

تبیین «نفوذ اجتماعی» در طرح کلی انبیا و مقایسه آن با عصر ظهور

محمدهادی منصوری^۱

زهرا علیمرادی^۲

چکیده

در طرح تبلیغی موفق، «گیرایی سخن و اثرگذاری روانی با هدف تغییر رفتار مخاطبان» که در علم روان‌شناسی اجتماعی از آن به «نفوذ اجتماعی» تعبیر می‌شود؛ از اهمیت زیادی برخوردار است. از روش‌های نفوذ اجتماعی انبیا می‌توان به کاربست توأمان نصیحت و قدرت، اقناع مخاطب، تفاهم فرهنگی، اعتمادسازی (از طریق ارائه علم راستین، خیرخواهی و استفاده از نیروهای فراطبیعی)، مهندسی ذهن تجربی مخاطب (از طریق جدل، تأدیب غیرمستقیم، صحنه‌سازی و همراهی ارشادی با مردم)، ارتباط مستمر اشاره کرد. نوشتار پیش‌رو بر آن است با روش توصیفی تحلیلی، با نگاه مقایسه‌ای موارد مذکور در عصر ظهور را بررسی کند. بر این اساس استفاده همزمان از روشنگری علمی و قیام به سیف، ارائه تمام معجزات انبیا، مهندسی ذهن تجربی مردم با نشان دادن الگوی اکمل از اسلام در وجود مبارک امام زمان عجل الله تعالی فرجه الیه، باورپذیر کردن کارآمدی بانوان شایسته در تحقق تمدن جدید اسلامی و دولت کریمه حضرت حجت عجل الله تعالی فرجه الیه و ... از روش‌های نفوذ اجتماعی در عصر ظهور به شمار می‌آیند. واژگان کلیدی: طرح کلی انبیا، روان‌شناسی جذب، تاکتیک‌های اثرگذاری، تمدن جدید اسلامی، عصر ظهور.

۱. استادیار گروه معارف قرآن و حدیث دانشگاه معارف اسلامی قم (نویسنده مسئول). mansouri@maaref.ac.ir

۲. دانش‌آموخته دکترای مدرسی معارف اسلامی، دانشگاه تهران (پردیس فارابی). z.alimoradi@ut.ac.ir

مقدمه

هر انسانی که از عقل و حکمت برخوردار باشد - ولو نه از عصمت - در حرکتی بلندمدت، تاکتیک‌ها و اختیارهای موضعی خواهد داشت (مقام معظم رهبری، ۱۳۹۰: ص ۱۶). انبیا و امامان علیهم‌السلام که خود برای استكمال و برانگیختن عقل مردم مبعوث شدند،^۱ و از آن جا که معطی نمی‌تواند فاقد باشد؛ خود، اعقل عقلا هستند. با این رویکرد، حرکت انبیا و امامان علیهم‌السلام نیز، از یک طرح و نقشه عقلایی و منطقی برخوردار است و لذا حرکت انبیا و امامان علیهم‌السلام نیز، حرکتی فرا نسلی و مانند حلقه‌های زنجیر به هم پیوسته است. همچنین برای فهم مسیر مهدویت، باید نگاه جامع‌تری نسبت به طرح کلی حرکت انبیا و امامان علیهم‌السلام داشت تا برای تحقق ظهور در تمام ابعاد ظرفیتی زمینه‌سازی شود؛ چه این که حضرت حجت عجل‌الله‌تعالی‌عنه ادامه سلسله داعیان الهی است.^۲ همچنین طبق آموزه‌های اسلامی، تعالی انسان تحت برنامه‌ای کلان در حیات مادی و معنوی در جریان است که این، با پرورش استعداد بشر در جنبه‌های مختلف همراه است. ارائه این طرح کلی موجب از بین بردن قرائت‌های ناهمگون، صیانت از معارف دینی و ارائه چارچوب و ترسیم راه آینده می‌شود؛ چه این که در مسئله انتظار فعال، عمل بر اساس چارچوبی برآمده از طرح کلی انبیا و امامان علیهم‌السلام ضرورت دارد. از آن جا که هر طرح کلی، دارای ویژگی‌های ثابت و متغیر نیز ساختارهای ایجابی و سلبی است؛ در مقاله حاضر فقط به یک بعد آن، یعنی مؤلفه‌های نفوذ اجتماعی پیامبران در این طرح پرداخته می‌شود. با این توضیح که برخی از ویژگی‌ها بین تمام انبیا مشترک بوده و آن از آیاتی که تمام انبیا را مورد خطاب قرار داده؛ قابل اصطیاد است؛ مانند ارائه بینات^۳، عصمت در تلقی، نگهداری و ابلاغ وحی^۴ و دعوت به توحید^۵ (جوادی آملی، ۱۳۹۴:



۱. «ولا بعث الله رسولا ولا نبيا حتى يستكمل العقل» (کلینی، ۱۴۳۰: ج ۱، ص ۱۲، ح ۱۱)؛ «وَيُبَيِّرُوا لَهُمْ دَفَائِنَ الْعُقُولِ» (نهج البلاغه، خ ۱).

۲. «السَّلَامُ عَلَيْكَ يَا دَاعِيَ اللَّهِ وَرَبَّائِي آيَاتِهِ» (زیارت آل یاسین).

۳. «لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ» (حدید: ۲۵).

۴. «أُولَئِكَ الَّذِينَ آتَيْنَاهُمُ الْكِتَابَ وَالْحُكْمَ وَالنُّبُوَّةَ فَإِنْ يَكْفُرْ بِهَا هُولَاءِ فَقَدْ وَكَلْنَا بِهَا قَوْمًا لَيَسُوا بِهَا بِكَافِرِينَ» (انعام: ۸۹).

۵. «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ إِلَّا نُوحِي إِلَيْهِ أَنَّهُ لَا إِلَهَ إِلَّا أَنَا فَاعْبُدُونِ» (انبیا: ۲۵).

ج ۶، ص ۴۱-۵۶). با این حال، تمام انبیا در کنار بینش توحیدی و اصول ثابت، به فراخور نیازهای جامعه خویش، الگوی تبلیغی خاصی داشتند. بنابراین، با وجود تفاوت‌های ایشان در انتخاب نوع شیوه بیان، برخی از اصول حاکم در ارائه مفاهیم دینی مشابهت‌هایی نیز وجود دارد. بر این اساس، اصل نفوذ اجتماعی، از ویژگی‌های ثابت ولی مؤلفه‌های آن از ویژگی‌های متغیر این طرح کلی است. با این توضیح که اصل «وجود نفوذ اجتماعی» پیامبران، به منظور عملی کردن محتوای تبلیغی شان امری ثابت و غیرقابل جایگزین است و حال آن که نوع اجرای راهبردهای نفوذ اجتماعی قابل تغییر است. این تغییرات بر اساس زمان و مکان و به طور کل شرایط خاص هر ملت انجام می‌پذیرد.

انبیای الهی گرچه از نظر زمان، مکان و سایر لوازم مادی از یکدیگر جدا بودند؛ در حقیقت به هم پیوسته‌اند؛ چرا که حق در مظاهر گوناگون ظهور می‌کند؛ اما واحدی متصل است و باطل‌ها، حتی اگر کنار هم باشند؛ همواره از هم گسسته‌اند. سیره مشترک پیامبران، جامعه انسانی را به گذشته و آینده مستمر پیوند می‌دهد؛ زیرا بین سلسله موجودها، پیوند علی و معلولی برقرار است و آن‌ها به هم مرتبطند؛ ولی سلسله نقص، به تبع به هم مرتبطند (همان، ص ۲۲). در این مقاله با بررسی آیاتی که انبیا را به صورت عام مورد خطاب قرار می‌دهد، یا آیاتی که به قصص انبیا مربوط است، نیز فهم رابطه و نسبت این گونه آیات با هم، به مؤلفه‌هایی که از نظر روان‌شناختی و اجتماعی قابل تحلیل‌اند؛ پرداخته می‌شود تا از این رهگذر مفاهیم اصلی نفوذ اجتماعی در حرکت انبیا در قرآن کریم استخراج شود. سپس چگونگی تحقق این مؤلفه‌ها به منظور استقرار حکومت مهدوی بررسی می‌شود.

نفوذ اجتماعی

«روان‌شناسی اجتماعی» مطالعه علمی روش‌هایی است که طبق آن‌ها افکار، احساسات و رفتارهای مردم تحت تاثیر حضور واقعی یا خیالی دیگران قرار می‌گیرند (ارونسون، ۱۳۸۶: ص ۵). یکی از حوزه‌های مورد بحث در این علم، نظریه «نفوذ اجتماعی»^۱ است. واژه «نفوذ» در

1. Social Influence (Social Penetration)



لغت به معنای فرو رفتن یا جاری بودن امر و حکم است (عمید، ۱۳۶۲: ص ۱۱۹۴)؛ و در اصطلاح روان‌شناسی اجتماعی، به فرآیندی اشاره دارد که به موجب آن، افراد از ارتباط سطحی به رابطه صمیمی‌تری پیش می‌روند. در واقع، نظریه نفوذ اجتماعی توضیح می‌دهد که چگونه تبادل اطلاعات بر توسعه یا کاهش روابط بین فردی مؤثر است (کارپنتر و گرین، ۲۰۱۶: ص ۱). بنابراین، فرآیند نفوذ اجتماعی، رفتارهای کلامی، کلمات مورد استفاده، رفتارهای غیرکلامی، زبان بدن و رفتارهای جهت یافته محیطی - فضایی میان ارتباط‌گران یا اشیای فیزیکی موجود در محیط را شامل می‌شود (مهدوی، ۱۳۹۷: ص ۱۳۱). برخی از شیوه‌های نفوذ اجتماعی عبارتند از: ایجاد اعتماد، تمایل و علاقه، تحریک احساسات و عواطف و تدریجی و مستمر بودن ارتباط. با بهره‌گیری از انواع این شگردها، می‌توان با تأثیرات رفتاری، نگرشی، شناختی، عاطفی و فیزولوژیکی، زمینه رضایت، جذب و نفوذ بیشتر مخاطبان را فراهم کرد (فولادی، ۱۳۹۶: ص ۵۵). «نفوذ» و «اقناع»، از مفاهیمی هستند که بسیار به هم نزدیکند. هر زمان که منبعی به عمد می‌کوشد تا افکار، احساسات و رفتار گیرنده را تغییر دهد؛ «نفوذ» روی می‌دهد و «اقناع» را می‌توان حالت خاصی از نفوذ دانست (رئسی و انانی، ۱۳۹۷: ص ۱۶۳). بنابراین، اقناع از شیوه‌های نفوذ اجتماعی محسوب می‌شود. مباحث مربوط به نفوذ اجتماعی، می‌تواند در فهم قرآن و میزان تأثیرگذاری آن بر مخاطبان نقش ابزاری داشته باشد؛ چراکه به نگرش و نحوه تغییر آن در مخاطبان توجه دارد (میردامادی، ۱۳۹۱: ص ۲۴).

