

سیطره‌ی سینمای صهیونیسم

در آخر الزمان

مهدی صادقی ماهی آبادی

یوسف ابراهیمی صدر

مجید صادقی ماهی آبادی

سرسنانه	:	صادقی ماهی آبادی، مهدی، ۱۳۵۰ -
عنوان و نام پدیدآور	:	سیطره‌ی سینمای صهیونیسم در آخرالزمان/مهدی صادقی ماهی آبادی، یوسف ابراهیمی صدر، مجید صادقی ماهی آبادی.
مشخصات نشر	:	تهران: ایرانا، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	:	۲۹ ص: ۱۴/۵×۲۱/۵ س.م.
شابک	:	9786008960645
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
یادداشت	:	کتابنامه.
موضوع	:	آخرالزمان در سینما
موضوع	:	Apocalypse in motion pictures
موضوع	:	تبلیغات صهیونیستی
موضوع	:	Propaganda, Zionist
موضوع	:	اسلام‌ستیزی
موضوع	:	Islamophobia
موضوع	:	سینما -- ایالات متحده -- جنبه‌های سیاسی
موضوع	:	Motion pictures -- Political aspects -- United States
شناسه افزوده	:	ابراهیمی صدر، یوسف، ۱۳۶۱ -
شناسه افزوده	:	ماهی آبادی، مجید، ۱۳۶۲ -
رده بندی کنگره	:	۱۳۹۷ ۲ص۳/۱۹۹۵/۹PN
رده بندی دیویی	:	۱۱/۴۰
شماره کتابشناسی ملی	:	۵۴۰۶۸۳

عنوان: سیطره‌ی سینمای صهیونیسم در آخرالزمان

نویسندگان: مهدی صادقی ماهی آبادی، یوسف ابراهیمی صدر، مجید

صادقی ماهی آبادی

نشر: ایرانا

نوبت و سال چاپ: اول ۱۳۹۷

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۹۶۰-۶۴-۵

قیمت: ۷۰۰۰ تومان

شمارگان: ۵۰۰ نسخه

فهرست مطالب

۷	مقدمه.....
۱۲	بسط ارزشهای مادی گرایانه.....
۱۲	مفهوم آخرالزمان چیست؟.....
۱۴	اهداف سوژه آخرالزمانی.....
۱۵	انواع آخرالزمان در فیلمهای هالیوودی.....
۱۶	(۱) آخرالزمان طبیعی.....
۱۷	(۲) آخرالزمان تکنولوژیک.....
۱۸	(۳) آخرالزمان اسطوره‌های.....
۱۹	(۴) آخرالزمان علمی - تخیلی.....
۱۹	(۵) آخرالزمان دینی.....
۲۰	ترویج خرافات دینی.....
۲۰	خرافه‌های شیطانی.....

۲۴ افسانه آخرالزمان

۲۵ نکته پایانی

۲۹ منابع و مآخذ

www.ketab.ir

مقدمه

رفتار انسان‌ها بر اساس افکار و اندیشه‌های آنان شکل می‌گیرد و افکار و اندیشه‌های هر انسانی، براساس اطلاعات کسب شده رقم می‌خورد.

بنابراین اگر بخواهیم در رفتار فرد یا جامعه‌ای تغییر و دگرگونی ایجاد کنیم، باید در افکار آنان نفوذ کنیم و برای این هدف باید اطلاعات مورد نظر خود را به شیوه‌ای که مخاطب می‌سود وارد ذهن او کنیم آنگاه هدف و مخاطب ما به گونه‌ای رفتار می‌کند که ما می‌خواهیم.

در مسأله آخرالزمان سازی، غرب با دادن اطلاعات هدف‌دار در افکار و اذهان ملل مخاطب نفوذ می‌کند و آنان را به گونه‌ای

به فکر کردن وامی دارد که مورد نظر اوست. از آنجائی که تأثیر رسانه‌های تصویری بر ذهن انسان‌ها بسیار عمیق می‌باشند لذا غرب سعی می‌کند با در اختیار گرفتن سینما (این قاب تصویری) درباره منجی نهایی آخرازمان، به هدف مورد نظر خود برسد. امید آنکه با شناخت دقیق راهها و شیوه‌های عملیاتی دشمن در نصوص جنگ نرم، با آگاهی کامل وارد مبارزه نهایی برای نیل به دایه‌ای براساس معیارهای اسلامی و الهی شویم.

انسان‌ها در زندگی روزمره خود برای انتقال پیام به یکدیگر، به گونه‌های مختلفی با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند، هرچه دامنه و عمق پیشرفت‌های علمی گسترده‌تر و عمیق‌تر می‌شود نوع ارتباطات نیز پیچیده‌تر و تخصصی‌تر می‌شود، زمانی که ارتباطات بشری در نوع شنیداری بود، بیشترین تأثیرات بر احساس انسان نمود پیدا می‌کرد، اشعار حماسی اقوام و ملل، گواه این مطلب است اما وقتی بحث افعال فردنگ به میان می‌آید، ارتباط نوشتاری جایگزین ارتباط شنیداری می‌شود، کتابخانه‌های عظیم و آثار دانشمندان بر این مطلب صحه می‌نهند. چند بیشترین تأثیر ارتباط نوشتاری بر ادراکات انسان می‌باشند اما اکنون در دورانی زندگی می‌کنیم که بواسطه پیشرفت‌های علمی، ابواب دیداری یعنی رسانه‌های تصویری مجموعه‌ای از تأثیرات احساسی و ادراک انسان را در بر گرفته و با تأثیر شگرف خود بر ذهن و روح و قلب و جان بیننده او را به سمت و سوی دلخواه خویش هدایت می‌کنند؛ زیرا رسانه‌های دیداری از ماندگاری و عمق بیشتری برخوردار هستند. به همین دلیل است که در بحث رسانه‌ها می‌گویند،

تأثیر یک تصویر از تأثیر هزار کلمه بیشتر است.

با توجه به این مطلب در می‌یابیم که چرا جامعه استکباری غرب خصوصاً آمریکا که در سیطره کامل صهیونیست‌ها قرار دارد از رسانه‌های تصویری (سینما - تلویزیون و...) بیشترین استفاده را در جهت تغییر دیدگاه‌های مردم جهان می‌برند و هر روز به تولیدات خود برای تأثیرگذاری بر ذهن مخاطبان می‌افزایند.

از طرف دیگر وقتی به جهت‌گیری ساخت سالیانه بیش از ۵۰۰ فیلم صیوود است شود می‌توان به اهداف پشت پرده صهیونیسم در بحث رسانه‌ها پی برد. وقتی حدود ۴۰ درصد فیلم‌های هالیوود علیه اسلام، خصماً صهیونیست ساخته می‌شود. باید برای اردوگاه دلسوزان اسلام زنگ خطر را بیدار باش دائمی را به صدا درآورد، علاوه بر آن وقتی بداییم حدود ۶۰ درصد سرمایه‌گذاران و حدود ۸۲ درصد ستاره‌های هالیوود یهودی و یا صهیونیسم هستند. (کتاب پیشگوئی‌ها و آخرالزمان) این احساس خطر باید جدی‌تر و آگاهانه‌تر باشد. زیرا دشمن در این مرحله از دشمنی قصد شبیخون فرهنگی برای فروپاشی اعتقادات دینی را ندارد است، فرایند فروپاشی ایدئولوژیک در پروژه تهاجم فرهنگی، اصلی بنیادین دارد که در هر دوره تاریخی بشکلی خاص ظهور می‌کند و آن دگرگونی امیال مردم است. (کتاب شیوه‌های تبلیغاتی مسیحیت علیه اسلام) فوکویاما نظریه‌پرداز نئو محافظه‌کار ایالات متحده، سال ۱۳۶۵ در کنفرانسی با نام بازشناسی هویت شیعه در اورشلیم یک مهندسی معکوس را برای فروپاشی اسلام سیاسی در ایران ترسیم کرد. او کلید فروپاشی را نابودی روحیه مقاومت در ایرانیان دانست و گفت

«برای پیروزی بر یک ملت باید میل و ذائقه مردم را تغییر داد»
(کتاب استراتژی انتظار)

فوکویاما در آن کنفرانس صهیونیستی سینما را یکی از ابزارهای این تئوری نامیده که می‌تواند به نابودی مقاومت شیعی یاری کند. او از سینمای هالیوود خواست تا در تولیداتش به خلق فرهنگی جایگزین برای «اسلام» بیندیشد تا از این طریق با تغییر ذائقه انسانان به اهداف خود برسند. از این رو شناخت صهیونیسم جهانی و تئوری‌های آن باید به صورت یک ضرورت برای ما درآید تا در معرضه دائمی با دشمن با آگاهی کامل قدم برداریم. اکثر برنامه‌های جهان و سینماها و خبرگزاریها و همچنین فضای مجازی که منابع اطلاعاتی ذهن بشر برای تصمیم‌گیری را می‌سازند در اختیار صهیونیست‌ها قرار دارد، آنها با استیلا بر رسانه بسیار مهم سیاست‌ها از آن عنوان ساحل نجات خود یاد می‌کند حدود ۹۰ درصد خواب فکری و ذهنی مردم دنیا را در اختیار گرفته‌اند.

