

## Media Necessities to Produce Images of the Last Savior: Negation of the Claimants' False and Satanic Images<sup>1</sup>

Ahmad Sayyah \* Hsan Zarei Matin \*\*

Seyyed Muḥammad Hossein Hashemian \*\*\* Seyyed Hossein Sharafoddin \*\*\*\*

(Received on: 2019-10-12; Accepted on: 2020-02-07)

### Abstract

Belief in the unseen is fundamental in all heavenly religions, and the invitation of heavenly leaders is effective in the people who believes in the existence of a world and things beyond this tangible world. Belief in the advent of the last reformer and *Mahdī* of the time is also one of these matters that the Messenger of God (PBUH) informed about and its approval and acceptance is obligatory. Quranic verses, frequently transmitted narrations from Shi'ites and Sunnis and the consensus of Muslims and what agreed with by various schools and religions in the field are among the most important proofs for the necessary emergence of the *Mahdī* of the generation of the last prophet. Therefore, belief in prophecy requires belief in the appearance of that Imām, and it is not permissible to separate the two. In this way, it seems necessary to pay attention to both dimensions of religious content and the requirements of the media and to benefit from these two wings in order to recognize the last promised. Therefore, in this study, by using religious texts and narratives with the method of theme analysis, we distinguish the unique characteristics of *Ḥaḍrat Hujjat* (AS) from false claimants, and then by analyzing the discourse, the approaches and the discourse governing the media effects of 9 main active groups. We will extract Mahdism from the false claimants, and between these two and the analysis of the content of interviews with Mahdism and media experts, we will explain the desired model of the media to oppose them.

**Keywords:** The Last Time, Savior (*Munjī*), *Mahdī*, Media, Claimants.

---

1. Taken from: Ahmad Sayyah: *Ṭarāḥī-yi ulgū-yi maṭlūb-i taṣwīrpardāzī az Imām-i 'aṣr arwahunā fidāh dar rasanīha*, Doctoral thesis, Supervisor: Hasan Zarei Matin & Seyyed Mohammad Hosein Hashemian, University of Tehran, Pardis Farabi, Qom, Iran, 1398 *hijrī shamsī*.

\* Phd student of Media Management at University of Tehran, Qom, Iran (Corresponding Author), ahmadsayyah@ut.ac.ir.

\*\* Professor at University of Tehran, Qom, Iran, matin@ut.ac.ir.

\*\*\* Associate professor at Baqir al-Olum University, Qom, Iran, Hashemian@bou.ac.ir.

\*\*\*\* Associate professor, Imām Khomeini Education and Research Institute, Qom, Iran, sharaf@qabas.net.

## الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان<sup>۱</sup>

احمد سیاح\*

حسن زارعی متین\*\* سید محمدحسین هاشمیان\*\*\* سید حسین شرف‌الدین\*\*\*\*  
[تاریخ دریافت: ۱۳۹۸/۰۷/۲۰؛ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۸/۱۱/۱۸]

### چکیده

ایمان به ظهور مصلح آخرالزمان و مهدی دوران در زمره امور غیبی است که رسول خدا (ص) از آن اطلاع داده و تأیید و پذیرش آن واجب است. آیات قرآن، روایات متواتر از شیعه و اهل سنت و اجماع و اتفاق مسلمانان و ادراک مکاتب و ادیان گوناگون پیرامون نیاز به ظهور منجی از مهم‌ترین ادله در اثبات ظهور مهدی امت از نسل پیغمبر آخرالزمان است. توجه به هر دو بُعد محتوای دینی و الزامات رسانه‌ای و بهره‌مندی از این دو برای شناساندن مطلوب موعود آخرالزمان ضروری است. در این پژوهش با بهره‌گیری از متون دینی و روایی با روش تحلیل درون‌مایه، به تمییز مشخصات منحصر به فرد حضرت حجت (عج) از مدعیان دروغین می‌پردازیم، و سپس با روش تحلیل گفتمان، رویکردها و گفتمان حاکم بر آثار رسانه‌ای ۹ گروه اصلی فعال از مدعیان دروغین مهدویت را استخراج می‌کنیم و از میان این دو و تحلیل درون‌مایه مصاحبه با خبرگان مهدویت و رسانه، الگوی مطلوب رسانه‌ای مقابله با آنها را تبیین خواهیم کرد.

کلیدواژه‌ها: آخرالزمان، منجی، مهدی، رسانه، مدعیان.

۱. مقاله برگرفته از: احمد سیاح، طراحی الگوی مطلوب تصویرپردازی از امام عصر ارواحنا فداه در رسانه‌ها، رساله دکتری، استاد راهنما: حسن زارعی متین و سید محمدحسین هاشمیان، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران، ۱۳۹۸.

\* دانشجوی دکتری مدیریت رسانه، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران (نویسنده مسئول) ahmadsayah@ut.ac.ir

\*\* استاد گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت، پردیس فارابی، دانشگاه تهران، قم، ایران matin@ut.ac.ir

\*\*\* دانشیار مدیریت راهبردی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه حضرت باقرالعلوم (ع)، قم، ایران

Hashemian@bou.ac.ir

\*\*\*\* دانشیار گروه فرهنگ و ارتباطات، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)، قم، ایران sharaf@qbas.net

## مقدمه

اصول اعتقاد مهدوی در آیات متعدد قرآن جلوه‌گر است و تأکید بر تشکیل حکومت عدل جهانی، غلبه دین اسلام بر تمامی ادیان و حاکمیت مستضعفان و صالحان، نمایان و آشکار است؛ از جمله: انفال: ۳۹؛ توبه: ۳۳؛ فتح: ۲۸؛ توبه: ۳۲؛ صف: ۸؛ انفال: ۷؛ اسراء: ۸۱؛ انبیاء: ۱۰۵؛ نور: ۵۵؛ صافات: ۱۷۱-۱۷۳؛ غافر: ۵۱؛ مجادله: ۲۱؛ و آیات دیگری که تأویلشان دلالت بر پیروزی حق و حتمی بودن حکومت جهانی مصلحان و نصرت ایشان بر اهل باطل و اتمام نور و ظهور امام زمان دارد و وعده تحقق آن در آخرالزمان و در همین دنیا است (البحرانی، ۱۴۰۳: ۱-۲۲۰). اجماع مسلمانان در این زمینه نیز با سیری در تاریخ و نیز دیدگاه علمای عامه و امامیه مسلم و قطعی است، چنانچه از همان قرون ابتدایی ضمن تأیید صحت اصل ظهور مهدی در آخرالزمان و اقتدای عیسی به وی، با بیان اوصاف خاص وی، ادعاهای مدعیان دروغین مهدویت را رد می‌کردند. در احادیث اهل سنت، روایات مهدویت از متواترات است، به طوری که بیش از ۷۷ تن از مشاهیر علما و محققان عامه در اشعار، قصاید، کتب یا تصنیفاتشان، ولادت یا غیبت و امامت آن حضرت را به عنوان یگانه فرزند امام حسن عسکری (ع) ثبت و ضبط کردند.

۱۰۶ کتاب حدیثی مشاهیر علمای اهل سنت درباره ظهور، روایاتی را از ۳۴ صحابی ذکر کردند، و نیز در ۳۲ کتاب به طور اختصاصی به این موضوع پرداختند، به طوری که در برخی از این کتب از جابر بن عبدالله انصاری از رسول خدا (ص) روایت کردند که: «من انکر خروج المهدی فقد کفر» و در لفظ دیگر «من کذب بالمهدی فقد کفر»؛ بدان معنا که «هر کس ظهور مهدی را دروغ بشمارد (انکار کند) کافر شده است» (متقی هندی، ۱۴۱۲: باب ۲).

روایات شیعی به دلیل منقطع‌نشدن ثبت و ضبط روایات از عصر رسول اکرم (ص) تاکنون، معتبرترین روایات است و اولین کتب ایشان به املائی پیامبر و دست خط حضرت علی (ع) است؛ و از راه‌های مختلف در بیان روایات و احکام به آن استناد

شده، و عمدتاً منشأ روایاتشان ائمه (ع) هستند که به اسناد احادیثی متواتر، همچون ثقلین، اعدال قرآن مجیدند. بنابراین، احادیثی که از طرق شیعه راجع به ظهور حضرت ولی عصر (عج) آمده و به تأیید بزرگان و محدثان ایشان رسیده است، مانند کتاب سلیم بن قیس (متوفای ۷۰ یا ۹۰ ه.ق.) و کتاب مشیخه حسن بن محبوب (متوفای ۲۲۴ ه.ق.) که پیش از ولادت امام زمان (عج) تألیف شده و خطبه غدیر و آیات مرتبط با آن و واقعه عظیم عاشورا و روایات منتقم آن و سایر روایات به‌تنهایی برای اثبات امامت امام زمان، یگانه فرزند امام عسکری (ع)، کافی است.

تصریح بر تعداد ۱۲ امام و نصب آن از جانب خدا و به نص پیغمبر و ائمه پیشین در جوامع حدیثی فریقین آمده است، به طوری که بر اساس محاسبه مؤلف منتخب الاثر (صافی گلپایگانی، ۱۳۹۲) ۲۷۱ روایت دلالت بر امامت ۱۲ نفر دارد و نیز ۹۴ روایت بیان می‌دارد که مهدی (ع) نفر دوازدهم ایشان است و ۹۱ روایت بر اولین‌بودن حضرت علی (ع) و دوازدهمین‌بودن حضرت حجت دلالت دارد؛ و ۱۰۷ حدیث ضمن بیان دو مطلب فوق ۹ تن از ایشان را از نسل امام حسین (ع) و حضرت مهدی را نهمین ایشان می‌خواند؛ و نیز ۵۰ حدیث بر اسامی شریف دوازده امام دلالت دارد؛ با توجه به احادیث و منابع، سه قطب غدیر، عاشورا و رجعت نقاط عطف مهدویت و از سوی دیگر غدیر و عاشورا رسانه‌های اصلی تشیع‌اند که به‌ویژه معصومان (ع) درباره‌شان امر به تبلیغ کرده‌اند.

### امام زمان (عج) در خطبه غدیر و امر به بازنمایی رسانه‌ای آن

پیامبر در بخش مهمی از خطبه غدیر، با تأکید بر استمرار روند پیوسته نبوت و امامت، آغازگر آن را حضرت علی (ع) و خاتمه‌گرش را حضرت مهدی (عج) معرفی می‌کند و رویه‌ای برای اتصال تمامی مؤمنان در طول تاریخ با رأس مذهب در قالب امامت و معطوف به آینده مهدوی شکل می‌یابد و برای آن چیدمان و الگوی خط‌مشی‌گذاری و تصمیم‌گیری نظام مطلوب الهی برای مردمان جهان تبیین می‌شود و کنشگری فوق فعال مخاطبان، اعم از حاضران و غایبان، و سازمان‌ها حتی در کوچک‌ترین آن، یعنی خانواده، در قالب گفتن پدران و مادران برای فرزندان مطالبه می‌شود؛ و رفتاری مناسب

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۶۷

برای تحقق آن مطلوب از مؤمنان خواسته و برای آن بیعت و تأیید مخاطبان نیز گرفته می‌شود. کدام وجدان بیدار است که این حقایق را نادیده بگیرد و به‌سادگی از آن عبور کند؟ (سیاح، ۱۳۹۸: ۳۶-۵۰).

