

الگوی هفت وجهی تغییر اندیشه در فرایند تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت با تأکید بر جریان احمداسماعیل بصری

علی محمدی هوشیار^۱

چکیده

الگوی تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت؛ دستگاهی منظم و هندسی است که می‌تواند با عنوان «فرایند چند وجهی تغییر اندیشه» شناخته شود. شناخت الگوهای تبلیغی این جریان‌ها این امکان را فراهم می‌کنند تا ضمن فهم مناسبات و ارتباطات رفتارهای مبلغان با زمینه‌ها و با رفتارهای مخاطبان، از علت‌هایی پرده بردارند که شاید فهم و درک آن برای غیر متخصص دشوار باشد. نتایج این پژوهش می‌تواند در خدمت نهادهای مواجهه کننده باشد تا در جهت‌گیری و نوع مواجهه از آن به‌رمند و در کنار امر پیدا، به امر ناپیدای ماجرا آگاه شوند. این پژوهش با استفاده از روش هفت وجهی لوئیس رامبو در کتاب «شناخت تغییر دین» به سراغ روش‌های تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت رفته است که عبارتند از: ۱. زمینه، ۲. بحران، ۳. جست‌وجو، ۴. مواجهه، ۵. تعامل، ۶. تعهد، ۷. نتایج. نوشتار حاضر با روش «توصیفی-تحلیلی»، در مقام پاسخ به چگونگی تغییر اندیشه در هفت مرحله تبلیغی است و تطبیق روش تغییر اندیشه در جریان‌های انحرافی مهدویت با روش تغییر دین در ادیان، دست آورد پژوهش حاضر می‌باشد.

واژگان کلیدی: الگو، تغییر اندیشه، جریان‌های انحرافی مهدویت، تبلیغ، احمداسماعیل.

۱. دانش آموخته سطح ۴ حوزه علمیه و پژوهشگر گروه جریان شناسی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، قم، ایران.

مقدمه

بر اساس این عبارت مشهور که «مغز تنها چیزی است که پس از شست و شو کثیف می‌شود»؛ شایسته است، ضمن فهم چپستی مغز شویی و آسیب‌های آن، با فرایند و وجوه اصلی و فرعی آن آشنا شویم. نوشتار حاضر با عنوان الگوی هفت وجهی تغییر اندیشه در جریان‌های انحرافی مهدویت، با تأکید بر روش لوئیس رامبو، درباره چگونگی مغز شویی (تغییر اندیشه) سامان یافته و کنشگر سازی مخاطبان را بحث و بررسی نموده و بر این باور که جریان‌ها توانایی تغییر اندیشه مخاطبان خود را دارند؛ تأکید دارد و در پاسخ به این سؤال که «استفاده از الگو و شیوه‌های تغییر اندیشه در فرایند تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت چه تاثیری بر نتیجه جذب دارد»؛ ساختار تحقیق را تنظیم کرده است. در این پژوهش، مسئله مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ، به عنوان روشی استراتژیک مورد بررسی قرار گرفته و با رویکرد تحلیلی، نقش تبلیغ جریان‌های انحرافی در تغییر نظامات فکری بررسی خواهد شد. آنچه در این نوشتار صورت می‌پذیرد، استفاده از روش هفت وجهی تغییر دین در کتاب «شناخت تغییر دین» است که توسط لوئیس رامبو، نویسنده، پژوهشگر و دین‌شناس آمریکایی است که در رساله دکتری سرکار خانم الهام موحدی ترجمه و تحقیق شده است.

با مروری بر نوشتارهای مرتبط و بررسی پیشینه این تحقیق، آنچه به دست آمد؛ توجه نویسندگان محترم به روش‌های شکلی و انگیزشی و یا به عبارتی مهارت‌های تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت است که آن را بدون در نظر گرفتن مقوله اندیشه مورد مطالعه قرار داده‌اند. اما این نوشتار به صورت کاملاً متمایز، مقوله «تبلیغ اندیشه‌ای و تغییر اندیشه و کنشگر سازی مخاطبان» را مورد توجه قرار داده است.

