

تاریخ دریافت: ۹۶/۲/۱۲

تاریخ پذیرش: ۹۶/۴/۱۸

فصل نامه علمی - پژوهشی عصر آدینه

سال دهم، شماره ۲۳، پاییز ۱۳۹۶

بازنمایی منجی در تولیدات سینمایی هالیوودی معطوف به آخرالزمان (چارچوب سازی تفکر مخاطب منطبق با منجیان از نوع تفکر صهیونیستی)

سیدرضا نقیب السادات^۱

چکیده

انبوهی تولیدات سینمایی آخرالزمانی هالیوود، القای تفکر روبه زوال رفتن جهان به دلیل حضور کشورهایی که با تولید تسلیحات اتمی، تهدیدکننده اصلی بشریت اند؛ در کنار ضرورت نجات بشر را رسیدن به سرزمین موعود با تمسک به نمادهای نجات بخش تفکر کابالا، همه برای مقابله با اعتقادات دینی مورد توسعه توسط مکتب مبین اسلام و حرکت شیعی شکل داده شده از جانب جمهوری اسلامی ایران و روحیه انقلابی کشورهای تبعیت کننده از این ارزش ها است. نمایش مدعیان دروغین نجات بخش انسان و منجیانی که خود اهل تخریب و ریا هستند، تفکر مصلح را در نگاه مردم بسیار مخدوش، شکننده و مخرب جلوه می دهد. پژوهش حاضر به طرح مقوله منجی در فیلم های سینمایی هالیوودی می پردازد و ادعاهای منجیان غیر مصلح را برای نجات جهان با رویکردی صهیونیسم محور با عناصری از تفکر کابالا مورد ارزیابی قرار می دهد. روش پژوهش حاضر، روش تحلیل محتوی با دو تکنیک ارزیابی و مقوله ای است و واحد تحلیل در مطالعه فیلم های سینمایی، صحنه است. جامعه آماری این پژوهش، کلیه تولیدات سینمایی منتشر شده با مضمون هالیوود است. روش نمونه گیری،

۱. دانشیار دانشگاه علامه طباطبائی، دانشکده علوم ارتباطات (naghibulsadat@yahoo.com).

روش تلفیقی یا ترکیبی است که با دو تکنیک، چند مرحله‌ای و هدفمند، اجرا شده است. ساختار فیلم‌های سینمایی تولید شده در هالیوود، در کنار قالب‌های پرجاذبه به همراه محتوایی علاقه‌مند به علائق انسانی، مخاطب این نوع از فیلم‌های سینمایی را با خود همراه نموده و به طور ضمنی، گرایش‌هایی مدافعه‌گرانه از صهیونیسم را در ایشان تقویت می‌نماید. منجی نمایش داده شده در این نوع از تولیدات، سیاستمدار، تخریب‌گر، غیرمصلح و ستیزه‌جویند.

واژگان کلیدی

منجی، مدعیان دروغین، فیلم‌های سینمایی، هالیوود، تحلیل محتوی، آخرالزمان.

مقدمه

صنعت تولید فیلم با توجه به ظهور فناوری‌های نوین ارتباطی، توسعه زیادی نموده و از صرف اکران برپرده سینماها، از طریق ماهواره‌های پخش تلویزیونی به صفحه رسانه پر قدرتی نظیر تلویزیون راه یافته است. این امر نه تنها در حجم تولید و نشر فیلم‌های سینمایی تأثیر به سزایی داشته است که منجر به نفوذ گسترده‌تری نیز بر مخاطبان و پیامگیران آن شده است. تنوع تولیدات، در کنار جاذبه‌های اخیر تولیدات فیلم‌های سینمایی، جلوه‌های ویژه اغواکننده و مضامین پرجاذبه، اراده مخاطب را در کنترل و هدایت و انتخاب فیلم سلب نموده و منجر به تسلیم بی‌قید و شرط شدن وی در مقابل پرده سینما و صفحه جادویی تلویزیون شده است.

علاوه بر آن جاذبه شبکه‌های اجتماعی همراه و بهره‌گیری از بخش‌های محدودتر فیلم‌های سینمایی در تبادل اطلاعات لحظه‌ای و همچنین تکنولوژی ارزان و یارایگان نمایش، این جاذبه و نفوذ را دوچندان نموده است.

در این میان جاذبه تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمانی با حضور منجیانی، زیبا، شجاع، قدرتمند، ثروتمند، سیاستمدار، کارگشا و البته غربی با اعتقادات یهودی، اشتیاق بیشتری را در مخاطبان و پیامگیران فیلم‌های سینمایی برای تماشای آن، ایجاد نموده است.

این فیلم‌های سینمایی با برحسته نمودن، عناصر تفکر کابالا، به رواج منجیانی دروغین با قالب‌های خاص نموده تا شرایط و ویژگی‌های استقرار اعتقادات خویش،

مبتنی بر آئین صهیون را در نزد مخاطبان فراهم آورند. ادعاهای این مدعیان دروغین نجات مردم و جهان، به قدری اغراق آمیز است که گاه فیلم های جدی و تاریخی ایشان نیز تبدیل به فانتزی های تخیلی گشته و مصادیق آن در عالم واقع، قابل دسترسی نیست. هنگامی که صحبت از مدعیان دروغین است، مقصود کسانی هستند که در جایگاه نجات مردم و در موقعیت منجی آخرالزمانی خود را صاحب زمان معرفی نموده و طبق تفکر شیعه در جایگاه امام عصر مهدی موعود عجل الله تعالی فرجه قرار می دهند.

البته این ادعاها در چارچوب های خاص زمانی و مکانی و مبتنی بر اقتضائات فرهنگی و اجتماعی هویت می یابد. در ادعای غربیان نیز منجی، نجات بخش جهان از شرور و بد تدبیری های اداره کنندگان نظام جهانی و سیاستمداران زیاده طلب است.

در مقاله گونه شناسی مدعیان دروغین مهدویت، نویسنده به این نکته اشاره می کند: ادعای مدعیان مهدویت، به مانند هر ادعای دیگری، در چارچوب زمانه طرح ادعا، و شرایط فرهنگی و اجتماعی مدعی، معنا پیدا می کند. از این روست که ادعای مدعیان دروغین در هر جا ویژگی های خاصی را به خود می گیرد. گذشته از این ادعای هریک از مدعیان می تواند از خواستگاه... باید آگاهانه تمایزات و تنوعات مدعیان دروغین را بر شمرد (صفری فروشانی، ۱۳۹۳).

در این پژوهش نیز توجه به این ادعاها مبتنی بر محتوی فیلم های سینمایی هالیوودی از تصویر بر ساخت شده از منجی است که ادعای نجات جهان را در قالب یک ابرقهرمان یا قدیس دارد که نمادها و نشان های به خدمت گرفته شده برای نمایش آن، جهت دهی و چارچوب سازی تصورات و تلقی های تماشاچی فیلم های سینمایی بر پرده سینما یا بیننده تلویزیونی است.

سؤال اصلی این است که منجی در تولیدات سینمایی هالیوودی معطوف به آخرالزمان چگونه به تصویر کشیده شده است و چگونه تفکر مخاطب منطبق با منجیان از نوع تفکر صهیونیستی چارچوب سازی می شود.

در این پژوهش بر مقولاتی نظیر موضوعات ادعاها، قالب های ارائه ادعاها، تصویر منجی، ویژگی های منجی، سرانجام منجی، قابلیت های منجی و پایگاه اجتماعی منجی تاکید خواهد شد.

بیان ضرورت و اهمیت موضوع تحقیق

تحولات پرشتاب دنیای رسانه‌ها در کنار تغییر ماهیت جنگ‌های مدرن، اقتدار طلب غرب را نیز در قالب‌های جدیدی صورت‌بندی نموده است. ویژگی مهم دیگر این دوره، موقعیت تاریخی آن است که در نگرش دینی آخرالزمان خوانده می‌شود. اگرچه وسعت زمانی موضوعی آخرالزمان بیش از دوره حاضر است؛ اما به یقین این دوره مصداق حقیقی برای آن به شمار می‌رود. ادیان و آیین‌های مذهبی در سراسر جهان چنین دوره‌ای را ترسیم و درباره نشانه‌ها، بلایا، چگونگی فرجام انسان و منجی موعود بحث‌های متعددی مطرح کرده‌اند.

