقلاب های رنگی از منظر پدیده سرایت»، فصل نامه علمی - تخصصی *عملیات روانی*، سال ششم، ش ۲۲، تابستان ۱۳۸۸ ش.
۱۳. \_\_\_\_\_، *جنگ رسانه ای ۲*، تحلیل و بررسی وب سایت *رادیو فردا*، تهران، مؤسسه فرهنگی و مطالعات تحقیقاتی ابرار معاصر تهران، ۱۳۸۹ ش.

۱۴. نای، جوزوف، قدرت نرم، ترجمه: محمود عسکری، تهران، نشریه راهبرد دفاعی، ۱۳۸۳ش.

15. Jeffrey Donovan, "Iran: Pressure Builds on Washington to Promote 'Regime Change,'" Radio Free Europe, June 17, 2003.
16. Irwin, Harvey J. . Watt, Caroline A. . An Introduction to Parapsychology. McFarland & Company, 2007.



## آسیب‌شناسی فرهنگی دولت سازنده

دکتر محمد باقر بابایی\*

### چکیده

دولت‌ها در ایجاد و ماندگاری نیازمند عوامل ایجاد‌ی و ابقایی هستند که به تناسب رسالت، مبانی و جهان‌بینی حاکم بر دولت‌ها، متفاوت هستند. دولت‌سازنده‌ای که درصد ایجاد زمینه و بسترهای لازم برای ظهور و حاکمیت دولت حضرت حجت علیه السلام است، دارای علل ایجاد‌ی و ماندگاری است. خاستگاه این علل مبانی فکری و ارزشی است که سبک رفتار منتظران را هویت می‌دهد و از آن به فرهنگ انتظار یاد می‌شود. آسیب‌شناسی فرهنگی دولت سازنده راهی است که می‌تواند دولت مردان و مردم را پایدار و مانا نگه دارد. فرهنگ انتظار برای این‌که بتواند، رفتار و شخصیت منتظران را به درستی هویت‌سازی نماید، نیازمند مبانی فکری و ارزشی است که مؤید و مشوق رفتارهای منتظران می‌شود، انحراف در هر یک از آن‌ها سبب انحراف در رفتارها و کنش‌های منتظران می‌گردد. آسیب‌شناسی در مقوله فرهنگ انتظار به شناسایی این موارد برمی‌گردد. به عبارت دیگر، هر چیزی که سبب انحراف رفتار در منتظران و پایه‌های دولت سازنده شده و آن‌ها را از بسترسازی و ایجاد زمینه‌های فکری و عملی ظهور حضرت حجت علیه السلام

باز دارد، وارد قلمرو آسیب‌های فرهنگی دولت سازنده می‌شود. در این نوشتار کوشیده‌ایم این آسیب‌ها را در دو حوزه فکری و ارزشی مورد بازکاوی قرار دهیم.

### واژگان کلیدی

انتظار، فرهنگ انتظار، آسیب‌شناسی، دولت بستر ساز.

## مقدمه

بر اساس آموزه‌های قرآن با پاک‌سازی عناصر تشکیل‌دهنده فرهنگ، جامعه از آسیب‌ها و آفت‌ها مصون می‌ماند و افراد جامعه دارای رفتارها و کنش‌های پاک و آراسته می‌شوند ولی با آلودگی عناصر یا جایگزینی آن با عناصر دیگر، کنش‌ها زشت و غیراخلاقی شده و چهره عمومی جامعه زشت و پلید می‌گردد. آیه *﴿وَالْبَلَدُ الطَّيِّبُ يَخْرِجُ نَبَاتَهُ بِإِذْنِ رَبِّهِ وَالَّذِي خَبثَ لَا يَخْرِجُ إِلَّا نَكْدًا كَذَلِكَ نُصَرِّفُ الْآيَاتِ لِقَوْمٍ يَشْكُرُونَ﴾* (اعراف: ۱۵۸) اشاره به این نکته اساسی دارد.

قرآن از شخصیت به «شاکله» یاد می‌کند که بیانگر خلق و خوی و شخصیت انسانی است:

*﴿قُلْ كُلُّ يَعْمَلُ عَلَى شَاكَلَتِهِ﴾*؛ (اسراء: ۸۴)

بگو: هر کس بر حسب ساختار [روانی و بدنی] خود عمل می‌کند.

«شکل» در لغت به مفهوم قید و بند زدن بر اندام هر جنینده‌ای آمده است و وسیله‌ای را که برای بند زدن حیوان به کار می‌رود «شکال» گویند. (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲: ماده شاکله) شکال در انسان به معنای خوی و اخلاق است و این دورا به این مناسبت شاکله گویند که آدمی را محدود و مقید می‌کند و نمی‌گذارد در آن چه می‌خواهد آزاد باشد، بلکه او را وادار می‌سازد تا به فراخور آن اخلاق رفتار کند. آیه کریمه عمل انسان را مترتب بر شاکله او دانسته، به این معنی که عمل هرچه باشد متناسب با اخلاق آدمی است؛ «از کوزه همان برون تراود که در اوست.» رابطه شاکله نسبت به عمل، نظیر روح در بدن است که بدن با اعضا و

اعمال خود آن را مجسم نموده و معنویات آن را نشان می‌دهد. این معنی هم به تجربه و هم از راه بحث‌های علمی به اثبات رسیده که میان ملکات نفسانی و احوال روح و اعمال بدنی رابطه خاصی برقرار است. (موسوی همدانی، ۱۳۸۵: ج ۱۳، ۲۶۱)

بنابراین، چهره و ماهیت شخصیت و خلق و خوی آدمی که ظهورش در افکار و رفتارها و پندارهای فردی است، به عناصر ساختاری آن برمی‌گردد و چون همواره بهداشت و پیشگیری جلوتر و مهم‌تر از درمان بوده و هست، از این رو کالبدشکافی فرهنگ جامعه و تشخیص موارد آسیب‌دیده و نقاط آفت‌پذیر، از امور ضروری هر جامعه سالم و پویاست.

دولت سازنده، دولتی بسترساز است که زمینه‌های شکل‌گیری حکومت جهانی حضرت حجت علیه السلام را فراهم می‌کند. این دولت برای فعالیت نیازمند تشکیل و استقرار در یک محیط جغرافیایی است. این امر تنها در سایه خواست مردم و یاران حضرت حجت علیه السلام محقق خواهد شد «إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُوا مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنْفُسِهِمْ» (رعد: ۱۱)، تاریخ گواه این واقعیت تلخ است که با وجود امیرالمؤمنین علیه السلام در میان مردم، حکومت علوی بعد از ۲۵ سال گوشه‌نشینی حضرت و آسیب‌های جدی سنت نبوی و تعطیلی بخشی از آموزه‌های دینی محقق می‌شود و بعد از استقرار حکومت علوی طولی نمی‌کشد که همین مردم بر علیه او قیام نموده و او را شهید محراب می‌کنند؛ به عبارت دیگر عدم خلافت امیرالمؤمنین علیه السلام بعد وفات رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم به علت رویگردانی مردم و عدم خواست آن‌ها صورت گرفت، وگرنه اراده الهی بر اساس آیات ۳ و ۶۷ سوره مائده و خواست رسول خدا صلی الله علیه و آله و سلم بر اساس حدیث غدیر غم و احادیث دیگر بر خلافت امیرالمؤمنین علیه السلام بود، ولی اراده خداوند در خواست جمعی مردم تجلی می‌یابد. به عبارت دیگر خواست جمعی مردم شرط اساسی نوع حاکمیت است. وجود امام علیه السلام و زنده و حاضر بودن او در میان مردم شرط لازم حکومت جهانی است؛ ولی اراده و خواست جمعی خلافت ایشان، از

شروط کافی است. این فرهنگ و مؤلفه‌های آن است که در عرصهٔ باورها، هنجارها و سبک زندگی مردم، خواست و خیزش جمعی را فراهم می‌نماید. که دولت بسترساز می‌تواند با آسیب‌شناسی آن‌ها امکان تحقق آن را بیش از پیش فراهم نماید.

برای استقرار دولت سازنده و ایجاد بسترهای ایجاد دای و پایداری باید خواست جمعی مردم را تغییر داد که حکومت، آموزه‌ها و قوانین آن را پذیرا باشند و شاید مهم‌ترین عامل غیبت نیز به همین نکته برگردد وگرنه حضرت حجت علیه السلام که حضور دارند و دنیا از نعمت ولایت و امامت ایشان برخوردارند و مانند خورشید در پشت ابرها از آن بهره می‌جویند (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۳) و این خود مردم هستند که خواهان دولت سازنده و حاکمیت حضرت حجت علیه السلام نیستند؟!

### آسیب‌شناسی

اصطلاح آسیب‌شناسی معادل دقیق واژه انگلیسی «pathology» است و تأمل در این واژه و مشتقات آن گویایی این است که «patho» به مفهوم بیماری و آسیب است، «pathology» یعنی آسیب‌شناسی و «pathological» به معنای وابسته به آسیب‌شناسی، یا آسیب‌شناختی است. اصطلاح پاتولوژیست، به آن دسته از متخصصین پزشکی گفته می‌شود که با نابهنجاری‌های ارگانیک سروکار دارند. بر اساس تعریف فرهنگ پیشرفته آکسفورد (pathology)، مطالعه علمی آسیب‌ها و بیماری‌ها و اختلالات است، و اصطلاح «pathological» بیان‌گر آن دسته از نابهنجاری‌ها و بیماری‌هایی است که در اثر امراض جسمانی یا روانی پدیدار گردیده است. می‌توان گفت:

۱. آسیب‌شناسی بیانگر موقعیت نابهنجار و یا حالت زیست‌شناختی است که در آن یک ارگانیزم از عملکرد صحیح و مناسب باز داشته شده است.
۲. آسیب‌شناسی، بسته به زمینه خاص علمی و یا پزشکی مفهوم خاص دارد. شاید نتوان برای آسیب‌شناسی، بدون توجه به زمینه خاص علمی، تجربی،



پزشکی و یا فرهنگی آن، تفسیری ارائه کرد. بهترین شیوه توصیف و تبیین آسیب‌شناسی، تفسیر آن، بر اساس زمینه خاصی است که آسیب‌شناسی در آن به کار می‌رود. زیرا هر زمینه‌ای از علم، بهداشت و درمان، تجربه و فرهنگ دارای عناصر ماهوی خاص است که آن را از سایر زمینه‌ها متمایز می‌کند.

## آسیب‌شناسی فرهنگی

آسیب‌شناسی در زمینه فرهنگی اصولاً به مطالعه و بررسی دقیق عوامل زمینه‌ساز، پدیدآورنده و یا ثبات‌بخش فرهنگی و آفت‌ها و آسیب‌های موجود در آن می‌پردازد به عبارتی آسیب‌شناسی فرهنگی به بررسی آفات و آسیب‌هایی می‌پردازد که رنگ و لعاب فرهنگی دارند و عناصر شکل‌دهنده و سازنده عادات، رفتارها و کنش‌های رایج افراد یک جامعه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهند. (رهنمایی، ۴)

از آن جایی که فرهنگ، شیوه زندگی مردم را هویت می‌بخشد و مستند به مجموعه‌ای از دانش‌ها، نگرش‌ها، منش‌ها، ارزش‌های یک ملت است و دارای ویژگی‌های هویت‌دهی، مصونیت‌آوری، هم‌پویایی و هم‌پایایی، ایجادکننده فطرت ثانوی و تأثیرپذیری است و از طرفی فرهنگ، کانون بهداشت زیستی - محیطی و جسمی - روانی فرد و جامعه و شاخص سلامت فردی و اجتماعی را رقم می‌زند. از این رو چنان‌چه این کانون از سرچشمه و نهاد، سالم و پاک و پیراسته بماند محصول و تولید آن نیز پاکیزه و آراسته خواهد بود، ولی اگر سرچشمه و مسیر جریان فرهنگ را گل و لای و رسوبات و آفت‌ها فراگیرد و لایه‌های زندگی فردی و اجتماعی را آلوده سازد، تولیدات آن نیز معیوب و ناسالم خواهد بود. به مفهوم دیگر سلامت زندگی فردی و اجتماعی مرهون پاکی و سلامت عناصر و لایه‌های فرهنگی است.

فرهنگ هر ملت خمیرمایه حیات ادبی و سرچشمه تراوش دانش و معرفت و از ارکان بقا و ثبات آن به‌شمار می‌رود، شناخت به‌روز آسیب‌ها، آفت‌ها و

بیماری‌های فرهنگی به منظور پیشگیری و یا درمان مناسب و به موقع و یا حداقل اعلام هشدار در مقابل تهاجم فرهنگی خسارت‌بار بیگانگان امری مهم و ضروری است و لحظه‌ای درنگ و کوتاهی در آن، جامعه را دچار بحران هویت‌گرایی خواهد نمود.

ویژگی سرعت انتقال داده‌ها و اطلاعات علمی و فرهنگی امروزه این ضرورت را مضاعف کرده است؛ به‌گونه‌ای است که گویا مرزهای زمانی و مکانی در مقوله فرهنگ هویت خود را از دست داده است و در اندک زمانی فراتر از مرزهای جغرافیایی، فرهنگ‌های اصیل و غیراصیل ساکنان کره‌خاکی تحت سیطره، نفوذ و تأثیر سازنده و یا ویران‌گر قرار می‌گیرد. یک دولت فرهیخته فرهنگ‌شناس همانند یک کشاورز خبیره و آسیب‌شناس باید به‌هنگام، نسبت به شناسایی باکتری‌های فرهنگی قیام نموده و نسبت به دفع و رفع آفات و سموم و ویروس‌های فرهنگی اقدام مقتضی و مناسب انجام دهد.

## فرهنگ و فرهنگ انتظار

از فرهنگ تعاریف زیادی کرده‌اند که تفصیل آن‌ها را جای دیگر باید جست‌وجو کرد؛ ولی با یک نگاه دقیق و اغماض از تفاوت‌های جزئی، می‌توان به این تعریف دست یافت: «سبک و شیوه زندگی برخاسته از مبانی فکری و ارزشی» براساس این تعریف به تعداد گروه‌ها، قومیت‌ها، ملیت‌ها و کشورهای فرهنگ داریم؛ چراکه سبک‌های زندگی متفاوت دارند و مسلمان کسی است که رفتار و سبک و سیاق زندگی‌اش براساس مبانی فکری و ارزشی اسلام ناب شکل گیرد. (بابایی، ۱۳۸۴: ۵۴)

اعتقاد به انتظار فرج حضرت مهدی علیه السلام در فرهنگ علوی برخاسته از این مبانی فکری و ارزشی است که در آموزه‌های کلامی، روایی و حدیثی آن را اثبات کرده و مورد تأکید قرار می‌دهد که حاکی از تعالیم زیر است:

۱. عمل به تعالیم الهی و پیروی کامل از دستورات دین خدا و ایجاد آمادگی‌های

لازم برای برپایی انقلاب آسمانی و برافراشتن پرچم اسلام در سراسر جهان؛  
(خمینی، ۱۳۶۱: ج ۲۰، ۱۹۷)

۲. منتظر وعده الهی بودن، سعی و تلاش در مهیا ساختن روح و جسم خود برای  
روزی که با طلوع خورشید معنوی جهان، گشایشی در زندگی افراد ایجاد می شود؛  
۳. امید داشتن به فردایی روشن. (گل محمدی، ۱۳۸۳: ۲۳۸)

### مبانی فکری فرهنگ انتظار در دولت سازنده

فرهنگ انتظار همانند سایر فرهنگ‌ها مبتنی بر یک سری مبانی فکری و ارزشی  
است که به جهت آسیب شناسی به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌گردد.

#### الف) خداپرستی

اولین و مهم‌ترین مبانی فکری فرهنگ انتظار پذیرش این نکته است که جهان  
خدایی یکتا، قادر و توانا دارد که تمام افعالش از روی حکمت بوده و به مشیت  
رحمانی، اراده تکوین نظامی کرده است که انسان در جوهره آن قرار دارد و برای  
هدایت تشریحی او عقل درونی و بیرونی را در اختیار او قرار داده است. چراکه سخن  
از حضور حجت برای کسی معنی و مفهوم دارد که معتقد به خدا و هدایت  
رحمانیه او باشد.

#### ب) پذیرش نبوت

انتظار فرج ارتباط طولی و معنایی با نبوت دارد؛ چراکه انتظار فرج نوعی ارتباط  
معنای با پیامبران خداست، منتظران، چشم انتظار کسی هستند که در او اوصاف  
و آثار پیامبران گرد آمده است وقتی می‌آید با آثار پیامبران می‌آید با عصای  
موسی علیه السلام، سنگ صالح و... می‌آید تا آرمان آن‌ها را محقق ساخته و دین خدایی را  
بگستراند و ندای توحید سر دهد و حضرت حجت علیه السلام نیز از اهل بیت پیامبر صلی الله علیه و آله  
است. او دوازدهمین وصی پیامبر صلی الله علیه و آله از فرزندان حضرت فاطمه زهرا علیها السلام است و

هنگام ظهور با پرچم رسول خدا ﷺ خواهد بود و تعداد صحابه اولیه ایشان به تعداد بدریون یعنی ۳۱۳ نفر خواهد بود. (حکیمی، ۱۳۷۱: ۲۶۷)

### ج) اعتقاد به امامت ائمه علیهم السلام

حضرت حجت ﷺ دوازدهمین امام شیعیان و از فرزندان امام حسین ﷺ است و این معنی بر کسی قابل قبول خواهد بود که به دلایل عقلی ضرورت وجود امام ﷺ و امامت ایشان را پذیرا باشد و به غیبت صغری و کبرای ایشان یقین داشته باشد که به مصلحت الهی، جهان هستی از هدایتش چون خورشید پشت ابر بهره می جوید. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲) به عبارت دیگر به صحت و اتقان دلایل زیر اطمینان داشته باشد و راه سفسطه و جهالت بر خود نگیرد:

۱. **قانون لطف:** بر اساس این قانون که در علم کلام از آن بحث می شود، وجود امام و حجت خدا در زمین از مصادیق بارز الطاف الهی است و چون تسری لطف خدا بر بندگان واجب و ضروری است، از این رو وجود امام و حجت نیز در بستر زمان واجب و ضروری است و هیچ زمانی را نمی توان خالی از حجت خدا یافت، که در این صورت بر اساس روایات زمین اجازه حیات را از اهلش خواهد گرفت:

قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ إِنِّي وَأَنْتَ عَشْرَ مِنْ وُلْدِي وَأَنْتَ يَا عَلِيُّ زُرُّ الْأَرْضَ يَغْنَى  
أَوْ تَادَهَا وَجِبَاهَهَا بِنَا أَوْ تَدَّ اللَّهُ الْأَرْضَ أَنْ تَسِيخَ بِأَهْلِهَا فَإِذَا ذَهَبَ الْإِنْتَا عَشْرَ مِنْ  
وُلْدِي سَاخَتِ الْأَرْضُ بِأَهْلِهَا وَلَمْ يَنْظُرُوا. (كليني، ۱۴۰۱: ج ۱، ۵۳۴)

۲. **قانون استخلاف:** بر اساس این قانون خداوند برای اداره و رهبری زمین و زمینیان خصوصاً انسان، جانشینانی تعیین کرده است: «وَإِذْ قَالَ رَبُّكَ لِلْمَلَائِكَةِ إِنِّي جَاعِلٌ فِي الْأَرْضِ خَلِيفَةً... إِنِّي أَعْلَمُ مَا لَا تَعْلَمُونَ». (بقره: ۳۰)

و این امر تا زمانی که انسانی هست ادامه خواهد یافت و خاتم پیامبران رسول اعظم ﷺ به دستور الهی این امر را بعد از خودشان بر عهده ۱۲ امام گذاشته اند:

«يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ  
وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ». (مائده: ۶۷)

و طبق تحقیقات گسترده‌ای که علامه امینی در *الغدیر* انجام داده است، اولین آن‌ها امیرالمؤمنین علی علیه السلام و آخرین آن‌ها حضرت حجت علیه السلام هستند.

## مبانی ارزشی فرهنگ انتظار در دولت سازنده

۱. ثواب‌های زیادی که برای منتظران در احادیث وارد شده است. به طوری که در بعضی از آن‌ها پاداش این افراد همسان شهدایی که در جبهه حق به خون خود می‌غلطند، شمرده شده است. «المنتظر لامرنا کالمتشحط بدمه فی سبیل الله» (کلینی، ۱۴۰۱: ج ۱، ۶۴۵) و احادیث دیگری که بخش عمده‌ای از جلد ۵۱ *بحار الانوار* را تشکیل می‌دهند.

۲. وظایفی که برای منتظرین در احادیث وارد شده است. بشیر می‌گوید:  
خدمت ابی جعفر علیه السلام عرض کردم: «مردم می‌گویند وقتی مهدی قیام کند کارها برایش رو به راه می‌شود؟» حضرت فرمود: «به خدا سوگند چنین نیست. اگر این چنین موضوعی امکان داشت برای رسول خدا صورت می‌گرفت. در صورتی که در میدان جنگ دندان‌اش خونین شد و پیشانی مبارکش شکست. به خدا قسم نهضت صاحب الامر هم انجام نمی‌شود مگر این که در میدان جنگ عرق بریزیم و خون‌ها ریخته شود» سپس دست به پیشانی مبارک کشید. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ۳۵۸)

## وظایف منتظران در فرهنگ انتظار

فرهنگ انتظار متضمن تحرک، رشد، بالندگی و رفتارهای خاصی است، که با پایبندی به الزامات و سیاست‌های برخاسته از آن، می‌توان به آن‌ها دست یافت. که غایت و هدف اساسی آن گسترش عدالت، عمل به احکام اسلام ناب محمدی صلی الله علیه و آله و سلم و استقرار آن در تمام کشورها (همو: ج ۲۰، ۱۹۷) و آماده‌سازی بسترو فضای ظهور و حضور حضرت حجت علیه السلام است، و این امور محقق نمی‌شود مگر این که منتظران دارای اوصاف و وظایفی باشند که احادیث فراوانی به آن‌ها اشاره دارد. مرحوم علامه مجلسی به بخشی از آن‌ها اشاره کرده است. (همو: ج ۵۲) به

چند مورد از آن‌ها اشاره می‌کنیم:

ابوبصیر می‌گوید: روزی امام صادق علیه السلام به اصحابش فرمود: آیا شما را خبر ندهم به چیزی که خدا اعمال بندگانش را جز به آن قبول نمی‌کند؟ ابوبصیر عرض کرد: بفرمایید. فرمود: شهادت به یگانگی خدا و پیامبری محمد صلی الله علیه و آله و اعتراف به دستورات خدا و دوستی با ما و بیزارگی از دشمنانمان و تسلیم در مقابل ائمه و پرهیزکاری و جدیت و آرامش و در انتظار قائم بودن. سپس فرمود: برای ما دولتی است که هر وقت خدا بخواهد تأسیس خواهد شد. هر کس میل دارد که از اصحاب و یاران قائم ما باشد باید در انتظار فرج باشد. پرهیزکاری را شیوه خویش کند به اخلاق نیک آراسته گردد و در همان حال در انتظار قائم ما به سربرد. اگر چنین بود و پیش از قیام قائم مرگش فرا رسید به اجر و ثواب کسانی که قائم را درک می‌کنند نائل خواهد گشت. ای شیعیان جدیت و کوشش نمایید و منتظر ظهور آن جناب باشید، ای گروهی که مورد توجه و رحمت خدا واقع شده‌اید پیروزی گوارایتان باد. (نعمانی، بی تا: ۱۰۶؛ نقل از امینی، ۱۳۶۷: ۲۵۳)

فلیعمل کل امرء منکم بما یقرب به من محبتنا و یتجنب ما یدنیه من کراهیتنا و سختننا فان امرنا بغتة فجاة؛ (صدوق، ۱۴۰۵: ج ۲، ۲۵۸؛ طوسی، ۱۴۱۱: ۲۹۳؛ نقل از گل محمدی، ۱۳۸۳: ۲۳۴)

پس هر یک از شما باید از آن چه که به وسیله اش به دوستی ما نزدیک می‌گردد عمل کند و از آن چه از جانب او، ما را به خشم و ناراحتی نزدیک نماید دوری کند؛ زیرا فرج ما آنی و ناگهانی پدیدار می‌شود.

بنابراین منتظر حقیقی به لفظ نیست و تنها با اذکار و خواندن بعضی ادعیه نمی‌توان به آن‌ها دست یافت بلکه این واژه به همراه خود فرهنگی دارد که از پشتوانه فکری و ارزشی خاصی تبعیت می‌کند، رفتارهای ویژه‌ای می‌طلبد، جامعه‌ای می‌خواهد که هویتش با آن رنگ گرفته و سازمان می‌یابد. بخشی از این وظایف و انتظاراتی که در متون اسلامی به آن اشاره می‌شود به صورت زیر است:

۱. اصلاح نفس و آراسته شدن به اخلاق اسلامی؛

۲. ورع، پارسایی و نیکو رفتاری؛ (طبرسی، ۱۴۱۳: ج ۲، ۵۹۹)

۳. عمل به احکام و دستورات قرآنی؛ (شریف رضی، ۱۳۷۸: نامه ۴۵)
۴. استخراج احکام و برنامه‌های اجتماعی اسلام و اجرای کامل آن‌ها؛
۵. اجرای برنامه‌های اقتصادی اسلام و حل مشکلات اقتصادی و رفع فقر و بی‌کاری؛
۶. مبارزه با تمرکز ثروت‌های غیرمشروع؛
۷. تحصیل دانش و جدیت در رفع غفلت، سستی و عقب‌افتادگی و از نظر علمی، صنایع و تکنولوژی و جهات دیگر علمی بر دیگران در دنیا پیشی گیرند؛
۸. ایجاد دولتی نیرومند و مقتدر اسلامی در صفحه گیتی؛ (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۱۹، ۱۵۶ و ۱۹۶، ج ۷، ۲۵۵، ج ۲۰، ۱۹۷)
۹. استماع احکام و قوانین به همهٔ جهانیان و اثبات برتری آن‌ها بر دیگری‌ها؛
۱۰. آماده‌سازی افکار جهانیان برای پذیرش قوانین و مقررات اسلام ناب. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ۳۲۰)

### آسیب‌شناسی وظایف منتظران در فرهنگ انتظار

در این بخش نکته قابل توجه این است که در ثواب و توصیه به انتظار فرج بودن تردیدی نیست و یکی از وظایف مهم مسلمانان در عصر غیبت است. اما سخن در این است که معنای حقیقی انتظار فرج چیست؟ و چه فرهنگی بر آن حاکم است و چگونه می‌توان از آن حفاظت کرده و از منتظرین حقیقی آن شد؟ آیا به صرف دعای ندبه خواندن و بعد از صلوات «اللهم عجل فرجه الشریف» گفتن و دعا برای سلامتی امام علیه السلام کردن و از زیر بار مسئولیت‌های اجتماعی شانه خالی کردن و در مقابل انواع فسادها، بیدادگری‌ها و ظلم و ستم‌ها تنها به ذکر «خدا فرج زمان را نزدیک سازد تا جلو فساد را بگیرد» کفایت می‌کند؟

البته همهٔ این کارها به نوبهٔ خود نیکو است؛ ولی به نظر می‌رسد تنها این قبیل کارها انسان را از مصادیق منتظران حقیقی قرار نمی‌دهد و فضیلتی برابر با کسی که

در میدان جهاد و برای دفاع از دین، درخونش می‌غلند، ندارد.

نگاهی اجمالی به برنامه‌های که امام زمان علیه السلام در زمان حضور دارند مانند: ریشه‌کن کردن ظلم و ستم، آثار کفر و بی‌دینی و مادی‌گری، گسترش عدالت در سراسر جهان و... به قدری مشکل و سنگین است که گروهی در اصل آن تردید می‌کنند. (امینی، ۱۳۶۷: ۲۴۹) از طرفی احادیث زیادی حکایت از این دارد که حکومت حضرت به اعجاز صورت نمی‌گیرد، بلکه برای مقابله با مخالفین جنگ‌هایی خواهد داشت.

از این رو بر پیروان و منتظران حقیقی لازم است که مزاق افراد را برای پذیرش این برنامه‌ها آماده نمایند؛ مگر بدون آمادگی می‌توان چنین کار بزرگی را انجام داد؟ و این از وظایف منتظران حقیقی است که این بستر را فراهم نمایند. نگاه دقیق به مبادی و مبانی فلسفی پاداش‌ها و مجازات، گویای این حقیقت است که ورود در عرصه‌های تشویق و پاداش، رشد، بالندگی و کمال برای فرد و جامعه به ارمغان می‌آورد به همان سان که ورود در عرصه‌های تنبیه سستی و نخوت به همراه دارد. و تشویق به فرهنگ انتظار نیز برای این اوصاف و ویژگی‌های است که به همراه دارد که بارزترین آن‌ها ایجاد آمادگی در زمینه‌های مختلف و پیامدهای رفتاری است که با خود به ارمغان می‌آورد.

حضرت امام علیه السلام از شخصیت‌های است که معنی انتظار را از مفهومی عام خارج کرد و آن را متناسب با مصداقش معنی کرد. ایشان حجت را تنها در بیان احکام نمی‌دانست، بلکه به آن مفهوم وسیع‌تری داد و به حوزه رفتار سرایت داد و عدالت‌گستری و رفتارهای حضرت را حجت خدا بر بندگانش می‌دانست (خمینی، ۱۳۷۳: ج ۲، ۴۷۴) و در راستای این معنا بود که به مسئولان خطاب می‌کرد:

ما باید خودمان را مهیا کنیم، از برای این‌که اگر چنان‌چه موفق شدیم ان‌شاء الله به زیارت ایشان، طوری باشد که روسفید باشیم پیش ایشان.



تمام دستگاه‌هایی که الآن به کار گرفته شده‌اند در کشور ما... باید توجه به این معنی داشته باشند که خودشان را مهیا کنند برای ملاقات حضرت مهدی - سلام الله علیه - . (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۱۲، ۲۰۸)

انتظار فرج، انتظار قدرت اسلام است و ما باید تلاش کنیم تا قدرت اسلام در عالم تحقق یابد. (همو: ج ۷، ۲۵۵)

### بسترهای فرهنگی دولت سازنده و آسیب‌های پیش‌روی

این بسترها بر اساس سطوح و لایه‌های فرهنگ، به دو بخش نرم‌افزاری و سخت‌افزاری تقسیم می‌شوند؛ به طوری که لایه اول و دوم فرهنگ ناظر بر بسترهای نرم‌افزاری و لایه سوم ناظر بر لایه سخت‌افزاری است. رفتارها چارچوب و هویت دارند و تا هندسه و محتوای آن‌ها شکل نگیرند فعالیت‌های سر نمی‌زند. بر اساس تحقیقات رفتارشناسی، رفتار انسان پستوانه فکری و ارزشی می‌طلبد و پایه فکری آن بر بینش و بصیرت انسان مبتنی است که با مطالعه و تحقیق در پیدایش و نوع رابطه بین پدیده‌ها به وجود می‌آید. (بابایی، ۱۳۸۴: ۸۱) این دورنگ، استحکام و هویت رفتارهای انسان را شکل داده و هرگونه شبهه‌افکنی در آن‌ها، سبب سست شدن و عدم قاطعیت در رفتار می‌گردد.

مبانی، امور یا چیزهای است که در جایی دیگر اثبات شده است و در ساخت شیء مورد نظر مفروض گرفته می‌شود و یا مبتنی بر اموری است که دلایل آن‌ها در خودشان نهفته است. در منطقی از این امور به مواد گزاره‌ها یاد می‌شود که به اقسام بدیهیات، یقینیات، مشاهدات، تجربیات، متواترات، مقبولات، مشهورات و... تقسیم می‌شود و استحکام ماهیت شیء به برخورداری از این‌ها برمی‌گردد که در آن‌ها بدیهیات، اولیات، یقینیات، تجربیات و مشاهدات از جنس دانش است و پذیرش آن‌ها منوط به استدلالی است که در بطن آن‌ها نهفته است و به بصیرت و بینش انسان‌ها هویت می‌بخشد و بعضی دیگر مانند متواترات و مقبولات و مشهورات، دلیل و استدلالی برای پذیرش آن‌ها نیست، بلکه آدمی به خاطر

اطمینان به عوامل دیگر، آن‌ها را می‌پذیرد. (نک: خوانساری، ۱۳۶۱)

فرهنگ انتظار چنان‌که گفته شد، مقوله‌ای است که این مضامین را در بردارد و رفتارسازی می‌کند و درستی یا نادرستی رفتارهای مستند به آن به مبانی آن برمی‌گردد و آسیب‌شناسی رفتارها به شناسایی آسیب‌های مبانی فکری و ارزشی مستند به همان رفتار برمی‌گردد.

دولت‌ها برای شکل‌گیری و استقرار، نیازمند بسترهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است: اولین نیاز سخت‌افزاری دولت‌مردان، محیط و فضایی است که بتوانند در آن دولت تشکیل داده و استقرار یابند و به کمک منابع طبیعی آن نیازهای مادی مردم را تهیه نمایند. بدون زمین و امکانات زیستی، سخن از دولت و اجرای قوانین و تبعیت از حاکمیت سخنی بی‌محتوا و بی‌دلیل است. دولت‌ها بعد از استقرار برای تداوم حاکمیت، نیازمند حمایت‌های مالی و خدماتی از ناحیه دولت هستند و همچنین مردم برای تداوم حمایت از حاکمیت نیازمند حمایت‌های مالی و خدماتی دولتند. به عبارت دیگر حمایت‌های خدماتی و مالی دوجنبه دارد: در رویه اول مردم از دولت حمایت می‌کنند و در رویه دوم دولت از مردم حمایت می‌کند. دولت با حمایت‌های مردمی و دریافت خراج و مالیات از آن‌ها در مقابل دشمنان و آسیب‌های دیگر از مردم حمایت می‌کند و با فعالیت‌های زیرساختی به آبادانی شهرها می‌پردازند (شریف‌رضی، ۱۳۷۸؛ نامه ۵۳) سومین نیاز سخت‌افزاری دولت سازنده، ابزارهایی هستند که به تناسب شرایط زمانی بتوانند در جامعه، قوانین را گسترش دهند. دولت‌ها برای آبادانی شهرها نیازمند ابزارها و تجهیزاتی هستند که بتوانند جاده بزنند و کارخانه‌های موردنیاز مردم را بسازند تا نیازهای مردم را تأمین نمایند.

### **بسترهای نرم‌افزاری فکری و آسیب‌های پیش روی آن‌ها**

بسترهای نرم‌افزاری به ابعاد فکری، ارزشی و حمایتی تقسیم می‌شود؛ چراکه

انسان موجودی است که رفتارهایش سوق دهنده می‌طلبند که بخشی از آن‌ها با سوق دهنده‌های غریزی تحریک شده و شکل می‌گیرد ولی بخشی از آن‌ها به سوق دهنده‌هایی برمی‌گردد که منشأ آن‌ها عقل و اندیشه است. انسان به کمک این سوق دهنده‌هاست که تحول‌زا شده و بسترهای تحولی ایجاد می‌کند و بر علیه نفسانیات قیام می‌کند و سوق دهنده‌های غریزی را نیز تحت سیطره خود درمی‌آورد. و به کمک همین سوق دهنده‌هاست که وضع موجود را بر نمی‌تابد و برای تغییر آن شورش، قیام و انقلاب می‌کند. حکومت‌ها و دولت‌های حاکم برای استمرار حاکمیت خود، راهی جز این ندارند که این سوق دهنده‌ها را کنترل و یا فضا و بسترهای رشد و توسعه همسویی آن‌ها را فراهم و یا این‌که با سوق دهنده‌های مخالف به مبارزه پرداخته و بسترهای رشد و توسعه آن‌ها را از بین ببرند. دولت‌ها بر اساس ماهیت و مبانی حاکم بر آن‌ها با این سوق دهنده‌ها برخورد می‌کنند. دولت‌های مستبد برای دوام حاکمیت، از شیوه حبس، زندانی و ایجاد محدودیت و ممنوعیت و حتی قتل و کشتار و شکنجه استفاده می‌کنند، ولی دولت‌های آزادی‌خواه و کمال‌طلب برای دوام حاکمیت، به تبیین و رشد و بالندگی مبانی فکری و ارزشی به تناسب شرایط زمانی و مکانی می‌پردازند. بسترهای فکری دولت سازنده را به مؤلفه‌های زیر می‌توان تقسیم کرد:

۱. ارتباط با خدا: این بُعد، بیانگر این است که جهان از چه هویتی برخوردار است و خدا چه جایگاهی در آن دارد و چگونه می‌توان با او ارتباط برقرار کرد و چه نقشی در زندگی انسان دارد؟ آیا جهان محصول فعل و انفعالات شیمیایی و طبیعی است و دنیا و انسان حاصل تصادف است یا این‌که قوه عاقله‌ای بر جهان حاکم بوده و مدیریت آن را هر لحظه انجام می‌دهد ﴿يَذَرُ الْأَمْرَ مِنَ السَّمَاءِ إِلَى الْأَرْضِ﴾ (سجده: ۵)، ﴿كُلَّ يَوْمٍ هُوَ فِي شَأْنٍ﴾ (رحمن: ۲۹)

۲. ارتباط با انسان: این مؤلفه گویای این است که انسان‌ها چگونه با هم ارتباط برقرار کرده و نسبت به هم چه دید و رویکردی داشته باشند. آیا انسان‌ها برادر

یکدیگر بوده و منطق «هرچه بر خود می‌پسندی بر دیگری نیز پسند و هر چه بر خود نمی‌پسندی بر دیگری نیز می‌پسند» (شریف رضی، ۱۳۷۸: خطبه ۳۱) بر زندگی او حاکم و جاری خواهد بود و یا منطق هابسی «انسان گرگ انسان است» بر زندگی و روابط او با دیگران حاکم است.

۳. ارتباط با طبیعت: این بُعد تبیین می‌کند که برخورد انسان‌ها با طبیعت چگونه باید باشد و چگونه باید از او بهره‌برداری نموده و حفاظت نماید؟

### بسترهای نرم‌افزاری ارزشی و آسیب‌های پیش‌روی آن‌ها

این بسترها بیانگر رنگ، هویت و تفاوت رفتارهاست و میزان مقاومت، مخالفت و موافقت افراد به این مؤلفه برمی‌گردد، به طوری که می‌توان با دستکاری در این بسترها، یکی را موافق و دیگری را مخالف تربیت نمود. و با مدیریت آن، انسان‌ها را تهییج و به میدان آورد. مدیریت نیز یکی از رشته‌هایی است که امروزه براساس این منطق شکل گرفته و بالندگی می‌یابد و کمپانی‌های تولیدی با هدایت نقش‌آفرینی در بخش ارزش‌های افراد جامعه به وسیله شگردهای تبلیغاتی، اجناس تولیدی را به خرید آن‌ها درمی‌آورند، بدون این‌که نیاز جدی به آن داشته باشند.

نمود دیگر این مدیریت را در مُد‌ها و الگوها می‌توان دید که هوشمندانه و زیرکانه هدایت و جهت‌دهی می‌شوند و سنت‌ها و آداب و رسوم چندین ساله را تحت الشعاع قرار می‌دهند که به خوبی می‌توان اثر آن را در تفاوت رفتار و پوشش بین والدین و فرزندان مشاهده کرد. اهمیت مهندسی فرهنگ جامعه نیز در این عرصه خودش را نشان می‌دهد تا با تبیین چیستی‌های فرهنگ و هویت‌های بالنده آن براساس افق دور و بر پایه مدل دولت‌سازنده بتوان آن‌ها را پرورش و رشد داد.

