

Analyzing the role of new media in promoting or weakening belief in Mahdism among teenagers

Dr. Seyyed Mohammad Ghalamkarian ¹
Asma Astaraki ²

Abstract

In the era of new media- where adolescents are more exposed than ever to vast volumes of information, imagery, and often contradictory messages- preserving and strengthening religious beliefs, particularly the doctrine of Mahdism as a core tenet of Shia Islam, has become increasingly critical. This study adopts an analytical-descriptive approach to examine the role of new medias in either weakening or promoting belief in Mahdism among adolescents. Data were collected through theoretical sources, previous field studies, and media content analysis. The findings indicate that in the absence of effective religious education and media literacy, new medias can lead to confusion, doubt, and weaking of adolescents' belief in Mahdism. Conversely, conscious and purposeful use of media—accompanied by the production of engaging religious content, integrated religious-media education, active involvement of parents and educators, and the cultivation of critical thinking skills—can deepen belief in the Promised Mahdi (A.F) and promote Mahdist teachings. Therefore, the intelligent utilization of media capacities in cooperation with educational, cultural, and family institutions not only protects adolescents from ideological doubts but also paves the way for raising a generation that is informed, dynamic, and committed to religious values.

Keywords: New media, Cyberspace, Media literacy, Mahdism, Religious belief

1. Assistant Professor, Payame Noor University, Department of Educational Sciences, Tehran, Iran
(Corresponding Author)(m_ghalamkarian@pnu.ac.ir)
2. Undergraduate Student of Educational Sciences, Payam Noor University, Tehran, Iran
(asmaastaraki53@gmail.com)

واکاوی نقش رسانه‌های نوین در ترویج یا تضعیف باور به مهدویت در نسل نوجوان*

سید محمد قلمکاریان^۱

اسما آسترکی^۲

چکیده

در عصر رسانه‌های نوین که نوجوانان بیش از هر زمان دیگری با حجم گسترده‌ای از اطلاعات، تصاویر و پیام‌های گاه متناقض مواجه‌اند، حفظ و تقویت باورهای دینی، به‌ویژه آموزه مهدویت به‌عنوان یکی از ارکان نظام اعتقادی شیعه، اهمیت مضاعفی یافته است. پژوهش حاضر با رویکردی تحلیلی-توصیفی به بررسی نقش رسانه‌های نوین در تضعیف یا ترویج باور به مهدویت در میان نوجوانان می‌پردازد. داده‌های پژوهش با اتکا به منابع نظری، مطالعات میدانی پیشین و تحلیل محتوای رسانه‌ای گردآوری شده‌اند. یافته‌ها نشان می‌دهند که در فقدان آموزش دینی مؤثر و سواد رسانه‌ای، رسانه‌های نوین می‌توانند باعث سردرگمی، تردید و تضعیف باور نوجوانان به مهدویت شوند. در مقابل، استفاده آگاهانه و هدفمند از این رسانه‌ها، همراه با تولید محتوای دینی جذاب، آموزش‌های تلفیقی دین و رسانه، نقش فعال والدین و مربیان، و تقویت تفکر انتقادی نوجوانان، می‌تواند زمینه‌ساز تعمیق باور به مهدی موعود ص و ترویج آموزه‌های مهدوی باشد. در نتیجه، بهره‌برداری هوشمندانه از ظرفیت‌های رسانه‌ای در تعامل با نهادهای آموزشی، فرهنگی و خانواده، نه تنها مانع آسیب‌پذیری نوجوانان در برابر شبهات اعتقادی می‌شود، بلکه بستری برای تربیت نسلی آگاه، پویا و متعهد به ارزش‌های دینی فراهم می‌آورد.

واژگان کلیدی

رسانه‌های نوین، فضای مجازی، سواد رسانه‌ای، مهدویت، باور دینی.

* تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۰/۰۵؛ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۱۲/۲۴

۱. استادیار گروه علوم تربیتی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (نویسنده مسئول) (m_ghalamkarian@pnu.ac.ir).

۲. دانشجوی رشته علوم تربیتی دانشگاه پیام نور، تهران، ایران (asmaastaraki53@gmail.com).

باور به مهدویت، به عنوان یکی از بنیادی‌ترین مؤلفه‌های اندیشه اسلامی و به‌ویژه شیعی، همواره نقش محوری در جهت‌دهی به هویت دینی، امید اجتماعی و پویایی فرهنگی جوامع مسلمان ایفا کرده است. این آموزه، که وعده ظهور منجی الهی برای برپایی عدالت جهانی را در خود جای داده، نه تنها نیرویی الهام‌بخش در تحولات دینی و اجتماعی تاریخ اسلام بوده، بلکه بسترساز شکل‌گیری روحیه‌ی مقاومت، امید به آینده و انسجام اجتماعی در میان نسل‌های متمادی شده است. انتقال این باور، در طول قرون گذشته، از طریق ابزارها و نهادهای سنتی همچون خانواده، مساجد، حوزه‌های علمیه و محافل مذهبی انجام می‌شد؛ بسترهایی که بر پایه ارتباط مستقیم چهره به چهره، آموزش غیررسمی و نفوذ عاطفی استوار بود (وفایی، ۱۴۰۲: ۱۶).