صهیونیسم با توجه به قدرت نفوذ فیلم‌های هالیوودی که از کارشناسان در گروه‌های مختلف و با صرف بودجه‌های هنگفت ساخته می‌شود، بر ذهن مخاطبان تسلط یافته و آنچه را که می‌خواهند در آینده به آن برسند، به ذهن آنان نهاد می‌کنند و آنها را برای پذیرش خواسته‌های خود آماده می‌کنند. آنگاه با یک عملیات هماهنگ سیاسی - نظامی به آن اهداف دست می‌یابند. نتیجه آن می‌شود که ملت‌ها نه تنها مقاومتی در برابر خواست‌های آنان از خودشان نمی‌دهند بلکه براحتی خود خواستار آن بوده و به

استقبال آن می‌روند.

به همین دلیل است که یکی از سران صهیونیست‌ها گفته: ما قبل از اینکه تانک‌هایمان را به طرف دشمن بفرستیم ابتدا مطبوعات و فیلم‌های خود را که سربازان ما هستند بسوی آنها می‌فرستیم تا مقاومت درونی آنها را شکسته برای پذیرش ما آماده کنند.

با توجه به مقدمات فوق و بیدارباش‌های فراوان در می‌یابیم که چرا موضوع بیشتر فیلم‌های هالیوودی، آخرالزمان را در برمی‌گیرد. از آنجائی که در جهان فعلی اعتقاد به ظهور منجی برای رهایی دنیا از ظلم و ستم، نقطه مشترک تمام ادیان الهی است صهیونیست‌ها با تسلطی که بر رسانه‌های تصویری دنیا خصوصاً سینما در سطح جهان دارند با بکارگیری جلوه‌های ویژه به تولید فیلم‌های خاص با سوژه‌های آخرالزمانی ظهور منجی و سفر به سرزمین موعود می‌پردازند و از این طریق با آخرالزمان‌سازی جعلی و معرفی منجی‌های دست ساخته خود به عنوان منجی نهایی از یک طرف، وحشتناک جلوه‌دادن اوضاع جهان و معاسای دیگر، سعی در جهت‌دهی و تأثیرگذاری بر ذهن مخاطبان دارند.

در حقیقت صهیونیسم جهانی شیوه‌ای همانند شیوه یهود را بکار می‌برد. قرآن روش فرعون را اینگونه بیان می‌کند قوم خود را ترساند و دلیل کرد و آنها نیز از او تبعیت کردند. (سوره زخرف - ۵۴) یعنی فرعون با تسلط بر مردم آنها را از قدرت وحشتناکی ترساند و مردم برای در امان ماندن از آن قدرت وحشتناک به خود فرعون پناه بردند. این قدرت وحشتناک می‌تواند یک قدرت

موهوم و یا حتی فرعون باشد یعنی مردم برای در امان ماندن از خشم فرعون تسلیم او شدند و این همان مسأله‌ای است که سینمای صهیونیستی غرب در حال انجام دادن آن می‌باشد.

در حقیقت غرب با ساختن چنین فیلم‌هایی هم به سود سرشار اقتصادی دست می‌یابد و هم به تخریب باورهای اعتقادی پیروان دیگر ادیان الهی می‌پردازد و هم در نهایت خود را به عنوان نجات‌بخش بشریت و بهترین مامن برای در امان ماندن از بلاهای آخرالزمانی معرفی می‌نماید تا در رضایت با استیلای برجهان به خواست‌های خود دست یابد.

اهداف دیگر صهیونیست‌ها از بدست گرفتن شرکتهای سینمایی:

بسط ارزشهای مادی غربی

جهانی کردن اسطوره‌ها، افسانه‌ها و دروغ‌های صهیونیستی مثل هولوکاست.

بی تمدن و عقب مانده نشان دادن دشمنان خود، خصوصاً مسلمانان.

الگودهی و آموزش نسل‌های جهان بر اساس دیدگاه‌های خود

برتر جلوه دادن صهیونیست‌ها و قوانین آنها

مفهوم آخرالزمان چیست؟

آخرالزمان مفهومی است که امروزه کاربرد زیادی پیدا کرده است. در حقیقت آخرالزمان یک الگوی کهن، عام و مشترک بشری