دولت‌ها برای ماندگاری، نیازمند این هدایت و بالندگی و شناسایی آسیب‌های آن‌ها هستند و گرنه در بستر زمان، هویت بیرونی خود را از دست داده و به تاریخ می‌پیوندند. (بابایی، ۱۳۸۴)

## بسترهای نرم‌افزاری حمایتی و آسیب‌های پیش‌روی آن‌ها

دولت‌ها در پیدایش و استواری و بقا در بستر زمان نیازمند بسترهای حمایتی هستند. هیچ دولتی بدون حمایت مردمی توان شکل‌گیری ندارد. هر مدیری، در صورتی می‌تواند به حاکمیت و مدیریت برسد و گسترش حاکمیت داشته باشد که بتواند از یاران و هوادارانی کمک گیرد که به دستورهای و خواسته‌های او عمل کنند، گرچه این رهبر از انبیا و اولیای الهی باشد «لا رأی لِمَنْ لا یطاع» (شریف رضی، ۱۳۷۸: خطبه ۲۷)

رهبران برای برخورداری از حمایت‌های مردمی، نیازمند کادرسازی مدیران و فرماندهانی هستند تا زمینه‌ساز خواسته‌های رهبری باشند و گرنه مانند میوه نارس کنده شده و بدون اثربخشی از بین خواهند رفت. این بسترها و آسیب‌های آن‌ها را می‌توان در ابعاد مختلف زیر تقسیم‌بندی کرد:

۱. **حمایت فکری و ارزشی:** در این حمایت، پیروان و یاران به ترویج افکار و ارزش‌های مبانی حاکم بر رفتارهای رهبری می‌پردازند تا زمینه‌های اجرایی دستورات رهبری را فراهم سازند و همچنین زمینه‌های پذیرش آن‌ها را فراهم کنند؛ چراکه اکثر مخالفت‌ها در جامعه به عدم فهم درست افکار و ارزش‌های رهبران برمی‌گردد. مردم باید به چنان سطح فکری برسند که متوجه اثرات تبعیت و پذیرش افکار رهبران شوند تا بتوان رفتارهای پیوسته و مداوم از آن‌ها دید، نه این‌که با تغییر شرایط، تغییر چهره دهند. با بیداری و هوشمندی، مردم آگاهانه از رهبران پیروی می‌کنند، به طوری که هیچ گروهی نمی‌تواند در مقابل آن‌ها دوام آورده و عرض اندام نماید. «كَمْ مِنْ فِئَةٍ قَلِيلَةٍ غَلَبَتْ فِئَةً كَثِيرَةً» (بقره: ۲۴۹)

۲. **حمایت تبلیغاتی:** در این بخش، یاران به ترویج افکار و نهادینه‌سازی افکار و ارزش‌های رهبری می‌پردازند و سعی می‌کنند آن‌ها را در لایه‌های مختلف عمق دهند تا بتوانند افکار و ارزش‌های دیگران را همسو سازند.

۳. **حمایت جانی:** رهبران برای مصون ماندن از آسیب‌های اجتماعی، نیازمند

حمایت‌های حفاظتی و امنیتی در مقابل مخالفان هستند. تاریخ چه بسیار رهبران راستین الهی را به یاد دارد که به علت نداشتن یاران و پیروان صادق به دست دشمنان شهید شده‌اند. انبیا و امامان علیهم‌السلام آشکارترین شهدای این عرصه هستند.

## آسیب‌های فرهنگی دولت سازنده

از آن چه گذشت می‌توان این جمع‌بندی را کرد که دولت سازنده، متضمن فرهنگ انتظار است که دارای عناصر، مبادی و مبانی فکری و ارزشی خاصی است که عقل، آن را اثبات و آیات و روایات، مصداق آن را معرفی کرده و به کمک اهل بیت علیهم‌السلام تعریف و تبیین شده‌اند. به همان سان از منتظران حقیقی انتظار می‌رود که با علم به این مبانی و تعمیق و نهادینه‌سازی آن، به چنان بالندگی فکری و روحی دست یابند که شخصیت و رفتارهای آن‌ها، فضا و بستر لازم برای ظهور حضرت حجت علیه‌السلام را فراهم گرداند. بی‌شک هر نوع فکر و ارزشی که این روند را به هم زند از آسیب‌های جدی این عرصه خواهد بود.

دولت مردان دولت سازنده باید آسیب‌ها را شناسایی و جامعه ایمانی را به حد اعلائی از مصونیت فکری و اخلاقی برسانند. آسیب‌ها یا ناشی از موادی است که برای تحلیل‌ها و استدلال‌ها استفاده می‌شود یا ناشی از مبادی است که در پذیرش گزاره‌های حکومتی و دولتی مؤثر هستند که به تعدادی از آن‌ها اشاره می‌گردد:

۱. تشکیک در باورهای مردم و ایجاد ناامیدی در آنان: مهم‌ترین حربه دشمنان، ایجاد تشکیک در باورهای مردم نسبت به مبانی و مبادی پذیرش وجود امام زمان علیه‌السلام و ایجاد ناامیدی در مردم است که به شگردهای مختلف به این اقدام دست می‌زند. مانند تشکیک در وجود امام زمان علیه‌السلام، تخصیص آن به شیعه و ناامیدی از نزدیکی زمان ظهور. نویسنده *تفسیر المنار*، احادیث مربوط به «مهدی» را انکار کرده و آن‌ها را متضاد و غیرقابل قبول می‌شمارد. به گمان این‌که عقیده به وجود مهدی تنها مربوط به شیعه و یا آن‌ها که به تشیع تمایل دارند، است. و از این

گذشته اعتقاد به وجود مهدی را عاملی برای رکود و عقب ماندگی می‌شمارد. (مکارم شیرازی، ۱۳۸۷: ج ۷، ۳۷۴) گرچه ابن ابی الحدید - که از بزرگان علمای عامّه است - حکایت کرده است که فرقه‌های مسلمانان اتفاق دارند که دنیا و تکلیف پایان نخواهد یافت، مگر پس از آمدن مهدی علیه السلام (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۱، ۱۱۴) و این‌که روایات گویای این است که امر ظهور حضرت به دستور الهی است و زمان در آن دخالتی ندارد تا مؤمنان هر لحظه آماده نصرت و یاری باشند و بسترساز حکومت ایشان باشند. (موسوی اصفهانی، ۱۳۹۰: ج ۴، ۲۴۳)

**۲. تشکیک در وظایف و تشخیص تکلیف: منتظران چه وظایفی در عصر غیبت دارند و چه تکلیفی آن‌ها را به حرکت وامی‌دارد؟** از عوامل مهم بالندگی و بسترساز است. در عین حال انحراف در معنای آن می‌تواند آسیب مهمی تلقی شود که جهت حرکت را منحرف کرده و مسیر را به غلط نمایان سازد. اعتقاد به این‌که با ترویج فساد، تباهی، ظلم و فحشا زمینه ظهور فراهم می‌شود نمونه‌ای از این آسیب‌هاست؛ چراکه پیام بیش از ۲۸۶ روایت در کتب روایی مانند *کافی*، *مستدرک*، *بحار الانوار*... گویای این است که قبل از ظهور زمین پر از ظلم خواهد بود «يَمْلَأُ الْأَرْضَ عَدْلًا وَ قِسْطًا وَ نُورًا كَمَا مَلِئَتْ ظُلْمًا وَ جَوْرًا وَ شَرًّا». بنابراین برای این‌که در ظهور حضرت حجت علیه السلام تعجیل صورت گیرد باید به ترویج فساد، ظلم و تباهی دامن زد. گرچه احادیث، وضعیت جامعه قبل از ظهور را ترسیم نموده است ولی آیا این ترسیم به معنای تجویز است؟! و تحقق دعای «اللهم اجعلنا من اعوانه و انصاره» با ترویج فساد و ظلم به وجود می‌آید؟

**۳. تشکیک در حکومت دینی و منجی خدا، پیامبر صلی الله علیه و آله و امام علیه السلام:** یکی از تشکیک‌هایی که در دنیای امروز بدان دامن می‌زنند تشکیک در وجود خدا و پیامبر و امام و جدایی دین از سیاست است و یا این‌که دین ساخته و پرداخته اذهان بشری است و آن را افیون جامعه می‌شمارند که مهم‌ترین داعیه‌دار آن مارکس و طرفداران آن است.

۴. مدیران و مبلغین کارساز: بهترین سخنان، زمانی عملیاتی می‌شوند که پذیرنده داشته باشند «لا رأی لمن لا یطاع» (شریف رضی، ۱۳۷۸: خطبه ۲۷) اقدام پیامبر ﷺ در شروع بعثت و تبلیغ پنهانی سه ساله ایشان و آشکارسازی آن از خاندان نبوت «وَأَنْذِرْ عَشِيرَتَكَ الْأَقْرَبِينَ» (شعراء: ۲۱۴) از دلایل این ادعاست. مهم‌ترین دلیل این سخن در مرحله اول بیان درست حقایقی است که ایدئولوگ مد نظرش بوده و برای آن قیام کرده است و در مرحله دوم طرفداری و حمایت است. با تبیین درست رسالت، راهبرد، اهداف و سیاست‌های کلی و اجرایی مهدویت، بسترسازی و ایجاد دولت ممکن خواهد شد و طبیعی است کوتاهی در هر یک از فاکتورهای اثرگذار، آسیبی مهم تلقی خواهد شد. (بابایی، ۱۳۸۹: ۸۳)

۵. الگوی مدیریت نظام حکومتی در ابعاد مختلف: دولت سازنده برای استقرار نیازمند الگو و آموزه‌هایی است که به کمک آن‌ها بتواند نظام حکومتی مورد نظر را بسترسازی نماید. کوتاهی در ارائه آن‌ها سبب انحراف در ساختار و نهادهای حکومتی خواهد شد، انحرافی که عموم دولت‌ها از آن آسیب می‌بینند؛ چراکه دولت بسترساز برای اجرایی شدن نیازمند دو چیز اساسی است:

۱. محتوا و دستورالعمل‌های مدیریت که به واسطه آن‌ها، چیستی و ماهیت گزاره‌های مدیریت و رفتارهای آن در جایگاه‌های مختلف شکل می‌گیرد. (ریچارد، ۱۳۸۲: ۳۹)

۲. الگو (paradigm) و مجموعه ذهنی یا فکری مشترک که بیانگر راه اساسی یا بنیادی از شیوه اندیشیدن، پنداشت، برداشت یا درک از جهان است. در کنار الگوی کلی، نیازمند الگویی اجرایی و دستورالعمل‌هایی هستیم که به صورت کتبی یا شفاهی اعلام می‌شود.

با تبیین این دو، همه منتظران وظایف و تکلیف خود را می‌شناسند و با یک رفتار هم‌افزا می‌توانند بسترهای لازم را برای شکل‌گیری دولت بسترساز و حکومت جهانی فراهم نمایند و گرنه سبب جزیره‌ای شدن فعالیت‌ها شده و هرکس به ظن و



قیاس خود مسائل را مورد بازخوانی و بازکاوی قرار می‌دهد که کم‌ترین آسیب آن هدررفت نیروها و ایجاد تنش‌های رفتاری و فکری خواهد بود.

مدیران، زمانی خواهند توانست به بسترسازی حکومت جهانی دست یابند که براساس آموزه‌های اسلام ناب و الگوی آن یعنی معصومان علیهم‌السلام و ولایت فقیه به تحول فرهنگی پرداخته و خود را به تقوای الهی مجهز ساخته و آن‌گاه براساس الگوی عملی و برنامه‌های اجرایی و محتوایی به ساخت جامعه براساس نقاط قوت پرداخته تا ضعف‌ها را به فرصت تبدیل نمایند.

۶. دشمن‌شناسی، جریان‌شناسی، جبهه‌شناسی و راه‌شناسی: از آسیب‌های مهم فرهنگی دولت‌ها عدم شناخت جبهه‌فعالیت، دشمنی که می‌خواهند با آن مقابله کنند، راهی که آن‌ها را به مقصد خواهد رساند و کاری است که می‌توانند انجام دهند. و بدترین وضعیت، زمانی است که افراد جامعه به تعبیر قرآن تصور کنند کار درست و خوب انجام می‌دهند، در صورتی که فعالیت آن‌ها به ضرر خود و جامعه هدف و مقصد است. *«وَهُمْ يَحْسِبُونَ أَنَّهُمْ يَحْسِبُونَ ضُغَاءً»* (کهف: ۱۰۴)

۷. خطا در شناسایی نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فرهنگی دولت بسترساز: از آسیب‌های جدی که برای دولت سازنده می‌توان برشمرد، عدم شناخت صحیح از نقاط قوت و ضعف و برخورد متناسب براساس آن‌هاست. که از مهم‌ترین آن‌ها می‌توان به شکاف نسل‌ها در مفاهیم و الگوها یاد کرد. اگر دولت بسترساز نتواند شکاف نسلی را در حوزه‌های هنجارها و ارزش‌ها شناسایی کند، سبب دوری نسل‌ها و تفاوت فاحش آن‌ها در ارزیابی عملکردها خواهد بود. و بالاتر از آن همه دست‌اندرکاران حوزه فرهنگ از اساتید گرفته تا پدران و مدیران و کارشناسان جامعه همه تحت تأثیر فرهنگ فعلی جامعه تربیت شده و شکل گرفته‌اند. چگونه می‌توان از این‌ها انتظار داشت که برخلاف رفتار و منشی که متأثر از فرهنگ فعلی است به طرف فرهنگ مورد انتظار دولت بسترساز حرکت کنند؟ این امر محقق نمی‌گردد مگر با یک حرکت درون فرهنگی و تحول واقعی در «خویش‌شن خویش» و

رسیدن به حالت بیداری در تمام اقشار و اصنافی که در فرهنگ سازی دخالت دارند. ﴿إِنَّ اللَّهَ لَا يَغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يَغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ﴾ (رعد: ۱۱)

۸. **دولتی کردن تکالیف:** آسیب فرهنگی دیگری که دولت بسترساز را تهدید می‌کند، نگاه سازمانی و دولتی به فعالیت های فرهنگی است. اگر تصور بر این باشد که انجام امور بسترسازی فرهنگی تنها برعهده دولت است، شکاف و بی تفاوتی عمومی برای آماده سازی ایجاد خواهد شد. دولت باید بسترساز باشد تا زمینه ها و بسترهای ظهور فراهم شود و مهم ترین بستر، ایجاد فضا و باور جمعی در امر ظهور و تلاش جمعی برای آن است.

۹. **امکان ارتباط و رؤیت حضرت ﷺ:** درباره ارتباط با امام زمان ﷺ، کتاب هایی نوشته شده است. این کتاب ها پراز حکایات و داستان ها و مطالبی است که برخی از آن ها به یقین، نادرست و برخاسته از تصورات و خیال بافی های نویسندگان آن هاست ولی نقل این داستان ها و حکایت ها، سبب می شود که یک عقیده درست و صحیح با عقاید خرافی، ناصحیح و غیرمستند در میان مردم رواج یابد. کسی در منطقه ای مدعی شد که قطره ای از خون سر امام حسین علیه السلام ریخته و سر مبارک حضرت را دیده است. چوپانی مدعی می شود که غلام شاه چراغ است و از وی دستورهایی دریافت کرده است. یا سیدمهدی شیوخی (م ۱۲۷۸ق) در کتاب **بوارق الحقایق** که شرح سفرهای اوست ادعا می کند: در طوس، حضرت حجت علیه السلام را دیده و ایشان آیات و اواردی را در دهان وی، فوت کرده است.

پیامد ناگوار این کتاب ها و عقاید برگرفته از حکایت و خواب ها، فضایی را به وجود می آورد که اهل تعقل و اندیشه، به عقاید شیعه بدبین می شوند و زمینه انحراف های فکری را فراهم می آورد و در نتیجه، مخالفان تشیع، امکان رشد و به گسترش می یابند و عقاید ناصواب عوام و عوام زدگان به نام تشیع ثبت می شود و به دیگران انتقال می یابد و یک عقیده ای که در اصل آن، تمام فرق اسلامی توافق دارند، به گونه ای مطرح می شود که فرسنگ ها با اسلام فاصله دارد و میدان دفاع را

بر اندیشه‌وران اسلامی تنگ می‌کند. (جمعی از نویسندگان مجله حوزه، ۱۳۷۵: ۳۵)

۱۰. **قشری‌نگری:** منظور از قشری‌نگری، جمود بر ظواهر متون دینی، در فهم، وظواهر مناسک شریعت، در مقام عمل است. قشری‌گری از این جهت آسیب‌زاست که انسان را در ظواهر دین متوقف می‌سازد و به این ترتیب، خود فرد را از دین بی‌بهره، و دیگران را در دام بدفهمی گرفتار می‌سازد.

قشری‌گری در دین، مانع فهم عمق معارف دینی می‌گردد و از این رو بستری برای رشد کج‌فهمی و انحراف و بدعت است. نمونه بارز این امر در زمان حکومت حضرت علی علیه السلام توسط خوارج آشکار گردید. کسانی که حاضر نشدند به ورق‌های کاغذین قرآن تعرض کنند، اما سرانجام بر آن شدند تا قرآن ناطق را خاموش کنند. این‌گونه قشری‌گری، همیشه در کمین تربیت دینی است.

در دوران غیبت امام مهدی علیه السلام نیز همواره این تهدید وجود دارد. ذهن‌ها و اندیشه‌های خام برخی متدینان، آنان را به بدفهمی و بدعت وامی‌دارد، چنان‌که به هنگام ظهور مهدی علیه السلام سخنان او و احکام دینی که او مطرح می‌سازد، در نظر مردم جدید و ناشناخته است (نعمانی، بی‌تا: ۲۹۷) و قشری بودن افراد، آنان را به تعبیرهای نادرست از احکام دینی خواهد کشاند. در کلامی امام صادق علیه السلام به این نکته اشاره می‌دارند:

قائم ما علیه السلام در جریان پیکار خود، با اموری رویه‌رو می‌گردد که رسول خدا صلی الله علیه و آله با آن‌ها رویه‌رو نشد. همانا رسول خدا صلی الله علیه و آله در حالی به سوی مردم آمد که آنان، بت‌های سنگی و چوب‌های تراشیده را می‌پرستیدند، ولی علیه قائم علیه السلام می‌شورند و کتاب خدا را علیه او تأویل می‌کنند و بر اساس آن با او می‌جنگند.

۱۱. **شبیه‌سازی:** یکی از آسیب‌های جدی که دشمنان به حقیقت به تبعیت از شیطان از آن برای انحراف جوامع دینی و مذهبی استفاده می‌کنند، شبیه‌سازی است. در این عرصه دشمنان با شناسایی نقاط آسیب‌پذیر یا نفوذی به شبیه‌سازی می‌پردازند و چنان وانمود می‌کنند که این همان است که به دنبالش

هستند؛ به عبارتی باطل را در شکل و قالب حق قرار می‌دهند و برای آن پیرو و مرید می‌سازند؛ چیزی که اهل کتاب برای به حق جلوه دادن خود انجام می‌دادند تا نور هدایت محمدی را در مشکوة الہی محصور نمایند ﴿يَا أَهْلَ الْكِتَابِ لِمَتَلَبِثُونَ الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُونَ الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ﴾ (آل عمران: ۷۱) همین رویکرد، امروزه به صورت‌های مختلف از طرف شیاطین انسی مورد استفاده قرار می‌گیرد.

در عرصه خارجی این مأموریت توسط بنیادهای رسانه‌ای و بین‌المللی صورت می‌گیرد. در دنیای امروزین ما جبهه‌ای همسان جبهه نظامی شکل گرفته تا انسان‌ها را از تمسک به آموزه‌های فرهنگ انتظار باز دارند. در این جبهه که از آن به ناتوی فرهنگی یاد می‌شود، از تمام ابزارهای رسانه‌ای، تبلیغاتی و ارتباطی بهره می‌جویند تا ارزش‌ها، مبانی فکری، هنجارها و به‌طور کلی هر آن‌چه اثرگذار در افکار و اندیشه‌های انسانی است، تحت تأثیر قرار دهند و در این راستا از چنان مدیریت و رهبری استفاده می‌شود که به کمک دانشمندان و اساتید پشتوانه‌های نرم‌افزاری و فکری و اندیشه‌ای را ترسیم نموده و تئوری پردازی می‌کنند و سپس به کمک کمپانی‌هایی مثل هالیوود به کتاب و سناریو و سپس فیلم تبدیل می‌شود و در حجم وسیعی پخش می‌گردد.

## نتیجه

دولت بستر ساز برای ایجاد و تداوم نیازمند عوامل ایجاد و ابقایی است که بخش عمده آن به عوامل فرهنگی برمی‌گردد. دولت بستر ساز با ایجاد این عوامل امکان استقرار پیدا می‌کند، ولی دوام این وضعیت به ماندگاری و به‌روزرسانی و آسیب‌شناسی انتظار و فرهنگ انتظار برمی‌گردد. در بخش ایجاد، دولت بستر ساز نیازمند آسیب‌شناسی بسترهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری است که بخش عمده آن به بسترهای فکری و ارزشی برمی‌گردد که مهم‌ترین عرصه‌های آن عبارتند از: تشکیک در باورهای مردم و ایجاد ناامیدی در آنان، تشکیک در وظایف

و تشخیص تکلیف، تشکیک در حکومت دینی و منجی (خدا، پیامبر ﷺ و امام ﷺ)، مدیران و مبلغین کارساز، الگوی مدیریت نظام حکومتی در ابعاد مختلف، دشمن شناسی، جریان شناسی، جبهه شناسی و راه شناسی، خطا در شناسایی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فرهنگی دولت بسترساز، دولتی کردن تکالیف، امکان ارتباط و رؤیت حضرت ﷺ، قشری‌گری و شبیه‌سازی.

## منابع

۱. ال دفت، ریچارد، *سازمان و تئوری سازمان*، ترجمه: علی پارسیان و اعرابی، تهران، دفتر نشر پژوهش‌های فرهنگی، ۱۳۸۲ ش.
۲. امینی، ابراهیم، *دادگسترجهان*، انتشارات شفق، چاپ دهم، ۱۳۶۷ ش.
۳. بابایی، محمدباقر، *مبانی استراتژی فرهنگی از دیدگاه علی* علیه السلام، دانشگاه امام حسین علیه السلام، ۱۳۸۴ ش.
۴. \_\_\_\_\_، *مهندسی مدیریت در فرهنگ علمی*، دانشگاه جامع امام حسین علیه السلام، ۱۳۸۹ ش.
۵. حکیمی، محمدرضا، *خورشید مغرب*، نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۱ ش.
۶. حلی، حسن بن یوسف، *کشف المراد*، قم، نشر اسلامی، ۱۴۰۷ ق.
۷. خوانساری، محمد، *منطق صوری*، انتشارات آگاه، ۱۳۶۱ ش.
۸. خمینی، سیدروح‌الله، *صحیفه نور*، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۱ ش.
۹. خمینی، سیدروح‌الله، *کتاب البیع*، قم، مؤسسه النشر الاسلامی، ۱۳۷۳ ش.
۱۰. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، *مفردات ألفاظ القرآن*، تحقیق: صفوان عدنان داودی، بیروت، دارالقلم، چاپ اول، ۱۴۱۲ ق.
۱۱. رهنمایی، سیداحمد، «آسیب‌شناسی فرهنگی»، نشریه معرفت، ش ۳۲.
۱۲. ستاد احیاء و گسترش فرهنگ مهدویت، *برترین‌های فرهنگ مهدویت در مطبوعات*، قم، بوستان کتاب، ۱۳۸۲ ش.
۱۳. شریف رضی، محمد بن حسین، *نهج البلاغه*، ترجمه: سیدجعفر شهیدی، تهران، علمی و فرهنگی، چاپ چهاردهم، ۱۳۷۸ ش.
۱۴. صدوق، محمد بن علی بن بابویه، *کمال‌الدین و تمام‌النعمه*، تحقیق: علی‌اکبر غفاری، قم، مؤسسه النشر الاسلامی، چاپ اول، ۱۴۰۵ ق.
۱۵. طباطبایی، محمدحسین، *ترجمه تفسیر المیزان*، ترجمه: محمدباقر موسوی همدانی، تهران، دارالعلم، ۱۳۸۵ ش.
۱۶. طبرسی، احمد بن علی، *الاحتجاج*، تحقیق: ابراهیم بهادری و محمد هادی، تهران،

- دارالأسوة، چاپ اول، ۱۴۱۳ق.
۱۷. طوسی، محمد بن حسن، *الغیبة*، تحقیق: عبادالله الطهرانی و علی أحمد ناصح، قم، مؤسسة المعارف الإسلامیة، چاپ اول، ۱۴۱۱ق.
۱۸. کلینی، محمد بن یعقوب، *الکافی*، تحقیق: علی اکبر غفاری، بیروت، دارصعب و دارالتعارف، چاپ چهارم، ۱۴۰۱ق.
۱۹. گل محمدی، فریده، *رسالت جهانی حضرت مهدی (عج)*، دارالنشر اسلام، ۱۳۸۳ش.
۲۰. مجلسی، محمدباقر، *بحار الانوار*، بیروت، مؤسسة الوفاء، چاپ دوم، ۱۴۰۳ق.
۲۱. مکارم شیرازی، ناصر، *تفسیر نمونه*، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۸۷ش.
۲۲. موسوی اصفهانی، محمد تقی، *مکیال المکارم*، ترجمه: مهدی حائری قزوینی، تهران، انتشارات دارالثقلین، ۱۳۹۰ش.
۲۳. نعمانی، محمد بن ابراهیم، *الغیبة*، تحقیق: علی اکبر غفاری، تهران، مکتبه الصدوق، بی تا.
۲۴. جمعی از نویسندگان مجله حوزه، *چشم به راه مهدی (عج)*، قم، حوزه علمیه قم، دفتر تبلیغات اسلامی، مرکز انتشارات، ۱۳۷۵ش.





## جایگاه و نقش حوزه و دانشگاه در زمینه سازی ظهور قائم عجل الله فرجه

دکتر علی رضا سمیعی اصفهانی\*

یعقوب کریمی منجرمونی\*\*

### چکیده

اندیشه ظهور نجات دهنده بزرگ، در تمام ادیان و شرایع آسمانی تصدیق گردیده است که می آید و خیر بر شر پیروز و دنیا با حضور ایشان پراز عدل و داد خواهد شد. ناب ترین و اصیل ترین تفسیر از ظهور موعود در اندیشه مهدویت شیعه شکل گرفته است. با این حال در دنیای کنونی، غرب با ارائه تفسیرهای مادیگرانه از آخرالزمان و به راه انداختن پروژه های پایان تاریخی خود به مدد رسانه های عمومی که مهم ترین ابزار تبلیغاتی عصر مدرن به شمار می آیند، سعی در انحراف این حقیقت نموده است. بدین ترتیب با عنایت به این که در عصر سیاست فرهنگی به سر می بریم نقش و جایگاه نهادهایی مانند حوزه و دانشگاه به عنوان دو نهاد فرهنگی تأثیرگذار در مقابله با این اندیشه های انحرافی و بسترسازی ظهور، بسیار جدی و حیاتی خواهد بود. حال سؤالی که مطرح می شود این است که ظهور موعود بدون بسترسازی و ایجاد تمهیدات لازم چه اندازه ممکن خواهد بود؟ آیا باید

---

\* استادیار گروه علوم سیاسی دانشگاه یاسوج. (Email:asamiei@mail.yu.ac.ir)

\*\* دانشجوی کارشناسی ارشد علوم سیاسی دانشگاه یاسوج. (Email:karimi.yaghob.com)

صرفاً منتظر ظهور بود و یا اساساً باید برای ظهور زمینه‌سازی کرد؟ در این نوشتار سعی بر این خواهیم داشت تا ضمن پرداختن به لزوم زمینه‌سازی برای ظهور موعود، نقش حوزه و دانشگاه را به عنوان دو نهاد مهم فرهنگی در این زمینه بررسی کنیم. در پایان نیز راهکارهایی برای تثبیت و نهادینه‌سازی فرهنگ مهدویت و مقابله با ابزارهای رسانه‌ای غرب که معطوف به تضعیف مبانی ارزش‌های اسلامی است، ارائه می‌دهیم. از نظر روش شناسی شیوه ما در این نوشتار به صورت توصیفی - تبیینی با تأکید بر منابع کتاب‌خانه‌ای و اینترنتی خواهد بود.

### واژگان کلیدی

دکترین مهدویت، حوزه، دانشگاه، رسانه و ابزار رسانه‌ای، زمینه‌سازی ظهور.

### مقدمه

اعتقاد به منجی آخرالزمان در تمام ادیان مطرح گردیده و به آن پرداخته‌اند. با نگاهی اجمالی به ادیان توحیدی و حتی ادیان زمینی مسئله خروج منجی در آخرالزمان بیان شده که در نهایت خیر بر شر پیروز و باطل یک‌سره از بین خواهد رفت. در اسلام مبحث ظهور منجی آخرالزمان مورد تأکید است و اقوال گوناگون از آن وجود دارد. اما مهم‌ترین و مستندترین دیدگاه، دکتین مهدویت و قیام و خروج آن در آخرالزمان است. شیعیان معتقدند که پس از امام حسن عسکری علیه السلام فرزندش مهدی علیه السلام بعد از پایان غیبت صغری و غیبت کبری و به وجود آمدن شرایط لازم ظهور خواهد کرد و پس از مصاف با مشرکان زمانه، سرانجام اقدام به تشکیل حکومت اسلامی خواهد کرد. از این رو در این راستا نقش جمهوری اسلامی ایران به عنوان کشوری که داعیه ام‌القرای جهان اسلام را دارد و اکثریت قاطع جمعیت آن را شیعیان تشکیل داده‌اند، این اعتقاد و نظریه همچون استراتژی و راهبردی در جهت دنبال نمودن برنامه‌های خود تا تشکیل حکومت اسلامی پیگیری می‌گردد و

خط مشی کارگزاران و مسئولان کشور در این راستا تفسیر خواهد گردید. از این رو به نظر می‌رسد در شناسایی و تبیین مهدویت و روش شناسی آن نقش جمهوری اسلامی ایران به عنوان مدافع اصلی این دکترین بی‌بدیل خواهد بود. اما موضوع دیگری که رسالت ما را دوچندان خواهد کرد جنگ نرم دشمن و تبلیغ وسیع کشورهای متخاصمی است که این الگو (مهدویت) را برای خود بزرگ‌ترین خطر در هزاره سوم قلمداد می‌کنند. هزاره‌گرایان مسیحی همچون فرانسیس فوکویاما سخن از پایان تاریخ و پیروزی لیبرال دموکراسی غرب به میان آورده‌اند و معتقدند در عصر بحران معنا در جامعه غرب و سرگشتگی هویتی این جامعه تنها راه موفقیت برای بشرچنگ یازیدن به آموزه‌های لیبرالیسم است. در بعد دیگر در دنیای غرب مسیحیان صهیونیست با به دست گرفتن ابتکار عمل سعی در جلوه دادن حقانیت خود از طریق شبکه‌های رسانه‌ای و ماهواره‌ای و شبکه‌های اجتماعی نموده‌اند. به عنوان مثال طرفداران این نحله معتقدند: حضرت مسیح علیه السلام روزی به زمین برخواهد گشت و برای هزار سال حکومت خواهد کرد و اقدامات او طی هفت مرحله صورت می‌گیرد. اکنون مرحله ششم، یا مرحله کلیسا، است و مرحله بعد آخرالزمان خوانده می‌شود که طی آن حضرت مسیح علیه السلام به سوی زمین رو می‌کند و مؤمنان مسیحی را حیات دوباره می‌بخشد. سپس ضد مسیح در زمین ظاهر خواهد شد و خود را به دروغ منجی یهودیان خواهد خواند؛ اما در نهایت مسیح به زمین برخواهد گشت و در نبرد نهایی آرماگدون ضد مسیح را نابود و شیطان را برای همیشه خاموش خواهد کرد. (فهم دانش، ۱۳۸۴: ۴۲) بنیادگرایی مسیحی در گذشته بر سلوک اخلاقی صحیح تکیه داشت، ولی در دهه‌های اخیر صرفاً سیاسی شده است. این جریان فکری با در اختیار گرفتن نبض صنعت سینما در غرب سالانه فیلم‌های بسیاری در این باره تولید نموده و سعی در منزوی کردن دین اسلام بالأخص تشیع به عنوان اصلی‌ترین مدعی خود در آخرالزمان نموده‌اند. آن‌ها ضد مسیح را از مسلمانان ترسیم نموده که با پیام دروغین قیام خواهد کرد، اما در

نهایت به دست مسیح از بین می‌رود. می‌توان گفت صهیونیسم مسیحی واژه‌ای است که برای شاخه افراطی پروتستان‌های امریکایی به کار می‌رود. این گروه به خاطر حمایت از اسرائیل بدین نام مشهور شده‌اند. مهم‌ترین عقاید صهیونیسم مسیحی بر سه محور استوار است: ۱. ایمان به بازگشت حضرت مسیح که این بازگشت مشروط به برپایی دولت اسرائیل است؛ ۲. تشکیل دولت اسرائیل و برپایی دولت آن محقق نخواهد شد مگر با بازگشت یهودیان به فلسطین؛ ۳. تنها شریعت خداوند تورات است و یهودیان ملت برگزیده خداوند هستند. (سلمان، ۱۳۸۴: ۱۵۳ - ۱۵۴) در صورتی‌که در آموزه‌های تشیع و دکتترین مهدویت حضرت مسیح علیه السلام همگام و همراه با حضرت مهدی علیه السلام و به عنوان یار ایشان که بنابر اقوال تاریخی در پشت سر حضرت مهدی علیه السلام هم به نماز خواهد ایستاد، به حضرتش در آخرالزمان یاری می‌رساند. از این‌رو می‌بینیم در این آموزه هیچ‌گونه عناد و دوئیت وجود ندارد، حال با این تفاسیر به نظر می‌رسد، رسالت عمده ما در تبیین و تشریح این آموزه‌ها به عنوان نظرگاهی نجات‌بخش برای بشریت خواهد بود. رخداد برخی حوادث و رویدادها در یک سال گذشته، تحولات اخیر در کشورهای خاورمیانه عربی، انتظار مسیحیان هزاره‌گرا در آغاز هزاره سوم برای ظهور حضرت مسیح علیه السلام، تحولات جهانی و نظریات پایان تاریخی فوکویاما، هانتینگتون، شور و شوق ظهور مصلح آخرالزمان مهدی موعود علیه السلام را در جامعه افزایش داده است و این زرمه‌ها به گوش می‌رسد که آیا ظهور نزدیک نیست؟ و آیا در آینده نه چندان دور نباید در انتظار وقوع ظهور بود؟

سؤالات فوق این معانی را به ذهن متبادر خواهد کرد که ظهور مهدی موعود علیه السلام خواهان زمینه‌سازی است و رسالت ما به عنوان پیروان این امام همام همانا ایجاد شرایط و زمینه‌سازی برای خروج او خواهد بود؛ از این‌رو با این شرایط، در این نوشتار ما برآنیم تا به ابعاد زمینه‌سازی برای ظهور ایشان پرداخته ضمن معرفی دکتترین مهدویت و استراتژی انتظار به نقش و جایگاه نخبگان جامعه (حوزه و دانشگاه) به

عنوان سلسله‌جنبان و موتور محرکه در این زمینه پردازیم؛ چراکه حوزه و دانشگاه به عنوان دو نهاد فرهنگی و علمی در جامعه ما می‌توانند در فرهنگ‌پذیری و جامعه‌پذیری هرچه بیش‌ترین گفتمان نقش بیش‌تری ایفا نمایند.

سؤال اصلی این است که حوزه و دانشگاه در زمینه‌سازی ظهور حضرت مهدی موعود علیه السلام چه نقش و جایگاهی می‌توانند داشته باشند؟ این دو نهاد در این زمینه چه راهکارها و شیوه‌هایی دارند؟

به نظر می‌رسد حوزه و دانشگاه به مثابه دو نهاد عمده فرهنگی و علمی و کانون‌های نخبه‌پرور جامعه نقش و جایگاه مهمی در تبیین، تشریح و زمینه‌سازی ظهور مهدی موعود علیه السلام داشته باشند.

## تعریف مفاهیم

### حوزه

پیشینه حوزه علمی در اصطلاح امروزی از مسجد شکل گرفته است. نخستین بار بذر شجره مبارکه حوزه علمی در عهد نبوت پاشیده شد. علم و تعلیم دینی مفاهیمی نبودند که بعدها بر اثر تماس فرهنگ‌های یونانی و پارسی بر جامعه اسلامی وارد شده و در افکار مسلمانان رسوخ یافته باشند، بلکه در ابتدا حوزه‌های علمی و مکتب‌های دینی به وجود آمدند. حوزه در لغت عرب به معنای ناحیه، مجتمع و مکان ثقل آمده است و حوزه الاسلام به معنای حدود و ثغور نواحی اسلامی است. کلمه حوزه یا حوزه‌های علمی اصطلاحی رایج در جهان اسلام است؛ به ویژه نزد شیعیان به عنوان مرکز تحصیل علوم دینی و به اصطلاح دانشگاهی است برای آموزش و فراگیری علوم دینی و قدیمه، که با در اختیار داشتن گنجینه به یادگار مانده از خاندان نبوت و عترت، فرهنگ بی‌نظیری را در تمام زمینه‌های علمی، اجتماعی و بعضاً سیاسی از خود به یادگار گذارده است. (رحیمی، ۱، اندیشه قم [www.andishe qom.com](http://www.andishe qom.com)) تاریخ تأسیس حوزه‌های علمی

در ایران هم زمان با شروع غیبت کبری و ظهور شخصیت‌هایی چون صدوق درری و پدرش در قم است. شیخ مفید که از مؤسسان حوزه علمیه بغداد است، خود از شاگردان شیخ صدوق به شمار می‌رود. روند تأسیس و رونق یافتن حوزه‌های علمیه در ایران، در سیر تاریخ ادامه یافته و حوزه‌هایی در اصفهان، مشهد، قم و شهرهای بزرگ دایر شده است. که عمدتاً از لحاظ علمی تحت تأثیر حوزه علمیه نجف بوده‌اند. در عصر صفوی با هجرت علمای بزرگ به اصفهان این حوزه رونق خاصی می‌یابد. دوره جدید شکوفایی حوزه‌ها در ایران با هجرت آیت الله شیخ عبدالکریم حائری از نجف به قم آغاز می‌شود و ایشان در سال ۱۳۰۰ شمسی اقدام به تأسیس حوزه علمیه قم به سبک فعلی می‌نماید که تاکنون به عنوان مرکز علمی و فقهی جهان تشیع به شمار می‌آید. در نهایت می‌توان گفت هدف حوزه‌های علمیه از بدو تأسیس، استنباط احکام شرع مقدس و پاسخ به نیازهای دینی مردم بوده است.

## دانشگاه

دانشگاه دیگر نهاد فرهنگی و علمی در جامعه ایران است که سابقه آن به مکتب‌خانه‌های قدیمی برمی‌گردد که به مرور زمان متحول گردید. البته سابقه دانشگاه در ایران به سال‌های دور برمی‌گردد. به عنوان مثال دانشگاه جندی شاپور به عنوان اولین دانشگاه تاریخ ایران و از نخستین دانشگاه‌های علمی جهان به شمار می‌رود. دانشگاه یا همان شهر دانشگاهی جندی شاپور که در برخی منابع حتی از آن به عنوان قدیمی‌ترین دانشگاه جهان نام برده شده را شاهپور اول فرزند اردشیر ساسانی بنا نهاد. پس از تأسیس دانشکده‌ها و مدارس عالی در دوران قاجار، اولین دانشگاه به سبک جدید در سال ۱۳۱۳ شمسی به نام دانشگاه تهران تأسیس گردید. فکر تأسیس دانشگاه تهران در سال ۱۳۰۵ خورشیدی توسط دکتر سنک نماینده مجلس نخستین بار پدیدار شد. در نهایت کلیات طرح تأسیس دانشگاه تهران از سال ۱۳۰۷ توسط محمود حسابی به وزیر فرهنگ تقدیم شد و با

تلاش‌های دکتر حسابی و مذاکرات وی با نمایندگان مجلس این طرح در سال ۱۳۱۲ به مجلس شورای ملی رفت و در سال ۱۳۱۳ از تصویب مجلس گذشت. (<http://fa.wikipedia.org>) در نهایت می‌توان گفت دانشگاه به همراه حوزه به عنوان دو نهاد فرهنگی و علمی در کشور از نظر جامعه‌شناختی همانند نهادهای مرجعی است که جامعه می‌تواند در مسائل مختلف در زمان‌های مورد نیاز به آن‌ها رجوع کند از این رو مبحث مهدویت و زمینه‌سازی آن یکی از مباحث جدی است که جامعه امروز با آن در ارتباط است.

### رسانه و ابزارهای آن

رسانه جمعی یا عمومی و به تعبیر دیگر وسایل ارتباط جمعی، اصطلاح فارسی شده واژه لاتین مدیوم (Medium) است که جمع آن مدیا (Media) است و منظور آن، آن دسته وسایل هستند که مورد توجه تعداد کثیری می‌باشند و از تمدن‌های جدید به وجود آمده‌اند. البته رسانه در این تعریف به طور کامل معرفی نشده است. زیرا رسانه به معنای هر وسیله‌ای است که انتقال‌دهنده فرهنگ‌ها و افکار باشد. رسانه دارای ابزارهای متنوع و متفاوتی است که اهم آن عبارتند از: عکس، منبر، تلویزیون، رادیو، کتاب، روزنامه، سینما و فیلم و در عصر ارتباطات از ماهواره و شبکه‌های اجتماعی می‌توان به عنوان ابزار جدید رسانه نام برد. مهم‌ترین اثر ابزارهای رسانه در ایجاد فرهنگ‌پذیری و جامعه‌پذیری گروه هدف است. ویژگی اصلی رسانه‌ها همه‌جا بودن و گستردگی آن‌هاست. این رسانه‌ها به مثابه یک کلاس بدون دیوار با میلیاردها مستمع است. رسانه‌ها وظیفه حراست از محیط را به عهده دارند. آن‌ها باید همبستگی کلی را بین اجزای جامعه در پاسخ به نیازهای محیطی ایجاد کنند و مسئولیت انتقال میراث اجتماعی از نسلی به نسل دیگر را برعهده دارند. رسانه‌ها هم حرکت و پویایی و سرزندگی را تقویت و تولید می‌کنند و هم رخوت و تنبلی و سستی را و از دیگر سوا حساس‌های عاطفی، محبت و

صداقت را برمی‌انگیزد. وظایف خبری و آموزشی نیز یکی دیگر از کارکرد رسانه‌هاست که می‌تواند دربارهٔ مبحث پیش‌روی ما نقش بسزائی ایفا نماید.

