



پرویشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

انظاری



پیشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

مهدویت در رسانه ملی

نمونه خلیل بیگی

درآمد

انتظار امام عصر(ع) را در جامعه شیعی ایران و در دهه‌های اخیر می‌توان به دو گونه مهم انتظار فعال و غیر فعال تقسیم کرد. توجه سیمای جمهوری اسلامی به این امر از سال ۱۳۸۰ رشد فزاینده‌تری را نشان می‌دهد. چنان‌که اولین و مهم‌ترین برنامه اختصاصی مهدوی سیما برنامه به سوی ظهور است که به صورت مستمر، خاص، غیر مقطعی و در قالبی متفاوت از دیگر برنامه‌های مشابه درباره امام زمان(ع) و فرهنگ مهدویت در شبکه دوم سیما ساخته شده است. پژوهش حاضر با تمرکز بر سلسله چهارم برنامه به سوی ظهور که می‌توان آن را از نمونه‌های جا افتاده برنامه‌های مهدوی تلقی کرد، با روش تحلیل محتوای مقوله‌ای در پی پاسخگویی به دو پرسش عمده زیر است:

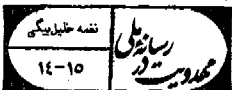
۱. برنامه به سوی ظهور کدام جریان‌های فکری اصلی حول موضوع مهدویت در جامعه را بازنمایی می‌کند؟

۲. شیوه و ساختار اصلی ارائه برنامه کدام است؟

با توجه به یافته‌های این تحقیق پیشنهاد می‌گردد برنامه‌هایی از این دست با سود جستن از اصالت باور مهدوی در بین مخاطبان و با توجه به مدل آیینی از میان دیگر مدل‌های ارتباطی، موضوع مهدویت را از حالت سنتی و احساسی صرف خارج نموده و انتظار فعال را در بین مخاطبان گسترش دهند تا جایی که مخاطبان در همگی ارکان زندگی‌شان وجود امام عصر(ع) را شاهد و ناظر اعمال خویش ببینند به نحوی که این باور و انتظار اصیل در همه شئون اجتماعی، سیاسی و... در جامعه تجلی یابد.

● نمونه خلیل بیگی پژوهشگر
صدا و سیما

۱. این مقاله از پایان نامه کارشناسی ارشد نگارنده با عنوان "بررسی بازنمایی های مهدوی در سری چهارم برنامه به سوی ظهور" استخراج شده است.



رسانه ملی و مهدویت

با توجه به اهمیت موضوع مهدویت یکی از رسالت‌های سیمای جمهوری اسلامی را می‌توان ساخت برنامه‌هایی اثرگذار با محوریت این موضوع دانست. طبق آمارها رسانه تلویزیون در ایران با مخاطبانی که حدود ۹۰٪ مردم را شامل می‌شود، همانند دیگر نقاط دنیا یکی از پرمخاطب‌ترین وسایل ارتباط جمعی با ویژگی دربرگیری فوق العاده است. از سویی با توجه به فرهنگ شفاهی جامعه ایران و قدرت تاثیرگذاری بالایی که تلویزیون در کشور ما دارد، می‌تواند در تقویت دیدگاه مهدوی نزد مخاطب و همچنین مهیا و آماده کردن جامعه با مسئله انتظار و ظهور منجی موعود موثر واقع شود. همچنین سیما می‌تواند با ساخت برنامه‌هایی مفید و اثرگذار درباره این موضوع آن را از بحث دینی و سنتی صرف خارج نموده و به مبحثی اجتماعی، سیاسی، رسانه‌ای و... قابل تأمل و بحث و بررسی در اذهان جامعه تبدیل نماید تا مخاطبان فرهیخته و قشر دانشگاهی و حوزوی بیش از پیش به چالش کشیده شوند و با تجزیه و تحلیل موضوع، اثرها و... به آسیب‌شناسی و خرافه‌زدایی آن بپردازند تا بستر مناسبی برای ساخت جامعه‌ای مهدوی در همه زمینه‌ها در حد توان فراهم آید. (باهر، ۸۱، ص ۸۶)

اعتقاد به ظهور منجی در پایان دنیا موضوعی است که اکثر ملل، اقوام و قبایل به آن معتقد بوده و هستند. سرچشمه این باور کهن علاوه بر اشتیاق درونی و میل باطنی انسان که به طور طبیعی خواهان حکومت حق و عدل و برقراری صلح و امنیت است، نویدهای بی‌شائبه پیامبران الهی در طول تاریخ به مردم مومن و آزادی‌خواه جهان است. (ناصری، ۱۳۸۳، ص ۱۹) ولی اهمیت موضوع مهدویت در اسلام و مذهب شیعه فقط به دلیل منجی بودن ایشان نیست، بلکه وجود آن حضرت به عنوان امام دوازدهم و تداوم بخش رسالت انبیا و این که وارث اولیای الهی هستند و در یک کلام حجت خدا بر روی زمین‌اند، مطرح است. (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۴، ص ۱۵۴)

فرهنگ والای مهدوی به عنوان اعتقادی ریشه‌دار، بنیادین و اصیل در فرهنگ تشیع مطرح است تا جایی که این اعتقاد سبب بسیج عمومی و مقوم آیین‌ها و انگیزه‌های انسانی است. نمادی