لذا از دو جهت پرداختن به این موضوع از اهمیت برخوردار است:

۱. ضرورت و اهمیت نظری

با اجرای این پژوهش به لحاظ نظری به بررسی علائم و نشانه‌هایی می‌پردازیم که محتوای فیلم در صدد نمایاندن آن است و دست‌یابی به این که در این فیلم‌ها به چه شکلی به آخرالزمان و منجی و نجات بشر اشاره می‌شود و چگونه حقیقتی را که وجود دارد از آیین نگاه خود به مخاطبان‌شان منتقل می‌کند. و ادعاهای منجیان دارای چه دامنه‌ای است و با کدام تفکر در انطباق است.

۲. ضرورت و اهمیت اجتماعی

با شناخت این محتوی به لحاظ نظری، می‌توان زمینه‌های پاسخگویی به شبهات مطرح شده در این عرصه را فراهم نمود و به لحاظ عملی با آموزه‌های انحرافی آن مقابله کرد و زمینه‌های روشننگری مقتضی را فراهم نمود.

اهداف

هدف اصلی این پژوهش شناخت شیوه‌های بازنمایی منجی در تولیدات سینمایی هالیوودی معطوف به آخرالزمان و شناخت نحوه چارچوب‌سازی تفکر مخاطب، منطبق با منجیان از نوع تفکر صهیونیستی است.

۱. اهداف فرعی این پژوهش

۱- شناخت موضوعات مرتبط با ادعاهای منجیان دروغین در تولید فیلم‌های سینمایی

آخرالزمان

- شناخت قالب‌های مرتبط با ادعاهای منجیان دروغین در تولید فیلم‌های سینمایی

آخرالزمان

- شناخت ویژگی‌های منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان
- شناخت نوع تصویربرساخت شده از منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان
- شناخت سرانجام منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان
- شناخت پایگاه اجتماعی منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان
- شناخت قابلیت‌های منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان

۲. تدارک نظری موضوع پژوهش

توجه به آخرالزمان و پایان دنیا در سینمای غرب و به خصوص هالیوود در اواخر قرن بیستم است که رونق گرفته و تا دوران اخیر نیز ادامه یافته است.

در دهه ۹۰ میلادی فعالیت هالیوود در این عرصه سازمان یافته‌تر شده به گونه‌ای که از اوایل دهه ۸۰ میلادی در صحنه سیاسی آمریکا ظهور یافته بود، باعث شد تا سینمای هالیوود تولید فیلم‌های سینمایی با مضامین آخرالزمانی و پایان دنیا را افزایش دهد. در صورتی که در دهه هشتاد میلادی با تولید فیلم‌های افسانه‌ای علمی در خصوص انرژی هسته‌ای، بمب اتمی و فاجعه جنگ اتمی جهانی و تروریسم به پایان رسید این قضایا در دهه‌ی نود جنبه‌ی ویژه و تعیین‌کننده‌ی به خود گرفت. در این دهه به تدریج مسائل پایان دنیا، آخرالزمان، شیطان و عقاید مسیحیان و «ایوانجلیست‌ها»^۱ در قالب فیلم‌های علمی-تخیلی و حتی دلهره‌آور و پلیسی شکل گرفت سینمای هالیوود در سال ۱۹۹۴ در صدسالگی خود در وضعیتی قرار گرفت که از نظر اقتصادی و فرهنگ نیرومندترین صنعت سینمای جهان بود. بدین ترتیب پس از حدود یکصد سال از تأسیس سینمای هالیوود با شروع هزاره‌ی سوم میلادی، این سینما توانست تفوق تکنولوژیک خود را در جهان حفظ کند و از تصویر در جهت مقاصد سیاسی بهترین استفاده را ببرد (علوی طباطبایی، ۱۳۸۶: ۹۷).

1. Evangelists

۳. آخرالزمان

«آخرالزمان» اصطلاحی است در فرهنگ ادیان بزرگ دنیا به معنای آخرین دوران حیات بشر و قبل از برپایی قیامت. در فرهنگ اسلامی، آخرالزمان، هم دوران نبوت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله تا وقوع قیامت را شامل می‌شود و هم دوران غیبت و ظهور مهدی موعود عجل الله تعالی فرجه را در دوران معاصر، عده‌ای از مفسران و متفکران مسلمان از قبیل، «علامه طباطبایی»، «مرتضی مطهری»، «سید قطب»، «محمد رشیدرضا»، «سید محمد باقر صدر» و... با اتکا به آیاتی از قرآن کریم اعراف: ۱۳۸، انبیاء: ۱۰۵، صافات: ۱۷۱-۱۷۲ استخلاف انسان در زمین، فرمانروا شدن نیکوکاران زمین وراثت صالحان و پیروزی حق بر باطل را به رقم جولان دائمی باطل، به عنوان سرنوشت آینده بشر مطرح کرده‌اند و آیات و روایات مربوط به تحولات آخرالزمان را بیانگر نوعی فلسفه تاریخ می‌دانند و به اعتقاد آن‌ها، عصر آخرالزمان عبارت است از دوران شکوفایی تکامل اجتماعی و طبیعی نوع انسان است. چنین آینده‌ای امری است محتوم که مسلمانان باید انتظار آن را داشته باشند و نباید منفعل و دلسرد به حوادث واقعه بنگرند، بلکه با حالتی پرنشاط و خواهان صلاح جامعه انسانی و آگاه از تحقق اهداف تاریخی انتظار، باید سرشار از امید، آمادگی و کوشش در خور این انتظار مقدس باشند (موعود، ۱۳۸۶: ۵۲). آخرالزمان قطعه معینی از تاریخ نوع انسان است که او باید در آن، حرکت تکاملی تدریجی خود را تا تحقق وعده الهی ادامه دهد. در حالی که در کتب علماء متقدم همچون *کمال الدین*، «شیخ طوسی» چنین تفسیری از تاریخ نبوده و تحولات آخرالزمان امری است غیر عادی که در آخرین بخش از زندگی نوع انسان واقع می‌گردد و به تحولات قبلی جامعه انسانی مربوط نمی‌شود.

رویکردها و دیدگاه‌ها

۱. ریشه‌های تاریخی آخرالزمان در ادیان

اصولاً اعتقاد به دوره آخرالزمان و انتظار منجی (فتور یسم) عقیده‌ای است که در کیش‌های آسمانی؛ یهود، زرتشت، مسیحیت و مدعیان نبوت عموماً و دین مقدس اسلام خصوصاً، به مثابه یک اصل مسلم، مورد قبول واقع شده است. شور و التهاب انتظار موعود آخرالزمان، در تاریخ پرفراز و نشیب این ادیان موج می‌زند. همه ادیان جهان به گونه‌ای معتقدند که هرگاه بشر به لحاظ معنوی و اخلاقی پا در انحطاط و ورطه هلاک

گذارد و از مبدأ هستی فاصله گیرد و جهان را تاریکی جهل، غفلت و ستم دربرگیرد، شخصیتی نجات دهنده ظهور خواهد کرد. درهر آئین به صورت رمز به حقایقی اشاره شده که با معتقدات آیین های دیگری توافق و هماهنگی دارد.