### دکترین مهدویت

در تعریف دکترین گفته شده است که این مفهوم از واژهٔ لاتینی دکترینا (Doctrina) گرفته شده است و با سه تعریف ۱. نوعی از جهان‌بینی؛ ۲. مجموعه‌ای از نظام‌های فکری؛ ۳. اصولی برای خط‌مشی دولت‌ها، مترادف است. از این‌رو، در تعریف آن گفته شده است که دکترین، نوعی جهان‌بینی است که برنامه‌های سیاسی بر اساس آن، پایه و بنیاد گرفته باشد یا مجموعه‌ای از نظام‌های فکری است که بر اساس آن، دولت‌ها مشی خود را به‌ویژه در روابط بین‌المللی تعیین می‌کنند. (علی بابایی و آقایی، ۱۳۶۵: ۲۷۰)

در اصطلاح دینی ما دو اصطلاح داریم که یکی هادی و دیگری مهدی است. از نظر قاعدهٔ زبان و لغت هادی اسم فاعل و به معنای هدایت‌کننده و رهنمون بوده و مهدی اسم مفعول و به معنای هدایت‌شده است. یکی از اسامی خداوند در قرآن هادی است. (ریاضی، ۱، [www.tebyan.net](http://www.tebyan.net)) در عربی الف و لامی که پیش از مهدی می‌آید، جهت تعریف است، یعنی هیچ شک و تردیدی در آن نیست و پرهیزکاران را هدایت می‌کند.

در همهٔ ادیان مسئلهٔ ظهور موعود غایب پیش‌بینی شده است. همهٔ انبیا و اولیا وعده داده‌اند که در آخرالزمان یعنی پایان خط انبیا شخصیتی الهی که دارای مقام ولایت مطلقه و رسالت الهیه باشد ظهور خواهد کرد و جهان از دوئیت و نفاق به سوی صلح و وحدت رهنمون خواهد شد. مهدی موعود علیه السلام در عصر خود مهدیان نوعی را جذب و متحد و تسلیم خواهد کرد و بر آن‌ها غالب خواهد شد. در هر دین و مذهبی مهدی موعود به نام و مشخصاتی خوانده می‌شود و همهٔ پیروان و ادیان در انتظار ظهور این قائم و راهنمای الهی هستند. گرچه دامنه و شمولیت مهدویت به



گسترده‌گی تمام ادیان و تمام ملت‌هاست، اما مشخصاً این شیعیان هستند که ظهور منجی آخرالزمان را تحت این عنوان مطرح نموده‌اند و معتقدند که مهدی موعود علیه السلام از نسل فرزند خاتم پیامبران است که از نظرها غایب است و در زمان مقرر ظهور و دنیا را پراز عدل و داد خواهد نمود.

### زمینه‌سازی ظهور (انتظار)

حقیقت انتظار همان آمادگی و زمینه‌سازی است. زمینه‌سازی در لغت فارسی به معنای مقدمه‌چینی، آماده ساختن، تهیه مقدمات برای منظوری است. اما در لغت عرب با توجه به ویژگی لغوی (وطا) نه هر زمینه‌سازی بلکه زمینه‌های چیزی را کاملاً فراهم کردن و راه را از هر جهت هموار کردن و بر آن تسلط داشتن است. (پورسید آقایی، ۱، [www.rasekhoon.net](http://www.rasekhoon.net))

ظهور در این جا در برابر غیبت به معنای آشکار شدن امام علیه السلام است. زمینه‌سازی ظهور یعنی فراهم ساختن و ایجاد مقدمات و اسباب و علل ظهور به گونه‌ای که شرایط برای تحقق ظهور و خارج شدن امام از پرده غیبت، مهیا و هموار باشد تا امام بتواند حرکت خود را آغاز و حاکمیت جهانی‌اش را تحقق بخشد. باید گفت تحقق ظهور نیازمند برطرف کردن علل غیبت است، باید دید علل و عوامل غیبت چیست؟ و چرا امام غیبت کرده است. علت غیبت امام هرچه باشد بی‌تردید به ما بازمی‌گردد و علل و عوامل آن را باید در خود جست‌وجو کنیم.

### هزاره‌گرایی لیبرالیسم و فرجام تاریخ در فلسفه غرب

در بین فیلسوفان مغرب‌زمین بیش از همه هگل به مبحث فرجام تاریخ پرداخته است. نگاه دیالکتیکی به عالم، خود نوعی حرکت وحدت‌گرایانه را در درون خود داشته است. نگاه فیلسوفانه وی به تاریخ و طرح عقلانیت تاریخی در فلسفه، وی را از دیگر فیلسوفان متمایز می‌سازد. هگل با وارد کردن عقل در تاریخ به مقوله مهم دیگری یعنی مقوله آزادی راه می‌جوید. معقولیت تاریخ امری است که هگل بدان

اصرار می‌ورزد، تنها اندیشه‌ای که فلسفه [برای بررسی تاریخ] به میان می‌آورد، اندیشه ساده عقل است یعنی این اندیشه که عقل بر جهان فرمان رواست و در نتیجه تاریخ جهانی نیز جریانی عقلانی دارد. (هگل، ۱۳۵۶: ۳۱)

عقل در دستگاه فلسفی هگل، همان جایگاه خدا در آموزه‌های دینی را دارد و اگر جهان از خدا آغاز می‌گردد و در نهایت نیز به او می‌رسد، معاد همان مبدأ و مبدأ همان معاد است. نگاه فیلسوفانه به تاریخ هرچند قدمتی طولانی در فلسفه دارد و در نوشته‌های افلاطون و ارسطو برای آن شواهدی می‌توان ذکر کرد، لکن سرآغاز نگاه جدی و اهتمام بایسته بدان را باید از هگل و خطابه‌های وی در باب تاریخ دانست. گفته اند قبل از هگل در عالم اسلام ابن خلدون پیشگام این مباحث بوده است. (فلاح رفیع، ۱۳۸۶: ۲۱۴) از نظر هگل مرحله خودآگاهی جامع و کامل بشری آخرین مرحله تاریخ است. از نظریه وی رشد و توسعه خودآگاهی با ساختارها و سازمان‌های اجتماعی، با هریک از مراحل گذاری تاریخ (مرحله قبیله‌ای، برده‌داری، تئوکراسی و نهایتاً مرحله پایانی مساوات و دموکراتیک) ارتباط تنگاتنگ و نزدیک دارد.

دیگر متفکر غربی که به پایان تاریخ پرداخته کارل مارکس است که به موضوع فرجام تاریخ از منظری اقتصادی می‌نگریست و معتقد بود کمونیسم مرحله نهایی روند دیالکتیکی تاریخ است. مارکس معتقد بود که روند دیالکتیکی تاریخی بر اساس دترمینیسم اقتصادی به مرحله نهایی و پایانی (یعنی کمونیسم) خواهد انجامید. در این مرحله تمامی تضادها و تناقضات پیش پایان یافته و جامعه‌ای جهانی و عاری از طبقه، دولت و مهم‌تر از همه، حاکمیت انسان بر اشیا ظاهر خواهد شد. این مقطع در واقع نیل بشریت به مفهوم کامل و جامع آزادی و انسانیت است. (توحیدفام، ۱۳۸۲: ۴۴)

در دورانی که هزاره دوم در حال پایان بود، هزاره سوم شروع می‌گردد. افرادی چون فرانسیس فوکویاما از هزاره‌گرایی لیبرالیسم سخن به میان آوردند. فرض اصلی

فوکویاما در نظریه پایان تاریخ خود این مهم است که یک مسیر تکاملی زیربنایی برای تاریخ وجود دارد و این مسیر به یک نقطه پایانی می‌رسد که در آن نقطه پیکار ایدئولوژیک جای خود را به محاسبات اقتصادی، نگرانی زیست محیطی یا تأمین نیازهای مصرفی خواهد داد. نظریه فوکویاما که مصداق بلند پروازی هزاره‌گرایی لیبرالیسم است، سخن از یک واحد جهانی با محور لیبرال دموکراسی می‌کند. از نظریه فوکویاما در هزاره سوم که او آن را هزاره لیبرالیسم غربی می‌داند، دنیا هیچ راهی جز تجربه لیبرال دموکراسی غربی در مقطع فعلی در پیش نخواهد داشت. فوکویاما از خلاقانه‌ترین ایده‌ها برای حاکم بر غرب استفاده نموده و با سرمستی هرچه تمام‌تر پس از فروپاشی بلوک شرق سخن از پایان تاریخ و پیروزی لیبرالیسم غربی به عنوان بهترین و تنهاترین ایدئولوژی که توان پاسخ‌گویی به نیازهای انسان امروزی را دارد سخن راند. با نگاه اجمالی به فلسفه و تاریخ غرب متوجه خواهیم شد که بنیان فکری این تمدن در مبحث فرجام تاریخ و آخرالزمان یک بنیان مادی‌گرایانه و مبتنی بر تفکرات مادی، عقلائیست محض و امانیسم عصر مدرن استوار است.

در این تمدن مسائل ماورای عقل بشری و الهی چندان جایگاهی ندارد و علی‌رغم تبلیغات وسیع غرب درباره زمینه‌سازی در موضوع آخرالزمان و استفاده از صنعت سینما و تولید صدها فیلم در جهت حقانیت تمدن غربی و به راه انداختن جنگ‌های متعدد در عرصه نظام بین‌الملل به عنوان زمینه‌سازی ظهور مسیح علیه السلام و جنگ با ضد مسیح، خمیرمایه این تمدن صرف مادی‌گری است. با عنایت به این موارد لزوم تبیین، تشریح فرهنگ و دکترین مهدویت و زمینه‌سازی آن در جهت فرهنگ‌پذیری و جامعه‌پذیری هرچه بیش‌تر این حقانیت در جامعه امروز ما بسیار الزامی است.

## لزوم مهدویت و ضرورت زمینه‌سازی ظهور آن

### خاستگاه مهدویت

مسئله امامت و مهدویت از موضوعات بسیار مهم در اعتقادات اسلامی است.

در اهمیت امامت همین بس که کمال اسلام به ابلاغ امامت منوط و بدین ترتیب کمال دین بر پذیرش امامت متوقف گردیده است. (داعی نژاد، ۱۳۸۷: ۸۵)

مهدویت از آن رو که تداوم امامت و تجلی آن در هر زمان و مکانی است، علاوه بر برخورداری از اهمیت امامت، علت باقی ماندن امامت به شمار می‌رود و بقای امامت در پرتو مهدویت به ظهور می‌رسد. در حقیقت مهدویت تداوم و استمرار همان امامت است. حال که اهمیت مهدویت آشکار گردید که به عنوان اعتقاد قلبی ما شیعیان مطرح است، در عصر ارتباطات و اطلاعات و هجوم رسانه‌ها در جهت تبلیغات ناروا از فرجام تاریخ و آخرالزمان و خلط و تحریف مباحث ادیان دیگر برای مدیریت فرجام دنیا ضرورت تبیین و تنویر مهدویت را از سوی جامعه ما به عنوان طلایه دار این دکترین دوچندان کرده است.

از علل و عوامل لزوم مهدویت و ظهور منجی آخرالزمان زیاد سخن به میان آمده است که به عنوان نمونه منشأ و خاستگاه ظهور نجات‌دهنده بزرگ را می‌توان در گزینه‌های زیر تحلیل و تبیین کرد:

۱. ندای فطرت و طبیعت ذات بشر؛
۲. ظلم ستیزی و نجات مستضعفان؛
۳. شکست و ناکامی حکومت و نظام‌های سیاسی؛
۴. فلسفه تاریخ و معناداری آن؛
۵. قانون سیر تکاملی جامعه؛
۶. قانون کنش و واکنش تاریخی؛
۷. قانون انتظار عمومی؛
۸. اتفاق ادیان و مصلحان بشری؛
۹. ابتدای برقرآن و حدیث. (کارگر، ۱۳۸۷: ۱۳-۲۱)

دیگر مورد این که باورداشت ظهور یک منجی بزرگ و رفع کاستی‌ها و مشکلات جامعه بشری و برچیده شدن بساط ظلم و تبهکاری از میان انسان‌ها منحصر به

شرقی‌ها، مسلمانان و نهایتاً ادیان نیست، بلکه این اعتقاد عمومی و جهانی است که به شکل‌های مختلف در عقاید و اندیشه‌های اقوام گوناگون دیده می‌شود. این حکایت از ریشه‌دار بودن و فراگیری اندیشه منجی‌گرایی در کل جهان است. البته این اندیشه به اندازه‌ای که در میان تشیع دارای عمق راهبردی است در دیگر مکاتب به صورت اصیل و بنیادین مطرح نیست که این امر رسالت تشیع را در تبیین، تشریح و زمینه‌سازی آن مشخص تر می‌کند.

### زمینه‌سازی ظهور

بر اساس دیدگاه ما شیعیان ظهور مهدی موعود حتمیت و قطعیت دارد. حال برای ظهور نجات‌دهنده بزرگ بر ماست که تمهیدات و مقدمات آن را فراهم نمائیم؛ چراکه بدون حدوث شرایط ظهور فرآیند اندیشه مهدویت ناتمام خواهد ماند. دربارهٔ فراهم نمودن تمهیدات ظهور، دیدگاه‌های متفاوتی عرضه شده است که چهار دیدگاه عمده بدین شرح است: طرفداران دیدگاه نخست ظهور حضرت مهدی علیه السلام را بسان قیامت تفسیر کرده‌اند که ارادهٔ انسان‌ها خواه دوست یا دشمن ایشان باشند نقشی در ظهور ایشان نداشته و باید منتظر ارادهٔ الهی برای ظهور بود. طرفداران دیدگاه دوم معتقدند باید در توسعه و گسترش ظلم و جور گام برداشت تا مضرروف آن پر گردد و زمینهٔ ظهور فراهم گردد. بر اساس سومین دیدگاه باید علت‌های غیبت مهدی موعود علیه السلام را شناسایی و بر طرف نمود تا زمینهٔ ظهور ایشان فراهم گردد و در دیدگاه چهارم نظر بر این است که همان‌طور که مردم در زمان ائمهٔ اطهار علیهم السلام دارای وظایفی بوده‌اند در زمان غیبت امام عصر علیه السلام باید علاوه بر تکالیف عمومی، وظایف جدیدی را انجام داده تا ضمن کسب ثواب و پاداش آن، زمینهٔ ظهور مهدی موعود علیه السلام را هموارتر سازند.

عام‌ترین مسئله در زمینه‌سازی ظهور این است که آیا اصولاً زمینه‌سازی برای ظهور و تسریع در آن در جلوانداختن فرج حضرت مهدی علیه السلام مؤثر است یا خیر؟ جواب این است که مبانی کلامی و بسیاری از آیات و روایات در این زمینه به

وضوح بر تأثیر انسان‌ها در تحول وضعیت خود و تغییر جوامع دلالت دارند. پس تلاش انسان‌ها و اراده و اختیار آن‌ها در تحقق ظهور نه تنها مسئله‌ای تأثیرگذار است بلکه هرچه تلاش انسان بیش‌تر شود ظهور نیز زودتر رخ خواهد داد. به عنوان مثال مضمون آیه «إِنَّ اللَّهَ لَا يُغَيِّرُ مَا بِقَوْمٍ حَتَّىٰ يُغَيِّرُوا مَا بِأَنفُسِهِمْ» (رعد: ۱۱) «همانا خداوند سرنوشت هیچ قومی (و ملت‌ی) را تغییر نمی‌دهد مگر آن‌ان آن‌چه را در خودشان است تغییر دهند»، خود عاملی بر اثبات این مدعاست.

درباره ضرورت زمینه‌سازی ظهور مهدی موعود علیه السلام باید گفت که بدون زمینه‌سازی، ظهور بی‌نتیجه خواهد بود، بر اساس آیات قرآن و روایات بی‌شماری از ائمه اطهار علیهم السلام، امام عصر اسلام را به‌طور کامل در همه جهان خواهد گستراند. آیه «هُوَ الَّذِي أَرْسَلَ رَسُولَهُ بِالْهُدَىٰ وَ دِينِ الْحَقِّ لِيُظْهِرَهُ عَلَى الدِّينِ كُلِّهِ وَ لَوْ كَرِهَ الْمُشْرِكُونَ» (توبه: ۳۳) کاملاً بر این مطلب دلالت دارد که در عصر ظهور تنها دین غالب بر جهان، دین اسلام خواهد بود. بنابراین چه از روایات استفاده می‌شود امام عصر علیه السلام برای این‌که بتواند سیطره دین اسلام را در همه جا بگستراند، فتوحات فراوانی خواهد داشت. در این‌جا ممکن است تصور شود که این مبارزات به صورت غیرعادی صورت می‌گیرد، پس نیازی به تهیه مقدمات نیست، اما از روایات فراوانی استفاده می‌شود که چنین تصویری باطل است و فتح‌های امام با تلاش و زحمت صورت می‌گیرد. (آهن‌گران، ۱۳۸۴: ۱۵۹)

در محضر امام رضا علیه السلام از حضرت قائم علیه السلام سخن به میان آمد. حضرت فرمود: «شما امروز آسوده خاطر هستید» سؤال کردند چگونه حضرت در پاسخ فرمود:

وقتی حضرت قائم ظهور کند عرق و خون و خواب بر پشت مرکب‌ها خواهد بود و لباس حضرت خشن و غذایشان نامناسب است. (حرعاملی، بی‌تا: ۵۴۳، به نقل از: نعمانی ۱۳۹۷)

این روایات جملگی بر این دلالت دارند که عصر امام زمان علیه السلام با سختی‌ها و ناملایمات زیادی همراه است، پس اگر شرایط سخت و ناگواری خواهد بود،

می‌شود بدون زمینه‌سازی و فراهم کردن شرایط و آمادگی لازم کاری از پیش برد؟ در پایان این مبحث به نمونه‌ای از تکالیف شیعیان در جهت زمینه‌سازی در عصر غیبت می‌پردازیم که اهم آن به شرح ذیل است:

الف) تکالیف فردی: ۱. دعاکردن برای ظهور؛ ۲. عمل به وظایف شرعی؛ ۳. تحصیل معرفت نسبت به حضرت قائم؛ ۴. افزایش توان تحمل و ظرفیت وجودی.

ب) تکالیف اجتماعی: ۱. ایجاد محبت نسبت به امام زمان علیه السلام در میان مردم؛ ۲. آمادگی نظامی. (آهنگران، ۱۳۸۸: ۱۷۰-۱۷۴)

### جایگاه نخبگان در زمینه‌سازی ظهور با تأکید بر نقش حوزه و دانشگاه

حوزه و دانشگاه به عنوان دو نهاد فرهنگی - علمی در جامعه نقش بی‌بدیلی در تحولات جامعه و مسائل آن بر عهده دارند و حوزویان و دانشگاهیان به عنوان گروه‌های مرجع به لحاظ جامعه‌شناختی در قبال جامعه وظایفی بر عهده خواهند داشت. همچنین مهدویت به عنوان اساسی‌ترین و عمیق‌ترین اندیشه ناب تشیع که داری جنبه‌های مذهبی، سیاسی و اجتماعی است و بر شئونات و آینده و حیات جامعه شیعی تأثیر خواهد داشت و از جمله موضوعاتی است که موضع‌گیری این دو نهاد فرهنگی در راستای تبیین و تفسیر آن در جامعه مهم و حیاتی خواهد بود. مهدویت به عنوان دنباله حرکت امامت در نزد تشیع جایگاه ارزشمندی دارد. از این رو در عصر جدید که تمام قرائن و شواهد نشان از نزدیک بودن خروج منجی موعود دارد، تبیین این مقوله از سوی حوزه و دانشگاه و معرفی آن برای تهیه مقدمات ظهور، امری بسیار حیاتی و مهم است. در این برهه از زمان که تهاجم غرب در کسوت سیاست فرهنگی متبلور گردیده و در طی جنگ نرمی که علیه بشریت به راه انداخته‌اند، مبحث آخرالزمان از جمله موضوعاتی است که در تیررس رسانه‌های غربی قرار دارد که می‌طلبند اکنون که جنگ نرم با محتوی

فرهنگی جامعه ما را هدف قرار داده حوزه و دانشگاه به عنوان نمایندگان فرهنگی جامعه به مقابله با این امر پردازند. به نظر می‌رسد در این راستا اولین گام، تعامل حوزه و دانشگاه و لزوم وحدت رویه در این امر خواهد بود؛ چراکه ناهماهنگی این دو نهاد فرهنگی به عنوان نهادهای مرجع سبب سرگشتگی افکار عمومی، ایجاد تفسیرهای ناروا و... از گفتمان مهدویت و زمینه‌سازی ظهور آن خواهد گردید. نخست به لزوم وحدت حوزه و دانشگاه و سپس به نقش هر یک از این دو نهاد خواهیم پرداخت.

### الف) لزوم تعامل حوزه و دانشگاه در زمینه‌سازی ظهور

از ابتدای پیروزی انقلاب اسلامی ایران نخبگان و متفکران بسیاری به مبحث ضرورت هماهنگی و وحدت حوزه دانشگاه به عنوان دو نهاد علمی و فرهنگی که باید پاسخ‌گوی شبهات و مسائل جامعه باشند پرداختند. مهم‌ترین این افراد ابتدا امام خمینی علیه السلام بنیانگذار کبیر انقلاب اسلامی و سپس آیت‌الله دکتر مفتح به عنوان نماد وحدت این دو نهاد به این امر مبادرت ورزیدند. ما به علت خارج نشدن از مبحث اصلی تنها به رویکرد امام به مسئله وحدت حوزه و دانشگاه خواهیم پرداخت.

در زمینه وحدت بین حوزه و دانشگاه اهتمام امام عمدتاً معطوف به پیوند سیاسی و عاطفی بین این دو قشر و ارتباط، همبستگی و هم‌جهتی این دو در جهت ایرانی آزاد و مستقل و از بین رفتن جو بدبینی به وجود آمده توسط رژیم پهلوی و سلطه جویان است. اما به هر حال وحدت آرمانی و سیاسی - اجتماعی فوق نمی‌تواند بی ارتباط با گونه‌ای ارتباط در سطوح دیگر معرفتی و ساختاری باشد. (افروغ، ۱۳۷۹: ۱۵۵ - ۱۵۶) امام در *صحیفه نور* جلد ۱۳ نیز دغدغه این وحدت را داشته و به آن پرداخته است:

دانشگاه و حوزه‌های علمیه روحانیون می‌توانند دو مرکز باشند برای تمام ترقیات و تمام پیشرفت‌های کشور و می‌توانند دو مرکز باشند برای تمام



انحرافات و تمام انحطاطات. از دانشگاه هست که اشخاص متفکر و متعهد بیرون می‌آید. اگر دانشگاه باشد تعهد هم باشد، یک کشوری را این‌ها می‌توانند به سعادت برسانند و اگر حوزه‌های علمیه مهذب باشند و متعهد باشند یک کشور را می‌توانند نجات بدهند. (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۱۳، ۲۰۶)

فرقی بین دانشگاه و حوزه‌های علمیه نیست، در این‌که اگر همراه با علم، تعهد باشد تزکیه باشد، با این دو بال علم و اخلاق و عمل مملکت خودشان را و کشور خودشان را نجات می‌دهند. منشأ همه گرفتاری‌های یک کشور از دانشگاه است و حوزه‌های علمی و منشأ همه سعادت‌های، مادی و معنوی، از دانشگاه است و حوزه‌های علمی. (همو: ج ۱۳، ۲۰۷)

درباره لزوم وحدت بین حوزه و دانشگاه باید اشاره کرد که این دو نهاد دو رکن اساسی و تعیین‌کننده در ساختار جامعه اسلامی هستند. حوزه و دانشگاه به عنوان دو محور ثقل مؤثر در توسعه نظام اسلامی و تبیین و تشریح مسئله مهدویت و ظهور و زمینه‌سازی آن می‌بایست دارای وحدت نظری و علمی باشند و با حفظ حیطة فعالیت‌ها، ارتباط درستی را برقرار سازند.

تحولاتی که در عرصه جهانی شدن یا جهانی‌سازی در حال رخ دادن است، سبب پیدایش مسائلی در عرصه‌های مختلف فرهنگی، اجتماعی، دینی، علمی و نیز انتظارات جدیدی از حوزه و دانشگاه شده است که این امر نیازمند تلقی کارآمدتری از وحدت حوزه و دانشگاه و اهتمام بیش‌تر این دو نهاد نسبت به این موضوعات است.

دوران هزاره سوم که آن را عصر اطلاعات و ارتباطات می‌نامند، کشورهای غربی با استفاده از رسانه‌های عمومی و جمعی درصد القای فرهنگ غرب سراسر مادی‌گرایی هستند و با تحریف مقوله پایان تاریخ و کاهش آن به بعد مادی و به راه انداختن جنگ تبلیغاتی و بهره‌گیری از صنعت سینما، اسلام و مسلمین را ضد مسیح فرض نموده و خواهان رقم زدن آخرالزمانی به شیوه غربی و پیروزی لیبرال دموکراسی غرب به عنوان تنها راه سعادت بشریت هستند. این‌ها اقداماتی

است که مسیحیان صهیونیست در حال انجام و مقدمه‌سازی آن هستند. حال با این تفاسیر در این برهه از زمان آیا وحدت حوزه و دانشگاه به عنوان دو نهاد و مرجع علمی، فرهنگی و دینی در جامعه ما ضرورت ندارد و هماهنگی هرچه بیش‌ترین‌ها سبب موضع‌گیری صحیح جامعه ما در قبال مقوله مهدویت و تبیین آن و زمینه‌سازی ظهور مهدی موعود علیه السلام نخواهد شد.

### ب) نقش حوزه در زمینه‌سازی ظهور

حوزه به عنوان یکی از دو نهاد فرهنگی جامعه ما که اتفاقاً مبلغ امور شرعی و احکام شریعت در جامعه است، وظیفه‌ای بسیار سنگین و جدی نسبت به تبیین و تشریح مهدویت و ایجاد تمهیدات و مقدمات ظهور برعهده خواهد داشت، حوزه علمیه به عنوان سنگر و جایگاه تبلیغ شرع مقدس همواره باید در زمان‌های حساس نقش ویژه خود را ایفا نماید. در این جا وظیفه حوزه علمیه تشییع که علی‌رغم حوزه اهل تسنن، تاکنون استقلال خود را از حاکمیت حفظ کرده و راز ماندگاری آن نیز همین استقلال است، بسیار سنگین به نظر می‌رسد.

از ابتدای صدر اسلام مسلمانان راستین همیشه در صدد پاسخ‌گویی به شبهات دیگر مسلمانان و تنویر افکار عمومی مسلمین بوده‌اند که این وظیفه بعدها به عهده علما و فضلاء حوزه و مکتب‌خانه‌های دینی گذاشته شد. حال در عصر ما که عصر دهکده جهانی است. این امر خطیر بر عهده فقهای جامع‌الشرایط و حوزه‌های علمیه است. حوزه‌های علمیه تشییع از ابتدا تاکنون همیشه به عنوان ملجأ و پناهگاهی برای مسلمانان بوده است و نفوذ مرجعیت در تاریخ ایران شیعی به وضوح قابل مشاهده است. به عنوان مثال تحریم تنباکو و فتوای میرزای شیرازی یا پیروزی انقلاب اسلامی و رهبری امام خمینی علیه السلام از نمونه‌های نفوذ و جایگاه مرجعیت و حوزه به عنوان الگو و پیش‌قراول تحولات جامعه ما بوده است. اکنون که مقوله مهدویت بیش از گذشته بر سر زبان‌ها افتاده، این خود یکی از نشانه‌های

ظهور و نزدیکی آن است، حوزه به عنوان نهادی فرهنگی - اجتماعی، باید ضمن تفهیم این مقوله و ممانعت از جلوگیری از انحرافات احتمالی در این خصوص راهکارهای عملیاتی خود را در زمینه سازی ظهور حضرتش به جامعه معرفی نماید. نقش حوزه در صیقل دادن اندیشه مهدویت و زدودن انحرافات احتمالی این اندیشه ناب که به عنوان عمیق ترین و اساسی ترین اندیشه و ادامه راه امامت در تشیع مطرح است، بسیار سنگین و ویژه خواهد بود. امروزه ده ها نحله انحرافی که خارج از تشیع و یا بعضاً در درون تشیع می خواهند با به انحراف کشیدن این اندیشه و واقعیت اصیل، آن را در جهت مطامع و نیات خود مصادره نمایند، یکی از وظایف مهم و سنگین حوزه در شرایط فعلی با استفاده از احادیث و روایات به جامانده از اهل بیت علیهم السلام، معرفی دکنترین مهدویت به جامعه جهانی است تا ضمن آسیب شناسی موضوع و شناخت موانع ظهور در جهت ایجاد مقدمات و تمهیدات لازم ظهور اقدام نمایند.

حوزه نیز می تواند با تعامل و همفکری با دیگر نهاد فرهنگی جامعه یعنی دانشگاه و اتخاذ یک استراتژی و راهبرد یگانه در قبال مقوله مهدویت از کج روی های احتمالی در این زمینه جلوگیری نماید.

### ج) نقش دانشگاه در زمینه سازی ظهور

دانشگاه دیگر نهاد علمی و فرهنگی جامعه ماست که در کنار حوزه می تواند در شناخت دکنترین مهدویت نقش اساسی داشته باشد. دانشگاه به عنوان نماینده آکادمیک و علمی جامعه و یکی از گروه های مرجع از نظر جامعه شناختی در جامعه پذیری و فرهنگ پذیری دکنترین مهدویت و توسعه فرهنگی آن نقش ایفا می نماید.

در زمینه کارکرد فرهنگی دانشگاه می توان از توسعه و اعتلای فرهنگ جامعه، غنابخشی فرهنگ عمومی جهت رشد، توسعه فرهنگ عمومی رشد، حفظ، انتقال و بازاندیشی سنت ها و میراث فرهنگی گذشته و تجدید حیات جامعه نام برد.

(رئوفی، ۱۳۷۴: ۸۰)

دانشگاه و مؤسسات آموزش عالی به شیوه جدید در کشور ما نه تنها محصول بومی نبوده، بلکه از فرهنگ مغرب زمین وام گرفته شده و یک پدیده غربی است و مواد درسی رشته علوم انسانی که بیش تر به جایگاه انسان و شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه می پردازد، عموماً بر اندیشه های غربی استوار است که خود این امر نیاز به بازبینی جدی دارد. این عدم همخوانی دانشگاه با سنت های فرهنگی، دینی و تاریخی جامعه ما می تواند نتیجه تلخی را به بار آورد. دانشگاه باید ضمن پاس داری از ارزش ها و سنت های فرهنگی، باید در جهت گسترش علم و تکنولوژی مورد نیاز جامعه بکوشد. دانشگاه می بایست توان آشتی دادن این دو مؤلفه مهم را داشته باشد، در غیر این صورت دچار تعارض و بحران درونی و بیرونی خواهد شد.

همان طور که ذکر گردید وظیفه اصلی دانشگاه به عنوان نماینده تحولات مدرن علمی و آکادمیک در جامعه ما، هماهنگی و تطبیق این تحولات با ارزش ها و سنت های جامعه است و هنریک دانشگاه اسلامی در این است که بتواند با استفاده از پدیده های دنیای مدرن همچون رسانه و ابزارهای رسانه ای (سینما، کتاب، شبکه های ماهواره ای، روزنامه) ارزش های سنتی، شرعی و دینی خود که حقانیت آن برای جامعه خودی اثبات گردیده را به دنیای مدرن معرفی نماید. دکترین مهدویت که حقانیت و حتمیت آن برای جامعه و نخبگان ما مشخص گردیده، از مواردی است که دانشگاه اسلامی می تواند با تبیین درست آن در دنیای مدرن سبب جامعه پذیری و فرهنگ پذیری هرچه بیش تر آن در جامعه جهانی شود. دانشگاه می تواند در زمینه فرهنگ پذیری دکترین مهدویت در جامعه ما در بعد سیاست گذاری به حاکمان راهکار ارائه دهد و در بعد محیط عمومی جامعه، به پذیرش هرچه بیش تر فرهنگ مهدویت کمک نماید و زمینه های ظهور را فراهم و ضمن شناسایی آسیب های احتمالی این مقوله، موانع ظهور را مرتفع سازد. از آن جا

که دانشگاه مکان حضور و ابراز وجود قشر جوان و فعال و آینده دار جامعه به شمار می‌آید، می‌تواند با تعامل و همفکری با حوزه به عنوان عهده دار امور اعتقادی و احکام شریعت در جامعه، در تبیین و زمینه سازی ظهور هرچه بیش تر مؤثر افتد.

### راهبرد و راهکارهای حوزه و دانشگاه در زمینه سازی ظهور

مسلم است که حوزه و دانشگاه به عنوان نهادهای فکری - فرهنگی نیازمند یک استراتژی مشخص شامل راهکارهای عملیاتی و اجرایی در جهت زمینه سازی ظهور حضرت مهدی علیه السلام خواهند بود. در این باره به ۳ مورد عمده که حوزه و دانشگاه به عنوان ابزار در جهت ایجاد تمهیدات و مقدمات ظهور می‌توانند استفاده کنند، می‌پردازیم و در نهایت راهکارهای نظری و عملیاتی حوزه و دانشگاه در زمینه سازی ظهور را برمی‌شمریم.

#### الف) استفاده از رسانه در راستای فرهنگ پذیری و جامعه پذیری دکترین مهدویت

در عصری که عصر ارتباطات نام گذاری شده، نقش رسانه نقشی حساس و بی‌بدلیل است. این رسانه است که می‌تواند یک پدیده را به خوبی تبیین، معرفی و در اذهان عمومی مانا نماید. منظور از رسانه‌های جمعی، صنعت فیلم و سینما، تلویزیون، ماهواره، روزنامه، کتاب، رادیو، شبکه‌های اجتماعی بین‌المللی و... است که به صورت بدون مرز سبب اتصال افکار عمومی به یکدیگر می‌شود.

هنر حوزویان و دانشگاهیان به عنوان نخبگان فکری، علمی و دینی کشور و گروه‌های مرجع جامعه ما، این است که با تولید مواد خام برای این رسانه‌ها در جهت زمینه سازی و تبیین دکترین مهدویت گام بردارند. به عنوان مثال صنعت فیلم در غرب بالاخص صنعت فیلم هالیوود با تکیه بر مراکز علمی که فکر تولید می‌کنند و این اندیشه‌ها را در قالب نمایش نامه یا فیلم نامه به سینما ارائه می‌دهند، سالانه صدها فیلم در جهت تبلیغ آخرالزمان غربی و محکوم نمودن دکترین مهدویت تولید می‌کنند. فیلم ۳۰۰ که محتوی ضدایرانی - اسلامی دارد، یک سره

اندیشه مهدویت را باطل اعلام می‌کند که توان تسخیر اذهان و افکار عمومی را به دست آورده و موجی از اسلام‌ستیزی و شیعه‌هراسی را در غرب به راه انداخته است.

هالیود به عنوان مرکز فیلم‌سازی امریکا سالانه حدود ۷۰۰ فیلم تولید می‌کند، ۱۵-۱۶ میلیارد دلار سود خالص در سال دارد، نزدیک به ۷۸٪ سینماها و تلویزیون‌های جهان از آن تغذیه می‌شوند. بنابراین ما با قدرت و برنامه‌ریزی عظیمی روبه‌رو هستیم. امروزه غرب به اهمیت، قدرت و تاکتیک تصویری پی برده و از آن در قالب سینما استفاده می‌کند. به دلیل همین قدرت عظیم سینماست که مغرب‌مبانی نظری خود را که محصول ایده‌ها و اهداف اوست به زبان تصویر، ترجمه می‌کند. (بلخاری، ۱۳۸۴: ۱۲۸-۱۲۹)

از این رو می‌بینیم که رسانه که محصول دنیای مدرن است، می‌تواند به منزله ابزاری در جهت مطامع و استراتژی‌های کشورهای غربی خودنمایی کند. بنابراین نخبگان فکری جامعه باید با شناسایی قابلیت‌های هرچه بیش‌ترین پدیده دنیای مدرن (رسانه) در جهت تبیین و معرفی بهتر دگرترین مهدویت ابتدا به جامعه خودی و سپس جامعه جهانی نقش ایفا نماید. مراکز علمی-پژوهشی چون حوزه و دانشگاه می‌توانند در قالب تولید کتاب، فیلم‌نامه، رمان، عکس، پوستر، تأسیس شبکه‌های ماهواره‌ای، راه‌اندازی همایش و کنگره‌های تبیین مهدویت در فرهنگ‌پذیری مهدویت گام بردارند. حوزه و دانشگاه به عنوان مرکز ثقل توسعه فرهنگی جامعه می‌توانند در بعد اجرایی و سیاست‌گذاری حکومتی با دادن ایده و فکر تأثیرگذار بوده و در بعد سیستم اجتماعی نیز جامعه ما را نسبت به مهدویت روز به روز جامعه‌پذیرتر و فرهنگ‌پذیرتر نمایند. اگر حوزه و دانشگاه بتوانند از این ابزار (رسانه) به خوبی استفاده کنند، هم توانسته‌اند که در مقوله تبیین و معرفت‌شناسی مهدویت موفق عمل نماید و هم به عنوان قدرت نرم بازدارنده‌ای در جهت جلوگیری از اثر تبلیغات منفی رسانه‌ای دنیای غرب بر افکار عمومی

جامعه ما، عمل کنند، که این امر حساسیت و اهمیت استفاده از این ابزار را دوچندان می‌کند.

### ب) آسیب‌شناسی و شناسایی موانع ظهور

گام نخست در زمینه‌سازی ظهور شناسایی موانع و آسیب‌های موجود است. امروزه دکترین مهدویت با موانع و آسیب‌های جدی از درون و بیرون روبه‌رو است. از صهیونیست‌های مسیحی و استفاده از رسانه‌های جمعی در جهت مصادره آخرالزمان تا راه‌اندازی پدیده‌های آخرالزمان در جبهه خودی موانع ظهور قلمداد می‌شوند. اولین راهکار در آسیب‌شناسی مهدویت این است که تنها یک قرائت از مهدویت راستین وجود دارد که هر مسلمان آزاده و با بصیرت توانایی درک آن را خواهد داشت. تبلیغ و تشریح قرائت‌های غیراصیل و غیرمستند از مهدویت نه تنها به ظهور مهدویت کمک نخواهد کرد، بلکه بسان سدی در جهت مقابله با ظهور حضرت مهدی علیه السلام عمل خواهد نمود. حال وظیفه‌نخبگان فکری و علمی (حوزه و دانشگاه) جامعه ما این است که ضمن معرفی قرائت راستین از مهدویت با استناد به آیات و روایات و شواهد و قرائن موجود، با نحله‌های انحرافی که در این خصوص اقدام به تبلیغ نموده‌اند و افکار و اذهان عمومی جامعه را مسموم می‌نمایند، به مبارزه بپردازند. در شرایطی که به ظهور نجات‌دهنده بزرگ نزدیک می‌شویم، این رسالت خطیر برای قشر حوزوی و دانشگاهی بیش‌تر احساس می‌شود و انتظار است که این دو نهاد فرهنگی با تعامل هرچه بیش‌تر و با اتخاذ راهبرد مدون و اصولی به آسیب‌های احتمالی دکترین مهدویت پرداخته و ضمن کنار زدن موانع ظهور، مقدمات فرج نجات‌دهنده بزرگ را فراهم نمایند.

بر اساس آیات و روایات، خود انسان مانع ظهور است. در نتیجه افراد جامعه زمینه‌ساز باید با رجعت به خود و انجام تکالیف شرعی و ایجاد شرایط مناسب در جهت زمینه‌سازی فرج امام زمان علیه السلام گام بردارند. این امر نیز نقش دانشگاه و

بالأخص حوزه را بیش‌تر برجسته و مشخص می‌نماید.

