



امامین انقلاب به مهدویت رویکرد تمدنی دارند

حجت الاسلام جواد نصرالله پور گفت: رسانه‌ها لازم است با محققان، پژوهشگران و استادان مهدویت در حوزه علمیه و با مراکز علمی، تبلیغی و ترویجی، مراکز علمی و پژوهشی در ارتباط باشند.

حجت الاسلام جواد نصرالله پور گفت: رسانه‌ها لازم است با محققان، پژوهشگران و استادان مهدویت در حوزه علمیه و با مراکز علمی، تبلیغی و ترویجی، مراکز علمی و پژوهشی در ارتباط باشند.

خبرگزاری مهر، گروه دین و آئین، عصمت علی آبادی: در جامعه امروز بشری، رسانه یکی از مهمترین ابزار فرهنگ سازی است که قدرت اثرگذاری آن در رشد یا استحاله جامعه‌ها قابل مشاهده است. سال‌هاست که دشمنان اسلام با استفاده از ابزار رسانه تلاش می‌کنند اذهان عمومی جهان را نسبت به مهدویت بدبین کنند. متأسفانه در این زمینه هم رسانه‌های جبهه حق آمادگی کافی برای پاسخ به این هجمه گسترده را نداشته‌اند.

شاید در هیچ موضوع از موضوعات دینی به قدر مهدویت روایات وجود نداشته باشد که حتی به جزئی ترین مسائل و آینده آن پرداخته شده باشد، در گنجینه روایی ما به عالی ترین معارف در گستره مهدویت پرداخته شده اما متأسفانه بسیاری از آنها صرفاً در کتاب‌ها باقی مانده و مورد استفاده عملی به عنوان یک راهبرد اصلی در قرار نگرفته است.

اهمیت رسانه در توسعه فرهنگ مهدوی آن هم در روزگاری که مردم دنیا تشنه آزادی و عدالت حقیقی هستند دغدغه‌ای شد تا با حجت الاسلام جواد نصرالله پور، عضو انجمن علمی مهدویت حوزه علمیه قم و عضو هیئت مدیره مجمع راهبردی اندیشه مهدویت به گفتگو بنشینیم که مشروح آن را در ادامه می‌خوانید:

*مسئله مهدویت با چه رویکردهایی در جامعه شیعی مورد توجه است؟

جامعه شیعی به مسئله مهدویت دو رویکرد دارد. گاهی رویکرد ما این است که روایات و آیات را نقل کنیم و آنها را در موضوعات مختلف دسته بندی کنیم اما رویکرد امامین انقلاب یعنی حضرت امام خمینی (ره) و حضرت آیت الله خامنه‌ای رویکرد تمدنی است. یعنی مهدویت را با یک نگاه تمدنی پیگیری می‌کنند که در بیانیه گام دوم، این مسئله خود را به زیبایی نشان داده است.

نسبت مهدویت با مسئله جهاد و شهادت در این مسئله کاملاً مشخص است که پیامبر (ص) فرمودند که افضل جهاد امت من انتظار فرج است. به قول شهید آوینی که گفت امام خمینی (ره) به ما یاد دادند که انتظار با مبارزه تعریف می‌شود. با این بیان، باید نسبت یمن امروز با مهدویت کاملاً روشن باشد. اهل بیت (ع) به ما وعده دادند که قبل از ظهور، در یمن پرچمی برای یاری امام مهدی (عج) بلند می‌شود و حکومتی تشکیل می‌شود. امروز بعد از ۱۱۰۰ سال این مسئله محقق شده که باید دید آیا نسبتی با مهدویت دارد یا نه.

درباره مسئله فلسطین، حضرت آیت الله خامنه‌ای فرمودند مسئله فلسطین کلید رمزآلود ظهور است. آیا مسئله فلسطین ربطی به مسئله مهدویت دارد یا ندارد؟ مسئله مدافعان حرم، مسئله جبهه مقاومت به فرماندهی ولی امر مسلمین و... باید مردم درباره نسبت این مسئله‌ها با مهدویت آگاه شوند. ما اعتقاد داریم این رویکرد تمدنی مهدویت را باید دنبال کنیم.

*رسانه در توسعه فرهنگ مهدویت چقدر می‌تواند نقش داشته باشد؟

همانگونه که از واژه رسانه مشخص است، مأموریت رسانه رساندن است رسانه فکر، فرهنگ، محتوا، پیام و دیدگاه‌ها را به جامعه می‌رساند. رسانه مهدوی رسانه‌ای است که مدیران، خبرنگاران و عوامل آن، انگیزه لازم برای تبیین دیدگاه عالمان دینی و اندیشه مهدویت به جامعه را داشته باشند.

تشکیل حکومت جهانی امام مهدی (عج) آرمان بزرگ جامعه شیعه است که رسیدن به آن بدون زمینه سازی و شرایط ظهور محقق نخواهد شد. شرط اساسی زمینه سازی ظهور این است که افکار عمومی در داخل کشور و عرصه بین الملل آماده شود که به طور قطع نقش رسانه‌ها در این آمادگی بسیار پررنگ است. متأسفانه فعالان و تشکل‌های مهدوی به ویژه مراکز علمی و تخصصی مهدوی ما از این مسئله مهم غفلت کردند.

صدها کتاب، پایان نامه، مقالات علمی و تخصصی در زمینه مهدویت در مراکز علمی و پژوهشی تهیه شده اما به دلیل ضعف رسانه ای و غفلت از پتانسیل فضای سایبری، به گوش مردم نمی رسد و متأسفانه در فضای غفلت رسانه ای، افرادی که تخصص ندارند اما رسانه مدعی مساله مهدویت می شوند که بعضاً به سوء استفاده از این مساله مهم و حساس منجر می شود.