### عاشورا و اربعین رسانه پویای مهدویت: سینه‌زنی و عزاداری جمیع امت‌ها علامت ظهور

بنا بر روایات، حضرت حجت (عج) در هنگام ظهور، برای شناساندن خود به مردم دنیا، خویش را فرزند امام حسین (ع) معرفی می‌کند و این نشان‌دهنده آن است که جهانیان سیدالشهدا (ع) را در آن زمان می‌شناسند (سیاح، ۱۳۹۵: ۴۱). از سوی دیگر، در منابع و مصادر سایر ادیان، مانند مسیحیت نیز نمونه‌هایی در تأیید این مطلب همچون نشانه‌ای که در انجیل متی درباره آخرالزمان آمده، مؤید این مبحث است (انجیل متی، ۲۴: ۳۰): «آنگاه علامت فرزند آدم در آسمان پدیدار گردد، و در آن هنگام همه اقوام زمین سینه‌زنی کرده و فرزند انسان را مشاهده می‌کنند که بر ابرهای آسمان سوار گشته و با شکوه و جلالی عظیم می‌آید؛ اگرچه با وجود شبهه‌افکنی‌ها و تلاش‌های کور عده‌ای، شاید به ادعای بعضی، مظاهر بیرونی عزا و دستجات و سینه‌زنی‌های خیابانی در برخی شهرهای ایران (شیعه‌خانه اهل بیت) کم شده باشد، اما تظاهر بیرونی این پیش‌بینی علائم ظهور در انجیل را می‌توان اربعین تا اربعین در سراسر دنیا به‌وضوح دید. پرچمی که عده کمی زمین بگذارند روی دوش بسیاری از اقوام و ملل دیگر بلند خواهد شد.

### لزوم شناخت ویژگی‌های اختصاصی مهدی امت

تمامی موجودات و اشخاص در عین حال که در بسیاری از صفت‌هایشان، بالذات یا بالعرض یا به طور اعتباری با دیگران مشترک‌اند (مابه‌الاشتراک)، خصوصیتی نیز دارند که با آنها از سایرین متمایز و مشخص شده‌اند (مابه‌الامتياز)، که این از مهم‌ترین احکام جهان هستی است و بقای آن را تضمین می‌کند. بنا بر حدیث معروف «من مات و لم يعرف إمام زمانه مات میتة جاهلیة؛ هر کس بمیرد و امام زمان خود را نشناخته باشد،

همانند مردن جاهلیت مرده است» (کلینی، ۱۴۰۷: ۳۷۱/۱) شناخت امام برای هر فرد تکلیف شرعی و واجب عقلی است. در شناخت اوصاف مهم‌ترین شخصیت آخرالزمان شناخت این ویژگی‌ها بسیار مهم است.

### ابطال دعوی مدعیان دروغین مهدویت با شناخت اوصاف صحیح امام زمان (عج)

اوصاف و ویژگی‌هایی که در روایات و منابع مختلف حدیثی مستند برای حضرت مهدی (عج) بیان شده مشخصاتی است که هر که آن را بشناسد هرگز ایشان را با فرد دیگری اشتباه نخواهد گرفت. غفلت و بی‌اطلاعی از این خصایص، اشتباه‌گرفتن خصوصیات عمومی با صفات خاص، خاص شمردن برخی صفات عام و تمام‌دانستن آنها، حب جاه و ریاست و سلسله‌ای از اغراض مادی و سیاسی یا اجتماعی، و عمد در انحراف افکنی عقیدتی موجب ترویج و پذیرش مدعیان دروغین و بدیل‌های شیطانی در امر مهدویت در زمان‌های گوناگون تاریخی شده است. وگرنه ویژگی‌هایی که برای حضرت مهدی (عج) در آیات و روایات ذکر شده اوصافی است که به جز بر آن فرد خاص و شخصیت ارجمند موصوف بدان صفات ویژه، یعنی یگانه فرزند امام عسکری (ع) و نهمین از فرزندان امام حسین (ع) در سلسله‌مراتب ائمه اثنا عشر، امام دوازدهم و خاتم ایشان با اتفاق علائم حتمی در هنگام ظهور او بر احد دیگری از مدعیان تطابق نیست و بطلان ادعای آن مدعیان با نشانه‌ها و علائم بیان شده روشن است.

علما و دانشمندان علم رجال و تراجم در کتب معتبر حدیثی به شکل مستند این خصوصیات را بیان کرده‌اند، اما ذکر همه روایات در اینجا ممکن نیست. بنابراین، ما از ۴۰ ویژگی از اوصاف ذکر شده در منتخب الاثر فی الامام الثانی عشر (ع) (صافی گلپایگانی، ۱۳۹۲: ۹۷/۳-۲۴۵) تعدادی را با رقم روایاتی که بر هر یک از خصوصیات دلالت دارد، در مقابلشان می‌آوریم:

۱. مهدی از نسل پیامبر اسلام است (۳۸۹)؛ ۲. در اسم و کنیه یکسان و نیز شبیه‌ترین به ایشان بوده (۴۸)؛ و ... ۱۶. نام والدش حسن است (۱۴۷)؛ ۱۷. والده‌اش سیده کنیزان و بهترینشان است (۱۳۶)؛ ۱۸. نفر دوازدهم از ائمه و خاتم ایشان است

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۶۹

(۱۳۶)؛ ۱۹. دو غیبت دارد (صغری و کبری) (۱۰)؛ ۲۰. آن قدر غیبتش طول می‌کشد که مردمی که ایمان و شناختشان ضعیف است دچار شک و تردید می‌شوند (۹۱)؛ و ... ۳۹. میلادش و زمان و نوع کیفیتش و احوال والده ارجمندشان (۲۱۴)؛ ۴۰. بیان معجزه‌هایی از ایشان هنگام حیات والد گران قدرشان و زمان غیبت صغری و کبری، اسامی افراد بسیاری که به دیدار آن حضرت مشرف شده‌اند. «روایات ابواب دو و سه از فصل سوم، و ابواب یک و دو از فصل چهارم، و ابواب یک و دو از فصل پنجم منتخب الاثر». بنابراین، باید ضمن رصد فعالیت‌های رقیب و نقد بدیل‌های شیطانی و مدعیان دروغین از طریق رسانه‌ای کردن خلأ و ضعف هر یک از آنها، که برخلاف اوصاف و الگوهای بیان‌شده از شخصیت حضرت حجت و شرایط ظهور و علائم قطعی و شخصیت‌های همراه با ایشان یا در برابر حضرت است، به تثبیت الگوها و اوصاف بیان‌شده در آیات و روایات و عرضه آن در ژانرهای مختلف با توجه به مخاطب هدف در رسانه‌ها همت گماشت.

### جریان‌های فعال فعلی مدعی آخرالزمان و مهدویت

در میان مدعیان مهدویت چند جریان اصلی را که در عرصه رسانه‌ای شاخص‌تر از سایرین‌اند بر اساس سخن خبرگان مهدویت و رسانه‌شناسایی کردیم. سپس به شناسایی رسانه‌های اصلی ایشان و آثار رسانه‌ای مهمشان در هر بخش پرداختیم؛ و با رصد، مطالعه و دیدن و شنیدن آن آثار و از میان صدها ساعت آثار تصویری و رسانه‌ای و نیز مطالعه ده‌ها اثر کتبی ایشان بر اساس روش برگرفته از روش‌شناسی تحلیل و استنباط مضامین موعودگرا (نقیب‌السادات، ۱۳۹۱: ۱۱۶) گفتمان فکری و رسانه‌ای ایشان را به تفکیک شناسایی و تحلیل کردیم. در این راه، از منظر نشانه‌شناسانه، در مؤلفه‌های به‌کاررفته در آثار ایشان مذاقه کردیم. سپس با عرضه مجدد نتایج به خبرگان و لحاظ کردن دیدگاه‌های ایشان به تکمیل این فرآیند همت گماشتیم، که نتیجه در جدول ذیل عرضه می‌شود:

جدول ۱: تحلیل گفتمان رسانه‌های ۹ گروه شاخص از مدعیان دروغین مهدویت

رویکردهای رسانه‌ای (گفتمان رسانه‌ای)	آثار رسانه‌ای مهم	رسانه‌های اصلی	رویکردهای نظری (گفتمان فکری)	ویکردها و رسانه‌ها بدیل آخرالزمانی
<p>مصورنکردن باب و شخصیت‌های اصلی بهایی به منظور تقدس‌بخشی به وی و مشابهت‌سازی با مصورنکردن پیامبر اکرم؛ تقدس‌بخشی به ارکان مذهبی خویش همچون علی محمد باب و فاطمه قره‌العین به تناسب تغییر ذائقه مخاطب هر عصر از طرق مختلف فیلم و مستند یا سریال با تحریف گسترده تاریخ در راه سیاه‌نمایی رقا و مظلوم‌نمایی خویش، ابتدا ناشناس و نهان‌روش و پس از نزدیکی به سوژه مد نظرشان هویدا کردن هویت در شبکه‌های اجتماعی در راه جذب، یا اقدام به پوشش مظلوم‌نمایانه اخبار خویش در اعلان‌های عمومی، و حقوق بشری و مدرن‌خواندن مذهب خویش و تأکید بر دین‌خواندن آیین خویش و حضور حداکثری در تمامی محافل و سمینارهای غربی یا شرقی به منظور تخریب تشیع؛ نفوذ افراد وفادار به آیین به عنوان کارشناس بدون معرفی هویت بهایی در شبکه‌های خبری؛ یسارگری در عرصه</p>	<p>فیلم مستند «سپیده‌دم ایمان و ظهور بهائیت: دروازه» (The Gate: Dawn of the Baha'i Faith) (2018) کارگردانی باب هرکولس (Bob Hercules) و تهیه‌کنندگی استیو سروویتز (Steve Sarpwiz) که خود بهایی است (و سابقاً کلیمی بوده) با بودجه سه میلیون دلاری؛ مستند ریشه‌های آیین بهائیت؛ دوپست سال بعد؛ طاهره؛ امیدی از ایران؛ روزی برای خدمت؛ سروش عندلیب؛ مستندهایی درباره امانت؛ بامداد تابان؛ نوری برای عالم؛ سفر پرفروغ؛ ورقا اولین مجله کودکان بهایی در ایران؛ روایت یک تاریخ؛ مستند تربیت؛ رضا؛ مرزهای یادگیری؛ مدارس بهایی؛ تحقق یک رؤیا؛ انیس؛ حالا که ۱۵ ساله شدم؛ مستند بی.بی.سی. درباره بهائیت و مراکز مهم مذهبی آن؛ پخش برنامه‌های اختصاصی سفارشی به صورت میزگرد و ... در شبکه‌های جهانی و فارسی بی.بی.سی. یا شبکه‌های فارسی‌زبان دیگر؛ داستان نویسی‌های کوتاه و</p>	<p>«سرویس رسانه‌های فارسی بهایی» شامل رادیو و تلویزیون و پخش زنده؛ شبکه‌های ماهواره‌ای و اینترنتی اختصاصی بهائیت زیر نظر جامعه بهائیت آمریکا یا بیت‌العدل و ... نوین تی‌وی؛ پرشین بی.ام.اس. (شبکه جدید)؛ حضور گسترده رسانه‌ای در سایر شبکه‌های فارسی‌زبان اعم از بی.بی.سی. فارسی، ایران اینترنشنال، من و تو، فارسی ۱، ام.بی.سی. پرشیا و صدای آمریکا و رادیو فردا و نیز بخش‌های جهانی بی.بی.سی.؛ ساخت فیلم‌هایی مثل دروازه در کمپانی‌های رسانه‌ای خود در آمریکای شمالی؛ حضور گسترده در شبکه‌های اجتماعی همچون فیس‌بوک، توئیتر و ... و سایت‌های مشارکتی مبتنی بر وب ۲ مانند بالاترین و ...</p>	<p>۱. بازسازی و مصادره گفتمانی رویکرد شیعی؛ ۲. به دام انداختن جریان‌های کم‌اطلاع و ظاهراً اما شیفته مهدویت و استفاده مستقیم یا غیرمستقیم از آنها برای تبلیغ موعود یا مهدیان دروغین به‌خصوص در دوره پیدایش؛ ۳. تغییر در احکام و تقیدات شرعی؛ ۴. به‌روز و مظلوم نشان‌دادن خویش؛ ۵. بازسازی اسطوره‌گون شخصیت‌های تشیع در بسین مؤسسانش و چهره‌آرایی از ایشان به عنوان مثلاً اولین زن آزادی‌خواه و مترقی و شاعر در قالب اشخاصی همچون فاطمه قره‌العین</p>	<p>بهائیت و بابیت</p>



الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۷۱

<p>بین‌المللی و رسانه‌ای از نخبگان به منظور گنجاندن نام بهائیت در هر بیانیه حمایتی عمومی از اقلیت‌های دینی یا مذهبی؛ بزرگ‌نمایی فعالیت‌های بهاییان به عنوان خادمان به فرهنگ و اقلیت نخبه‌جوامعی که در آن حضور دارند؛ مستندسازی از افراد عادی فرقه به عنوان الگوهایی که در عین مظلومیت با سرسختی به موفقیت رسیدند؛ تغییر روایت واقعی وقایع تاریخی مملو از کشتار و بی‌اخلاقی رهبران فکریشان به روایت قهرمانانه و مقدس مانند ماجرای بدشت و جلوه‌دادن رفتارهای شرم‌آور اخلاقی بی‌سابقه در جهان به منزله مبارزه برای حقوق زنان؛ و کشف حجاب اختیاری؛ سعی در پنهان کردن روابط با استعمار و صهیونیسم؛ سعی در پنهان کردن سیر تغییر ادعای بنیان‌گذاران از بابت امام زمان در درون شیعه به ادعای الوهیت و سپس الغای احکام اسلام و دشمنی با امام زمان در تبلیغات امروز؛ سعی بر صلح‌طلب، وحدت‌طلب و لائیک جلوه‌دادن خود؛ همکاری نزدیک رسانه‌ای با تمام گروه‌های ضدشیعی</p>	<p>رمان‌ها</p>			
--	----------------	--	--	--

<p>جریان احمد الحسن و سایر مدعیان نیابت و بابیت</p>	<p>۱. بازسازی و مصادره گفتمانی رویکرد شیعی و سوءاستفاده از حدیث و وصایت؛ ۲. به دام انداختن جریان‌های کم‌اطلاع و ظاهرگرا اما شایسته مهدویت و استفاده مستقیم یا غیرمستقیم از آنها برای تبلیغ موعود یا مهدیان دروغین؛ ۳. تکفیر شیعیان مخالف و هدربودن جان و مالشان؛ ۴. تغییر در احکام و تقیدات شرعی؛ ۵. حضور حداکثری در فضای مناسبت‌های شیعی و دام‌گذاری برای یارگیری؛ ۶. ترویج تبعیت محض از رهبران و نهان‌روش‌بودن فعالیت‌ها در مراحل ابتدایی و سپس ترویج علنی</p>	<p>شبکه ماهواره‌ای رایات‌السود؛ حضور گسترده در شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و تولید ویدئوهای متعدد حاوی پیام‌های گروه با آرم ویژه آن و با جمله البیعة لله؛ توزیع گسترده بولتن در محافل مذهبی شیعی؛ مستندسازی‌های گسترده از طریق شخصیت‌های رسانه‌ای شاخص در غرب مانند کمپانی رسانه‌ای عبدالله هاشم</p>	<p>مستندهای ده‌ها و صدها قسمتی عبدالله هاشم با عناوین کلی ظهور (The Arrivals) و ظهورکرده (The Arrived) و ...؛ مستندهای شبکه رایات‌السود علیه مرجعیت شیعه، دولت‌های عراق پس از صدام و ایران؛ تمرکز بر فعالیت‌های خبری روز و پیام‌های صوتی مداوم و ارتباط با مریدان و گفت‌وگو با مخالفان (این جریان دچار انشعاب نیز شده)؛ در برهه‌ای از زمان در سطح داخلی بخش‌های رسانه‌ای فریب این جریان را خوردند و مبلغ شخصیت‌های رسانه‌ای ایشان شدند: برنامه راز صدا و سیمای جمهوری اسلامی ایران با اجرای نادر طالب‌زاده با حضور محمد طیب در تاریخ ۲۰ مرداد ۹۰ شبکه ۴ و تبلیغ عبدالله هاشم و مستندی که ظهور احمد الحسن را نوید می‌داد برای اولین بار در راز! مؤسسه رسانه‌ای مضاف با محوریت رائفی‌پور و برخی دیگر از مؤسسه‌های مهدویت</p>	<p>سعی بر جذب شخصیت‌های رسانه‌ای شیعی و طلاب کم‌سواد علوم دینی و فریب ایشان؛ حضور در مجامع بزرگ شیعی مانند اربعین و تأکید بر نام حضرت امام حسین (ع) در گفتمان خویش به جهت بهره‌گیری از احساسات مذهبی؛ تکفیر شیعیان مخالف؛ استفاده از نارضایتی جوامع شیعی از دولت‌هایشان برای جذب نیرو و بسط قدرت خویش؛ دجال‌خواندن مراجع بزرگ شیعه همچون سیستمی و علمای قم و نجف؛ یارگیری از بین شیعیان علاقه‌مند به مهدویت و ظهور؛ الغای برخی احکام دینی؛ تشویق به خشونت و قتل علیه شیعیان و ایجاد جنگ درون‌شیعی در سرزمین‌های مقدس و مراقد مقدس شیعی؛ بهره‌گیری از مقدسات ادیان مختلف در نماد و لوگوی خویش از ستاره داوود گرفته تا شعار البیعة لله و شمشیر دو سر و ...؛ تشویق به تقدس‌شکنی، خشونت‌ورزی و ستیز در نجف و کربلا به اسم پالایش و خالص‌سازی مشابه با رویکرد وهابیت، خود و فرزندان را تا ۱۲ نسل به عنوان امام از نسل حضرت مهدی (عج) و فرزند امام عسکری (ع) معرفی‌کردن؛ و معرفی سلسله امامت جدید</p>
---	--	---	--	---

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۷۳

<p>برخلاف متون مهدویت و رجعت شیعی و بهره‌مندی از تقطیع و تأویل‌های خلاف یا نقص‌هایی در متون برخی نسخ در جهت تثبیت این امر؛ سعی بر خلق متن جدید دینی، نفی حجیت قرآن، مشابه‌سازی با روایات شیعه و سنی درباره ظهور و مصادره گفتمانی و نمادی مهدویت شیعی؛ مصورنکردن چهره تا جای ممکن به منظور تقدس‌بخشی و ادامه نهان‌روشی؛ دجال‌اکبر خواندن آمریکا و غرب و سعی در سرسلسله‌شدن در مقابل فراماسونری و کسب رهبری در غرب‌ستیزی؛ تشابه کامل نظام تبلیغی با روش داعش؛ رازآمیز نشان‌دادن فضای شخصیت ساخته‌شده به منظور جذاب جلوه‌دادن آن از بعد رسانه‌ای؛ بازگشت حکومت بنی‌العباس خواندن حکومت فعلی عراق با تمرکز بر همکاری و استفاده از تصاویر نخست‌وزیران شیعه در کنار رؤسای جمهور آمریکا</p>				
<p>قهرمان‌سازی از خلفای جور، ترویج فتوحات، آرمانی نشان‌دادن فضای خلافت اموی و عباسی؛ تقدس‌بخشی به شخصیت‌هایی چون عمر بن خطاب، معاویه، هارون‌الرشید و حتی یزید؛ خادم‌الحریمین و نمونه تام</p>	<p>برنامه‌های مستند و خبری؛ سریال عمر بن خطاب، الاسباط (امام حسن و امام حسین (ع) و معاویه)، هارون‌الرشید و ...؛ سرمایه‌گذاری در فیلم‌های سینمایی؛ حمله به آثار رسانه‌ای رقیب؛ کتب متعدد به‌ویژه علیه شیعیان</p>	<p>کمپانی‌های رسانه‌ای MBC (همکار با کمپانی فاکس روبرت مرداک) و روتانا و شبکه‌های خبری العربیه و ... و استفاده از فضای رسانه‌های غربی همچون بی.بی.سی. با ساخت مستندها یا گزارش‌های</p>	<p>۱. اعتقاد به منجی تحت نام مهدی در آخرالزمان با تشکیک در ولادت وی و رد آن و اختلاف در بودن منجی از نسل امام عسکری (ع)؛ ۲. سعی در دور نشان‌دادن امر ظهور و دعوت به تبعیت از</p>	<p>و‌هابیت و سلفیت سنتی</p>