روش این تحقیق ترکیبی از روش «توصیفی-تحلیلی» است و داده‌ها و اطلاعات این پژوهش به شیوه «میدانی-کتابخانه‌ای» گردآوری شده‌اند. در روش میدانی، مراجعه به جامعه هدف، رهبران و مبلغان جریان‌های انحرافی مهدویت، افراد صاحب نظر و منتقد به روش: ۱. جمع آوری اطلاعات به روش مشاهده؛ ۲. جمع آوری اطلاعات به روش مصاحبه؛ ۳. بیان تجربیات؛ می‌باشد. در روش کتابخانه‌ای نیز به میزان نیاز؛ با مراجعه به کتاب‌ها و اسناد تاریخی، روزنامه‌ها، مقالات، پایان‌نامه‌ها و رساله‌ها، ترجمه‌ها، اطلاعات لازم جمع‌آوری گردیده است.



با مروری بر پیشینه این موضوع، با برخی از منابع مواجهه می‌شویم که شیوه‌های کنترل و تغییر اندیشه را به مثابه مغز شویی مورد بررسی قرار داده‌اند که اغلب نگاهی تک وجهی به مسئله داشته و روند چند وجهی تغییر اندیشه را در مقام ارائه الگو مورد نظر نداشته‌اند. برخی از این آثار عبارتند از:

الف) کتاب‌ها:

۱. کتاب گسستن بندها، نوشته استیون آلن حسن؛ ۲. کتاب در قلمرو سایه‌ها، جستارهایی در روانشناسی فرقه‌ها، نوشته احسان احمدی خاوه و سمیه شاه‌حسینی؛
۳. کتاب فرقه‌ها: داستان‌هایی حقیقی از کنترل ذهن و تسخیر انسان‌ها، نوشته امیلی جی تامسون؛ ۴. کتاب شست و شوی مغزی، نوشته کاتلین تیلور؛ ۵. کتاب فرقه‌ها در میان ما، نوشته مارگارت تالرسینگر و... .

ب) مقالات:

۱. هم‌سنجی روش مواجهه اندیشه‌ای تبلیغ در معنویت‌های نوظهور با اسلام، با تکیه بر مفهوم هویت، نوشته علی محمدی هوشیار؛ ۲. برنامه‌ریزی بهائیان برای تبلیغ کودکان و نوجوانان، نوشته عبدالله ادیسی؛ ۳. شست و شوی مغزی، کنترل ذهنی و جنبش‌های نوپدید دینی، نوشته سمیه شاه‌حسینی؛ ۴. بررسی مکانیسم‌های نفوذ و تغییر شیوه زندگی افراد توسط فرقه‌گرایی جدید، نوشته سمیه شاه‌حسینی و ابوالفضل تاجیک؛ ۵. بررسی علل رویش و گسترش فرقه‌ها با رویکرد سیستم پویا، نوشته محمدباقر فخرزاد و آفرین اخوان و محمد کارگر و... .

وجه تمایز این نوشتار نسبت به آثار موجود و مرتبط با این موضوع، نگرش چند وجهی و ارائه الگوواره‌ای و نظام‌مند به مقوله تغییر اندیشه در فرایند تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت است که با بهره از روش لوئیس رامبو تنظیم و مورد تطبیق و تحقیق قرار گرفته است.

۱. مفاهیم

۱-۱. الگو:

الگو به مجموعه‌ای مادی، ریاضی یا منطقی اطلاق می‌شود که ساخت‌های اساسی یک



واقعیت را می‌رساند و در سطح خود، قادر به تبیین آن و ارائه کارکردهایش است (ساروخانی، ۱۳۷۰: ص ۴۵۸). جامعه‌شناس با الگوهای فکری و ساخته‌های ذهنی کار می‌کند؛ نه با حوزه (یا عین) واقعیت؛ زیرا برای مثال، نمی‌توان واقعیت اجتماعی را مانند طبقه اجتماعی، عیناً در جامعه پیدا کرد، اندازه‌گیری نمود، تعریف کرد و یا برشمرد؛ در عوض می‌توان الگوی یک طبقه اجتماعی در جامعه‌ای معین را بر اساس نوع عالی طبقه در مفهوم مارکس ساخت و آن‌گاه پدیده‌های واقعی جامعه مورد نظر را در انگاره طبقاتی مذکور داخل کرد و کوشید تا کارکرد آن شناخته شود (هانری، ۱۳۴۹: ص ۲۰۵). در این نوشتار، فرایند چند وجهی تغییر اندیشه با نام الگو شناخته می‌شود و به عبارتی دیگر، از ارائه یک دستگاه منظوم مورد استفاده در فرایند تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت که آغاز و انتها یک پروسه تبلیغی را تبیین می‌کند گفت وگو شده است.