با این حال، تحولات سریع و گسترده در حوزه فناوری‌های ارتباطی در چند دهه اخیر، الگوهای ارتباطی و نظام دریافت اطلاعات را دگرگون ساخته است. رسانه‌های نوین، اعم از شبکه‌های اجتماعی، وبگاه‌های تعاملی، پیام‌رسان‌ها و پلتفرم‌های ویدئویی، به منابع اصلی کسب اطلاع و آگاهی نسل نوجوان تبدیل شده‌اند. این تغییر در بسترهای ارتباطی، فرصت‌ها و تهدیدهای جدیدی را در مسیر انتقال مفاهیم دینی، به‌ویژه باور به مهدویت، ایجاد کرده است. نوجوانان امروزی، در جهانی به شدت رسانه‌ای شده پرورش می‌یابند؛ جهانی که در آن مرزهای جغرافیایی کم‌رنگ و مواجهه با گوناگونی فرهنگی و دینی امری روزمره است. در چنین فضایی، رسانه‌های نوین می‌توانند با استفاده از ظرفیت‌های فنی و جذابیت‌های بصری خود، به عاملی مؤثر در ترویج آموزه‌های اصیل دینی بدل شوند و باور به مهدویت را به شیوه‌ای امروزی و کارآمد منتقل نمایند.

از سوی دیگر، همین رسانه‌ها می‌توانند بستر نشر اطلاعات نادرست، شبهات اعتقادی و روایت‌های تحریف‌شده درباره آموزه مهدویت باشند. عدم وجود نظام‌های مؤثر نظارت بر محتوا، ضعف سواد رسانه‌ای در میان کاربران نوجوان و سلطه الگوهای مصرفی و تجاری بر فضای مجازی، زمینه‌هایی برای تضعیف باورهای دینی فراهم آورده است. بسیاری از محتواهای منتشر شده در فضای مجازی، به دلیل ماهیت تجاری، نه بر پایه اصول اعتقادی صحیح، بلکه بر مبنای جذب مخاطب بیشتر و ایجاد هیجان زودگذر تولید می‌شوند. این امر می‌تواند موجب کاهش عمق باور دینی و سستی

اعتقادات نوجوانان نسبت به آموزه‌های بنیادینی چون مهدویت گردد (عمرانی چهاربرج و شهباززاده، ۱۴۰۲: ۱۰۴).

در این میان، ضرورت بررسی نقش رسانه‌های نوین در ترویج یا تضعیف باور به مهدویت، به ویژه در نسل نوجوان که بیشترین میزان مصرف رسانه‌ای را دارند، آشکار می‌شود. نوجوانی دوره‌ای حساس از تکوین هویت دینی و اجتماعی فرد است. در این سن، افراد در جست‌وجوی معنا، تعلق و هویت هستند و پیام‌هایی که در این مرحله دریافت می‌کنند، می‌تواند تأثیرات عمیق و پایداری بر ساختار فکری و باورهای آنان برجای گذارد. لذا شناخت چگونگی تأثیرگذاری رسانه‌های نوین بر باور به مهدویت در این قشر، گامی اساسی در جهت برنامه‌ریزی فرهنگی و تربیتی به شمار می‌رود.

افزون بر این، اهمیت مسئله زمانی مضاعف می‌شود که توجه کنیم جریان‌های معارض و برخی حرکت‌های انحرافی در سال‌های اخیر تلاش کرده‌اند از فضای رسانه‌ای برای القای شبهات یا معرفی چهره‌های جعلی از آموزه مهدویت بهره‌گیرند (معمدی، ۱۴۰۰: ۱۶). ظهور گروه‌ها و فرقه‌هایی که با بهره‌گیری از تکنیک‌های رسانه‌ای سعی در تحریف مفهوم انتظار دارند، نمونه‌ای از این تهدیدات است. بنابراین، مواجهه هوشمندانه با این چالش‌ها، مستلزم شناخت دقیق فرصت‌ها، تهدیدها و واکنش‌های نسل نوجوان در قبال محتوای مهدوی در رسانه‌های نوین است.

پژوهش حاضر بر آن است تا ضمن بررسی ظرفیت‌های رسانه‌های نوین در انتقال مؤثر مفاهیم مهدوی، به شناسایی تهدیدات موجود و نحوه مواجهه صحیح نوجوانان با این تهدیدات بپردازد. در این مسیر، تلاش می‌شود به این پرسش‌های اساسی پاسخ داده شود که رسانه‌های نوین چه فرصت‌هایی برای ترویج باور به مهدویت فراهم کرده‌اند؟ چه آسیب‌هایی ممکن است ایمان نوجوانان به این آموزه را تهدید کند؟ نوجوانان چگونه به محتوای مهدوی در فضای رسانه‌ای واکنش نشان می‌دهند؟ و چه راهکارهایی می‌تواند به ارتقاء دانش آنان و مواجهه صحیح شان با این فضا کمک کند؟

بررسی این ابعاد می‌تواند نتایج ارزشمندی در اختیار برنامه‌ریزان فرهنگی، متولیان امور دینی و تولیدکنندگان محتوای مذهبی قرار دهد تا با طراحی استراتژی‌های مؤثر، از ظرفیت‌های گسترده رسانه‌های نوین برای تعمیق باور به مهدویت بهره‌برداری کنند و در مقابل، مخاطرات احتمالی این فضا را به حداقل رسانند. بی‌شک در دنیای امروز،

بی‌توجهی به رسانه‌ها به معنای واگذاری عرصه به جریان‌های معارض است؛ حال آن‌که با درک درست از سازوکارهای ارتباطی نوین، می‌توان از همین ابزارها برای تعمیق ایمان و آگاهی نسل آینده بهره گرفت.