رسانه ملی و سایر رسانه های مکتوب و مجازی هر کدام بسترهای فراوانی برای ترویج آموزه های مهدویت و پاسخ به شبهات و مقابله با جریانات انحرافی و فرقه های مدعی و کذاب دارند؛ آیت الله خامنه ای یک منظومه فکری کامل در رابطه با موضوع مهدویت دارند و در مورد زوایای مختلف و مبانی مهم مساله مهدویت همواره در فکر اندیشه و تحلیل هستند که مردم ما کمتر با این اندیشه و نگاه راهبردی و تمدنی ایشان آشنا هستند.

صدها کتاب، پایان نامه، مقالات علمی و تخصصی در زمینه مهدویت در مراکز علمی و پژوهشی تهیه شده است اما به دلیل ضعف رسانه ای و غفلت از پتانسیل فضای سایبری به گوش مردم نمی رسد

یکی از کارهای مهم رسانه های منتظر، باید تبیین اندیشه رهبر معظم انقلاب به عنوان نایب امام زمان (عج) فقیه، حکیم و دانشمند باشد. خلاصه ی تمام اندیشه های حضرت آیت الله خامنه ای در بیانیه گام دوم آمده است، بیانیه گام دوم بیانیه کاملاً مهدوی و میراث آیت الله خامنه ای برای جامعه شیعه است. شاه کلید بیانیه گام دوم این است که آرمان بزرگ جمهوری اسلامی در گام دوم حرکت به سمت تمدن سازی اسلامی جهت زمینه سازی برای طلوع خورشید ولایت امام زمان (عج) است. رهبر معظم انقلاب اسلامی به مهدویت تمدنی اعتقاد دارند، در اندیشه رهبر معظم انقلاب انتظار و زمینه سازی ظهور ابعاد مختلف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی دارد. وقتی ایشان درباره فرزندآوری، جهاد اقتصادی و جهش تولید و اقتصاد مقاومتی و چشم انداز ۲۰ ساله و افزایش قدرت نظامی و منطقه ای سخن می گویند و زمانی که جبهه مقاومت ضد استکباری و ضد صهیونیستی تشکیل می دهند و از آزادی خواهان جهان حمایت می کنند و حامی مظلومان واقع می شوند در واقع ابعاد مختلف انتظار را تبیین می کنند. هنر رسانه های انقلابی و رسانه منتظر این است که این آرمان ها و نگاه تمدنی و جامع را در منظومه فکری این مرد حکیم الهی برای جامعه روشن کنند.

*رسانه های معاند درباره مهدویت چه اقداماتی دارند؟

در رسانه های تصویری، هالیوودی و خبرگزاری ها و سایر رسانه ها سال هاست که به موضوعات آخرالزمانی، پایان دنیا، جنگ ملت ها، حکومت جهانی و مهدویت ستیزی می پردازند. آنها اهداف خاص خود را با نگاه سلطه گرایانه تخریبی مطرح کرده و انواع منجی ها را معرفی می کنند. در مقابل، رسانه های جوامع اسلامی لازم است با یک سیاست جامع و رسانه ای در جهت معرفی منجی عالم بشریت اقدام کنند.

برای رسیدن به این هدف یعنی معرفی صحیح منجی و ایجاد زمینه لازم برای پذیرش ایشان، باید در کنار پژوهش ها و کارهای علمی صحیح که انجام می شود، خبرنگاران و اهالی رسانه آموزش های لازم محتوایی و شکلی را ببیند و رسانه های انگیزه دار مهدوی و با نگاه منتظر با هم هماهنگ باشند و با توجه به شرایط کشورهای مختلف و فضای داخل کشور مخاطب شناسی کنند. برای فضای برادران اهل سنت که به مهدی موعود معتقد هستند و برای فضای جامعه مسیحی که منتظر منجی هستند و عمیقاً به منجی الهی اعتقاد دارند باید محتوا و روش تبلیغی و رسانه ای مناسبی تدارک دیده شود و همچنین فرهنگ و جغرافیای آن کشورها در نظر گرفته شود.

*رسانه ها برای تأثیر بیشتر فعالیت های مهدوی باید چه اقداماتی انجام دهند؟

رسانه ها اولاً باید با محققان، پژوهشگران و استادان مهدویت در حوزه علمیه و مراکز علمی تبلیغی-ترویجی و مراکز علمی-پژوهشی در ارتباط باشند. در سال های اخیر به برکت مجاهدت عالمان و بزرگان حوزه علمیه، صدها کتاب علمی و پژوهشی در مراکز علمی و تخصصی در راستای تبیین آموزه های مهدوی و پاسخ به شبهات فرقه های انحرافی نوشته شده و به چاپ رسیده است. چندین مجله پژوهشی در این راستا سال هاست که منتشر می شود. رسانه ها و خبرنگاران منتظر و با انگیزه باید با این مباحث ارتباط منطقی داشته باشند و با ادبیات مناسب و زیبا این مطالب را ترویج کنند. همچنین با روش های رسانه ای و شبهه رسانه ای جدید دنیا آشنا شوند و پتانسیل های کشورهای اسلامی را شناسایی کرده و محتوای مناسب را برای تبیین مساله مهدویت تهیه کنند و با ابزارهای رسانه ای و محصولات رسانه ای روز دنیا آشنا شوند و برای مقابله با مهدویت ستیزی رسانه ای مجهز باشند.