۱-۲. تغییر اندیشه

واژه‌هایی مانند «شست و شوی مغزی» (Brainwashing)، «کنترل اندیشه» (Thought control)، «اصلاح اندیشه» (Thought reform)، «اصلاح ایدئولوژیک» (Ideological reform) مشابه تغییر اندیشه کاربرد دارند. این عمل از طریق روش‌های زیر صورت می‌گیرد: ۱. کنترل همه جانبه افراد، ۲. خود اعترافی، ۳. منزوی کردن، ۴. شکنجه، ۵. ایجاد فرسودگی جسمی و روانی، ۶. تحقیر شخصیت، ۷. مسلّم فرض کردن جرم، ۸. همانند سازی، ۹. کاهش توانایی ذهنی، ۱۰. ایجاد سردرگمی، ۱۱. تلقین، ۱۲. تکرار عقیده، ۱۳. رفتار شرطی و... (کاویانی، ۱۳۹۰: ص ۳۵۷). مبلغان جریان‌های انحرافی مهدویت، با ایجاد تغییر در نظام حساسیت‌ها و نظام اولویت‌های فکری اشخاص، بر فرایند اندیشه مخاطب اثر می‌گذارند. به عنوان مثال، انجمن حجتیه با هدف کنشگرسازی جوانان شیعی بر علیه اهل سنت و مقدسات آنان، مسئله امامت و خلافت را به عنوان اولویت اول و همچنین ماجرای غصب جایگاه خلافت را به عنوان حساس‌ترین مسئله آنان قرار می‌دهد. این شگرد، اندیشه مخاطب را تغییر داده و با کنار گذاشتن سایر اصول اعتقادی و مصالح اجتماعی، او را به یک کنشگر ضد اهل سنت تبدیل می‌کند.

۳-۱. تبلیغ:

واژه «تبلیغ» هر چند مفهوم گسترده‌ای دارد؛ مراد ما از تبلیغ، رساندن مجموعه باورهای دینی و اعتقادی و اندیشه‌ای به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن او می‌باشد (خندان، ۱۳۷۴: ص ۲۳). تبلیغ از باب تفعیل، از ریشه بَلَّغَ به معنای رساندن است و از آن جا که از این باب به معنای تدریج مستفاد می‌شود، مراد از آن باید رساندن تدریجی پیام باشد. پیام‌ها ممکن است مناسب یا نامناسب باشند؛ اما موضوع مشترک در همه این اندیشه‌ها این است که صاحبان پیام تمایل دارند برای پیام خود، مخاطبانی بیابند (مودودی، ۱۳۸۱: ص ۳).

۴-۱. جریان‌های انحرافی مهدویت:

هر گونه باور و اندیشه‌ای که به صورت ساختارمند و هدفمند، در جهت تغییر باورهای اصیل شیعه امامیه در مسئله مهدویت فعالیت داشته باشد، «جریان انحرافی مهدویت» نامیده می‌شود. مراد از جریان‌های انحرافی مهدویت، مدعیان دروغین و جریان‌هایی مانند انجمن حجتیه است.

۲. الگوی هفت وجهی رامبو

هفت مرحله اساسی در تبلیغ، توان آن را دارد تا اندیشه قطعی انسان را در فرایند تبلیغی تغییر دهد. «الگوی هفت وجهی» با استفاده از روش لوئیس رامبو در کتاب «شناخت تغییر دین» (۱۳۷۳)، در مقام معرفی هفت مرحله مهم در این فرایند است:



۱-۲. زمینه

امکان تغییر اندیشه، بدون در نظر گرفتن زمینه، سرانجامی ناقص و غیر واقعی خواهد



داشت. با این حساب، مبلغان جریان‌های انحرافی مهدویت، با توجه به مقوله زمینه و مناسبات آن با مخاطب، تبلیغ و تغییر را آغاز می‌کنند. البته زمینه چیزی نیست که آن را یک مبلغ فراهم کرده باشد، بلکه زمینه، آورده مخاطب است که مبلغ را در این اقدام (تغییر اندیشه) یاری خواهد کرد. این زمینه، تصویری نامنظم، متضاد و ناهمگون از عوامل است که تغییر اندیشه را نه به عنوان اتفاق یا حادثه‌ای ناگهانی، بلکه آن را محصول رویدادی جزء به جزء در زندگی انسان می‌داند که یکباره از آن پرده برداری شده است.