که عامل عدالت‌خواهی و ظلم‌ستیزی جوامع شیعه در طول تاریخ بوده است. همواره جامعه شیعی ایران در طول تاریخ وجود امام عصر(ع) و انتظار فرج آن حضرت را به عنوان اصول اصلی خود برشمرده و وجود آن حضرت را به عنوان امام و پیشوای دوازدهم پذیرفته و او را خاتم الاوصیا می‌داند. ایرانیان این موضوع را به عنوان یکی از وجوه متمیزه خود توسعه داده و حول انتظار ظهور آیین‌های بسیاری را سازمان داده و آن را به صورت یک اصل اصیل اعتقادی پرورده‌اند. این اعتقاد که عاملی تعیین‌کننده در تعریف وظایف اجتماعی - سیاسی شیعیان در حیات دنیوی است، در اثر مواجهه با ایدئولوژی‌های گوناگون در دهه‌های اخیر نقشی اساسی در شکل‌بخشی به بازنمودهای دینی و جهت‌گیری‌های فرهنگی و اجتماعی - سیاسی ایرانیان ایفا کرده است.

جوامع شیعی برای ابلاغ و ترویج این رکن و اصل اساسی از هر امکانی استفاده کرده‌اند. با وجود این باید دقت داشت که اهمیت محوری اعتقاد مهدوی و انتظار امام عصر (ع)، نه تنها به شکل‌گیری نظامات اعتقادی و عملی یکسان منتهی نشده است، بلکه خود موجب شکل‌گیری و بروز عقاید و گرایش‌های متنوع و حتی متضاد در جامعه شیعی شده است. دو دیدگاه عمده‌ای که درباره انتظار فرج امام عصر(ع) در طول تاریخ و در جوامع شیعی وجود داشته و محققان چون شهید مطهری نیز در کتاب *قیام و انقلاب مهدی(ع)* بدان اشاره کرده است، عبارت‌اند از:

انتظاری که سازنده و نگاه‌دارنده است، تمهیدآور است، نیروآفرین و تحرک‌بخش است، به گونه‌ای است که می‌تواند نوعی عبادت و حق‌پرستی شمرده شود و انتظاری که گناه است، ویرانگر است، اسارت‌بخش است، فلج‌کننده است و باید نوعی اباحیگری محسوب شود. (مطهری، ۱۳۷۴، ص ۱۵)

در حقیقت انتظار امام عصر(ع) را در جوامع شیعی و در طول تاریخ می‌توان به دو گونه تقسیم نمود:

انتظار فعال: دیدگاه امام خمینی (ره) را شامل می‌شود که منتظران در آن وظیفه زمینه‌سازی ظهور امام (ع) را دارند که در نهایت با ارائه نظریه ولایت فقیه توسط امام خمینی (ره) و رهبری

سیاسی بلامنازع ایشان منجر به تشکیل حکومت اسلامی در ایران گردید.
انتظار غیرفعال: منتظران حضرت به غیر از دعا برای تعجیل ظهور امام وظیفه‌ای ندارند و با دست نزدن به هیچ عمل و اقدامی در رفع مشکلات زمان خود می‌توانند زمینه پر شدن جهان از ظلم و ستم را ایجاد کنند که خود این امر سبب تعجیل در ظهور ایشان می‌گردد.

تقابل این دو دیدگاه درباره انتظار امام عصر(ع) پس از پیروزی انقلاب اسلامی به اعلان نارضایتی بنیانگذار جمهوری اسلامی از عملکرد این تفکر و در پایان ختم رسمی فعالیت‌های هواداران آن شد. مروری کوتاه بر جریان‌های فکری و بازنمایی‌های اعتقادات مهدوی نشان می‌دهد که موضوع مهدویت تا مدت‌ها مسکوت ماند تا این‌که در دهه ۶۰ به دلیل در جریان بودن جنگ تحمیلی، مهدویت در بطن جامعه و به شکل مفاهیم والای معنوی چون شهادت و... حضور یافت. پس از دهه ۷۰ فعالیت‌ها و جنبش‌های متنوعی در زمینه مهدویت در جامعه آغاز شد. این فعالیت‌ها در ابتدا بیشتر به شکل نشر آثار مکتوب حول محور منابع اعتقادی شیعه بودند. سپس برخی نویسندگان و فعالان مهدوی اقدام به نوشتن کتاب‌هایی در حوزه طرح‌ریزی استراتژی برای ارکان مهم نظام اسلامی و افراد جامعه از جمله مردم، جوانان و... غیره کردند. از جمله مهم‌ترین نکات مورد توجه در این نوشتارها وظایف منتظران و فرهنگ انتظار بود.