شیوه‌های نفوذ اجتماعی انبیا در قرآن

قرآن کریم به صورت تلویحی به برخی از روش‌های نفوذ اجتماعی اشاره کرده است و انبیا برای ایجاد آن، شخصا نقشی نداشتند و یا صرفا به دستور خداوند مأمور اجرای آن شدند؛ مانند هم‌زبانی و تفاهم فرهنگی، جنسیت انبیا و دستور به مشارکت اقوام در صدور معجزه. در مقابل، مواردی نیز وجود دارند که در ظاهر ابتکار عمل به دست خود فرد است و بنا به مصلحت و تشخیص خود، برنامه‌ای را ترتیب می‌دهد. از این موارد می‌توان به کاربست توأمان زبان نرم و



قدرت، اقناع مخاطب، تفاهم فرهنگی، اعتمادسازی (از طریق ارائه علم راستین، خیرخواهی، استفاده از نیروهای فراطبیعی)، مهندسی ذهن تجربی مخاطب (از طریق استدلال جدلی، تأدیب غیرمستقیم، صحنه‌سازی و همراهی ارشادی با مردم)، ارتباط دائمی و مستمر و توجه به جنسیت اشاره کرد. قابل ذکر است موارد دسته دوم، از دسته اول مستقل نیست؛ لکن رابطه بین این دو گروه، طولی است. برای مثال، کاریست زبان نرم، از دستورهای صریح خداست؛^۱ چه این که استفاده از نیروهای فراطبیعی، مانند نشان دادن معجزه‌ای خاص، از سنخ دستوری است؛^۲ اما این که زبان نرم در کنار قدرت استفاده شود، یا معجزه برای اعتمادسازی و جذب مخاطب اجرا گردد یا افراد را در معجزه دخالت دهد و مواردی از این قبیل؛ به شیوه تبلیغی شخص پیامبر مربوط است.

۱. نرمش و اقتدار

گاه در رفتار پیامبران در قرآن کریم، دو نوع رفتار به ظاهر متضاد دیده می‌شد که در طول همدیگر وقوع یافته است، مانند دعوت به توحید و پرستش اجرام آسمانی در رفتار حضرت ابراهیم علیه السلام در آیات ۷۶ تا ۷۸ سوره انعام؛^۳ یا عملکرد حضرت موسی علیه السلام هنگام تقاضای جاهلانه بنی اسرائیل؛ به طوری که آن حضرت می‌دانست خداوند با چشم فیزیکی دیده نمی‌شود؛ اما همان درخواست جاهلانه بنی اسرائیل را با خدا مطرح کرد. در سوره مبارکه اعراف آیات ۱۴۳ و ۱۵۵ این ماجرا بیان شده است.^۴ نرمش و قدرت نیز در ظاهر با هم سازگار نیستند؛ اما این روش در نوع بیان انبیا اخذ شده است.

۱. «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَيْتًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى» (طه: ۴۴).

۲. «وَاضْمُمْ يَدَكَ إِلَى جَنَاحِكَ تَخْرُجَ بَيْضَاءَ مِنْ غَيْرِ سُوءِ آيَةٍ أُخْرَى» (طه: ۲۲).

۳. «فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَى كَوْكَبًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَأِن لَّمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ. فَلَمَّا رَأَى الشَّمْسُ بَازِعَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَقَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِمَّا تُشْرِكُونَ» (انعام: ۷۶-۷۸).

۴. «وَلَمَّا جَاءَ مُوسَى لِمِيقَاتِنَا وَكَلَّمَهُ رَبُّهُ قَالَ رَبِّ أَرِنِي أَنظُرَ إِلَيْكَ قَالَ لَنْ نَرَاكَ» (اعراف: ۱۴۳).

تجهیزات سه‌گانه انبیا (دلایل روشن، کتاب‌های آسمانی، و معیار سنجش حق از باطل) برای اجرای عدالت وقتی می‌تواند به هدف نهایی برسد که از قدرت و ضمانت اجرایی^۱ برخوردار باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ج ۲۳، ص ۳۷۳). بر این اساس، نفوذ انبیا در سطح اجتماع، از دو مؤلفه همزمان و به هم پیوسته «لحن و محتوای زبان» و «قدرت» تأثیر پذیرفته است؛ زیرا نصیحت، به تنهایی موجب استقرار عدالت در جامعه نمی‌شود. خویشتن‌داری از تندی در زبان، جزء آداب دعوت است (طباطبایی، ۱۳۹۰: ج ۱۴، ص ۱۵۴) و استفاده از زبان نصیحت باید با موقعیت متناسب باشد؛ چنان‌که زبان تبلیغ حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام در عین نرم بودن^۲، قاطعانه بود^۳ (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ج ۱۳، ص ۲۳۲). تمام انبیا در ابتدای امر، با زبان نصیحت اقدام کردند و به تدریج با جذب نیرو، تربیت افراد مؤمن و تجهیز قوا قدرت خود را افزایش دادند و سپس در این مرحله، با زبان قدرت با دشمنان توحید و بشریت سخن گفتند؛ همانند حضرت پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ که بعد از تشکیل حکومت اسلامی در مدینه، به قرائت آیات قرآن کریم برای مردم و حتی دشمنان بسنده نکردند، بلکه با زورگویان و قدرت‌طلبان فاسد، معارضة و مبارزه کردند (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۱: <http://farsi.khamenei.ir/newspart-index?npt=7&p=72#5851>). همین‌الگو در عدالت جهان‌شمول موعود در دولت مهدوی نیز وجود خواهد داشت؛ زیرا عدالت با موعظه صرف به دست نمی‌آید؛ چنان‌که آیت‌الله خامنه‌ای در این زمینه می‌فرماید:

با زبان نصیحت، عدالت در هیچ نقطه عالم مستقر نمی‌شود. استقرار عدالت، چه در سطح جهان – آن‌طور که آن وارث انبیا انجام خواهد داد – و چه در همه بخش‌های دنیا، احتیاج به این دارد که مردمان عادل و انسان‌های صالح و عدالت‌طلب، قدرت را در دست داشته باشند و با زبان قدرت با زورگویان حرف بزنند. با کسانی که سرمست قدرت ظالمانه هستند، نمی‌شود با زبان نصیحت حرف زد؛ با آن‌ها باید با زبان اقتدار صحبت کرد (همان).

۱. «وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ» (حدید: ۲۵).

۲. «فَقُولَا لَهُ قَوْلًا لَّيِّنًا لَعَلَّهُ يَتَذَكَّرُ أَوْ يَخْشَى» (طه: ۴۴).

۳. «إِنَّا قَدْ أُوحِيَ إِلَيْنَا أَنَّ الْعَذَابَ عَلَىٰ مَنْ كَذَّبَ وَتَوَلَّى» (طه: ۴۸)؛ «قَالَ لَهُمْ مُوسَىٰ وَيْلَكُمْ لَا تَفْتَرُوا عَلَيَّ اللَّهُ كَذِبًا فَيُسْحِتْكُمْ بِعَذَابٍ وَقَدْ خَابَ مَنِ افْتَرَى» (همان: ۶۱).

وظیفه حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف تنها روشننگری و ارائه راه نیست، بلکه وظیفه مهم‌تر، اجرای قوانین الهی و به ثمر رساندن انقلاب تکاملی اسلام، و رساندن به مقصد و ایصال به مطلوب است. بر این اساس، منظور از قیام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف به سیف، همان اتکا بر قدرت است تا گمان نشود این مصلح بزرگ آسمانی به شکل معلم، واعظ یا راهنمای مسائل اجتماعی ظاهر می‌شود و رسالت او تنها اندرز دادن مردم است؛ بلکه او رهبر دوران‌دیشی است که نخست از منطق بهره می‌برد و آن‌جا که گفتار حق سود نبخشد - در مورد بسیاری از زورگویان چنین خواهد شد - به قدرت متوسل می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۳۸۸: ص ۲۰۸-۲۰۹).

بنابراین، نفوذ اجتماعی انبیا در مقایسه با نفوذ اجتماعی دولت مهدوی، در دو عنصر زبان نصیحت و قدرت مشترک‌اند. این، نشان می‌دهد، از وظایف منتظران، پیگیری و تحقق این دو مؤلفه در مقابل زورگویان و زیاده‌طلبان و متجاوزان به حقوق انسان‌ها در جامعه است.

۲. اقناع مخاطب

در علوم ارتباطات، «اقناع» عبارت است از «نفوذ یافتن در مخاطبان، به منظور نیل به مقاصد خاصی با بررسی و ارزیابی افکار و احساسات آن‌ها، نیز تقویت یا تغییر دادن کنش دیگران» (مؤذنی، ۱۳۹۳: ص ۹۴). اقناع، فرآیندی ارتباطی است که هدف آن، نفوذ در گیرنده پیام است، برای قانع کردن افراد، به منظور گرایش به موضوعی خاص (مطرقی، ۱۳۹۳: ص ۱۱۱). بنابراین، تاکید بر «نفوذ یافتن در دیگران» نیز «تغییر رفتار دیگران» است. این فرآیند از منظر ارسطو متشکل از سه جذبه منطقی^۱، احساسی^۲ و شخصیتی^۳ است؛ عواملی که ردپای آن امروزه در رهبری کاریزماتیک^۴ - با تأکید بر ایجاد بینش‌ها و نگرش‌های جدید- و نئوکاریزماتیک^۵ یافت

1. Logos (Appealing to Logic)
2. Pathos (Appealing to Emotions)
3. Ethos (Appealing to Ethics, Morals and Character)
4. Charismatic leadership
5. Neo-charismatic leadership



می‌شود و آن بیش‌تر بر جنبه‌های ارتباطی، تأثیرگذاری مثبت، الگو بودن و توانایی نفوذ در دیگران، نوع دوستی و جذب دیگران تأکید می‌شود. همچنین، ویژگی‌هایی مانند حساسیت نسبت به نیازهای افراد، ارزیابی محیط و توجه به محدودیت‌ها و فرصت‌ها، ایجاد انگیزه، ترسیم آینده روشن و ایجاد خوش بینی را شامل می‌شود (مظفری پور، ۱۳۹۵: ص ۱۴۰).

در بخش منطقی، فرد اقناع‌گر از دانش و تخصص خود استفاده و همزمان با برانگیختن احساسات مخاطب در جلب نظر وی سعی می‌کند. عنصر دیگر، شخصیت و جایگاه فرد بر کیفیت دریافت پیام‌های اقناعی مؤثر است (هیگینز و والکر^۱، ۲۰۱۲: ص ۱۹۴).

از آن‌جا که برهان عقلی حجت بالغه عمومی نیست، تنها برای فرزندان سودمند است و توده مردم توان درک براهین عقلی را ندارند. خداوند معجزه را در دستان انبیا قرار داد تا به عنوان آیه بینه برای همگان مفید باشد (جوادی آملی، ۱۳۹۴: ج ۶، ص ۵۷). بنابراین، انبیا، پیام‌های الهی را بهره‌گیری از زبان و فهم مشترک، در قالب‌های متفاوت و با هدف معرفت‌افزایی، برهان سازی و خرافه‌زدایی، همراه با تحریک احساسات به مخاطبان منتقل می‌کردند. تا از یک سو، خردمندان را بهره‌لازم برسانند و هم زمینه پذیرش را در توده مردم به وجود آورند.

«تحریک عواطف»، از جمله شیوه‌های مؤثر غیر مستقیم است که قرآن کریم برای ابلاغ پیام خود از آن بهره می‌برد (صادقی نیری، ۱۳۹۰: ص ۱۷۷)؛ مانند هشدار دادن مردم از تقسیم ناعادلانه ارث و تحریک عواطف پدری و تجسم فرزندان یتیم خود^۲، یا ایجاد احساس کراهت شدید از خوردن گوشت برادر برای گناه غیبت^۳. همچنین، قرآن کریم از طریق انگیزش عواطف، هنجارهای اخلاقی را بیان کرده است (حسینی، ۱۳۹۶: ص ۱۸-۱۹)؛ مانند تحریک احساسات

1. Higgins, Walker

۲. «وَلْيَخْشَ الَّذِينَ لَوْ تَرَكُوا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ ضَعَافًا خَافُوا عَلَيْهِمْ فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» (نساء: ۹).

۳. «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا... وَلَا يَغْتَبَ بَعْضُكُمْ بَعْضًا أَيُحِبُّ أَحَدُكُمْ أَنْ يَأْكُلَ لَحْمَ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ» (حجرات: ۱۲).

علیه شیطان برای مقابله با اغوای او^۱.

از عوامل مؤثر دیگر بر اقتناع مخاطب، وضعیت خاص اخلاق، سیرت و شخصیت فرد است. اشخاصی که دارای پایگاه اجتماعی متمایز و برتری باشند و از سوی دیگر، زمینه اجتماعی نیز آمادگی برای تغییر را داشته باشد، بی تردید فرد می تواند بر تغییرات اجتماعی تاثیر بسزایی داشته باشد (آب روشن، ۱۳۹۴: کد خبر ۱۸۸۹۹). بر این اساس، وجود سه جاذبه منطقی و احساسی در محتوای پیام قرآن کریم، نیز ایجاد پایگاه اجتماعی برتر با تشکیل حکومت، می توان نفوذ اجتماعی حضرت پیامبر ﷺ در مدینه را توجیه کرد. همچنین، نفوذ اجتماعی حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف با ارائه اسلام حقیقی با همان سیره رسول الله صلی الله علیه و آله و سلم^۲ (اربلی، ۱۳۷۹: ج ۲، ص ۴۷۲ ۹۶۵)، تحریک عواطف با شعار «یا لثاراتِ الحسین» (ابن بابویه، ۱۳۷۸: ج ۱، ص ۲۹۹)؛ نیز تشکیل حکومت عدل جهانی^۳ (همان) را تحلیل کرد.

۳. تفاهم فرهنگی

«فرهنگ» دارای مؤلفه های متعددی است: جهان بینی، ارزش ها، الگوهای رفتاری و نمادها. این مؤلفه ها در فرهنگ جهانی، در قالب سه استراتژی تنوع یا پلورالیسم فرهنگی، یکسان سازی یا امپریالیسم فرهنگی و وحدت در عین کثرت نمود می یابد (ربانی، ۱۳۸۷: ص ۲۳۱-۲۳۳). از سوی دیگر، فرهنگ در عصر جهانی شدن مهدوی، هم به اشتراکات توجه دارد، هم به تفاوت های فرهنگی و این، در حالی است که هیچ کدام را برای رسیدن به دیگری از سر راه بر نمی دارد؛ زیرا تنوع فرهنگی موجب نشاط جامعه است. همچنین وجود عناصر وحدت بخش

۱. وَإِذْ قُلْنَا لِلْمَلَائِكَةِ اسْجُدُوا لِآدَمَ فَسَجَدُوا إِلَّا إِبْلِيسَ كَانَ مِنَ الْجِنِّ فَفَسَقَ عَنْ أَمْرِ رَبِّهِ أَفَتَتَّخِذُونَهُ وَذُرِّيَّتَهُ أَوْلِيَاءَ مِنْ دُونِي وَ هُمْ لَكُمْ عَدُوٌّ بِئْسَ لِلظَّالِمِينَ بَدَلًا ﴿كهف: ۵۰﴾؛ «إِنَّمَا يُرِيدُ الشَّيْطَانُ أَنْ يُوقِعَ بَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةَ وَالْبَغْضَاءَ فِي الْخَمْرِ وَالْمَيْسِرِ وَ يُصَدِّكُمْ عَنْ ذِكْرِ اللَّهِ وَ عَنِ الصَّلَاةِ فَهَلْ أَنْتُمْ مُنْتَهُونَ ﴿مائدة: ۹۱﴾.

۲. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «يَخْرُجُ رَجُلٌ مِنْ أَهْلِ بَيْتِي وَ يَعْمَلُ بِسُنَّتِي؛ إِذَا أَدْرَنَ اللَّهُ تَعَالَى لِقَائِمٍ فِي الْخُرُوجِ ... وَ أَنْ يَسِيرَ فِيهِمْ بِسُنَّةِ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ، وَ يَعْمَلُ فِيهِمْ بِعَمَلِهِ».

۳. قَالَ رَسُولُ اللَّهِ ﷺ: «يَخْرُجُ رَجُلٌ مِنْ أَهْلِ بَيْتِي ... تَمَلَّأَ بِهِ الْأَرْضُ عَدْلًا كَمَا مِلَّتْ ظُلْمًا وَ جَوْرًا».

فرهنگی در جامعه سبب می‌شود همه افراد در یک مسیر دارای انسجام و همبستگی اجتماعی گام بردارند (ملکی، ۱۳۹۲: ص ۴۰). بنابراین، مراد از تفاهم فرهنگی، ایجاد تعامل و فهم مشترک بر اساس باورها، ارزش‌ها در بستر جامعه و الگوی‌های رفتاری و نماد در لایه بیرونی است.

یکی از ملاک‌های مقبولیت و نفوذ اجتماعی اولیه انبیا، هم‌زبانی و تفاهم فرهنگی با مردم است^۱ (جوادی آملی، ۱۳۹۴: ج ۶، ص ۴۱)؛ یعنی پیامبران به عنوان سامان دهنده امور دینی، اجتماعی، سیاسی و فرهنگی مؤمنان در میان قوم خود زندگی می‌کردند، و تافته جدا بافت‌های نبودند؛ چنان‌که در قرآن کریم تعبیر «برادر» در مورد ایشان نسبت به قوم خود وجود دارد و همین نکته نشان دهنده ارتباط نزدیک رهبران الهی با مردم خویش است. این ارتباط به قدری نزدیک بوده که گاهی برای برخی افراد تشخیص را مشکل می‌کرد. از منظر روانشناسی، انسان همواره کسانی را که می‌شناسد و با آن‌ها انس و الفت دارد، به صورت معمول به آن‌ها می‌نگرد و اگر یکی از آن‌ها يك دفعه به مقام مهمی رسید و برجستگی خاصی پیدا کرد، پذیرش آن برای او دشوار است؛ به خصوص اگر دوران کودکی و ناتوانی آن شخص را هم دیده باشد. این همان است که از آن به «حجاب معاصرت» یاد می‌شود (جعفری، ۱۳۷۶: ج ۴، ص ۱۱۷).

پیامبران با امت‌های خود در فرهنگ و زبان مشابهت داشتند. لذا دارای درجاتی از مقبولیت و در نتیجه نفوذ اجتماعی بودند. چه کار کنیم تا عصر ظهور، مردم جهان از طریق مفاهمه مشترک جهانی، با امام همراه شوند؟ این فرهنگ مشترک از طریق فرهنگ عاشورا قابل اجرا است. تجمع اربعین و جهانی‌سازی مفهوم عاشورا و شناساندن امام حسین عَلَيْهِ السَّلَام موجب مفاهمه مشترک جهانی می‌شود. بنابراین، در زمان پیامبران، هم در عصر ظهور، مردم باید با رهبران الهی فهم مشترک داشته باشند. در این مقایسه، مولفه فهم مشترک به عنوان یکی از مولفه‌های نفوذ اجتماعی در طرح انبیا و هم در طرح عصر ظهور یافت می‌شود.

در فرهنگ تشیع، این ارتباط دائمی و مستمر نیز در مورد حضور حضرت حجت عَلَيْهِ السَّلَام وجود دارد؛ به گونه‌ای که از حضور ایشان به «خورشید پشت ابر» تعبیر شده است (مجلسی، ۱۴۰۳:

۱. «وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ» (ابراهیم: ۴).

ج ۵۲، ص ۹۲)؛ چنان که نور، حرارت و تمام فواید خورشید، حتی اگر پشت ابر باشد، مستمر است.

بر اساس روایات، راهکاری برای ایجاد فرهنگ متفاهم مشترک جهانی، برای درک دولت جهانی حضرت حجت عجل الله تعالی فرجه الشریف بیان شده است؛ چرا که دولت جهانی «و يَبْلُغُ سُلْطَانُهُ الْمَشْرِقَ وَ الْمَغْرِبَ» (ابن بابویه، ۱۳۹۵: ج ۱، ص ۲۸۰)؛ باید مفاهم جهانی نیز ایجاد کند. یکی از این مفاهیم مشترک، پر رنگ کردن حق طلبی و صلح طلبی از مجرای پیام عاشورا و تبلیغ امام حسین عجل الله تعالی فرجه الشریف است؛ چرا که این مفهوم به قدری فراگیر خواهد شد که امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف با جد بزرگوارشان خود را به مردم خواهند شناساند (یزدی حائری، ۱۴۲۲: ج ۲، ص ۲۳۳) و شعارشان «یا لثارات الحسین» است (ابن بابویه، ۱۳۷۶: ص ۱۳۰). موج پیام عاشورا در قالب اربعین، در سال‌های اخیر به صورت چشمگیری افزایش داشته است؛ به گونه‌ای که از بزرگ‌ترین، گسترده‌ترین و عظیم‌ترین تجمع بشری در تاریخ جهان و از جمله در مراسم پیاده‌روی اربعین سال ۱۳۹۸ رقم خورد. بر اساس آمار غیررسمی، ۲۱ میلیون نفر طی پنجم تا بیستم ماه صفر (چهارم تا نوزدهم اکتبر ۲۰۱۹) شرکت کردند که ۱۷ میلیون نفر آن‌ها شهروندان عراقی از داخل و خارج این کشور یعنی حدود ۴۰ درصد ساکنان عراق یا حدود ۷۵ درصد جمعیت شیعیان این کشور بودند. هزاران مسلمان اهل سنت، همچنین مسیحی و صابئان در اربعین ۱۳۹۸ حضور داشتند (خبرگزاری تسنیم، ۱۳۹۸: <https://tn.ai/2124033>).

بر این اساس، یکی از راه‌های مهیا کردن نفوذ اجتماعی امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف و زمینه‌سازی برای ایجاد دولت مهدوی، از طریق معرفت‌بخشی و انتشار پیام عاشورا است، تا از این رهگذر تفاهم فرهنگی بین تمام آزادی‌خواهان جهان حول محور مشترک و الگوی اکمل امام حسین عجل الله تعالی فرجه الشریف شکل بگیرد.

۴. اعتمادسازی

یکی از روش‌های نفوذ اجتماعی، «ایجاد اعتماد» بین شخص و مخاطبان است. اعتماد، یکی

۱. امام مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف: «أَمَّا وَجْهُ الْإِنْتِفَاعِ فِي فِي غَيْبَتِي فَكَالْإِنْتِفَاعِ بِالسَّمْسِ إِذَا غَيَّبَهَا عَنِ الْأَبْصَارِ السَّحَابُ».

از عناصر کلیدی در توسعه مناسبات اجتماعی است (مجدی، ۱۳۸۵: ص ۳۰۳). انبیا عَلَيْهِمُ السَّلَامُ نیز در این زمینه از راه‌های مختلفی در ایجاد اعتماد سعی داشتند: علم راستین، خیرخواهی و استفاده از نیروهای فرا طبیعی.

۴-۱. علم راستین

صدق حدیث^۱، پیش بینی حوادث آینده^۲ و اخبار از غیب^۳؛ همواره نشانه علم الهی انبیا و امامان عَلَيْهِمُ السَّلَامُ بوده و خبر از جایگاه ولایتی ایشان می‌داد؛ چه این که امام صادق عَلَيْهِ السَّلَامُ نیز می‌فرماید: «خداوند هیچ پیامبری را مبعوث نکرد، جز با راستی و امانت‌داری نسبت به نیکوکار و بدکار»^۴ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۷۱، ص ۲). همچنین در طول تاریخ شیعه، بسیاری از شیعیان به واسطه علم امام، به حقانیت جانشینی و خلافت امام پی می‌بردند؛ به طوری که دسته‌ای از روایات، پرسش از امام درباره احکام الهی را طریق معرفت او می‌دانند (کلینی، ۱۴۰۷: ج ۱، ص ۲۸۵). بنابراین، پرسش و پاسخ از حلال و حرام الهی و معارف قرآن، سخن گفتن به زبان‌های مختلف، خبر از باطن افراد یا زمان مرگ ایشان از راه‌های مهم برای تشخیص امام زمان عَلَيْهِ السَّلَامُ بوده است (صادقی کاشانی، ۱۳۹۴: ص ۵۷). بر این اساس، امامان عَلَيْهِمُ السَّلَامُ از علم خود برای اعتماد سازی در مخاطب استفاده می‌کردند. در عصر ظهور نیز علم به حد اعلای خود خواهد رسید که می‌توان گفت این نشانه موجب باورمندی مردم به حقانیت دولت مهدوی خواهد بود؛ چنان که طبق روایت امام صادق عَلَيْهِ السَّلَامُ علم ۲۷ حرف است. همه معارفی که پیامبران آورده‌اند، دو حرف است. مردم تا امروز بیش از این دو حرف را نشناخته‌اند. پس، زمانی که قائم



۱. «وَأَذْكَرُ فِي الْكِتَابِ إِسْمَاعِيلَ إِنَّهُ كَانَ صَادِقَ الْوَعْدِ وَكَانَ رَسُولًا نَبِيًّا» (مریم: ۵۴).

۲. «غَلَبَتِ الرُّومُ، فِي أَدْنَى الْأَرْضِ وَهُمْ مِنْ بَعْدِ غَلَبِهِمْ سَيَغْلِبُونَ، فِي بَضْعِ سِنِينَ لِلَّهِ الْأَمْرُ مِنْ قَبْلُ وَمَنْ بَعْدُ وَيَوْمَئِذٍ يَفْرَحُ الْمُؤْمِنُونَ» (روم: ۲-۴).

۳. «وَأَتَيْنَاكُمْ بِمَا تَأْكُلُونَ وَمَا تَدَّخِرُونَ فِي بُيُوتِكُمْ» (آل عمران: ۴۹)؛ «ذَلِكَ مِنْ أَنْبَاءِ الْغَيْبِ نُوحِيهِ إِلَيْكَ» (یوسف: ۱۰۲).

۴. «إِنَّ اللَّهَ لَمْ يَبْعَثْ نَبِيًّا إِلَّا بِصِدْقِ الْحَدِيثِ وَادَاءِ الْأَمَانَةِ إِلَى الْبَرِّ وَالْفَاجِرِ».

ما قیام کند، ۲۵ حرف دیگر را ظاهر و با آن دو حرف قبلی ضمیمه و در بین مردم منتشر می‌کند^۱ (حلی، ۱۴۲۱: ص ۳۲۰).

۴-۲. خیرخواهی عالمانه

طبق آیه شریفه ۶۲ اعراف، «تبلیغ» در کنار دو عنصر «خیرخواهی» و «علم» متصور است^۲ و تعبیر «إنصاح» در مورد سخنانی به کار می‌رود که از روی نهایت خلوص نیت، خیرخواهی و بدون تقلب، فریب و تزویر گفته می‌شود (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ج ۶، ص ۲۲۱).

قرآن کریم تعدادی از پیامبران: حضرت پیامبر ﷺ^۳، حضرت نوح^۴، حضرت هود^۵، حضرت صالح (شعراء: ۱۴۳-۱۴۵)، حضرت لوط (همان: ۱۶۲-۱۶۴)، حضرت شعیب (همان: ۱۷۸-۱۸۰) و دو پیامبر فرستاده حضرت مسیح ﷺ^۶ (طبرسی، ۱۳۷۲: ج ۸، ص ۶۵۴)؛ را یاد کرده که از مردم اجرتی درخواست نکردند و گفتند: که اجر و مزدشان همان پاداش خداوندی است. بر اساس این آیات، مطالبه مزد رسالت از جانب ایشان نفی و آن ویژه خداوند شمرده شده است. با این حال در برخی از آیات^۷، برای رسالت حضرت پیامبر ﷺ^۸، از مردم درخواست اجر شده است. پژوهشگران

۱. «الْعِلْمُ سَبْعَةٌ وَ عِشْرُونَ حَرْفًا فَجَمِيعُ مَا جَاءَتْ بِهِ الرُّسُلُ حَرْفَانِ فَلَمْ يَعْرِفِ النَّاسُ حَتَّى الْيَوْمِ غَيْرَ الْحَرْفَيْنِ فَإِذَا قَامَ قَائِمُنَا أَخْرَجَ الْخُمْسَةَ وَالْعِشْرِينَ حَرْفًا فَبَيَّنَّهَا فِي النَّاسِ وَ صَمَّ إِلَيْهَا الْحَرْفَيْنِ حَتَّى بَيَّنَّهَا سَبْعَةً وَ عِشْرِينَ حَرْفًا».

۲. «أَبْلَغُكُمْ رَسُولَاتِ رَبِّي وَأَنْصَحُ لَكُمْ وَأَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ» (اعراف: ۶۲).

۳. «أَمْ تَسْأَلُهُمْ أَجْرًا فَهُمْ مِنْ مَغْرَمٍ مُثْقَلُونَ» (طور: ۴۰ و قلم: ۴۶)؛ «مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ وَمَا أَنَا مِنَ الْمُتَكْفِينِ» (ص: ۸۶)؛ «قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ» (انعام: ۹۰).

۴. «فَإِنْ تَوَلَّيْتُمْ فَمَا سَأَلْتُكُمْ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى اللَّهِ» (يونس: ۷۲)؛ «وَيَا قَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مَالًا إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى اللَّهِ» (هود: ۲۹)؛ «إِنِّي لَكُمْ رَسُولٌ أَمِينٌ فَاتَّقُوا اللَّهَ وَأَطِيعُوا أَمْرًا عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى رَبِّ الْعَالَمِينَ» (شعراء: ۱۰۷-۱۰۹).

۵. «يَقَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى الَّذِي فَطَرَنِي أَفَلَاتَعْقِلُونَ» (هود: ۵۱) و (شعراء: ۱۲۵-۱۲۷).

۶. «اتَّبِعُوا مَن لَّا يَسْأَلُكُمْ أَجْرًا وَهُمْ مُهْتَدُونَ» (يس: ۲۱-۱۴).

۷. «قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ» (شوری: ۲۳)؛ «قُلْ مَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مِنْ أَجْرٍ إِلَّا مَنْ شَاءَ أَنْ يَتَّخِذَ إِلَىٰ رَبِّهِ سَبِيلًا» (فرقان: ۵۷)؛ «قُلْ مَا سَأَلْتُكُمْ مِنْ أَجْرٍ فَهُوَ لَكُمْ إِنْ أَجْرِي إِلَّا عَلَى اللَّهِ» (سبأ: ۴۷).



براین باورند که پاداش رسالت پیامبر ﷺ، همان اظهار مودت به اهل بیت علیهم السلام است (حاجی اسماعیلی، ۱۳۹۲: ص ۷۵). برخی از مفسران عدم مطالبه پاداش رسالت از سوی انبیا را نشانه صدق دعوت انبیا می‌دانند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ج ۱۸، ص ۳۵۰ و صادقی تهرانی، ۱۴۰۶: ج ۲۵، ص ۳۷). برخی نیز معتقدند آنچه شاهد صدق دعوت انبیاست، صرفاً محتوای دعوت است (مدرسی، ۱۴۱۹: ج ۱۱، ص ۱۱۵). فارغ از این مسئله، قرآن کریم با بیان این مطلب، در ترغیب جامعه برای پذیرش سخن انبیا سعی دارد؛ تا مردم به خاطر قبول دعوت حق، احساس خسارت مادی نکنند. لذا پیامبران از ناحیه نصح وارد می‌شدند (زمخشری، ۱۴۰۷: ج ۴، ص ۱۰)؛ چه این که گفته شده بنیادی‌ترین و مهم‌ترین شیوه احیای اطمینان نسبت به سازمان‌ها، آن است که تمهیداتی فراهم شود تا هزینه کم‌تری بر جامعه تحمیل گردد (دانایی فرد، ۱۳۸۹: ص ۲۸۹). بنابراین، صرف هزینه و بار مالی مانعی برای جذب مخاطب خواهد بود. بر این اساس، انبیا با حذف مسائل مادی، این اطمینان را به مخاطب خود می‌دهند که به دنبال منفعت‌های شخصی خود نیستند، بلکه صرفاً از روی اخلاص و خیرخواهی مردم را ارشاد می‌کنند و در این راه شکنجه‌های بسیاری را نیز متحمل شدند؛ چنان که حضرت عیسی علیهِ السلام فرمودند: «دینار، بیماری دین است و عالم، طبیب دین. پس اگر طبیبی را دیدید که بیماری را به سوی خود می‌کشد، به او بدگمان باشید و بدانید که او خیرخواه دیگری نیست» (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۲، ص ۱۰۷). لذا یکی از شیوه‌های اعتمادسازی برای مبلغان مذهبی، به منظور زمینه‌سازی برای عصر ظهور از این مسیر می‌گذرد که این مهم، وظیفه افراد و سازمان‌های دینی را سنگین‌تر می‌کند. همان‌طور که در طرح تبلیغی انبیا علیهم السلام، این خیرخواهی عالمانه - برای تحقق نفوذ اجتماعی - وجود داشته است؛ این عنصر برای زمینه‌سازی حکومت مهدوی لازم است. نهادهای حوزوی با انجام دادن اعمال خیرخواهانه موجب تغییر نگاه جامعه و در نتیجه آمادگی مردم برای پذیرش

۱. «الدِّينَارُ دَاءُ الدِّينِ، وَ الْعَالِمُ طَبِيبُ الدِّينِ؛ فَإِذَا رَأَيْتُمُ الطَّبِيبَ يَجْرُ الدَّاءَ إِلَى نَفْسِهِ فَاتَّهَمُوهُ، وَعَلَمُوا أَنَّهُ غَيْرُ نَاصِحٍ لِعَبِيرِهِ».

حکومت مهدوی می‌شوند تا خود آن‌ها نیز به عنوان عضو فعال برای زمینه‌سازی ظهور شوند.^۱

۳-۴. استفاده از نیروهای فراطبیعی

برخی انسان‌ها با بررسی دعوت پیامبر به صحت آن پی می‌برند و به آن ایمان می‌آورند؛ یا با تأمل در حال مدعی نبوت، به درستی دعوی وی مطلع شده، او را به عنوان پیامبر می‌شناختند و به او ایمان می‌آورند؛ بدون این که معجزه طلب کنند؛ اما توده مردم ابتدا با اعجاز صدق دعوی را ثابت می‌کردند و سپس دعوت را می‌پذیرفتند (جوادی آملی، ۱۳۹۴: ج ۶، ص ۵۸)؛ چه این که معجزه یک ضرورت دفاعی است و نه تبلیغی؛ زیرا طبق آیات قرآن کریم، هیچ یک از انبیا دعوت خود را از روز نخست با معجزه آغاز نکرد؛ ولی هنگامی که با منکران روبه‌رو می‌شد، معجزه می‌آورد (معرفت، ۱۳۹۰: ص ۲۹۰). بنابراین، استفاده از معجزه برای هدایت مردم، امری تبعی است، نه ذاتی؛ چرا که انسانی که فطرتش را غبار نگرفته باشد، روح حق طلب وی، با شنیدن دعوت انبیا آن را می‌پذیرد. از این رو، پیامبران به اذن الهی با خرق عادت، اعتماد مردم مردد یا مخالفان را جلب می‌کردند؛ مانند ایمان آوردن ساحران در ماجرای موسی علیه السلام و فرعون، با این که با آمادگی کامل و گرفتن وعده‌های حکومتی، در میدان رقابت حاضر شده بودند، به حدی که به شهادت ایشان به شکل مثله شدن منجر می‌شد (اعراف: ۱۰۷-۱۲۶).

در عصر ظهور نیز، طبق طرح کلی هدایتی انبیا و امامان علیهم السلام، معجزه و کرامت کاربرد خواهد داشت؛ حتی در مرتبه بالاتر از قبل؛ چه این که امام صادق علیه السلام در این مورد می‌فرماید: «هیچ

۱. نمونه‌هایی از این اعمال خیرخواهانه در قالب فعالیت‌های جهادی طلاب در حوادث مترقبه و کمک‌رسانی‌ها، مانند بیماری کووید ۱۹ انجام گرفته و گزارش‌های متعددی از سوی مراکز حوزی ارائه شده است. ر.ک: طلاب جهادی با بیش از ۸۰۰ خبردرخبرگزاری حوزه نیوز،

<https://www.hawzahnews.com/tag/%D8%B7%D9%84%D8%A7%D8%A8+%D8%AC%D9%87%D8%A7%D8%AF%DB%8C>،

<https://www.iribnews.ir/fa/news/2913622/>،

تشریح فعالیت‌های فرهنگی جامعه الزهراء علیها السلام در مقابله با شیوع کرونا <http://jz.ac.ir/post/5809>، مشارکت طلاب در

تغییل اموات مبتلا به کرونا <https://www.mashreghnews.ir/photo/1060138>.

معجزه‌ای از معجزات پیامبران اوصیا نمی‌ماند؛ مگر آن که خداوند عزوجل آن را به دست قائم ما تکرار می‌کند تا حجت بر دشمنان تمام گردد»^۱ (حر عاملی، ۱۴۲۵: ج ۵، ص ۳۲۸). همچنین، حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف در کنار استفاده از معجزه، از ابزارهای دیگری چون تکنولوژی نیز بهره می‌برند (مکارم شیرازی، ۱۳۸۸: ص ۲۰۸-۲۰۹). بنابراین، حضرت مهدی عجل الله تعالی فرجه الشریف مانند سیره انبیا و امامان علیهم السلام، از معجزه و کرامت برای جلب قلوب استفاده می‌کنند، با این تفاوت که معجزات به حد اعلا به همگان نشان داده می‌شود، علاوه بر این، از تمدن و پیشرفت‌های روز بهره برداری می‌کنند.

۵. مهندسی ذهن تجربی مخاطب

کارآمدترین روش در تعلیم و تربیت انسان‌ها، عامل بودن مربی به گفته‌های خود است. رمز توفیق انبیا و امامان معصوم علیهم السلام در امر تبلیغ دین، شیوه رفتاری آن بزرگواران است (پاک‌نیا، ۱۳۸۷: ص ۶۸). اساس این کار، در علم روان‌شناسی اجتماعی به تاثیر ذهن مخاطب در اتخاذ تصمیم و نحوه‌ی یادگیری مرتبط است. ذهن مخاطب بر اساس تعامل دو بخش تصمیم‌گیری می‌کند: «ذهن منطقی^۲» و «ذهن تجربی^۳». ذهن منطقی به واقعیت، برنامه‌ریزی و دانش گرایش دارد؛ اما ذهن تجربی واکنش پذیر است و حقایق را اغراق شده یا غیرطبیعی می‌بیند (لینهان^۴، ۱۹۹۳: ص ۶۳-۶۵). همچنین ذهن منطقی با قدرت نفس، اعتقادات اساسی و نوعی محافظه‌کاری رابطه مستقیمی دارد؛ اما ذهن تجربی برون‌گرا بر اساس روابط عاطفی است و با تفکر قاطع رابطه معکوس دارد (پاسینی و اپستین^۵، ۱۹۹۹: ص ۹۷۲). از تعامل صحیح این دو

۱. و قال: «حدثنا أحمد بن محمد بن أبي نصر عن حماد بن عيسى عن عبد الله بن أبي يعفور قال: قال أبو عبد الله جعفر بن محمد عليه السلام: ما من معجزة من معجزات الأنبياء والأوصياء إلا ويظهر الله تبارك وتعالى مثلها في يد قائمنا لإتمام الحجّة على الأعداء».

2. Rational mind
3. Experimental mind
4. Linehan
5. Pacini, R, & Epstein



حالت ذهن، ذهن خرد ورز^۱ که حالت ایده‌آل است، شکل می‌گیرد و در آن تصمیمات منطقی است؛ در عین حال احساسات و نیازهای عاطفی نیز پاسخ داده می‌شود و شخص در نهایت تمرکز و رضایت است (پره‌آ و دیگران^۲، ۲۰۱۵: ص ۳). بنابراین، ذهن منطقی برهان ارائه شده از سوی فرد را می‌بیند؛ اما ذهن تجربی، به عمل فرد توجه دارد. یکی از روش‌های نفوذ در مخاطب، کنترل و مدیریت ذهن تجربی مخاطب است. لذا زمانی که مخاطب با برهان قانع نمی‌شود، یا اصلاً به آن توجهی ندارد، یا سطح درک او با برهان تناسب ندارد، بلکه صرفاً بر اساس ذهن تجربی، فقط به آنچه می‌بیند، توجه دارد؛ باید طریقه‌ای در پیش گرفت تا انتقال پیام و فهم از طریق همان ذهن تجربی حاصل شود. برای مثال در یک نمایش ظاهری، یا ارائه مطلب در شرایط محیطی جدید همراه با تغییر روابط عاطفی و شکستن فضای موجود. پیامبران نیز در روش‌های تبلیغی خود، غیر از به کارگیری روش‌های مستقیم، از شیوه‌های غیرزبانی و غیرمستقیم نیز افراد را توجیه می‌کردند. از این باب در تفاسیر، در مورد رفتارهای انبیا به عناوین مختلفی یاد شده است؛ مانند استدلال به طریق ۱. جدل یا محاجه به زبان خصم: پرستش ستاره، ماه و خورشید توسط حضرت ابراهیم علیه السلام^۳ برای مخاطبی که با تجربه ذهنی‌اش دریافته اجرام آسمانی فانی‌اند (طباطبایی، ۱۳۹۰: ج ۷، ص ۱۷۵)؛ ۲. تنبیه به طریق نوعی تظاهر^۴: تظاهر خشونت‌آمیز حضرت موسی علیه السلام با برادرش، هارون، برای متنبه کردن قوم با بیانی غیرمستقیم وسیله‌ای برای بیدار کردن بنی‌اسرائیل بود (طیب، ۱۳۶۹: ج ۹، ص ۸۸؛ مکارم، ۱۳۷۱: ج ۱۳، ص ۲۸۴ و نادری، ۱۳۹۱: ج ۱۲، ص ۴۷-۴۸)؛ ۳. صحنه‌سازی: توصیف صوری بنیامین با

1. Wise mind

2. Perera U.S.M. et al.

۳. «فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَىٰ كَوْكَبًا قَالَ هَٰذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَا أَحِبُّ الْآفِلِينَ. فَلَمَّا رَأَى الْقَمَرَ بَازِعًا قَالَ هَٰذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَيْسَ لَمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ. فَلَمَّا رَأَى السَّمْسَ بَازِعَةً قَالَ هَٰذَا رَبِّي هَٰذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يُقَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ» (انعام: ۷۶-۷۸).

۴. «وَرُوِيَ عَنْهُ عليه السلام أَنَّهُ قَالَ: «إِنَّ الْقُرْآنَ نَزَلَ جَمِيعُهُ عَلَى مَعْنَىٰ إِيَّاكَ أَعْنِي وَ اِسْمَعِي يَا جَارَةَ» (ابن ابی جمهور، ۱۴۰۵: ج ۴، ص ۱۱۵).

خطاب سارق برای مصالح بالاتر توسط حضرت یوسف علیه السلام (طباطبایی، ۱۳۹۰: ج ۱۱، ص ۲۲۲)؛

۴. همراهی با مردم برای ارشاد ایشان: دعای حضرت موسی علیه السلام برای رؤیت خدا^۱ به خاطر درخواست مردم. بر اساس روایت امام رضا علیه السلام (حویزی، ۱۴۱۵: ج ۲، ص ۶۴ و ۶۵) دلیلی که موجب شد موسی علیه السلام برخلاف عقیده باطنی با قوم خود همراهی کند، ارشاد ایشان بود تا پاسخ وحی را از موضع ایشان بگیرد. این موارد نشان دهنده وجود سیره‌ای خاص در زمینه شیوه تربیت مردم است؛ به طوری که مردم سخن پیامبر الهی را می‌پذیرند. از این بین، نمونه‌های مشابهت بسیاری بین بعثت احمدی و ظهور مهدوی وجود دارد و روایات متعددی بر سیره یکسان در هر دو دوره دلالت می‌کند: «سُنَّتُهُ سُنَّتِي يُقِيمُ النَّاسَ عَلَىٰ مِلَّتِي وَ شَرِيْعَتِي» (ابن بابویه، ۱۳۹۵: ج ۲، ص ۴۱۱). رفتار و حرکات حضرت حجت عجل الله تعالی فرجه الشریف نیز در عصر ظهور در معرض دید عموم قرار خواهد داشت و بهترین شیوه تعلیم عملی معارف قرآن خواهد بود. امام رضا علیه السلام در مورد ویژگی‌های امام می‌فرماید: «امام آنچه به مردم فرمان می‌دهد، خود بیش از دیگران به آن عمل می‌کند، و از آنچه مردم را از آن نهی کند، خود بیش از همگان از آن می‌پرهیزد»^۲ (طبرسی، ۱۴۰۳: ج ۲، ص ۴۳۷). علت اثرمندی این شیوه، همان است که در روایات نیز به آن اشاره شده است. امام صادق علیه السلام فرمودند: «مردم را به غیر از زبان‌تان به دین دعوت کنید، تا کوشش و درستی و خویشتن‌داری را از شما مشاهده کنند»^۳ (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۶۷، ص ۳۰۹). تغییر ذهن تجربی مخاطب، همان طور که در ابتدای تعریف آن آمده است، فقط با حضور در بین مردم قابل اعمال است و این امر قبل از استقرار حکومت مهدوی قابل تحقق نیست؛ اما از آن‌جا که مهندسی ذهن مخاطب اصلی قابل اجرا در همه ادوار است و تفاوت‌هایی که به اقتضای خاص پدید می‌آید، امری طبیعی و قابل پذیرش است. از سوی دیگر، با رشد عقلی مردم در حکومت مهدوی: «إِذَا قَامَ قَائِمُنَا وَضَعَ يَدَهُ عَلَىٰ رُؤُوسِ الْعِبَادِ فَجَمَعَ بِهَا عُقُولَهُمْ» (راوندی، ۱۴۰۹: ج ۲،

۱. «وَلَمَّا جَاءَ مُوسَىٰ لِمِيقَاتِنَا وَكَلَّمَهُ رَبُّهُ قَالَ رَبِّ أَرِنِي أَنظُرَ إِلَيْكَ قَالَ لَنْ نَرَاكَ» (اعراف: ۱۴۳).

۲. «وَرُوِيَ عَنِ الْحَسَنِ بْنِ عَلِيٍّ بْنِ فَضَّالٍ عَنْ أَبِي الْحَسَنِ عَلِيِّ بْنِ مُوسَى الرَّضَا علیه السلام أَنَّهُ قَالَ: «لِلْإِمَامِ عَلَامَاتٌ ... يَكُونُ أَخَذَ النَّاسِ بِمَا يَأْمُرُهُمْ بِهِ وَ أَكْفَ النَّاسِ عَمَّا يَنْهَىٰ عَنْهُ».

۳. قَالَ لِي أَبُو عَبْدِ اللَّهِ علیه السلام: «كُونُوا دُعَاةَ النَّاسِ بِغَيْرِ أَلْسِنَتِكُمْ لِيُرُوا مِنْكُمْ الْإِجْتِهَادَ وَ الصِّدْقَ وَ الْوَرَعَ».

ص ۸۴۰) و در نتیجه افزایش تعامل ذهن منطقی با ذهن تجربی، ایجاد ذهن خرد ورز قابل توجیه است.

۶. مشارکت مردم

دخالت دادن مردم در امور دینی، فرهنگی، سیاسی و اجتماعی از سوی رهبران دینی، موجب نفوذ اجتماعی و در نتیجه تغییر نگرش و عملکرد از سوی مردم، نیز پایبندی بیش تر ایشان به تصمیمات و نتایج آن خواهد شد؛ مانند مشورت حضرت پیامبر ﷺ در جنگ خندق (واقعی، بی تا: ج ۲، ص ۴۴۵). پیامبران تدبیری می اندیشند تا خود مردم، عدل را برپا کنند؛ چون طبق فرمایش قرآن کریم، انبیا برای هدایت مردم مبعوث شدند تا به دست خویش اقامه قسط کنند؛^۱ یعنی اقامه، استمرار، پذیرش و تعهد به نتایج عدل بدون مشارکت مردم امکان پذیر نیست.

یکی از این موارد در قصص انبیا، دخالت دادن قوم برای مشاهده، وقوع معجزه یا حفظ آثار آن، موجب همکاری بیش تر جامعه با پیامبر و در نتیجه پذیرش بهتر معجزه و رسیدن به هدف هدایتی را شامل می شود. برای مثال، مشارکت بنی اسرائیل در رخداد معجزه بقره زرد رنگ، گرچه غالب کتاب های تفسیری در این مورد به بهانه گیری و لجاجت در آیات مورد بحث اشاره می کنند؛ حضور مردم در ایجاد این معجزه موجب شد تا دیگر بحث و جدلی بعد از آن صورت نگیرد و همه حقیقت را بپذیرند؛ در حالی که از قوم بهانه گیری مانند بنی اسرائیل انتظار دیگری می رفت؛ چه این که افراط در توجیه گیری، بهانه جویی و دلیل تراشی در ضمن رفتارهای قوم بنی اسرائیل در قرآن کریم بیان شده است. خداوند در آیات متعددی گزارش می کند که بنی اسرائیل برای فرار از همراهی با حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام مدام بهانه تراشی می کردند. گاه با اشاره به وضعیت خود در سرزمین مصر، او را سرزنش می کردند که چرا آنان را به سوی فلسطین آورده است و گاه دیگر، به خاطر وحشت از مبارزه با کنعانیان که حاصل عادت سال ها به خوی بردگی بود (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱: ج ۴، ص ۳۴۱)؛ می گفتند ما اهل جنگ نیستیم و خودت با خدایت و با

۱. ﴿لَقَدْ أَرْسَلْنَا رُسُلَنَا بِالْبَيِّنَاتِ وَأَنْزَلْنَا مَعَهُمُ الْكِتَابَ وَالْمِيزَانَ لِيَقُومَ النَّاسُ بِالْقِسْطِ وَأَنْزَلْنَا الْحَدِيدَ فِيهِ بَأْسٌ شَدِيدٌ وَمَنَافِعُ لِلنَّاسِ وَلِيَعْلَمَ اللَّهُ مَن يَنْصُرُهُ وَرُسُلَهُ بِالْغَيْبِ إِنَّ اللَّهَ قَوِيٌّ عَزِيزٌ﴾ (حدید: ۲۵).