<p>اسلام معرفی کردن خویش و بی‌دین‌دانستن دیگران؛ تقدس‌شکنی از شخصیت‌های اصلی تشیع با تصویر چهره یا بد نشان‌دادن ایشان یا مشابه‌سازی‌شان با افراد قدرت‌طلب و عادی جلوه‌دادن اختلافاتشان با خلفای جور و مخالف در حد دو گروه دنیاطلب و محکوم‌بودن ایشان به دلیل تبعیت‌نکردن از خلیفه وقت؛ تکفیر شیعیان؛ حمله به زیارت، توسل و اعتقادات و الگوهای شیعی؛ ترویج عرب‌گرایی شدید، عاشوراستیزی و نفی و تمسخر شعائر و زیارت</p>		<p>سفارشی علیه تشیع، حوزه و اعتقادات شیعی مانند مستند اخیر بی‌بی‌سی، سی. جهانی درباره فحشا نشان‌دادن صیغه با تکرار مداوم تصاویر مراقد مذهبی و تخریب شخصیت‌های دینی نجف و عراق؛ مراکز پژوهشی و انتشاراتی عظیم و فعال علیه شیعه در مکه، مدینه و ...</p>	<p>پادشاهان حاکم بر سرزمین‌های اهل سنت</p>	
<p>آرمان‌شهر نشان‌دادن خلافت سلف و دعوت به بازگشت بدان؛ شیعه‌ستیزی و تکفیر تمام فرق اسلامی؛ عاشوراستیزی و نفی و تمسخر شعائر و زیارت؛ ترویج فتوحات؛ غرب‌ستیزی؛ ترویج خشونت و کشتار با ظالم نشان‌دادن دیگران و مظلوم نشان‌دادن خود با بهره‌گیری از اصول رسانه‌ای مثلاً پیش از نشان‌دادن سوزاندن خلبان اردنی تصاویر کودکان و زنان سوخته در خانه‌هایشان با بمباران هوایی علیه مواضع خود را پخش می‌کنند؛ رازآمیز نشان‌دادن نظام رهبری برای جذابیت؛ استفاده صحیح از لوکیشن و ساحت‌های</p>	<p>کتب متعدد؛ پخش تصاویر رهبران فکری و مستند و قهرمان‌سازی از ایشان از بن‌لادن گرفته تا ابوبکر البغدادی؛ مستندهای قتل و کشتار که در واکنش به ظلم انجام شده است شامل سربریدن، آتش‌زدن (خلبان اردنی) و انواع شکنجه علیه رقبای فکری با مستحق نشان‌دادن آنها؛ فیلم‌های ترویج خشونت ویژه کودکان جهادی؛ پخش پیام‌های صوتی و تصویری رهبران؛ پخش مستند علیه رقبای سایت اعماق و کانال‌های مرتبط با آن در شبکه‌های اجتماعی پوشش‌دهنده اخبار داعش</p>	<p>دابق، الفرقان و ... با پوشش رسانه‌ای شبکه‌های ترک‌زبان و شبکه الجزیره، شبکه کلمه، وصال و ... در بخش فارسی</p>	<p>۱. تلاش برای بازسازی خلافت سلف در آخرالزمان به منظور زمینه‌سازی برای ظهور منجی دروغین؛ ۲. رویکرد تهاجمی و تکفیر تمامی جریان‌ها؛ ۳. ساخت آرمان‌شهر دابق و بازسازی حاملان پرچم‌های سیاه به عنوان زمینه‌سازان ظهور؛ ۴. تبعیت محض از خلیفه به عنوان نایب تا زمان ظهور منجی؛ ۵. بهره‌گیری از آیات و روایات مهدویت گرایانه برای مشروعیت بخشی به خود</p>	<p>وهابیت و سلفیت اخوانی (جهیمان) و جهادی، القاعده و داعش</p>

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۷۵

<p>مذهبی و زیباسازی و تقدس‌بخشی رسانه‌ای مثلاً در تصویر اولین حضور خلیفه داعشی در مسجد موصل؛ مقدس نشان دادن عملیات انتحاری و قهرمان‌سازی از کسانی که این کار را انجام می‌دهند؛ خیانتکار نشان دادن شیعیان در جریان سقوط بغداد و سرنگونی خلافت عباسی و ترویج انتقام‌گرفتن از شیعه به این دلیل؛ بازسازی گفتمان تاریخی اهل سنت به منظور ترویج شیعه‌ستیزی، عاشوراستیزی و نفی و تمسخر شعائر؛ ترویج خشونت میان کودکان جهادی با بازنمایی کشتارها به دست ایشان؛ جهانی‌سازی گروه خویش با برجسته‌کردن نام مناطق نیروهایش در پایان نام ایشان و قهرمان‌سازی از آنها به منظور الگوسازی برای آن مناطق مثلاً ابوعمر شیشانی و ...؛ تکفیر سازندگان آثار رسانه‌ای خلاف عقیده‌شان مانند سازنده فیلم الرسالة مصطفی عقاد که به قتل وی به دست ایشان انجامید (سیاح، ۱۳۹۳)</p>				
<p>ترویج خشونت به سمت مخالفان و هابیت و ترویج شیعه‌ستیزی به صورت نرم‌تر از گروه‌هایی مانند داعش و القاعده؛ بازنمایی فعالیت‌های داعش و القاعده به طور مثبت به</p>	<p>پخش برنامه‌های مستند و خبری؛ سریال‌سازی به‌خصوص در شبکه‌های ترکی و عربی و بعد ترویج به زبان‌های مختلف دنیا و حمایت از فیلم‌های سینمایی و همکاری با دو نهاد</p>	<p>کمپانی رسانه‌ای پوشش‌دهنده شبکه‌های الجزیره و شبکه‌های ترک‌زبان و کمپانی‌های سریال‌سازی عرب و ترک با دوبله و پخش به تمام زبان‌های منطقه</p>	<p>۱. اعتقاد به منجی تحت نام مهدی در آخرالزمان با تشکیک در ولادت وی و رد آن و اختلاف در بودن منجی از نسل امام عسکری (ع)؛ ۲. سعی در دور</p>	<p>اخوان المسلمین و هابیت مدرن</p>

<p>بهبانه پوشش خبری؛ مظلوم‌نمایی برای گروه‌های جهادی که عمل آنها عکس‌العمل ظلم به ایشان و خلاف عمل کردن مخالفانشان از نظر مذهبی یا سیاسی است که موجب تحریک آنها می‌شود؛ غرب‌ستیزی؛ ترویج اندیشه‌های اخوانی و حمایت از گروه‌های سیاسی اخوانی در سراسر جهان؛ ترویج فتوحات؛ قهرمان‌سازی از خلفای جور؛ تقدس‌شکنی از مقدسات و ائمه شیعه و عاشوراستیزی و نفی و تمسخر شعائر؛ رد عقاید مهدوی شیعه و ترویج عقاید و هابیت دربارۀ مهدویت؛ حمایت فکری و رسانه‌ای از سریال‌های سایر کمپانی‌های وهابی؛ آرمانی نشان‌دادن فضای خلافت اموی و عباسی؛ تقدس‌بخشی به شخصیت‌هایی چون عمر بن خطاب، معاویه، هارون الرشید و حتی یزید؛ تقدس‌شکنی از شخصیت‌های اصلی تشیع با تصویر چهره یا بدنشان‌دادن ایشان یا مشابه‌سازی‌شان با افراد قدرت‌طلب و عادی جلوه‌دادن اختلافاتشان با خلفای جور و مخالف در حد ۲ گروه دنیاطلب و محکوم‌بودن ایشان به دلیل تبعیت‌نکردن از خلیفه</p>	<p>رسانه‌های وهابی دیگر؛ حمله به آثار رسانه‌ای رقیب؛ سریال حریم سلطان ورژن ترکی تفکر اخوان‌المسلمین با درون‌مایه پان‌ترکیسم و سریال صلاح‌الدین ایوبی اثر حاتم علی کارگردان سریال عمر که از شبکه نور به زبان فارسی پخش شد.</p>	<p>و جهان؛ شبکه المستقله، شبکه نور در بخش فارسی؛ در تبلیغ خلفای اموی و عباسی و استفاده از فضای رسانه‌های غربی و تبلیغ علیه تشیع؛ همپوشانی و همکاری نزدیک با دو جریان دیگر وهابی دارند؛ مراکز پژوهشی و انتشاراتی عظیم به‌خصوص مستقر در قطر و فعال علیه شیعه و جریان‌های رقیب اخوان‌المسلمین (سیاح، ۱۳۹۳)</p>	<p>نشان‌دادن ظهور و دعوت به تبعیت‌نکردن از پادشاهان حاکم بر سرزمین‌های اهل سنت و ترویج تأسیس حکومت‌های مقبول مردمی در بعد درون‌گفتمانی و فرامرزی‌بودن گفتمان‌شان؛ ۳. تلاش برای بازسازی خلافت سلف در آخرالزمان به منظور زمینه‌سازی ظهور منجی دروغین و حمله به اعتقاد شیعیان در این باب؛ ۴. حمایت پیدا و پنهان از جریان‌های تکفیری</p>
---	---	---	--

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطنانی مدعیان / ۷۷

<p>وقت؛ تکفیر شیعیان؛ حمله به زیارت، توسل و اعتقادات و الگوهای شیعی؛ مثبت نشان‌دادن خلافت عثمانی (سریال حریم سلطان نمونه‌ای است که با استفاده هنرمندانه از عناصر زیبایی‌شناسانه در شخصیت‌های خورتیز در تاریخ را مثبت نشان می‌دهد و تاریخ را قلب و جعل می‌کند و مخاطب با آن شخصیت‌ها هم‌ذات‌پنداری و از ایشان طرفداری می‌کند)؛ خیانتکار نشان‌دادن شیعیان در جریان سقوط بغداد و سرنگونی خلافت عباسی؛ قراردادن نام اهل بیت به عنوان شخصیت منفی و نام مخالفان ایشان به عنوان شخصیت مثبت آثار</p>				
<p>۱. اهریمن‌سازی از مهدی شیعیان با عنوان دجال با جلوه‌های رسانه‌ای اعم از گریم زشت، کشتار بی‌دلیل، دشمنی بی‌جا و تلاش برای نابودی غرب، زیبا نشان‌دادن شخصیت‌های مقابل، و بی‌اختیار نشان‌دادن پیروان؛ ۲. تخریب المان‌های اختصاصی ظهور در تشیع مانند صیحه آسمانی در ایکس‌من: آخرالزمان، رجعت و ...؛ ۳. راجع به مسیح دچار دوگانه هم‌زمان شکست قداست با تصویرگرایی مفراط و گناهکار نشان‌دادن مسیح در برخی فیلم‌ها و از سوی</p>	<p>محصولات تولیدشده بی‌شمار است؛ از کتاب گرفته تا فیلم، از مستند گرفته تا سریال ولی به چند نمونه مطرح از هر یک می‌پردازیم: رمان و کتاب: تصویرپردازی با رویکرد اهریمن‌سازی از امام دوازدهم در رمان آخرالزمانی: یک. «امام دوازدهم» (The Twelfth Imam) دو. شمارش معکوس دمشق (Damascus Countdown) و سه. ابتکار تهران (Tehran Initiative)؛ «سه‌گانه» اثر روزنبرگ؛ فجر طلایی</p>	<p>هالیوود و کمپانی‌های سازنده آثار در آن در عرصه فیلم و سریال و رسانه‌هایی مانند کمپانی FOX و شبکه‌های مسیحی اوانجلیست و صهیونیست؛ استفاده از تقریباً تمام ظرفیت رسانه‌های اصلی و پژوهش‌کننده‌های مذهبی سیاسی‌شان در سطح جهان؛ بازی‌های رایانه‌ای مثلاً کمپانی: Puma Reality War Games</p>	<p>۱. بازسازی گفتمان دجال به عنوان مسیح و انتظار برای ظهور مسیح دروغین معرفی شده ۲. بدیل‌سازی شیطنانی از موعود شیعی به عنوان مهدی؛ ۳. رویکرد تهاجمی و تبیین صهیون و المان‌های اوانجلیستی در غرب و شرق با بهره‌گیری از نماد تمام فرق و نژادها به عنوان منجی آخرالزمانی</p>	<p>مسیحیت تبشیری، اوانجلیست و کلیساهای خانگی، صهیونیسم</p>