جان گریش (John Gratton) درباره زمینه گفته است:

به حق، هر تغییر دینی، در زمینه‌ای رخ می‌دهد. زمینه چند وجهی است و حوزه‌های سیاسی، اجتماعی، اقتصادی و دینی را شامل می‌شود که فرد در زمان وقوع تغییر دین در آن زندگی می‌کند. از این رو، مفهوم تغییر دین هر چه باشد، هیچ‌گاه خارج از زمینه‌ای فرهنگی نیست (گریش، ۱۹۸۳: ص ۱۹۸).

به عقیده لوئیس رامبو، تغییر عقیده، فرایندی است که نه تنها عوامل داخلی و خارجی بر آن اثر می‌گذارد، بلکه انگیزه‌ها، آرمان‌ها و تجارب درونی و ذهنی نیز بر آن تأثیرگذار است و اگر یکی از این‌ها را نپذیریم، شناختمان از تغییر باور ناقص خواهد بود. رامبو طبق این دیدگاه، زمینه را تلفیقی از روبنا و زیربنای تغییر عقیده دانسته و آن را شامل ابعاد اجتماعی، فرهنگی، دینی و فردی می‌داند. لذا برای درک بهتر زمینه، دو محیط با عنوان «زمینه گسترده‌تر- نمای کلی» و «زمینه کوچک‌تر- موقعیت محلی» را قائل شده است.

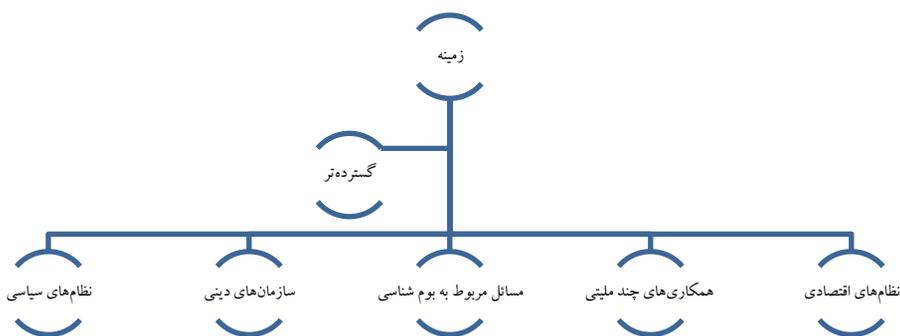
۲-۱-۱. زمینه گسترده‌تر:

این محیط در برگرفته این عناصر است: ۱. نظام‌های سیاسی، ۲. سازمان‌های دینی، ۳. مسائل مربوط به بوم‌شناسی، ۴. همکاری‌های چند ملیتی، ۵. نظام‌های اقتصادی (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۳۹). جریان‌ها با استفاده از این عناصر، به تغییر اندیشه موفق خواهند شد.

برای نمونه، تهاجم فرهنگی و علمی، صنعتی شدن و گسترش وسایل ارتباط جمعی در ایران، امکان نفوذ به باور راستین مهدویت را فراهم و امکان‌آشنایی و انتخاب‌های سست و ناصحیح را فراهم کرده است. وجود چنین فضایی به سردرگمی و پریشانی منجر شده و افراد را به جهت



باور و عقیده و اندیشه متحیر می‌کند. عموماً تمامی جریان‌های انحرافی مهدویت به مقوله زمینه در مخاطب توجه ویژه‌ای دارند و تنها سراغ کسانی می‌روند که استعداد جذب در آنان بالا باشد. در گفت و گو با یکی از مبلغان جریان منصور هاشمی خراسانی، در همان ابتدای گفت و گو تلاش خود را صرف آن کردم تا زمینه گسترده‌تر را در او پیدا کنم؛ تا این که زمینه او را در امر نظام‌های سیاسی یافتیم که از دوران دانشجویی، تمامی نظام‌های سیاسی موجود در جهان را ناکارآمد می‌دانسته و با وجود این زمینه، در چتر تبلیغی این جریان قرار گرفته و به اندیشه سیاسی منصور هاشمی جذب شده بود^۱.