### ج) تبیین استراتژی انتظار

یکی از وظایف اساسی حوزه و دانشگاه در شرایط قبل از ظهور به عنوان عامل زمینه‌ساز برای ظهور، تبیین استراتژی انتظار در جامعه منتظر است. انتظار در نزد تشیع راستین به معنای شناخت موانع و تلاش در مرتفع نمودن موانع ظهور است نه منتظر ماندن و اتلاف وقت.

برخی از روی ساده‌لوحی یا گاهی اوقات با نوعی غرض‌ورزی و به استناد برخی روایات هر نوع حرکت جدی و عمومی برای اصلاح امور در هیأت و صورت ساختار اجتماعی و سیاسی را مغایر با مثنوی امامان معصوم علیهم‌السلام و باور شیعی و مهدوی می‌دانند و تکلیف شیعیان را منحصر به انجام تکالیف مشخص و تشکیل جلسات ذکر و دعا و تلاش برای دیدار و مکاشفه و... می‌شناسند. (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۴: ج ۲، ۶۰-۶۱)

هیچ یک از مسلمانان و به‌ویژه شیعیان، انتظار را پذیرش و تن دادن به فسق و فجور و یا خروج از جامعه مسلمانان و اعتکاف در گوشه‌ای نمی‌دانند. یکی از تکالیف جدی و مورد قبول همگان برای شیعیان در عصر غیبت درباره امام عصر علیه‌السلام است. (همو: ۶۲)

انتظار عبارت است از امیدوار بودن و توقع ظهور حضرت داشتن. امید به این‌که زمانی خواهد آمد که امام عصر علیه‌السلام ظهور خواهد کرد و اسلام را به‌طور کامل اجرا خواهد نمود. با توجه به حقیقت انتظار، آیا ممکن است کسی واقعاً به تحقق چنین روزی امید داشته باشد، ولی خود را برای آن زمان مهیا نکند؟ آیا معقول است که شارع مقدس، انتظار را امری واجب بداند، بدون این‌که نیاز به انجام کاری باشد؟ (آهنگران، ۱۳۸۸: ۱۶۹)

همان‌طوری که ذکر شد و از روایات نیز استنباط می‌گردد، انتظار در نزد تشیع به مثابه زمینه‌سازی برای ظهور است. عمل کردن به وظایف شرعی، تحصیل معرفت



نسبت به حضرت مهدی علیه السلام، دعا کردن برای فرج ایشان از وظایف منتظران است. از این رو در این فرآیند نقش حوزه و دانشگاه به عنوان قشر نخبه جامعه تبیین و شناسایی این وظایف بوده و نشان دادن این امر است که فلسفه انتظار، رخوت، سستی و منتظر ماندن صرف و انفعال نیست بلکه انتظار به معنای زمینه سازی برای ظهور حضرت مهدی علیه السلام است.

#### د) حوزه و دانشگاه و سیاست گذاری عمومی

در دولت اسلامی تبیین خطوط کلی و سیاست گذاری سیاسی - اجتماعی - فرهنگی باید از سوی نهادهای حوزوی و دانشگاهی که نخبگان فکری جامعه محسوب می شوند تعیین شود. پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران حضرت امام خمینی علیه السلام اعلام کرد که حکومت پیشنهادی ایشان برای آینده کشور، جمهوری اسلامی است که باید به رأی گذاشته شود و آن را این گونه تعریف کرد:

حکومت جمهوری متکی به آرای عمومی و اسلامی، متکی به قانون

اسلام. (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۲، ۴۸۲)

حال که بیش از سه دهه از عمر انقلاب اسلامی می گذرد و انقلاب ما به عنوان کاتالیزور جمهوری اسلامی (دولت اسلامی) به حکومت اسلامی که در زمان حضرت مهدی موعود علیه السلام اجرا خواهد شد است، بر نخبگان علمی و فکری جامعه ما که همانا حوزویان و دانشگاهیان هستند لازم است که با تبیین سیاست های کلی و کلان جمهوری اسلامی هرچه پیش تر در نزدیکی جمهوری اسلامی به حکومت اسلامی از طریق قوانین، سیره و روش تلاش نمایند. چراکه جمهوری اسلامی باید به مثابه نمونه کوچکی از حکومت اسلامی وعده داده شده در دوران حضرت مهدی علیه السلام باشد. از این روشناخت شیوه و روش و منش مهدوی و دریافت قوانین صحیح و استنباط احکام از شریعت اسلام ناب محمدی از وظایف حوزویان و دانشگاهیان است؛ تا بتوانند با تکیه بر این قوانین و احکام در سیاست گذاری جامعه هم به کارگزاران حکومتی یاری برسانند و هم این که تلاش

نمایند هرچه بیش‌تر جمهوری اسلامی از نظر روش‌شناسی به حکومت اسلامی مهدوی نزدیک گردد.

حوزه و دانشگاه باید محورهای کلی و کلان سیاست‌های عمومی جامعه را تبیین نمایند و با شناخت عمیق از دکترین مهدویت و تبیین آن برای جامعه سعی در نزدیک ساختن بیش‌تر جامعه ما و نیز ایجاد ذهنیت و مدلی کوچک‌تراز حکومت اسلامی مهدوی در قالب جمهوری اسلامی مبتنی بر احکام مترقی اسلام نماید؛ تا بر اساس مقتضیات زمان و مکان پاسخ‌گویی نیاز مسلمانان و جامعه منتظر باشد. حکومت اسلام حکومت قانون است. در این نوع حکومت، حاکمیت منحصر به خداوند است.

امام خمینی علیه السلام نیز بر اسلامی بودن قانون اساسی تأکید داشتند:  
قانون اساسی ما باید اسلامی باشد و اگر حرفی از او اسلامی نباشد نه من رأی خواهم به او داد و نه ملت. (همو: ج ۲، ۳۰۲)

حال می‌توان گفت حوزه و دانشگاه می‌توانند با تعیین خطوط کلی و همکاری با دولت در زمینه سیاست‌گذاری‌های اجتماعی - فرهنگی جامعه بستر و زمینه ظهور حضرت مهدی علیه السلام را جهت تشکیل حکومت اسلامی مهیا نموده و ذهنیت جامعه را برای ظهور آن حضرت و تشکیل حکومت اسلامی آماده نمایند.

#### ه) راهکارهای نظری و عملی حوزه و دانشگاه در زمینه‌سازی ظهور

اهم راهکارهای نظری و اجرایی حوزه و دانشگاه نسبت به زمینه‌سازی ظهور به زعم نگارنده به شرح زیر است:

۱. تلاش در جهت جامعه‌پذیری یا فرهنگ‌پذیری دکترین مهدویت از طریق تبیین درست و صحیح آن در جامعه منتظر.
۲. شناسایی و تعریف روش‌شناسی مهدوی در جامعه منتظر؛
۳. تلاش در پرورش ذهن جامعه بالاخص نسل جوان با معرفت بیش‌تر نسبت به دکترین مهدویت؛

۴. تبیین و تشریح استراتژی انتظار همگام با زمینه‌سازی برای ظهور از طریق برطرف کردن موانع ظهور؛
۵. مقابله نرم‌افزاری با نحله‌های انحرافی در قبال دکترین مهدویت و شناسایی آن‌ها به جامعه منتظر؛
۶. استفاده از رسانه‌های جمعی در جهت تبیین دکترین مهدویت و مقابله با تهاجم فرهنگی غرب که در غالب جنگ نرم در حال اجراست؛
۷. برگزاری و راه‌اندازی کنگره‌ها و همایش‌های بیش‌تر درباره تفهیم دکترین مهدویت و راهکارهای زمینه‌سازی ظهور؛

## نتیجه

از آیات و روایات موجود، دلایل و مستندات عقلی و نقلی فراوانی وجود دارد که بر اساس آن ثابت می‌شود روزی امام عصر علیه السلام ظهور خواهد کرد و اسلام تنها در آن دوران است که به‌طور کامل شناخته و اجرا خواهد شد. حال با این تفاسیر این سؤال مطرح می‌شود که اگر ظهور نجات‌دهنده بزرگ که تمام ادیان و شرایع آسمانی بر حتمیت و قطعیت آن صحّه گذاشته‌اند اتفاق خواهد افتاد آیا برای ظهور زمینه‌سازی لازم است؟

راهبردی که مسلمین راستین در دوران قبل از ظهور برمی‌گزینند انتظار همراه با بسترسازی ظهور خواهد بود. دکترین مهدویت همان‌طور که گفته شد تنها به دین اسلام و مذهب تشیع اختصاص ندارد، بلکه تمام ادیان الهی و زمینی و حتی هر مکتب فکری بر اساس تعاریف خود به آن پرداخته است. اما در اسلام شیعی این اندیشه به اوج خود رسیده و ناب‌ترین برداشت از ظهور منجی در آموزه‌های تشیع متبلور گردیده است. ایران اسلامی در قبال این اندیشه ناب و اصیل و تبیین آن به دنیای کنونی وظیفه‌ای بس سنگین و ویژه برعهده خواهد داشت و باید از این اندیشه به‌سان گوهری ناب حفاظت کند و آن‌را از گزند تحریف و استفاده ابزاری

دنیای غرب مصون دارد. مهم‌ترین وظیفه در این باره ایجاد مقدمات زمینه‌سازی ظهور مهدی موعود عجله الله فرجه خواهد بود که در این راستا نقش نخبگان به‌ویژه نخبگان فکری بی‌بدیل خواهد بود. حوزه و دانشگاه به منزله ساختارهای ایدئولوگ و فرهنگ‌ساز، ضمن تعامل و هماهنگی با یکدیگر باید در جهت جامعه‌پذیر نمودن فرهنگ مهدوی، توسعه فرهنگی جامعه و تبیین دکترین مهدویت تلاش نمایند.

این نهادها به عنوان گروه‌های مرجع جامعه باید ضمن ارائه راهکارهای مناسب، مقابله نرم‌افزاری با ایده‌های پایان تاریخی دنیای غرب را در سرلوحه برنامه‌های خود قرار دهند تا با تنویر افکار عمومی دنیای کنونی حقانیت این اندیشه ناب و اصیل برای جهانیان روشن شود. در پایان باید گفت که سیر خط زمینه‌سازی ظهور ابتدا معرفت‌شناسی نسبت به دکترین مهدویت، سپس تبیین آن برای جامعه منتظر و نهایتاً انتظار همراه با بسترسازی برای ظهور قائم آل محمد عجله الله فرجه خواهد بود، که نقش و جایگاه حوزه و دانشگاه در این امر ویژه است. در نهایت امید است که این نوشتار مدخلی هرچند ناچیز در زمینه‌سازی ظهور مولا و سرورمان امام عصر عجله الله فرجه باشد.

## منابع

۱. اعرافی، علی رضا، «وحدت حوزه و دانشگاه: بیم‌ها و امیدها»، دوفصل‌نامه *دانشگاه اسلامی*، سال هفتم، ش ۱۸ و ۱۹، تابستان و پاییز ۱۳۸۲ ش.
۲. آهنگران، محمدرسول، «بررسی مبانی ضرورت زمینه‌سازی برای ظهور موعود (عج)»، فصل‌نامه علمی - پژوهشی *مشرق موعود*، سال سوم، ش ۱۲، زمستان ۱۳۸۸ ش.
۳. افروغ، عماد، «پنج رویکرد به وحدت حوزه و دانشگاه»، *مجله بازتاب اندیشه*، ش ۱۰، دی ۱۳۷۹ ش.
۴. بهداروند، محمد مهدی، «تحقق جنبش نرم‌افزاری با رویکرد به مسئله حوزه و دانشگاه»، *رواق اندیشه*، ش ۳۶، آذر ۱۳۸۳ ش.
۵. بلخاری، حسن، «فیلم‌سازان امریکایی و مهدویت، پیشگویی‌ها و آخرالزمان»، مجموعه مقالات گردآوری مؤسسه فرهنگی موعود، تهران، موعود عصر، ۱۳۸۲ ش.
۶. پورسیدآقایی، سید مسعود، پایگاه اینترنتی راسخون، تاریخ ۹۰/۲/۲۴ قابل دسترسی به آدرس [www.rasekhoon.net](http://www.rasekhoon.net).
۷. حسینی، حسین، «الگوی وحدت حوزه و دانشگاه»، *مشکوٰه*، ش ۳۶ - ۳۷.
۸. رئوفی، محمود، «دانشگاه و توسعه فرهنگی»، فصل‌نامه *پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی*، ش ۲، ۱۳۷۴ ش.
۹. رحیمی، مهدی، پایگاه اینترنتی اندیشه قم، تاریخ ۹۰/۲/۲۶ قابل دسترسی به آدرس [www.andishe qom.com](http://www.andishe qom.com).
۱۰. داعی‌نژاد، محمد علی، «قواعد عقلی (فلسفی، کلامی، منطقی) و روایات مهدویت (۱)»، سال دوم، ش ۷، پاییز ۱۳۸۷ ش.
۱۱. فلاح‌رفیع، علی، «مهدویت، فرجام‌اندیشی تاریخ و فلسفه تاریخ هگل»، فصل‌نامه *شیعه‌شناسی*، سال پنجم، ش ۲، ۱۳۸۶ ش.
۱۲. کارگر، رحیم، *مهدویت (پیش‌از ظهور)*، نهاد نمایندگی مقام معظم رهبری در دانشگاه‌ها، قم: دفتر نشر معارف، ۱۳۸۷ ش.
۱۳. عیسی‌نیا، رضا، درآمدی بر دکترین‌های مرتبط با فلسفه مهدویت در جمهوری اسلامی، فصل‌نامه علمی - پژوهشی *مطالعات انقلاب اسلامی*، سال چهارم، ش ۱۵،

- زمستان ۱۳۸۷ ش.
۱۴. موسوی گیلانی، سید رضی، «جایگاه مهدویت در اندیشه نخبگان مسلمان در دوره مدرنیته»، فصل‌نامه علمی - پژوهشی *مشرق موعود*، سال سوم، ش ۱۲، زمستان ۱۳۸۸ ش.
  ۱۵. موسوی مقدم، رحمت‌الله، «محورهای راهبردی دین و دانشگاه در ایران در عصر رویارویی تمدن غرب با اسلام»، *دوفصل‌نامه دانشگاه اسلامی*، سال نهم، ش ۲۵ و ۲۶، بهار و تابستان ۱۳۸۳ ش.
  ۱۶. توحیدفام، محمد، پایان تاریخ در عصر جهانی شدن دموکراسی، مجله دانشکده حقوق و علوم سیاسی، ش ۶۱، پاییز ۱۳۸۲ ش.
  ۱۷. شفیعی سروستانی، اسماعیل، *درآمدی بر استراتژی انتظار* تهران، موعود عصر، ۱۳۸۰ ش.
  ۱۸. هگل، ویلهلم فردریش، *عقل در تاریخ*، ترجمه: حمید عنایت، تهران، دانشگاه صنعتی، ۱۳۵۶ ش.
  ۱۹. حرعاملی، محمد بن حسن، *اثبات الهداة*، بی‌جا، بی‌نا، بی‌تا.
  ۲۰. خمینی، روح‌الله، *صحیفه نور*، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۱ ش.
  ۲۱. فهیم دانش، «مسیحیان صهیونیست را بهتر بشناسیم»، مجموعه مقالات *پیش‌گویی‌ها و آخرومان*، تهران: مؤسسه فرهنگی موعود عصر، ۱۳۸۲ ش.
  ۲۲. سلمان، عمرو، «صهیونیسم مسیحی»، ترجمه: عباس سید میرجمکرانی، مجموعه مقالات *پیش‌گویی‌ها و آخرومان*، تهران، مؤسسه فرهنگی موعود عصر، ۱۳۸۲ ش.
  ۲۳. علی بابایی، غلام‌رضا؛ آقایی، بهمن، *فرهنگ علوم سیاسی*، تهران، شرکت نشر ویس، ۱۳۶۵ ش.
  ۲۴. نعمانی، محمد بن ابراهیم کاتب، *الفیة*، تهران، مکتبه الصدق، ۱۳۹۷ ق.
  ۲۵. *گفتمان مهدویت (مجموعه سخنرانی‌ها)*، قم، بوستان کتاب، ۱۳۸۱ ش.
  ۲۶. هانتینگتون، ساموئل، «برخورد تمدن‌ها»، ترجمه: مجتبی امیری، *اطلاعات سیاسی - اقتصادی*، سال هشتم، ش ۶۹ - ۷۰، خرداد و تیر ۱۳۷۲ ش.
  ۲۷. تیلور، چارلز، *هگل و جامعه مدرن*، ترجمه: منوچهر حقیقی راد، تهران، زوار، ۱۳۶۰ ش.
  ۲۸. مگی، بریان، *فلاسفه بزرگ*، ترجمه: عزت‌الله فولادوند، تهران، خوارزمی، ۱۳۷۲ ش.

## راهبردهای ارتقای معرفت مهدوی در نظام آموزشی

دکتر حسین علی سعدی\*

علی‌رضا کاظمی\*\*

### چکیده

نظام آموزشی از نهادهای مهم هر کشوری است که در تأمین بسیاری از نیازهای علمی، فرهنگی، اجتماعی، روحی و روانی نسل جدید نقشی بسیار مهم را ایفا می‌کند. انتقال ارزش‌ها، هنجارها و باورداشت‌های جامعه به نسل جدید یکی از مهم‌ترین کارکردهای نظام آموزشی است. از سوی دیگر، محبت و دوستی اهل بیت علیهم‌السلام به‌ویژه محبت امام زمان علیه‌السلام از ارزش‌های برجسته جامعه دینی به شمار می‌آید که انتقال این ارزش مهم، همانند ارزش‌های دیگر نیز یکی از کارکردهای نظام آموزشی است.

در این نوشتار، کوشش شده است نقش نظام آموزشی را در فرآیند انتقال معرفت و محبت امام زمان علیه‌السلام تبیین کرده و با آسیب‌شناسی در این زمینه، راهبردهایی را برای ارتقای این دو عنصر مهم و سرنوشت‌ساز ارائه نماییم تا نظام آموزشی با اجرای این راهبردها بتواند معرفت و محبت امام زمان علیه‌السلام را در نسل جدید ارتقا دهد. در این میان،

---

\* مدیر گروه فقه و استادیار دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.

\*\* دانشجوی دکتری رشته مدیریت راهبردی دانشگاه عالی دفاع ملی.

شناخت این آسیب‌ها و راهبردها، به نظام آموزشی کمک می‌کند تا بتواند معرفت و محبت مهدوی را با تأثیرگذاری بیش‌تری به نسل جدید خود انتقال دهد و تصویری زیبا از آینده‌ای روشن برای آن‌ها ارائه نماید.

### واژگان کلیدی

نظام آموزشی، معرفت مهدوی، فرهنگ انتظار، مهندسی فرهنگی، راهبرد.

### مقدمه

اللَّهُمَّ عَرَفْنِي نَفْسِكَ فَاتَّكِ إِنَّ لَمْ تُعَرَفْنِي نَفْسِكَ لَمْ أَعْرِفْ نَبِيَّكَ، اللَّهُمَّ عَرَفْنِي رَسُولَكَ فَاتَّكِ إِنَّ لَمْ تُعَرَفْنِي رَسُولَكَ لَمْ أَعْرِفْ حُجَّتَكَ، اللَّهُمَّ عَرَفْنِي حُجَّتَكَ فَاتَّكِ إِنَّ لَمْ تُعَرَفْنِي حُجَّتَكَ صَلَّيْتُ عَنْ دِينِي. (کلینی، ۱۴۰۱: کتاب الحجّة، باب الغيبة، ح ۵)

در دوران غیبت و انتظار مهدی علیه السلام، مهدی‌باوران دارای رسالت و مسئولیتی خطیر هستند. منتظران واقعی و راستین در جامعه منتظر جهت رسیدن به جامعه ایده‌آل مهدوی و تحقق مدینه انتظار، از پای ننشسته و باهمت و تلاش مضاعف و با ارائه برنامه و راهبردهای لازم در زمینه‌های مختلف، زمینه ارتقای معرفت خود و جامعه را جهت زمینه‌سازی ظهور دوچندان می‌کنند.

منتظران واقعی با اجرای دو مسئولیت و دو وظیفه در جامعه موجود، وظیفه زمینه‌سازی را که از تکالیف تک‌تک افراد جامعه اسلامی است، به انجام می‌رسانند. نخست به مصداق سخن ارزشمند حضرت علی علیه السلام که فرمودند من عرف نفسه فقد عرف ربه، مسئولیت فردی خودشناسی که مقدمه خداشناسی و شاید از مهم‌ترین و اساسی‌ترین امور نیز باشد را بر عهده دارند. یعنی منتظر واقعی قبل از آن‌که به فکر دیگران باشد، باید خود را که مقدمه خداشناسی است، بشناسد و با خودشناسی و خداشناسی اولین گام‌ها را در پایه‌ریزی فرهنگ مهدوی، محکم و استوار بردارد. دومین مسئولیت بعد از خودشناسی و خداشناسی، مسئولیت



اجتماعی است. در این مسئولیت، منتظر واقعی با ترویج فرهنگ ناب مهدوی با رفتار، کردار و گفتار خود در میان منتظران، عشق و علاقه و معرفت آنان را نسبت به امام مهدی علیه السلام و ظهور او برمی‌انگیزاند و مردم را نسبت به آمدن حضرت مهدی علیه السلام و تشکیل حکومت جهانی تشنه و مشتاق می‌نماید. در این میان مسئولیت و وظیفه اول، مشخص است. هر کس باید خود تلاش کند و از فرصت‌ها و نعمت‌هایی که خداوند منان در اختیار او قرار داده است و با کمک فطرت، عقل و پیامبر باطنی و ظاهری مسیر را پیدا کرده و مراحل ترقی و تکامل را طی نماید. وظیفه و مسئولیت دوم که متوجه جامعه است این است که تک‌تک افراد در قبال جامعه مسئولند، و باید در جهت ارتقای معرفت مهدوی و فرهنگ مهدویت تلاش نمایند، اگرچه این مسئولیت متوجه همه نهادهای جامعه مهدوی نیز هست و این نقش مهم باید اولویت اول همه نهادهای، سازمان‌ها، گروه‌های کوچک و بزرگ جامعه منتظر ظهور باشد، اما بیش‌ترین وظیفه بر دوش نظام آموزشی دولت زمینه‌ساز است. در این میان مدرسه و دانشگاه به عنوان بزرگ‌ترین نظام آموزشی رسمی کشور و به لحاظ این‌که بهترین و پاک‌ترین افراد را در بهترین دوران و تأثیرگذارترین زمان در اختیار دارند، از جایگاه مهم و ویژه‌ای برخوردار است و می‌تواند با انجام صحیح مسئولیت خود، با ارتقای معرفت و محبت مهدوی منتظران و جامعه منتظر را به سوی جامعه ایده‌آل مهدوی سوق دهد.

غفلت افراد نسبت به امام زمان علیه السلام ناشی از عدم شناخت و معرفت آنان است. معرفت و شناخت و محبت دو عامل مهم برای ایجاد انگیزه و اطاعت درونی از امام زمان علیه السلام است و ایجاد معرفت نظری نسبت به امام زمان علیه السلام، نخستین گام برای نزدیکی و محبت به آن حضرت و در نهایت معرفت عملی است که این مهم بر عهده نظام آموزشی کشور است.

آن‌چه به عنوان مسئله در این تحقیق مطرح است، مشکلات ناشی از غفلت و کم‌کاری نظام آموزشی دولت زمینه‌ساز در توسعه و ترویج فرهنگ مهدویت در ابعاد

تربیتی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی است. با عنایت به این که نظام جمهوری اسلامی نظام زمینه ساز ظهور است و آرزوی نهایی آن اتصال به ظهور حضرت مهدی است، طبیعتاً یکی از اساسی ترین وظایف این نظام، انتقال ارزش ها، بینش ها، نگرش ها و فرهنگ های آن است که برعهده نظام آموزشی آن کشور است. نظام آموزشی یکی از بهترین کانال های حاکم شدن فرهنگ مهدویت در جامعه و مؤثرترین سیستم در ارتقای معرفت مهدوی در جامعه است سؤال تحقیق این است که آیا باورهای مهدوی در ساختار نظام آموزشی به ویژه در مبانی، اصول و اهداف، پیش بینی شده است؟ اگر پیش بینی شده است آیا توانسته است با این ساز و کارهایی که دارد در راستای آن اهداف و آرمان ها حرکت کند؟ و اگر توانسته است تا چه حد در تعمیق باورهای مهدوی موفق بوده است؟ آیا محتوای کتب درسی این نظام آموزشی در مدارس و دانشگاه ها به اندازه کافی به تعمیق باورهای مهدوی پرداخته اند؟ در این مقاله کوتاه قصد داریم ضمن پرداختن به مبانی بحث، به سؤالات مطرح شده نیز پاسخ دهیم و برای کم کردن فاصله ها، بین اهداف نظام مهدوی و نظام آموزشی موجود راهبردهایی ارائه نماییم.

اهداف زیر، در تدوین این مقاله مدنظر است:

۱. شناخت جامعه مهدوی و الزامات آن؛
۲. تربیت نسل منتظر و مهدی باور؛
۳. بایسته های نظام آموزشی در مدینه انتظار؛
۴. شناخت وضعیت موجود در نظام آموزشی کشور، قوت ها و ضعف ها؛
۵. ارائه راهبردهایی متناسب با تجزیه و تحلیل محیطی و وضعیت موجود در نظام آموزشی برای ارتقای معرفت و محبت مهدوی.

### اهمیت و ضرورت معرفت و شناخت حجت خدا و امام زمان عجل الله فرجه

حیات معقول انسانی متوقف بر شناخت و آگاهی نسبت به حقایق است و یکی

از این حقایق حجت خدا و امام مردم است. «کسی که بخواهد امام را بشناسد نخست باید خدا را بشناسد؛ زیرا پیامبر، نماینده و فرستاده خداست. اگر ذات اقدس حق را که فرستنده رسول و مستخلف عنه آن خلیفه است نشناسیم، پیامبرش را نیز نخواهیم شناخت و چنانچه پیامبر را نشناسیم در یقین و تشخیص جانشین و خلیفه او به خطا خواهیم رفت. در نتیجه شناخت امام با مبنای سقیفه بنی ساعده را امکان پذیر می‌دانیم! کسی که می‌داند پیامبر جانشین دارد و از سوی دیگرگمان می‌کند که محصول سقیفه می‌تواند جانشین پیامبر باشد، پیامبر را آن چنان که باید نشناخته است؛ زیرا در نگاه او پیامبر چیزی بیش از رهبر یا والی جامعه اسلامی و زعیم مملکت و به دیگر سخن شخص اول مملکت نیست... پس از شناخت خداوند سبحان، تا به ادراک صحیح و شناخت درستی از پیامبر نرسیم، ولی امر و جانشین او را نخواهیم شناخت؛ چراکه وقتی ما منوب عنه را نشناسیم، به معرفت امام که نائب اوست راه نخواهیم یافت. پس از بیمودن این مراحل شناخت درمی‌یابیم که خدای والا، مبدأ هرگونه کمال علمی و عملی است و هرکرامت اعتقادی، اخلاقی یا عملی در سراسر هستی از نبوت و امامت تا مراحل آغازین عبودیت و از عرش عالم لاهوت تا فرش عالم ناسوت همه از ناحیه حضرت ترسیم می‌گردد. (جوادی آملی، ۱۳۸۹)

از مهم‌ترین تکالیف مؤمنان، پس از معرفت به خدا و رسولش، معرفت و شناخت ولی امر و امام زمان علیه السلام است، چنان‌که امام باقر علیه السلام می‌فرماید:

بنده خدا، مؤمن نخواهد بود، مگر این‌که خدا و رسولش و همه امامان را بشناسد و نیز امام زمانش را بشناسد در تمام امور خود به او مراجعه کند و تسلیم امر وی باشد. (کلینی، ۱۴۰۱: ج ۱، ۱۸۰)

حارث بن مغیره در حدیثی صحیح می‌گوید:

به امام صادق علیه السلام گفتم: آیا پیامبر فرموده: «من مات ولم يعرف امام زمانه مات میتة الجاهلیة»؟ فرمود: آری، عرض داشتم: این کدام جاهلیت است؟ آیا جاهلیت مطلق است یا جاهلیت کسی که امامش را نشناخته؟

فرمود: جاهلیت کفر و نفاق و ظلال. (همو: ج ۲، ۳۷۷)

در کتاب *مکیال المکارم*، مراد و مقصود از «معرفت امام» چنین توضیح بیان شده است:

بدون تردید، مقصود از شناختی که امامان ما - درودها و سلام‌های خداوند برایشان باد - تحصیل آن را نسبت به امام زمانمان امر فرموده است، این است که ما آن حضرت را چنان که هست بشناسیم، به گونه‌ای که این شناخت سبب درامان ماندن ما از شبهه‌های ملحدان و مایه نجاتمان از اعمال گمراه‌کننده مدعیان دروغین باشد. چنین شناختی جز به دو امر به دست نمی‌آید: شناختن شخص امام به نام و نسب (شخصیت حقیقی)، و دوم، شناخت شخصیت امام با صفات و خصوصیت او که به وسیله آن‌ها از دیگران امتیاز می‌یابد (شخصیت حقوقی)... به دست آوردن این دو شناخت از اهم واجبات است. (موسوی اصفهانی، ۱۳۸۰: ج ۱، ۳۷)

از آن جا که امام صادق علیه السلام فرمود:

معرفت از ساخته‌های خداوند است. (کلینی، ۱۴۰۱: ج ۱، ۱۶۳)

انسان باید حصول آن را از خداوند متعال طلب کند و با دعا آن را از خداوند بخواهد. در این زمینه و برای حصول معرفت به آن حضرت، خواندن این دعا مناسب است. «اللهم عرفنی نفسک...» (همو: ۳۳۷) دست یافتن به معرفت نسبت به چیزی، به معنای آشنایی با ابعاد مختلف و گوناگون آن چیز است. باید با ویژگی‌ها و ابعاد شخصیتی و روحی و جایگاه والای اولیای الهی علیهم السلام آشنا شویم تا بتوانیم به آن‌ها معرفت پیدا کنیم.

پس انسان اگر بنده خدا باشد، بدون چون و چرا مطیع اوامر الهی خواهد بود. بدون ایجاد روحیه تعبد و بندگی، هرگونه فعالیتی در زمینه ولایت‌مداری و پذیرش ولی امر بی نتیجه خواهد بود یا به نتیجه مطلوب نخواهد رسید. حرکت در مسیر عبودیت و بندگی، فرد را آراسته به شاخصه‌ای بسیار ارزشمند به نام تقوا می‌سازد. این شاخصه، یکی دیگر از پیش‌زمینه‌های لازم و ضروری درگسترش فرهنگ

مهدویت است.

ترویج و ارتقای معرفت مهدوی، به سلسله‌ای از مباحث به هم پیوسته بستگی دارد که باید مهندسی شده، و اگر هر یک از اجزای این زنجیره دچار خلل گردد، نتیجه نهایی که همان پذیرش قلبی و اضطرار به حجت باشد، حاصل نخواهد شد. اگر معرفت و خداشناسی فرد کامل باشد، خود به این باور می‌رسد که باید دست خود را در دست امام زمان علیه السلام خود قرار دهد، تا او را به نقطه نهایی کمال، همان ایصال الی المطلوب، که شأن واقعی امام است، برساند. از این رو، خواهان یافتن وجود امام زمان خود است و با شور و اشتیاق به دنبال اوست و سبب می‌گردد که هرگونه معرفت مهدوی و هرگونه فعالیت برای نهادینه سازی آن، جایگاه خود را بیابد.

اگر معرفت واقعی به دست آید، آن‌گاه پذیرش فرهنگ مهدویت که از لوازم ضروری آن است خود به خود ایجاد می‌گردد. چراکه با توجه به وجود آیات مکرر در قرآن درباره ضرورت پیروی از اهل بیت، قطعاً عمل به این آیات راهم خواهد پذیرفت و عمل به آیاتی چون «أَطِيعُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا الرَّسُولَ وَأُولِي الْأَمْرِ مِنْكُمْ» (نساء: ۵۹) برای او امری واجب و ضروری خواهد بود.

خداوند متعال فلسفه اساسی آفرینش انسان‌ها را عبادت و بندگی معرفی فرموده است. آن‌جا که می‌فرماید:

﴿وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ﴾؛ (ذاریات: ۵۶)

جن و انس را جز برای این که عبادت کنند خلق نکردم.

این مهم زمانی حاصل می‌گردد که شناخت کامل نسبت به آن ذات مقدس فراهم آید.

زمینه‌سازان ظهور و یاران امام مهدی علیه السلام، از جمله کسانی اند که خداوند را آن‌گونه که شایسته است، می‌شناسند. حضرت علی علیه السلام این شناخت والای خداوند را در ایشان این‌گونه وصف فرموده است:

رِجَالٌ مُّؤْمِنُونَ عَرَفُوا اللَّهَ حَقَّ مَعْرِفَتِهِ وَهُمْ أَنْصَارُ الْمَهْدِيِّ فِي آخِرِ الزَّمَانِ؛  
(مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۷، ۲۲۹)

مردانی مؤمن که خدا را چنان که شایسته است شناخته‌اند و آنان، یاران مهدی علیه السلام در آخرالزمانند.

امام صادق علیه السلام قلب‌های آنان را به سان پولاد دانسته، می‌فرماید:

رِجَالٌ كَأَنَّ قُلُوبَهُمْ زُبُرُ الْحَدِيدِ لَا يُشَوِّبُهَا شَكٌّ فِي ذَاتِ اللَّهِ أَشَدُّ مِنَ الْحَجَرِ؛  
(همو: ج ۵۲: ۳۰۷)

آنان مردانی هستند که دل‌های شان گویا پاره‌های آهن است. هیچ تردیدی نسبت به خداوند قلب‌هایشان را نیالاید و قلب‌هایشان از سنگ استوارتر است.

پس از شناخت خدای متعال، شناخت حجت و امام او در روی زمین برای هدایت انسان‌ها از مهم‌ترین وظایف مؤمنان محسوب می‌شود؛ چراکه «هر کس امام‌زمانش را نشناسد به مرگ جاهلیت مرده است». (صدوق، ۱۴۰۵: ج ۲، ۴۲۴ - ۴۳۰؛ طبری، ۱۴۱۳: ۲۶۸ - ۲۶۹؛ طوسی، ۱۴۱۱: ۲۳۸ - ۲۴۰؛ نیشابوری، ۱۴۰۶: ج ۱، ۲۵۶ - ۲۶۰؛ نجفی، ۱۴۲۰: ۶۰ - ۶۴)

شناخت امام زمان علیه السلام به سبب ویژگی‌های خاصی همچون ولادت پنهان، زیست پنهان، امتحانات سخت و دشوار و... از اهمیتی دوچندان برخوردار است. شاید از مجموع روایات معرفت بتوان این‌گونه نتیجه گرفت که کسی که به شناخت و معرفت امام زمان علیه السلام ره نیابد، نشان‌گر آن است که خدای خود را نشناخته است و کسی که خدای خود را نشناسد، از دین گمراه گردیده است.

عن ابی بصیر عن ابی عبد الله علیه السلام، إنه قال ذات یوم ألا أخبرکم بما لا یقبل الله عزوجل من العباد عملاً الا به فقلت: بلی، فقال: شهادة ان لا اله الا الله، ان محمداً عبده ورسوله و الاقرار بما امر الله والولاية لنا و البرائة من اعدائنا یعنی ائمه [الائمة] و التسليم لهم و الورع و الاجتهاد و الطمأنینه و الانتظار للقاءهم. (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ۱۴۰، ۵)

برای درک معرفت صحیح باید از خدای متعال کمک و یاری خواست.

(سهرابی، ۱۳۸۱: ۱۹۸) نکته‌ای که باید در نظر داشت، این است که شناخت امام زمان علیه السلام از شناخت دیگر امامان معصوم علیهم السلام جدا نیست. اگر کسی به طور کلی به شأن و جایگاه ائمه هدی آگاه شد، صفات و ویژگی‌های آن‌ها را شناخت و به مسئولیت خود در برابر آن‌ها پی برد، به یقین، به شناختی شایسته از امام عصر علیه السلام نیز دست می‌یابد.

## راه‌های به دست آوردن معرفت امام زمان علیه السلام و مراحل آن

معرفت امام زمان علیه السلام از دو طریق حاصل می‌شود:

### الف) معرفت حصولی

یکی از راه‌های پی بردن به مراتب و مقامات بلند امامان معصوم شیعه به طور کلی و امام عصر علیه السلام به طور خاص، به کارگیری شیوه‌های عقلانی و استدلالی در نظام آموزشی به خصوص در تعمیق باورهای دینی و ترویج فرهنگ مهدویت از طریق پرورش قوه استدلال در احساس‌های متعالی چون حس خداپرستی، اخلاقی، عاطفی و زیباخواهی است. در این صورت است که پذیرش مهدویت پایدار، اثربخش و متجلی در رفتار خواهد بود.

رهبر معظم انقلاب اسلامی در مورد الگو گرفتن نظام جمهوری اسلامی از جامعه اسلامی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و سلم این‌گونه فرموده است:

اولین کار پیامبر مکرم اشاره عقل است، برشوراندن قدرت تفکر است؛ قدرت تفکر را در یک جامعه تقویت کردن. این، حلال مشکلات است. عقل است که انسان را به دین راهبرد می‌دهد، انسان را به دین می‌کشاند. عقل است که انسان را در مقابل خدا به عبودیت وادار می‌کند. عقل است که انسان را از اعمال سفیهانه و جهالت آمیز و دل دادن به دنیا باز می‌دارد؛ عقل این است. لذا اول کار این است که تقویت نیروی عقل و خرد در جامعه انجام بگیرد؛ تکلیف ما هم این است. ما هم در جامعه اسلامی، امروز که خواسته‌ایم نمونه‌ای باشد از جامعه اسلامی پیامبر مکرم، با همه

ضعف‌های ما، با همهٔ حقارت‌هایی که در ماها هست، در قبال آن عظمت بی‌ظنیر پیامبر، این جور حرکت کردیم، این جور خواستیم که نمونه‌ای از آن درست کنیم. در این جامعه هم باید عقل معیار باشد، ملاک باشد. تربیت دوم، تربیت اخلاقی است که: «بعثت لأتمم مکارم الاخلاق»؛ مکرمت‌های اخلاقی، فضیلت‌های اخلاقی را در میان مردم کامل کند. بعد به دنبال آن تربیت قانونی است، انضباط قانونی... این‌ها همه‌اش برای ما درس است؛ این‌ها همه درس است. نه این‌که ما آن عظمت را با حقارت‌های خودمان بخواهیم مقایسه کنیم، آن جا قله است، ما در دامنه‌ها داریم حرکت می‌کنیم؛ اما به سمت قله حرکت می‌کنیم؛ شاخص آن جاست، معیار آن جاست. (سخنرانی در سالروز عید سعید مبعث، ۱۳۸۸)

### عقلانیت در مقابل خرافه‌گرایی

خرافه‌گرایی معلول ضعف بینش و انحراف آن و نبود تربیت عقلانی است که یکی از موانع مهم توسعهٔ عقلانی انسان‌ها و جوامع محسوب می‌شود. در قرآن کریم از افکار موهوم و خرافی و باطل با عنوان «غل و زنجیر» یاد شده و آمده است: ﴿وَ يَصْعَعُ عَنْهُمْ إِصْرُهُمْ وَ الْأَعْلَالُ الَّتِي كَانَتْ عَلَيْهِمْ﴾ (اعراف: ۱۵۷) پیامبران آمده‌اند تا فرد و جامعه را از اسارت قید و بندهای ساختگی آزاد کنند؛ چنان‌که در این آیه اشاره شده است، خرافه‌زدایی و زدودن قید و بندهای رسوم خرافی و افکار پوچ و باطل جاهلی، یکی از کارکردهای انبیای الهی به عنوان مصلحان جامعهٔ بشری، شمرده شده است؛ امام علی علیه السلام هم در توجیه و تعلیل رسالت پیامبران می‌فرماید:

لیشیروا لهم دفائن العقول؛ (شریف رضی، بی‌تا: خطبه اول، بند ۳۵)  
انبیا آمده‌اند تا گنجینه‌های خرد را شکوفا و زمینه بروز داده‌های فطری و موهبت‌های الهی انسان را فراهم کنند.

اساسی‌ترین راهکاری که می‌توان در روند مبارزه با خرافات در پیش گرفت، این است که با افزایش اطلاعات مردم، ارتقای معرفت بر مبنای عقلانیت صورت پذیرد.