۲. منجی در آئین زرتشت

در آئین زرتشت هم اعتقاد به موعود نهایی و منجی آخرالزمان از عقاید رایج و استوار است و در متون مقدس زرتشتی (اوستا و کتاب روایی پهلوی) افزون بر یشارت و اشارت به ظهور رهاننده عدالت گستر، از تولد، ظهور، یاران و... اوسخن گفته شده است. نجات بخشی در آئین زرتشتی، به عنوان موعود مزدیسنا مطالعه می شود. بیشتر زرتشتیان بر این عقیده اند که مطابق متون مقدس اوستا، فرد یا افرادی در آخرالزمان ظهور می کند و آئین گرفتار در رنج و محنت فراوان مزدیسنا را دوباره احیا خواهد کرد. (پورد اوود، ۱۳۷۴: ۲) از نگاه زرتشتیان، موعود مزدیسنا «سوشیانس» نامیده می شود. اینان منتظر سه موعود هستند و میان هر یک از آن ها هزار سال فاصله قرار داده شده است. آنان طول جهان را دوازده هزار سال تقسیم کرده اند، که مجموعاً به چهار مقطع سه هزار ساله تقسیم می گردد. در چهارمین دوره سه هزار ساله، دهمین هزاره عهد سلطنت روحانی پیغمبر ایران، «زرتشت»، شمرده می شود. در آغاز هر یک از هزاره یازدهمین و دوازدهمین، دوتن از پسران زرتشت ظهور خواهند نمود. در انجام دوازدهمین هزاره، پسر سوم یعنی «سوشیانس» پدیدار گشته، جهان را نو خواهد نمود، مردگان را برمی انگیزد و قیامت و جهان معنوی خواهد آراست (مینوی خرد، ۱۳۸۵: ۹۵) منجی موعود اوستا، که سوشیانس نام دارد، اغلب به معنای «رهاننده» تعریف شده است. این واژه در زبان پهلوی به صورت سوشیانت، «وسیوسوش» آمده و از ریشه «سود» به معنای بهره و منفعت گرفته شده است. عقیده به موعود آخرالزمان و این که کسی خواهد آمد، و جهان را از چنگال اهریمن خواهد رهانید و آدمیان را از یک زندگی بی گزند بهره مند خواهد ساخت، نزد ایرانیان بسیار قدیم و شاید منسوب به خود مؤسس دین مزدیسناست. (مصطفوی، ۱۳۶۱: ۵۵) از پیرامون منجیان سه گانه آئین مزدیسنا به دست می آید که نبرد خیر و شر، نیکی و بدی به نوعی تقدیر خود اهورامزداست و در این میان سه موعود آخرالزمان، سه نقطه اوج و درعین حال سه نقطه عطف دین زرتشتی شمرده می شوند. آن ها طبق خیر و نیکی رفتار می کنند و در

عمل آن را آموزش می دهند. آن ها هستند که نماز و تحیات به آستان اهورامزدا را به جای می آورند. آنان از دریاچه کیانسیه پا به عرصه زندگی نهاده و ضد اهریمن قیام می کنند، آفرینش او را درهم می شکنند و مردم را به راه راست می آورند و دین را گسترش می دهند؛ چنان که به آدمیان نیز راستی می بخشند. (دینکرد، ۱۳۸۱: ۴۵-۴۷)

۳. موعودباوری در آئین یهود

تعالیم انبیا در برافروختن آتش شوق و قیام مسیح در دل های قوم عهد عتیق تأثیر به سزایی داشت، «خدا قوم خود را در حالت نکبت و ذلت باقی نخواهد گذاشت؛ بلکه خود او کسی را مسح کرده، برای نجات مردم خواهد فرستاد.» از کتاب های نبوت معلوم می شود که آرزوی آمدن مسیح برگرد سه محور اساسی می چرخید که البته این محورهای سه گانه به گونه ای مشخص از یکدیگر جدا نشده اند.

مسیح پسر داوود: برخی از انبیا مانند حزقیال و ملاکی، اعلام داشتند که خدا به زودی یک مسیح را از نسل داوود برای بازگرداندن شکوه بنی اسرائیل خواهد فرستاد. انتظار می رود که مسیح یادشده قوم را از دست حاکمان مشرک رهایی بخشد و قدرت شریعت خدا را برای گروه کوچکی که در زمان تنگی، وفادار و مطیع فرمان خدا باقی خواهد ماند، بسط و اعتلا رسانی کند. در این سلطنت (یا ملکوت) جدید، عدالت، نیکی به مستمندان و پرستش درست و خالصانه خدا حکم فرما خواهد بود. خدا نیز از طریق مسیح خویش، بر قوم خود حکومت خواهد کرد. برخی از انبیا مژده دادند که این سلطنت تنها برای یهود نیست، بلکه همه ملت های جهان از آن برخوردار خواهند شد. (کرینستون، ۱۳۷۷: ۲۰)

بنده خدا: اشعای نبی از «بنده خدا» که خواهد آمد، سخن گفته است، وی به دور از قدرت نظامی و اقتصادی و هر شکوه ظاهری و نفوذ کلمه خواهد آمد. همچنین او از روی ایمان و تسلیم به اراده خدا، مخالف هرگونه شدت عمل، دارای صبر و بردباری برای تحمل دردها و ستم ها خواهد بود و تحمل بارگناهان قوم خود، همچون وسیله ای برای نجات عمل خواهد کرد.

پسر انسان: این شخصیت پیچیده در کتاب دانیال آمده است. این کتاب به شیوه

ادبی مکاشفات نوشته شده و فهم شیوه مذکور بسیار دشوار است؛ زیرا اشکال و رموز پیچیده و ناآشنایی در آن وجود دارد. ادبیات مکاشفه به دوره‌ای از تاریخ یهود تعلق دارد که قوم زیرستم بود و به همین دلیل، آمال و آرزوهای خود را در قالب اشارات و رموز بیان می‌کرد. نوشته‌های مکاشفه از «روز خدا» سخن می‌گویند و این که خدا برای اصلاح مفسد و محکوم کردن اشرار و رهایی بخشیدن به کسانی که برایمان خود استوار مانده‌اند در جهان وارد عمل می‌شود (میشل، ۱۳۷۷: ۳۷-۳۸) در آئین یهود، در کتاب‌های مقدس، آمدن مسیح (ماشیح به زبان عبری) بشارت داده شده است. در واقع این تشابه کلام را نباید با لفظ مسیح در مسیحیت اشتباه گرفت. در واقع او بر اساس باور یهودیان فرزندی از نسل داوود یا فرزند منتخب داوود است که در آخرالزمان پدید خواهد آمد و با سیطره بر جهان، پادشاه جهان و جهانیان خواهد شد و به عدل و داد پادشاهی و حکمرانی خواهد کرد. همه ستمگران و شریران را نابود می‌کند، فقیران و صالحان را رهایی می‌بخشد و وارث زمین خواهد کرد. آن‌گاه گستره زمین از آن یهودیان خواهد بود. به اعتقاد مسیحیان و به اشاره‌های آشکار مطالب عهد جدید، نجات بخش پایانی همان عیسی مسیح عليه السلام است که بار دیگر زنده خواهد شد و جهان را از نابه سامانی خواهد رها کند. در این که منجی موعود چه کسی است اختلاف نظر وجود دارد. برخی منجی آخرین را داوود می‌شمارند و گروهی او را از خانواده داوود و گروهی می‌گویند که خداوند در پایان جهان داوود دیگری را برای نجات مردم می‌فرستد. هرچند در این مورد اختلاف نظر وجود دارد، ولی نکته حایز اهمیت این است که همه در انتظار نجات بخشی جهان توسط انسانی که از قدرت الهی بهره‌مند شده باشد به سر می‌برند.

۴. منجی گرایی در آئین مسیحیت

از کتب مقدس این چنین برداشت می‌شود که، شخصی برای اصلاح جامعه بشری و تشکیل حکومت جهانی به عنوان نجات بخش و منجی خواهد آمد که همه انتظار او را دارند، چنان که از تمامی عبارات کتب مقدس استفاده می‌گردد. دیگر این که همه ملت‌های جهان و تمامی مردم دنیا از او پیروی می‌کنند و زیر نفوذ او خواهند رفت و او بر جهان حکومت خواهد کرد و رئیس جهان خواهد بود و سلطنت او در ربع مسکون مستقر خواهد شد. (هاکس، ۱۳۷۷: ۲۱۹) در آئین مسیحیت، ظهور مجدد عیسی مسیح را بیان

می دارند. مسیحیان درباره موعود، عقیده یکی از یاران حضرت عیسی علیه السلام به نام پولس را پذیرفته اند که می گوید:

منجی نهایی جهان حضرت عیسی علیه السلام است.

او معتقد بود که حضرت عیسی علیه السلام در شبی که مأموران حاکم به مخفیگاهش حمله کردند، دستگیر شد. روز بعد او را به صلیب کشیدند و کشتند، اما سه روز پس از مرگ، بر صلیب زنده شد و به آسمان رفت. او دوباره ظهور می کند و انسان ها را نجات می دهد. نجات دهنده پایانی، بر مبنای معتقدات یهودیان، مسیح (ماشیح) است که جهان درخشان و باشکوه آینده را می سازد و اعتقاد بیشتر دانشمندان یهود بر این است که ظهور مسیح و فعالیت او برای بهبود وضع جهان و تأمین خواستها و نیازهای مردمان بخشی از نقشه های خداوند در آغاز آفرینش بوده است و لزوم وجود نجات بخشی که کسی جز مسیح نیست، پیش از آفرینش کائنات به ذهن خداوند خطور کرده است (ابراهیمی، ۱۳۸۱: ۲۲۲) مسیح نیز به اعتقاد مسیحیان آخرین نجات بخش است و در مورد آفرینش او به چنین اندیشه ای برخورد می کنیم.