صداوسیما جمهوری اسلامی نیز با تأخیر به موضوع مهدویت پرداخته است. از حدود سال‌های ۷۴-۷۵ برنامه‌ای با نام *انتظار سبز* از صدای جمهوری اسلامی پخش گردید و برخی شبکه‌های رادیویی مانند *رادیو جوان* و *معارف* در سال‌های اخیر برنامه‌هایی در این زمینه تولید کرده‌اند. (منتظر قائم، ۱۳۸۵، ص ۱۷)

ولی در حوزه سیما این موضوع با تأخیر بیشتری دنبال گردید و طی سال‌های اخیر شاهد بودیم که سیمای جمهوری اسلامی ایران به موضوع مهدویت بیشتر از گذشته توجه نموده است. مروری کوتاه بر برنامه‌های پخش‌شده سیما نشان می‌دهد که از حدود سال ۱۳۸۰ سیمای جمهوری اسلامی روند افزون‌تری را در پرداختن به موضوع مهدویت آغاز نموده است. البته در سال‌های



گذشته نیز سیما بنا بر روال همیشگی خود برنامه‌های مناسبتی برای ایام نیمه شعبان و روزهای جمعه تدارک دیده و پخش کرده است. همچنین در برنامه مذهبی خود قسمت‌ها یا بخش‌هایی را به موضوع مهدویت اختصاص داده است. ولی بنا بر آمارهای سازمان صداوسیما که نگارنده توانسته به آن دسترسی پیدا نماید، می‌توان گفت، اولین و مهم‌ترین برنامه اختصاصی مهدوی سیما که برای اولین بار در سال‌های ۸۰ و ۸۱ ساخته شد، سلسله اول برنامه به سوی ظهور (به شکل ضبط‌شده) است که در سال‌های بعد تا سلسله چهارم آن نیز ادامه پیدا کرد و از شبکه دوم سیما پخش گردید.

همچنین در سال‌های اخیر برنامه‌هایی مانند *پایان دوران* از شبکه اول، *چهل وادی تماشا*، *سریال برده عشق* و *مشق انتظار* از شبکه دو، مجموعه ترکیبی *موعود*، *سپهری دیگر* و *صبح امید* از شبکه چهار، مجموعه *عطر عاشقی* و برنامه‌های پرسش و پاسخ، *میزگرد* یا مجموعه‌هایی چندقسمتی در زمینه مهدویت و امام عصر(ع) ساخته و پخش شده است. در حالی که در سال‌های گذشته برنامه‌های اختصاصی درباره این موضوع کمتر ساخته می‌شد.

برنامه به سوی ظهور اولین برنامه‌ای است که به صورت مستمر، خاص، غیر مقطعی و در قالبی متفاوت از دیگر برنامه‌های مشابه درباره امام زمان (عج) و فرهنگ مهدویت (در شبکه دو و روزهای جمعه) ساخته و پخش شده است. تاکنون چهار سلسله (دو مجموعه ضبط‌شده و دو مجموعه زنده) از این برنامه و در مدت زمانی حدوداً چهار سال پخش شده است و طبق اعلام مرکز تحقیقات و مطالعات صدا و سیما جزء برنامه‌های نسبتاً موفق و پر بیننده در بین مجموعه‌های مذهبی تولیدشده در سیما محسوب می‌شود. (شماره تحقیق: ۸۱/۱۶۶)

طبق نظرسنجی مرکز تحقیقات، برنامه به سوی ظهور در مقایسه با برنامه‌های مشابه از موفقیت نسبتاً خوبی برخوردار بوده است.^۲ این در حالی است که ساعت پخش این برنامه جمعه‌صبح‌ها با پخش برنامه‌های سرگرم‌کننده شبکه‌های دیگر هم‌زمان بوده است. بسیاری از افراد در این ساعات مشغول استراحت یا فعالیت‌های دیگری هستند. ضمن این‌که

۲. برنامه به سوی ظهور در جشنواره تولیدات سیما دیپلم افتخار بهترین برنامه مذهبی را کسب نموده است. (صبر، گفت‌وگو با نگارنده، ۱۳۸۵)

این ساعات اصولاً جزء ساعات پرمخاطب تلویزیون نیست. با وجود این برنامه توانسته در حد نسبتاً خوبی در جذب مخاطب تلویزیونی موفقیت کسب کند به طوری که ۲۸٪ پاسخگویان صرف نظر از تواتر تماشای بیننده این برنامه بوده‌اند که در میان برنامه‌های مذهبی رقم قابل توجهی بوده است. بر این اساس سلسله چهارم این برنامه را می‌توان کامل‌ترین و جالب‌ترین سلسله از این گونه مجموعه‌برنامه‌ها دانست. با در نظر گرفتن این موضوع در این پژوهش به پرسش‌های اصلی زیر پاسخ می‌دهیم:

۱. برنامه به سوی ظهور کدام جریان‌های فکری اصلی حول موضوع مهدویت در جامعه را بازنمایی می‌کند؟

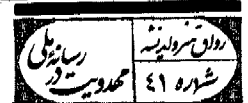
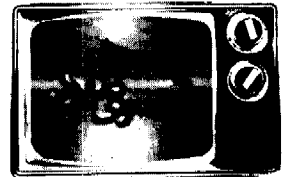
۲. شیوه و نحوه اصلی ارائه برنامه کدام است؟

دیدگاه‌های گوناگون درباره انتظار

امید و آرزوی تحقق نوید جهانی انسانی، در زبان روایات اسلامی انتظار فرج خوانده شده و عبادت، بلکه افضل عبادات شمرده شده است. دو دیدگاه عمده‌ای که درباره انتظار فرج امام عصر(ع) در طول تاریخ و در جوامع شیعی وجود داشته و محققى چون شهید مطهری نیز در کتاب *قیام و انقلاب مهدی(ع)* بدان اشاره کرده است، را دکتر شریعتی نیز دارد:

انتظار منفی و انتظار مثبت. این دو انتظار درست ضد یکدیگرند. یکی بزرگ‌ترین عامل حرکت و ارتقاء و یکی تن دادن به ذلت؛ یکی توجیه وضع موجود و دیگری پیش‌رونده و آینده‌گرا. (شریعتی، ۱۳۷۹، ص ۵۱)

این دو نوع انتظار فرج، معلول دو برداشت از ظهور عظیم مهدی موعود است. هم‌چنین برای توضیح انواع مختلف انتظار می‌توان به تحقیق جامعی که یکی از محققین مهدوی کشور انجام داده استناد نمود. *ابراهیم شفیعی سروستانی* انتظار را در طول تاریخ به دو دیدگاه کلامی - اعتقادی و فرهنگی - اجتماعی تقسیم می‌کند. مبحث کلامی مربوط به این است که طی سال‌هایی که از غیبت امام (ع) می‌گذرد، بیشتر فقها و مراجع به مباحثی از این دست که امام (ع)



کی، کجا و از چه نسلی است و چه رویدادهایی را پشت سر گذاشته‌اند یا همان مباحث تاریخی می‌پردازد. (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۳، ص ۷۰-۶۸)

دیدگاه فرهنگی - اجتماعی ضمن پذیرش همه مبانی و اصول مطرح‌شده در دیدگاه کلامی - تاریخی در پی این است که موضوع مهدویت را مبنایی برای پی‌ریزی همگی مناسبات فرهنگی، سیاسی و اقتصادی در عصر غیبت قرار دهد.

شاخص‌ترین فقیه، متکلم و اندیشمندی که در دیدگاه فرهنگی - اجتماعی به تحلیل و بررسی اندیشه مهدویت و فرهنگ انتظار پرداخته امام خمینی(ره) بوده که نظریه ولایت فقیه را ارائه دادند. مهم‌ترین ادله امام هم که به آن استناد کرده توقیع یا دست‌خطی بوده که از سوی امام عصر(ع) به اسحاق بن یعقوب صادر شده در پاسخ به پرسشی که پرسیده بودند در ایام غیبت کبری در حوادث و پیش‌آمدها چه باید بکنیم؟ که در آن توقیع و دست‌خط گفته شده در ایام غیبت کبری در حوادث و پیش‌آمدها به راویان حدیث «رجوع کنید. چون آنان حجت من بر شما می‌اند و من حجت خدا بر شما». این مبنای اصلی نظریه امام خمینی فرار گرفت که با رهبری و تلاش‌های ایشان و مردم سرانجام انقلاب اسلامی به پیروزی رسید. (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۴، ص ۱۷۶ و ۸۷)

مهم‌ترین شاخص‌های انتظار فعال و غیر فعال

۱. شاخص تشکیل حکومت اسلامی پیش از ظهور: در دیدگاه غیر فعال بر اساس برخی روایات معتقدند که تشکیل حکومت پیش از ظهور امام زمان (ع) باطل است. (نشریه راه مجاهد، ۱۳۶۸، ص ۵) بر اساس این دیدگاه عصمت شرط تشکیل حکومت است. در حالی که در دیدگاه امام خمینی تنها عدالت شرط تشکیل حکومت است. حکومت باید برای اجرای احکام الهی پیش از ظهور تشکیل شود. برای این که در حد توان باید برای نجات مظلومان تلاش کرد و این کار را تا ظهور حضرت نمی‌توان به تمویق انداخت.

۲. شاخص، ولایت فقیه: در دیدگاه انتظار غیر فعال رهبری و پیروی در تبعیت از مراجع و تقلید



از آن‌ها محدوده شده آن هم در مواردی چون غسل و وضو ... است. در حالی که در دیدگاه امام خمینی ولایت فقیه ناقض ولایت مراجع است و اولی بر آن‌هاست. از شرایط مرجع داشتن بینش سیاسی و اجتماعی است و در این حوزه‌ها رای ولی فقیه اولی بر دیگر مراجع است.

۳. شاخص وظایف منتظران در عصر غیبت: در نگاه غیر فعال اعتقاد به حضرت صاحب‌الزمان در محبت و دوستی و تبعیت صرفاً عبادی خلاصه شده و هیچ نشانی از دیگر ابعاد انتظار نیست. در این نگاه وجود زمینه‌های منفی در جامعه و اعتقاد مردم به اسلام کافی است. منتظر خود و جامعه‌اش را نه در بعد اقتصادی و سیاسی بلکه فقط در بعد اعتقادی می‌سازد. در این نگاه خود حضرت صاحب‌الزمان باید تشریف بیاورند و کارها را سامان بدهند ولی در دیدگاه فعال به غیر از خودسازی باید یک منتظر در اعمال و کردارش هم شایسته باشد. به غیر از بعد شخصی در بعد اجتماعی نیز باید فعال باشد. امر به معروف و نهی از منکر اعتقاد به ولایت فقیه از شاخصه‌های مهم دیدگاه فعال است.

۴. شاخص آموزش و تربیت نسل منتظر: بدیهی است بنا به مبانی دو دیدگاه، نسل منتظر تربیت می‌شود.