<p>دیگر تقدس‌گرایی نمایش معجزات هستیم (گویی دلهره از حقیقت‌گویی شیعه درآمدن مسیح و نفی نظام موجود حاکم بر غرب آنها را به ترس انداخته و هر منجی قهرمان سعی در حفظ وضع موجود و دفع دشمنان برهم‌زننده آن دارد)؛ ۴. ترویج اندیشه مسیحیت صهیونیست در آرمان‌شهر نشان‌دادن منطقه کوه صهیون و نیاز به وجود اسرائیل امن برای پناه‌بردن بسدان در آخرالزمان؛ ۵. تخریب نام مهدی با منجی داعش خواندن مهدی؛ ۶. ترویج این نگاه که مسلمان خوب مسلمان بدون منجی و همکار با غرب است؛ ۷. ترویج نگاهی که مسیحی خوب، منجی‌گرا با تعریف هالیوودی است و آمریکا رهبر نبرد آزماگدون است؛ ۸. تخریب اسامی و اعداد مقدس اسلامی؛ ۹. تخریب نمادهای منجی اسلامی و ترویج عاشوراسستیزی، و نفی و تمسخر شعائر و زیارت؛ ۱۰. تخریب ایران و نمادهای آن به عنوان یاوران منجی؛ ۱۱. تخریب چهره اسام زمان با استفاده از سخنان غیرمنطقی سیاسیون فرصت‌طلب داخلی؛ ۱۲. وصل کردن رویدادهایی که خشم افکار عمومی را برمی‌انگیزد به منجی‌گرایی اسلامی؛ ۱۳. اشاره به ماجرای بازگشت مردگان و</p>	<p>(۲۰۱۲) اثر کوستینگن؛ ضد مسیح اسلامی (۲۰۱۵) اثر جوئل ریچاردسون؛ مهدی: مسیحی‌ای به سرقت‌رفته (۲۰۰۴) اثر رون کانتزله مهدی؛ هراسی در هزاره (۱۹۹۹) اثر داکندورف؛ مهدی (۱۹۸۳) اثر کوئیل؛ فیلم: ایکس‌من: آخرالزمان (۲۰۱۶)؛ «نوستراداموس: مردی که فردا را دید» اثر رابرت جنت با حضور اورسن ولز؛ (۲۰۱۲)؛ نارنیا؛ روز استقلال؛ چندگانه دجال و ورژن جدید آن؛ ماتریکس؛ آخرالزمان؛ آگاهی؛ جنگ دنیاها؛ پایان روزها؛ رمز داوینچی؛ روی خط سبز؛ جن گیر؛ روح؛ اورشلیم؛ سفر به سرزمین موعود؛ هنکاک؛ نشانه‌ها؛ زندانی؛ ده فرمان؛ داستان آفرینش؛ کلیه فیلم‌های قهرمانی؛ دروغ‌های حقیقی؛ هری پاتر؛ آزماگدون؛ مومیایی؛ ایندیانا جونز؛ ترمیناتور؛ ارباب حلقه‌ها؛ بیگانه؛ فیلم‌های زامبی؛ سیصد؛ پرسپولیس؛ شبی بدون شاه؛ شاهزاده ایران؛ شن‌های زمان؛ آخرین وسوسه مسیح؛ نوح؛ پسر خدا (۲۰۲۰)؛ بزرگ‌ترین داستان گفته‌شده؛ عیسی؛ مصائب مسیح؛ شاهنشاه (شاه شاهان)؛ داستان میلاد؛ روزی که مسیح کشته شد؛ بن هور؛ لژیون؛ کتاب الی (یا عیسی)؛ برف‌شکن؛ پسر زمین؛ محاصره؛ صابر؛ پیشگویی؛ ۷؛ کنستانتین؛ انجیل به روایت</p>			
--	--	--	--	--



الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۷۹

<p>پادشاه آنها و نقیسی بر رجعت از دیدگاه شیعی با درون‌مایه وحشت‌آور (مثلاً سریال بازی تخت و تاج یا مردگان متحرک و ...)؛ ۱۴. تشویق حذف و روحیه کشتار مخالفان به شکل گسترده (در واقع داعشیم زینت‌داده و زیباسازی و موجه جلوه داده‌شده)</p>	<p>متی؛ مسیح جوان؛ جودس؛ مریم؛ مادر عیسی؛ ردا؛ باراباس؛ مریخ حمله می‌کند؛ برخاسته؛ لورنس عربستان؛ طلای سیاه؛ چهار پر ۲۰۰۱؛ شب‌های عربی؛ دلتافورس؛ تک‌تیرانداز امریکایی؛ دکتر استرنج؛ جنگ جهانی زد و ... سریال: هوملند (میهن)؛ بازی تخت و تاج؛ مردگان متحرک؛ فرینج؛ لاست؛ فلش فوروارد؛ ۴۴۰۰؛ مسیح (۲۰۲۰)؛ سریال‌های زامبی و قهرمانی و ... انیمیشن و کودک نوجوان: ماتریکس؛ ۹؛ راز کلز؛ مستند کمپ مسیحیان (۲۰۰۶)؛ پرنس مصر (زندگی حضرت موسی)؛ زندگی حضرت یوسف؛ کشتی نوح؛ چوبین (غیرهالیوودی) ... بازی‌های رایانه‌ای: شاهزاده ایرانی؛ آیین قاتلان؛ کانتر؛ سام ماجراجو؛ مردگان متحرک؛ آخرین ما .. و تولیدات موسیقیایی؛ مستندهای متعدد؛ میزگردهای رسانه‌ای و برنامه‌های خبری تحلیلی؛ و مقالات گوناگون: نمونه سناریوهای مستندسازی خبری در بی.بی.سی. جهانی ضدشیعه و پخش هم‌زمان در بخش‌های مختلف به زبان‌های بین‌المللی: قوادی روحانیون شیعه در عراق و سوءاستفاده جنسی از کودکان در اماکن مقدس (۴ اکتبر ۲۰۱۹) ساخته «نوال</p>			
--	---	--	--	--

<p>المقافی» خبرنگار بی.بی.سی. عربی و گزارش کامل در بی.بی.سی. فارسی در برنامه ۶۰ دقیقه شنبه ۱۳ مهر ۹۸ و پخش مستند در بامداد ۲۰ آذر ۹۸؛ پرگار شنبه ۹ دی ۹۶ ساعت ۹ شب به وقت ایران درباره «مهدویت» در بی.بی.سی. فارسی برنامه‌های مشابه:</p> <p>واگذاری کودکان به جای خمس به سادات در افغانستان (۲ اسفند ۹۳)؛ حجاب عامل افزایش ابتلا به بیماری ام.اس. در برنامه چشم‌انداز بامدادی بی.بی.سی. فارسی ۷ اردیبهشت ۱۳۹۲؛ فیلم «بی‌گناهی مسلمانان» Innocence of Muslims (۲۰۱۲) ساخته مسیحی قبطی با نام نقولا باسیلی نقولا؛ برنامه‌های جری فالول نمونه «وقت قدیمی ساعت انجیل» مؤسسه وی یا نام «اکتریت برای اخلاق»؛ برنامه‌های پت رابرتسون صاحب کمپانی رسانه‌ای شرکت تلویزیون دینی «شبکه سخن پراکنی مسیحیان» و «دانشگاه ریچنت»؛ برنامه بیلی گراهام صاحب کتاب آخرالزمانی نزدیک‌شدن سم/اسب‌ها (۱۹۸۳)؛ برنامه‌های هال لپندسی صاحب «شبکه سخن پراکنی تللیت» و کتاب‌های شمارش معکوس جنگ نهایی آرماگدون، زمین: سیاره بزرگ گذشته، جنگ</p>			
--	--	--	--

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطنانی مدعیان / ۸۱

			<p>برای بیت‌المقدس، شهر خدا، دنیای نوینی فرا می‌رسد و در پیشگویی‌های انجیل</p>
<p>عرفان کاذب و شیطان‌گرا</p>	<p>۱. ترویج شیطان‌پرستی و عرفان‌های اباحه‌گر یا لذت‌گرا برای پرکردن خلاء معنوی؛ ۲. ولایت قطب یا شخصیتی شیطان‌گرا به جای ولایت امام زمان؛ ۳. تبعیت محض از غیرمعصوم به جای امام معصوم و حجت‌الاهی</p>	<p>شبکه‌های اجتماعی، شخصیت‌های رسانه‌ای نفوذی در شبکه‌های شعبی یا جداشده از آنها و شخصیت‌های صوفیه، فرقه‌هایی که تحت عنوان درمان‌های ماورایی شکل گرفته و سلسله روابط فرقه‌ای بر آنها حاکم است از طریق شبکه‌های اجتماعی و حضور رسانه‌های مختلف فارسی‌زبان و نیز شبکه‌های سرگرمی</p>	<p>حضور به صورت نمان‌روش در سناریونویسی انواع فیلم‌ها و سریال‌ها مثلاً فیلم‌های رسوایی، اخراجی‌ها، مارمولک و ...؛ ترویج کتب عرفانی مانند مثنوی و کتب ابن عربی؛ ترویج داستان جعلی موسی و شبان‌به عنوان واقعیت؛ و موسیقی شیطان‌گرا؛ ترویج سخنرانی‌های ضد‌مهدویت رهبران فکری و رساله اقطاب صوفیه مدعی مهدویت، رمان و داستان؛ برنامه‌های امثال سید محمد حسینی (مجری سابق صدا و سیما) یا مصطفی آزمایش و ... در شبکه‌های فارسی‌زبان و کانال‌های تلگرامی و تلویزیون‌های اینترنتی</p>
<p>۱. ترویج تناسخ و وحدت وجود؛ ۲. همه‌خدایی‌نگری؛ ۳. ترویج عقیده راه‌های رسیدن به خدا به تعداد همه انسان‌ها است؛ ۴. تخریب فقاہت و شریعت و مرجعیت شیعه؛ ۵. ترویج سحر و جادو؛ ۶. تطهیر دشمنان اهل بیت؛ ۷. ترویج اینکه مقام قطب حتی بالاتر از امام (ع) است؛ ۸. تشکیک در حجیت قرآن؛ ۹. عاشوراسستیزی، فاطمیه‌ستیزی و نفی و تمسخر شعائر و زیارت؛ ۱۰. ترویج جبرگرایی در توجیه ظلم خلفای جور در عین مظلوم‌نمایی و اهریمن‌سازی از چهره رهبران رقیب و مبلغان هر تبلیغی علیه خویش!</p>			