۵. آخرالزمان در آئین اسلام

در فرهنگ عامه مسلمانان خاصه شیعیان اصطلاح آخرالزمان حکایت از عصری دارد به گونه ای که ظهور را بسیار قطعی و حتمی می دانند؛ مهدی علیه السلام به معنای هدایت شده است که از مشهورترین القاب آن حضرت می باشد که گاهی نیز در حالت فاعلی به معنای هدایت کننده به کار می رود. در حدیثی از پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله آمده است:

اگر از عمر دنیا جز یک روز باقی نمانده باشد، خداوند آن روز را آن قدر طولانی کند تا مردی از اهل بیتم که نامش نام من است بیاید و زمین را پس از آن که از ستمگری و بیداد پر شده از عدل و داد پر کند.

از مجموع روایت ها که در کتب حدیث تفسیر و تاریخ درباره عصر ظهور موعود نقل شده دو مطلب درباره ویژگی های آخرالزمان به، معنی عصر مهدی موعود، به صورت تواتر معنوی به دست آمده می آید اول این که در این عصر پیش از ظهور مهدی موعود فساد اخلاقی و بیداد و ستم همه جوامع بشری را فرا می گیرد و به صورت عام ترین پدیده در روابط انسان ها در می آید دیگری این که پس از ظهور مهدی تحول عظیمی در جوامع رخ

خواهد داد فساد و ستم از میان می‌رود و توحید و عدل و رشد تکاملی عقلی و عملی در سراسر زندگی انسان جریان می‌یابد. اعتقاد به مهدویت اگرچه در اسلام پیش گرفته و دامنه گسترده‌تری بیش از آن یافته است ولی آموزه‌های سترگی را اسلام ارائه کرده است. زیرا تمامی آرمان‌هایی که از روز نخست دین تا به امروز به این تفکر (ظهور منجی) دعوت می‌کنند به وسیله اسلام تغذیه فکری شده‌اند. در واقع به رهای اسلام از تمامی تفکرات دیگر غنی‌تر و دستاوردهای آن برای ستم‌دیدگان و گرفتاران در طول تاریخ مفیدتر است. چراکه تفکر اسلام به مهدویت را از غیبی بودن به واقعی بودن و از آینده به حال تغییر داده است. (صدر، ۱۳۸۹: ۶۲) منجی در انتظار لحظه‌ای است که به او اجازه داده شود تا تمام مظلومان و کسانی را که حقوق‌شان پایمال شده نجات دهد. (صدر، ۱۳۸۹: ۶۲) به این ترتیب اعتقاد به مهدی به عنوان فردی تجسم یافته نگرشی جدید و پراهمیت به ما خواهد داد که سرچشمه بهره‌مندی و توان‌افزایی بیشتری خواهد بود (همو: ۶۴) شیعه حضرت مهدی علیه السلام را امام زمان و امام عصر می‌دانند. اندیشه شیعه در جهان اسلام تنها اندیشه بالنده و روبه رشد و تعالی بوده که با اتکا به امید و اعتقاد به حضور حضرت حجت و با ایمان به امام عصر و زمان بودن ایشان توانسته از گردنه‌های صعب‌العبور بسیاری بگذرد و هرگز در این مسیر متوقف نشده است. شیعه اعتقاد راسخی به این دارد که حضرت مهدی علیه السلام از حیات طولانی برخوردار بوده و در جامعه و شرایط کنونی همراه منتظران منتظر امر فرج است. (نصیری، ۱۳۹۰)

رسانه‌ها و برجسته‌سازی عناصر تفکر اداره‌کنندگان آن

۱. سینما و سرمایه‌گذاری

ساخت و نمایش فیلم‌ها فعالیتی سرمایه‌گذاری و مبتنی بر مدل صنعتی است. در برخی موارد کارکردهای اقتصادی سینما آن قدر مهم باشد که آگهی تبلیغاتی بازرگانی به تنهایی ارزش واقعی فیلم را جبران کند. «جووت» در تبیین رابطه بین سرمایه و سینما به نکات زیر را ضروری می‌داند.

سینما فعالیت تجاری است و بخش‌های متعددی از این صنعت نیازمند بازگشت کافی سرمایه است تا این صنعت بتواند همواره به حیات خود ادامه دهد. با توجه به هزینه‌های نسبتاً بالا در مراحل تولید سینما صرفاً نمی‌توان در بازارهای

داخلی و سرمایه‌گذاری خود از طریق سود جبران کند. بنابراین سینما یک فعالیت تجاری بین‌المللی است و به همین خاطر است که موفق‌ترین درون‌مایه‌های فیلم مضامینی هستند و ذائقه عام و جهانی را مدنظر قرار می‌دهند. برای جذب افراد سینما بایستی بازتاب ذائقه‌های عمومی باشد و خود تقاضاها و نیازهای همگان سازگار سازد.

شمار مخاطب لازم برای حفظ کارای مالی سینما را تنها می‌توان از طریق سرگرمی تنها در فیلم وجود دارد که باعث سرگرم شدن و دوری کردن ذهن‌ها از مشکلات روزانه می‌شود تقریباً باید از ساخت فیلم‌های که حامل اندیشه‌های جدی تر هستند و موقعیت‌های واقعی زندگی را بیان می‌کند پرهیز کرد.

افرادی که به سینما می‌روند عمدتاً جوانان هستند و دارای علایق و نیازهای خاص خود هستند. این نیازها و علایق شامل نظربازی جنسی، سادومازخیسم (آزارگرایی - آزارخواهی) ابزار احساسات و هیجان می‌باشد. که ترتیب از طریق سکس، خشونت، عشق، ماجراجویی برآورده می‌شوند.

ستاره‌ها نقش‌های عمده در کمک کردن و ارضای نیازهای متعددی و تخیلی مخاطب دارند. بنابراین نظام ستاره‌سازی مقدس‌ترین نهاد سینمای هالیوود است. سینما با دیگر اشکال فعالیت سرگرمی و به ویژه تلویزیون در رقابت است. در سایه این واقعیت سینما باید آن چه را که دیگر رسانه‌ها قادر به ارائه آن نیستند فراهم سازد. (جویت، ۱۹۸۹: ۳۶)

۲. همذات‌پنداری

همذات‌پنداری یکی از ویژگی‌های خاص سینما است که در حوزه‌ی روان‌شناسی سینما قرار می‌گیرد. مفهوم همذات‌پنداری معمولاً بدین معنی است که مخاطب خود را به جای شخصیت‌های فیلم قرارهای دهد و با آنها همدلی‌های کند. گونه‌های روایت نیازهای ریشه‌دار و پنهانی مخاطب را برآورده‌های سازند و به همین سبب، همذات‌پنداری با نوع داستان از اهمیت فراوانی برخوردار می‌شود. این امر باعث‌های شود که مخاطب برای برخی از اشکال داستانی مثل فیلم‌های جنگی، وسترن، موزیکال یا

فیلم‌های عاشقانه و رمانس اولویت بیشتری قائل شود و پیوندهای عمیقی با آنها برقرار سازد.

