

نیم نگاه

ضعف کارهای استودیویی به ساختار مداحی آسیب می‌زند

«روایت هیئت» جمعه ۲۰ استفاده‌ها در ۱۴۰۰ از ساعت ۲۰ با

حسین هوشیار گفت: مداحی و ذاکری یعنی خواندن و بیان مناقب و مصائب اهل بیت(ع) در مقابل مخاطبان هیئت. آنچه در استودیو رخ می‌دهد در این چارچوب نمی‌گنجد. بر همین اساس این نوع اجرا در استودیوها به عنوان خوانندگی مذهبی تعریف می‌شود. با این دید تعریف مداحی و ذاکری به گزارش فارس، قسمت هشتم از فصل چهارم برنامه «روایت هیئت» جمعه ۲۰ استفاده‌ها در ۱۴۰۰ از ساعت ۲۰ با

فرهنگ اسلامی روانه بازار نشر شد. به گزارش رواق به نقل

رواق رسالت اصلی حرم مطهر رضوی، خدمت به زائران با تمشیت مطلوب امور حرم مطهر رضوی، ارتقای اثر بخشی فرایند زیارت، تبیین و ترویج معارف اسلامی ناب محمدی با تأکید بر سیره و معارف رضوی و توسعه فرهنگ وقف و نشر بایستونه علمی و پژوهشی متقن و تکنیک

بر رویکرد سیستمی است. حضور میلیون‌ن زائران در حرم مطهر رضوی و پرتو عالم‌تاب کرامات حضرت امام رضا(ع) بازگام‌منور ایشان را به عرصه معارف اسلامی بدل ساخته است. در یک سال اخیر آستان قدس رضوی با اشراق بر این ظرفیت‌بی نظیر امر «تعالی زیارت» را در رأس خدمات و فعالیت‌های خود قرار داده و علاوه بر بهبود ارتقای خدمات رفاهی، با اجرای روزانه برنامه‌های متعدد فرهنگی در همه ساعات شبانه‌روز، این مجموعه مذهبی را به مدرسه‌ای انسان‌ساز و تمدن‌ساز بدل نموده است.

همچنین اقدامات متعددی برای بازسازی و ایجاد سازه‌های جدید با هدف تسهیل امر زیارت و فراهم آوردن محیطی متناسب با جایگاه امام رثوف و زائر ایشان در مجموعه امکان‌ متبرکه صورت گرفته است. خدمات ارائه‌شده به زائران در

این ارض قدسی، به شکل چشم‌گیری از حیث کیفیت و کمیت ارتقا یافته تا محیطی امن و آرام و معنوی برای حضور قلبی و جسمی زائران فراهم آید.

■ **انجام واکسیناسیون در حرم مطهر**

امین بهنام، معاون خدمات زائرین حرم مطهر با اشاره به نیز خدمت‌رسانی هرچه بهتر و بیشتر به زائران و ارائه تسهیلات برای زیارت آسان و مطلوب به عنوان رسالت این معاونت گفت: در سال ۱۴۰۰ به علت همه‌گیری کرونا، بیشترین ارائه خدمت در حوزه خدمات بهداشتی به زائران بود. البته در کنار خدمات ایمن‌سازی مقابل گروای سطوح ارائه مایع پاک‌کننده گیاهی دست به زائران، توزیع ماسک بهداشتی توسط دفاتر امانات، ارائه چادر و پتوی بهداشتی، جداسازی مهرها،

موضوع «خوانندگی مذهبی یا مداحی استودیویی؟» روی آنتن شبکه افق رفت.

در این برنامه حسین هوشیار، مداح و ذاکر اهل بیت(ع) گفت: اگر از مداحی سخن می‌گوییم منظور مداحی‌ای است که در چارچوب هیئت اجرا می‌شود؛ با این دید تعریف مداحی و ذاکری

یعنی خواندن و بیان مناقب و مصائب اهل بیت(ع) در مقابل مخاطبان هیئت. آنچه در استودیو رخ می‌دهد در این چارچوب

از روابط عمومی نشر پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، این اثر در پژوهشکده مهدویت و آینده‌پژوهی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی تهیه و به همت نشر این پژوهشگاه در ۲۱۴ صفحه منتشر شد. مذاهب اسلامی با همه تفاوت‌ها،

اندیشه اصلی مهدویت را یکی از آموزه‌های اسلامی می‌شمارند

و معتقدند باورداشت مهدویت علاوه بر اینکه خاستگاهی در آثار قرآنی و روایات معصومین(ع) دارد، با مستندات عقلی نیز همراهی و تأیید می‌شود. پژوهش حاضر درباره ترویج و تبلیغ آموزه مهدویت و فرهنگ انتظار و هدف آن ارائه سیاست‌های فرهنگی مطلوب برای ترویج مهدویت در جمهوری اسلامی

نمی‌گنجد. بر همین اساس این نوع اجرا در استودیوها به عنوان خوانندگی مذهبی تعریف می‌شود. خوانندگی مذهبی این میان برخی با عجله‌واره کارهای مداحی یا خوانندگی‌های استودیویی شدند که به علت ضعف در کار موجب شد به ساختار مداحی آسیب وارد شود، گرچه در این میان مداحی‌های استودیویی فاخر نیز تولید شد اما شاهد برخی از کارهای ضعیف هم بوده و هستیم.

این ذاکر اهل بیت(ع) تأکید کرد: همان‌طور که می‌تایید عرصه هیئت‌داری و مداحی، میراث بزرگی است که از گذشتگان برای ما به ارث رسیده و ما وظیفه و مسئولیت داریم این میراث ارزشمند را به آیندگان بسپاریم. گرچه در این میان برخی عقیده دارند فناوری و سرعت تغییرات آن موجب‌شده براساس قاعده هر کس باید فرزند زمان خود باشد، باید طبق اقتضات روز مداحی کرد.

ایران» است. در این راستا ضمن نقد و بررسی مسئله ترویج

مهدویت و فرهنگ انتظار در رسانه‌ها و سیاست‌های فرهنگی دولت، چالش‌ها و خلا‌های موجود نیز شناسایی و ابعاد مختلف طرح معارف مهدویت بررسی شده است.

برای ارتقای جایگاه ترویج مهدویت در کشور، توصیه‌های

خوانندگی اهل هیئت و هیئتی‌هاست و تنظیم و تصنیف آن‌ها با تنظیم و ملودی‌های موسیقی پاپ متفاوت است. در این میان برخی با عجله‌واره کارهای مداحی یا خوانندگی‌های استودیویی شدند که به علت ضعف در کار موجب شد به ساختار مداحی آسیب وارد شود، گرچه در این میان مداحی‌های استودیویی فاخر نیز تولید شد اما شاهد برخی از کارهای ضعیف هم بوده و هستیم.

ایران» است. در این راستا ضمن نقد و بررسی مسئله ترویج مهدویت و فرهنگ انتظار در رسانه‌ها و سیاست‌های فرهنگی دولت، چالش‌ها و خلا‌های موجود نیز شناسایی و ابعاد مختلف طرح معارف مهدویت بررسی شده است.

برای ارتقای جایگاه ترویج مهدویت در کشور، توصیه‌های



آسایش زائران به‌خصوص در فصول سرد سال، کید خورد و تا پایان سال عملی شد.

■ **نصب و افزایش سایبان‌های صحن‌ها**

با توجه به محدودیت‌های استفاده از رواق‌های حرم مطهر، استفاده از سایبان به‌خاطر گرمای صحن‌های اماکن متبرکه ضرورت داشت به این علت نصب، تعمیرات و مقاوم‌سازی سایبان‌ها اجرا و در حال انجام است. به این ترتیب

مقاوم‌سازی ۲۰۰مورد سایبان، تهیه و افزایش سایبان‌ها برای استقرار در صحن‌های متبرکه حرم مطهر، جابه‌جایی

■ **لوله‌کشی آب گرم شیرهای وضوگیری دور حوض صحن‌ها**
از مهرماه سال ۱۴۰۰ پروژه برقراری آب گرم (میکس) در شیرهای وضوگیری دور حوض صحن‌های مطهر برای

به دستور تولیت محترم آستان قدس رضوی در شهر یور

وی ادامه داد: اگرچه این سخن اشتباه نیست اما استدلالی برای ادعای ما محسوب نمی‌شود، چون ما بر این عقیده هستیم مسائل فطری و قدسی غیرقابل تغییر است، بنابراین نمی‌توانیم به بهانه آنکه فرزند زمان خود باشیم از اصول و عقاید دست برداریم؛ در هیئت، ساخت قدسی ابا عبدالله الحسین(ع) وجود دارد که نمی‌توانیم این ارزش بزرگ و لایتنه‌ای را کوچک به‌مخاطب عرضه کنیم.

سیاستی در محورهای سه‌گانه «رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری و دیجیتال» بیان شده که امید است مورد توجه جدی سیاست‌گذاران و مراکز فرهنگی و تبلیغاتی دینی جامعه قرار گیرد. پژوهش حاضر به دنبال طرح سیاست‌های فرهنگی مطلوب برای ترویج مهدویت در جمهوری اسلامی ایران است؛

بیشتر زائران در زیارت، دفاتری در تمامی مبادی ورودی حرم مطهر با هدف ارائه‌صندلی چرخدار به‌صورت خودخدمتی و امنی مستقرشده‌است.

■ **امداد و اسکان زائران**

اسکان به عنوان یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های زائران همیشه مورد توجه آستان قدس رضوی بوده است، نخستین بار آذرماه سال ۹۵ بود که در مجموعه اماکن متبرکه حرم مطهر رضوی، فضای دائمی و سرپشته برای استراحت زائران اختصاص یافت. عموم زائرانی که از راه دور و نزدیک به زیارت حرم مطهر امام رضا(ع) مشرف می‌شوند، تمایل دارند برای بهره‌گیری هرچه بیشتر از این فضای ملکونی، ساعات بیشتری در حرم مطهر بمانند و حتی برای استراحت از حرم خارج نشوند. به این منظور رواق‌های شیخ موسی، حرام‌علی و حضرت زهرا(س) در سال‌ی که گذشت میزبان آن‌ها بود و پذیرش و نیز تحویل امنی پتو و بالش و سپس شست‌وشو و بسته‌بندی دوباره آن توسط خدمتگزاران معاونت خدمات زائران انجام شد. همچنین زائرانی که در حرم مطهر هزینه برگشت نداشتند و به دلایلی امکان بازگشت آنان به شهرشان فراهم نبود، در ساختمان موقوفه آصف یا زائرسرای رضوی اسکان داده شدند تا در اولین فرصت نسبت به بازگشت آنان به شهرشان اقدام شود. از طرفی به زائران در راه مانده، هزینه سفر یا تعمیر خودرو و تأمین سوخت برای بازگشت به شهرشان پرداخت شد. تحویل البسه، پیگیری درمان بیماران و مصدومان حرم مطهر و اهدای غذا نیز از جمله خدمات دیگری بود که در بخش امداد به زائران در راه مانده، ارائه شد.

و مهرماه ۱۴۰۰ برایی مواکب محرم و صفر در سطح اماکن

متبرکه ۲۸مورد داربست‌زنی برای مواکب در مقصل شرقی، پارکینگ شماره ۴، گودال باغچه باب‌الهادی(ع) و... انجام شد.

غذای بیرون‌بر در مهمانسرای غنیر از زائرانی که از طریق اپلیکیشن رضوان دعوت‌نامه در یافت کرده بودند، پذیرایی کرد و با بهتر شدن شرایط گروایی مشهد، امکان پذیرایی در داخل مهمانسرا نیز مهیا شد.

در سال ۱۴۰۰ مهمانسرا در مجموع با ۲میلیون و ۸۴۵ هزار

۶۲۰ و غذا غذای زائران رضوی پذیرایی کرد.

■ **برپایی مواکب**

به دستور تولیت محترم آستان قدس رضوی در شهر یور

وی تصریح کرد: به عنوان مثال اگر شخصی الماس را پنهانی را به فروش بگذارد و مخاطبان و مشتریان توان خرید آن را نداشته باشند آیا آن الماس ارزشمند را قطعه قطعه کرده‌به آن‌ها عرضه می‌کند یا آنکه قدرت خرید مشتریان را افزایش داده و سطح توقع آن‌ها را ارتقا می‌دهد؟ برخی از دوستان بدون قید و محدودیتی مداحی استودیویی را به بهانه جذابیت بیشتر به مخاطب عرضه می‌کنند اما متوجه نیستند

در این راستا متن اسناد بالادستی و عملکرد و سیاست‌های عملی دولت‌ها در جمهوری اسلامی ایران در ارتباط با آموزه‌های

مهدویت (وضعیت گذشتہ و حال) و نقد و بررسی جایگاه مهدویت و ترویج آن در رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری و دیجیتالی مورد توجه است.

در این راستا متن اسناد بالادستی و عملکرد و سیاست‌های عملی دولت‌ها در جمهوری اسلامی ایران در ارتباط با آموزه‌های

مهدویت (وضعیت گذشتہ و حال) و نقد و بررسی جایگاه مهدویت و ترویج آن در رسانه‌های مکتوب، دیداری و شنیداری و دیجیتالی مورد توجه است.

زعفرانی، به بهداشتی و... توزیع شد. از جمله ویژگی‌های این بسته‌ها آن بود که با توجه به مناسبت‌های ماه مبارک رمضان (امیداد امام حسن (ع)، شب قدر، روز قدس و عید فطر) مطالبی روی و چوه جعبه یا محتوای فاز اول و دوم رواق‌های چایخانه‌های حضرت در صحن‌های کوثر خمینی قدس سره و رهبر معظم انقلاب، اینفوگرافی‌های مرتبط، شعر و دیگر مطالب آموزشی مفید منتشر شده بود.

این بسته‌ها ابتدا در صفوف نماز مغرب و عشا تا چهاردهم ماه مبارک رمضان توزیع می‌شد و با توجه به شرایط قرمز کروناوی و توصیه‌های ستاد کروناوی آستان

توزیع در حرم متوقف و توسط خدام به در خانه‌های مردم مشهد و مراکز آموزشی نظامی، بهزیستی، خانه سالمندان، صنف‌های مختلف و همچنین حاشیه شهر توزیع شد.

یک‌و ششیرکانکاور در مناسب‌ها همراه‌بود.

■ **اختصاص رواق‌های حرم مطهر رضوی**

برای **استراحت شبانه زائران**
در دهه آخر ماه‌صفر و با‌هدف میزبانی شبایسته از زائران، رواق‌های حرم مطهر رضوی به‌عنوان فضای استراحت در نظر گرفته‌شدواین خدمت مورد استقبال عموم زائران قرار گرفت. بسیاری از زائرانی که در ایام پایانی ماه صفر از راه دور و نزدیک به زیارت حضرت رضا(ع) مشرف می‌شوند، نیاز به استراحت و تجدید قوای بدنی دارند تا بیشترین بهره معنوی را از این مکان مقدس ببرند. به همین دلیل در این مدت برخی از رواق‌های حرم مطهر برای ارائه این خدمت تا پایان ماه صفر در نظر گرفته شد. در این مدت رواق‌های حرم مطهر از ساعت ۲۳ تااذان صبح برای استراحت زائران اختصاص یافت.

■ **پذیرایی با بسته‌های افطاری در ماه مبارک رمضان**

در رمضان ۱۴۰۰ پیرو اجرای سنت خوب پذیرایی، بسته‌های افطاری ساده حرم مطهر رضوی شامل یک عدد شیر پاکتی، نان، پنیر، خرما، کشمش و گردو، دسر

توجه به تأکید تولیت آستان قدس رضوی مبنی بر میزبانی

ناخودآگاه‌شان اهل بیت(ع) را منتزل می‌دهند.

وی خاطرنشان کرد: با توجه به رشد فناوری‌ها و تغییر ذائقه مخاطبان، نیازمند ارائه فرم جدیدی از محتوا در هیئت‌های مذهبی هستیم. ما مخالف تولید این نوع محتوا و مداحی نیستیم اما خطر و تهدید آنجاست که هوس آوردن این نوع خواننده‌ها را به هیئت داشته‌باشیم. بر همین اساس است که رهبر معظم انقلاب می‌فرماید: «هیئت باید هیئت بماند».



نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه، سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث و

بررسی قرار داده است.

نویسنده در این کتاب، پس از شناسایی مسائل ترویج

مهدویت، به تبیین نقش رسانه‌ها در ترویج مهدویت پرداخته

و توصیه‌های سیاستی ترویج مهدویت را تشریح و در ادامه،

سیاست‌های خاص فرهنگی ترویج مهدویت را مورد بحث