در نهایت، با توجه به تغییرات سریع در عرصه فناوری‌های ارتباطی و تحولات اجتماعی و فرهنگی مرتبط با آن، ضرورت دارد مطالعاتی چون تحقیق حاضر با رویکردی به‌روز و ناظر به واقعیت‌های جاری انجام گیرد تا بتواند تصویری روشن از وضعیت موجود ترسیم نموده و مسیرهای بهینه برای ارتقای وضعیت باور دینی نوجوانان در عصر رسانه را پیشنهاد دهد.

پیشینه پژوهش

باور به مهدویت یکی از ارکان بنیادین اعتقادی در فرهنگ اسلامی، به‌ویژه مذهب شیعه، به‌شمار می‌رود که در شکل‌گیری هویت دینی و اجتماعی نقش مؤثری دارد. در دوران معاصر، رسانه‌های نوین به یکی از تأثیرگذارترین عوامل در تبیین، تحریف یا تقویت مفاهیم دینی، از جمله آموزه مهدویت، تبدیل شده‌اند (زائری و موسوی گیلانی، ۱۴۰۳).

مطالعات مختلفی بر این نکته تأکید دارند که رسانه‌ها، به‌عنوان یکی از نهادهای مهم جامعه‌پذیری، توانایی ترویج یا تضعیف باورهای دینی را دارند. برای مثال، ملکی‌راد در پژوهشی با محوریت فرایند جامعه‌پذیری مهدوی، نقش رسانه را در انتقال مفاهیم دینی به نسل جدید برجسته می‌داند (ملکی‌راد، ۱۳۹۵: ۲۹). در همین راستا، مصطفوی با تحلیل فیلم «تل‌ماسه ۲» نشان می‌دهد که چگونه برخی از تولیدات سینمایی غربی به تحریف و تهدید آموزه‌های مهدوی می‌پردازند (مصطفوی، ۱۴۰۳: ۸۳).

پژوهش‌های دیگری نیز، مانند مطالعه کریمی و باصری و عمرانی چهاربرج و شهباززاده، نشان داده‌اند که سینمای هالیوود با استفاده از عملیات روانی و فضاسازی‌های آخرالزمانی، مفاهیم منجی‌گرایی اسلامی را با الگوهای تحریف‌شده جایگزین می‌کند (کریمی و باصری، ۱۳۹۵: ۱۱۲؛ عمرانی چهاربرج و شهباززاده، ۱۴۰۲: ۱۱۴). در همین راستا، شیخعلی‌پور و بذرکار نیز معتقدند که این رسانه‌ها با مشروعیت‌بخشی به منجی‌های ساختگی، سعی در تضعیف باور به امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف دارند.

(شیخعلی پور و بذرکار، ۱۴۰۳).

از سوی دیگر، برخی پژوهش‌ها به جنبه‌های مثبت رسانه‌های نوین در ترویج گفتمان دینی پرداخته‌اند. برای نمونه، محسن‌زاده بر ظرفیت آموزش مجازی در ارتقاء مفاهیم دینی تأکید دارد (محسن‌زاده، ۱۳۹۶: ۱۴۲)، در حالی که رضی‌نژاد و همکاران نقش شبکه‌های اجتماعی در تقویت هویت دینی نوجوانان را مؤثر ارزیابی کرده‌اند (رضی‌نژاد و همکاران، ۱۴۰۱: ۷). همچنین محسن‌زاده و همکاران در بررسی مراسم اربعین، نشان داده‌اند که شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام و اینستاگرام می‌توانند به افزایش باورپذیری مذهبی جوانان کمک کنند (محسن‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱: ۱۵۸).

با این حال، مطالعاتی مانند پژوهش رنجبر مدیسه و ساروخانی هشدار می‌دهند که مصرف بی‌رویه رسانه‌های نوین ممکن است منجر به تضعیف ارزش‌های سنتی و دینی، از جمله مهدویت شود (رنجبر مدیسه و ساروخانی، ۱۴۰۲).

در مجموع، پیشینه موجود نشان می‌دهد که رسانه‌های نوین، نقش دوگانه‌ای در ترویج یا تضعیف باور به مهدویت دارند. از یک سو، این رسانه‌ها می‌توانند با تولید محتوای مناسب و هدفمند، زمینه‌ساز تقویت باورهای دینی در نوجوانان شوند و از سوی دیگر، بدون هدایت و آموزش دینی کافی، بستر را برای تحریف، تردید و گسست از آموزه‌های مهدوی فراهم آورند. این واقعیت، ضرورت پژوهش‌هایی را که به تحلیل دقیق‌تر تأثیر رسانه‌های نوین بر باور به مهدویت در نسل نوجوان می‌پردازند، دوچندان می‌کند.