۳. چارچوب بندی

مقصود از چارچوب در محتوای پیام وجود ترکیب و شکلی خاص در بیان مفاهیم است. چارچوب‌ها ساختارهای شناختی اساسی و بنیادین هستند که نحوه ارائه حقیقت و ادراک را تعیین می‌کنند. چارچوب‌ها کمک می‌کنند تا فرد بتواند دنیایی اطراف خود را تفسیر کند. به وسیله‌ای چارچوب‌ها فرد به برخی از جنبه‌های مشاهدات خود معنا می‌دهد و برخی دیگر از جنبه‌ها را که به نظر او بی‌مفهوم است حذف می‌کند. چارچوب‌ها، ساختارهای شناختی اساسی و بنیادی هستند که نحوه‌ی ارائه و ادراک واقعیت را تعیین و به فرد کمک می‌کنند تا بتواند دنیای اطراف خود را تفسیر کند. بدین لحاظ، چارچوب‌ها را می‌توان طرح‌واره‌های شناختی دانست که بر نحوه‌ی ادراک و فهم ما از واقعیت تأثیر می‌گذارند. در قلمرو مطالعات و پژوهش‌های ارتباطی، چارچوب‌سازی به این معناست که رسانه‌ها نه آینه‌ای برای انعکاس واقعیت، بلکه سازنده‌ی واقعیت و شکل‌دهنده به آن هستند. چارچوب‌سازی به رابطه‌ی میان متن و اطلاعات به گونه‌ای که معنای خاصی را به ذهن متبادر می‌سازد، اشاره دارد. بر پایه‌ی این نظریه، رسانه‌ها توجه خود را بر بعضی موضوعات و رویدادها متمرکز می‌کنند (برجسته‌سازی) و سپس آن‌ها را در چارچوب معنایی خاص قرار می‌دهند. به بیان دیگر، رسانه‌ها به مخاطبان می‌گویند درباره‌ی «چه» فکر کنند و سپس چگونه فکر کردن را نیز در چارچوبی که از پیش ساخته و پرداخته‌اند، بر آنان تحمیل می‌کنند. چارچوب‌سازی مبتنی بر این فرض است که نحوه‌ی توصیف یک موضوع و رویداد در گزارش‌های خبری، بر (چگونگی) درک آن موضوع و رویداد توسط مخاطب، تأثیر می‌گذارد (شیفل و تیوکسبری، ۲۰۰۷: ۱۱). بنابراین، کار رسانه‌ها تنها انتخاب رویداد و حوادثی خاص از میان رویدادهای زیاد نیست، بلکه معنی دادن به آن نیز هست. رسانه‌ها ناگزیرند حوادث و رویدادها را برای مخاطبان‌شان مهم و با اهمیت نشان دهند؛ لازمه‌ی این کار نیز جای دادن خبر در متن یک روایت یا داستان است (استریت، ۱۳۸۴: ۶۰). هرگونه بازنمایی واقعیت، نوعی چارچوب‌سازی است.

1. Schiff and Thioxbir

همان‌گونه که عکس گرفتن از یک صحنه نیز نوعی چارچوب‌سازی است. روزنامه‌نگاران با انتخابِ واقعیت‌های مرتبط و قرار دادن آن‌ها در زمینه‌ها و بافت‌های مناسب، چارچوب‌هایی را جهت درک و فهم وقایع برای خوانندگان خلق می‌کنند.

به اعتقاد استریت، درک فرایندهای انتخاب و روایت خبر، با استفاده از مفهوم چارچوب‌سازی ممکن می‌شود. رابرت انتمن، چارچوب‌سازی را چنین تعریف می‌کند: «چارچوب‌سازی انتخاب شماری از وجوه واقعیت برای پرتوافکنی بر آن‌ها، و شماری دیگر برای در سایه قرار دادن آن‌هاست، به نحوی که درکل، داستانی منسجم و موجه درباره مشکلات، علل پیدایش آن‌ها، مضامین اخلاقی آن‌ها و راه‌های برطرف کردن‌شان به وجود آید (انتمن، ۱۹۹۶ به نقل از استریت، ۱۳۸۴: ۶۱-۶۰). رسانه‌ها با چارچوب‌سازی رویدادها، ساختارشناختی مشخص و تعریف شده‌ای را برای مخاطبان فراهم می‌کنند، به گونه‌ای که مفهوم‌سازی آن‌ها از دنیای پیرامون و درک‌شان از واقعیت، براساس چارچوب‌های رسانه‌ای باشد. شیفل با ارائه یک الگوی فرایندی درباره‌ی اثر چارچوب‌سازی‌ها، به دو نوع چارچوب اشاره می‌کند: نخست، «چارچوب‌های رسانه‌ای» و دوم «چارچوب‌های فردی» شیفل، تمایز مفهومی بین چارچوب‌های رسانه‌ای و چارچوب‌های فردی را به پیروی از کیندر و ساندروز (۱۹۹۰) انجام می‌دهد. کیندر و ساندروز اذعان می‌کنند که چارچوب‌ها هم به عنوان «ترفندهای زبانی درگفتمان سیاسی» و هم به عنوان «ساختارهای درونی ذهن» عمل می‌کنند. گیتلین نیز معتقد است چارچوب‌ها عمدتاً به طور ضمنی و تلویحی، جهان را هم برای روزنامه‌نگارانی که (وقایع) آن را گزارش می‌کنند، و هم برای ما (مخاطبان) که دریافت‌کننده‌ی آن گزارش‌ها هستیم، تعریف و سازماندهی می‌کنند (شیفل، ۱۹۹۹: ۱۰۵).

طبق الگوی شیفل، چهار فرایند چارچوب‌سازی مرتبط به هم وجود دارد: نخست، بر ساخت و استفاده از چارچوب‌های رسانه‌ای به وسیله‌ی روزنامه‌نگاران و دیگر کارکنان سازمان‌های خبری که تحت فشار منظم منابع، ارزش‌ها و زوایای خبری برای گزارش رویدادها هستند؛ دوم، انتقال گزارش‌های خبری متناسب با چارچوب‌های رسانه‌ای به مخاطب؛ سوم، پذیرش این چارچوب‌ها به وسیله‌ی مخاطبان؛ چهارم، پیامد چارچوب‌سازی رسانه‌ها برای نگرش‌ها، دیدگاه‌ها و رفتار مخاطبان (شیفل، ۱۹۹۹: ۷-۱۰۶). رسانه‌ها برای چارچوب‌سازی رویدادها و تولید معنا برای مخاطبان، از رویه‌ها و

شگردهایی چون انتخاب واژگان، استعاره‌ها، کنایه‌ها، تمثیل‌ها و... استفاده می‌کنند تا داستان و روایتی معنادار از آن چه می‌خواهند بسازند، و نظام معانی خاصی برای مخاطبان خلق کنند. دی آنجلو (۲۰۰۲) به سه پارادایم متفاوت چارچوب‌سازی اشاره می‌کند: نخست، الگوی شناختی که بر اندیشه‌ها و نظام واژگان تأثیر می‌گذارد. دوم، الگوی ساختاری که را فراهم‌کننده‌ی «بسته‌های تفسیری» در حمایت از مواضع منابع خبری می‌داند و سوم، الگوی انتقادی که چارچوب‌ها را پیامد شیوه‌های مرسوم جمع‌آوری خبر براساس ارزش‌های مورد نظر نخبگان (قدرت و ثروت) می‌داند (مک کوایل، ۱۳۸۵: ۵۱۱). فرایند چارچوب‌سازی رسانه‌ها شبیه ساخت چارچوب برای خانه است که متناسب با اشیایی که در آن قرار می‌گیرد، برای آن چارچوبی تهیه می‌شود؛ ارتباط‌گرنیز متناسب با محتوای پیام خود، قالب و ساختاری را برای آن انتخاب می‌کند.

بخشی از فرایند چارچوب‌سازی، «بافت زدایی» ارتباط‌گراز رویداد یا پدیده است تا رسانه بتواند آن رویداد را مجدداً بافت‌زایی کند. از طریق فرایند بافت‌زدایی و بافت‌زایی، ویژگی مشاهدات تغییر می‌یابد. رویدادی آشنا که در رسانه‌ها ارائه شده است، وقتی در بافت تازه‌ای ادراک می‌شود، تغییر ماهیت می‌دهد و آن چه معمولاً آشنا به نظر می‌رسید، ممکن است عجیب و ناآشنا به نظر آید (ویندال، سیگنایزر و اولسون، ۱۳۷۶: ۲۵۸).

آن چه که در حوزه رسانه‌ها به عنوان یک اصل جاافتاده است، این است که رسانه‌ها به عنوان ابزاری در دست صاحبان ثروت و قدرت، به بازتولید شرایط اجتماعی مبتنی بر تفکر ایشان و به برجسته‌سازی عناصر باوری ایشان می‌پردازند. این رسانه‌ها عناصری از تفکر را به عنوان پیام به مخاطب ارائه می‌دهند که انتظار دارند، پیامگیر به آن توجه کند و در رفتار و کردار خود به آن استناد کند. این امر به شکل اغراق آمیز در تولیدات رسانه‌ای غرب، از جمله فیلم‌های سینمایی ایشان، به چشم می‌خورد. در این پژوهش نیز به دنبال عناصر برجسته شده در باب پایان دنیا با تأکید بر منجی هستیم، که منجیان بر ساخت شده غرب، همه در انطباق با عرفان یهودی مجعول به نام کابالا هستند. تصویر منجی، تصویری ساختگی و با پایبندی به آیینی است که فیلیپ گروبرگ خاخام یهودی در حال حاضر مبلغ اصلی آن است.