۵. شاخص عدالت‌گستری در عصر غیبت: در دیدگاه غیر فعال پیش از ظهور دست به هیچ حرکت انقلابی نمی‌توان زد و جبراً فساد رو به تزاید است. (نشریه راه مجاهد، ۱۳۶۸، ص ۵) ولی در دیدگاه فعال منتظران نسبت به وقایع جامعه و جهان حساس و بیدار هستند و تا حد امکان باید در گسترش عدالت کوشش نمایند. شهید مطهری معتقد است ظهور حضرت، حلقه مکملی است از مبارزات گروه اهل حق. (مطهری با تلخیص، ۱۳۷۴، ص ۵۹)

۶. شاخص لزوم دوست‌شناسی و دشمن‌شناسی موضوع مهدویت: بر همه منتظران لازم است که پیگیر وقایع داخلی و جهانی باشند و دوستان و دشمنان داخلی و خارجی اهل بیت به ویژه امام عصر (ع) را شناسایی کنند ولی در دیدگاه غیر فعال دشمن‌شناسی در حد خلفای سه‌گانه و سنی‌ها خلاصه می‌شود.

۷. شاخص آسیب‌شناسی موضوع مهدویت: در دیدگاه فعال، به آسیب‌های اندیشه مهدوی پرداخته می‌شود از جمله دوری از عوام‌زدگی و سطحی‌نگری، زدودن باورهای ضعیف و نادرست، کارکردهای مجالس مهدوی و پرهیز از تعیین وقت برای ظهور و... در دیدگاه غیر فعال این مورد جایگاهی ندارد. (شفیعی سروستانی با تلخیص، ۱۳۸۴، ص ۳۸۱-۳۶۹)

۸. شاخص خواب دیدن یا تشرف خدمت امام عصر(ع): در دیدگاه انتظار غیر فعال یکی از راه‌های اثبات امام (ع) نقل خواب‌ها و رویت امام زمان (ع) است، به صورتی که این مورد آن قدر دم دستی فرض می‌شود که از کودک گرفته تا هر فرد عامی می‌تواند بدون هیچ مانع و مشکلی با امام رابطه داشته باشد و آن خواب یا رابطه را ملاک و معیار قرار دهد. نقل این گونه خواب‌ها برای اثبات حقانیت این گروه است. (باقی با اندکی تغییر و تلخیص، ۱۳۶۲، ص ۱۲۸)

در دیدگاه فعال فضیلت تشرف خدمت امام عصر (ع) و ملاقات با ایشان هرگز نفی نمی‌شود ولی به عنوان اصلی‌ترین وظایف منتظران قلمداد نمی‌شود. بلکه در کنار دیگر وظایف منتظران مطرح می‌شود. (شفیعی سروستانی، ۱۳۸۴، پاورقی ص ۳۷۰)

۹. پرداختن به مباحث تاریخی غیبت: از آموزه‌های مهم مهدوی است که در بین معتقدان به دیدگاه غیر فعال از جایگاه بسیار مهمی برخوردار است و در آموزه‌های‌شان فقط بدین مسایل که امام عصر(ع) کی، کجا و از چه نسلی هستند و طول غیبت صغری و کبری حضرت چقدر است و مسایلی از این دست پرداخته می‌شود. (باقی با تلخیص، ۱۳۶۲، ص ۸۲ تا ۱۲۰) شایان ذکر است که در دیدگاه فعال این مباحث از موضوعات مهم مهدوی است که باید در کنار دیگر مباحث مهدوی مطرح شود و صرفاً به این مباحث پرداخته نشود بلکه در این عصر تاکید بیشتر باید بر وظایف منتظران باشد. *

از مهم‌ترین نتایج تحقیق که می‌توان بدان اشاره نمود:

- ✓ برنامه به سوی ظهور تنها در ۱۹٪ از عناوین خود به مبحث انتظار فعال پرداخته است.
- ✓ این برنامه با ۶۳٪ بیشترین شیوه و نحوه ارائه‌اش، شیوه ارائه احساسی و عاطفی است و

سازمان اسناد و کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

بیشترین محتوای عناوین این برنامه با ۵۶٪ به مباحث احساسی و عاطفی اختصاص داشته است در حالی که در این برنامه سهم مباحث کلامی (اعتقادی) - تاریخی ۱۳/۳٪ و مباحث اجتماعی - سیاسی ۱۲٪ بوده است.

✓ بیشترین نحوه ارائه محتوای عناوین برنامه به شکل احساسی و عاطفی بوده است. در حالی که ۱۷٪ عناوین برنامه نحوه ارائه شناختی، استدلالی و معرفتی داشته‌اند و ۱۹/۵٪ نحوه ارائه، اطلاع‌رسانی بوده است.

✓ ۴۸٪ از عناوین برنامه را وله تشکیل می‌دهد که ۸۹٪ از این میزان را وله‌های احساسی به خود اختصاص داده‌اند.

✓ بیش از ۶۰٪ پیام‌آفرینان برنامه را مردان تشکیل می‌دهند.