<p>سوپرناسیونالیسم و ضددین</p>	<p>۱. ترویج انکار و اباحه‌گری در میان افراد ضعیف باورمند به مهدویت یا نخبگان با نمایش مطالب غیراصولی و غیرمستند و ایجاد خلأ اعتقادی در مخاطبان؛ ۲. ترویج کوروش‌پرستی و اسطوره‌های ایران باستان به منظور تقابل‌سازی با اندیشه‌های حاکم؛ ۳. در پاره‌ای از جریان‌ها رویکرد تهاجمی و دعوت به نابودی مراکز شیعی</p>	<p>شبکه‌های ضددینی و برنامه‌های بهرام مشیری و شبکه صدای آمریکا، رادیو فردا، اندیشه، شبکه‌های مجازی، استفاده از بستر فضاهای مجازی چون بالاترین و ... شبکه من و تو سردمدار ترویج این نوع نگرش به صورت تبلیغات نرم است.</p>	<p>شبکه من و تو؛ مثلاً در قالب برنامه‌های سرگرمی و طنز «بین‌تی‌وی» و «بفرمایید شام» و ...؛ تلویزیون ایران اینترنت‌نشانه صدای آمریکا؛ رادیو فردا؛ شبکه اندیشه؛ داستان‌نویسی و رمان‌های ضددینی مانند آثار صادق هدایت، کتب احمد کسروی، حضور در میزگردها و برنامه‌های کارشناس محور، حضور امثال بهرام مشیری و غیره در رسانه‌های فارسی‌زبان یا سمینارها و برنامه‌های خبری شبکه‌هایی همچون بی.بی.سی. فارسی، من و تو، صدای آمریکا و ...؛ تلویزیون‌های اینترنتی و کانال‌های تلگرامی شخصی یا تحلیلی و خبری و بستر سایر شبکه‌های اجتماعی و یوتیوب، رسانه‌های آنتیست در سطح جهان و بخشی از رسانه‌ها و سینمای فرانسه، آلمان، هند و آمریکا، نشریات فرانسوی و غربی مانند روزنامه‌ها و مجلات دخیل در ماجرای کاریکاتورهای توهین‌آمیز علیه مقدسات اسلامی؛ نمونه ویژه برنامه جهت‌دار صدای آمریکا در تبلیغ زرتشتیت در برنامه صفحه آخر، با مجری‌گری فلاحتی، یک ژانویه ۲۰۱۶ (جمعه ۱۱ دی ۱۳۹۴)</p>	<p>۱. خرافی دانستن کل اعتقادات دینی، به‌ویژه اعتقاد به منجی؛ ۲. تقدس‌شکنی از مقدسات دینی و اسلامی از طریق تمسخر و توهین؛ ۳. پخش گزینشی سخنان شاذ یا ایراددار یا آنچه سخنرانان مذهبی یا سیاسی مذهبی توصیه به نقل نکردن آن در مجامع عمومی کرده‌اند در رسانه‌ها به قصد تمسخر و تضعیف باورها مانند مرگ سفید خواندن بیماری و پروسوسی کرونا (COVID-19) از سوی برخی مدعیان مهدویت‌گرایی به عنوان علامت ظهور که در روایات آمده و تمسخر چنین تطبیقی؛ ۴. یکی معرفی کردن جریان‌های سیاسی و فسادهای رهبران و مدعیان دینانست در کشورهای اسلامی با اهل بیت عصمت (ع) و رواج اصطلاح عامیانه «از کجا معلوم آنها هم همین‌گونه نبوده‌اند»؛ ۵. قراردادن باستان‌گرایی ایرانی و زرتشتیت در برابر دین و تشیع و ترویج کوروش‌پرستی؛ ۶. عاشوراسستیزی، فاطمیستیزی و نفی و تمسخر شعائر و زیارت</p>
<p>شبه‌دینی یا بی‌دین</p>	<p>۱. این جریان رویکردی شبهه‌گرا یا فرصت‌طلبانه به مبانی مهدویت دارد و جایگاه</p>	<p>استفاده از شبکه‌های اجتماعی، بی.بی.سی. فارسی، من و تو و در قالب خفیف‌تر در همان</p>	<p>کتب عرفانی، آثار و کتب ابن خلدون (حوزه اندلس)، احمد امین مصری، ابن حزم اندلسی و برقعی، کسروی،</p>	<p>۱. انتقاد از مهدویت با یکی دانستن اشتباهات سیاست‌مدران با شرایط ظهور منجی؛ ۲. ترویج</p>

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۸۳

<p>سخنرانی یا مقالات و کتب و احادیث ضعیف و اشعار شبهه‌گرا به گفتمان مهدویت حاکم بر منابع شیعی؛ ۳. ترویج دیدگاه‌های عامه یا صوفیانه درباره مهدویت و هم‌داستان‌شدن در قصه تشکیک به ولادت یا تقلیل جایگاه معصوم و علم امام در سطح بشر عادی (نظریه علمای ابرار دانستن ائمه (ع)؛ ۴. ترویج تسنن دوازده‌امامی و دیدگاه‌های افراطی وحدت‌گرا؛ ۵. نقد شعائر و عزاداری‌های فاطمیه و عاشورا و زیارت به اسم آسیب‌شناسی؛ ۶. تحریف گفتمان مهدویت و عاشورا به یک وجه خاص در قالب دیدگاه ترویج انقلاب‌های مادی‌گرا یا شبه‌مارکسیستی (شریعی)</p>	<p>گنجی، سروش (نمونه سخنرانی نیمه‌شعبان ۹۲ با موضوع «اقبال و مهدویت»، و طباطبایی، کدیور و ... (که اختلافات بسیار با هم دارند و برخی اذعان بر پذیرش مهدویت دارند ولی نتیجه رفتار مشابه (منکران) خواهد بود)؛ حضور در رسانه‌های فارسی‌زبان یا سمینارها و برنامه‌های خبری شبکه‌هایی مانند بی.بی.سی، سی. فارسی و صدای آمریکا، من و تو، کلمه و ...؛ تلویزیون‌های اینترنتی و کانال‌های تلگرامی شخصی یا تحلیلی و خبری</p>	<p>رسانه‌های سوپرناسیونالیست و ضددین نیز حضور دارند</p>	<p>خوش را در قشر روشنفکر علاقه‌مند به دین و پالایش آن تعریف می‌کند؛ ۲. بزرگ کردن جریان‌های فرعی به عنوان سیر تاریخ تشیع به صورت تقطیع‌شده و بعد نقد تشیع بر آن اساس (جنجال‌کتاب مکتب در فرآیند تکامل)</p>	
--	---	---	---	--

**نتیجه**

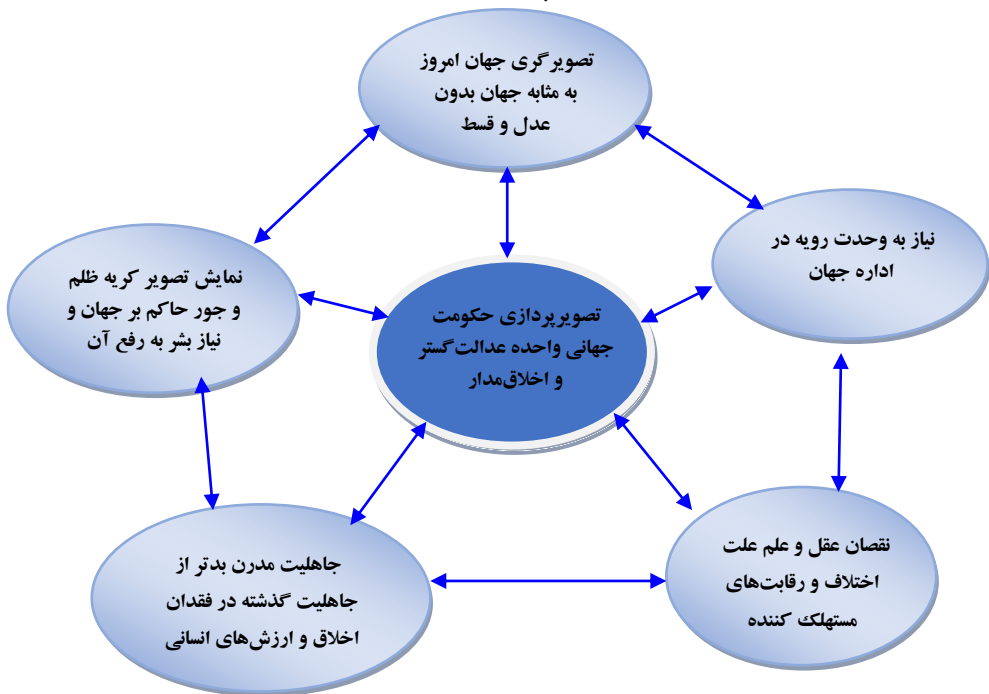
با عرضه جدول فوق به دوازده تن از نخبگان رسانه و مهدویت با هدف تبیین الزامات رسانه‌ای به منظور تصویرپردازی مطلوب از امام عصر (ع) در برابر الگوهای رقیب و بدیل‌های شیطانی، پرسش‌هایی از ایشان انجام شد که از تلفیق میان آیات و روایات و مضامین گفتمانی آثار مدعیان دروغین و مصاحبه خبرگان، ۳۱۳ کد مرتبط با پژوهش به دست آمد، و سپس از میان کدهای مذکور ۲۷ درون‌مایه فرعی و از میان آنها ۵ درون‌مایه اصلی استخراج شد؛ و سرانجام با عرضه مجدد درون‌مایه‌های به‌دست آمده به خبرگان، آنها را تکمیل و اصلاح کردیم؛ و سپس چون پاسخ مطلوب پرسش پژوهش کسب نشده بود، برای اخذ نتیجه مطلوب‌تر، در راستای هدف پژوهش از میان درون‌مایه‌های اصلی فوق، درون‌مایه محوری استخراج شد.

## درون‌مایه اصلی اول: الزام رسانه‌ای تصویرپردازی حکومت جهانی واحده عدالت‌گستر و اخلاق‌مدار در پرتو ظهور دادگستر جهان

پرسش‌شوندگان و منابع پژوهش، تصویرکردن «جهان امروز به مثابه جهان بدون عدل و قسط» و «نمایش تصویر کریه‌ظلم و جور حاکم بر جهان و نیاز بشر به رفع آن» و نمایش آنکه «جاهلیت مدرن بدتر از جاهلیت گذشته در فقدان اخلاق و ارزش‌های انسانی است» در آثار رسانه‌ای را یکی از بهترین پاسخ‌ها به الگوی آرمان‌شهری ساخته شده از هر یک از مدعیان دروغین مهدویت می‌دانند، الگوهایی که یا قائل به مطلوب بودن آنچه هم‌اکنون ساخته‌اند هستند یا بازگشت به دورانی نمادین و شکوه تاریخی گذشته را وعده می‌دهند یا دنیایی مالیخولیایی با بهره‌گیری از عقل ناقص بشری، آن هم از یک گروه خاص را می‌پسندند که تجربه‌های پیشین، بی‌عدالتی‌ها و کشتارها و تخریب محیط زندگی بشری و زیست جهانی جلوه‌هایی از نتایج آن بوده است. «نقصان عقل و علم علت اختلاف و رقابت‌های مستهلک‌کننده» میان مکاتب و نژادهای مختلف بشری است که به خنثاسازی تلاش‌های مردمان هر گوشه از جهان به دست مردمانی از سوی دیگر جهان می‌انجامد. بنا بر همین اصل، خبرگان و مآخذ «نیاز به وحدت رویه در اداره جهان» را یکی از اصولی برمی‌شمرند که در تصویرسازی از مهدویت اصیل در برابر مدعیان دروغین باید مد نظر قرار گیرد. از میان ۵ درون‌مایه فرعی مطرح شده درون‌مایه اصلی مستخرج تحت عنوان «تصویرپردازی حکومت جهانی واحده عدالت‌گستر و اخلاق‌مدار در پرتو ظهور دادگستر جهان» حاصل شد.

نمودار ۱: درون‌مایه اول پژوهش؛ تصویرپردازی حکومت جهانی واحده عدالت گستر و

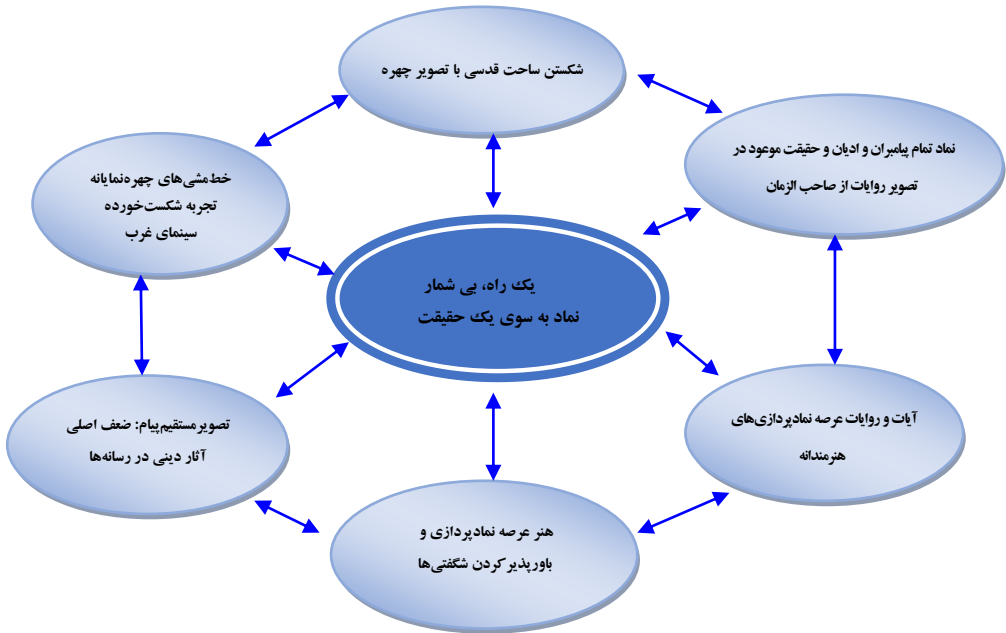
اخلاق‌مدار در پرتو ظهور دادگستر جهان



درون‌مایه اصلی دوم: یک راه بی‌شمار نماد به سوی یک حقیقت

خبرگان و مآخذ پژوهش «شکستن ساحت قدسی با تصویر چهره» را مشابه «تجربه خط‌مشی‌های شکست‌خورده سینمای غرب» دانستند و «بیان و تصویر مستقیم پیام را ضعف اصلی آثار دینی در عرصه رسانه» معرفی کردند. برای حل این مشکل «بهره‌گیری از هنر به عنوان عرصه نمادپردازی و باورپذیرکردن شگفتی‌ها» مطرح شد؛ با توجه به این نکته که خود «آیات و روایات عرصه نمادپردازی‌های هنرمندانه» است و «نماد تمام پیامبران و ادیان و حقیقت موعود آخرالزمان» در این روایات معرف تصویر حضرت است، برخلاف گفته کسانی که بی‌نهایت راه را به سوی خدا معتبر می‌دانند، درون‌مایه اصلی «یک‌راه، بی‌شمار نماد به سوی یک حقیقت» از میان سخن نخبگان به دست آمد.

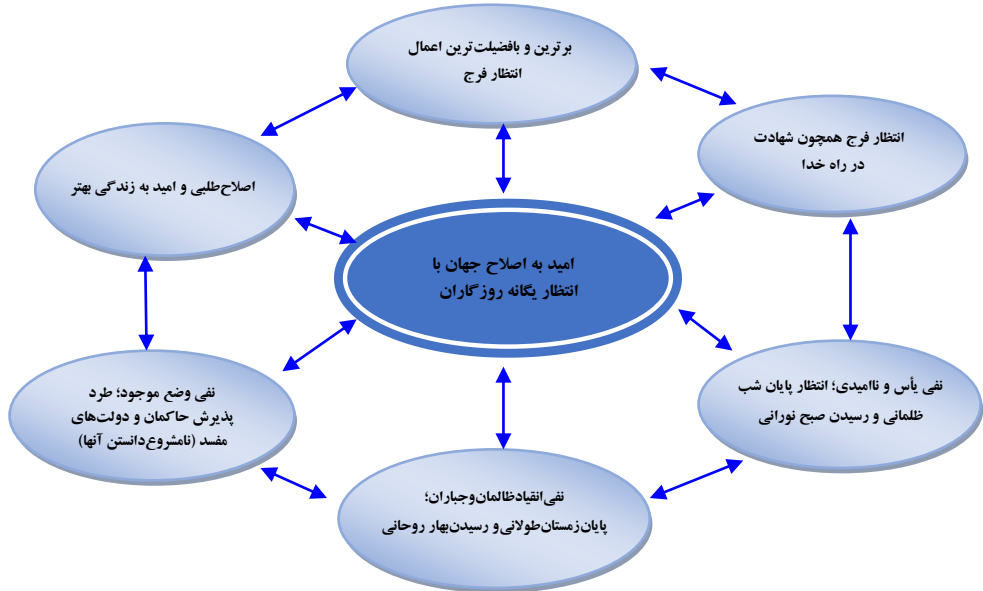
نمودار ۲: درون‌مایه دوم پژوهش؛ یک راه، بی‌شمار نماد به سوی یک حقیقت



درون‌مایه اصلی سوم: امید به اصلاح جهان با انتظار یگانه روزگاران  
نخبگان رسانه و مهدویت و متون، درون‌مایه اصلی «امید به اصلاح جهان با انتظار یگانه  
روزگاران» را از میان درون‌مایه‌های فرعی نمودار ۳ نتیجه دادند.



نمودار ۳: درون‌مایه سوم پژوهش؛ امید به اصلاح جهان با انتظار یگانه روزگاران

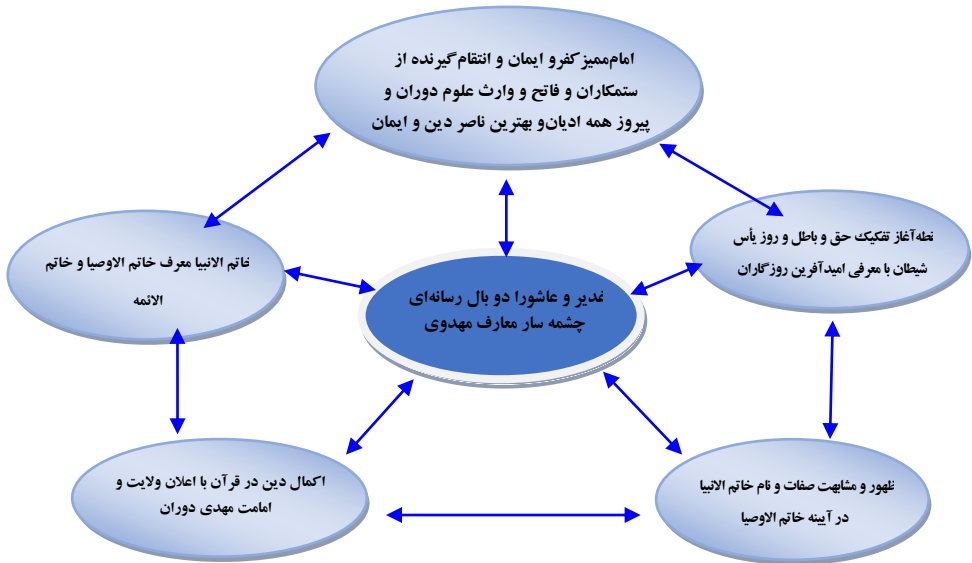


درون‌مایه اصلی چهارم: غدیر و عاشورا؛ دو بال رسانه‌ای مهدویت اصیل

«غدیر و عاشورا دو بال رسانه‌ای مهدویت اصیل» درون‌مایه اصلی است که حاصل معرفی امام از دو رکن اساسی تاریخ تشیع است؛ امامی که «مميز کفر و ایمان و انتقام‌گیرنده از ستمکاران و فاتح دژهای ظالمان و وارث علوم دوران و پیروز همه ادیان و بهترین ناصر دین و ایمان» یعنی منتقم عاشورا و «خاتم الاوصیا و خاتم الائمه» و «مشابه در نام و صفات با خویش» است و خاتم‌الانبیاء وی را در محل غدیر معرفی کرد و «نقطه آغاز تفکیک حق و باطل و موجب یأس شیطان» شد و اعلان «اکمال دین در قرآن» با این بیان صورت گرفت.

## نمودار ۴: درون‌مایه چهارم پژوهش؛ غدیر و عاشورا دو بال رسانه‌ای چشمه‌سار

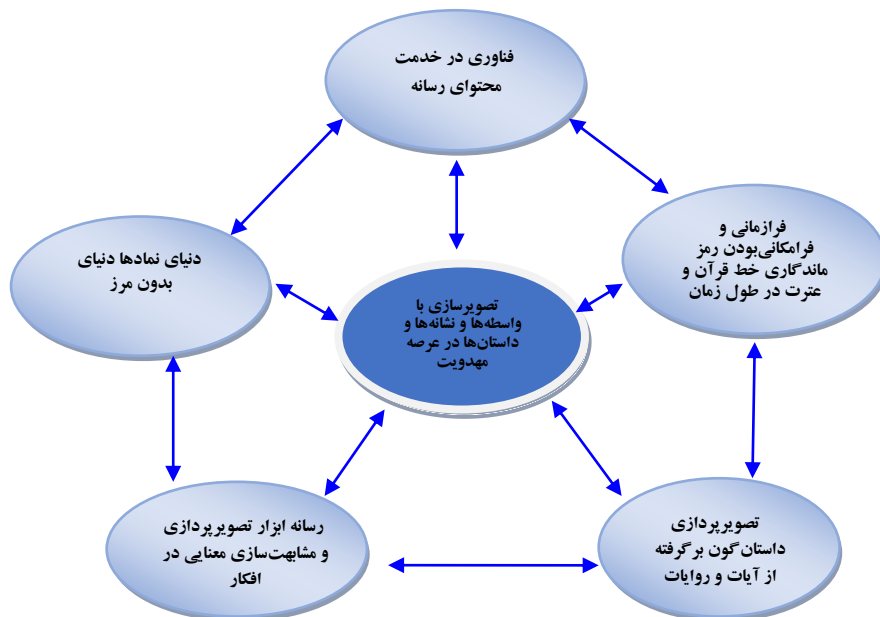
### معارف مهدوی



درون‌مایه اصلی پنجم: تصویرسازی با واسطه‌ها و نشانه‌ها و داستان‌ها در عرصه مهدویت در برابر فعالیت‌های رسانه‌ای جریان‌های مدعی مهدویت درون‌مایه اصلی «تصویرسازی با واسطه‌ها و نشانه‌ها و داستان‌ها در عرصه مهدویت» با درون‌مایه‌های فرعی نمودار ۵ ترسیم شد.