روش‌شناسی تحقیق

۱. روش‌شناسی

در این بخش از مطلب به ارائه اطلاعات مربوط به روش‌شناسی پژوهش می‌پردازیم:

سوال‌ها

سوال اصلی این پژوهش: شیوه‌های بازنمایی منجی در تولیدات سینمایی هالیوودی معطوف به آخرالزمان چگونه است؟ چارچوب‌سازی تفکر مخاطب، نسبت به منجی و خاتمه دنیا به چه شیوه است؟

۲. اهداف فرعی این پژوهش

موضوعات مرتبط با ادعاهای منجیان دروغین در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان کدامند؟

قالب‌های مرتبط با ادعاهای منجیان دروغین در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان چیست؟

ویژگی‌های منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان چیست؟
نوع تصویربرساخت شده از منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان چگونه است؟

سرانجام منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان چگونه است؟
پایگاه اجتماعی منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان چیست؟
قابلیت‌های منجی در تولید فیلم‌های سینمایی آخرالزمان کدامند؟

روش و تکنیک تحقیق

روش تحقیق در این پژوهش روش تحلیل محتوی Content Analysis Method با شکل استنباطی است. همچنین از تکنیک مقوله‌ای و ارزیابی برای ثبت اطلاعات استفاده می‌کنیم.

واحد تحلیل

واحد تحلیل این پژوهش، صحنه است، که در هر صحنه نشانه‌های مرتبط با آخرالزمان مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. بنابراین رویکرد این نوع از تحلیل نشانه‌شناختی

است.

جامعه آماری، در این پژوهش فیلم‌های هالیوودی مربوط به آخرالزمان، تولید شده در هزاره سوم میلادی است. روش نمونه‌گیری، روش تلفیقی یا ترکیبی با دو تکنیک چند مرحله‌ای و هدفمند است.

۳. یافته‌ها

در ذیل به ارائه یافته‌های پژوهش می‌پردازیم.

تصویر منجی

در فیلم‌های سینمایی تحلیل شده، زمینه‌های اصلی مورد تحلیل دارای عناصر متعددی است. در ذیل به توصیف و تحلیل این وضعیت براساس فیلم‌های مورد مطالعه می‌پردازیم.

منجی‌گرایی در سینمای هالیوود در سه چهاردهه اخیر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته است و نمی‌توان گفت این میزان رشد و آثارانبوه سینمایی در این زمینه، به صورت اتفاقی ساخته شده و یا کارگردانان مختلف براساس ذوق هنری و فکری خود به این عرصه ورود داشته‌اند. بلکه منجی‌سازی در هالیوود یک پروژه برنامه‌ریزی شده است که عمدتاً از جانب تجاریهودی و سرمایه‌های ایشان با استفاده از هنرپیشه‌های و سینماگران هالیوودی، پیاده شده است.

اکثریت شرکت رسانه‌ای هالیوود در دست «یهودیان صهیونیست» و بعضاً «مسیحیان صهیونیست» است و می‌توان از آن به عنوان یک سینمای «یهودی - صهیونیستی» نام برد که تلاش کرده است درباره منجی آخرالزمان با تفاسیر خاص خود از تورات، مفاهیم مورد نظر خود را به مخاطب القاء کند و یا مبتنی بر آرای خاخام ۷۵ ساله یهودی فیلیپ کروبرگ به ترویج آئین کابالیسم بپردازد.

در دید سینمای غرب انسان امروز چنان سرگشته و حیران است که که عموماً به دنبال غیت جهان است. او می‌خواهد از این دنیازدگی افراطی و عرفی شدن رها شود. راه این راهی توجه به آخرالزمان است؛ اما این آخرالزمان با هدایت سینماگران هالیوودی مبتنی بر عرفان یهود، هدایت می‌شود. عناصر عمدتاً مبتنی بر آموزه‌های کابالاست. به سادگی نشانه‌های این نوع از تفکر در لابه‌لای صحنه‌های مختلف فیلم‌های سینمایی به

شیوه‌های مستقیم و غیرمستقیم ارائه می‌شود. تقلید در بهره‌گیری از این نشانه‌ها که در طول نمایش این صحنه‌ها نشانه قدرت، پایداری، انرژی مثبت و... ساده‌ترین پیامد این ماجراست.

انسان امروز آن چنان مادی، فلک‌زده و زمینی است که به‌گونه‌ای برای موضوعات فرازمینی دلش تنگ شده است و بیش از همیشه می‌خواهد بداند فرجام این دنیا چیست. مثلاً انسانی که از فرط بی‌هویتی به نهیلیسم روی آورده و یک جور پوچ‌گرایی پیشه کرده کاملاً در مورد آغاز و فرجام امور می‌تواند دچار شک و تردید شود.

منجی بازنمایی شده در سینمای هالیوود یک شخصیت کاملاً سکولار و اومانستی دارد. در اکثر فیلم‌های آخرالزمانی هالیوود، منجی و نجات‌بخش کره زمین باید از نژاد یهود یا آنگولاساکسون و حتماً غربی به خصوص آمریکایی باشد؛ چرا که اگر منجی از این نژاد نباشد و به منجی‌های غیرغربی اعتماد شود، همه افراد بشر در خطر نابودی یا بردگی شیطان و نیروی شر قرار می‌گیرند.

قدرت و نیروی منجی	درصد
قدرت ماورایی دارد	۳۶/۵
قدرت انسانی دارد	۶۳/۵
جمع درصد	۱۰۰

ژانری که منجی در آن ظاهر می‌شود، در کنار جنبه‌های ماورایی یا رمزگونه، که عمدتاً با نمادی‌های تفکر عرفان یهودی در انطباق است دارای گونه‌های زیر است.

ژانر	درصد
حادثه‌ای	۱۱
طنز	۶/۸
نمایش	۴
جنایی	۲/۸
روانشناسی	۶/۳
تخیلی	۱۶/۸
اجتماعی	۲۴/۸
جنگی	۲۴/۳
خبری	۳/۵
جمع درصد	۱۰۰

زمینه موضوعی ظهور منجی در بردارنده موضوعات متعددی است؛ اما سهم عمده اختصاص به ترسیم آینده دارد؛ زیرا منجی برای جلوگیری از نابودی انسان در آخر دنیا

ظهور می‌کند.

درصد	زمینه موضوعی ظهور منجی
۱/۵	سیاسی
۳	اجتماعی
۳/۸	اقتصادی
۲۱/۵	تاریخی
۴۹	آینده‌نگاری
۲۱/۳	جنگ
۱۰۰	جمع درصد

زمینه‌های گرایش به نجات جهان توسط منجی در قالب فیلم‌های هالیوودی

ردیف	سطح فردی	ردیف	سطح اجتماعی
۱	جاه‌طلبی	۱	سیاست‌زدگی
۲	دنیاپرستی	۲	اقتدارطلبی
۳	تنوع‌طلبی	۳	سوءاستفاده از عقیده و باور مردم
۴	لذت‌جویی	۴	سرمایه‌داری
۵	خشونت‌طلبی	۵	دیکتاتورمآبی

غرب به دنبال القای این نکته است که نیروی برتر در مقابله با «آخرالزمان»، آمریکا و تکنولوژی اوست و در صورت وقوع خطر، یک قهرمان آمریکایی دنیا را نجات خواهد داد. این قهرمان، بر بلایای طبیعی هم غلبه می‌کند و در واقع از دست طبیعت هم کاری ساخته نیست تا جلوی تکنولوژی آمریکا بایستد و هیچ‌کس نمی‌تواند با این قدرت برتر مبارزه کند.

هالیوود از این که در فیلم‌های خود به شیطان‌پرستی پردازد هیچ ترسی ندارد و حتی در نشان دادن فرشته‌ها آن‌ها را موجوداتی پلید معرفی می‌کنند. آن‌ها از قدرت موجودات ماورای زمین سخن می‌گویند و حتی معتقد هستند که از فرشته‌ها هم می‌شود استفاده کرد و آنها را به خدمت گرفت. غرب‌گرایی و پیوند معنایی غرب به ویژه آمریکا، در مرکز قرار دادن حوادث آخرالزمان و محل ظهور منجی، همان ایدئولوژی پسا معنایی این فیلم‌ها است. گویی سینمای هالیوود با تسخیر تصویر و روایت داستانی، می‌کوشد منجی و آخرالزمان را منحصر به آمریکا معرفی کند.