می‌توانیم این گونه نتیجه‌گیری کنیم که این برنامه بیشترین نحوه ارائه‌ای که بدان پرداخته و برجسته‌سازی نموده است، شیوه ارائه احساسی و عاطفی است. بیشتر مخاطبان ما به خصوص نسل جوان اطلاعات درستی درباره امام عصر (ع) ندارند و پرداختن این گونه سیمای بدین موضوع سبب دامن زدن به بار احساسی و عاطفی موضوع مهدویت در جامعه می‌گردد و درک نادرستی را به مخاطب القا می‌کند. به جای این‌که بار احساسی تنها اندکی از زمان این نوع برنامه‌ها را به خود اختصاص دهد. در این برنامه عناوین آغاز برنامه، گفتار هنرمند، تشریف‌یافتگان خدمت امام عصر (ع)، نامه‌ای به امام عصر (ع)، ناله‌های فراق، آوای انتظار و شعر انتظار همیشه نحوه ارائه احساسی و عاطفی داشته‌اند. همچنین وله نیز با ۸۹٪، نحوه ارائه احساسی و عاطفی داشته است. تنها گفت‌وگو با کارشناس با ۹۷٪ و نمایش بخش‌هایی از فیلم‌ها یا شبکه‌های آخرالزمانی با ۵۸٪ نحوه ارائه شناختی، استدلالی و معرفتی داشته است. بوستان انتظار (معرفی کتاب) همیشه و معرفی سایت‌های مهدوی، ارتباطات مردمی و تبلیغ با ۹۲٪ نحوه ارائه اطلاع‌رسانی داشته‌اند.

از سویی این برنامه در قسمت‌های ویژه‌ای که به ایام ولادت معصومین، اعیاد یا مناسبت‌های حزن‌آور مذهبی اختصاص داشته، بیشترین زمان از کل برنامه را به آیت‌های احساسی و عاطفی

اختصاص داده است. به عبارتی این برنامه در مناسبت‌های مختلف (شاد یا حزن‌آور) از رویکرد احساسی و عاطفی سود جسته است و بازنمایی این برنامه در موضوع مهدویت به شکل احساسی و عاطفی بوده است. باید به این نکته توجه داشت که باور مهدوی در بین مخاطبان یک باور مستحکم است که رسانه یا برنامه‌های تلویزیونی می‌توانند آن را تقویت کنند و موجبات انس، شناخت و آگاهی بیشتر مخاطب را در زمینه مهدویت فراهم آورند. این مطلب را مستند می‌کنیم به تحقیق باهنر که ۲/۳ افراد جامعه ایران که از رسانه‌های مدرن (رادیو و تلویزیون) استفاده می‌کنند دارای علاقه بسیار به دین هستند و ۱/۳ باقی‌مانده نیز به آن بی‌علاقه نیستند. (باهنر، ۸۲)

از سویی رسانه ملی باید برای بیان مباحث دینی و به ویژه مهدوی از مدل آیینی که هدف نهایی آن به نمایش نهادن اعتقادات و بیان عواطف مشترک است، سود جوید. (مهرداد، ۱۳۸۰، ص ۵۲)

جیمز کری (۱۹۷۵) متخصص مسایل ارتباط جمعی، به دلیل پیش‌نهادهن برداشتی آیینی از ارتباطات به عنوان جایگزینی برای مفهوم عمومی‌تر انتقال یا ترابری مشهور شده است. برداشت انتقالی از ارتباطات بر اطلاع‌رسانی و تاثیر ارتباط بر مکان و نگاه آیینی بر معنا و نگهداری جامعه در زمان تاکید می‌کند. اولی بر قدرت و کنترل و دومی بر مشارکت و فرهنگ تاکید می‌کند. (روزنبولر به نقل از گیویان، ۱۳۸۵، ص ۲۴۳)

اگر نمونه عالی ترابری از ارتباطات، توزیع پیام در یک گستره جغرافیایی به منظور اعمال کنترل باشد، نمونه عالی تلقی آیینی از ارتباطات یک مراسم قدسی است که انسان‌ها را حول همبستگی‌ها و پیوندهای مشترکشان گرد هم می‌آورد. (کری به نقل از گیویان، ۱۳۸۵، ص ۴۰)

کری از روشی در مطالعه ارتباطات و جامعه حمایت کرد که در آن فرهنگ نقش محوری می‌یابد. او می‌گوید:

زندگی اجتماعی فراتر از قدرت و تجارت است ... زندگی اجتماعی شامل مشارکت در

تجربه زیبایی‌شناختی، عقاید دینی، ارزش‌ها و احساسات فردی و باورهای روشنفکرانه -
نظم آیینی - نیز هست.

تلفی مدل آیینی از ارتباطات این است که به دنبال توزیع پیام در مکان و فضا نیست، بلکه می‌خواهد جامعه را در زمان نگه دارد و عقاید مشترک را بازنمایی کند. (کری به نقل از گیویان، ۱۳۸۵، ص ۴۰)

رویکرد آیینی ارتباط را در وهله اول نه به عنوان «برآکندن پیام‌ها در فضا، بلکه نگهداری جامعه در زمان» می‌داند. در این رویکرد ارتباطات «رساندن اطلاعات نیست، نمایاندن افکارمشترک» است. (کری به نقل از دهقان، ۱۳۷۶، ص ۱۹) به طور کلی می‌توان گفت نگاه آیینی، نگاهی فرهنگی به ارتباطات دارد، نگاهی که در جست‌وجوی ارزش‌ها و معانی است. (گیویان، ۱۳۸۵، ص ۴۰)

بنابراین رسانه ملی با استفاده از مدل آیینی و نظریه راه‌گشای ولایت فقیه امام خمینی (ره) (انتظار فعال) می‌تواند به یکپارچگی جامعه و گسترش پیوندهای اجتماعی در راستای انتظار فعال کمک نماید. یعنی مهدویت و عشق به امام عصر(ع) تنها در موارد صرف آیینی چون حضور سه‌شنبه‌ها در جمکران یا دعای ندبه صبح‌های جمعه یا صدقه و دعا برای سلامتی و تعجیل ظهور (در عین این‌که این موارد بسیار مهم هستند)، خلاصه نشود.