علاوه بر این باید ریشه‌های شکل‌گیری خرافات شناسایی و ریشه‌ها و علت‌ها از بین بروند. نه این‌که تنها به فکر برخورد با معلول‌ها باشیم. برخورد حکیمانه که روشی است پیامبرانه، تنها مسیری است که می‌تواند ریشه‌های خرافه‌گرایی را بخشکاند و دست‌کم آن را تحت کنترل درآورد و محدود کند. به‌کارگیری شیوه‌های نوین آموزشی، پالایش احادیث مهدویت، تحلیل معرفتی حادثه بزرگ عاشورا و همکاری دست‌اندرکاران مجالس مذهبی، از جمله موارد دیگری است که می‌تواند به ارتقای فرهنگ مهدویت در جامعه بینجامد.

### تشویق به تفکر و تعقل راهبرد قرآنی برای ارتقای معرفت مهدوی

کاربرد روش عقلانی در نظام فکری اسلام جایگاه بسیار مهمی دارد. به‌گونه‌ای که به عنوان مهم‌ترین ابزار معرفت صحیح و هدایت انسان به سوی پیشرفت و تعالی است.

عقل و اندیشه، از منابع مهم معرفت بشری است که قرآن مجید در آیات زیادی به آن می‌پردازد و مخاطبان خود را به استفاده از آن ترغیب می‌کند و از کسانی که به این عامل مهم شناخت، پشت می‌کنند، سخت انتقاد می‌کند. کثرت کاربرد واژه‌هایی چون «عقل»، «لب»، «فؤاد»، «نهی»، «ذکر»، «فکر»، «درایت»، برای مراجعه‌کنندگان به قرآن، این باور را محکم می‌کند که نه تنها وحی برای این مهم تأثیر کرده که به استفاده از آن ترغیب نیز می‌کند.

دراهمیت تفکر همین بس که در قرآن کریم ۴۹ بار واژه تعقل، ۴۹ بار واژه تذکر، ۱۸ بار واژه تفکر، و ۴ بار واژه تدبیر به کار رفته است و پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله فرمودند یک ساعت تفکر بهتر از هفتاد سال عبادت است.

پیامبران، امامان معصوم علیهم السلام و بندگان صالح خدا همگی اهل فکر و تعقل بوده‌اند. در منزلت ابوذر غفاری امام صادق علیه السلام فرمود:

کان اکثر عبادة ابي ذر التفكير والاعتبار؛

بیش‌ترین عبادت ابوذر، اندیشه و عبرت‌اندوزی بود.

دسترسی به اهداف دین اسلام و ارتقای معرفت مهدوی در عرصه‌های مختلف آموزشی در سایه توجه به آموزش امکان‌پذیر است، و ساخت جامعه بر اساس معرفت عقلانی مهدوی محور اصلی آموزش است. نظام آموزشی گسترده‌ترین نهاد آموزشی و فرهنگی است که تقریباً اکثریت مطلق نسل جوان و نوجوان دانش‌پژوه را تحت پوشش علمی اخلاقی و تربیتی قرار داده است، در واقع نظام آموزشی زیرساخت اصلی توسعه علمی، فرهنگی و اخلاقی در جامعه به شمار می‌آید.

بنابراین برای ارتقای سطح آموزش در راستای مبانی معرفت مهدوی در نظام آموزشی می‌بایست نگاه معرفتی به علم را بالا برده و اندیشه‌های دینی را در افکار دانش‌پژوهان تقویت کنند؛ چراکه نهال علم و ایمان با هم شکل می‌گیرند. البته باید در شیوه تدریس و همچنین در کتاب‌های درسی بازنگری‌های اساسی به عمل آید و شیوه برنامه‌ریزی به‌گونه‌ای باشد که دانش‌پژوه پس از اتمام دوره تحصیلی بینش دینی داشته باشد.

ما در ترویج فرهنگ مهدویت حتماً به نوعی عقلانیت دینی و استدلال‌گرایی جهت عمق بخشیدن به اندیشه مهدویت نیاز داریم.  
حضرت امام باقر علیه السلام فرموده است:

إذا قام قائمنا وضع الله يده على رؤس العباد فجمع بها عقولهم و كملت بها  
احلامهم... (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۹۵، ۱۱۷)

هنگامی که قائم ما قیام می‌کند، خداوند دست محبتش را به سر بندگان می‌گذارد و عقول آن‌ها را با آن کامل و افکارشان را پرورش داده و تکمیل می‌کند.

حاکم شدن عقلانیت در طرح مباحث مهدوی بسترپذیرش دین و اعتقاد به آموزه‌های مهدوی را فراهم می‌کند.

مطالعه و تأمل در کتاب‌ها و مقاله‌هایی که در این زمینه نگاشته شده است و همچنین خواندن زیارت جامعه کبیره و تأمل و تدبّر در اوصافی که در این زیارت برای امامان معصوم علیهم السلام نقل شده، در به دست آوردن معرفت نسبت به مقام و

جایگاه امام در هستی بسیار مؤثر است. شاید بتوان گفت شناخت نشانه‌های ظهور نیز یکی از فروع شناخت امام عصر<sup>علیه السلام</sup> است؛ زیرا شناخت دقیق نشانه‌های ظهور سبب می‌شود انسان، فریب مدعیان دروغین مهدویت را نخورد و در دام شیادانی که ادعای «مهدی» بودن دارند، نیفتد.

### ب) معرفت اعطایی، فطری و شهودی

در آموزه‌های اسلامی بر تأثیر پرهیزکاری و انجام اعمال شایسته در حصول معرفت راستین و نهادینه شدن آن در وجود آدمی بسیار تأکید شده است. بر اساس این آموزه‌ها انسان می‌تواند با عمل کردن به آموخته‌های خود، مرزهای دانایی‌اش را گسترش دهد و به آن چه نمی‌داند دست یابد. قرآن کریم در این زمینه می‌فرماید:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا إِن تَتَّقُوا اللَّهَ يَجْعَلْ لَكُمْ فُرْقَانًا﴾؛ (انفال: ۲۹)

ای کسانی که ایمان آورده‌اید، اگر از خدا پروا دارید، برای شما [نیروی] تشخیص حق از باطل قرار می‌دهد.

و در جایی دیگر می‌فرماید:

﴿إِنَّهُ يَصْعَدُ الْكَلِمَ الطَّيِّبَ وَالْعَمَلُ الصَّالِحُ يَرْفَعُهُ﴾؛ (فاطر: ۱۰)

سخنان پاکیزه به سوی او بالا می‌رود و کار شایسته به آن رفعت می‌بخشد.

علاوه طباطبایی در تفسیر این آیه و بیان مراد از «کلم الطیب»؛ سخن‌های

پاکیزه» چنین می‌نویسد:

مراد از آن صرف لفظ نیست، بلکه لفظ بدان جهت که معنایی طیب (پاکیزه) دارد منظور است. پس در نتیجه مراد از این «کلم طیب» عقاید حقی می‌شود که انسان اعتقاد به آن را زیربنای اعمال خود قرار می‌دهد. (مجلسی، ۱۳۹۴، ج ۱۷، ۲۳)

ایشان در ادامه، به بررسی رابطه علم و عمل و تأثیر عمل شایسته در رفعت علم

پرداخته و می نویسد:

عمل از فروع علم و آثار آن است، آثاری که هیچ‌گاه از آن جداشدنی نیست. هر چه عمل مکرر شود، اعتقاد راسخ‌تر، روشن‌تر و در تأثیرش قوی‌تر می‌گردد. (همو)

کم‌ترین حدّ معرفت، مساوی دانستن امام با پیامبر صلی الله علیه و آله در همه چیز، غیر از نبوت است.

آن چه از روایات به دست می‌آید این است که بالاترین درجه معرفت، مرحله تسلیم محض نسبت به امام علیه السلام است.

امام صادق علیه السلام درباره کم‌ترین حدّ معرفت امام می‌فرماید:

کم‌ترین حدّ معرفت امام آن است که بدانی، امام مساوی با پیامبر است مگر در درجه نبوت. امام وارث پیامبر است و همان اطاعت از او اطاعت از خدا و رسول خداست و باید در هر امری تسلیم امر او بود و به سخن و فرمان او عمل کرد. (بحرانی، ۱۴۱۵: ج ۲، ۳۴)

ثمره معرفت، محبت و دلدادگی و سرسپردگی نسبت به ائمه علیهم السلام است. هر چه قدر معرفت ما نسبت به جایگاه یک شخصیت بیش‌تر باشد، ارادت ما هم نسبت به او بیش‌تر می‌شود. این افزایش ارادت تسلیم ما را هم در برابر او بیش‌تر می‌کند. در ارتباط معصومان علیهم السلام این موضوع خیلی جدی‌تر است و مرتبه تسلیم محض حاصل نمی‌شود مگر این‌که شخص به مراتب بالای معرفت دست یافته باشد. بالاترین مرتبه معرفت همان بالاترین مرتبه تسلیم است که او جز به رضا و سخط امام خویش به چیز دیگری نیندیشد و همه زندگی خود را در اختیار امام قرار دهد و کاملاً تسلیم اوامر و خواسته‌های امامش باشد. ماجرای معروف شیعیان تنوری در همین جا مطرح می‌شود. چنین اشخاصی که کاملاً تسلیم‌اند و بی‌هیچ درنگی دستور امام را اطاعت می‌کنند و آن را به جا و شایسته می‌دانند و به هیچ وجه درباره آن دچار تردید نمی‌شوند، محبت واقعی امام را در دل دارند.

## الگو سازی و الگو گیری از بزرگان دین، علما و دانشمندان

همنشینی با علما و دانشمندان علاوه بر یادگیری و معرفت و شناخت، آثار عملی دیگری در ابعاد عاطفی و رفتاری نیز دارد.

آقامجتبی تهرانی در سلسله مباحث اخلاقی خود، همنشینی با علما را مایه نجات معرفی کرده و می گوید:

یک روایتی را من از علی علیه السلام عرض کنم: چیزی به اندازه همنشینی با خوبان، انسان را به خیر نخوانده و از بدی نجات نمی دهد. هیچ چیزی دعوت کننده تر و جاذب تر به سوی خیر و صلاح از همنشینی با خوبان نیست. همنشینی با نیکان آدم را به سمت خوبی می کشد. زبانی نیست، عملی است. خواه ناخواهی است. رابطه تنگاتنگ اثر حُسن می گذارد. مصاحبت با افراد نیکو و وارسته تو را به صلاح می کشد و از شر نجات می دهد. همین مصاحبت و همراهی؛ خود او، خواسته یا ناخواسته و ناخودآگاه روی تو اثر می گذارد.

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در مورد همنشینی با علما می فرماید:

جلوس ساعة عند العلماء أحبّ إلى الله من عبادة ألف سنة؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۱، ۲۰۵)

همنشینی با علما بهتر است از عبادت هزار سال.

زيارة العلماء أحبّ إلى الله من سبعین طوافاً حول البيت؛ (همو)  
دیدار با علما بهتر است از هفتاد طواف خانه خدا.

امیر المؤمنین علی علیه السلام نیز در این باره فرموده است:

مجالس العلماء یزده علمک، و یحسن أدبک، و تزک نفسک؛ (محمدی ری شهری، ۱۳۸۱: ۱۰۶؛ آمدی تمیمی، ۱۳۶۰: ج ۴، ۷۸۶)

با دانشمندان بنشین تا بر دانشت افزوده گردد، تربیت و ادبت نیکو شود و روانت پاکیزه شود.

لقمان در نصیحت و پند و اندرز به فرزندش می گوید:

یا بنی صاحب العلماء و جالسهم و زرهم فی بیوتهم لعلک ان تشبههم

فتکون منهم؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۱، ۲۰۵)

پسرم! با علما مصاحب و همنشین باش و به منزل آن‌ها برای دیدار آن‌ها برو، شاید با این آمد و شد و همنشینی، توازن آن‌ها شوی.

پیامبر اکرم ﷺ می‌فرماید:

قالت الحواریون لعیسی یا روح الله من نجالس؟ قال من یدکرکم الله رؤیته و

یزید فی علمکم منطقه و یرغبکم فی الآخرة عمله؛ (همو: ۱۹۵)

حواریون از حضرت عیسی ﷺ پرسیدند: چه کسی را برای همنشینی برگزینیم؟ پاسخ داد: کسی که دیدارش شما را یاد خدا اندازد و سخنش دانش شما را زیاد و کردارش شما را به آخرت تشویق نماید.

امیرالمؤمنین ﷺ می‌فرماید:

جالس العلماء فسعد؛ (آمدی، ۱۳۶۰: ج ۳، ۳۵۶)

با علما همنشینی کن؛ خوشبخت می‌شوی.

آیت الله بهجت چنین می‌گوید:

از واضحات است که خواندن قرآن در هر روز، و ادعیه مناسبه اوقات و امکانه، در تعقیبات و غیر آن‌ها، و کثرت تردد در مساجد و مشاهد مشرفه، و زیارات علما و صلحا و همنشینی با آن‌ها از مرضیات خدا و رسول ﷺ است و باید روز به روز مراقبت زیادتی بصیرت و انس به عبادات و تلاوت و زیارت باشد. و برعکس، کثرت مجالست با اهل غفلت، مزید قساوت و تاریکی قلب و استیحاخ از عبادات و زیارات است. از این جهت است که احوال حسنه حاصله از عبادات و زیارات و تلاوت‌ها به سبب مجالست با ضعفا در ایمان، به سوء حال و نقصان مبدل می‌شوند. پس مجالست با ضعیف الایمان - در غیر اضطرار و برای هدایت آن‌ها - سبب می‌شود که ملکات حسنه خود را از دست بدهد، بلکه اخلاق فاسده آن‌ها را یاد بگیرد.

جالسوا من یدکرکم الله رویته، و یزید فی علمکم منطقه و یرغبکم فی الآخرة

عمله؛ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۱، ۲۰۵)

با کسانی نشست و برخاست کنید که برخورد و دیدن آن‌ها شما را به یاد

خدا آورد وگفتارشان سبب افزونی دانش شما واعمال آنان سبب رغبت و تمایل شما به آخرت گردد. (www.bahjat.org)

آن چه از روایات بالا استنباط می شود قدرت تأثیرگذاری و نفوذی است که مجالست و همنشینی با علما برانسان به خصوص نسل جوان می گذارد. به تعبیر دقیق تر همنشینی با علما راهبردی است همه جانبه که هم با افزایش علم و دانش، بعد شناختی انسان را ارتقا داده و هم با افزایش محبت و علاقه، بعد عاطفی و رفتار انسان را، تحت تأثیر قرار می دهد. برابری آن با هزار سال عبادت و هفتاد طواف خانه خدا نشان از میان بُرترین راه و بادوام ترین راه، در هدایت انسان دارد. اگر این چنین است پس بی شک می تواند بهترین راهبرد برای ارتقای معرفت مهدوی نیز باشد.

### فرهنگ انتظار و مهدویت

فرهنگ انتظار، حرکت آفرین، امیدبخش، تلاش آور و نشاط آور است و تمام ناهنجاری های فردی و اجتماعی، یأس و نومیدی و خستگی و پوچ گرایي را از بین می برد.

نگرشی درست به ظهور منجی موعود از سلاله پاک پیامبر اسلام ﷺ و درک صحیح از معیارها، ارزش ها و مسئولیت ها و احیای امر به معروف و نهی از منکر و اصلاح خود و جامعه است؛ رابطه ای قوی و پایدار بر اساس رابطه ولایی، بین انسان و امام عصر ﷺ ایجاد می کند... فرهنگ مهدویت زیربنای ایجاد نظم عادلانه جهانی در پرتو انسان کامل و رهبری معصوم به شمار می آید. این فرهنگ انسان و جامعه را برای تحقق جامعه مهدوی آماده می سازد و فرهنگ اصلاح خود و جامعه، آمادگی برای ایثار و تسلیم فرمان مولای خود شدن است؛ فرهنگ اندیشه، طرح و عمل، تزکیه، عشق، حرکت، جهاد و شهادت به شمار می آید. منتظر، انسان مسلمان متعهدی است که هر لحظه انفجار قطعی نظام های ضد انسانی را انتظار می کشد و

همواره خود را برای شرکت در چنین انقلاب جهانی و بدر دومی آماده می‌کند که با شمشیر علی علیه السلام و زره پیغمبر صلی الله علیه و آله و به دست فرزند این دو برپا می‌شود. فرهنگ انتظار و مهدویت، فرهنگ تلاش مستمر، با برنامه و خستگی ناپذیر و حرکت در مسیری هدف مند است و به طور منظم برای شناخت ارزش‌ها و باورها و مشخص کردن اهداف، سیاست‌گذاری‌ها، برنامه‌ریزی‌ها و اجرای آن‌ها همراه با نظارت و کنترل تلاش می‌کند و زمینه‌های ظهور منجی عالم و رشد و تکامل پایدار انسان و جامعه را فراهم می‌سازد.

شاخص‌های فرهنگی و سبک زندگی منتظرانه، ارتباطی تنگاتنگ با ارزش‌ها و باورهای دینی در عصر غیبت کبری دارد. برخی از مهم‌ترین این شاخص‌ها شامل «انتظار فرج» و «نگهداشت ایمان دینی» با توجه به افزایش زمینه‌های انحراف و ارزش دین‌داری در عصر غیبت است.

برخی دیگر از شاخص‌های فرهنگی لازم در مدیران دولت زمینه‌ساز و نخبگان جامعه منتظر عبارت است از بینش عمیق نسبت به حق تعالی و اطاعت او، معرفت، محبت و اطاعت امام علیه السلام، فنا در امام و آرمان‌های او، برخورداری از سجایای اخلاقی، ساده‌زیستی و مردمی بودن، عدالت‌خواهی، جهادگری و شهادت‌طلبی، شجاعت، قاطعیت، ادای حقوق امام علیه السلام، عشق به مردم و مستضعفان، اهل تهجد و نماز شب بودن، اعتقاد راسخ به فرهنگ مهدویت، برخاستن از متن مردم و مستضعفان، پیروی از ولی فقیه، عشق به قرآن و عترت، جوان‌گرایی، سخت‌کوشی، عاشورایی، فروتنی در برابر مؤمنان و گردن‌فرازی در مقابل کافران و در نهایت، سلمان‌وار و مالک‌گونه بودن. (پورسیدآقایی، ۱۳۸۸)

## مهندسی فرهنگی و مهندسی فرهنگ انتظار

### مهندسی فرهنگی

در مهندسی فرهنگی، مهندسی، به معنای ارائه هندسه و شکل و طرح کلی یک



حرکت کلان فرهنگی است تا به واسطه این طرح و نقشه حرکت، چشم انداز و دورنمای روشنی از زمینه ها و بوسترهای حرکت و از ظرفیت و توان زیرساخت ها و ساختارهای فرهنگی حاصل گردد.

همانند فرهنگ، تعریف های زیادی برای مهندسی فرهنگی بیان شده است. همه این تعریف ها به گونه ای در تعریف زیر خلاصه می شوند: تفکر مهندسی فرهنگی به ترکیبی از تفکر مهندسی و تفکر فرهنگی گفته می شود. تفکر مهندسی را تا حدودی می توان همان تفکر و بینش سیستمی دانست و تفکر فرهنگی و فرهنگ را می توان بستر و زمینه ساز کلیه اجزا و رفتارهای فردی، گروهی و اجتماعی تلقی کرد. مهندسی فرهنگی با همین دیدگاه سیستمی و تفکر فرهنگی با ابعاد ذکر شده در بخش اول، عبارت از مدیریت راهبردی و اجرایی این سلول های زنده برای حرکت مداوم و روبه جلوی همه اجزا و کل سیستم به سمت هدف کلان فرهنگی جامعه است. مهندسی فرهنگی بر این پیش فرض اساسی مبتنی است که فرهنگ، امری ثابت و تغییرناپذیر نیست و می توان آن را به مرور و در درازمدت تغییر داد. اساساً کارکرد مهندسی فرهنگی، وصال جامعه موجود به جامعه مطلوب است. به این معنا که فرهنگ در همه ارکان نظام نهادینه شده و نظام پایه توسعه را تشکیل دهد. مهندسی فرهنگی، آن بخش اساسی از مهندسی اجتماعی است که ارزیابی وضعیت فرهنگی موجود، تعیین مختصات و چارچوب های فرهنگ مطلوب، طی طریق و کیفیت تغییر گفتمان فرهنگی موجود به فرهنگ مطلوب را به ما نشان دهد. با این پیش فرض، مهندسی فرهنگی، عبارت است از کوششی سنجیده برای جلوگیری از مشکلات فرهنگی آینده یا بهبود جامعه فردا با طرح و اجرای نقشه های دقیق و محدود.

«مهندسی فرهنگی»، یعنی طراحی نظام های جدید تغییر دهنده فرهنگ موجود یا ایجاد تغییراتی گسترده در نظام های موجود فرهنگ ساز جامعه که بتواند تحولات و تغییرات تدریجی جامعه را به سمت تحقق اهداف فرهنگی از پیش تعریف شده

هدایت نماید.

در این باره، مقام معظم رهبری با طرح انتظار خود از ضرورت مهندسی فرهنگی، برای جامعه ایران با شیوه‌هایی بسیار متفاوت از گذشته، مدیریت فرهنگی و تجلی سرعت تحقق اهداف بیش‌تر از وضع موجود را این‌گونه ترسیم می‌فرماید:

یکی از مهم‌ترین تکالیف ما در درجه اول، «مهندسی فرهنگ» کشور است؛ یعنی مشخص کنیم که فرهنگ ملی، فرهنگ عمومی و حرکت عظیم درون‌زا و صیوریت بخش و کیفیت بخشی که اسمش فرهنگ است و در درون انسان‌ها و جامعه به وجود می‌آید، چگونه باید باشد؟ اشکالات و نواقصش چیست و چگونه باید رفع شود؟ کندی‌ها و معارضاتش کجاست؟ مجموعه‌ای لازم است این‌ها را تصویر کند و بعد مثل دست محافظی هوای این فرهنگ را داشته باشد. نمی‌گوییم به‌طور کامل کنترل کند؛ به اراده‌هاست؛ در این تردیدی نیست؛ منتها هوای کار را باید داشت. ببیند حقیقت فرهنگی و عنصر فرهنگی چگونه و با چه کیفیتی باید باشد؛ به کدام سمت باید برود و کجاهاش ایراد دارد؛ و از سوی دیگر مراقبت کند که این کارها انجام بگیرد... این احتیاج دارد به دو چیز اساسی: اول، عقبه علمی و فکری؛ دوم، خط مقدم اجرایی. عقبه فکری‌اش همان جایی است که باید مطالعه و کارهای علمی بکند، اصل فکر، تولید و ارزیابی و صیوریت علمی‌اش در آن عقبه‌ها انجام می‌گیرد و بعد به این جا می‌آید و به شکل کامل مهندسی درمی‌آید و بعد وارد خط مقدم اجرایی می‌شود. (دیدار با اعضای شورای عالی فرهنگی، ۱۳۸۷)

مهندسی فرهنگی، یعنی مهندسی کردن، مدیریت کردن، سامان بخشیدن، جهت دادن و اندازه کردن از نوع فرهنگی، با معیارهای فرهنگی و در قالب فرهنگی. (صادقی رشاد، ۱۳۸۵)

### مهندسی فرهنگی انتظار

برای مهندسی فرهنگی انتظار آمادگی‌هایی نیاز است:

۱. آمادگی فکری و فرهنگی (سطح فکری و فرهنگی مردم جهان چنان بالا رود

که بدانند مسئله نژاد، مرزهای جغرافیایی، تفاوت رنگ‌ها و زبان‌ها و سرزمین‌ها نمی‌توانند بشر را از هم جدا سازند).

۲. آمادگی اجتماعی (مردم جهان باید از ظلم و ستم و نظامات موجود خسته و مأیوس شوند).

۳. آمادگی فن‌آوری ارتباطی (وجود فن‌آوری نه تنها مزاحم حکومت جهانی عادلانه نیست، بلکه شاید بدون آن رسیدن به چنین هدفی محال باشد).

۴. آمادگی‌های فردی (حکومت جهانی قبل از هر چیزی به مؤمنان کوشا و باارزش نیاز دارد تا بتوانند چنان اصلاحات عظیمی را به دوش گیرند).

در مهندسی فرهنگی انتظار، به لحاظ معرفتی نیاز به خودکنترلی است، ولی نوعی کنترل نامحسوس اجتماعی که با تأثیر در لایه ذهنی جامعه به دنبال قاعده‌مند کردن رفتار فرد یا گروه بر اساس معیارهای آموزه مهدویت است که در جهت ترمیم فرهنگ موجود بر اساس فرهنگ مطلوب (جامعه منتظر) کمک می‌کند. از این‌رو در مجموع با استفاده از مهندسی فرهنگی انتظار، می‌توان با توجه به فرهنگ مطلوب (جامعه منتظر) به رفع کمبودهای فرهنگ موجود پرداخته و مدیریت توسعه فرهنگ و جهت‌دهی فرهنگی معطوف به گزاره‌های مهدوی، نهادینه شود.

فرهنگ سخت‌کوشی، پیروی بی‌قید و شرط از امام معصوم و ولی فقیه، جهاد و از خودگذشتگی، گسترش امر به معروف و نهی از منکر، تشکیل نهضت‌های عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی عدالت‌پیشه و عدالت‌مدار احیای عدل، ایجاد فرهنگ نابودی ظلم و استکبار، نفی تحریف‌ها و کژروی‌ها، همچنین بسترسازی برای افزایش عزم ملی در جهت یک‌دلی و یک‌پارچگی نظام اسلامی، ایجاد فرهنگ جهاد، انفاق، ایثار، شهادت و ساده‌زیستن در بین مدیران ارشد جامعه اسلامی، گسترش فرهنگ عشق و محبت به محرومان و مستضعفان و فروتنی در مقابل آن‌ها، گسترش فرهنگ عشق به قرآن و پیامبر ﷺ و امامان معصوم علیهم‌السلام از دیگر

مواردی است که بایستی در فرهنگ انتظار مورد مهندسی واقع شوند. (همو)

### جایگاه نظام آموزشی در ایجاد معرفت مهدوی و فرهنگ انتظار

تقریباً بین ۱۲ تا ۱۸ سال از زندگی یک فرد ایرانی (دختر و پسر) در مقطع دبیرستان و پیش‌دانشگاهی و تحصیلات تکمیلی دانشگاه، در نظام آموزشی سپری می‌شود. یعنی با شاخص متوسط عمر یک ایرانی (۷۰ سال) حدود ۲۵٪ عمر مفید در نظام آموزشی سپری می‌شود. حال آن‌که با نگاهی کوتاه به فرآیندهای آموزش در موضوع آموزه‌های مهدویت در نظام آموزشی و شیوه‌های انتقال آن (صرف نظر از تعداد محدودی از مدارس و دانشگاه‌ها) نشان می‌دهد که ما در این مبحث کم‌ترین توجه را به آن داشته‌ایم و اگر هم اقداماتی انجام داده‌ایم، کافی و پاسخ‌گو و انسان‌ساز نبوده است. آیا می‌توان ادعا نمود که جوان فارغ‌التحصیل ما از نظام آموزشی، جوانی مهدی‌باور و مهدی‌یاور، مؤمن، ایثارگر با روحیه تعاون و همکاری، مشارکت‌پذیر در امور اجتماعی، پیش‌تاز در امور خیر، باتقوا، دارای بصیرت ولایی و طوع و رغبت مهدوی خواهد بود؟ اگر مجموعه نظام آموزشی کشور را متشکل از چهار قسمت فضای آموزشی، دانش‌آموز یا دانشجوی، محتوای مواد آموزشی و معلم و استاد بدانیم، همه این حوزه‌ها با مشکل جدی مواجه‌اند. ورد پای اندیشه‌های مهدویت و فرهنگ انتظار را در بعضی از این قسمت‌ها یا اصلاً مشاهده نمی‌کنیم و یا در بعضی آن‌قدر ضعیف است که حتی ارزش ذکر کردن را هم ندارد. دغدغه‌هایی که رهبر انقلاب اسلامی از نظام آموزشی به خصوص آموزش و پرورش دارند، همان دغدغه دین‌ورزان درباره آن‌چه قرار است در نظام آموزشی اتفاق بیفتد، است. مقام معظم رهبری در اهمیت نظام آموزشی می‌فرماید:

اگر دستگاه تعلیم و تربیت در کشور خوب باشد و آموزش فرهنگی به وسیله افراد صدیق و امین و توانا انجام گیرد؛ آینده آن مملکت تضمین شده است. (دیدار با اعضای مراکز تربیت معلم و دانش‌آموزان انجمن‌های اسلامی تربت حیدریه، ۶۳/۱/۵)

ما اگر بخواهیم از قافله حرکت جهانی عقب نمانیم - چه برسد به این که بخواهیم نقش تعیین کننده، پیش رونده و پیش برنده ایفا کنیم چاره‌ای نداریم جز این که یک نگاه بنیانی و اساسی به آموزش و پرورش بیندازیم. (دیدار با معلمان سراسر کشور، ۱۳۸۵/۲/۱۲)

آموزش و پرورش از مراکز دیر بازده است. لیکن بازده آموزش و پرورش یک بازده حیاتی، تعیین کننده و ماندگار است اگر آموزش و پرورش در یک کشور ارتقا پیدا بکند و اصلاح شود، در اقتصاد، سلامت و بهداشت، محیط زیست، مرگ و میر باروری، زیبایی و هنر، رفتارهای گوناگون مردم در سطح جامعه با یکدیگر و فراتر از همه این‌ها، در دین، فلسفه و اخلاق تأثیر خواهد گذاشت. (همان)

هیچ تحولی - چه مثبت، چه منفی - در جامعه صورت نمی‌گیرد. مگر این که معالِم و دستگاه تعلیم و تربیت در آن نقش اساسی دارد اگر جامعه آموزش و پرورش یک جامعه فعال، پرنشاط، متعهد، دارای احساس مسئولیت، مبتکر، عالم و پرانگیزه باشد، در سطح کشور تأثیری بنیانی خواهد گذاشت. (دیدار با فرهنگیان و معلمان استان کرمان، ۸۴/۲/۱۲)

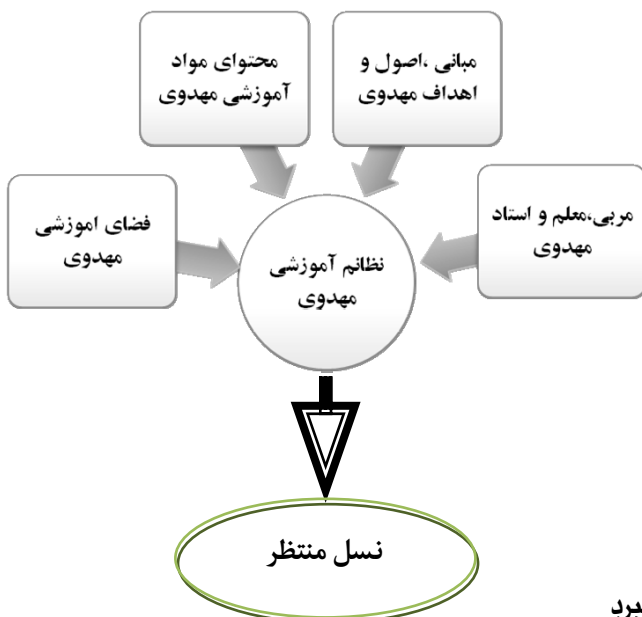
شما باید بکشید تا عناصری والا و کارآمد تحویل جامعه اسلامی بدهید. شما باید بدانید که انقلاب اسلامی فقط برای ملت ایران نیست، بلکه مربوط به همه بشریت است و این نشان می‌دهد که دستگاه آموزش و پرورش چه بار عظیمی از مسئولیت را به دوش می‌کشد. (دیدار با وزیر آموزش و پرورش، ۱۳۶۱/۶/۲۴)

امروز ما به آموزش کشور در سطوح مختلف وقتی نگاه می‌کنیم می‌بینیم شکل و محتوای آموزش با هدف‌های امروز کشور ما و با آرمان‌های جمهوری اسلامی منطبق نیست. ما درس دینی را یک درس جداگانه قرار داده‌ایم؛ آن هم با جاذبه‌های بسیار کم و کتاب‌هایی نه چندان گیرا؛ هم گیرا نیست، هم عمق ندارد! در بعضی از سطوح ممکن است - مثلاً - عمق داشته باشد، ولی گیرا نباشد. بالاخره آن طور که ما دیده‌ایم، نقایصی دارد. (دیدار با مسئولان وزارت آموزش و پرورش، ۷۶/۱۰/۲)

علوم انسانی، علوم اجتماعی، علوم سیاسی، علوم اقتصادی و مسائل گوناگونی که برای اداره یک جامعه و یک کشور به صورت علمی لازم است، به نوآوری و نواندیشی علمی - یعنی اجتهاد - احتیاج دارد. آن

چیزی که در فضای علمی مشاهده می‌شود - که به نظر من یکی از عیوب بزرگ محسوب می‌گردد - این است که ده‌ها سال است که ما متون فرهنگی و خارجی را تکرار می‌کنیم، می‌خوانیم، حفظ می‌کنیم و بر اساس آن‌ها تعلیم و تعلم می‌کنیم؛ اما در خودمان قدرت سؤال و ایجاد خدشه نمی‌یابیم. (بیانات و پرسش و پاسخ در جمع دانشجویان و اساتید دانشگاه صنعتی امیرکبیر، ۱۳۷۹/۱۲/۹)

با توجه به دغدغه‌های مقام معظم رهبری و آنچه گفته شد باید نظام آموزشی بازمهندسی شده و با رویکرد تربیت مهدوی، اصول، اهداف، فضای آموزشی، محتوای مواد آموزشی و نیروی انسانی متخصص با تفکر مهدویت تجدید بنا گردد تا خروجی آموزش و پرورش، مطلوب نظام و متناسب با اهداف آموزش و پرورش باشد.



### تعریف راهبرد

راهبرد از جمله مفاهیمی است که تعاریف متعددی برای آن ارائه شده است، برخی از این تعاریف عبارتند از:

۱. راه و روش‌هایی که اهداف بلندمدت از طریق آن‌ها محقق می‌شود.
  ۲. جهت و راه وصول به اهداف.
  ۳. طرح واحد همه‌جانبه و تلفیقی که نقاط قوت و ضعف سازمان را با فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی مربوط ساخته و دست‌یابی به اهداف اصلی سازمان را میسر می‌سازد.
- یکی از نقاط کلیدی در تدوین راهبردها، فرآیند آن است. فرآیند زیر را می‌توان در این مورد مطرح نمود: (همو)
۱. اعتقاد به ایجاد تحول و نوآوری؛
  ۲. بررسی محیطی (محیط داخلی و خارجی)؛
  ۳. تعیین چشم‌انداز کارآمد یا نقاط مطلوب؛
  ۴. توانمندسازی سازمان (ایجاد ظرفیت)؛
  ۵. راهبردسازی.

### ضرورت تدوین راهبردهای ارتقای معرفت مهدوی در نظام آموزشی

از دانش مدیریت راهبردی، عمدتاً سازمان‌های نظامی، سیاسی و اقتصادی بهره‌گیری می‌کنند و سابقه و میزان استفاده از این نوع مدیریت در بخش فرهنگی، به ویژه در کشورهای توسعه نیافته، بسیار اندک و ناچیز است. کشور ما، به ویژه پس از انقلاب شکوهمند اسلامی، صرف نظر از موفقیت‌های چشم‌گیر در حوزه فرهنگ و امدادهای الهی یاری بخش به ملت و مسئولان در این مسیر، همواره با بحران‌های فرهنگی متعددی روبه‌رو بوده است. این چالش‌ها را باید عمدتاً ناشی از ورود تهاجم آمیز فرهنگ غربی و فقدان یک نظام مدیریت کارآمد و برنامه‌ریزی جامع و هدفمند به خصوص در نظام آموزشی دانست که همچنان ما را با تهدیدات جدی مواجه ساخته است؛ به طوری که باید اذعان کرد فقدان یک مدیریت کارآمد، زمینه استفاده انقلاب اسلامی از فرصت‌های طلایی در حوزه‌های

فرهنگی را به شدت کاهش داده و هم‌اکنون ما را در قبال بسیاری از معضلات فرهنگی منفعل ساخته است.

## تجزیه و تحلیل محیطی

در یک عملیات راهبردی، شناخت دقیق وضع فعلی سیستم، نقش تعیین‌کننده‌ای خواهد داشت. مطالعه و آگاهی از رسالت، اهداف، وظایف، ساختار، منابع انسانی و مالی، امکانات، ظرفیت بالقوه و بالفعل و در مجموع شناخت فرصت‌ها و تهدیدها و نقاط ضعف و قوت یک سازمان اهمیت فراوانی دارد. هم‌اکنون در بسیاری از مؤسسات دولتی و خصوصی، مدیران از شناختی بسیار سطحی و غیردقیق نسبت به محیط داخلی خود برخوردارند، و این عدم شناخت، امکان گرفتن تصمیمات صحیح و به موقع را از آنان سلب کرده است. در یک نظام، علاوه بر مدیران، مجموعه پرسنل نیز باید از مراتبی از شناخت محیط داخلی برخوردار گردند. این اطلاعات آنان را در انجام وظایف محوله یاری خواهد رساند. (همو)

برای اغلب مؤسسات فرهنگی، شناخت به‌روز و عمیق مخاطبان و به عبارتی مخاطب‌شناسی که در بردارنده درک مختصات و نیازها و انتظارات آنان (مخاطبان) باشد، اولویت دارد. نباید فراموش کرد که در یک عملیات راهبردی، جهت‌دهی به نیازهای مخاطبان نیز منوط به شناخت دقیق مخاطب خواهد بود. علاوه بر روان‌شناسی مخاطب، جامعه‌شناسی مخاطب نیز در یک بررسی کارآمد ضروری به نظر می‌رسد. این‌که مخاطب در چه جامعه و یا چه مختصات و پیشینه‌ای زندگی می‌کند، نباید از دستور بررسی خارج شود. تحقیقاً یکی از مشکلات مزمن اغلب مؤسسات فرهنگی در ایران عدم توجه به مخاطب‌شناسی روزآمد یا مواجهه نهانی با این مقوله است. (همو)



## تجزیه و تحلیل محیطی نظام آموزشی

برای ثمربخشی و ارتقای فرهنگ مهدویت در نظام آموزشی، اولین گام، آسیب شناسی نظام آموزشی با رویکرد فرهنگ مهدویت است، یعنی شناخت و تجزیه و تحلیل محیط داخلی و خارجی نظام آموزشی، تجزیه و تحلیل در سطوح باورهای مهدوی دانش آموزان و دانشجویان در ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری، محتوای مواد آموزشی، تربیت نیروی انسانی، فضای آموزشی و جو حاکم بر آن به منظور برنامه ریزی و آماده کردن بسترهای لازم در جهت تعمیق باورهای مهدوی است. اگر تربیت مهدوی در مفهوم خاص آن را، مجموعه تدابیر و اقدامات سنجیده و منظم فرهنگی برای پرورش و تقویت ایمان و باورهای مهدوی در مخاطبان بدانیم. برای رسیدن به این هدف و الا به دو عامل برنامه ریزی و آسیب شناسی نیازمندیم. از سوی دیگر، اهمیت، اولویت و ضرورت انکارناشدنی تبیین و ترویج فرهنگ مهدویت در نظام آموزشی، ضرورت توجه به بحث را دوچندان می کند.

نظام آموزشی باید به رسالت و اهداف فلسفه انتظار، چه در اصول و مبانی و چه در عملکرد توجه کافی داشته باشد. اما گویا واقعیت نظام آموزشی ما این گونه نیست. برخی از مطالعات پژوهشی که در قسمتی از نظام آموزشی یعنی آموزش و پرورش انجام گرفته است، نشان می دهد که در اهداف اجتماعی تعلیم و تربیت جمهوری اسلامی ایران نه تنها هیچ اشاره ای به مقوله انتظار و کسب آگاهی و نگرش های لازم نگردیده است، بلکه از آموزش فرهنگ مهدویت در کتاب های درسی دوره ابتدایی، راهنمایی و متوسطه نیز به عدد انگشتان یک دست هم اثری از آموزه های مهدوی پیدا نمی کنیم. (مرزوقی، ۱۳۸۸)

یافته ها در مورد اهداف آموزشی و پرورشی حاکی از آن است که از مجموع ۴۱ نوع هدف ذکر شده در ابعاد اعتقادی و اخلاقی ۵ هدف، پرورشی ۳ هدف، علمی آموزشی ۶ هدف، فرهنگی و هنری ۵ هدف، سیاسی ۶ هدف، و اقتصادی

۷ هدف، هیچ نوع هدفی دال بر توجه به مقوله انتظار مشاهده نگردید. همچنین از مجموع ۷۱ اصل از اصول آموزش و پرورش، در ابعاد اصول کلی ۲۰ اصل، برنامه ریزی و محتوا ۲۰ اصل، اصول مربوط به معلم ۱۰ اصل، دانش آموز ۹ اصل و سازمان ۱۲ اصل، هیچ اصلی وجود ندارد که با اصول تربیت معطوف به مهدویت مرتبط باشد.