کنعانیان ساکن فلسطین بجنگ و آنان را از سرزمین قدس بیرون کن.^۱ بنی اسرائیل بهانه جویی را سازکاری برای فرار از مسئولیت قرار می‌دادند؛ مانند پیمان شکنی و نقض عهد^۲، عدم شرکت در جهاد برای فتح سرزمین مقدس^۳، عدم رعایت حرمت روز شنبه^۴، عدم اطاعت از رهبر با نوشیدن بیش از حد آب^۵، بهانه تراشی در بیان اوصاف گاو در ماجرای گاو بنی اسرائیل^۶؛ البته گفته شده است که این بهانه‌ها از سوی قاتل مطرح می‌شد (فخر رازی، ۱۴۲۰: ج ۳، ص ۵۴۴). در مجموع، بهانه جویی، یکی از موانع تأثیرگذار بر تصحیح افکار و رفتار فرد و جامعه است. جامعه‌ای که بهانه جویی از واکنش‌های اولیه آن‌ها باشد، به سختی می‌توان امیدوار بود که از رفتارهای نادرست خود دست بشوید؛ چرا که همیشه علتی برای رفتارهای سوء خود می‌تراشند. از این رو، یکی از روش‌هایی که موسی عَلَيْهِ السَّلَام به کار برد تا این بهانه جویی را خاموش کند تا در آخر کار – مانند بسیاری از معجزات دیگر – این معجزه را زیر سؤال نبرند؛ این بود که خود افراد را در وقوع معجزه دخالت داد تا گاوای که قرار است آیه باشد، از طرف خود مردم یافت شود؛ وگرنه این بهانه جویی‌ها بعد از معجزه هم به وقوع می‌پیوست؛ زیرا خود حضرت می‌توانست حیوانی را به آن‌ها نشان دهد تا آن را ذبح کنند. بنابراین، یکی از معدود رخدادهایی که بنی اسرائیل در نتیجه آن بهانه جویی نکرد و مورد پذیرش قرار گرفت؛ در این واقعه بود. سیر داستان در ماجرای بقره، برای نقل بهانه جویی‌های مداوم بنی اسرائیل است. سیاق داستان و عدم ذکر بهانه‌های دیگر

۱. «قَالُوا يَا مُوسَى إِنَّا لَن نَدْخُلُهَا أَبَدًا مَا دَامُوا فِيهَا فَادْهَبْ أَنْتَ وَرَبُّكَ فَقَتِلَا إِنَّا هَاهُنَا قَاعِدُونَ» (مانده: ۲۴).

۲. «وَلَقَدْ أَخَذَ اللَّهُ مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ... فَمَنْ كَفَرَ بَعْدَ ذَلِكَ مِنْكُمْ فَقَدْ ضَلَّ سَوَاءَ السَّبِيلِ، فِيمَا نَقَضْتُمْ مِيثَاقَهُمْ لَعَانَهُمْ وَجَعَلْنَا قُلُوبَهُمْ قَاسِيَةً يُحَرِّفُونَ الْكَلِمَ عَنْ مَوَاضِعِهِ وَنَسُوا حَظًّا مِمَّا ذُكِّرُوا بِهِ وَلَا تَزَالُ تَطَّلِعُ عَلَى خَائِنَةٍ مِنْهُمْ إِلَّا قَلِيلًا» (مانده: ۱۲-۱۳).

۳. «قَالُوا يَا مُوسَى إِنَّا لَن نَدْخُلُهَا أَبَدًا مَا دَامُوا فِيهَا فَادْهَبْ أَنْتَ وَرَبُّكَ فَقَتِلَا إِنَّا هَاهُنَا قَاعِدُونَ» (مانده: ۲۴).

۴. «وَلَقَدْ عَلَّمْتُمُ الذِّينَ اعْتَدُوا مِنْكُمْ فِي السَّبْتِ فَقُلْنَا لَهُمْ كُونُوا قِرَدَةً خَاسِئِينَ» (بقره: ۶۵).

۵. «فَلَمَّا فَصَلَ طَالُوتُ بِالْجُنُودِ قَالَ إِنَّ اللَّهَ مُبْتَلِيكُمْ بِنَهْرٍ فَمَنْ شَرِبَ مِنْهُ فَلَيْسَ مِنِّي وَمَنْ لَمْ يَطْعَمْهُ فَإِنَّهُ مِنِّي إِلَّا مَنْ اغْتَرَفَ غُرْفَةً بِيَدِهِ فَشَرِبُوا مِنْهُ إِلَّا قَلِيلًا مِنْهُمْ» (بقره: ۲۴۲).

۶. «وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُكُمْ أَنْ تَذْبَحُوا بَقَرَةً...» (بقره: ۶۷-۷۱).

برای اصل نتیجه، این مطلب را تقویت می‌کند که در نهایت مسئله ختم به نتیجه مطلوب شده است؛ زیرا بهانه‌جویی دیگری نسبت به نتیجه نهایی نقل نشده است. این‌گونه معجزات، در ادبیات علوم قرآنی ذیل «معجزات اقتراحی» بحث می‌شود و تکذیب این نوع معجزات به عذاب الاهی نیز منجر می‌شود (خویی، ۱۳۸۲: ص ۲۰۱)؛ اما برای آن‌ها در این ماجرا عذابی بیان نشده است؛ برخلاف درخواست رؤیت خدا.

در دولت امام زمان عَجَلُ اللَّهِ تَحِيَّتَهُ نیز بخشی از این مشارکت دیده می‌شود. توصیه به دعا برای فرج و انتظار فعالانه از مصادیق این جریان‌سازی است. بخش اعظم مشارکت مردم، به استقرار عدالت جهانی مربوط است؛ چه این که حضرت عَجَلُ اللَّهِ تَحِيَّتَهُ به تنهایی دنیا را پر از عدل و داد نخواهد کرد. بنابراین، حکومت مهدوی با اتکا به نیروی مؤمن، مستقر می‌شود.

حکومت آینده حضرت مهدی موعود عَجَلُ اللَّهِ تَحِيَّتَهُ، حکومت مردمی به تمام معناست؛ یعنی با عدالت موعود، با تکیه به ایمان، اراده و بازوان مردم عالم‌گیر خواهد شد و این، همان معنای مردم‌سالاری دینی است که با مفهوم امروزی دموکراسی کاملاً متفاوت است؛ زیرا مردم‌سالاری به شیوه کنونی در دنیا، رقابت بین احزاب در سایه قدرت سیاسی، در پنجه اقتدار پول و بر پایه تبلیغات فریبنده است و همان شکل دیکتاتوری قدیم در لباس جدید است (مقام معظم رهبری، ۱۳۸۱: [/https://www.mizanonline.com/fa/news/371376](https://www.mizanonline.com/fa/news/371376)).

۷. توجه به فضای جنسیتی مخاطب

قرآن کریم، فضیلت و انسانیت را در گرو جنسیت خاصی نمی‌داند و ملاک برتری را پرهیزکاری معرفی می‌کند^۱. اسلام ناب محمدی، به زنان نگاه اعتدالی دارد. از این‌رو، نه تفریط دوران جاهلیت با آیات قرآن سازگار است (نحل: ۵۹ و ۵۸) و نه افراط فمنیستی که سنگ بنای غرب برای سوء استفاده از جنس مؤنث است؛ با تعالیم اسلامی سازگاری دارد. اما از آنجا که در گروه‌های اجتماعی، افراد به علت جنسیت، نژاد، قومیت و عواملی از این دست، نادیده گرفته می‌شوند یا به سختی مورد توجه قرار می‌گیرند (گروسی، ۱۳۹۶: ص ۶۵)، نیز به دلیل غرض

۱. «إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِنْدَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ» (حجرات: ۱۳).

هدایتی و جذب حداکثری و حضور دائمی سیاسی - اجتماعی و کار اجرایی دشوار،^۱ پیامبران و رسل از میان افرادی مبعوث می‌شوند که ظرفیت پذیرش از سوی مردم را داشته باشند. به طور کلی می‌توان گفت پتانسیل نفوذ اجتماعی، برای مردان فراهم‌تر بوده است؛ چنان‌که در سیر تاریخ، همواره از نظر قدرت، منزلت و هویت اجتماعی نیز مشروعیت کسب مناصب اجتماعی، مرد بودن یک مزیت شمرده می‌شد.^۲ لذا بالقوه برای مردان، بستر مناسب‌تری جهت تحصیل شرایط حضور اجتماعی وجود داشت.

بر پایه آموزه‌های اسلامی، داشتن مسؤولیت در جامعه، نشانه برتری جنسیتی نیست. از این رو، عدم انتخاب پیامبران از میان زنان، نه به دلیل نگاه تفریطی به مقام زن، بلکه از محیط و جامعه مخاطب متأثر است و مانند بسیاری از پدیده‌های اجتماعی، قرآن کریم نیز نسبت به آن موضع‌گیری اعتدالی دارد.^۳ عدم پذیرش اولیه رسول زن برای مخاطبان عام و عدم نفوذ اجتماعی زنان در میان جوامع غالبی بشر، از عواملی است که موجب شده است قرآن کریم نیز راهبردهای اجتماعی خاصی را در این مسئله به هنگام بعثت انبیا مورد توجه قرار دهد.

از دیگر سو، قرآن کریم به طور بدیعی از نقش زنان الگو برای زمینه‌سازی نفوذ اجتماعی انبیا نیز بهره می‌برد؛ مانند آسیه در نجات جان موسی علیه السلام و مریم به عنوان مادری قدیسه و پاکدامن برای حضرت عیسی علیه السلام. از این رو، در هندسه آیات قرآن کریم، نفوذ اجتماعی پیامبران الهی بدون در نظر گرفتن نقش زنان با ایمان و فداکار ناممکن می‌نماید.

وقتی از عصر ظهور بحث می‌شود، بحث از مقدمات آن است؛ چون هنوز ظهور محقق نشده و

۱. پاسخ آیت الله جوادی آملی به پرسشی در مورد فلسفه عدم وجود زنان در میان پیامبران الهی

(<http://hawzahnews.com/news/318397>).

۲. این مسئله به قدری مسلم انگاشته می‌شد که حتی تا قبل از ۱۹۲۰ میلادی حق رأی به عنوان یکی از اساسی‌ترین حقوق انسانی، بر اساس جنسیت محدود شده بود و زنان از حق رأی محروم بودند (تیکانن (Tikkanen)، دایرة المعارف بریتانیکا، مدخل حق رأی زنان در ایالات متحده).

۳. ر.ک: زن در آیین جلال و جمال، آیت الله جوادی آملی، بحث فرعی ذکورت و انوئت، ص ۷۸ و عدم تأثیر ذکورت و انوئت در فعلیت انسان، ص ۲۰۲.

تعیین مصادیق قابل تطبیق نیست؛ اما به طور کلی می‌توان اذعان داشت رشد جامعه ایران پس از انقلاب اسلامی به سطحی از تحول سیاسی، اجتماعی و فرهنگی رسید که مثلاً زنان نه تنها در پیروزی انقلاب اسلامی سهم بزرگی دارند، بلکه در تثبیت و تداوم آن نیز نقش خود را ایفا کنند و این، از تأثیرات آموزه‌های وحیانی است، تا آن‌جا که این نکته از سوی خبرگزاری‌ها و تحلیل‌گران، انقلاب اسلامی به «انقلاب چادرها» نام گرفته است (آونج، ۱۳۹۵: ش ۹۶، ص ۶۱). امام خمینی و مقام معظم رهبری بارها به نقش زنان در پیروزی انقلاب اسلامی و دفاع از آرمان‌های آن تصریح داشته‌اند (امام خمینی، ۱۳۸۹: ج ۷، ص ۶ و مقام معظم رهبری، ۱۳۹۲/۰۲/۲۱، بیانات در دیدار جمعی از بانوان فرهیخته حوزوی و دانشگاهی).

بر اساس روایات در دولت کریمه حضرت حجت عَلَيْهِ السَّلَامُ وَرَحْمَةُ السَّمَوَاتِ، بانوان در تحقق تمدن جدید اسلامی تأثیر بسزایی دارند و در سطح بالایی از یآوری حضرت حضور و توفیق خدمت خواهند داشت؛ چنان‌که در برخی روایات آمده است ۵۰ نفر از ۳۱۳ یار حضرت عَلَيْهِ السَّلَامُ وَرَحْمَةُ السَّمَوَاتِ از بانوان هستند (مجلسی، ۱۴۰۳: ج ۵۲، ص ۲۲۲-۲۲۳).



۱. جَابِرُ الْمُجَعِّبِيُّ عَنْ أَبِي جَعْفَرٍ عَلَيْهِ السَّلَامُ يَقُولُ: «وَاللَّهِ ثَلَاثُ مِائَةٍ وَبِضْعَةِ عَشْرٍ رَجُلًا فِيهِمْ حَمْسُونَ امْرَأَةً يَجْتَمِعُونَ بِمَكَّةَ عَلَى غَيْرِ مِعَادٍ فَرَعَاكَفَرِحَ الْحَرِيفُ يَتَّبِعُ بَعْضُهُمْ بَعْضًا».

نتیجه‌گیری

در یک نگاه، طرح کلی انبیا برای هدایت انسان‌ها، به مثابه زنجیره‌ای به هم پیوسته است که هر یک با روشی خاص به فراخور نیازهای جامعه شکل گرفته است. این مجموعه متصل در اتخاذ شیوه‌های تبلیغی متفاوت مؤلفه‌های اجتماعی، فرهنگی و تربیتی خاصی را در نظر داشته‌اند که در سیر تاریخی از انبیا آغاز شده و در طول زندگی ائمه علیهم‌السلام ادامه یافته است و در عصر حضور نیز ملاحظه خواهد شد. برخی از این شیوه‌ها که از میان آیات و روایات قابل برداشت است، با مفاهیم روانشناختی اجتماعی قابل تبیین است. یکی از این تحلیل‌ها «نظریه نفوذ اجتماعی» است، به عنوان یکی از مباحث روان‌شناسی اجتماعی که گویای راهبردهای متفاوت در ارتقای سطح ارتباطات، درونی کردن صمیمیت اجتماعی و تصحیح رفتارهای مخاطبان است. در این دیدگاه، نفوذگر - در نگارش حاضر معصومان علیهم‌السلام - با کاربردهای غیرمستقیم، استدلال جدلی و صحنه‌سازی، در مهندسی ذهن تجربی مخاطب سعی دارند. از سوی دیگر، با تاکید بر روش‌های اختیار مدارانه و دور از تحمیل به نصیحت قوم پرداخته و برای مترددان و کفار از نیروهای فراطبیعی نیز بهره می‌برند. نمایش قدرت توأم با زبان نرم، نیز علم صادقانه از مراتب نفوذ در مخاطب است. علاوه بر این، پیامبران از طریق اشاره به شباهت‌های اشتراکی بین خود و قوم، ارتباط دائمی و مستمر با ایشان و تفاهم فرهنگی سعی در انگیزش و ارتقای سطح صمیمیت اجتماعی در جهت تحقق جامعه ایمانی را داشتند. در نگاهی مقایسه‌ای، موارد مذکور در دولت مهدوی نیز وجود دارند، مانند استفاده همزمان از روشنگری و قدرت، کاربردهای تکنولوژی و ارائه تمام معجزات انبیا، ارائه علم در حد نهایت، حضور دائمی به واسطه تشبیه به خورشید پشت ابر، ایجاد تفاهم فرهنگی با مفهوم عاشورا، جلب مشارکت مردم در مفهوم انتظار، مهندسی ذهن تجربی مردم با نشان دادن الگوی اکمل از اسلام در وجود مبارک امام زمان عجل‌الله‌تعالی و فرجه‌الشریف، باورپذیر کردن کارآمدی زنان با ایمان در تحقق تمدن جدید اسلامی و دولت کریمه حضرت حجت عجل‌الله‌تعالی و فرجه‌الشریف.



منابع

قرآن کریم.

۱. آب روشن، مصطفی (۱۳۹۴). «نفوذ اجتماعی و تغییر نگرش در افراد»، روزنامه آفتاب یزد، ۲۰ آبان ۱۳۹۴، صفحه خبر سیاسی، <http://aftabeyazd.ir/?newsid=18899>.
۲. ابن ابی جمهور، محمد بن زین الدین (۱۴۰۵ق). *عوالی اللئالی العزیزیه فی الأحادیث الدینیة*، مصحح: مجتبی عراقی، قم، دار سیدالشهداء للنشر.
۳. ابن بابویه قمی، محمد بن علی (۱۳۷۸ق). *عیون أخبار الرضا علیه السلام*، مصحح: مهدی لاجوردی، تهران، جهان.
۴. _____ (۱۳۹۵ق). *کمال الدین و تمام النعمه*، مصحح: علی اکبر غفاری، تهران، اسلامیه.
۵. _____ (۱۳۷۶). *الأمالی*، تهران، کتابچی.
۶. اربلی، علی بن عیسی (۱۳۷۹). *کشف الغمه فی معرفه الأئمه علیهم السلام*، مقدمه نویسن: احمد حسینی اشکوری، قم، الشریف الرضی.
۷. ارونسون، الویت (۱۳۸۶). *روانشناسی اجتماعی (ویرایش هشتم)*، مترجم: حسین شکرکن، تهران، نشر رشد.
۸. آمار و ارقام حیرت انگیز از مراسم پیاده روی اربعین امام حسین علیه السلام (۱۳۹۸). صفحه اخبار بین الملل، بخش آسیای غربی، خبرگزاری تسنیم، <https://tn.ai/2124033> و خبرگزاری ایسنا، صفحه گردشگری و میراث، ۱۸ مهر ۱۳۹۹، کد خبر ۹۹۰۷۱۸۱۳۲۷۱. <https://www.isna.ir/news/99071813271>.
۹. آونج، مینا (بهار ۱۳۹۵). «جایگاه زنان در منظر امام خمینی علیه السلام»، نشریه حضور، شماره ۹۶، ص ۵۴-۷۶.
۱۰. پاک نیا، عبدالکریم (تابستان ۱۳۸۷). «برکات علمی و فرهنگی عصر ظهور»، نشریه فرهنگ کوثر، شماره ۷۴، ص ۶۵-۷۱.
۱۱. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۲). *زن در آئینه جمال و جلال*، قم، اسرا.
۱۲. _____ (۱۳۹۴). *تفسیر موضوعی (سیره پیامبران در قرآن)*، قم، اسرا.
۱۳. جعفری، یعقوب، (۱۳۷۶). *تفسیر کوثر*، قم، انتشارات هجرت.
۱۴. حاجی اسماعیلی، محمدرضا؛ اسماعیلی، داود (تابستان ۱۳۹۲). «تحلیل تفسیری آیات پاداش رسالت»، فصلنامه مطالعات تفسیری، شماره ۱۴، ص ۵۱-۷۸.
۱۵. حر عاملی، محمد بن حسن (۱۴۲۵ق). *إثبات الهداة بالنصوص والمعجزات*، بیروت، موسسه الاعلمی.



۱۶. حسینی خامنه‌ای، سیدعلی (۱۳۹۲). *انسان ۲۵ ساله*، قم، مرکز صهبا.
۱۷. _____ (۱۳۸۱). *بیانات در دیدار اقشار مختلف مردم به مناسبت نیمه شعبان*، در مصلاهی تهران (۳۰ مهر).
۱۸. _____ (۲۸ / ۱۳۹۲/۰۲). *بیانات در دیدار جمعی از بانوان فرهیخته حوزوی و دانشگاهی، تهران*.
۱۹. حسینی، علی‌اکبر (تابستان ۱۳۹۶). «*اسلوب‌های قرآن در بیان هنجارهای اخلاقی*»، پژوهش‌های قرآنی، شماره ۲، پیاپی ۸۳، ص ۴-۲۹.
۲۰. حلی، حسن بن سلیمان (۱۴۲۱ق). *مختصر البصائر، مصحح: مظفر مشتاق*، قم، مؤسسه النشر الإسلامی.
۲۱. خمینی، روح الله (۱۳۸۹). *صحیفه امام: مجموعه آثار امام خمینی*، دوره ۲۲ جلدی، تهران، مؤسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی.
۲۲. خوبی، ابوالقاسم (۱۳۸۵). *بیان در علوم و مسائل کلی قرآن*، مترجم: محمدصادق نجمی، هاشم هاشم زاده هریسی، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
۲۳. دانایی فرد، حسن (شهریور ۱۳۸۹). «*ارتقای اعتماد عمومی به سازمان‌های دولتی: تبیین نقش متغیر مداخله‌گر رضایتمندی شهروندان*»، دوماهنامه دانشور (رفتار) مدیریت و پیشرفت، شماره ۴۱، ص ۲۶۳-۲۹۲.
۲۴. ربانی، محمد باقر (پاییز ۱۳۸۷). «*تنوع یا وحدت فرهنگی در جامعه جهانی مهدوی*»، انتظار موعود، شماره ۲۵ و ۲۶، ص ۲۳۱-۲۷۶.
۲۵. رئیسی وانانی، حسین (۱۳۹۷). *بررسی نقش رسانه ملی در پیشگیری از بروز و مقابله با ترویج شایعه در جامعه*، تهران، مرکز پژوهش‌های اسلامی صدا و سیما.
۲۶. زمخشری، محمود بن عمر (۱۴۰۷ق). *الکشاف عن حقائق غوامض التنزیل و عیون الأتوایل فی وجوه التأویل*، بیروت، دارالکتاب العربی.
۲۷. صادقی نیری، رقیه و حاجی زاده، مهین (بهار و تابستان ۱۳۹۰). «*روش‌های دعوت و تبلیغ از دیدگاه علامه طباطبایی*»، پژوهش دینی، شماره ۲۲، ص ۱۶۵-۱۹۲.
۲۸. طباطبایی، محمدحسین (۱۳۹۰ق). *المیزان فی تفسیر القرآن*، بیروت، مؤسسه الأعلمی للمطبوعات.
۲۹. طبرسی، احمد بن علی (۱۴۰۳ق). *الإحتجاج علی أهل اللجاج*، مصحح: محمدباقر خراسان، مشهد، نشر مرتضی.