از نکات مهم مدل آیینی توجه به ارتباط دوسویه بین مخاطب و فرستنده است هر چند که بخش عمده‌ای از این کار با ارتباطات تلفنی، پست الکترونیک و سنجش‌های پیمایشی، (بررسی نامه‌های ارسالی به منظور پیمایش یا اشتراک در معنا) محقق می‌شود ولی در مدل آیینی ظهور و بروز نمادین و به نمایش گذاشتن این ارتباط در برنامه‌ها نیز لازم است.

توجه به نیازهای مخاطب و گوناگونی آن‌ها در این مدل بسیار مورد توجه است. برنامه به سوی ظهور هم به دلیل استفاده از امکاناتی چون ایجاد سایت www.zohoor.ir و www.zohoor.tv، استفاده از فکس و ایمیل به شکل آن‌لاین در برنامه، به مدل

آیینی بسیار نزدیک است.

با توجه به این موضوع و در نظر گرفتن فرهنگ والای مهدوی که یک اعتقاد ریشه‌دار در بین مخاطبان است، برنامه‌های مذهبی و به ویژه مهدوی تلویزیون باید در ارائه خود از این نحوه (مدل آیینی) که نگاهی فرهنگی به ارتباطات دارد، استفاده نمایند ولی طبق نتایج نظرسنجی مرکز تحقیقات از برنامه به سوی ظهور، ۵۲/۷٪ بینندگان برنامه معتقدند برنامه به سوی ظهور در حد زیادی در پاسخگویی به پرسش‌های آن‌ها در زمینه موضوع برنامه موفق بوده است ولی جالب توجه است که کمترین میزان این نظرسنجی نیز به گفته مخاطبان مربوط به همین بخش است که ضرورت ارتباط بیشتر با مخاطبان و توجه به نظرات آنان را می‌طلبد.

پس سیمای جمهوری اسلامی و سازندگان این نوع برنامه‌ها به جای پررنگ و برجسته نمودن مباحث احساسی باید تلاش کنند سهم مباحث عقلی و اعتقادی را بالاتر ببرند و حتی این مباحث را با توجه به مدل آیینی با مخاطبان به چالش بکشند تا موضوع مهدویت از حالت نمادین، سنتی و احساسی صرف خارج شود و مخاطبان در زمینه انتظار واقعی (انتظار فعال) به باور و اعتقاد مشترکی رسیده و بدین سبب این باور گسترش یافته و توسط رسانه بازنمایی شود؛ انتظار واقعی‌ای که سبب شود مخاطبان در همه ارکان زندگی خویش وجود امام (ع) را شاهد و ناظر اعمال خود ببینند به نحوی که این باور و انتظار اصیل در همگی شئون اجتماعی، سیاسی و ... تجلی یابد. بر اساس این تحقیق پیشنهاد می‌گردد:

۱. برنامه‌هایی که درباره امام عصر(ع) ساخته می‌شوند برای مخاطبان خاصی تهیه گردند به عنوان مثال برای کودکان، نوجوانان، جوانان و زنان....
۲. سازندگان این نوع برنامه‌ها به غیر از محتوا باید در ارائه جذابیت تصویری نیز بکوشند؛ زیرا هر چقدر محتوا زیبا باشد ولی نحوه ارائه رسانه‌ای نباشد، سبب مخاطب‌گریزی می‌شود. این مورد از عوامل مهم جذب مخاطب به سوی محتوای دینی است.
۳. عنوان تشرف‌یافتگان خدمت امام عصر (ع) که از جذاب‌ترین موضوعات مهدوی است به

صورت نمایشی به مخاطب ارائه گردد. اکنون روش سنتی و قدیمی ارائه محتوای دینی راهکار مناسبی برای برنامه‌های مذهبی به شمار نمی‌رود.

۴. به موضوع مهدویت در قالب سریال‌ها و داستان‌ها پرداخته شود و تشرفات موثق به شکل فیلم، کلیپ و... برای جوانان ساخته گردد.

۵. باید ساختار خشک برنامه‌های مذهبی شکسته شود و مجریان برنامه و کارشناسان بتوانند به دور از زبان و بیان خشک، رسمی و قدیمی با مخاطبان ارتباط برقرار کنند. البته تا حدی که محتوا زخمی نشده و آسیبی به آن وارد نگردد.

۶. با حفظ بخش هنری این نوع برنامه‌ها در هر قسمت بنا به تناسب از شاعران، خوانندگان، خطاطان و... استفاده شود و حتی‌المقدور از تکراری شدن این بخش و تنها پرداختن به یک نوع هنر پرهیز شود.

۷. پس از پایان این گونه برنامه‌ها پژوهشی درباره عملکرد برنامه و این که چه تاثیری روی مخاطب داشته، صورت گیرد تا مشخص شود این برنامه‌ها چه تاثیری روی اعمال و کردار مخاطبان خود گذاشته‌اند و به اصطلاح در امام زمانی شدن مخاطبان چقدر موثر بوده‌اند.