در بررسی اهداف دوره‌های تحصیلی ابتدایی، راهنمایی و متوسطه از مجموع ۳۰۳ هدف، در دوره‌های ابتدایی ۹۵ هدف، راهنمایی ۱۰۵ هدف و متوسطه ۱۰۲ هدف، تنها یک مورد در زمره اهداف دوره متوسطه تحت عنوان این که دانش آموز: «با معنی انتظار آشناست و وظایف مسلمانان را در زمان غیبت از لحاظ مبارزات سیاسی می‌داند.» ذکر شده است.

بررسی کتاب‌های درسی هدیه‌های آسمانی و تعلیمات اجتماعی، فارسی بخوانیم و بنویسیم دوره ابتدایی نشان می‌دهد که تنها در پایه دوم (ص ۵۲) و پایه سوم (۵۲ و ۵۳) و در کتاب هدیه‌های آسمانی به طور بسیار محدود به موضوع امام زمان در قالب جشن میلاد آن امام پرداخته شده است. کتاب‌های دوره راهنمایی نیز نشان می‌دهد که در پایه‌های اول و دوم و سوم هیچ‌گونه مطلبی در کتاب‌های درسی درباره مهدویت ذکر نشده است. تنها در یک کتاب در قالب جانشینی امام یازدهم به این موضوع پرداخته است. (همو)

از مجموع یافته‌های پژوهشی بالا به این نتیجه می‌رسیم که باید نظام آموزشی بازمهندسی شده و با رویکرد تربیت مهدوی در اصول، اهداف، فضای آموزشی، نیروی انسانی متخصص با تفکر مهدویت و به خصوص محتوای مواد آموزشی بازنگری اساسی صورت پذیرد.

### نقش فضای آموزشی در ارتقای معرفت مهدوی

فضای آموزشی از اجزای بسیار مهم نظام آموزشی است که روح حاکم بر آن

می‌تواند مکمل آموزش مستقیم در کلاس‌ها باشد آموزش فرهنگ مهدویت و تعلیم و تربیت مهدوی تنها محدود به کلاس درس نیست و باید فرهنگ مهدوی از مرز کلاس عبور کرده به زمین بازی، سالن اجتماعات، ناهارخوری، دفتر مدرسه و حتی اتوبوس راه یابد و از آن‌جا به خانه و جامعه گسترش پیدا کند. اگر در فضا و رفتار دانش‌آموزان که در فضای مدرسه اتفاق می‌افتد، روح انصاف، عدالت، ظلم‌ستیزی، اعتماد متقابل، مسئولیت‌پذیری و صمیمیت بین مسئولان مدرسه و معلمان برقرار باشد، به‌طور نامحسوسی در رفتار بچه‌ها تغییر ایجاد شده و فرهنگ مهدوی بروح و روان آن‌ها مستولی می‌شود.

### نقش تربیت نیروی انسانی در ارتقای فرهنگ مهدوی

مربیان و معلمان به عنوان یکی از مهم‌ترین ارکان نظام آموزشی محسوب شده و بالاترین نقش را در ایجاد معرفت مهدوی در نظام آموزشی بر عهده دارند. مقام معظم رهبری در اهمیت این ضلع نظام آموزشی می‌فرماید:

اگر دستگاه تعلیم و تربیت در کشور خوب باشد و آموزش فرهنگی به وسیله افراد صدیق و امین و توانا انجام گیرد، آینده آن مملکت تضمین شده است. (دیدار با اعضای مراکز تربیت معلم و دانش‌آموزان انجمن‌های اسلامی تربت حیدریه در تاریخ ۶۳/۱/۵)

دو ویژگی اساسی برای معلم من‌تذکر می‌دهم ایمان به کار معلمی، دوم محبت به شاگردان؛ این دوتا، دوتا مسئله اساسی است برای معلم... در نظام اسلامی ما معلم بایستی عمیقاً مسلمان باشد؛ اگر معلم مسلمان نباشد و اعتقادی به اسلام نداشته باشد. این نمی‌تواند یک معلم خوب برای این نظام باشد. پس این هم شد یک شرط سوم... یک شرط چهارمی و او این‌که معلم از لحاظ اخلاقی هم باید سالم باشد. (مصاحبه با مجله العالم، ۱۳۶۱/۷/۱۳)

دوران بلوغ یک انسان، دوران تحول و شکل‌یابی شخصیت ماندگار و طولانی اوست؛ جوان در این دوران در اختیار معلم است. معلم نه فقط با درس خود، بلکه با شخصیت خود روی دانش‌آموز اثر می‌گذارد. یک

معلم عاقل، عالم، خویشتن دار، نافذ، خوش بین، با امید به آینده و اهل کار جمعی، دانش آموز خود را هم این‌گونه بار می‌آورد؛ اما معلم خشن و بی حوصله، جور دیگری دانش آموز را بار می‌آورد. (دیدار با معلمان، ۸۶/۲/۱۲)

جوان‌هایی که دارند خودشان را آماده می‌کنند برای معلمی در مدارس، یعنی برای مهندسی کارخانه انسان‌ساز؛ تکلیف شماها خیلی سنگین است. اولاً خوب درس بخوانید، فنون معلمی را خوب بیاموزید، اخلاق معلمی را یعنی امانت، صداقت، تقوا، پاک‌بازی، مناعت طبع، ایمان، خلوص، بی‌نظری به حطام دنیوی، بی‌اعتنایی به زخارف و زورزیورها، این اخلاق لازم را که معلم بزرگ تاریخ ما داشته‌اند این‌ها را در خودتان به وجود بیاورید، خودسازی کنید. آن معلمانی که شخصیت‌های عظیم دنیای اسلام را به وجود آورده‌اند از این خصلت‌ها برخوردار بودند.

خودتان را اولاً با دانش، ثانیاً با اخلاق زیبا و شیوای معلمی، خصلت‌های لازم برای یک معلم مجهز کنید و بعد هم بدانید این جهادی که شما در مدرسه‌ها، در آینده، شروع خواهید کرد و معلم خواهید شد، این جهاد از این جهادی که امروز داخل جبهه‌ها جریان دارد کم‌تر نیست. (دیدار با اعضای مرکز تربیت معلم به همراه گروهی از مدرسان، مربیان و دانش‌آموزان انجمن های اسلامی تربت حیدریه ۱۳۶۳/۱/۵)

معلمان و مربیانی که برای ترویج و آموزش فرهنگ مهدویت در نظر گرفته شده‌اند، برای تأثیرگذاری بهتر در ارتقای معرفت مهدوی در نظام آموزشی، باید از ویژگی‌ها و صلاحیت‌های شناختی، عاطفی، رفتاری و مهارتی ویژه‌ای برخوردار باشند؛ از جمله این‌که:

۱. اولین ویژگی معلمان و مربیان نظام آموزشی مهدوی این است که خود باید یک انسان ولایت‌مدار، مطیع و منتظر و برخوردار از ویژگی‌ها و شرایط یک انسان جامعه منتظر باشند. کسی که می‌خواهد مردم را به برقراری ارتباط معنوی و عاشقانه با امام زمان علیه السلام دعوت کند، نخست خود باید این ارتباط را برقرار کرده باشد، تا بتواند تأثیرگذار در مخاطبان خود باشد.

۲. راهبرد قرآن برای تأثیرگذاری نظام آموزشی، انطباق رفتار و گفتار معلمان و مربیان است. کسی که خود مهدی نباشد، چگونه می‌تواند هادی باشد؟ بسیاری از مشکلات به این جا برمی‌گردد که به گفته‌ها عمل نمی‌شود. اصولاً مردم در مقام هدایت، الگوگرا هستند و این آسان‌ترین راهی است که مردم انتخاب می‌کنند، زیرا امری است فطری.

قران کریم در این باره می‌فرماید:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لِمَ تَقُولُونَ مَا لَا تَفْعَلُونَ كَبُرَ مَقْتًا عِنْدَ اللَّهِ أَنْ تَقُولُوا مَا لَا تَفْعَلُونَ﴾ (صف: ۲-۳)

ای کسانی که ایمان آورده‌اید، چرا چیزی می‌گویید که انجام نمی‌دهید؟ نزد خدا سخت ناپسند است که چیزی را بگویید و انجام ندهید.

﴿اتَّامُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنسَوْنَ أَنْفُسَكُمْ وَأَنْتُمْ تَلُونَ الْكِتَابَ أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾ (بقره: ۴۴)

آیا مردم را به نیکی فرمان می‌دهید و خود را فراموش می‌کنید، با این‌که شما کتاب [خدا] را می‌خوانید؟ آیا [هیچ] نمی‌اندیشید؟

ارزش‌ها، فرهنگ‌ها، کردارها، گفتارها و رفتارها، هنگامی که از اعماق جان باشند، در دل دیگران خواهند نشست. هنگامی که این‌ها، زبانی و ظاهری باشند از حد گوش فراتر نمی‌روند و تأثیری در رفتار نخواهند داشت.

حضرت علی علیه السلام می‌فرماید:

إذا طابق الكلام نية المتكلم قبله السامع وإذا خالف نيته لم يحسن موضعه في قلبه؛ (آمدی تمیمی، ۱۳۶۰: ۱۱۱)

هرگاه سخن گوینده با باور درونی‌اش یکسان باشد شنونده آن را می‌پذیرد و هرگاه با باور درونی‌اش یکسان نباشد در جان شنونده از جایگاه خوبی برخوردار نمی‌شود.

امیرمؤمنان علی علیه السلام در حدیثی علم مؤمن را با علم منافق مقایسه می‌کنند و می‌فرماید:

علم المنافق فی لسانه، علم المؤمن فی عمله؛ (همو: ۴۹۸)  
علم و دانش منافق، در زبان اوست و علم و دانش مؤمن در عمل اوست.

همچنین آن حضرت می فرماید:

علم بلاعمل کسجر بلاثمر، علم بلاعمل کتوس بلاوتر، علم لاینفع کدواء  
لاینجع، علم بلاعمل حجة الله علی العبد، علم لایصلحک ضلال، و مال  
لاینفعک وبال؛ (همو)

علم بی عمل مانند درختی است بدون ثمر، علم بدون عمل مانند کمانی  
است بدون زه، علم بی عمل مانند داروئی است بدون سود، علم بدون  
عمل حجت خدا است بر بنده، علمی که تو را اصلاح نکند گمراهی  
است و مالی که تو را سود ندهد گرفتاری است.

سعدی در گلستان گفت وگویی یک فقیه جوان را با پدرش در این باره نقل می کند  
که ذکر آن در این جا می تواند آموزنده باشد:

«فقیهی پدر را گفت هیچ از این سخنان رنگین و دلایز متکلمان در من اثر  
نمی کند به حکم آن که آن چه نمی بینم مرایشان را کرداری موافق گفتار.  
ترک دنیا به مردم آموزند خویشان سیم و غله اندوزند  
عالمی را که گفت باشد و بس هرچه گوید نگیرد اندر کس  
عالم آن کس بود که بد نکند نه بگوید به خلق و خود نکند  
﴿أَتَأْمُرُونَ النَّاسَ بِالْبِرِّ وَتَنْسَوْنَ أَنفُسَكُمْ﴾. عالم که کامرانی و تن پروری کند او  
خویشان گم است که را رهبری کند.»

۳. یکی دیگر از ویژگی های مربی و معلم مروج فرهنگ مهدویت، شناخت و  
اطلاعات کافی و تسلط بر معارف مهدوی است. به میزانی که معلم در آموزش، بر  
موضوع درسی خود تسلط داشته باشد، در نزد دانش آموزان از جایگاه والاتر و  
بلندتری برخوردار خواهد بود. هرچند محتوای پیام زیبا و در خورتوجه باشد، ولی  
اگر پیام دهنده بر آن تسلط نداشته باشد، در ابلاغ پیام موفق نخواهد بود.  
قرآن این موضوع را با ظرافت خاصی مورد توجه قرار داده و به کسانی که رسالت

مهم ابلاغ پیام الهی را عهده دار هستند می فرماید:

﴿وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِن كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾؛ (توبه: ۱۲۲)

و شایسته نیست مؤمنان همگی [برای جهاد] کوچ کنند. پس چرا از هر فرقه ای از آنان، دسته ای کوچ نمی کنند تا [دسته ای بمانند و] در دین آگاهی پیدا کنند و قوم خود را - وقتی به سوی آنان بازگشتند بیم دهند - باشد که آنان [از کیفر الهی] بترسند؟

یا در آیه دیگر می فرماید:

﴿قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُو إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعِيَ ...﴾؛ (یوسف: ۱۰۸)

بگو: این است راه من، که من و هر کس پیروی ام کرد با بینایی به سوی خدا دعوت می کنیم...

۴. پیچیدگی امر تربیت و رساندن پیام های دینی در شرایط کنونی، کم حوصلگی انسان ها، افزایش روش های اطلاع رسانی و تنوع آن ها، اشتغالات ذهنی انسان ها به مسائل پیرامون خود و...، می طلبد نیروهایی که عهده دار آموزش پیام های مهدوی هستند، بیش از گذشته به روش های نوین آموزشی و فنون و اصول تعلیم و تربیت، آشنا باشند. در غیر این صورت، پیام به متربی نخواهد رسید و در صورت رسیدن پیام، تأثیرگذاری لازم را نخواهد داشت و منجر به تغییر رفتار که هدف نهایی و غایی نظام آموزشی و معرفت مهدوی است، نخواهد شد.

۵. یکی دیگر از مشکلات نظام آموزشی در فعالیت های فرهنگی مهدویت، عدم بهره گیری اصولی و درست مربیان از هنر و ادب در آموزش و تبیین مباحث مهدوی است.

با توجه به گرایش جوانان و نوجوانان نسبت به هنر و ادب و علاقه مندی آنان به شعر و متون آهنگین و جاذبه ای که این گونه ابزار برای آنان دارد، جا دارد ارائه مباحث مهدویت برای این قشر با بهره گیری بجا و منطقی و اصول مند از سبک های هنری و ادبی همراه شود؛ چراکه این مسئله در جذب و ایجاد رغبت

درونی در مباحث، مؤثر و کارساز است. با توجه به طبیعت خاص انسان که از هنر و زیبایی لذت می‌برد و از شنیدن مطالب خشک و یک‌نواخت گریزان است، برای انتقال پیام‌ها در حوزه مورد بحث باید از روش‌های هنری و زیبایی‌شناسی استفاده کرد.

۶. نسل جوان به‌ویژه دانش‌آموزان به‌طور روانی به هر آن چه که امیدآفرین و نشاط‌آور باشد رغبت دارند و از هر آن چه که بوی یأس بدهد روی گردانند. لازم است مربیان با استفاده از امکانات و ابزارهای کارآمد مثل فیلم، گرافیک، نقاشی، شعر، داستان و... زمینه را برای استحکام پایه‌های معرفت مهدوی متربیان فراهم کنند.

## راهبردهای ارتقای معرفت مهدوی در نظام آموزشی

### الف) راهبردهای معرفتی

۱. ایجاد اتاق فکر فرهنگ مهدویت و مدیریت کلان آن در عرصه‌های اجتماعی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و ارتباطاتی به‌ویژه در نظام آموزشی از طریق کمک گرفتن از اندیشمندان حوزه و دانشگاه، مدیران ارشد و باتجربه نظام آموزشی در برنامه‌ریزی‌های مختلف نظام آموزشی برای توسعه و تعمیق فرهنگ مهدویت و انتظار؛

۲. مهندسی فرهنگی نظام آموزشی با رویکرد تربیت مهدوی در اصول، اهداف، فضای آموزشی، محتوای مواد آموزشی و نیروی انسانی متخصص با تفکر مهدویت؛

۳. توسعه و ترویج فرهنگ مهدوی در فضای آموزشی؛

۴. حاکم کردن عقلانیت در طرح مباحث مهدوی؛

۵. تدوین سند چشم‌انداز مهندسی فرهنگی مهدویت و ایجاد نگاه راهبردی در نظام آموزشی به منظور ایجاد انضباط و انسجام در محتوای متون آموزشی برای



حاکم شدن روح فرهنگ مهدویت بر اساس مبانی علمی با تعیین یک گروه کارشناسی و خبره در تألیف کتب درسی و...؛

۶. ترمیم فرهنگ موجود بر اساس فرهنگ مهدویت؛

۷. جهت دهی و توسعهٔ باورهای فرهنگی جامعه به سمت و سوی فرهنگ مهدویت؛

۸. تدوین سیاست‌های مورد نیاز در نظام آموزشی بر اساس اهداف و راهبرد تعیین شده؛

۹. محور قرار دادن فرهنگ مهدویت به عنوان پیوست فرهنگی برای تمام طرح‌های عمرانی، فرهنگی، اجتماعی و...؛

۱۰. ایجاد، تقویت، تعمیق و گسترش عبودیت؛

۱۱. استفاده از معارف مهدوی به عنوان یک اصل محوری در برنامه‌ریزی اوقات فراغت، داستان نویسی، تهیه فیلم و فعالیت‌های هنری به خصوص در نظام آموزشی غیررسمی مثل کانون‌های فرهنگی هنری، کانون‌های فرهنگی مساجد، پایگاه‌های بسیج و مؤسسات فرهنگی ورزشی.

## ب) راهبردهای عاطفی

۱. ایجاد روح امید و پیشرفت در نظام آموزشی؛

۲. ایجاد بیداری و آگاهی در اضطرار به حجت و عشق و علاقه به حضرت از طریق نشان دادن نقاط ظلمانی و تصویرسازی افق‌های روشن جامعهٔ مهدوی در همهٔ ابعاد نظام آموزشی؛

۳. تربیت نیروی انسانی خودساخته، آشنا و مسلط به مبانی معارف مهدوی و متبحر در به‌کارگیری روش‌های نوین آموزشی توانمند در ایجاد فضای عاطفی و اخلاقی در کلاس‌ها و برنامه‌های آموزشی مهدوی و به‌کارگیری و مشارکت دادن دانش‌آموزان در فعالیت‌های گروهی مهدوی.

## ج) راهبردهای رفتاری

۱. مشارکت دادن و مسئولیت دادن به دانش‌آموزان در تدوین، ترویج و برنامه‌ریزی‌های فرهنگی از طریق برگزاری مسابقات مختلف ورزشی و فرهنگی مهدوی، برگزاری نمایشگاه‌های کتاب، نقاشی و...، برپایی جشن‌ها، برگزاری دعا‌های مرتبط همراه با پشتیبانی‌های مالی و فکری و نظارتی به منظور نهادینه شدن اهداف شناختی، عاطفی و رفتاری دانش‌آموزان و دانشجویان و ارتقای حس مسئولیت‌پذیری؛

۲. توسعه و ترویج ارتباط مداوم و حضوری با اسوه‌ها و الگوهای عملی مزین به اخلاق و رفتار مهدوی، علما و دانشمندان؛

۳. توسعه و ترویج ارتباط با اماکن و مؤسساتی که در راه گسترش فرهنگ مهدویت تلاش می‌کنند، از طریق برگزاری اردوهای تفریحی و علمی و مشارکت در برگزاری جشن‌های مهدوی و نمایشگاه‌های کتاب و...؛

۴. استفاده از معارف مهدوی در نظام ارتقا و تشویق مدیران و استادان از طریق آموزش‌های ضمن خدمت، هدایت پایان‌نامه و کارهای پژوهشی و تحقیقاتی به حوزه مهدویت و برگزاری همایش‌های علمی محدود در مراکز آموزشی به منظور ارتقای فرهنگ مهدوی در نظام آموزشی.

## نتیجه

شناخت و معرفت امام زمان علیه السلام به منزله مهم‌ترین وظیفه هر مسلمان مطرح است و به دنبال آن ارتقای این معرفت برای رسیدن به بالاترین مراتب آن که همان تسلیم محض بودن در مقابل ولایت است، به عنوان یک هدف متعالی باید در زندگی ما جریان داشته باشد؛ چراکه دنیا و آخرت او را تحت الشعاع قرار می‌دهد و نداشتن شناخت صحیح امام در دنیا سبب گمراهی و مردن به مرگ جاهلیت می‌شود.

یکی از وظایف مهم افراد در دوران زمینه‌سازی، ارتقای معرفت مهدوی و عمل به وظیفه انتظار صحیح و راستین است؛ شناخت کیفیت انتظار راستین، شناخت و انجام تکالیف صحیح، منتظران واقعی را در پی دارد. افراد با شناخت وظایف فردی و اجتماعی باید در صدد زمینه‌سازی برای ظهور حضرت برآیند. و انجام وظیفه انتظار ما را به توجه ویژه به نظام آموزشی به عنوان کلیدی‌ترین مسیر برای توسعه و ارتقای فرهنگ مهدویت رهنمون می‌سازد با بررسی دقیق نظام آموزشی جمهوری اسلامی ایران به عنوان دولت زمینه‌ساز به این نتیجه می‌رسیم که فقدان یک رویکرد تربیتی با محوریت فرهنگ مهدویت در آن کاملاً مشهود است و با عنایت به این‌که باور و اعتقاد به مهدویت، فلسفه انتظار و اساس تفکر شیعی را تشکیل می‌دهد، مسئولان نظام جمهوری اسلامی ایران باید ضمن بازنگری در مجموعه اصول، اهداف و عملکرد نظام آموزشی از پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های بالای آن در ایجاد و توسعه فرهنگ مهدویت استفاده نموده و با در پیش گرفتن راهبردهای پیشنهادی، معرفت مهدوی را در نظام آموزشی ارتقا دهند.

## منابع

۱. آمدی تمیمی، عبد الواحد بن محمد، *غرر الحکم ودرر الکلام*، تحقیق: میرجلال الدین محدث ارموی، تهران، دانشگاه تهران، چاپ سوم، ۱۳۶۰ ش.
۲. بحرانی، سید هاشم، *البرهان*، تحقیق: مؤسسه البعثه، قم، مؤسسه البعثه، چاپ اول، ۱۴۱۵ ق..
۳. پورسید آقایی، سید مسعود، *با جاری انتظار*، قم، مؤسسه آینده روشن، چاپ دوم، ۱۳۸۸ ش.
۴. جوادی آملی، عبدالله، *امام مهدی* علیه السلام موجود موعود، تحقیق و تنظیم: محمد محسن مخبر، قم، مؤسسه اسراء، چاپ ششم، ۱۳۸۹ ش.
۵. سهرابی، صادق، «با انتظار در خیمه اش در آییم»، فصل نامه *انتظار*، ش ۵، پاییز ۱۳۸۱ ش.
۶. شریف رضی، محمد بن حسین، *نهج البلاغه*، ترجمه: فیض الاسلام، بی تا.
۷. صدوق، محمد بن علی بن بابویه، *کمال الدین وتمام النعمه*، تحقیق: علی اکبر غفاری، قم، مؤسسه النشر الإسلامی، چاپ اول، ۱۴۰۵ ق.
۸. طباطبایی، سید محمد حسین، *تفسیر المیزان*، قم، إسماعیلیان، چاپ سوم، ۱۳۹۴ ق.
۹. طبری، محمد بن جریر، *دلائل الامامة*، تحقیق: مؤسسه البعثه، قم، مؤسسه البعثه، چاپ اول، ۱۴۱۳ ق.
۱۰. طوسی، محمد بن حسن، *الغیبه*، تحقیق: عبادالله الطهرانی وعلی أحمد ناصح، قم، مؤسسه المعارف الإسلامیة، چاپ اول، ۱۴۱۱ ق.
۱۱. فتال نیشابوری، محمد بن حسن، *روضه الواعظین*، تحقیق: حسین الأعلمی، بیروت، مؤسسه الأعلمی، چاپ اول، ۱۴۰۶ ق.
۱۲. کلینی، ابی جعفر محمد بن یعقوب، *الکافی*، تحقیق: علی اکبر غفاری، بیروت، دارصعب ودارالتعارف، چاپ چهارم، ۱۴۰۱ ق.
۱۳. مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی، *بحار الانوار*، بیروت، مؤسسه الوفاء، چاپ دوم، ۱۴۰۳ ق.
۱۴. مرزوقی، رحمت الله، «سیمای مهدویت در برنامه های آموزشی مدارس» ماه نامه *نمزم*،

ش ۶۰، بهمن ۱۳۸۸ش

۱۵. محمدی ری شهری، محمد، *منتخب میزان الحکمة*، قم، دارالحدیث، ۱۳۸۱ش.
۱۶. موسوی اصفهانی، سید محمدتقی، *مکیال المکارم*، ترجمه: مهدی حائری قزوینی، قم، برگ شقایق، ۱۳۸۰ش.
۱۷. نیلی نجفی، علی بن عبدالکریم، *منتخب الانوار المضية*، قم، مؤسسه الامام الهادی علیه السلام، ۱۴۲۰ق.

18. [www.leader.ir](http://www.leader.ir) (پایگاه اطلاع رسانی دفتر مقام معظم رهبری)
19. [www.bahjat.org](http://www.bahjat.org)



# نقش حوزه و دانشگاه در زمینه سازی فرهنگ مهدویت

## با رویکرد رسانه های پست مدرن

میرمحمد سیدکلان\*

یاسر میکائیلی\*\*

### چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی نقش حوزه و دانشگاه در زمینه سازی فرهنگ مهدویت با رویکرد رسانه های پست مدرن است. در این پژوهش ابتدا ابعاد فرهنگی و کارکردهای مهم این دو دستگاه مورد مطالعه و کاوش قرار می گیرد. سپس با استفاده از مشخصه های رسانه های پست مدرن، در سایه همکاری دوجانبه حوزه و دانشگاه یافته های فرهنگی مؤثر ارائه می شود. روش پژوهش از نوع تحقیقات بنیادی - نظری است؛ زیرا داده ها و مواد اولیه تحلیل به روش کتابخانه ای گردآوری شده است که در مجموع روش تحقیق کیفی - تحلیلی است. نگارنده پس از بررسی ابعاد فرهنگی دانشگاه و حوزه با استفاده از مشخصه های رسانه های پست مدرن، زمینه سازی در ابعاد زیر را توصیه می کند که این ابعاد، فرهنگ مهدویت را تبیین و تفسیر

---

\* کارشناسی ارشد مدیریت آموزشی. (m.siedkalan@gmail.com)

\*\* کارشناسی ارشد حقوق. (ofog\_77@yahoo.com)

می‌نماید. نقش حوزه و دانشگاه در پاسخ‌گویی به برداشت‌های انحرافی که کج‌فهمان و دشمنان اسلام آن‌را دوچندان می‌نمایانند، بسیار مهم است. رویکردهای فرهنگی مانند گسترش و نفوذ فرهنگ انتظار در جامعه دانشگاهی، گفتمان دینی با همکاری دوجانبه، تبلیغ هرچه بیش‌تر دین و دینداری در آخرازمان، تبلیغ ویژگی انسان منتظر با قرائت‌های متکثر، بازتولید پیام‌های مهدوی در قالب‌های جدید، تقویت روح جمعی در بین دانشگاهیان و حوزویان، ایجاد زمینه‌سازی برای احساسات معنوی، بسترسازی برای ایجاد تحول روحی، اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی از مشترکات ادیان گوناگون برای رسیدن به این مهم در اولویتند.

### واژگان کلیدی

حوزه، دانشگاه، زمینه‌سازی، فرهنگ مهدویت، رسانه پست مدرن.

### مقدمه

جهان امروز، عصر اطلاعات و انفجار اطلاعات است. در فضای اطلاعاتی امروز، انتظار می‌رود تبادل اطلاعات، انسان را در عالی‌ترین موقعیت فرهنگی خود نسبت به سده‌ها و دوره‌های گذشته قرار دهد. این مهم‌ترین انتظاری است که ما از عنصر انفجار اطلاعات داریم. (بلخاری قهی، ۱۳۷۹: ۵۲) بدین لحاظ آوردن هر فرهنگی، بستر می‌خواهد و بستر فرهنگ مهدویت رسالت، روشن‌گری و بینات است که نظام‌های آموزشی ما باید عهده‌دار آن باشند. امروزه این زمینه‌سازی را «انقلاب فرهنگی» نام نهاده‌اند و در انقلاب فرهنگی، نقش حوزه و دانشگاه نقشی اساسی دارند. بنا بر تعریف فرهنگ، که مجموعه ارزش‌ها و معیارهای حاکم بر جامعه را دربر می‌گیرد. انقلاب فرهنگی ارزش‌های موجود را دگرگون می‌سازد و روابط اجتماعی را به گونه‌ای دیگر می‌گرداند و به رسوم، اساطیر، علوم و ارزش‌ها، شکلی و غنایی دیگر می‌بخشد.

هر پدیده‌ای آفتی دارد (لکل شیء آفت) و هر اندازه چیزی بهتر و مهم‌تر باشد،



آسیب‌های بیش‌تر و پیچیده‌تری آن را تهدید می‌کند، انقلاب اسلامی و شکل‌گیری نظام دینی با الهام از فرهنگ مهدویت (که از مهم‌ترین نهضت‌های ضد استبدادی و استعماری جهان در قرن اخیر بوده است) از این اصل مستثنی نیست؛ آن هم با توجه به موقعیت ایران در منطقه و نقش ایرانیان در زمینه قیام حضرت مهدی علیه السلام و ایجاد تحول گسترده جهانی. به دنبال پیروزی ایران در میان همه نابوری‌ها و با وجود انواع توطئه‌های داخلی و خارجی و تحریم و تهدیدها و تحمیل جنگ ناجوانمردانه طبیعی است که دشمنان روز به روز حساس‌تر و آسیب‌های بیش‌تری را متوجه این پدیده نوین و تأثیرگذار سازند، تا به خیال خود آن را خاموش و نابود کنند. اما، در این برهه از زمان همه ما شاهدیم برداشت انحرافی در زمینه فرهنگ مهدویت گسترش می‌یابد، به طوری که نقش دانشگاهیان و حوزویان برای پاسخ‌گویی به این برداشت‌های انحرافی را صدچندان کرده است. منشأ برداشت‌های انحرافی، کوتاه‌فکری و عدم بصیرت کافی نسبت به دین، انحرافات اخلاقی و انحرافات سیاسی است. گاهی هم توهم این‌که امام زمان علیه السلام کارها را به وسیله اکراه و اجبار یا فقط از طریق معجزه انجام می‌دهد، پس نیاز به مقدمات و زمینه‌سازی نیست؛ یا توهم این‌که غیر از امام زمان علیه السلام هیچ کس نمی‌تواند همه فسادها و تباهی‌ها را به صورت کامل برچیند و تمامی خیرها و صلاح‌ها را در همه ابعاد و زمینه‌ها حاکم سازد؛ پس کاری از دیگران بر نمی‌آید منشأ این برداشت‌ها می‌شود که همه این انحرافات رسالت این دو دستگاه را سخت‌تر می‌سازد.

## سؤال اساسی

اولین سؤال این است که حوزه و دانشگاه تا چه اندازه می‌توانند در زمینه‌سازی فرهنگ مهدویت موفق عمل کنند؟ و دومین سؤال این‌که رسانه‌های پست مدرن در این دستگاه‌ها چه کمکی برای ایجاد جامعه مهدوی می‌توانند داشته باشد؟ برای پاسخ به این سؤال‌ها محقق، ابتدا مطالعه‌ای در بررسی ابعاد فرهنگی این دو

دستگاه و کارکردهای فرهنگی آن‌ها در وضعیت فعلی پرداخته، سپس بر اساس کم و کیف این امر نقش آن‌ها را روشن ساخته و راهکارهایی را که با استفاده از رسانه‌های پست مدرن می‌توانند در زمینه‌سازی فرهنگ مهدویت مؤثر واقع شوند، بررسی کرده است.

## مفاهیم نظری

### الف) زمینه‌سازی و ابعاد آن

مقدمه‌چینی، آماده ساختن استعداد و تهیۀ مقدمات برای منظوری را زمینه‌سازی گویند. (دهخدا، لغت‌نامه الکترونیکی) در روایات اسلامی، مطالب بسیاری در مورد انتظار و فرج آمده و به منزله بهترین اعمال معرفی گردیده است. رسول اکرم ﷺ می‌فرماید:

#### افضل العبادۃ انتظار الفرج؛

بهترین عبادت، انتظار فرج است.

عده‌ای انتظار فرج را به این معنا دانسته‌اند که جامعه باید به حال خود رها شود و نباید به فساد آن توجهی نشان داد تا زمینه ظهور - که دنیایی پر از ظلم و فساد است - فراهم آید. عده‌ای فراتر از این عقیده معتقدند نه تنها نباید جلوی فساد و گناهان را گرفت، بلکه باید به آن‌ها دامن زد تا هرچه بیش‌تر زمینه ظهور حضرت ﷺ فراهم آید این‌ها مغلطه‌هایی هستند که تحت عنوان «زمینه‌سازی منفی» معرفی شده‌اند. این انتظار همواره مورد سرزنش قرار گرفته است؛ چراکه منجر به تعطیل شدن حدود و مقررات اسلامی گشته و با موازین اسلامی و قرآنی سازگاری ندارد. (محمدی ری شهری، ۱۳۷۲: ۲۸۵)

برخی دیگر با تمسک به بعضی روایات، مانند «هر علم و پرچمی قبل از ظهور قائم، باطل است»، هرگونه زمینه‌سازی و تشکیل حکومت را باطل و برخلاف اسلام می‌دانند و آن را در راستای بسته شدن باب مهدویت برشمرده‌اند. از این جمله

می‌توان به انجمن حجتیه اشاره نمود که به وسیله شیخ محمود ذاکرزاده تولایی، معروف به شیخ محمود حلبی (۱۲۷۹ - ۱۳۷۶ق) تأسیس شد و پس از انقلاب اسلامی نیز به دلیل تضاد افکار آنان با انقلاب اسلامی، نه تنها با آن همکاری نکردند، بلکه در مواردی با آن مقابله نیز می‌کردند. این گروه هیچ مسئولیتی را متوجه مردم نمی‌دانند، بلکه تنها، دعا را برای ظهور حجت، لازم می‌دانند. (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۲۱، ۱۳ - ۱۴)

اما «زمینه‌سازی مثبت» را باید در معنای «انتظار سازنده» جست‌وجو نمود. انتظار سازنده، همان انتظار راستینی است که به عنوان «افضیلت‌ترین عبادت» یاد شده است. (سلیمیان، ۱۳۸۳: ۶۰) در طول یازده سده غیبت کبری امام عصر<sup>علیه السلام</sup>، درخشان‌ترین چهره‌ای که به این «انتظار سازنده و زمینه‌سازی مثبت» جلوه خاص بخشیده است، حضرت امام خمینی<sup>علیه السلام</sup> بوده که با طرح اندیشه حکومت اسلامی در عصر غیبت، به «انتظار»، معنا و مفهوم تازه‌ای بخشید. ایشان ضمن مقابله با دیدگاه‌هایی که انتظار را «تن دادن به وضع موجود» می‌دانستند، فرمودند:

انتظار فرج، انتظار قدرت اسلام است و ما باید کوشش کنیم تا قدرت اسلام در عالم تحقق پیدا کند و مقدمات ظهور، ان شاء الله تهیه شود. (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۷، ۲۵۵)

بنابراین، انتظار به معنای «فراهم آوردن زمینه‌های ظهور، ظلم‌ستیزی به مقدار توان و آمادگی برای ظهور حضرت» (مطهری، ۱۳۷۱: ۶۱) است، این زمینه‌سازی به مثابه ضرورت اسلام و قرآن مطرح، و وظیفه تمام مسلمین است؛ سوای آن باید گفت که حوزویان و دانشگاهیان در این زمینه‌سازی باید نقش اساسی داشته باشند.

#### ب) فرهنگ و مفهوم آن

فرهنگ (Culture) عبارت است از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، عقاید، هنجارها،

آداب و رسوم، زبان و میراث فرهنگی و تاریخی یک جامعه که از پیشینیان به ارث رسیده است. (خدیوی، ۱۳۸۶: ۲۶۴) یا این که فرهنگ عبارت است از مجموعه‌ای از ارزش‌ها، دانش، هنر، عقاید، رسوم و سایر عادت‌های پذیرفته شده به وسیله مردم یک جامعه. (مک‌کورت و مالورتا، ۱۹۹۳) به هر حال فرهنگ یعنی مجموعه ارزش‌ها و معیارهای حاکم بر جامعه.

پژوهش‌گران مسائل فرهنگی، کاربرد فرهنگ را در دو زمینه بیان می‌کنند:

۱. فرهنگ درگسترده‌ترین معنا می‌تواند به فرآورده‌های تمدن پیچیده و پیشرفته اشاره داشته باشد که درچنین معنایی به چیزهایی مانند ادبیات، هنر، فلسفه، دانش و فن‌شناسی بازمی‌گردد.

۲. درزمینه دیگر فرهنگ ازسوی مردم‌شناسان و دیگرکسانی که انسان را بررسی می‌کنند به کارمی‌رود. دراین معنی به آفریده‌های اندیشه، عادات، اشیای عادی اشاره دارد که درپی انباشت آن‌ها سازگاری پیچیده‌ای بین انسان و محیط طبیعی وی پدید می‌آید. (رالستون، ۱۹۹۹)

با بررسی‌های زیادی که از فرهنگ‌های مختلف به عمل آمده، چنین به نظر می‌آید که به رغم تفاوت‌های موجود، همه فرهنگ‌ها دارای ویژگی‌هایی هستند. فردلوتانز (Feredlo Tans) شش ویژگی زیر را برای فرهنگ عنوان می‌کند:

۱. فهمیدنی است؛

۲. اشتراکی است؛

۳. ازیک نسل به نسل دیگرانتقال پذیراست؛

۴. نمادی است (استفاده ازیک چیز برای نشان دادن چیزدیگر)؛

۵. دارای الگوست (تغییردریک بخش به تغییرات دربخش دیگرمنجر می‌شود)؛

۶. تعدیل شدنی است.

با توجه به مفهوم فرهنگ و ویژگی‌های آن می‌توان نتیجه گرفت که رفتار انسان

اصولاً بر باورهای فرهنگی متکی است. باورهایی را فرهنگی می‌گوییم که به صورت نسبی در جامعه پذیرش زیادی دارند. منشأ این باورها متفاوت است. گاهی ریشه در شرایط تاریخی یا جغرافیایی یا مذهبی یا حوادث ویژه و یا در علم دارد. (هانرز، ۱۹۹۱؛ فایرت، ۱۹۹۲؛ فیاترستون، ۱۹۹۵) ولی آن چه مسلم است این است که بخش اعظمی از باورهای فرهنگی در قالب اصول اعتقادی ظاهر می‌شوند و یا همچنین می‌تواند از تعاملات انسانی ناشی گردند. البته باید خاطر نشان نمود بحث بسترسازی فرهنگ مهدویت آن هم در حوزه کاری نظام‌های آموزشی به ویژه حوزه و دانشگاه که نقشی تنیده - به گفته رهبر معظم انقلاب - در انقلاب فرهنگی کشور دارند ضرورت و اهمیت خاصی را می‌طلبد.

### ج) رسانه و مفهوم آن

کلمه رسانه (Media) به صورت‌های بسیاری تعریف شده است. مشهورترین و متداول‌ترین تعریف در فرهنگ معاصر به رسانه‌های انبوه ارتباطی از قبیل رادیو، تلویزیون، روزنامه و مجله اشاره دارد. اما مفهوم ایده‌آل برای تعریف رسانه یا وسیله به مثابه ابزاری است بین استفاده‌کننده و کاری که باید انجام شود، قرار می‌گیرد. (ذوفن و لطفی‌پور، ۱۳۸۵: ۱۵) رسانه، وسیله‌ای توانا برای آیینی کردن و آیینی کردن، روشی برای قداست بخشیدن است. (حسنی، ۱۳۸۵: ۱۹۴) در دنیای معاصر دین و رسانه جدایی ناپذیرند. به عبارت دیگر نه رسانه‌ها می‌توانند مفاهیم و مطالب دینی را انعکاس ندهند و نه دین می‌تواند در مقابل طرح اصول خود از طریق رسانه‌ها مقاومت کند. (هوور، ۲۰۰۶) در عصر حاضر هویت‌یابی و گرایش‌ها و تعصبات دینی تحت تأثیر حضور فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات است. فرهنگ و آداب و رسوم قومی و محلی دگرگون شده و حتی مفاهیم آزادی و کیفیت عمومی زندگی دچار تغییر و تحول شده است. (میرزارضی، ۱۳۸۶) رسانه‌ها در مسائل تربیتی با طراحی ابزارهایی که آن را در قالب متن، صوت، تصویر، فیلم می‌پردازد و با

ترسیم محیط مجازی و شبیه‌سازی شده و ابزارهای برقراری ارتباط همچون ایمیل، تله‌کنفرانس و کنفرانس‌های از راه دور به ارائه برنامه‌های تربیتی و پرورشی خود می‌پردازند. (کلاکی، ۱۳۸۵) آلوین تافلر (Tofler) معتقد است که ارتباطات به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای توسعه‌دهنده در موج سوم تمدنی بشر، موتوری محرک و راهی برای انتقال کالا، خدمات، نیروی کار، سرمایه و اطلاعات خواهد بود. (تافلر، ۱۳۷۰) یکی از راه‌های مهم کشف میزان حضور دین در جامعه اطلاعاتی، فرآیند انعکاس مطالب دینی در مطبوعات و رسانه‌هاست؛ زیرا رسانه‌ها نماد جامعه اطلاعاتی هستند. (محمدی، ۱۳۸۴: ۱۹۲) رسانه‌ها می‌توانند به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای تقویت جهان‌گستری با استفاده از مایه و آموزه‌های دینی در قالب نیازهای هزاره جهانی بازتعریف و تجدید ساختار ایجاد کنند. (رضایی زارچی، ۱۳۸۵) در کل می‌توان ادعا نمود که رسانه‌ها معناهای خاص فرهنگی و ارزش‌های اجتماعی - دینی به وجود می‌آورند، چنان‌که آن معناها و ارزش‌ها بر کلیه رفتارهای افراد جامعه مسلط می‌شوند و طرح مباحث فرهنگ مهدویت نیز از این امر مستثنی نیست.

#### د) فرهنگ مهدویت و اهمیت آن

از آن‌جا که مهدویت، جلوه‌گاه همه نیکی‌ها و زیبایی‌ها و رمز پیروزی و استمرار حق و عدالت است، این اعتقاد از توانمندترین عوامل رشد و بالندگی یک جامعه است که آن را از غلتیدن در فسادها و تباهی‌ها حفظ می‌کند. به هر حال زنده ماندن، بالندگی و بقای اسلام و شیعه در گرو این حقیقت بزرگ است. از سوی دیگر، اهمیت و جایگاه والای فرهنگ مهدویت در آینده تاریخ و اهمیت حکومت جهانی حضرت مهدی علیه السلام به عنوان تنها معارض در برابر جهانی‌سازی، دشمن را به گونه‌ای خیلی جدی به صحنه نبرد و مبارزه کشانده است. در همین راستا صهیونیست‌های مهدی‌ستیز با همدستان خود با تهیه ده‌ها

فیلم و نمایش نامه، آهنگ و سی‌دی‌های گوناگون تلاش کرده‌اند تا چهره حضرت مهدی علیه السلام را تخریب کنند و چهره‌ای بسیار خشن، مخرب و وحشت‌زا از آن حضرت ارائه دهند. آنان با برنامه‌ریزی بسیار دقیق بر اساس مبانی روان‌شناختی و جامعه‌شناختی برای ۲۰۰ سال آینده طرحی منسجم، اصولی و حساب شده و منطبق با مراحل مختلف رشد و ادبیات خاص هر دوره دارند. فعالیت‌های آنان از چنان گستردگی در جهان برخوردار است که حتی کشورهای اسلامی از جمله کشور اسلامی ما هم از این تهاجمات مصون نمانده است. (بلخاری، ۱۳۸۰)

به هر حال تبیین و گسترش فرهنگ مهدویت بسیار مهم و زمان‌براست. تربیت مهدوی در نظام‌های آموزشی برای رسیدن به این هدف والا شروع شده، اما به دو عامل برنامه‌ریزی و آسیب‌شناسی فرهنگی به‌ویژه در سطح حوزه و دانشگاه نیاز است. از سوی دیگر، اهمیت، اولویت و ضرورت انکارناشدنی تبیین و ترویج فرهنگ مهدویت در نظام دینی، ضرورت توجه به بحث را دوچندان می‌کند. همچنین باور به حقانیت بحث و رویکرد جدی نسل دانشجو و جوانان برای پذیرش باورهای مهدوی و گرایش به آن، همه دست اندرکاران را وامی‌دارد تا برای افزایش ثمربخشی این فرآیند و نهادینه‌سازی فرهنگ مهدویت و یافتن راهکارهای مناسب بر تلاش خود بیافزایند.

باید این نکته مهم را نیز یادآور شد که دست‌اندرکاران امر فرهنگ مهدویت با وجود تلاش زیاد برای تبیین و ترویج این فرهنگ، با ناکامی‌ها و بن‌بست‌های بسیار زیادی نیز روبه‌رو بوده‌اند. البته بسیاری از این ناکامی‌ها به کج‌روی و کج‌اندیشی‌هایی که در این حوزه توسط برخی از مروجان این فرهنگ صورت گرفته است برمی‌گردد. از این‌رو جا دارد که به شناخت این کج‌روی‌ها و کج‌اندیشی‌ها پرداخته شود. به بیان دیگر باید به پیرایش و تهذیب مفاهیم و مصادیقی که تاکنون وارد این فرهنگ شده است پرداخت. در غیر این صورت هرگونه برنامه‌ریزی برای نهادینه‌سازی این فرهنگ، بی‌نتیجه خواهد بود.

در اهمیت این مسئله همین بس که مولای متقیان حضرت علی علیه السلام می فرماید:

المصيبة بالدين اعظم المصائب؛ (سیدکلان، ۱۳۸۸ به نقل از: غرزالحکم، ۳۶۴)  
بزرگ‌ترین مصیبت، آفت در دین است.

آری، وقتی دین‌داری فرد دچار آفت شود، این بزرگ‌ترین مصیبت است. دانشگاه‌های ما باید پالایشی برای زدودن این آفت‌ها باشند، تا نسل دانشجو با فرهنگ اصیل مهدویت آشنا شود.

#### ه) ابعاد فرهنگی حوزه‌های علمیه و کارکرد آن‌ها

طرح مباحثی همچون انتظار و آرمان ظهور منجی برای نجات بشریت در همه ادیان و مذاهب برای انسان‌ها نوعی امیدواری به آینده ایجاد کرده است. در اسلام نیز که دین خاتم است، این انتظار روشن‌تر بوده و در شیعه نیز در قیاس با سایر فرق اسلامی از شفافیت بیش‌تری برخوردار است؛ زیرا بسیاری از ویژگی‌های آن مصلح و منتظران او، از قبل توسط پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و امامان معصوم علیهم السلام مشخص شده و در روایات نیز با تشویق مردم به انتظار فرج، آن را به منزله بهترین اعمال معرفی نموده‌اند. (آصفی، ۱۳۸۱) همچنین با شکل‌گیری دوران غیبت امام زمان علیه السلام، حالت انتظار و فرج به صورت محسوس در میان شیعیان ایجاد شد و «بدین‌سان فراروی شیعه گفتمانی شکل می‌گیرد که در آن همواره منتظر ظهور امام علیه السلام هستند به طوری که بی‌توجهی و عدم معرفت امام عصر علیه السلام مرز بین اسلام و جاهلیت معرفی شده است» (آقابخشی و افشاری‌راد، ۱۳۸۳) و از آن‌جا که ایران، به لحاظ مرجعیت شیعه سهم مهمی را در این مبحث دارد؛ زمینه‌سازی ظهور در حوزه‌های علمیه با ابعاد فرهنگی گسترده نقش روشن‌تری را می‌طلبد.

پیروزی انقلاب اسلامی با رویکرد به معنویت، احیای دین و دین‌گرایی، در دنیایی که با رشد سریع تفکرات الحادی (عرفان‌های کاذب و فرقه‌های نوظهور)، خداگریزی، انسان‌محوری و گرایش برخی کشورهای جهان به نظام فکری - سیاسی



سکولار حاکم بود، نه تنها توانست گفتمان دینی در ایران را تغییر دهد، بلکه شرایط جدیدی را به وجود آورده که حاکی از ورود جهان به دوره‌ای متفاوت از ادوار گذشته و عصری با ویژگی‌های ممتاز دینی و معنوی است. (سیدکلان، ۱۳۸۹) در این راستا نقش حوزه علمیّه بیان‌گر این واقعیت است که فرهنگ مهدویت را در راستای زمینه‌سازی و تحقق اهداف انقلاب جهانی تعقیب نموده و به منظور استقرار نظام سیاسی اسلام و تحقق آموزه‌های متعالی اسلام در عرصه‌های مختلف و بنا نهادن ساختارهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی نوین در چارچوب ارزش‌ها و احکام اسلامی کار خاصی را انجام دهد. با توجه به این رسالت خطیر در حوزه فرهنگ، نقش حوزه‌های علمیّه به عنوان خط مقدم جبهه فرهنگی و پرورشگاه اسلام‌شناسان فقیه و مجتهد روشن می‌شود. از این رو حوزه‌های علمیّه و کارشناسان خبره اسلام‌شناس باید در این امر اهتمام ویژه‌ای را به کار گیرند و با برنامه‌ریزی صحیح، تعیین استراتژی فرهنگی و ارائه راهبردها و راهکارهای قرآنی و دینی در روند فرهنگ‌سازی جامعه پیش از پیش ایفای نقش نمایند.

مهم‌ترین ابعاد فرهنگی و کارکردهای برجسته و اساسی که حوزه‌های علمیّه می‌توانند در این راستا عمل نمایند مطابق فرمایش مقام معظم رهبری عبارت خواهد بود از:

۱. استنباط و استخراج اصول فرهنگی اسلام؛
۲. تبیین شاخصه‌های فرهنگ فطری مبتنی بر سعادت دنیا و آخرت؛
۳. تبیین راهکارها و راهبردهای متناسب با فرهنگ فطری اسلام؛
۴. تبیین معیارهای لازم در اولویت‌سنجی و اهم و مهم نمودن مسائل فرهنگی کشور؛
۵. حضور عملی در عرصه‌های فرهنگی کشور و جهان؛
۶. نظارت بر عملکرد فرهنگی دولت و نهادهای مسئول.

## و) ابعاد فرهنگی دانشگاه‌ها و کارکرد آن‌ها

از آن جا که انجام فعالیت‌های فرهنگی نظیر آموزش، تبلیغ، تولید و ترویج محصولات فرهنگی (کتاب، نشریات، فیلم و...) و همچنین اداره مراکز فرهنگی (مانند سینما، تئاتر، کتاب‌خانه، فرهنگ‌سرا) به طور کلی به عهده شهرداری‌ها، نهادهای فرهنگی غیردولتی، صدا و سیما، دانشگاه‌ها، مدارس و مساجد است، بدیهی است که حمایت از این‌گونه فعالیت‌ها در مناطق محروم به عهده اداره فرهنگ و ارشاد اسلامی استان باشد. به این ترتیب با توجه به مطالب یاد شده، می‌توانیم بگوییم که اساسی‌ترین چالش‌های فرهنگی کشور شامل، فقدان مدل استراتژیک کلان توسعه فرهنگی، ابهام در امکان و ضرورت دخالت دولت در امر فرهنگ، فقدان روزآمدی در اندیشه‌ها و نیازها، توازی‌گرایی ساختاری - نهادی در فعالیت‌های فرهنگی، ضعف سازوکارهای مدیریت فرهنگی کشور، فقدان برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری استراتژیک و فقدان رویکردهای مناسب برای آموزش ارزش‌های فرهنگی است. (حسینی، ۱۳۸۴) همه ما اعتقاد داریم که دانشگاه‌ها، بسترهای فرهنگی جامعه خویشند. دانشگاه، سرچشمه تراوش اندیشه‌های ناب و مریز تولید علم، اندیشه و فرهنگ است. از این رو می‌تواند نقش اساسی و محوری را در خودباوری فرهنگی جامعه ایفا نماید.

شهید آیت‌الله بهشتی در این باره ضمن تأیید بر خودباوری دانشجویان، معتقد است:

دانشجو باید به صورتی عضو خیلی به درد بخور، جامعه خودش را بسازد، ... دانشجو باید بکوشد ببیند جامعه چه می‌خواهد؟ چه نیازی دارد؟ خودش را برای تأمین یکی از نیازها و ایفای یکی از نقش‌های مورد حاجت جامعه آماده کند. دانشجوی رسالتش این است که در برابر دردهای جامعه برای همیشه حساس بماند. (بهشتی، ۱۳۸۰: ۱۸۵ و ۱۸۸)

امام خمینی علیه السلام نیز در این زمینه معتقد به خوداتکایی و خودباوری دانشگاه‌ها بوده و این امر را تنها از طریق استقلال فکری و فرهنگی دانشگاه‌ها و عدم اتکا و

وابستگی به شرق و غرب می‌داند. ایشان می‌فرماید:

ما می‌خواهیم یک دانشگاهی داشته باشیم در خدمت خود ملت، در خدمت خود ایران، نه دانشگاهی داشته باشیم که در شعار این باشد که ما می‌خواهیم ایران متمدن آباد داشته باشیم و روبه دروازه تمدن برویم و وقتی که واقعش را دیدیم و دیدید، از همه جهات وابسته بودیم. با دانشگاهی که ما را وابسته به خارج بیند، هر خارجی می‌خواهد باشد، ما با آن دانشگاه از اساس مخالفیم. ما دانشگاهی می‌خواهیم که ما را از وابستگی‌ها بیرون بیاورد، ما را مستقل کند، تمام کشور ما را مستقل کند و از وابستگی‌ها خارج کند. ما می‌خواهیم یک دانشگاه و یک کشوری داشته باشیم که این وابستگی مغزی ما را که مقدم و خطرناک‌تر از همه وابستگی‌هاست نجات بدهد. (خمینی، ۱۳۶۱: ج ۱۴، ۲۳۴)

باید تصدیق کنیم که تعلیم و تربیت سیری است که باید با معنا و مقصود ترکیب گردد و گداخته شود و هر فردی باید ایمان و اعتقاداتی داشته باشد، و آرزومند باشد که به ارزش‌هایی که به او مایه و غذای حیاتی داده است و برای او امکانات تحصیلی و آزادی فراهم کرده، خدمت کند. (سعیدی، ۱۳۷۰: ۲۵۷)

اهمیت تعلیم و تربیت، به خصوص در دانشگاه‌ها برای رسیدن به خودباوری فرهنگی و جلوگیری از خودباختگی فرهنگی به حدی است که راینفلر امریکایی در این باره می‌گوید:

محصلان در زندگی خودشان طالب معنا هستند، اگر عصر و فرهنگ و رهبران‌شان نتوانند معانی مهم و بلند در زمینه‌های عینی و تحقیقی بزرگ و مهم و خرسندی‌هایی که سبب اطمینان خاطر باشد بر آنان عرضه دارند، به ناچار با معانی و مقاصد بی‌اهمیت و بیهوده، و کم‌ارجی مأنوس خواهند شد. و ملتی که بدون هدف زندگی کند و اجازه دهد جست‌وجوی معنا در زندگیش با تجربیات ناچیز و آزمایش‌های بی‌ارزش ارضاء شود، طبعاً وضعی به خود خواهد گرفت که از معانی دیگری از قبیل تحریک مذهبی، ارزش‌های اخلاقی، اندیشه‌های اجتماعی، مسئولیت مدنی و موازین عالی خودشناسی یا تحقق شخصیت ذاتی متأثر نشود. این نقیصه‌ها کمبودی است که بار مسئولیت آن بر دوش

### ز رسانه‌های پست مدرن و اما و اگرها...

جامعه اطلاعاتی (Investigating the Information Society)، نوع جدیدی از جامعه انسانی و کاملاً متفاوت از جامعه صنعتی را شکل می‌دهد. از ویژگی‌های جامعه اطلاعاتی می‌توان به گسترش کار ذهنی، رایانه، دانایی، شبکه‌های اطلاع‌رسانی، فضای اطلاعاتی، اقتصاد همکنشی (تولید عام و استفاده مشترک)، اجتماعات خودمختار، رضایت ملی، دادخواهی، تجاوز به حریم خصوصی، ارزش زمان، خودانضباطی، مشارکت اجتماعی، جهانی شدن و... اشاره کرد. (ماسودا، ۱۳۸۴: ۱۲)

توسعه رسانه‌های جدید ارتباطی، به شکلی اجتناب‌ناپذیر با شیوه‌های جدید نظریه‌پردازی توأم است. جامعه اطلاعاتی با همگرایی رسانه‌ها رشدی بی‌سابقه داشته است. از این رو، ون دایک (Van Daik, 1999) چنین استدلال می‌کند که مهم‌ترین تغییر ساختاری که بر رسانه‌های جدید تأثیر نهاده است، همگرایی مخابرات، ارتباطات داده‌ای و رسانه‌های قدیم و جدید بوده است و ما شاهد دیجیتالی شدن اطلاعات هستیم. جامعه اطلاعاتی به مثابه درک جهان معاصر و آینده نزدیک و به عنوان یک آرمان و انگاره اجتماعی مبتنی بر تحلیل فرآیندها و در خدمت درک و برنامه‌ریزی استراتژیک است. می‌توان گفت رسانه‌ها نماد جامعه اطلاعاتی هستند. البته باید گفت جامعه اطلاعاتی در سایه رشد و شکوفایی فن‌آوری اطلاعاتی و قبل از رسانه‌ها شکل گرفته است. یکی از راه‌های مهم کشف میزان حضور دین در جامعه اطلاعاتی، فرآیند انعکاس دین در رسانه‌هاست. (محمدی، ۱۳۸۴: ۱۹۲)

پست مدرنیسم در همزیستی و انطباق با عصر رسانه‌هاست. رسانه‌ها از بسیاری جهات ویژگی شاخص و تعیین‌کننده پست مدرنیسم هستند. رسانه‌ها همواره و به طرق مختلف سبب سرگرمی، آموزش، تربیت و حتی انحراف و گمراهی هستند.

امروزه ماهیت و تأثیر رسانه‌ها به عنوان یک جریان اساسی، برای درک قدرت و سلطه پذیرفته شده است. تأکیدی که پست مدرنیست‌ها نسبت به تقدم و اولویت تصورات، استعارات، رونوشت‌ها و نمادها در شکل‌گیری حقیقت دارند، در واقع تأییدی بر همین مطلب است. (فرم‌هینی فراهانی، ۱۳۸۳: ۲۴) رسانه‌ها با جامعه اطلاعاتی و ویژگی‌های آن خود را هماهنگ کرده‌اند. بر فرض، اگر کسی تلویزیون نداشته باشد، از جامعه خارج می‌شود، آرزوها و رؤیاهایش تهی می‌شوند، این از خصوصیات رسانه دوران جامعه اطلاعاتی است. (باربرو، ۱۳۸۲) از این رو رسانه پست مدرن با ارائه داستان‌ها، پخش فیلم، سخنرانی و... از داستان‌های تربیتی به روشی که مخاطبان دوست دارند خود را در آن قالب ببیند استفاده کرده و بی‌هیچ مقاومتی به ارائه پیام خود می‌پردازد. (شاه‌محمدی، ۱۳۸۵) این رسانه با پخش برنامه‌های مفید و مفرح هم فراگیر را سرگرم کرده و هم به «آموزش پنهان» او می‌پردازد.

## روش‌شناسی

پژوهش حاضر، از نوع تحقیقات بنیادی، نظری است؛ زیرا داده‌ها و مواد اولیه تحلیل به روش کتاب‌خانه‌ای گردآوری شده است. و براساس ماهیت و روش از نوع توصیفی بوده؛ زیرا به دنبال چگونه بودن موضوع و این‌که تئوری‌سازی بحث مهدویت بر اساس زمینه‌سازی آن در نظام‌های آموزشی حوزه و دانشگاه است. مبنا و معیار تجزیه و تحلیل در این پژوهش، استفاده از استدلال قیاسی و استقرایی، تشخیص تفاوت و تمایز و مقایسه که همگی به کمک تعقل، منطق و استدلال صورت می‌پذیرد است.

## یافته‌ها

در ارتباط با نقش حوزه و دانشگاه که هر کدام سهم بسزایی در شناساندن فرهنگ مهدویت به جامعه جهانی و اطلاعاتی دارند، باید گفت که همکاری‌هایی

که در نتیجه تلاش این دو نظام آموزشی می‌تواند حاصل شود می‌تواند به راهکارهای فرهنگی مؤثر بیانجامد که در زیر به چندی از آن‌ها اشاره می‌گردد و از آن‌جا که همکاری‌های این دستگاه‌ها با استفاده از نفوذ رسانه‌ها بهترین کارکرد فرهنگی را تبلور خواهد ساخت؛ راهکارهای رسانه‌ای زیر می‌تواند بیش‌ترین اثربخشی را داشته باشد.

در عصر حاضر رسانه باید بکوشد با تمرین دادن انسان برای یک زندگی مشترک جهانی با هم‌نوعان خود، او را به سوی ارزش‌ها و اخلاقیاتی سوق دهد که کلی و جهان‌شمول باشد تا انسان، جزمی و تک‌بعدی بار نیاید، دارای حس همدلی و همیاری بالایی باشد و توانایی تحمل دیگران و معاشرت آن‌ها را داشته باشد. از این‌رو استفاده از رسانه‌های پست مدرن در جامعه اسلامی، کارکردهایی فرهنگی مهمی در حوزه فرهنگ مهدویت می‌تواند داشته باشد.

#### **الف) گسترش و نفوذ فرهنگ انتظار در جامعه دانشگاهی**

دانشگاهیان و حوزویان می‌توانند با استفاده از رسانه‌های پست مدرن، فرهنگ انتظار را در تلاش برای جلب و جذب مخاطبان جدید، تعمیق باورهای مؤمنان، گسترش قلمرو و نفوذ به عرصه‌ها و ساحت‌های گوناگون حیات فردی و اجتماعی در کارکردهای فرهنگی خود، عملی سازند و با ویژگی‌هایی که این رسانه‌ها دارند این نفوذ در جامعه اطلاعاتی روز به روز می‌تواند خود را توسعه دهد.

#### **ب) گفت‌وگو دینی با همکاری دو جانبه**

رسانه و فن‌آوری‌های نوین با توجه به خصیصه گفت‌وگو و در اختیار داشتن فرارسانه‌هایی چون رایانه، اینترنت، ماهواره‌ها و سایر رسانه‌های دیجیتال نوین در فرآیند تربیت، می‌تواند منجر به نهادینه کردن فرهنگ مهدویت شود. به طوری که با استفاده از این امکانات، محیط چندرسانه‌ای (مولتی مدیا) را ایجاد کرده و با ترکیب انواع نوشته و متن، صدا، تصویر و... محیط معنوی مناسب و ایده‌آل را پدید

آورند و در این گفتمان، با گفت‌وگو (دیالوگ) و تبادل آرا و مذاکره از طریق رسانه‌ها، زمینه تجربه دینی و تربیت مهدوی میسر می‌شود. در چنین دنیای بدون «مرز» امکان گفت‌وگوی فرهنگ‌ها و گفتمان‌ها بیش‌تر فراهم شده و اجزا و عناصر مختلف فرهنگی به صورت گریزناپذیر، با هم برخورد می‌کنند و در کنار یکدیگر قرار می‌گیرند، و دنیای بسته، باز شده و سبب شکوفایی فرهنگ مهدوی می‌شود.

### ج) تبلیغ هرچه بیش‌تر دین و دین‌داری در آخرالزمان

اشتهای دین‌داران برای تبلیغ آموزه‌های مذهبی خویش و عرضه آن به سایرین، به‌ویژه در چرخه رقابت میان ادیان برای ورود به قلمرو استحفاظی یکدیگر، معمولاً آن‌چنان زیاد است که در ترغیب ایشان به استفاده هرچه بیش‌تر و بهتر از آخرین فن‌آوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی کم‌ترین تردیدی باقی نمی‌گذارد. حوزه و دانشگاه با همکاری هم می‌توانند با استدلال‌های فرامنطقی بیش‌ترین تأثیر را در ابعاد مختلف فرهنگ مهدویت داشته باشند.

### د) تبلیغ ویژگی انسان منتظر با قرائت‌های منکثر

دستیابی گسترده منتظران و علاقه‌مندان مهدویت به رسانه‌های گوناگون که دارای قابلیت‌ها و ظرفیت‌های متنوع هستند، امکانات وسیع و روزافزونی را برای نشر پیام مهدویت با قرائت‌ها و روایت‌های گوناگون اعم از رسمی و غیررسمی متناسب با نیازها و تقاضای مخاطبان فراهم ساخته است. برخی رسانه‌ها همچون اینترنت، به تریبونی همگانی برای مبلغان و سخن‌گویان مختلف تبدیل شده و هر کس با توجه به علائق حرفه‌ای و تشخیص خویش از این ظرفیت عظیم برای تبلیغ اندیشه‌ها و برداشت‌های دینی خود استفاده می‌کند.

### ه) بازتولید پیام‌های مهدوی در قالب‌های جدید

از نگاه برخی، رسانه را باید به عنوان یک فضای جدید یعنی جایگاه و مکانی

ویژه که خلق یک متن جدید را در خود می‌پروراند، ملاحظه کرد؛ جایگاهی مسلماً متفاوت و گاه نوین که نمادهای جدید تقدس را با ظرفیت‌ها و معانی جدید می‌آفریند. این فضا در توجه خاص حوزه و دانشگاه، سبک‌های جدیدی را برای ارائه و نمایش آن تعریف می‌نماید. در واقع، کار رسانه، ایجاد و خلق یک متن جدید در فضای جدید بر آحاد جامعه منتظر محسوب می‌گردد که متخصصین در این دو دستگاه می‌توانند با همکاری یکدیگر زمینه و بستر بازتولید مفاهیم مهدویت را در قالب‌های جدید فراهم سازند.

### و) تقویت روح جمعی در بین دانشگاهیان و حوزویان

وفاق حاصل از همکاری این دو دستگاه در زمینه‌سازی فرهنگ مهدویت از طریق رسانه‌های فراملّی و فرامنطقه‌ای همچون ماهواره‌ها و اینترنت می‌تواند وجدان جمعی و احساس تعلق مشترک مؤمنان ساکن در مناطق گوناگون و پراکنده در گوشه و کنار جهان را تقویت کرده و به بازیابی هویت دینی آن‌ها کمک کند. افزون بر این، وحدت و پیوستگی آن‌ها بر پایه اصول مذهبی مشترک به رغم فاصله‌های مرئی و نامرئی می‌تواند امکان تأثیرگذاری بر فرآیندهای موجود جامعه جهانی را افزایش دهد تا دست دشمنان اسلام را نیز از توطئه‌ها و سوءاستفاده‌ها بازدارد.

### ز) ایجاد زمینه‌سازی برای احساسات معنوی

انتظار نوعی احساس و دریافت شهودی است که تحت تأثیر ارتباط و جذب مستمر پیام‌های قدسی، تجربه حضور در مکان‌ها و زمان‌های خاص و مشارکت فعال در انجام اعمال عبادی و معنوی برای مؤمنان حاصل می‌شود. زمینه‌سازی نمایش‌های معنوی در حوزه و دانشگاه در ایجاد و تشدید همنوایی و همدلی مخاطبان نقش محوری دارد.



## ح) بسترسازی برای ایجاد تحول روحی

فیلم و برنامه‌های نمایشی در زمینه مهدویت در صورت بهره‌گیری از جاذبه‌های معنوی و عرفانی، پردازش‌های رسانه‌ای مناسب و پخش در اوقات ویژه، قدرت زیادی برای ایجاد تکانه‌های روانی مثبت و زمینه‌سازی برای تحول روحی در افراد دارد. به بیان دیگر، فیلم و سایر رسانه‌ها افراد را وارد مرحله آستانه‌ای می‌کنند که طی آن از زندگی روزمره خود فاصله گرفته و برای تحول آمادگی می‌یابند. این امر سبب می‌شود تا مراسم عبادی در جامعه نه نقش محافظه‌کارانه، بلکه نقش خلاق ایفا نماید که بسترسازی یک فرهنگ آن هم در قالب رسانه‌ای جامعه را متحول می‌سازد.

## ط) اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی از مشترکات ادیان گوناگون

با وجود رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی نظیر ماهواره، اینترنت، و... افراد در جوامع مختلف بیش‌تر از هر زمان دیگری توانسته‌اند درباره دین‌ها و فرهنگ‌های مختلف آگاهی بیابند و افق دید پیروان یک دین نسبت به وضعیت سایر ادیان را بسط داده و بالطبع در افزایش واقع‌بینی آن‌ها از یکدیگر و کاهش پیش‌داوری‌های تعصب‌آلود مؤثر خواهد بود. رسانه‌ها می‌توانند به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای تقویت جهان‌گستری با استفاده از مایه و آموزه‌های دینی در قالب نیازهای هزاره جهانی بازتعریف و تجدید ساختار ایجاد کنند. بنابراین نقش حوزه و دانشگاه در اطلاع‌رسانی منجی که از مشترکات ادیان توحیدی محسوب می‌شود باید ملموس باشد؛ چراکه یکی از آثار عصر اطلاعات، آسان‌تر شدن دست‌یابی به اطلاعاتی درباره تعالیم، آموزه‌ها و فعالیت‌های سایر مذاهب است. حتی کسانی که از تربیت تخصصی برخوردار نیستند، می‌توانند به آسانی به چنین اطلاعاتی دسترسی پیدا کنند.

## نتیجه

رسانه‌ها بنا به دلایل بازتابی آن‌ها و خودآگاهی و تأثیرگذاری در مردم مورد

حمایت اکثر دولت‌ها در دنیا قرار می‌گیرند. و از آن‌جا که زمینه‌سازی انتظار، نیازمند فرهنگ‌سازی و تعامل متقابل بین همهٔ بخش‌های جامعه را دارد نقش دانشگاه و حوزه در این بین از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. بدین لحاظ، فرهنگ‌سازی آن هم به کمک رسانه‌های پست‌مدرن، کاری است که نیاز به سرمایه‌گذاری در ابعاد مختلف مادی و معنوی در سراسر کشور دارد و برای این منظور باید راهبردهای مشخص و روشنی را تعریف و الگوهای مناسبی را طراحی نمود. بنابراین، آن‌چه با استفاده از رویکرد رسانهٔ پست‌مدرن در تبیین زمینه‌سازی فرهنگ مهدویت با همکاری دوجانبه حوزه و دانشگاه به وقوع خواهد پیوست می‌توان به مفاهیم زیر اشاره کرد که درخور توجه است.

- گسترش و نفوذ فرهنگ انتظار در جامعهٔ دانشگاهی؛

- گفتمان دینی با همکاری دوجانبه؛

- تبلیغ هرچه بیش‌ترین و دین‌داری در آخرالزمان؛

- تبلیغ ویژگی انسان منتظر با قرائت‌های متکثر؛

- بازتولید پیام‌های مهدوی در قالب‌های جدید؛

- تقویت روح جمعی در بین دانشگاهیان و حوزویان؛

- ایجاد زمینه‌سازی برای احساسات معنوی؛

- بسترسازی برای ایجاد تحول روحی؛

- اطلاع‌رسانی و اطلاع‌یابی از مشترکات ادیان گوناگون.

نقش حوزه و دانشگاه به عنوان دوروی سکه، برای پاسخ‌گویی به برداشت‌های انحرافی که کج‌فهمان و دشمنان اسلام آن را دوچندان می‌نمایند کاری پسندیده است که توجه به این امر باید در اولویت قرار گیرد.

## منابع

۱. آصفی، محمد مهدی، «انتظار پویا»، ترجمه: تقی متقی، فصل نامه علمی تخصصی *انتظار*، ش ۶، سال دوم، زمستان ۱۳۸۱ ش.
۲. آقابخشی، علی؛ افشاری زاد، مینو، *فرهنگ علوم سیاسی*، تهران، انتشارات چاپار، ۱۳۸۳ ش.
۳. باربرو، جیزس مارتین، *رسانه های گروهی به مثابه جایگاه مقدس سازی دوباره فرهنگ های معاصر، بازاندیشی درباره رسانه، دین و فرهنگ*، ترجمه: مسعود آریایی نیا، تهران، انتشارات سروش، ۱۳۸۲ ش.
۴. بلخاری قهی، حسن، *تهاجم یا تفاوت فرهنگی*، تهران، انتشارات حسن افرا، ۱۳۷۹ ش.
۵. \_\_\_\_\_، «هالیوود و مهدویت»، *مجله علوم سیاسی بازنتاب اندیشه*، ش ۱۵، خرداد ۱۳۸۰ ش.
۶. تافلر، آلون، *جابه جایی در قدرت*، ترجمه: شهیندخت خوارزمی، تهران، انتشارات خوارزمی، ۱۳۷۰ ش.
۷. حسنی، محمد، *فرهنگ و رسانه های نوین*، قم، انتشارات مرکز پژوهش های اسلامی صدا و سیما و دفتر عقل، ۱۳۸۵ ش.
۸. حسینی، سیداحمد، *طرح ساماندهی فعالیت های فرهنگی دستگاه ها و نهادهای دولتی فرهنگی*، تهران، دبیرخانه شورای فرهنگی، ۱۳۸۴ ش.
۹. حسینی بهشتی، محمد، *گفتارها (۵)*، تهران، انتشارات روزنامه جمهوری اسلامی، ۱۳۸۰ ش.
۱۰. خان محمدی، کریم، «جامعه اطلاعاتی و دین»، فصل نامه *رسانه*، سال شانزدهم، ش ۲، تابستان ۱۳۸۴ ش.
۱۱. خدیوی، اسدالله، *درآمدی بر رفتار سازمانی در سازمان های هزاره سوم*، تبریز، انتشارات شایسته، ۱۳۸۶ ش.
۱۲. خمینی، روح الله، *صحیفه نور*، تهران، سازمان مدارک فرهنگی انقلاب اسلامی، ۱۳۶۱ ش.
۱۳. دهخدا، علی اکبر، *لغت نامه دهخدا (الکترونیکی)*.

۱۴. ذوفن، شهناز؛ لطفی پور، خسرو، *رسانه‌های آموزشی برای کلاس درس*، تهران، وزارت آموزش و پرورش، چاپ پنجم، ۱۳۸۵ش.
۱۵. رضایی زارچی، محمدرضا، «بررسی نسبت جهانی شدن با تربیت دینی»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه شاهد، تهران، ۱۳۸۵ش.
۱۶. سعیدی، غلام‌رضا، *اندیشه‌های اقبال لاهوری*، تهران، دفتر نشر فرهنگ اسلامی، ۱۳۷۰ش.
۱۷. سلیمیان، خدامراد، *فرهنگ‌نامه مهدویت*، تهران، بنیاد فرهنگی حضرت مهدی علیه السلام، چاپ اول، ۱۳۸۳ش.
۱۸. سیدکلان، میر محمد و همکاران، «نقش جامعه و دولت در زمینه‌سازی تعلیم و تربیت مهدوی، راهبردها و راهکارهای فرهنگی آن»، *مجموعه مقالات ششمین همایش بین‌المللی دکنترین مهدویت*، قم، مؤسسه آینده روشن، ۱۳۸۹ش.
۱۹. \_\_\_\_\_، «تربیت نسل منتظر»، *مجموعه مقالات کنگره سراسری سلام برخوردارید*، قم، وزارت آموزش و پرورش، دفتر گسترش فرهنگ نماز، قرآن و عترت، ۱۳۸۸ش.
۲۰. شاه‌محمدی، عبدالرضا، «عصر ارتباطات و اطلاعات جهانی شدن دین»، فصل‌نامه *پژوهش و سنجش*، ش ۳۵، ۱۳۸۵ش.
۲۱. فرمehینی فراهانی، محسن، *پست مدرنیسم و تعلیم و تربیت*، تهران، انتشارات آییژ، ۱۳۸۳ش.
۲۲. ماسودا، یونجی، «چیستی جامعه اطلاعاتی»، ترجمه: سید محمد مهدی‌زاده، فصل‌نامه *رسانه*، سال شانزدهم، ش ۲، تابستان ۱۳۸۴.
۲۳. محمدی ری شهری، محمد، *میزان الحکمه*، قم، نشر و چاپ مکتب العلوم الاسلامی، چاپ سوم، ۱۳۷۲ش.
۲۴. مطهری، مرتضی، *قیام و انقلاب مهدی علیه السلام*، تهران، انتشارات صدرا، چاپ دوازدهم، ۱۳۷۱ش.
۲۵. میرزای رضی، سمیه، «فرصت‌ها و تهدیدهای ناشی از گسترش فن‌آوری اطلاعات و ارتباطات در تربیت دینی دانشجویان از دیدگاه اعضای هیئت علمی دانشگاه اصفهان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه

26. Featherstone, M. (1995), "Consumer Culture and Postmodernism", Sage, Thousand Oaks, CA.
27. Firat, A.F. and Venkatesh, A. (1992), "Liberatory postmodernism and the reenchantment of consumption", Journal of Consumer Research, Vol. 22 No. 3, pp. 239-67.
28. McCort, D. and Malhotra, N.K. (1993), "Culture and consumer behaviour: toward an understanding of cross-cultural consumer behaviour in international marketing", Journal of International Consumer Marketing, Vol. 6 No. 2, pp. 91-127.
29. Hannerz, U. (1991), "Cultural Complexity", Columbia University Press, New York, NY.
30. Hoover, Stewart M. (2006), Religion in the Media Age, Routledge .
31. Ralston, D.A., Egri, C.P., Stewart, S., Terpstra, R.H. and Kaicheng, Y. (1999), "Doing business in the 21st century with the new generation of Chinese managers: a study of generational shifts in work values in China", Journal of International Business Studies, Vol. 30 No. 2, pp. 415-28.



## رسالت رسانه منتظر در زمینه سازی ظهور با رویکرد احادیث

دکتر سید اسماعیل حسینی اجداد نیاکی\*

### چکیده

انتظار مصلح علیه السلام زمینه خودسازی است؛ چراکه منتظران مصلح ابتدا خود باید صالح باشند. انتظار، نقش سازنده و تربیتی شگرفی بر منتظران دارد و آنان را با وظایف فردی، اجتماعی و سیاسی خود آشنا می‌سازد. وجود این انتظار از ایمان استوار الهی مبتنی بر پیشوایی ائمه علیهم السلام برمی‌خیزد و همه اعتقادات اساسی و اصول دین اسلام چون وحدانیت، نبوت و نیز اعتقاد به روز رستاخیز را که همه آن‌ها بر پایه عدل الهی است، دربر می‌گیرد.

شیعه با پشتوانه انتظار، هرگونه تحریف در دین را از زوایای زندگی فردی و اجتماعی خود می‌زداید. برای دستیابی به این هدف، به ریسمان محکم الهی - یعنی قرآن و اهل بیت علیهم السلام - تمسک می‌جوید. تا در پرتو ظهور حجت خدا، زوال شرک و عبودیت و بندگی منتظران، که هدف نهایی خلقت است، تجلی یابد.

دوران انتظار، دشوارترین دوران هدایت بشری است. این دشواری‌های زیاد، که فراروی منتظران قرار دارد، امتحان صبر است که بعد از مرارت و سختی فراوان و رنج طاقت‌فرسا، در پناه لطف و عدل الهی به آسایش

خواهند رسید. مهم‌ترین رسالت رسانه منتظر، با وجود بوق‌های الحادی غرب و گسترش تفکرات شیطان‌پرستی صهیونیسم‌ها، با وجود همه محدودیت‌ها و دشواری‌های فراروی، تبلیغ دین و گسترش احادیث اهل بیت علیهم‌السلام هم‌زمان در دو سطح ملی - منطقه‌ای و جهانی است. با توجه به بدعت‌های دوران غیبت، باید به احادیث رجوع کرد که منطبق با قرآن باشد تا در این صورت از پزیشانی و تزلزل در امر تبلیغ اسلام ناب محمدی جلوگیری شود.

همچنین شناساندن امام عصر علیه‌السلام و برپایی محافلی برای ترویج مکتب اهل بیت علیهم‌السلام و آگاهی‌دادن به جامعه بشری و ایجاد تحول روحی در افراد در راستای زمینه‌سازی ظهور، از مهم‌ترین رسالت‌های رسانه منتظر است.

### واژگان کلیدی

رسالت، انتظار، زمینه‌سازی، رسانه منتظر.

### مقدمه

از جمله بلايا و امتحاناتی که خداوند برای زندگی دنیوی بشر در آخرالزمان تقدیر نموده است، غیبت امام معصوم علیه‌السلام است. بر طبق روایات، زمین هیچ‌گاه از حجت خدا خالی نمی‌گردد؛ زیرا در این صورت زمین ساکنانش را در خود خواهد بلعید. اما بشر به دلایل گوناگون از دیدن امام و حجت که عامل رسیدن فیوضات اقدس باری تعالی بر زمینیان است، محروم می‌شود و دوران سخت و طاقت‌فرسای غیبت بر دنیا چیره می‌گردد.

هرچند که فلسفه و چرایی غیبت برای اغلب مسلمانان تبیین نشده است و حکمت و علت اصلی آن، برای بسیاری از مردم قابل درک نیست، ولی در روایات مختلف، اسرار و عللی برای غیبت بیان شده است که رسانه ملی می‌تواند مخاطبان خود را نسبت به وقوع غیبت، لزوم آن، وظایف منتظران ظهور و رسالت‌های آنان توجیه گرداند.



از جمله فرضیه‌ها، می‌توان به این نکته اشاره کرد که با توجه به دشواری‌های دوران غیبت، اصولاً انتظار چه تأثیری بر روحیه منتظران ظهور دارد؟ وظایف اجتماعی و سیاسی رسانه منتظر در تبلیغ و گسترش مباحث مهدویت چیست؟ آیا دوران انتظار و غیبت می‌تواند بهانه و توجیهی برای خرافه‌پرستی و برگشت به آیین گذشتگان باشد؟

در این مقاله برآنیم تا تأثیر انتظار بر منتظران ظهور، سختی‌ها و دشواری‌های دوران غیبت، ارزش صبر و انتظار، ویژگی‌های منتظران ظهور و وظایف آنان در زمینه‌سازی ظهور را در نگاه رسالت رسانه ملی و ترویج موضوع مهدویت با رویکرد احادیث، مورد بررسی و ارزیابی قرار دهیم.

## معنای انتظار

از جمله موضوعاتی که باید به عنوان رسالت رسانه ملی در این باره تلقی گردد، تبیین معنای انتظار و اهمیت و تأثیر این آرزوی شریف است؛ زیرا بر طبق روایات، از موضوعات کلیدی و حساس زندگی ولی عصر علیه السلام و یاران و دوست‌داران ایشان، انتظار فرج است که اهمیت توجه به آن در احادیث معصومان علیهم السلام بی‌نظیر است. انتظار فرج مصلحی که همه مسلمانان به آن امیدوارند، سبب گشایش امور دنیوی مردم می‌شود. از سوی دیگر انتظار مصلح، مقدمه خودسازی است که این خود می‌تواند در سطح رسانه، بستر مناسبی برای فرهنگ‌سازی اسلامی باشد. مصلح جهانی می‌آید تا حکومت واحد جهانی را بر اساس عدالت و مهربانی رواج، و ایمان حقیقی و واقعی مردم را شکل دهد تا همه با شناخت کامل، خداوند را عبادت کنند. و هیچ‌کس نسبت به وی شرک نرزد *(يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا)*. (نور: ۵۵) از این رو، رسانه باید در راستای اصلاح حرکت نماید و فلسفه غایی خلقت انسان را عبادت و کمال جویی انسان معرفی نماید.

تبیین معنای انتظار فرج یعنی مهیا ساختن روح و جسم بشر برای روزی که

جانشینی خدا محقق می‌گردد؛ در آن روز، احکام قرآن در همه جهان حکم فرما خواهد شد؛ چراکه قرآن صامت در کنار قرآن ناطق معنا و تأویل حقیقی خود را می‌یابد و از حقایق تحریف شده، پرده برداشته می‌شود و جهان پراز صلح و صفا می‌گردد و آرمان‌های انسانی به منصه ظهور می‌رسد. در آن روز، برادرکشی، خون‌ریزی، کینه، حسد و تجاوز معنایی ندارد؛ چراکه زمینه این خیانت‌ها، یعنی نیاز بشری، تأمین می‌گردد. انسان به گونه‌ای به کمال می‌رسد و عقل‌ها، آن رسول باطنی، طوری رشد و ارتقا می‌یابد که نیاز واقعی و ایده خود را درمی‌یابد و به نیازهای زودگذر و مشغول‌کننده پشت پا می‌زند. برای چنین روزی از حالا و خیلی زودتر باید انتظار کشید و امید داشت؛ امید برای پیروزی حق و زوال باطل؛ زیرا آمدن یار و ظهور مصلح علیه السلام تجلی حق است. «وَقُلْ جَاءَ الْحَقُّ وَرَهَقَ الْبَاطِلُ إِنَّ الْبَاطِلَ كَانَ زَهُوقًا» (اسراء: ۸۱)

## تأثیر انتظار

رسانه اسلامی در گسترش مقوله انتظار که نقش سازنده و تربیتی شگرفی بر منتظران دارد و آنان را با وظایف فردی، اجتماعی و سیاسی خود آشنا می‌سازد، باید پیشتاز باشد؛ زیرا وجود این انتظار، از ایمان استوار الهی مبتنی بر پیشوایی ائمه اطهار علیهم السلام برمی‌خیزد و همه اعتقادات اساسی و اصول دین اسلام چون وحدانیت، نبوت و نیز اعتقاد به روز رستاخیز را که همه آن‌ها بر پایه عدل الهی است، را شامل می‌گردد. از سوی دیگر، پیشوایان دینی ما در روایات متواتر، از انتظار فرج به عنوان بهترین عبادت‌ها یاد می‌کنند. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۲ - ۱۲۳ - ج ۱۰، ۹۴؛ صدوق، ۱۴۱۳: ج ۴، ۳۸۱؛ صدوق، ۱۳۶۲: ۳۹۵؛ طبرسی، ۱۴۰۳: ج ۳، ۳۱۷؛ صدوق، ۱۳۹۵: ج ۱، ۳۸۷؛ طوسی، ۱۴۱۴: ۴۳۶؛ حرانی، ۱۴۰۴: ۱۰۴؛ صدوق، ۱۴۰۳: ج ۲، ۶۱۶؛ نباطی بیاضی، ۱۳۸۴: ج ۲، ۲۳۱؛ اربلی، ۱۳۸۱: ج ۲، ۲۰۷؛ ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹: ج ۴، ۴۲۵) و از منتظران ظهور، به سان رزمندگان جنگ بدر، احد و مانند

کسانی که در رکاب پیامبر ﷺ شهید شدند، تعبیر می نمایند. (مجلسی، ۱۴۰۴:

ج ۲۴، ۳۸؛ حسینی استرآبادی: ۱۴۰۹: ۶۴۰؛ برقی، ۱۳۷۱: ج ۱، ۱۷۴)

حال اگر این مفاهیم کلیدی، یعنی انتظار، توسط رسانه در افکار و اندیشه های انسانی، نهادینه شود، اندیشه آنان را آینده گرا می کند و مسلمانان را برای مقاومت، پایداری و مبارزه با باطل، جهل و فساد آماده می سازد. این اصل انتظار است که مانند یک نیروی پایدان، طرف داران حق و عدالت و اسلام خواهان حقیقی را در برابر همه دستگاه های استبداد، شرک، جهل و بشرپرستی صیانت می کند، آری، ایده انتظار همواره روشنی بخش راه هدایت انسان ها و بسان چراغی، فراسوی رسانه منتظر قرار می گیرد و به آن در ارائه تصویری از آینده تابناک اسلام، درس مقاومت و پایداری می دهد و آنان را در انجام وظایف خود، شور، شوق و نشاط می بخشد. (مولوی نیا، ۱۳۸۲: ۱۰۶)

گسترش اصل انتظار و پذیرش این باور در تولیدات رسانه، سبب می گردد که امید منتظران هرگز قطع نشود و در سختی ها و دشواری های پیچیده زمان، اوج قله هدایت گم نگردد و گوساله پرستی رواج نیابد و اگر هم در بستر حوادث، اوهام و خرافه پرستی گسترش یابد، تأثیر منفی آن بر منتظران ناچیز باشد؛ چراکه منتظران ظهور و مستضعفان حقیقی در اثنای غیبت تحت عنایات مصلح علیه السلام به خودسازی و ورع مشغولند. هرچند که دنیا و حوادث تلخ، دست آنان را بسته و آن ها را به خانه نشینی وا داشته، اما یقین دارند که اراده الهی بر پیشوایی صالحان و چیرگی دین الهی بر همه زمین تحقق خواهد یافت.

امام علی علیه السلام در همین باره می فرماید:

نهایتاً این دنیای سرکش و چموش نسبت به ما مهربانی می ورزد؛ چراکه خداوند به این رام شدن زمین گواهی داده و نوید بخشیده که مستضعفان و صالحان، وارثان زمین خواهند شد.

امام علی علیه السلام با این عبارات نویدبخش، انتظار را در قلب های مردم نهادینه

می‌کنند و دل‌های آنان را برای تحمّل سختی‌ها مستحکم می‌سازند و به این حقیقت بزرگ و وعدهٔ تخلف‌ناپذیر الهی مژده می‌دهند و آنان را به فتح و پیروزی، که حزب خدا و حامیان حق در پیش دارند، نوید می‌دهند و آنان را به استقامت و پایداری تشویق می‌نمایند. (مولوی نیا، ۱۳۸۲: ۱۰۶)

از دیگر موارد اسباب عرفانی ایدهٔ انتظار که می‌تواند در رسانه‌ها مورد توجه قرار گیرد، پرداختن به چرایی انتظار است؛ شاید فلسفهٔ انتظار این باشد که عاشق را دوچندان شیفتهٔ معشوق سازد و نیاز و کشش به سوی او را به ویژه در فراقش، بیش‌تر در اذهان تثبیت نماید؛ چراکه اگر گوش دل بسپاریم ندای ملکوتی فرشتگان را نیز درمی‌یابیم که همگام با خالق از عرش صدای ملکوتی انتظار را سرمی‌دهند. «فَانْتَظِرُوا إِلَيَّ مَعَكُمْ مِنَ الْمُنْتَظَرِينَ» (اعراف: ۷۱؛ یونس: ۲۰ و ۱۰۲)

از دیگر نتایج انتظار ظهور مهدی موعود علیه السلام گشایش و فرج در کارهای منتظران است. به عبارت دیگر، برای دعاکنندهٔ فرج در امور دنیوی، گشایش و فرج خواهد بود. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۵۲۲؛ طبرسی، ۱۴۰۳: ج ۲، ۳۱۷؛ صدوق، ۱۳۹۵: ج ۱، ۳۰۹)

همین انتظار است که در طول تاریخ سبب بقای شیعه و نجات او از بستر حوادث روزگار می‌گردد. شیعه با پشتوانهٔ انتظار هرگونه تحریف و تغییر در دین را از زوایای زندگی فردی و اجتماعی خود می‌زاید به همین منظور، به ریسمان محکم الهی، یعنی قرآن و احادیث اهل بیت علیهم السلام چنگ می‌زند و به حداقل‌های هدایت و معیشت که ناشی از بی‌خیر و برکتی، به علت عدم حضور مستقیم امام در جامعه است، بسنده می‌کند؛ باشد که در پرتو ظهور حجت خدا، زوال شرک و عبودیت منتظران که هدف نهایی خلقت است، تجلّی یابد. «يَعْبُدُونَنِي لَا يُشْرِكُونَ بِي شَيْئًا» (نور: ۵۵) و عدالت و حقیقت در همهٔ جهان گسترش یابد و وضعیت عمومی مردم اصلاح گردد و میان قلب‌های تودهٔ مردم، الفت برقرار سازد؛ باشد که در آن حال، کسی خدا را عصیان نرزد و حدود الهی اجرا شود و حق به اهلش برگردد.

## ارائه دشواری‌های دوران غیبت در رسانه

اصولاً وجود امام معصوم علیه السلام در میان مردم، برکات خاصی دارد که انسان از آن بهره‌مند می‌شود. حال اگر امام علیه السلام که منبع و سرچشمه هدایت است، از انظار عموم مردم غیبت نماید، برکات ناشی از وجود او نیز پنهان می‌گردد. در این میان به علت ازدیاد گناهان مردم، رزق و روزی تنگ می‌گردد و گاهی آسمان در ریزش باران بهانه می‌گیرد و سبب خشکسالی می‌شود و اگر هم بیارد گاهی با سیل همراه می‌گردد تا این بی‌خیر و برکتی بیش‌تر نمود پیدا کند. زمین حاصل‌خیزی خود را از دست می‌دهد و زمینیان را از نعمت‌های درون خود بی‌بهره می‌سازد. مقایسه بعضی از این موارد که در مناطق مختلف دنیا اتفاق افتاده نظیر سیل‌های سونامی شرق و زلزله‌های مختلفی که در دوران بعد از غیبت اتفاق افتاده و نشان دادن آن از طریق فیلم‌های مختلف می‌تواند اثر تبلیغی - تخریبی فیلم‌های هالیوود غربیان را در اذهان مردم دنیا به ویژه غربیان خنثی کند و یک جنگ تمام عیار رسانه‌ای را در زمینه مهدویت با رویکرد تشیع به راه اندازد. در رموز احادیث پیش‌بینی شده در دوران آخر الزمان شگفتی نیست؛ چراکه ایمان و سرچشمه آن از میان مردم رخت بریسته است. این جاست که یکی از معانی تأویلی قرآن آشکار می‌گردد که فرمود: «اگر مردم اهل زمین [به امام معصوم و حجج الهی] ایمان می‌آوردند، ما برکات آسمان و زمین را برایشان نازل می‌کردیم». (اعراف: ۹۶)

در این محور رویرویی رسانه‌ای، باید اذعان نمود که سخت‌ترین و دشوارترین دوران هدایت بشری، دوران غیبت امام عصر علیه السلام است. علی علیه السلام در همین زمینه فرمود که طاقت‌کندن کوه‌ها، آسان‌تر از انتظار دولتی است که ظهورش به تأخیر افتاده است. از خداوند مدد جوئید و صبر پیشه سازید که خداوند زمین خود را به بنده شایسته خود می‌سپارد و عاقبت نیک از آن پرهیزکاران است. پیش از رسیدن

دولت حق شتاب نکنید که پشیمان می شوید و مدت آن را دراز شمارید که سبب قساوت دل هایتان می گردد. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۳؛ حزانى، ۱۴۰۴: ۱۱۰؛ صدوق، ۱۴۰۳: ج ۲، ۶۲۲) از این رو، نباید تعجب کرد که ثابت ماندن شیعیان در دوران غیبت بر دین خود از صاف کردن درخت خاردار، با دست، در شب بسیار تاریک نیز دشوارتر است و یا در تعبیری دیگر استواری در دین سخت تر از آن است که انسان پاره ای از آتش را در دست خود نگه دارد. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۴؛ صفّار، ۱۴۰۴: ۸۴)

بنابراین پیامبر ﷺ از این یاران ناب، به «برادران خود» تعبیر نمودند و در جمع اصحاب از آن ها به احترام یاد کرد و فرمود: «خدایا برادرانم را به من بنمایان». اصحاب عرض کردند: ای پیامبر ﷺ خدا، آیا ما برادرانت نیستیم؟ فرمود: «نه، شما اصحاب من هستید. اما، برادرانم مردمی از آخرالزمانند که به من ایمان می آورند با این که مرا ندیدند. خداوند قبل از تولدشان آنان را به من شناسانده است. آنان، چراغ های شب تار هستند و پروردگار، آنان را از هر فتنه تیره و تاری نجات می دهد.» (همو)

### ترویج صبر، رسالت رسانه و منتظران ظهور

دشواری های بسیاری که فراروی منتظران ظهور قرار دارد، امتحان صبر منتظران است. از دلایلی که امام ﷺ بعد از روزگار سخت و معیشت تنگ و نیز پس از بلایای طولانی ظهور می نماید این است که شیعیان امتحان گردند و راست گویان از دروغ گویان و صبوران از شتاب کنندگان تمییز داده شوند و آن گونه نباشد که بعضی ها فقط به وجود او ایمان بیاورند، بلکه باید در این ایمان، امتحان گردند. «أَحْسِبَ النَّاسَ أَنْ يَبْرُكُوا أَنْ يَقُولُوا آمَنَّا وَهُمْ لَا يُفْتَنُونَ» (عنکبوت: ۲)

در این راستا امام صادق ﷺ در جواب زراره که از فلسفه غیبت سؤال نموده بود، فرمود: «شیعیان در این غیبت طولانی امتحان می شوند و در آن وضعیت، اهل

باطل دچار شک می‌گردند.» بنابراین یکی از دلایل طولانی بودن مدت انتظار، که باید مورد توجه رسانه اسلامی قرار گیرد، امتحان صبر منتظران است که بعد از مرارت و سختی فراوان و رنج طاقت‌فرسا در پناه لطف و عدل الهی به آسایش خواهند رسید. از این رو، بارزترین ویژگی غیبت، صبر است. اگر انتظار فرج با صبر و بردباری همراه شود، بسیار نیکوست. یکی از رسالت‌های منتظران برای این است که در اوج ناامیدی و یأس فراگیر، نباید امید خود را از دست دهند. در همین راستا، امام موسی کاظم علیه السلام چنین سفارش فرمود:

چشم به راه باشید که من نیز چشم به راهم و منتظر باشید که من نیز با شما منتظر هستم پس صبر پیشه سازید که فرج آل محمد علیهم السلام و ظهور دولت حق، هنگام یأس و نومیدی محقق می‌گردد و این را بدانید آن‌هایی که پیش از شما می‌زیستند، بیش از شما صبور بودند. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۲؛ نعمانی، ۱۳۹۷: ۲۵۳)

صبر و دعوت به آرامش و پرهیز از شتاب مورد تأکید ائمه علیهم السلام بوده است، به طوری که این آرامش ظاهری ناشی از صبر را گاهی به آرامش آسمان و زمین تشبیه می‌نمایند و توصیه می‌دارند که در آن هنگام نباید قبل از رسیدن موعد، خروج کرد؛ چراکه وجود امام نشانه‌ای از آیات الهی است و بسان صبح به زودی آشکار می‌گردد. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۴۰)

چون هدف مورد انتظار بسیار مقدس و متعالی است، این صبر نیز هرچند که تلخ و زهرآگین باشد، والا و ارزشمند است. به سبب قداست این صبر و ارزش والای آن، شگفتی نیست که پاداش آن پنجاه برابر اجر رزمندگان بدر و احد است که نصیب منتظران می‌گردد؛ چراکه اگر آن اصحاب در این شرایط به سر می‌بردند، نمی‌توانستند صبوری پیشه سازند و عنان طاقت از کف می‌ربودند. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۳۰؛ طوسی، ۱۴۱۱: ۴۵۷)

از سوی دیگر، از رسالت‌های دیگر رسانه این است که با تبیین این صبر در وصال دولت یار، آن روی سکه را که منجر به گمراهی می‌شود، به تصویر کشد؛ زیرا

سختی‌ها و مشکلات دوران غیبت آن قدر طاقت فرساست که عده‌ای در آن گمراه می‌شوند و از راه حق عدول می‌کنند. از این رو، صابران در عصر غیبت بعد از تحمل مرارت‌های بسیار زنده می‌گردند و از طلا نیز ناب‌تر می‌گردند. (کلینی، ۱۳۶۵: ج ۱، ۳۷۰؛ مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵، ۲۱۹؛ نعمانی، ۱۳۹۷: ۲۰۲) بنابراین نباید تعجب کرد که آنان از مسلمانان صدر اسلام نیز ارزش‌شان والاتر گردد.

از دیگر نتایج این صبر این است که قوه ادراک بعضی از شیعیان بسیار فراخ می‌گردد و به چنان بصیرت و بینشی در دین دست می‌یابند که ارزش این بصیرت، از جهاد مسلمانان صدر اسلام نیز بیش‌تر است. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۴۲، ۱۲۳؛ مفید، ۱۴۱۳: ۷۸؛ برقی، ۱۳۷۱: ج ۱، ۲۵۱)

از جمله رسالت‌های منتظران در کنار صبر، دعا برای تعجیل در فرج است؛ چراکه دعا برای فرج، خیر و برکت زیادی دارد. با نگاهی به انعکاس دعای ندبه و سایر ادعیه مرتبط و مضامین آن در رسانه‌های داخلی و حتی خارجی، مؤید این مطلب است که حداقل تأثیر آن، خودسازی منتظران و زمینه‌سازی مقدمات ظهور است. بر اساس آیات قرآن، اگر دعای انسان نباشد، خداوند به وی اهمیتی نمی‌دهد. (فرقان: ۷۷) در کتب احادیث در همین زمینه آمده است که خداوند به حضرت ابراهیم علیه السلام وحی فرستاد که به زودی از ساره صاحب فرزندی می‌شود که اولادش چهارصد سال گرفتار بلا و عذاب خواهند شد. امام صادق علیه السلام در تأویل این وحی فرمود:

چون گرفتاری بنی اسرائیل به طول انجامید، چهل صبح رو به درگاه الهی آوردند و به گریه و زاری پرداختند و به همین سبب، خداوند ۱۷۰ سال از آن ۴۰۰ سال را تخفیف داد.

آن حضرت در ادامه چنین سفارش فرمود:

اگر شما هم مثل بنی اسرائیل به درگاه خداوند گریه و زاری نمایید، خداوند فرج ما را نزدیک خواهد کرد. اما، اگر چنین نباشد، این سختی تا پایان مدت‌ش طول خواهد کشید. (محدث نوری، ۱۴۰۸: ج ۵، ۲۳۹؛



مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۱۳، ۱۴۰؛ عیاشی، ۱۳۸۰: ج ۲، ۱۵۴)

بنابراین از مهم‌ترین رسالت‌های رسانه اسلامی، انعکاس و تجسم دعا و تضرع منتظران به درگاه الهی، برای رفع موانع فرج و دشواری‌های مربوط به آن است؛ امری که علاوه بر خودسازی، به بیداری عمومی در راستای عدالت و احساس نیاز به آن و به براندازی ظلم، طاغوت و طاغوتیان در سرتاسر دنیا خواهد انجامید.

### ویژگی‌های رسانه منتظر

از دیگر رسالت‌های رسانه منتظر، بیان ویژگی‌های منتظران ظهور و تبلیغ اخلاق و خصوصیات فردی و اجتماعی آنان به خصوص بیان دشواری‌های زندگی آنان است. یاران امام عصر علیه السلام و دوست داران ظهور دولت حق، دارای خصوصیات بارزی هستند که مهم‌ترین آن‌ها داشتن تقوا، ورع و استقامت در دین است؛ چراکه اگر این استقامت نباشد، هرگز کسی تاب تحمل سختی‌های دوران انتظار را نخواهد داشت و در بستر تلخی‌های زمان در وادی گمراهی‌ها غوطه‌ور خواهد شد. اما این استقامت‌کنندگان چنان در وادی عشق او مستند که خار و آتش در دست را (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۴؛ صفار، ۱۴۰۴: ۸۴) در وصال آن معشوق ناچیز می‌شمارند و «دل‌های با اخلاصشان مانند پرندگانی که میل به آشیانه دارند، مشتاق لقای اویند. آنان در میان خلق با ذلت به سر می‌برند. اما، در نزد خدا، نیکوکار و عزیزند. در ظاهر، مردمی بیچاره و محتاجند در حالی که قناعت و خویشتن‌داری، آنان را بدین گونه درآورده است. دین خود را به مدد مبارزه با آن‌چه ضد دین است، کامل نگه می‌دارند. خداوند آن‌ها را با استقامت در برابر ظلم، برتری می‌دهد تا در سرای باقی مشمول عزت خود گرداند. خداوند آن‌ها را به گونه‌ای هدایت نموده که در پیش آمدهای ناگوار، بردباری فراوان نشان دهند تا سرانجام به نیکی و رستگاری دست یابند. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۳۶)

آری، انتظار با ورع و اخلاق نیکو از شرایط منتظرین ظهور عنوان می‌گردد و حتی

اگر در این حالت مرگشان فرارسد، اجرشان به مانند کسی است که مهدی موعود علیه السلام را درک کرده باشد. پس این انتظار برایشان بسی گوارا است. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۴۰: نعمانی، ۱۳۹۷: ۲۰۰) و از سختی آن خشنود و راضی هستند.

از دیگر ویژگی منتظران ظهور که می‌توان در رسانه منتظر به اشاعه آن پرداخت، این است که خداوند عقل و فهمی به منتظران ظهور عطا می‌فرماید که غیبت در نظر آنان حکم مشاهده را دارد. خداوند آنان را در آن زمان مثل کسانی می‌داند که با شمشیر در پیش روی پیامبر صلی الله علیه و آله و سلم پیکار نمودند. آن‌ها مخلصان حقیقی و شیعیان راستین ما هستند که مردم را به طور آشکار و نهان به دین خدا فرامی‌خوانند. از این رو، آنان از مردم همه زمان‌ها بهتر هستند. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۲؛ طبرسی، ۱۴۰۳: ج ۲، ۳۱۷) آنان عقل و بینش خود را توسعه می‌دهند تا به مرحله یقین می‌رسند. این مردم آخرالزمان با این‌که پیغمبر صلی الله علیه و آله و سلم را ندیده‌اند و محبت خدا از نظر آنان پنهان است، به مدد سیاهی که در سفیدی است (سطرهای کتاب‌های دینی خواه قرآن باشد خواه اخبار و احادیث)، ایمان می‌آورند. (صدوق، ۱۴۱۳: ج ۴، ۳۶۵؛ حر عاملی، ۱۴۰۹: ج ۲۷، ۹۲؛ مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۷۴، ۵۵؛ طبرسی، ۱۴۱۲: ۴۴۰؛ شعیری، ۱۳۶۳: ۱۸۰) و در این ایمان خود بسی استوار و ثابت قدم می‌مانند. پس خوشا به حال آنان که در غیبت یار پایدارند. خوشا به حال کسانی که در راه روشن استوارند. اینان مصداق «الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِالْغَيْبِ» (بقره: ۳) هستند و اینانند که در منطق قرآن به «حزب الله» لقب یافته‌اند. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۳۶، ۳۰۴؛ خزاز قمی، ۱۴۰۱: ۶۰) و «حزب الله» هم رستگاران و هم پیروز؛ چراکه خداوند خودش فرمود: «أُولَئِكَ حِزْبُ اللَّهِ أَلَا إِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْمُفْلِحُونَ» (مجادله: ۲۲) «فَإِنَّ حِزْبَ اللَّهِ هُمُ الْغَالِبُونَ» (مائده: ۵۶)

### وظایف رسانه منتظر در زمینه سازی

رسانه منتظر در دوران پر آشوب غیبت، دارای وظایفی است که می‌توان این

وظایف را به دودسته عام و خاص تقسیم نمود. نخستین وظایف عام آن، که مهم‌ترین رسالت آن‌ها محسوب می‌گردد، بیان عملی به پابندی، استواری در دین و تمسک جستن به مذهب اهل بیت علیهم‌السلام است. در دوره پیش از ظهور، که فتنه‌ها همه جا را فرا می‌گیرد و حق از باطل تشخیص داده نمی‌شود، بهترین شیوه برای رویارویی با این وضعیت، تبلیغ در حفظ مذهب اهل بیت علیهم‌السلام است تا در وضعیت‌های بعدی راه و مسیر حق، روشن‌تر گردد. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۳۲؛ نعمانی، ۱۳۹۷: ۱۵۸)

بنابراین، پخش همه‌جانبه احادیث اهل بیت علیهم‌السلام، در دوران غیبت، چراغ راه هدایت گم‌شدگان و در راه ماندگان است. هرچند که بدعت‌ها و تحریف‌هایی در بعضی از احادیث رخ داده است و بعضی از احادیث جعلی و ساختگی با احادیث معتبر و مستند توأم گشته که تشخیص را بر منتظران بسی مشکل نموده است، اما باید توجه داشت که وظیفه خاص رسانه، این است که «تنها به احادیثی توجه کنند که منطبق بر قرآن باشد و مضامین آن با دستورات قرآنی در تعارض نباشد، وگرنه در صحت و سقم آن احادیث باید شک نمود. و ساختگی بودن آن هویدا است. و این دستورات حدود الهی است و کسی نباید از این حدود تجاوز کند.» (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۵۲، ۱۲۳)

مقصود کلی از بیان و رواج احادیث اهل بیت علیهم‌السلام در دوران غیبت این است که شیعیان در غیبت امام علیه‌السلام در امور دین و عمل به احکام آن از عترت پاک رسول صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم خط‌مشی بگیرند و متزلزل و پریشان نشوند. و به عبارت روشن‌تر به ما دستور داده‌اند که در این دوران فتنه و آشوب به اصول و فروع دین، همان‌گونه که از اهل بیت علیهم‌السلام به ما رسیده است، تمسک جویم و آن را از دست ندهیم و از دین اسلام منحرف نشویم تا این که امام علیه‌السلام ظهور کنند.

از وظایف خاص رسانه منتظر، در عصر غیبت، شناساندن صحیح آن حضرت علیه‌السلام و آشنایی با ویژگی‌های آن بزرگوار است. باید مردم را به این شناخت و

معرفت، ترغیب نمود؛ چراکه شناخت کمالات آن حضرت سبب محبت به ایشان علیه السلام و دلدادگی و شیفتگی به آن حضرت می‌گردد و این علاقه، خود زمینه بیداری عمومی را فراهم می‌سازد.

هرقدر این انتظار در میان مردم شدیدتر جلوه داده شود، آمادگی و مهیا شدن شرایط برای ظهور آن حضرت قوی‌تر می‌گردد. پس هرچه عشق و علاقه بیش‌تر باشد، مهیا شدن برای آن محبوب زیادتر می‌شود و فراقش دردناک‌تر می‌گردد. به‌گونه‌ای که شخص منتظر و عاشق در صورت فهم درست، از همه امور خود غافل می‌ماند و دردهای بزرگ را احساس نمی‌کند و عاشقانه، همه این بلاها و مصائب را تحمل می‌نماید. با این رویکرد مؤمنی که در انتظار امام عصر علیه السلام است، به مقدار انتظارش، در خود زمینه‌سازی می‌کند و خود را از گناهان و آلودگی‌ها پاک می‌گرداند و به تهذیب نفس و کسب صفات اخلاقی پسندیده همت می‌گمارد تا هرچه زودتر به فیض دیدار مولای خویش و رؤیت جمال دل‌افروزش رستگار گردد. (مولوی نیا، ۱۳۸۲: ۲۲۲ و ۲۲۳)

امام صادق علیه السلام در این باره می‌فرماید:

هرکس می‌خواهد از یاران حضرت قائم علیه السلام باشد، باید که منتظر باشد و با پرهیزکاری به اعمال و عادات پسندیده روی آورد. چنین شخصی منتظر است و هرگاه بمیرد و بعد از مردنش قائم علیه السلام بیاخیزد، پاداش او همچون کسی خواهد بود که دوران حکومت آن حضرت را درک کرده باشد. (مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۲، ۵۲۰، ۱۴۰؛ نعمانی، ۱۳۹۷: ۲۰۰)

شرکت در محافلی که برای اهل بیت علیهم السلام برگزار می‌گردد و ذکر و یادآوری مصائب و مناقب اهل بیت علیهم السلام و ولّی عصر علیه السلام و نیز شناساندن و زنده نگه داشتن یاد خاندان پاک عترت آل عبا علیهم السلام، سبب بقای نام اهل بیت علیهم السلام و بیداری دل‌ها می‌شود که زمینه‌سازی ظهور را به همراه می‌آورد.

امام رضا علیه السلام در این باره فرمود:

هرکسی در مجلس بنشیند و در آن مجلس امر ما را زنده نماید، در آن

روزی که دل‌ها می‌میرند، دلش نمی‌میرد.

بنابراین، توجه به مراسم‌های ویژه محرم و صفر که نوعی مجالس ذکر اهل بیت علیهم‌السلام و مصائب و مدح آنان است، باید در نظر رسانه، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار باشد؛ چراکه این محافل نوعی ذکر محسوب می‌گردد. ندبه بر مصائب اهل بیت علیهم‌السلام زنگار قلب‌ها را می‌زداید و تیرگی‌های عصر غیبت را زائل می‌کند و دل‌ها را صفا می‌بخشد. از این رو حداقل رسالت رسانه منتظر این است که در این زمینه به امام عصر علیه‌السلام اقتدا کند که در زیارت ناحیه مقدسه فرموده: «صبح و شام در مصیبت امام حسین علیه‌السلام گریه سر می‌دهم»؛ این گریه‌ها خود مقدمه‌ای برای کسب معرفت است.

از دیگر رسالت‌های رسانه منتظر، تبیین صبر در عصر غیبت و تداوم اشاعه امید به انتظار فرج است. در همین زمینه باید مردم را از هر نوع شتاب و عجله دور کرد و منتظر امر خدا بود و با تسلیم شدن و پذیرفتن این انتظار و تحمل سختی‌های طاقت‌فرسای آن، باید از هر نوع شتاب پرهیز نمود.

امام باقر علیه‌السلام در این زمینه فرموده است:

غبار فتنه و آشوب به کسی خواهد رسید که آن را برمی‌انگیزد و «محاضیر» هلاک می‌شوند. (کلینی، ۱۳۶۵: ج ۳، ۱۳۱، ۸، ۳۷۳؛ مجلسی، ۱۴۰۴: ج ۶، ۱۹۷؛ نعمانی، ۱۳۹۷: ۲۰۱)

«محاضیر» جمع «محضیر» و در لغت به معنای «اسب بسیار دهنده» است. (ابن منظور: ماده حضر) که منظور از آن عجله‌کنندگان و شتاب‌کنندگان پیش از ظهور امام علیه‌السلام است.

## نتیجه

در این مقاله، بیان و تبلیغ مفهوم انتظار که نوعی خودسازی، همراه با تقوا و ورع است، برای مهیاسازی جسم و روح انسان، که وی را برای «خليفة اللهی» آماده می‌سازد، به عنوان وظایف رسانه منتظر تبیین شده است. سپس تأثیر انتظار که

نقش تربیتی سازنده و شگرفی بر منتظران دارد نیز بیان گردید و اثبات شد که رواج عملی انتظار فرج می‌تواند منتظران ظهور را با وظایف فردی، اجتماعی و سیاسی خود آشنا سازد. از سوی دیگر، فرهنگ عمومی مخاطبان رسانه نیز در این باره بالا رفته و به بیداری عمومی اسلامی منتهی می‌گردد. به باور ما با توجه به یافته‌های مقاله می‌توان به نتایج زیر دست یافت:

۱. تبلیغ انتظار مصلح علیه السلام و نهادینه کردن اعتقاد به آن در باور مردم مسلمان به خصوص و غیرمسلمان سبب می‌گردد که هرگز امید منتظران قطع نشود و در سختی‌ها و دشواری‌های طاق‌ت فرسای غیبت، اوج قله هدایت گم نگردد و اگر هم در بستر حوادث زمان، اوهام و خرافه‌پرستی رواج یابد، تأثیر منفی آن بر منتظران ناچیز باشد.

۲. رسانه منتظر با بیان شیعه با پشتوانه انتظار، هرگونه تحریف و تغییر در دین را از زوایای زندگی فردی و اجتماعی شیعیان می‌زداید. به همین منظور به ریسمان محکم الهی، یعنی قرآن و احادیث اهل بیت علیهم السلام چنگ می‌زنند. به عبارت دیگر، انتظار مصلح، عامل بقای شیعه است.

۳. بیان ویژگی‌های بارز یاران امام عصر علیه السلام و دوست‌داران دولت حق، از وظایف خاص رسانه منتظر است. بیان خصوصیات نظیر تقوا، ورع و استقامت در دین که مهم‌ترین آن است؛ چراکه اگر این استقامت نباشد، هرگز کسی تاب تحمل سختی‌های طاق‌ت فرسای دوران غیبت را نخواهد داشت.

۴. رواج و اشاعه جدی در پابندی، استواری در دین و تمسک جستن به مذهب اهل بیت علیهم السلام از مهم‌ترین رسالت‌های رسانه منتظر است. همچنین شناساندن آن حضرت علیه السلام، عشق و دلدادگی به ایشان و شرکت در محافل بزرگداشت ائمه علیهم السلام در راستای زمینه‌سازی ظهور و بیداری عمومی از دیگر رسالت‌های رسانه منتظر قلمداد می‌شود.

## منابع

۱. ابن شهر آشوب، محمد بن علی، *المناقب*، قم، مؤسسه انتشارات علامه، ۱۳۷۹ق.
۲. ابن طاووس، علی بن موسی، *جمال الاسیوع*، قم، انتشارات رضی، چاپ دوم، بی تا.
۳. ابن منظور، محمد بن مکرم، *لسان العرب*، بیروت، دارصادر، ۱۹۵۶م.
۴. اربلی، علی بن عیسی، *کشف الغمة*، تبریز، مکتبه بنی هاشمی، ۱۳۸۱ق.
۵. برقی، احمد بن محمد بن خالد، *المحاسن*، قم، دارالکتب الاسلامیه، چاپ دوم، ۱۳۷۱ق.
۶. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، *غررالحکم ودرر الکلم*، قم، انتشارات دفتر تبلیغات حوزه علمیه قم، چاپ اول، ۱۳۶۶ق.
۷. حرّانی، حسن بن شعبه، *تحف العقول*، قم، انتشارات جامعه مدرسین، چاپ دوم، ۱۴۰۴ق.
۸. حسکانی، حاکم، *شواهد التنزیل*، مؤسسه چاپ و نشر، چاپ اول، ۱۴۱۱ق.
۹. حسینی استرآبادی، شرف الدین، *تأویل الآیات*، قم، انتشارات جامعه مدرسین، چاپ اول، ۱۴۰۹ق.
۱۰. خزاز قمی، علی بن محمد، *کفایة الأثر*، قم، انتشارات بیدار، ۱۴۰۱ق.
۱۱. شریف رضی، محمد بن حسین، *خصائص الائمة*، مشهد، آستان قدس رضوی، ۱۴۰۶ق.
۱۲. شعیری، تاج الدین، *جامع الأخبار*، قم، انتشارات رضی، چاپ دوم، ۱۳۶۳ش.
۱۳. صدوق، محمد بن علی بن بابویه، *الأمالی*، انتشارات کتاب خانه اسلامی، چاپ چهارم، ۱۳۶۲ش.
۱۴. \_\_\_\_\_، *الخصال*، قم، انتشارات جامعه مدرسین، چاپ دوم، ۱۴۰۳ق.
۱۵. \_\_\_\_\_، *کمال الدین*، قم، دارالکتب الاسلامیه، چاپ دوم، ۱۳۹۵ق.
۱۶. \_\_\_\_\_، *من لایحضره الفقیه*، قم، انتشارات جامعه مدرسین، چاپ سوم، ۱۴۱۳ق.

۱۷. صفار، محمد بن حسن بن فروخ، *بصائر الدرجات*، قم، کتاب خانه آیت الله مرعشی، چاپ دوم، ۱۴۰۴ق.
۱۸. طبرسی، احمد بن علی، *الإحتجاج*، مشهد، نشر مرتضی، ۱۴۰۳ق.
۱۹. طبرسی، فضل بن حسن، *مکارم الاخلاق*، قم، انتشارات شریف رضی، چاپ چهارم، ۱۴۱۲ق.
۲۰. \_\_\_\_\_، *اعلام الوری*، قم، دارالکتب الاسلامیه، چاپ سوم، بی تا.
۲۱. طوسی، محمد بن حسن، *الأمالی*، قم، انتشارات دارالثقافة، چاپ اول، ۱۴۱۴ق.
۲۲. \_\_\_\_\_، *الغیبة للحجة*، قم، مؤسسه معارف اسلامی، چاپ اول، ۱۴۱۱ق.
۲۳. حر عاملی، محمد بن حسن، *وسائل الشیعة*، قم، مؤسسه آل البيت، چاپ اول، ۱۴۰۹ق.
۲۴. عیاشی، محمد بن مسعود، *تفسیر العیاشی*، تهران، چاپ خانه علمیه، ۱۳۸۰ق.
۲۵. کلینی، محمد بن یعقوب، *الکافی*، تهران، دارالکتب الاسلامیه، چاپ چهارم، ۱۳۶۵ش.
۲۶. مجلسی، محمد باقر، *بحار الانوار*، بیروت، مؤسسه الوفاء، ۱۴۰۴ق.
۲۷. معتزلی، ابن ابی الحدید، *شرح نهج البلاغه*، قم، کتاب خانه آیت الله مرعشی، چاپ دوم، ۱۴۰۴ق.
۲۸. مفید، محمد بن محمد بن نعمان، *الاختصاص*، قم، چاپ کنگره شیخ مفید، چاپ اول، ۱۴۱۳ق.
۲۹. مولوی نیا، محمد جواد، *شناخت امام عصر*، قم، مؤسسه انتشاراتی امام عصر علیه السلام، چاپ دوم، ۱۳۸۲ش.
۳۰. نباتی بیاضی، علی بن یونس، *الصرار المستقیم*، نجف، کتاب خانه حیدریه، چاپ اول، ۱۳۸۴ق.
۳۱. نعمانی، محمد بن ابراهیم، *الغیبة*، تهران، مکتبه الصدوق، ۱۳۹۷ق.
۳۲. نوری، حسین بن محمد تقی، *مستدرک الوسائل*، قم، مؤسسه آل البيت، چاپ اول، ۱۴۰۸ق.