ظرفیت‌های رسانه‌های نوین در ترویج مفاهیم مهدوی

در عصر حاضر، رسانه‌های نوین به‌ویژه فضای مجازی، به ابزارهای قدرتمندی برای انتقال مفاهیم دینی و مهدوی تبدیل شده‌اند. این رسانه‌ها با بهره‌گیری از ویژگی‌هایی مانند دسترسی گسترده، تعامل‌پذیری، جذابیت‌های بصری و قابلیت تولید محتوای متنوع، می‌توانند نقش مؤثری در ترویج فرهنگ انتظار و باور به مهدویت ایفا کنند.

رسانه‌های نوین امکان دسترسی آسان و سریع به اطلاعات را برای مخاطبان فراهم می‌کنند. این ویژگی به‌ویژه برای نسل جوان که بیشترین استفاده را از فضای مجازی دارند، فرصت مناسبی برای آشنایی با مفاهیم مهدوی فراهم می‌آورد. علاوه بر این، قابلیت تعامل‌پذیری این رسانه‌ها، زمینه گفت‌وگوی دوسویه بین تولیدکنندگان محتوا و

مخاطبان را مهیا می‌سازد (اسدی کرم، ۱۳۹۶: ۴۶-۴۵).

امکانات فنی رسانه‌های نوین، امکان تولید انواع محتوا از جمله متن، تصویر، صوت و ویدئو را فراهم می‌کند. این تنوع در ارائه محتوا، می‌تواند مفاهیم عمیق مهدوی را به زبان ساده و قابل فهم برای مخاطبان، به ویژه نوجوانان و جوانان، منتقل کند.

با توجه به گسترش شبهه افکنی‌ها و تحریفات در فضای مجازی، رسانه‌های نوین می‌توانند با ارائه محتوای مستند و علمی، به رفع ابهامات و تقویت باورهای دینی کمک کنند. استفاده از شبکه‌های اجتماعی و پلتفرم‌های مختلف برای پاسخگویی به سؤالات و شبهات، نقش مهمی در این زمینه ایفا می‌کند.

رسانه‌های نوین امکان ایجاد شبکه‌های مردمی برای ترویج مفاهیم مهدوی را فراهم می‌کنند. این شبکه‌ها می‌توانند با سازماندهی فعالیت‌های فرهنگی، آموزشی و تبلیغی، نقش مؤثری در گسترش فرهنگ انتظار ایفا کنند.

فناوری‌هایی مانند واقعیت مجازی^۱ و اپلیکیشن‌های تلفن همراه، ابزارهای مؤثری برای آموزش مفاهیم مهدوی به صورت تعاملی و جذاب هستند. استفاده از این فناوری‌ها می‌تواند تجربه یادگیری را برای مخاطبان بهبود بخشد و مفاهیم مهدوی را به صورت ملموس‌تری ارائه دهد.

در مجموع، بهره‌برداری هوشمندانه و هدفمند از ظرفیت‌های رسانه‌های نوین، می‌تواند نقش بسزایی در ترویج مفاهیم مهدوی و تقویت فرهنگ انتظار در جامعه ایفا کند. این امر مستلزم برنامه‌ریزی دقیق، تولید محتوای مناسب و استفاده از فناوری‌های نوین در راستای اهداف دینی و فرهنگی است.

تهدیدات موجود در فضای رسانه‌ای

در عصر حاضر، فضای رسانه‌ای به ویژه فضای مجازی، به ابزاری قدرتمند برای انتقال مفاهیم دینی و مهدوی تبدیل شده است. این فضا با ویژگی‌هایی مانند دسترسی آسان، تعامل پذیری و گستردگی، می‌تواند نقش مؤثری در ترویج باورهای دینی ایفا کند (صالحی و برادران کرمانی، ۱۳۹۵: ۲۳۵). با این حال، این فضا تهدیداتی جدی برای باورهای مهدوی ایجاد کرده است که نیازمند توجه و واکنش مناسب است. در ادامه، به برخی از

1. Virtual Reality

این تهدیدات می‌پردازیم:

ترویج شبهات و تحریفات: یکی از مهم‌ترین تهدیدات فضای رسانه‌ای، انتشار گسترده‌ی شبهات و تحریفات درباره‌ی مهدویت است. برخی رسانه‌ها با استفاده از تکنیک‌های روانی، محتوایی را تولید و منتشر می‌کنند که مخاطب را نسبت به آموزه‌های مهدوی دچار شک و تردید می‌سازد. به عنوان نمونه، ابراهیمی (۱۴۰۰) به گسترش شبهه‌افکنی پیرامون مهدویت در فضای مجازی اشاره می‌کند که عمدتاً در قالب ویدئوها و مقالات بی‌منبع عرضه می‌شود.

معرفی منجی‌های دروغین: برخی تولیدات رسانه‌ای با ساخت شخصیت‌هایی خیالی یا واقعی در نقش منجی، سعی در جایگزینی تصویر اصیل امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف دارند. برای مثال، مصطفوی (۱۴۰۳) در تحلیل فیلم تل‌ماسه ۲ نشان می‌دهد که شخصیت اصلی فیلم با نشانه‌هایی از منجی‌گرایی شیعی طراحی شده، اما با روایت‌هایی تحریف‌شده و تهدیدآمیز همراه است.

ترویج فرهنگ انتظار منفی: رسانه‌هایی همچون سینمای هالیوود با نمایش آینده‌ای تاریک و پر از هرج و مرج، تلاش می‌کنند تا فرهنگ انتظار را ناامیدکننده و ترس‌آور نشان دهند. کریمی و باصری (۱۳۹۵) با تحلیل فیلم‌هایی چون آواتار نشان داده‌اند که چگونه آینده بشر در این آثار با منجی‌ای غیرالهی و به رهبری قدرت‌های جهانی نجات می‌یابد، در حالی که مفاهیم مهدوی تضعیف یا تحریف می‌شوند.

بی‌توجهی به آموزه‌های اصیل مهدوی: در بسیاری از رسانه‌های عام و غیرتخصصی، مفاهیم مهدوی به صورت سطحی و غیرعلمی بیان می‌شوند. رضی‌نژاد و همکاران (۱۴۰۱) تأکید می‌کنند که بهره‌گیری هدفمند از رسانه‌ها برای ارائه درست این آموزه‌ها ضروری است؛ در غیر این صورت، ذهن مخاطبان نسبت به عمق مفاهیم دینی دچار بدفهمی می‌شود.

استفاده از تکنیک‌های روانی برای جذب مخاطب: برخی رسانه‌ها برای جلب توجه بیشتر، از تحریک احساسات، تصاویر احساسی و تیتراهای اغواگر استفاده می‌کنند که ممکن است به تحریف واقعیت منجر شود. این روش‌ها بدون تکیه بر منابع معتبر، تنها برای ایجاد واکنش هیجانی مخاطب به کار می‌روند و مسیر فهم دقیق آموزه‌های دینی را منحرف می‌سازند.

گمنامی و بی‌سروسامانی منابع: انتشار محتوا بدون نام، مرجع یا اعتبار علمی مشخص، یکی از مشکلات اصلی فضای مجازی است. بسیاری از اطلاعات نادرست درباره مهدویت، در قالب صفحات ناشناس در شبکه‌های اجتماعی منتشر می‌شوند که مخاطب را در مواجهه با آن‌ها دچار سردرگمی می‌کند (محسن‌زاده و همکاران، ۱۴۰۱).
نبود نظارت و مدیریت مؤثر: در فضای مجازی، امکان کنترل و نظارت بر حجم گسترده اطلاعات بسیار محدود است. این وضعیت باعث انتشار آزادانه مطالب تحریف‌آمیز و گمراه‌کننده شده و نبود سازوکارهای نظارتی، آسیب‌پذیری مخاطب را افزایش می‌دهد.

راهکارها و اقدامات

در دنیای معاصر، رسانه‌ها به‌ویژه شبکه‌های اجتماعی و فضای مجازی، به ابزارهایی قدرتمند برای انتقال پیام‌ها و تأثیرگذاری بر ذهن و رفتار نوجوانان تبدیل شده‌اند. نوجوانی به‌عنوان مرحله‌ای که در آن رشد فکری و هویتی انسان شکل می‌گیرد، دوران حساسی برای پذیرش یا رد مفاهیم دینی و اعتقادی محسوب می‌شود. بر این اساس ارائه محتوای دینی تحریف‌شده یا ارائه نامناسب معارف دین از جمله مهدویت، آسیب‌زا خواهد بود. این بخش بررسی راهکارهای مؤثر برای کاهش آسیب‌پذیری نوجوانان در برابر تهدیدات ناشی از ارائه محتوای نامناسب و تحریف‌شده در حوزه مهدویت و در بستر فضای رسانه‌ای را برعهده دارد.

۱. افزایش سواد رسانه‌ای به‌عنوان نخستین خط دفاعی

یکی از مؤثرترین ابزارهای مقابله با آثار منفی و تحریف‌شده محتوای مهدوی، افزایش سواد رسانه‌ای نوجوانان است. نوجوانانی که دارای دانش و مهارت تحلیل رسانه‌ای هستند، می‌توانند پیام‌های دریافتی را از نظر صحت، نیت، و منبع ارزیابی کنند و در دام شبهات، تحریف‌ها و القائات پنهان قرار نگیرند. سواد رسانه‌ای نه فقط در شناسایی محتوای سالم بلکه در انتخاب منابع معتبر دینی نقش کلیدی ایفا می‌کند. آموزش این مهارت باید از طریق نظام آموزشی رسمی، رسانه‌های آموزشی و خانواده‌ها تقویت شود (رحمانی، ۱۴۰۲: ۳۲).

نخستین گام در این مسیر، طراحی آموزش‌هایی است که در آن سواد رسانه‌ای با آموزه‌های دینی به صورت تلفیقی ارائه شود. مدارس می‌توانند از طریق برنامه‌های مکمل

آموزشی، کارگاه‌های عملی یا فعالیت‌های فوق برنامه به نوجوانان بیاموزند که چگونه محتوای دینی، به ویژه مفاهیم مهدوی، را در رسانه‌ها تحلیل کنند، منابع معتبر را شناسایی نمایند و در برابر شبهات و مطالب نادرست موضع آگاهانه و علمی اتخاذ کنند. به کارگیری نمونه‌های واقعی از محتوای دینی رسانه‌ها و مفاهیم مهدویت در این آموزش‌ها، به نوجوانان کمک می‌کند تا این مهارت‌ها را در موقعیت‌های واقعی زندگی به کار گیرند و صرفاً با آموزش‌های نظری مواجه نباشند.

۲. توجه ویژه به نقش خانواده و مربیان

خانواده‌ها و معلمان، نخستین مرجع تربیتی نوجوانان اند و نقش بسزایی در جهت دهی به نوع مواجهه آن‌ها با مفاهیم دینی، به ویژه مهدویت، دارند. نوجوانانی که در محیط خانوادگی یا آموزشی با مفاهیم مهدوی آشنا شده‌اند، در برابر محتوای متضاد رسانه‌ای کمتر دچار تردید و بحران هویت می‌شوند. گفت‌وگوی مستمر، پاسخ‌گویی به سؤالات اعتقادی نوجوانان، و معرفی منابع اصیل می‌تواند به شکل‌گیری یک پایه ایمانی قوی منجر شود. خانواده‌ها باید ضمن تقویت بعد عاطفی ارتباط، با ابزارهای روز رسانه‌ای نیز آشنا باشند تا بتوانند هم‌زبانی مؤثری با نوجوانان برقرار کنند (رنجبر، ۱۳۹۸: ۹۰).

۳. تولید محتوای جذاب، متنوع و خلاقانه

یکی از ضعف‌های اساسی در ارائه مفاهیم مهدوی، فقدان محتوای متناسب با ذائقه و زبان نسل جوان است. در حالی که دشمنان اعتقادی با بهره‌گیری از روش‌های جذاب تصویری و بیانی به تضعیف باورهای دینی می‌پردازند، تولید محتوای مهدوی هم‌چنان در بسیاری موارد محدود به قالب‌های سنتی باقی مانده است. بهره‌گیری از ابزارهایی چون انیمیشن، بازی‌های رایانه‌ای، داستان‌های تعاملی، پادکست‌های جذاب، فیلم‌های کوتاه، و حتی رمان‌های نوجوان‌پسند می‌تواند این خلأ را تا حد زیادی جبران کند. نوجوانان امروزی، بیش از هر قالبی، با تصاویر، ویدئوها، بازی‌های تعاملی، داستان‌های تصویری و شبکه‌های اجتماعی درگیرند؛ بنابراین، پیام‌های دینی نیز باید در قالب‌هایی بدیع، خلاقانه و هنرمندانه به آنان منتقل شود. استفاده از زبان هنر، روایت‌های داستانی جذاب، شخصیت‌های الهام‌بخش، انیمیشن‌ها، پادکست‌ها و

تولیدات چندرسانه‌ای، می‌تواند محتوای مهدوی را از حالت انتزاعی خارج کرده و آن را برای نوجوان ملموس، قابل درک و پذیرفتنی سازد. نمونه‌هایی مانند کتاب پرسش و پاسخ مهدوی یا تولید انیمیشن‌های کوتاه با محتوای روایی و حدیثی، گام‌هایی اولیه در این مسیر محسوب می‌شوند اما نیاز به گسترش جدی دارند.

۴. پرورش قدرت تحلیل و نقد رسانه‌ای

امروزه بخشی از محتوای منتشرشده در فضای مجازی، هدفمند و جهت‌دار برای ایجاد تردید در باورهای مهدوی منتشر می‌شود. این محتواها گاه در قالب طنز، گاه با استنادهای ناقص یا شبه‌علمی، سعی در تضعیف اعتقادات نوجوانان دارند. مقابله با این تهدیدات، صرفاً با سانسور یا هشدار ممکن نیست؛ بلکه باید قدرت تحلیل، نقد و واکاوی محتوای رسانه‌ای در نوجوانان تقویت شود. آموزش‌های تفکر انتقادی، منطق رسانه‌ای، روش‌شناسی اعتبارسنجی منابع و تبیین انگیزه‌های پشت پرده تولید محتوا، نوجوانان را به افرادی مقاوم، تحلیل‌گر و مسئول در فضای مجازی تبدیل می‌کند.

۵. افزایش ارتباطات گروهی و تعاملات هم‌سو

تشکیل و حمایت از گروه‌های مجازی یا حقیقی با محوریت مفاهیم مهدوی، بستری امن برای تقویت هویت دینی نوجوانان فراهم می‌سازد. این فضاها می‌توانند زمینه‌ساز تبادل نظر، دریافت پاسخ‌های مستند و عمیق، و تجربه مشارکتی مفاهیم مهدوی باشند. گروه‌های مسجدی، انجمن‌های دانش‌آموزی، حلقه‌های معرفتی، یا حتی کانال‌ها و انجمن‌های آنلاین سالم می‌توانند نوجوان را از انزوای فکری رهایی بخشد و حس تعلق و اعتماد به نفس در او تقویت کنند.

۶. نقش آفرینی موثر نهادهای فرهنگی و دینی

نهادهای رسمی فرهنگی و دینی باید در برابر تولیدات محتوایی مهدویت‌ستیز، موضع فعال، هوشمندانه و دقیق اتخاذ کنند. این نهادها موظف‌اند نه تنها محتوای صحیح و جذاب ارائه دهند، بلکه به صورت شفاف و علمی به شبهات و سؤالات نوجوانان پاسخ دهند. تولید سریال‌ها، مستندهای نوجوانانه، مسابقات رسانه‌ای و آموزش‌های چندرسانه‌ای می‌تواند ابزاری مؤثر در این مسیر باشد. در این راستا، همکاری حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها، نهادهای فرهنگی و فعالان عرصه رسانه ضروری است.

با اجرای این راهکارها به صورت هماهنگ و نظام‌مند، می‌توان انتظار داشت که نوجوانان جامعه، با بهره‌مندی از سواد رسانه‌ای دینی، نه تنها در مواجهه با محتوای رسانه‌ای مخرب مقاومت کنند، بلکه خود به تولیدکنندگانی پویا در عرصه ترویج معارف دینی، به‌ویژه فرهنگ انتظار و مهدویت، تبدیل شوند.

نتیجه‌گیری

در دنیای معاصر، با گسترش پرشتاب فناوری‌های ارتباطی و رسانه‌های نوین، نوجوانان بیش از هر زمان دیگری در معرض انواع پیام‌ها و محتواهای متنوع قرار دارند. رسانه‌ها به‌ویژه فضای مجازی نه تنها به یک ابزار سرگرمی بلکه به منبع اصلی اطلاع‌رسانی، شکل‌دهی به هویت و مرجع فکری نسل نوجوان تبدیل شده‌اند. در این میان، حوزه دین و به‌ویژه مباحث مرتبط با مهدویت، از جمله موضوعاتی است که در بستر رسانه‌های اجتماعی و دیجیتال، با رویکردهای گوناگون و گاه متعارض بازنمایی می‌شود. در چنین شرایطی، ضرورت ارتقاء سواد رسانه‌ای دینی نوجوانان، به‌عنوان عاملی کلیدی برای هدایت درست آنان در این فضا، بیش از پیش احساس می‌شود. این امر نه تنها یک نیاز تربیتی محسوب می‌شود، بلکه ضرورتی راهبردی در مسیر حفظ و تقویت هویت دینی و معنوی نسل آینده است.

نوجوانان نیازمند تربیتی همه‌جانبه و عمیق هستند. از مهم‌ترین راهکارهای تحقق این هدف، طراحی و اجرای آموزش‌های هدفمند سواد رسانه‌ای با تأکید بر مضامین دینی و مهدوی در چارچوب نظام آموزشی است. این آموزش‌ها باید به نوجوانان کمک کند تا مهارت‌هایی چون تحلیل انتقادی، تشخیص منابع معتبر از جعلی، تفکر مستقل، درک زمینه‌های پیام و درک سوگیری‌های رسانه‌ای را کسب کنند. از سوی دیگر، نقش خانواده‌ها در ایجاد فضایی امن، آرام و گفت‌وگومحور برای صحبت درباره مسائل دینی و مباحث مرتبط با مهدویت در رسانه‌ها بسیار حائز اهمیت است. والدینی که خود به اصول سواد رسانه‌ای و باورهای دینی مجهز باشند، می‌توانند راهنمایی قابل اعتماد برای فرزندان خود در این مسیر باشند.

افزون بر آن، تولید محتوای جذاب، متنوع و منطبق با نیازهای شناختی و روانی نسل نوجوان، یک ضرورت غیرقابل چشم‌پوشی است.

همچنین، ترویج تعاملات گروهی در محیط‌های واقعی یا مجازی با محوریت مهدویت، فرصتی برای تعمیق باورهای مهدوی و تمرین مهارت‌های ارتباطی سالم در نوجوانان فراهم می‌آورد. عضویت در گروه‌های فکری، انجمن‌های فرهنگی یا پلتفرم‌های تولید محتوای جمعی، نوجوانان را از وضعیت انفعال خارج کرده و آنان را به کنشگرانی فعال، مؤثر و مؤمن در عرصه رسانه تبدیل می‌کند.

در نهایت، باید تأکید کرد که ارتقاء سواد رسانه‌ای دینی نوجوانان، یک فرآیند تدریجی، پیوسته و بین‌رشته‌ای است که نیازمند نگاهی جامع‌نگر، رویکردی مشارکتی و بهره‌گیری از ظرفیت‌های علمی، فرهنگی، فناوری و هنری کشور است. در این میان، باور به مهدویت به عنوان یکی از بنیادی‌ترین ارکان هویت دینی در فرهنگ اسلامی-شیعی، نیازمند توجه ویژه در برنامه‌ریزی‌های تربیتی و رسانه‌ای است. تقویت آموزه‌های مهدوی در قالب‌های متناسب با نیازها و علایق نوجوانان، می‌تواند نقش مؤثری در معنابخشی به زندگی آنان، ایجاد امید به آینده‌ای روشن و تقویت مسئولیت‌پذیری اجتماعی ایفا کند. تحقق این مهم، تضمین‌کننده تربیت نسلی است که با هویتی استوار، ذهنی پرسشگر، دلی امیدوار و ایمانی آگاه، در برابر چالش‌های رسانه‌ای عصر جدید ایستادگی می‌کند و در مسیر رشد معنوی، اخلاقی و اجتماعی خود گام‌های مؤثر و پایداری برمی‌دارد؛ نسلی که نه تنها در برابر تضعیف باورهای دینی آسیب‌پذیر نیست، بلکه خود به مروج و پاسدار فرهنگ مهدوی در بستر رسانه‌های نوین بدل می‌گردد.

منابع

- ابراهیمی، مصطفی. (۱۴۰۰). راهکارهای مقابله با شبهه‌افکنی فضای مجازی در آموزه مهدویت. مطالعات مهدوی. ۱۲(۵۲). ۴۱-۶۴.
- اسدی کرم، آذر. (۱۳۹۶). چگونگی گفت‌وگو درباره مهدویت در رسانه‌های جدید. عصر آدینه. ۱۰(۲۳). ۲۹-۵۰.
- رحمانی، نیره. (۱۴۰۲). نقش سواد رسانه‌ای و الگوی والد-فرزندی در شکل‌گیری هویت دینی فرزندان. پژوهش در آموزش معارف و تربیت اسلامی، ۴(۴)، ۲۵-۴۴.
- رضی‌نژاد، سیدمحمد و همکاران. (۱۴۰۱). نقش شبکه‌های اجتماعی مجازی در

ترویج گفتمان دینی در میان نوجوانان. هفتمین همایش بین‌المللی مطالعات زبان و ادبیات در جهان اسلام، تهران.

- رنجبر، عشرت. (۱۳۹۸). روش‌های جذب جوانان. پژوهشنامه تبلیغ اسلامی، (۱)۱، ۸۹-۱۰۵.

- رنجبر مدیسه، معصومه و ساروخانی، باقر. (۱۴۰۱). تاثیر مصرف رسانه‌های جمعی جدید بر ارزش‌های نسلی (مورد مطالعه: جوانان ۱۸-۳۲ ساله شهر تهران). مطالعات راهبردی ارتباطات، ۲(۴)، ۸۱-۹۴. doi: 10.22034/rcc.2023.1995793.1061

- زائری، مسعود و موسوی گیلانی، سیدرضی. (۱۴۰۳). سینمای ملی و انتقال معارف مهدوی، ضعف‌ها و تهدیدها، فرصت‌ها و قوت‌ها. عصر آدینه، ۱۷(۳۹)، ۳۲-۵۰.

- شعاعی، محمدحسین. (۱۴۰۰). بررسی رابطه سواد رسانه‌ای و کنشگری فعال دینی در عرصه مجازی (مطالعه موردی: طلاب علوم دینی). دین و ارتباطات (دانشگاه امام صادق / نامه صادق)، ۲۸ (ویژه‌نامه اول؛ دین، رسانه و سواد رسانه‌ای)، ۲۴۸-۲۲۶.

- شیخعلی‌پور، نرگس، و بذرکار، مهدی. (۱۴۰۳). نقش فیلم‌های هالیوودی در مشروعیت‌بخشی به تفکر منجی‌ستیزی. فصلنامه علمی-پژوهشی اسلام و علوم اجتماعی، ۱۶(۳۲)، ۱۰۷-۱۲۳.

- صالحی، اکبر و برادران کرمانی، مریم. (۱۳۹۵). آسیب‌شناسی پدیدارشناسانه نقش اینترنت بر باورهای دینی جوانان. مطالعات اخلاق کاربردی، ۱۲(۴۳)، ۲۱۳-۲۴۱. doi: 10.22081/jare.2017.44908.

- عمرانی چهاربرج، محمد مهدی و شهباززاده، سجاد. (۱۴۰۲). هالیوود و جهت گیری رسانه ای علیه منجی گرایی. عصر آدینه، ۱۶ (۳۸)، ۱۰۱-۱۱۷.
- کریمی، معصومه، و باصری، احمد. (۱۳۹۴). رهیافت های عملیات روانی آخرالزمانی سینمای هالیوود با رویکرد مهدویت ستیزی. دوفصلنامه علمی- پژوهشی پاسداری فرهنگی انقلاب اسلامی. ۵ (۱۲)، ۹۵-۱۱۵.
- محسن زاده، محمد جواد. (۱۳۹۶). آسیب شناسی و ارائه راهکارهای ارتقای آموزش های دینی در فضای مجازی. International Multidisciplinary Journal of Pure Life، ۱۰ (۴)، ۱۰۲-۱۲۳.
- محسن زاده، محمد جواد و همکاران. (۱۴۰۱). نقش شبکه های اجتماعی در تقویت باورپذیری مذهبی جوانان نسبت به مراسم اربعین. فصلنامه فرهنگ زیارت، ۱۳ (۵۲)، ۱۶۲-۱۳۵.
- مصطفوی، اسدالله. (۱۴۰۳). گذار هالیوود از پردازش غیرمستقیم به رویارویی با آموزه مهدویت شیعی (بررسی موردی: فیلم «تل ماسه ۲»). عصر آدینه، ۱۷ (۴۰)، ۹۸-۱۱۶.
- معتمدی، بشیر. (۱۴۰۰). دین در فضای مجازی: از کارکردهای رسانه زمینه ساز ظهور تا زمینه سازی برای جهانی شدن دین. عصر آدینه، ۱۴ (۳۳)، ۱۲۸-۱۰۳.
- ملکی راد، محمود. (۱۳۹۵). چگونگی جامعه پذیری مهدویت. اسلام و مطالعات اجتماعی، ۴ (۲)، ۳۲-۶.
- وفایی، اعظم. (۱۴۰۲). اخلاق انتظار در خانواده دینی. دوفصلنامه موعودپژوهی، ۴ (۸)، ۲۴-۹.