در فیلم‌های آخرالزمانی تقابل دوتایی میان خیر و شر وجود دارد که در کل می‌توانیم منجی را نماد خیر در مقابل نیروهای اهریمنی که می‌تواند شامل بلایای طبیعی و یا

انسان‌هایی که مانع رسیدن منجی شوند، بیان داشت.

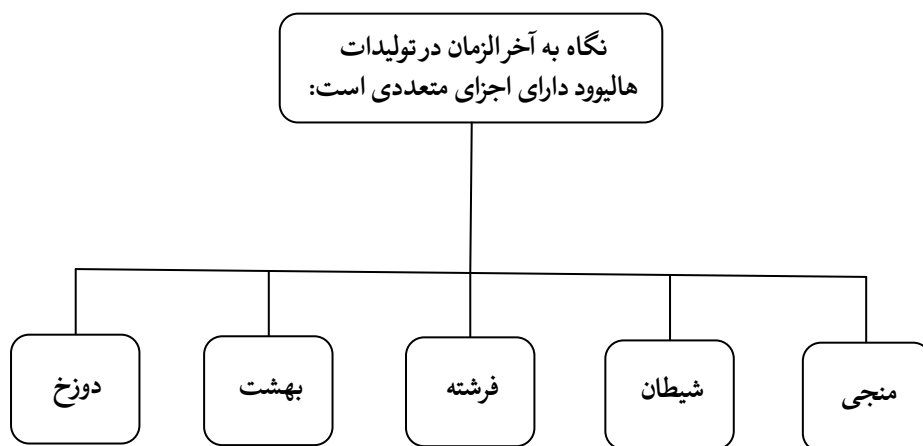
در برخی از فیلم‌های آخرالزمان، امریکایی بودن منجی برجسته است، که البته ظواهر پوششی معمولی و نه ویژه دارد. منجی در این فیلم‌ها ویژگی‌های رفتاری چون نوع دوستی، احترام به دیگران، طرفدار صلح و محبت دارد.

در فیلم‌های آخرالزمانی منجی با مقاصد گوناگونی به نمایش درمی‌آید:

۱. ناجی سازه‌های حیاتی است؛
۲. ناجی حیات بشر است؛
۳. ناجی انسان از دست شر است؛
۴. ناجی به عنوان حلقه اتصال میان بشر و خدا است؛
۵. ناجی حامی سیاستمداران برای حفظ موقعیت ایشان است؛
۶. ناجی بنیانگذار حیات جدید است.

تصویر آخرالزمان

اصولاً نگاه آخرالزمانی در هالیوود انواعی دارد که در نگره دینی عمدتاً توراتی است در این نگاه به موعود، عناصر متعددی مورد توجه است. یعنی آخرالزمان با نگاه توراتی نسبت به شیطان، دوزخ، بهشت، فرشته، دجال، منجی.



بیان یک جانبه عناصر مربوط به عرفان یهود به مخاطب تسلیم سینما، استفاده از نمادهای این نوع از عرفان و موعود ترسیم شده با رویکردهای صهیونیستی و نمادهای این تفکر نظیر جام صهیون است. این آموزه‌ها در لابه لای جاذبه‌های تولید سینمایی، به مخاطب ارائه می‌شود. در واقع این پیام به شکل یک جانبه و به شکل تهاجمی به بیننده ارائه می‌شود. فرهنگ غرب در عین این که بیش از همه بر نظام لیبرال - دموکراسی استوار است، به شدت در ذات خود مهاجم و سلطه‌گراست.

در طراحی و فضا سازی برای آخرالزمان عمدتاً سعی شده است عواملی مانند احساس بد و منفی نسبت به آینده، ناخوشایند بودن آن و تنهایی انسان در صحنه آینده به عنوان کلیشه‌ها و اموری طبیعی که طبیعتاً و بالذات، چنین است، نشان داده می‌شود. آینده ترسیم شده آینده‌ای بدون امکانات و تخریب همه سازه‌های حیاتی است که در میان آن منجی به نجات جان انسان‌ها می‌پردازد. این منجی با سیاست‌مداران در ارتباط است و آدم قدرتمندی است و در عین حال با تدبیر بالا و در عین حال زیبا و جذاب است. تجهیزات همراه او عمدتاً نمادهایی از تفکر کابالا است که مبین قدرت یا رمزآلود بودن است و در راه نجات انسان، آئین و رموز جادوگری، به خدمت گرفته می‌شود. در ترسیم موعود، انواع آخرالزمان با جاذبه‌های مختلف و با سوژه‌های متنوع ارائه می‌شود. به عنوان مثال، در آخرالزمان دینی همان پیشگویی‌های دینی - که عمدتاً توراتی است - به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به عنوان وقایع آخرالزمانی به بیننده عرضه می‌شود. کابالیست‌ها بسیاری از اصول و ارکان فرقه خود را از طریق فیلم‌ها هالیوودی در معرض دید عموم قرار می‌دهند.

منجی از نمادهایی استفاده می‌کند که نشان‌دهنده مقاومت و پایداری در برابر جهان رو به زوال است نظیر کله بزی که نمایانگر این موضوع است.

تفکر منجی و نجات انسان، با رویکردی مادی‌گرایانه و یا طبیعت‌گراست که جسم و جان انسان‌ها را نجات می‌دهد، اما روح انسان‌ها مورد غفلت است، تخریب می‌کند، برای آن که افرادی را نجات دهد که مثل او هستند یا مثل او فکر می‌کنند. نیرنگ می‌زند تا نیرنگ دیگران را خنثی کند، غارت می‌کند تا به افراد تحت حمایت خود کمک کند، می‌کشد تا افراد تحت حمایت او خودش کشته نشوند.

دامنه این نجات نیز تا سرزمینی است که در آئین یهود صحرای موعود است و

نجات بخش همه درخت حیات است که انسان‌ها در آن جاگرد اومی آیند؛ پس هرکس می‌خواهد به آن جا برسد باید به این منجی اتکا کند.

نتیجه‌گیری

پژوهش حاضر که به روش تحلیل محتوی برای تحلیل فیلم‌های سینمایی هالیوودی هزاره سوم میلادی انجام شده است؛ به جایگاه منجی در این تولیدات سینمایی می‌پردازد؛ اما منجی ترسیم شده، هیچ قرابتی با منجیان الهی وعده داده شده نیست. منجیانی دروغین با آئینی مجعول برای نجات جهان از تخریب و زوال نمایش داده شده‌اند. منجی نمایش داده شده، فردی تخریب‌گر، اهل زدوبند با سیاست‌مداران و خود دنیا طلب است؛ به دنبال اصلاح نیست؛ بلکه برای نجات جسم بشر تلاش می‌کند و روح انسان را به دست فراموشی سپرده است. در این نوع از تولید؛ قرار نیست بشر به رستگاری برسد بلکه قرار است دمی بیشتر در دنیای فانی زندگی کند و برای این حیات با همه چیز و همه کس به ستیز بپردازد. با توجه به نظریه قاب‌بندی، آن چه که در یک تولید یا پیام رسانه‌ای ارائه می‌شود؛ قابی از اندیشه است که کارگزاران رسانه‌ها و اداره‌کنندگان آن، تمایل دارند که آن موضوع مورد پردازش، این گونه دیده شود. در موضوع مورد مطالعه، قاب ارائه شده، منجی را مبتنی بر باور یهود، آن هم با تفکر صهیونیستی به نمایش می‌گذارد. تصویرسازی منجی در سینمای آخرالزمانی مطرح شده در سینمای هالیوودی، ویژگی‌هایی در راستای تامین منافع اداره‌کنندگان رسانه که عمدتاً با اهداف و مقاصد سیاسی، خدمت‌گذاری به قدرت‌های بزرگ را در رأس برنامه‌های خود دارند، صورت می‌گیرد.

نگاه حاکم به منجی در سینمای آخرالزمانی، نگاهی دنیوی و بر مبنای نگرش کابالا یا عرفان یهودی است که از طریق صنعت پر جاذبه سینما، ترویج می‌شود. در این جا از جاذبه‌های شهرت، تنوع‌طلبی، ثروت، زیبایی، قدرت و سیاست‌زدگی در جهت نمایش منجی غیر مصلح، استفاده می‌شود. منجی نمایش داده شده در سینمای آخرالزمانی با بهره‌گیری از مفاهیم و قالب‌های خاصی همراه بوده است. منجی در عین حال که پر قدرت و زیباست، جاه‌طلب، خشونت‌طلب، اقتدار طلب، تنوع‌طلب، ستیزه‌جو، دنیاپرست، لذت‌جو، دیکتاتور مآب، سرمایه دوست، سیاست‌زده و اهل ریاست و حاضر

است برای پیشبرد مقاصد خود از عقاید و باورهای مردم سوءاستفاده کند. عناصر برجسته شده این نوع از تولیدات، عمدتاً نمایشگر جنبه‌های سیاسی و جنگ طلبانه صاحبان قدرت، با دست‌مایه آخرالزمان و با تأکید بر منجیانی دروغین است که خود نیازمند نجات‌اند، زیرا روحی پراز شرارت دارند و حاضرند برای رسیدن به اهداف با استفاده از هروسیله‌ای، هرکاری، انجام دهند.

درقاب ترسیم شده از منجی در سینمای هالیوود، این مظلوم نیست که مورد حمایت است بلکه؛ صاحبان قدرت، سیاست‌مداران و سرمایه‌داران هستند که مورد حمایت منجی‌اند. ظالم است که می‌ماند و شاهد نابودی مظلومانی‌اند که از چتر حمایتی منجی دورند. منجی مطرح شده در سینمای آخرالزمانی مدافع ارزش‌های قدرت‌های سرمایه‌داری و صاحبان اقتدار جهانی‌اند.

قطعاً ترسیم تصویر منجی آخرالزمان، بر طبق روایات کتب آسمانی و به خصوص تفکر مسلمانان، نیازمند، خلوص، باوردینی استوار و مبانی معنوی و مذهبی ریشه‌دار است که در این نوع از تولیدات سینمایی؛ به خصوص با حمایت سرمایه‌داران یهودی هالیوود، کمتر می‌توان سراغ آنها را گرفت.

پیشنهاده‌ها

- با توجه به اهمیت پرداختن به مقوله آخرالزمان و موعود و همچنین منجی در تولیدات سینمایی، به نظر می‌رسد با توجه به انبوه پژوهش‌های انجام شده در این حوزه توسط مراکز تحقیقاتی معتبر کشور، ضروری است که تصویری واقعی و متناسب با مضامین مورد تأکید در کتب دینی، در قالب تولیدات رسانه‌ای فاخر به مخاطبان علاقه‌مند به این عرصه ارائه شود و حتی برای مقابله با جریان جهانی شکل داده شده؛ در مقیاس جهانی توزیع شود.

- بسیاری از ابعاد و زمینه‌های دیگر ترویج شده در باب آخرالزمان و منجی در سینمای هالیوود وجود دارد که نیازمند توجه پژوهش‌گران محترم در این عرصه برای پژوهش است تا تصویری روشن‌تر از حربه‌های سرمایه‌داران صاحب قدرت در این وادی، به مخاطبان حقیقت بین، برسد.

منابع

- ابراهیمی، علیرضا، *مهدویت در اسلام و زرتشت*، تهران: انتشارات باز، اول، ۱۳۸۱.
- احمدوند، شجاع و احمد عزیزخانی، «آخرا الزمان در نگاه مکتب صهیونیسم مسیحی»، فصل نامه علمی - پژوهشی *مشرق موعود*، سال چهارم، شماره ۱۴، ۱۳۸۹.
- آوینی، سیدمرتضی، *آیین جادو*، تهران: نشر واحد، سوم، ۱۳۹۱.
- جمعی از نویسندگان، *پیش گویی ها و آخرا الزمان* (مجموعه مقالات)، تهران: موعود عصر، ۱۳۸۷.
- جین اولسون، بنوسیگنایزر، سون ویندال، *کاربرد نظریه های ارتباطات*، ترجمه: علیرضا دهقان، بی جا: انتشارات جامعه شناسان، ۱۳۸۷.
- حبیبی، مجتبی، «صهیون در اندیشه تسخیر دنیای کودکان با ابزار سینما»، سایت خبرگزاری مهر: ۱۳۸۳/۱۰/۲۰.
- دشتی، محمد، «آخرا الزمان و امام مهدی (عج)»، *ماه نامه موعود*، شماره ده و یازده، ۱۳۷۷.
- دینکرد، حمید، *کتاب هفتم* (درس نامه دین مزدایی)، ترجمه فریدون فضیلت، تهران: انتشارات فرهنگ دهخدا، اول، ۱۳۸۱.
- راودراد، اعظم، «سینما رسانه فراموش شده»، *فصل نامه رسانه*، سال چهاردهم، شماره دوم، ۱۳۸۲.
- رسولی، سیدابولفضل، *چگونگی بازنمایی زنان در سینمای ایران*، پایان نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۸.
- سمتی، محمد مهدی، *عصر سی ان ان و هالیوود: منافع ملی، ارتباطات ملی*، ترجمه: نسرتین خاتون براهویی، تهران: نشر نی، ۱۳۸۵.
- سورلن، پیر، *سینمای کشورهای اروپایی*، ترجمه: حمید احمدی لاری، تهران: انتشارات سروش، ۱۳۷۹.
- شفیععی سروستانی، اسماعیل، «مقاله غرب و آخرا الزمان»، *ماه نامه موعود*، شماره ۶۲، ۱۳۸۵.
- صدر، حمیدرضا، *مهدویت در پرتو خرد*، ترجمه: سعید عطاریان، قم: انتشارات زائر، ۱۳۸۹.
- صدر، سید محمد باقر، *مهدویت در پرتو خرد*، ترجمه: سعید عطاریان، قم: نشر زائر،

- ۱۳۸۹.
- صفری فروشانی، نعمت الله، «گونه شناسی مدعیان دروغین مهدویت»، فصل نامه مشرق موعود، سال هشتم، شماره ۳۰، ۱۳۹۳.
 - طاهری، سید مهدی، «انقلاب و انتظار: تحلیلی بر زمینه سازی انقلاب جهانی حضرت مهدی (عج) انقلاب اسلامی ایران»، مجله زمانه، شماره ۸۶ و ۸۷، ۱۳۸۸.
 - طباطبایی، علی، هالیوود و فرجام آن، تهران: انتشارات نشر هلال، ۱۳۸۶.
 - کریمی نیا، محمد مهدی، «انتظار موعود در آئین یهود»، مجله رواق اندیشه، شماره ۲۷، ۱۳۸۲.
 - گومری، داگلاس، «هالیوود به مثابه صنعت»، ترجمه: حمید محرمیان معلم، فصل نامه ارغنون، شماره بیست، تهران: انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، ۱۳۸۱.
 - متز، کریستین، نشانه شناسی سینما، ترجمه: روبرت صفاریان، تهران: انتشارات نیلوفر، ۱۳۷۶.
 - مطهری، مرتضی، قیام و انقلاب مهدی از دیدگاه فلسفه تاریخ، بی جا: بی نا، ۱۳۷۳.
 - مک کوایل، دنیس، درآمدی بر نظریه ارتباط جمعی، ترجمه: پرویز اجاللی، تهران: انتشارات دفتر مطالعه و توسعه رسانه ها، اول، ۱۳۸۵.
 - نقیب السادات، سیدرضا، «روش شناسی تحلیل و استنباط مضامین موعودگرا از فیلم های سینمایی: فصل نامه هنر موعود، سال هشتم، شماره سیزدهم و چهاردهم، ۱۳۹۳.
 - هاکس، مستر، قاموس کتاب مقدس، تهران: انتشارات اساطیر، ۱۳۷۷.
 - Chris New Bold, Oliver Boyd- Barrett, Hilde Van Den Bulck (2002). *The Media Book*. First published in Great Britain by Arnold
 - Hall, Stuart. (1997), *Cultural Representation and Signifying Practice*, London: Sage Publications
 - Hall, Stuart. (2003), "The Work Representation", in Stuart Hall (Eds.) *Representation: Cultural Representation and Signifying Practices*, London: Sage Publications
 - Jowett, garth (1989). *Movies as mass communication*. london: sage publication.
 - Mikkelson, B (2005). *Methods for development work and research: A new guide for practitioners*. Second Ed.. London: SAGE