۸. بعد معرفی موضوع مهدویت و انتظار در این برنامه‌ها مورد توجه قرار گیرد و تلاش گردد چهره‌ای جذاب، مطلوب و دوست‌داشتنی از قیام جهانی امام عصر (ع) به مخاطب ارائه شود، در حالی که مخاطبان این برنامه‌ها کمتر با ژرفای اتفاقی که قرار است با ظهور امام عصر (ع) رخ دهد، آشنا می‌شوند.

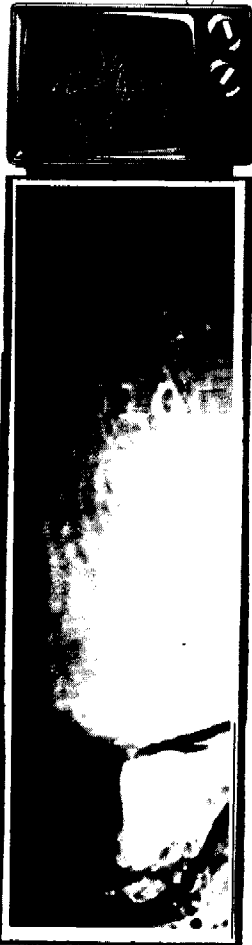
۹. در اشعار، موسیقی، مداحی‌ها یا مرثیاتی که برای دیگر معصومین خوانده می‌شوند، بازنگری صورت گیرد تا بدین صورت به ساخت آن بزرگواران بی‌احترامی نگردد.

۱۰. نوآوری و ابتکاری از نظر قالب و محتوا در این نوع برنامه‌ها رخ دهد، چنان که بیشتر برنامه‌هایی که در این رابطه تولید شده است در قالب‌های ترکیبی و میزگرد بوده است.



منابع

۱. باقی، عمادالدین، (۱۳۶۲)، در شناخت حزب قاعدین زمان، تهران: انتشارات دانش اسلامی.
۲. باهنر، ناصر، (۱۳۸۱)، از دین تلویزیونی تا آرمان تلویزیون دینی، هفته‌نامه سروش اسفندماه.
۳. باهنر، ناصر، (۱۳۸۲)، راهبردهای آموزش دینی در تلویزیون یا مطالعه در تطبیق رسانه‌های دینی، فصل‌نامه پژوهش و سنجش، ویژه‌نامه آموزش.
۴. جمعی از نویسندگان، (۱۳۷۹)، انتظار در اندیشه‌ها، تهران: انتشارات بنیاد فرهنگی حضرت مهدی موعود (ع).
۵. حیدری، معصومه، (۱۳۸۱)، نظرسنجی از مردم ۳۰ شهر کشور درباره برنامه به سوی ظهور، گروه سنجش افکار، شماره تحقیق ۸۱/۱۶۶.
۶. روزنبور، اریک دبلیو، (۱۳۸۵)، ارتباطات آیینی، عبدا... گیویان، انتشارات دانشگاه امام صادق (ع).
۷. شفیعی سروستانی، ابراهیم، (۱۳۸۳)، انتظار، بایدها و نبایدها، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
۸. شفیعی سروستانی، ابراهیم، (۱۳۸۴)، معرفت امام زمان (ع) و تکالیف منتظران، تهران: انتشارات موعود عصر (ع).
۹. صبوری، رضا، (۱۳۸۵)، گفت‌وگوی نگارنده با تهیه‌کننده برنامه به سوی ظهور.
۱۰. گیویان، عبدا... دو استعاره بنیادین برای فهم ارتباطات، فصل‌نامه رادیو و تلویزیون، شماره پاییز ۱۳۸۵.
۱۱. مجموعه مقالاتی از نشریه راه مجاهد، (۱۳۶۸)، انجمن حجتیه، نسلی مایوس از حرکت و انقلاب، تهران: انتشارات راه مجاهد.
۱۲. مطهری، مرتضی، (۱۳۷۴)، قیام و انقلاب مهدی (ع) از دیدگاه فلسفه تاریخ، چاپ پانزدهم،

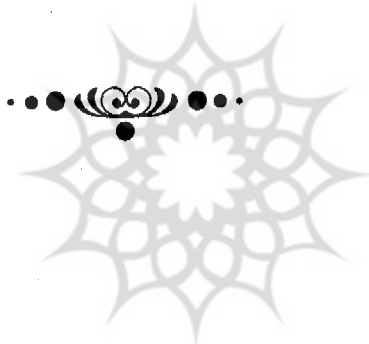


تهران: انتشارات صدرا.

۱۳. منتظر قائم، خلیل. (۱۳۸۵)، *مهدویت و بازتاب آن در رسانه ملی*. ماهنامه موعود، شماره ۶۸.
۱۴. مهرداد، هرمز. (۱۳۸۰)، *مقدمه‌ای بر نظریات و مفاهیم ارتباط جمعی*. تهران: انتشارات فاران.
۱۵. ناصری، علی. (۱۳۸۳)، *بازشناختی از یوسف زهرا علیه السلام*. قم: انتشارات کیش مهر.
۱۶. ویندال، سورین و همکاران. (۱۳۷۶)، *کاربرد نظریه‌های ارتباطی*. علیرضا دهقان. تهران: انتشارات مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.

منابع خارجی

1. Carey, J. (1988). *Communication as culture: Essays on media and society*. boston: Unwin Hyman.
2. Crisell, Andrew (1994). *Unrestanding Radio*. London.
3. www.bashgah.net



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی