

تجلی مهدویت در سینما

فاطمه داراب نژاد^۱

چکیده

هدف از این تحقیق حاضر، بررسی مفهوم مهدویت و انتظار در قالب هنر سینما و تحلیل چگونگی تجلی این مفاهیم در آثار سینمایی ایران پس از انقلاب اسلامی است. بنابراین با توجه به این هدف، سوال اصلی تحقیق حاضر این است که سینمای ایران تا چه اندازه توانسته آموزه های مهدوی را در قالب های هنری و رسانه ای بازنمایی کند؟ این تحقیق با استفاده از روش توصیفی - تحلیلی انجام شده و روش استخراج اطلاعات آن اسنادی - کتابخانه ای بوده است. ابزار گردآوری اطلاعات شامل کتب، مقالات، آثار سینمایی و منابع معتبر علمی و رسانه ای است. جامعه آماری تحقیق مجموعه ای از فیلم ها و انیمیشن های تولید شده با محوریت مهدویت در سینمای ایران است. نتایج حاصل از این تحقیق نشان داده است که سینمای ایران در بازنمایی مفهوم مهدوی با چالش هایی مانند ضعف فیلمنامه نویسی، تقلیل مفاهیم کیفی و کمی و عدم ارتباط میان سینماگران و متخصصان دینی مواجه بود است. یافته ها همچنین نشان می دهند که آثار موفق همچون «قدمگاه»، «شاهزاده روم» و «بنیامین» توانسته اند به صورت مستقیم و غیر مستقیم مفاهیم انتظار و منجی گرایی را به مخاطب منتقل کنند و ظرفیت های سینما در ترسیم آرمان شهر پس از ظهور به کار گیرند.

کلید واژه: مهدویت، سینما، انتظار، منجی، رسانه، هنر

۱. طلبه سطح ۲، حوزه علمیه الزهرا {سلام الله علیها}

مقدمه

مهدویت و انتظار ظهور منجی، از بنیادی ترین مفاهیم اعتقادی در اندیشه اسلامی به ویژه در مذهب شیعه دوازده امامی است. این باور نه تنها جنبه ای الهی و غیبی دارد، بلکه در ابعاد اجتماعی، فرهنگی و سیاسی جوامع اسلامی نیز تأثیرگذار بوده است. با گسترش رسانه های نوین و نقش پر رنگ سینما در شکل دهی به افکار عمومی، ضرورت بازنمایی آموزه های مهدوی در قالب های هنری بیش از پیش احساس می شود. با این حال، بررسی آثار سینمایی ایران نشان می دهد که پرداختن به موضوع مهدویت در سینما با چالش های جدی مواجه است؛ از جمله ضعف در فیلمنامه نویسی تخصصی، تقلیل مفاهیم کیفی به جلوه های سطحی و فقدان ارتباط میان سینماگران و متخصصان دینی.

پیشینه تحقیق در این حوزه نشان میدهد که آثار محدودی به صورت مستقیم یا غیرمستقیم به موضوع منجی و انتظار پرداخته اند. فیلم هایی مانند «قدمگاه»، «بوی پیراهن یوسف»، «شاهزاده روم» و «بنیامین» نمونه هایی از تلاش های سینمایی در بازنمایی این مفاهیم هستند، اما هنوز جای خالی یک جریان منسجم و هدفمند در سینمای مهدوی احساس می شود.

ضرورت پرداختن به این موضوع از آنجایی ناشی می شود که سینما به عنوان رسانه ای فراگیر، می تواند نقش مؤثری در فرهنگ سازی، ایجاد اشتیاق عمومی برای ظهور و ترسیم آرمان شهر پس از ظهور ایفا کند. بهره گیری از عناصر سینمایی، قالب های مناسب و نیروی انسانی متعهد می تواند زمینه ساز تولید آثاری فاخر و تأثیرگذار در این حوزه باشد.

بر این اساس این زمینه ها، سوال اصلی تحقیق این است که سینمای ایران تا چه اندازه توانسته مفاهیم مهدوی را در قالب های هنری و رسانه ای بازنمایی کند؟ هدف تحقیق نیز بررسی ظرفیت ها، چالش ها و راهکار های ارتقاء سینمای مهدویت در ایران با تأکید بر عناصر فنی، محتوایی و انسانی است.

مفهوم شناسی

واژه تجلی یک کلمه عربی ست و از ریشه «جلوه» به معنای ظاهر شدن و آشکار گشتن است.^۱ تجلی در لغت به معنای آشکار شدن و جلوه کردن و تابش و نمایش است. در گفتار عارفان اصطلاح «ظهور» نیز، گاه مترادف با اصطلاح تجلی به کار رفته است.^۲ در عرفان اسلامی تجلی به دو معنای سلوکی و وجود شناختی آمده است. در معنای اول تجلی عبارت است از آشکار شدن ذات و صفات و افعال حق تعالی بر ضمیر سالک، اما در معنای دوم، عالم هستی تجلی حق تعالی است بر خویش.^۳

در مفهوم «تجلی مهدویت در سینما» منظور از «تجلی» آشکار سازی بازنمایی و جلوه دادن آموزه ها، نمادها، و مفاهیم مهدویت (یعنی باور به منجی و انتظار فرج) در قالب تصویر، داستان، شخصیت ها و زبان سینمایی است، یعنی آنکه آموزه های مهدوی چگونه ظاهر و نشان داده می شوند تا برای مخاطب قابل درک و فهم باشند.

مهدویت مصدر صناعی «مهدی» است و مهدی، اسم مفعول از ریشه هدایت است و به کسی گفته می شود که به رشد و رستگاری هدایت شده است. مهدویت در اصطلاح عام اعتقاد به منجی است که تمام اوضاع زندگی بشر را در جهت صلاح و سعادت تغییر می دهد، این منجی به اعتقاد شیعه، دوازدهمین امام معصوم یعنی حضرت مهدی (عج) فرزند امام حسن عسکری (ع) است، که زنده و غایب است. در اعتقاد بیشتر اهل سنت منجی خلیفه ای از قریش و از نسل رسول خدا (ص) است که در آخرالزمان خروج و زمین را پر از عدل و داد می کند، قرآن کریم ظهور موعودی که با رسالت الهی اش انسان را از تاریکی ظلم و گمراهی می رهاند را خلافت و وراثت صالحان می نامد.^۴

واژه «سینما» ریشه در زبان یونانی (κίνημα، کینما) دارد و به معنای جنبش یا حرکت است و در فارسی به چند معنا به کار می رود؛ نمایش سلسله تصاویر متحرک از مناظر، اشخاص و اشیاء بر روی پرده، محل نمایش فیلم است. از نظر لغوی، سینما به مجموعه های از فنون، هنر ها و صنعت تهیه و نمایش فیلم گفته می شود که با سرعت خاصی تصویر هایی ثابت اما پی در پی را نشان می دهد و توهم حرکت را در ذهن مخاطب ایجاد میکند. سینما در منابع فارسی، معادل هایی همچون؛ رخسارگاه، تماشاخانه، و سونما نیز برای این واژه به کار رفته است.^۵

۱. طریحی، مجمع البحرین، ج ۱، ص ۸۹

۲. سجادی، فرهنگ اصطلاحات و تغییرات عرفانی، ج ۱، ص ۵۶۳

۳. سمنانی، مصنفات فارسی، ج ۱، ص ۱۳

۴. عبودی و همکاران، مهدویت و انتظار از دیدگاه امامین انقلاب، ص ۳

۵. دهخدا، لغت نامه

سینما و عناصر آن

اهمیت تصویر در دنیای معاصر بر کسی پوشیده نیست به همین سبب روش ها و نوع استفاده از آن در نقاط مختلف کره خاکی، هر روز شاهد تنوع و تکامل است. البته دلیل اهمیت تصویر در فرهنگ امروز بشر آن است که جامعه سه دوران فرهنگی را گذرانیده: ۱. دوران فرهنگ گفتاری یا شفاهی، ۲. دوران فرهنگ نوشتاری یا کتبی، ۳. دوران فرهنگ تلویزیونی یا تصویری. پس تصویر، بیشترین تأثیر را بر روی مخاطب بر جا می گذارد و اهداف مورد نظر سازنده اثر تلویزیونی یا سینمایی را به صورت غیر مستقیم و در قالب اصول شناخته شده هنر به بیننده ارائه می دهد.^۱

تصویر یا فیلمی که به وسیله سینما یا تلویزیون به مخاطب ارائه می شود دارای پیام، اندیشه و هدف است و جنبه سرگرمی آن در درجه دوم اهمیت قرار دارد. ساده انگاری است که فیلم های سینمایی یا تلویزیونی تولید شده را صرفاً برای پر کردن اوقات فراغت و سرگرم نمودن مخاطب در نظر آوریم، چه هر شخص و سازمان خصوصی یا دولتی دارای مبانی اعتقادی و اصول فکری پذیرفته شده ای است که برای انتقال این اصول و اهداف مشخص، فعالیت می نماید.^۲

درام^۳ پایه و اساس سینما و تئاتر است و بر اساس آن هنر های نمایشی، هویت یافته است. در تعریف درام آمده است:

«درام کنشی تقلیدی است که در زمان حال عرضه می شود و در برابر چشم تماشاگر، رویداد های واقعی یا تخیلی گذشته را بازسازی میکند.»

هدف درام آن است که به وسیله تکرار یک رویداد واقعی یا ایجاد یک رویداد تخیلی، پیام مهم موجود در آن رویداد را که دارای اهمیت بوده و زحمات زیادی برای شکل گیری آن، انجام شده است به مخاطب منتقل شود و تأثیر مورد نظر را در اندیشه و آگاهی وی برجا نهد. هنر سینما و فیلم، ابزار ذخیره و انتقال درام در زمان ها و مکان های مختلف است.^۴

۱. مدد پور، دین و سینما، ص ۶۵

۲. یزدان جو، اکران اندیشه، ص ۱۴

۳. Drama

۴. فیلیپس، مبانی سینما، ص ۱۳-۱۵۵

برای این که یک موضوع خاص در قالب تصویر درآید لازم است که عناصر و اصول فیلم و سینما لحاظ شده و به درستی مورد استفاده قرار گیرد. به طور خلاصه مبانی سینما عبارت اند:

۱. میزانشن^۱: یعنی هر آنچه جلوی دوربین قرار می گیرد و مترادف است با صحنه آرایی، کارگردانی و آنچه که فیلم برداری می شود که شامل بازیگر و اسباب صحنه است و ترکیب نما که در واقع، نحوه آرایش و استقرار صحنه است؛^۲ فیلم برداری عبارت است از چگونگی تأثیر فیلم خام، نورپردازی، عدسی دوربین، فاصله و زاویه دوربین و حرکت آن بر محصول نهایی فیلم. فیلم برداری به نحو عمیقی بر واکنش احساسی تماشاگر نسبت به فیلمی که بر پرده می بیند، درک مضمون فیلم و واکنش های احساسی تماشاگر اثر دارد؛^۳ تدوین: بعد از آن که فیلم های گرفته شده را ظاهر کردند، تدوینگر فیلم بهترین برداشت هر نما را برمی گزیند. وی گاهی نما را کوتاه می کند؛ گاهی نمایی را میشکند و نمایی یا بخشی از نمایی را روی آن کار می گذارد. وی همچنین با حذف گفت و گو های ضعیف از فیلم، یا بخشیدن ضرب آهنگ خاصی به گفت و گو ها و کنش ها، و حذف صحنه های زائد و خسته کننده، تلاش می کند که نتیجه کار همه گروه بهتر به نظر آید؛^۴ صدا: در فیلم و سینما شامل سه بخش است؛ گفت و گوی بازیگران در صحنه های فیلم، جلوه های صوتی یا افکت^۲ که هر گونه صدایی غیر از صدای انسان و موسیقی را شامل می شود و در نهایت موسیقی فیلم است که بعد از اتمام فیلم برداری توسط موسیقیدان ها انجام می شود. این سه نوع صدا توسط کارگردان و مسئول تنظیم به صورت هماهنگ ترکیب می شود. این عناصر در صورتی که به گونه ای حرفه ای مورد استفاده قرار گیرند موجب ساخت فیلم هایی ماندگار و مؤثر خواهد شد که نمونه آن در تاریخ سینمای ایران و جهان فراوان است.^۳

رابطه دین و سینما

سینما در دوران جدید در همه حوزه ها وارد شده و اهداف و مقاصد خود را مورد طرح و بسط قرار داده است. سیاست، فرهنگ، اقتصاد، هنر، جامعه و... از جمله مهم ترین عرصه هایی است که هنر هفتم در آن به جولان و تأثیرگذاری پرداخته است؛ اما به نظر می رسد اهمیت هیچ یک از حوزه های فوق الذکر به اندازه حوزه دین و مذهب نیست. این سخن به معنای وجود بنیادی میان دین و سینما نیست بلکه در این باره باید خاطر نشان شد که سینما تنها هنری است که در عالمی پا به عرصه وجود می گذارد که عالم دینی در آن مستور شده است... سینما مانند تکنولوژی در عالم دینی متولد نشده است بلکه در عالم الحاد اسماء و صفات الهی متجلی شده است.^۴

۱. Mizanscen

۲. Effect

۳. فیلیپس، مبانی سینما، ص ۱۳-۱۵۵

۴. مدد پور، سینمای اشرافی، ص ۸۸-۸۹

(۱) عدم توانایی رسانه سینما برای انتقال تمام مفاهیم مهدوی و تقلیل کیفیات به کمیات

در نگاه نخست می توان گفت که سینما ابزار مناسبی برای انتقال مفاهیم غیرملموس و حس ناپذیر نمی باشد. اما اگر قرار باشد چنین مفاهیمی را به واسطه این رسانه ها منتقل کنیم ناچاریم سطح آن را تا جایی تقلیل دهیم که در دایره محسوسات مخاطب قرار گیرد و این به معنای نابودی حقیقت بسیاری از مفاهیم دینی است. به عنوان نمونه در حدیث آمده است در دوران ظهور امام مهدی(عج) به یاران آن حضرت قدرت ۴۰ مرد عطا خواهد شد. حال اگر بخواهیم این مفهوم مهدوی را در قالب سینما ارائه کنیم، در نهایت مجبور خواهیم بود یاران حضرت را به مثابه ابر قهرمان سینمای هالیوود به نمایش درآوریم تا برای مخاطب ملموس گردد. واضح است در فرآیند انتقال این مفهوم به مخاطب، موضوع مورد نظر به شدت دچار تقلیل کیفیت شده است. زیرا مفهومی که روایت از اعطای قدرت ۴۰ مرد به یاران امام عصر(عج) عرضه می دارد بسیار فراتر از داشتن صرف قدرت های جسمانی است که در ابر قهرمان های هالیوودی وجود دارد. بر همین اساس است که یکی از ضعف های مهم رسانه های نوینی مانند سینما و تلویزیون در موضوع انتقال معارف مهدوی، تقلیل کیفیت این مباحث به کمیتی است که بتوان آن را در بستر حس گرایانه این رسانه ها مطرح ساخت.^۱

(۲) عدم تناسب بین رسانه انتخاب شده با مخاطب

از دیگر ضعف های سینما در راستای انتقال مفاهیم مهدوی، عدم انتخاب رسانه و قالب مناسب برای انتقال این مفهوم به جامعه مخاطب هدف است. رسانه سینما و تلویزیون به دلیل ذات جذاب شان، برای انتقال پیام به طیف وسیعی از مخاطبان میتوانند مورد استفاده قرار گیرند، اما نکته کلیدی در این میان انتخاب قالب برنامه ها ست. تولیدات رسانه های صوتی تصویری دارای قالب های متنوعی از جمله مستند ها، فیلم های سینمایی، فیلم های کوتاه، سریال، برنامه گفتگو محور و ... میباشد. انتخاب متناسب هر یک از این قالب ها برای انتقال پیام به نسبت مخاطب و جامعه هدف امری بسیار ضروری است. انتخاب قالب اشتباه در انتقال مفاهیم مهدوی و منجی گرایانه، به دلیل حساسیت ذاتی این موضوع از جمله ضعف هایی است که نه تنها به انتقال این مفاهیم به مخاطب کمکی نخواهد کرد بلکه ممکن است نتیجه معکوس به همراه داشته باشد و نوعی دلزدگی برای وی نسبت به منجی ایجاد کند.^۲

۱. همان، ص ۳۸-۴۰

۲. همان، ص ۴۰

۳) انفصال و عدم ارتباط گیری تولیدکنندگان رسانه ای با متخصصان امور دینی

از دیگر ضعف های مهم در انتقال معارف مهدوی از طریق رسانه ها، جدایی و انفصال فعالان و تولیدکنندگان رسانه ای از بدنه متخصصان دینی است. تولید کنندگان رسانه از آن جایی که تمام وقت و همت خود را برای فرآیند تولید محصولات رسانه ای مصروف می سازند، در عمل فرصتی برای پرداختن و رصد موضوعات دینی پیدا نخواهد کرد و یا اگر اطلاعاتی داشته باشند معمولاً ناقص و دارای کاستی هایی است. از سوی دیگر اکثریت متخصصان امور دینی نیز به دلیل عدم تخصص و آشنایی با مسائل و امور مرتبط با تولیدات رسانه ای، قادر به انتقال معارف و علوم خود توسط رسانه های دنیا مدرن نخواهند بود. از این روی عدم اتصال این دو گروه به یکدیگر باعث خواهد شد هیچ کدام از این دو در انتقال مفاهیم مقدس و دینی به موفقیت تمام و کمال نائل نشوند.^۱

قوت ها

در این قسمت به بیان نقاط مثبت و قوت هایی که رسانه انتقال دهنده معارف مهدوی از درون و ذات خود با آن مواجه است پرداخته خواهد شد.

۱) گستردگی مصادیق و قالب های رسانه ای برای ارائه متناسب محتوای مهدوی

پیام گیرنده و یا مخاطب مهمترین عامل در فرآیند جریان سازی توسط رسانه هاست، زیرا تمامی امکانات در راستای تأثیرگذاری بر وی صورت خواهد گرفت. رسانه انتقال دهنده معارف مهدوی باید خود را از این قوت برخوردار کند که با تناسب گروه های سنی مختلف و متناسب با دسته بندی های مختلف مخاطبان می تواند محتوای خود را ارائه دهد و به همین وسیله بیشترین تأثیرگذاری را بر مخاطب خود داشته باشد. قالب انیمیشن از جمله قالب های سینمایی است که به دلیل دارا بودن خصوصیتی از جمله امکان بازنمایی جهانی ناپیدا، منحصر به فرد بودن و... برای مخاطب کودک و نوجوان بسیار جذاب و تأثیرگذار است.^۲

۲) به کارگیری قوه خیال مخاطب در ترسیم آرمان شهر بعد از ظهور منجی

لازمه آفرینش های ادبی و هنری، تمسک به فرآیند های ذهنی و فعال کردن قوه خیال است. خیال استعدادی ذهنی است که خالق یک اثر می تواند به واسطه آن اندیشه خود را با زبانی جذاب و قانع کننده به مخاطب ارائه دهد، و به همین دلیل است که نقطه آغازین هر کار هنری تخیل است. شهید آوینی در این باب عقیده دارد مخاطب عام سینما انسانی خیال پرور و رویایی است و سینما و تلویزیون با خلق شخصیت های آرمانی و واقعیتی

۱. همان

۲. همان، ص ۴۴

رویایی گریز گاهی در اختیار مخاطب خود قرار می دهند. جذابیت های ویژه بصری ارائه شده در قالب فیلم های سینمایی باعث میشود مخاطب مسحور در آن تصاویر شود و قوه خیال او به پرواز درآید و حتی تلاش کند تا تخیلات خود را به واقعیت تبدیل سازد. این خصوصیت سینما در موضوع انتقال معارف مهدوی بسیار کارا و مفید خواهد زیرا یکی از تأثیرگذارترین اقدامات در ایجاد میل و اشتیاق عمومی برای تحقیق دولت امام مهدی (عج) بیان اوصاف سیاسی، اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی حکومت ایشان است. بدین وسیله سینماگران میتوانند در ترسیم آرمان شهر بعد از منجی قوه خیال انسان را به پرواز درآورند و آنچه در تراث دینی از آن زمان توصیف شده است را در قالب های جذاب سینمایی به مخاطب ارائه کنند تا بدین وسیله مخاطب شیفته و مجذوب آن زمان گردد و همواره مشتاق رسیدن به آن دوران باشد.^۱

نتیجه گیری

عنوان تحقیق حاضر «تجلی مهدویت در سینما» است که با هدف بررسی چگونگی بازنمایی آموزه های مهدوی در آثار سینمایی ایران پس از انقلاب اسلامی انجام شده است. اهمیت این تحقیق در آن است که سینما به عنوان رسانه ای فراگیر و تأثیرگذار، ظرفیت بالایی برای انتقال مفاهیم دینی و فرهنگی دارد و می تواند نقش مؤثری در فرهنگ سازی و ایجاد اشتیاق عمومی نسبت به ظهور منجی ایفا کند.

فرضیه تحقیق بر این اساس شکل گرفت که سینمای ایران با وجود ظرفیت های فنی و فرهنگی، هنوز نتوانسته به طور کامل و منسجم مفاهیم مهدوی را در قالب های هنری بازنمایی کند. یافته های تحقیق نشان دادند که آثار محدودی مانند «قدمگاه»، «شاهزاده روم»، «بنیامین» و «میهمان داریم» توانسته اند به صورت مستقیم یا غیرمستقیم مفاهیم انتظار و منجی گرایی را به مخاطب منتقل کنند، اما این تلاش ها پراکنده و فاقد جریان سازی هدفمند بوده اند.

نتایج حاصل از تحقیق نشان داد که ضعف در فیلمنامه نویسی تخصصی، تقلیل مفاهیم کیفی به جلوه های سطحی، عدم ارتباط میان سینماگران و متخصصان دینی، و نبود سرمایه گذاری هدفمند از جمله چالش های اصلی در مسیر تحقق سینمای مهدوی هستند. در مقابل، ظرفیت هایی مانند قالب های متنوع سینمایی، قدرت تخیل مخاطب، و جذابیت های بصری می توانند به عنوان نقاط قوت مورد بهره برداری قرار گیرند.

از جمله راهکارهای پیشنهادی برای ارتقاء سینمای مهدویت می‌توان به تأسیس نهادهای حمایتی، آموزش تخصصی نیروهای انسانی، تولید آثار فاخر با محوریت منجی، و استفاده از قالب‌های مستند، اجتماعی و حماسی اشاره کرد. همچنین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی تطبیقی سینمای مهدوی در ایران و غرب، تحلیل روان‌شناختی مخاطبان آثار دینی، و طراحی الگوهای فیلمنامه‌نویسی مهدوی بپردازند تا زمینه‌ساز توسعه این حوزه مهم در هنر و رسانه باشند.

منابع

۱. توماس، ساری، **فیلم و فرهنگ**، ترجمه: مجید اخگر، تهران: انتشارات سمت، چاپ اول، ۱۳۸۳ هـ.ش.
۲. دهخدا، علی اکبر، **لغت نامه دهخدا**، پایگاه اینترنتی آبادیس، ۱۳۸۵ هـ.ش.
- Abadis.ir
۳. سجادی، جعفر، **فرهنگ اصطلاحات و تعبیرات عرفانی**، تهران: بی نا، ۱۳۷۳ هـ.ش.
۴. سمنانی، احمد، **مصنفات فارسی**، تهران: نجیب مایل هروی، ۱۳۶۹ هـ.ش.
۵. شفیعی سروستانی، ابراهیم، **معرفت امام زمان (عج) و تکلیف منتظران**، تهران: انتشارات موسسه فرهنگی موعود عصر (ع)، ۱۳۸۴ هـ.ش.
۶. طریحی، فخرالدین، **مجمع البحرین**، تصحیح: سید احمد حسینی شکوری، تهران: دفتر انتشارات مرتضوی، چاپ سوم، ۱۳۷۵ هـ.ش.
۷. عبودی، حسن؛ رفیعی، محسن؛ شریفی، معصومه، «**مهدویت و انتظار در منظومه فکری امامین انقلاب**» یازدهمین کنفرانس بین الملل پژوهش های دینی، علوم اسلامی، فقه و حقوق در ایران و جهان اسلام، ۱۴۰۳ هـ.ش.
۸. عظیمی، کاظم، «**هنر و سینمای مهدویت و جهانی شدن، ضرورت ها و ارکان ها**» نشریه عصر آدینه، زمستان ۱۳۹۰، شماره ۲۰.
۹. فیلیپس، ویلیام، **مبانی سینما**، ترجمه: رحیم قاسمیان، تهران: نشر ساقی، چاپ دوم، ۱۳۸۹ هـ.ش.
۱۰. مدد پور، محمد، **دین و سینما**، تهران: انتشارات سوره مهر، چاپ دوم، ۱۳۸۸ هـ.ش.
۱۱. _____، **سینمای اشراقی**، تهران: انتشارات سوره مهر، چاپ دوم، ۱۳۹۰ هـ.ش.

۱۲. موسوی گیلانی، سید رضی؛ زائری، مسعود، « سینمای ملی و انتقال معارف مهدوی، ضعف ها و تهدید ها، فرصت ها و قوت ها» نشریه عصر آدینه، بهار و تابستان ۱۴۰۳، شماره ۳۹.
۱۳. یزدان جو، پیام، اکران اندیشه، تهران: نشر مرکز، چاپ دوم، ۱۳۸۷ ه_ش.