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطنانی مدعیان / ۸۹

نمودار ۵: درون‌مایه پنجم پژوهش؛ تصویرسازی با واسطه‌ها و نشانه‌ها و داستان‌ها در عرصه مهدویت



درون‌مایه محوری پژوهش

نمودار ۶: درون‌مایه محوری پژوهش؛ تصویرپردازی اقناعی، انسانی، شعائری و

جهل‌ستیزانه با رعایت دو شاخص الهام‌بخش و آینده‌گرا بودن به مهدویت

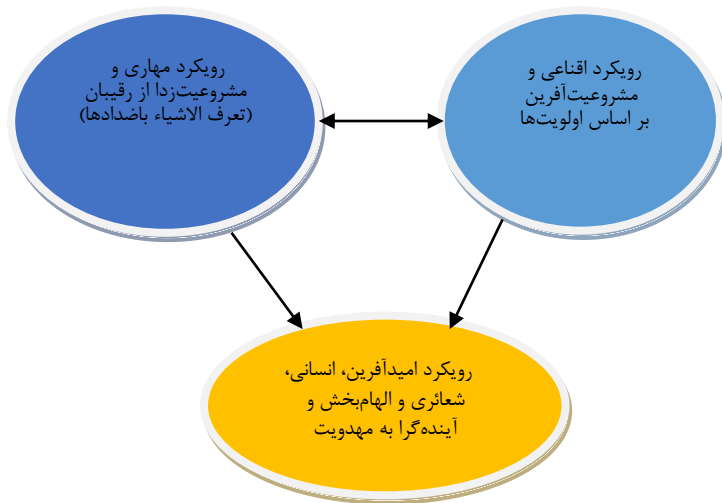


از ۵ درون‌مایه اصلی حاصل از ۲۷ درون‌مایه فرعی کوشیدیم به یک درون‌مایه محوری برای طراحی الگوی تصویرپردازی مطلوب در برابر مدعیان دروغین مهدویت و الزامات رسانه‌ای آن دست یابیم که ماحصل آن درون‌مایه محوری با عنوان «تصویرپردازی اقناعی، انسانی، شعائری و جهل‌ستیزانه با رعایت دو شاخص الهام‌بخش و آینده‌گرا بودن به مهدویت» شکل گرفت و در قالب مثلی با اضلاع ذیل تفکیک شد.

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطانی مدعیان / ۹۱

نمودار ۷: انعکاس درون‌مایه محوری پژوهش در مثلث تفکیکی «نیازهای آینده‌نگرانه

رسانه‌ای تبلیغ مهدویت»



## منابع

قرآن کریم

/انجیل متی (۱۳۶۳)، تهران: انجمن کتاب مقدس، چاپ سوم.

البحرانی، سید هاشم (۱۴۰۳). *المحجة فيما نزل في القائم الحجة عليه السلام*، بیروت: مؤسسة الوفاء.

پایگاه اینترنتی IMDB به آدرس: <https://www.imdb.com>

حسینی، سید حسین (مؤلف و مترجم) (۱۳۹۱). *خطبه غدیر: سروش آفتاب*، تهران: مرکز فرهنگی انتشاراتی منیر.

سیاح، احمد (۱۳۹۳). «رونمایی رسانه‌ای از چهره پنهان داعش»، در: *دانش رسانه*، س ۶، ش ۱۶، ص ۸-۱۲.

سیاح، احمد (۱۳۹۵). «عاشورا از دیدگاه معصوم (ع): انقلابی رسانه‌ای به طول تمام تاریخ و رستاخیزی علیه ضلالت و جهالت»، در: *کلام کوثر (س) (با رویکرد کلامی)*، س ۳، ش ۶، ص ۶۹-۸۱.

سیاح، احمد (۱۳۹۸). «فرازمانی و فرامکانی بودن غدیر در آینه ساخت واقعیت اجتماعی رسانه‌ای»، در: *کلام کوثر (س) (با رویکرد کلامی)*، س ۵، ش ۸، ص ۳۷-۵۰.

سیاح، احمد (۱۳۹۴/۱۰/۳۱). «قمار رسانه‌ای با ساحت‌های قدسی»، در: *شفقنا*.

سیاح، احمد؛ نعمتی، اصغر (۱۳۹۳). *رویکرد آینده‌پژوهانه به رسانه دینی*، تهران: روز هشتم.

صافی گلپایگانی، لطف‌الله (۱۳۸۵). *گفتمان مهدویت*، قم: مسجد مقدس جمکران، چاپ چهارم.

صافی گلپایگانی، لطف‌الله (۱۳۸۹). *نوید امن و امان: پیرامون شخصیت، زندگانی، غیبت و ظهور حضرت ولی (عج)*، قم: مسجد مقدس جمکران.

صافی گلپایگانی، لطف‌الله (۱۳۹۱). *سلسله مباحث امامت و مهدویت*، قم: دفتر تنظیم و نشر آثار حضرت آیت‌الله العظمی صافی گلپایگانی، ج ۳.

صافی گلپایگانی، لطف‌الله (۱۳۹۲). *ترجمه منتخب الاثر فی الامام الثانی عشر (ع)*، مترجم: محسن احمدی، تهران: مرکز فرهنگی انتشاراتی منیر، چاپ اول.

قمی، شیخ عباس (۱۳۹۰). *مفاتیح الجنان*، قم: الهادی، چاپ سی و چهارم.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷). *الکافی*، طهران: دار الکتب الاسلامیه.

الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطان‌ی مدعیان / ۹۳

متقی هندی، علاء الدین علی بن حسام الدین (۱۴۱۲). *البرهان فی علامات مهدی آخر الزمان*، بیروت: دار الصحابة للتراث بطنطا، الطبعة الاولى.

مجلسی، محمد باقر بن محمد تقی (۱۴۰۳). *بحار الأنوار*، بیروت: دار إحياء التراث العربی.

محمدی اشتهاردی، محمد (۱۳۷۸). *حضرت مهدی: فروغ تابان ولایت*، قم: مسجد مقدس جمکران، چاپ سوم.

نقیب‌السادات، سید رضا (۱۳۹۱). «روش‌شناسی تحلیل و استنباط مضامین موعودگرا از فیلم‌های سینمایی»، در: *مشرق موعود*، س ۶، ش ۲۱، ص ۲۰۹-۲۳۰.

ویکی‌پدیای فارسی، مدخل‌های مختلف، در: <https://fa.wikipedia.org>

هلالی، سلیم بن قیس (۷۰). *کتاب سلیم بن قیس*، تهران: دار الکتب الاسلامیة.

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

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

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

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

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

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

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

## References

Qurān-i Karīm

Matā (Matthew) (1363). *Injīl*, Tehran: Anjuman-i kitab-i muqaddas, Third Edition.

Al-Bahrāni, Sayyid Hāshim (1403). *Al-Mahajjat fīmā nazala fī al-Qa'im 'alayh-i al-salām*, Beirut: Mu'assisat al-Wafā'.

Husayni, Seyyed Hossein (1391). *Surūsh-i Āftāb (Khuṭbi-yi Ghadīr)*, Tehran: Markaz-i farhangi intishārātī-yi Munīr, First Edition.

Nit saīt IMDB: <https://www.imdb.com>

Sayyāh, Ahmad (1393). «*Rūnamyi-i risāni't az chihri-yi pinhan-I da'ish*», in: *Danish-i Risānih*, s. 6, No. 61, p. 8-12.

\_\_\_\_\_ (1395). «*Āshūrā az dīdgāh-i ma'sūm (a): Inqilābī risāni't bi tūl-i tamām-i tārikh wa rastākhtīz 'alayh-i ḍalālat wa jahālat*», in: *kalām-i kawthar (s) (bā rūykard-i Kalāmī)*, s. 3, No. 6. P. 69-81.

\_\_\_\_\_ (1398). «*Farāzāmīn wa farāmakānī būdan-i ghadīr dar āyīni-yi sākht-i wāqi'yat-i ijtimā't risāni't*», in: *kalām-i kawthar (s) (bā rūykard-i Kalāmī)*, s. 5, No. 8, p. 37-50.

\_\_\_\_\_ (1394). *Qumār-i risāni't bā sāhathā-yi qudsī*, in Shafaqnā.

Sayyāh, Ahmad; Ne'mati, Asghar (1393). *Rūykard-i Āyandi pazhūhānih bi risāni-yi d īn ī*, Tehran: Rūz-i hashtum.

Şafī Golpaygani, Lotfollah (1385). *Guftuman-i Mahdawiyyat*, Qom: Masjid-i Jamkarān, Fourth Edition.

\_\_\_\_\_ (1389). *Navid-i amn wa amān: Pīrāmūn-i shakhshiyyat, zindiganī, ghaybat wa zuhūr-i ḥaḍrat-i walī-yi 'aṣr ('aj)*, Masjid-i Jamkarān.

\_\_\_\_\_ (1391). *Silsilih mabāḥith-i Imāmat wa mahdawiyyat*, Qom: Daftar-i tanzīm wa nashr-i āthār-i ḥaḍrat-i Āyatullah Şafī Golpaygani, Vol. 3.

\_\_\_\_\_ (1392). *Tarjīmi-yi muntakhab al-athar fī al-Imām al-thānī 'ashar ('a)*, Mutarjīm: Mosen Ahmadi, Tehran: Markaz-i farhangī intishārātī-yi Munīr. First edition.

Qomi, Shaykh 'Abbas (1390). *Mafatīḥ al-janān*, Qom: al-Hadī, 34<sup>th</sup> Edition.



الزامات رسانه‌ای تصویرسازی از منجی آخرالزمان: نفی بدیل‌سازی‌های باطل و شیطان‌مدعیان / ۹۵

Al-Kulaynī, Muḥammad ibn Ya`qūb (1407). *Al-kāfī*, Tehran: Dār al-kutub al-Islamiyyah.

Muttaqī Hinī, `Al` al-Dīn `Alībn Ḥisām al-Dīn (1412). *Al-Burhān fī `alāmāt-i Mahdī-yi Ākhir al-zamān*, Beirut: Dār al-ṣaḥābat li`lturāth Ṭanṭ, First edition.

Majlisī, Muḥammad Bāqir (1403). *Biḥār al-anwār*, Beirut: Dār Ihyā` al-turāth al-Arabī.

Muḥammadī Ishtihārdī, Muḥammad (1378), Ḥaḍrat-i Mahdī: Furūgh-i tābān-i wilāyat, Qom: Masjid-i moqaddas-i Jamkarān, Third edition.

Naqīb`Isadat, Seyyed Reza (1391). «*Rawishshināsī-yi taḥlīl wa istinbāt-i maḍāmīn-i maw`ūdgerā az filmā-yi sīnamāyī*», in: Mashriq-i Maw`ūd, s 6, No. 21, p. 209-230.

Wīkīpidiyā-yi Farsī, madkhalhā-yi mukhtalif, in: <https://fa.wikipedia.org>

Hilali, Solaym ibn Qays (70). *Kitāb-i Solaym ibn Qays*, Tehran: Dār al-kutub al-Islamiyyah.

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

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

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

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

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

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

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