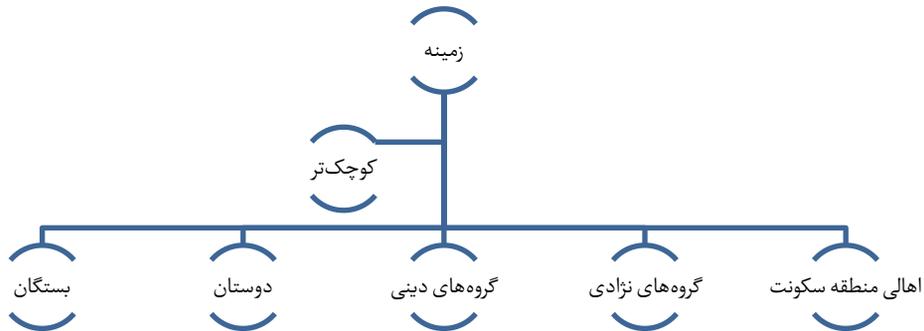


۲-۱-۲. زمینه کوچک‌تر:

رامبو زمینه کوچک‌تر را شامل بستگان درجه یک، دوستان، گروه‌های دینی و نژادی و اهالی منطقه سکونت دانسته است. این عوامل، به عنوان عوامل نزدیک، بر ایجاد احساس هویت و تعلق خاطر و همچنین در شکل‌گیری تفکرات و عواطف افراد نقش مهمی ایفا می‌کنند (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۴۰). نقش موقعیت محلی در تغییر اندیشه بسیار حائز اهمیت و توجه است که در تغییر و حتی تثبیت اندیشه افراد می‌تواند تأثیر داشته باشد. به عبارتی کوتاه، افراد وقتی در

۱. علیرضا بابایی آریا (۱۳۶۳ ه.ش)، متولد تهران و ساکن افغانستان، با نام مستعار «منصور هاشمی خراسانی»، فعالیت خود را در سال (۱۳۸۵ ه.ش) آغاز نموده و در سال (۱۳۹۱ ه.ش)، از فرقه «نهیضت بازگشت به اسلام» پرده‌برداری کرد. وی تحصیلات خود را در دانشکده الهیات و معارف اسلامی دانشگاه فردوسی مشهد، در رشته الهیات و معارف اسلامی، با گرایش فقه و مبانی حقوق اسلامی، تا مقطع دکتری ادامه داد. و فرقه موسوم به نهیضت بازگشت به اسلام را راه اندازی کرد (محمدی هوشیار، علی، پرچم‌های تاریکی، ص ۱۳).

شرایط خاص قرار می‌گیرند، برای پذیرفتن اندیشه‌هایی دیگر آمادگی بیش‌تری خواهند داشت.



۲-۲. بحران

«بحران» یا «آشفتگی»، مسئله مهمی است که به عنوان یکی از مراحل مهم در تغییر اندیشه باید مورد بررسی قرار گیرد. البته همواره این سؤال مطرح بوده است که آیا بحران موجود در افراد، در مواجهه با یک مبلغ شکل یافته است یا این که پیش از آن به مانند زمینه، به زندگی او پیوست داشته است؟

افرادی مانند لوترگرلاچ (Luther P Gerlach) و ویرجینیا هین (Virginia H. Hine) بر این باورند که بحران از زمانی به وجود می‌آید که افراد با مبلغان یک جریان در تماس باشند و در واقع، ایجاد بحران و آشفتگی از سوی مبلغان جریان‌ها و ادیان است (گرلاچ، ۱۹۷۰: ص ۲۱۹). البته این، قانونی کلی و همیشگی نیست، بلکه ممکن است بحران و سرگشتگی افراد، پیش از آشنایی با مبلغان جریان‌ها و در مواجهه با برخی تضادها و تناقضات قولی و فعلی در جامعه پدید آمده باشد. تذکر این نکته ضروری است که بحران، مفهومی مطلق برای حوادث سخت و تلخ نیست و گاهی انسان با تجربه اتفاقی خوب، دچار سرگشتگی درباره آنچه الان هست، می‌شود؛ مانند تجربه‌های معنوی یا نجات از مرگ که افراد را آماده پذیرش یک اندیشه دینی متمایز از گذشته می‌کنند. به عقیده لوئیس رامبو، در فرایند تغییر عقیده و دین، دو نوع بحران از اهمیت بسزایی برخوردارند: ۱. بحران‌هایی که جهت‌گیری اساسی و بنیادی فرد را به زندگی، مورد سؤال



قرار می‌دهند؛ ۲. بحران‌هایی که ذاتاً تا حدودی ملایم هستند، اما مانند آخرین قطره‌ای هستند که کاسه صبر را لبریز می‌کنند (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۶۸).

به عنوان نمونه، برخی از افرادی که به جریان‌های انحرافی مهدویت گرایش می‌یابند، گرفتار بحران‌هایی از نوع اول هستند. آن‌ها به خاطر گسستگی از پیوندهای عاطفی با خانواده یا نادیده انگاری خود در مناسبات اجتماعی و شاید به خاطر ورشکستگی مالی و توقع حمایت‌های دولتی از او و نظایر آن؛ دچار بحران شدید شده و یکباره به انسانی دیگر مبدل می‌شوند. عموماً بحران‌های شدید محصول زمان طولانی نبوده و در کم‌ترین زمان ممکن و در مواجهه با قوی‌ترین عوامل محقق می‌گردد. میزان تخریب ظاهری در چنین افرادی زیاد است و از طرفی عمق باطنی آثار تخریبی در او سطحی و کم است. بنابر این، احیا و بازگرداندن چنین فردی که در مواجهه با بحران شدید، برای پذیرش هرگونه اندیشه‌ای آمادگی دارد، بسیار راحت‌تر از کسی است که بحران او ملایم بوده و محصول مدت زمانی طولانی است. در مورد افرادی که دچار بحران شدید می‌شوند، کافی است که علت بحران را کشف و بخشی از خسارت او را جبران کنید؛ آن‌گاه خواهید دید که به مانند آب سردی بر روی آتش خواهد بود. طبق این دیدگاه، تغییر اندیشه افرادی که با بحران شدید مواجهه کرده‌اند، بسیار آسان‌تر از کسانی است که بحران آنان ملایم بوده و بحران مذکور محصول مدت زمان و اتفاقات کوچک و ریز بوده است.

واسطه‌های بحران:

برای مبلغ یک جریان، شناخت واسطه‌های بحران حائز اهمیت است. آن‌ها برای آن که به خوبی از عهده تغییر اندیشه افراد برآیند، ابتدا سعی دارند تا با چرایی و علل بحران ایجاد شده در افراد آشنا شوند. مبلغان جریان‌های انحرافی مهدویت، پس از آشنایی با علت بحران، به تشدید و تعمیق بحران اقدام می‌کنند تا به نوعی با مخاطب همراهی روانی داشته باشند و نیز اندیشه او را در شدیدترین حالت بحرانی به راحتی تغییر دهند. به عنوان نمونه، اگر واسطه بحران یک فرد، خستگی از وضعیت موجود جامعه است، برای تأیید این خستگی، شواهد دیگری می‌گوید تا فرد نواندیش را به جهت روانی اقناع کند که تو حق داری از این وضعیت خسته شوی! به عنوان نمونه می‌توان به مبلغان جریان احمد اسماعیل بصری اشاره کرد. آن‌ها



پس از برآورد بحران مخاطب، چنانچه علت بحران را در ناراحتی از نظام روحانیت ببابند، او را زیر بمبارانی از روایات مجعول و ضعیف یا تقطیع شده قرار می‌دهند تا ناکارآمدی و فساد علمای آخرالزمان را از طریق روایات یا اسناد تاریخی اثبات کنند. این مرحله، همان مرحله همراهی با مخاطب و مشروعیت بخشی به باور و دیدگاه او به شمار می‌رود.

واسطه‌های بحران زیاد و بیشمار هستند؛ اما سه واسطه اصلی بحران عبارتند از:

الف) ناامیدی و خستگی

عموماً افراد پرتلاش، افرادی «نتیجه‌گرا» هستند و با توجه به نتایج، فعالیت خود را کم یا زیاد می‌کنند. برخی از این افراد در صورت اطلاع از بی‌حاصل بودن اقدامات و فعالیت‌ها، رویکرد و سیاست فعالیت‌های خود را تغییر و بدون کم کردن میزان تلاش، به راه خود ادامه می‌دهند. اما گروه دیگری از افراد پرتلاش، به محض مواجهه با خسارت یا بی‌نتیجه بودن فعالیت‌ها، ناامید و خسته می‌شوند و از ادامه هر گونه فعالیت صرف نظر و یا علیه آن حرکت اقدام می‌کنند. گفت‌وگویی با یکی از جذب‌شدگان به جریان ابوعبدالله الحسین القحطانی (حیدر مشتت)، ملاحظه کردم که رکن اصلی سخنان او آن بود که تمامی عمرم را پیرو علما بودم و شب و روز برای آنان خدمت می‌کردم، وقتی دیدم این کارها نتیجه‌ای ندارد و مشکلات جهان حل نمی‌شود، خسته شدم و سعی کردم به دنبال منجی حقیقی بگردم و اکنون با یمانی موعود آشنا شده‌ام و در خدمت او هستم تا جهان را نجات دهد.^۱ این گروه، مخاطبان جریان‌های انحرافی مهدویت هستند که به محض مواجهه با آن‌ها، دلایلی بر منطقی بودن خستگی و ناامیدی مخاطب تراشیده و ضمن مُحق دانستن او، فرایند تغییر اندیشه را آغاز می‌کند. نمونه‌های تلاش‌گران ناامید را در مقوله ازدواج و طلاق، ثروت و فقر، پیشرفت و پسرفت، دیده شدن و نادیده شدن و نظایر آن می‌توان مطالعه کرد.

۱. حیدر فرزند مشتت از آل منشده؛ متولد شهر کاظمیه بغداد در سال (۱۳۵۵ش) بوده و دوران زندگی خود را در شهر العماره عراق گذرانده است. وی بعدها نام خود را به ابوعبدالله الحسین القحطانی تغییر داد و ادعای یمانیت کرد (محمدی هوشیار، علی، درسنامه نقد و بررسی جریان احمدالحسن البصری، ص ۱۰).

ب) پشیمانی از گذشته

اساساً مقوله پشیمانی بحران‌زا بوده و ضمن سلب اطمینان از خود به خاطر تصمیمات ناموفق گذشته، شرایط افراد را بحرانی می‌کند. اگر این پشیمانی در مسئله گناه بوده و پیوست دینی داشته باشد، فرد را به جبران وادار می‌کند و در این صورت، فرد مذکور، سعی بر آن خواهد داشت تا دین خود را نسبت به اعتقادات و باورهای دینی‌اش ادا کند. عموماً چنین افرادی یک بحران‌زده به حساب می‌آیند که از شرایط پذیرش اندیشه‌های به ظاهر همسو و آرامش‌بخش برخوردار می‌باشند. چنانچه این دسته با افراد شیاد و منفعت‌طلب مواجه شوند، همه اموال خود را به او می‌سپارند تا در راه خدا هزینه کند! اگر با مبلغ یک جریان انحرافی در عرصه مهدویت آشنا شود، جبران خود را در ادای دین نسبت به امام زمان عجل الله تعالی فرجه الیه دانسته و خود را به او می‌سپارد تا در ادای وظیفه خود را نسبت به امام عجل الله تعالی فرجه الیه ادا کند. اگر با جریان‌هایی مانند BTS و نظایر آن آشنا شود، از زندگی ناامید می‌شود و امکان خودکشی خواهد داشت.

ج) بیماری و سلامتی

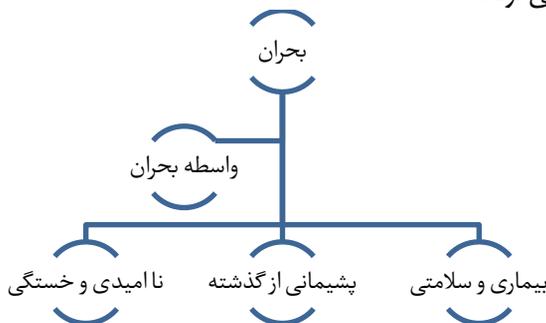
لوئیس رامبو می‌گوید:

نوکیشی که به دین «سیک» گرویده، بیان می‌کرد: «در همه جای بدنم احساس بیماری داشتم. به کلاس یوگا رفتم و خیلی زود در خودم احساس بهبودی کردم. مدتی بعد، باید شکم را عمل جراحی می‌کردم؛ با معلم یوگا صحبت کردم، وی مرا به جدیت بیش‌تر در یوگا و تغییر رژیم غذایی تشویق کرد، نشانه‌های بیماری از دست رفت و حالت عمومی جسمم بهتر شد» او از این تجربه بهبودی دریافته بود که یوگا صرفاً یک تمرین جسمانی نیست و پس از آن یوگا را راهی برای کسب معنویت می‌دانست (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۷۲).

شاید در ظاهر این ماجرا بحرانی نباشد؛ اما اصل بحران در این است که یک مسیحی، علاج بیماری خود را در آیین دیگری یافته و بر این تصور است که آیین سیک از مسیحیت بهتر و کامل‌تر است؛ چرا که اگر خلاف آن بود، باید دین مسیحیت او را شفا می‌داد! طبیعتاً چنین افرادی ظرفیت پذیرش اندیشه دیگر را داشته و مبلغان جریان‌ها از آن شرایط بحرانی استفاده خواهند کرد، مانند این ماجرا؛ در جریان علی‌یعقوبی تکرار شده و مخاطبان خود را با استفاده از



این واسطه، به بحران مبتلا کرده و در مسیر تغییر اندیشه قرار می‌دهند. در گفت‌وگویی که با یکی از پیروان علی یعقوبی به نام م. رحیمی، واسطه بحران و آغازین نقطه تغییر اندیشه او را در مسئله بیماری و سلامت یافتیم که مدام از خود یا افرادی مثال می‌آورد که به دست علی یعقوبی شفا یافته و هیچ مکتب و مرامی توانایی این کار را نداشته و حتی این کارها را به عنوان معجزه علی یعقوبی معرفی می‌کرد!^۱



۲-۳. جست‌وجو

انسان به طور مداوم و مستمر، در حال جست‌وجوی حقیقت و راه نجات از سختی‌ها و گرفتاری‌ها است. میزان جست‌وجو به شرایط روانی و حالات انسان بستگی دارد و چنانچه انسان در بحران شدید قرار گرفته باشد، به میزان جست‌وجوی او خواهد افزود. با این حساب، جست‌وجو را به عنوان سومین بستر برای تغییر اندیشه می‌توان مورد مطالعه قرار داد. افراد با قرار گرفتن در بحران، اکنون به دنبال راه نجات خواهند بود و شاید این آخرین مرحله‌ای باشد که بستر را برای حضور مبلغان جریان‌ها فراهم کند تا به کمک آنان، فرایند تغییر اندیشه فراهم شود. لوئیس رامبو در این باره می‌گوید: در بررسی «جست‌وجو» سه عامل اساسی وجود دارد: ۱. نحوه واکنش، ۲. آمادگی اساسی، ۳. ساختارهای انگیزشی.

۱. علی یعقوبی متولد سال ۱۳۴۴ در تهران، مدعی درمان از طریق امداهای غیبی، ارتباط با عوالم ناشناخته، برخورداری از نعمات خاصه، دارای علم برتر، مدعی کشف اسرار غیب و رموز ظهور امام مهدی عجله الله تعالی فرجه الشریف، انتفاع خاص از امام مهدی عجله الله تعالی فرجه الشریف و نظایر آن است (حجّامی، بی‌تا: ص ۶۹).

۲-۳-۱. نحوه واکنش

نحوه واکنش، جست و جوگر فعال را از فرد منفعل و پذیرنده و طرد کننده و بی تفاوت جدا می‌کند (همان، ۱۳۷۳: ص ۸۲). عموماً جست و جوگران فعال، باورها و اندیشه‌های گوناگونی را بررسی می‌کنند و نسبت به آن‌ها حالت انفعالی ندارند، اما آنچه می‌دانند، این است که باید اندیشه کنونی خود را تغییر دهند زیرا این اندیشه، خواسته‌های آنان را تأمین نکرده است. اما جست و جوگر منفعل، سست اراده و ضعیف است و بدون هیچ امتناعی، آمادگی پذیرش اولین اندیشه دیگر را دارد. برخلاف جست و جوگر پذیرنده که برای تغییر اندیشه خود آمادگی دارد، به شرط آن که اندیشه جدید، قادر به تأمین بخشی از خواسته‌های او باشد. معمولاً خواسته‌های افراد پذیرنده برای تحول و تغییر اندیشه واضح و سراسر نیست و ممکن است پس از مدتی از اندیشه جدید هم انصراف دهند و به سراغ اندیشه‌ای جدیدتر بروند. این سه نوع از جست و جوگر، طعمه مبلغان جریان‌های انحرافی مهدویت هستند اما جست و جوگر طرد کننده که همواره در حال طرد اندیشه گذشته و تمامی اندیشه‌های جدید است، با جست و جوگر بی تفاوت که علاوه بر انصراف از اندیشه گذشته، میلی برای گزینه جدید ندارد؛ مخاطب مناسبی برای مبلغان به حساب نمی‌آیند.

گروه اول، یعنی جست و جوگر فعال، در صورت جذب به یکی از جریان‌های انحرافی، قابلیت و استعداد تبلیغی داشته و می‌تواند به عنوان یک کنشگر و مبلغ فعال در خدمت آن جریان باشد و عموماً جریان‌ها به دنبال جذب چنین افرادی هستند. به عنوان نمونه می‌توان به عباس فتحیه (یکی از مبلغان جریان احمداسماعیل) اشاره کرد که در مقام جست و جوگر فعال، اندیشه‌های مکتبی و سیاسی گوناگونی را تجربه کرد و سپس در جریان مدعی ایمانیت آرام گرفت (ر.ک: محمدی هوشیار، ۱۳۹۷).

۲-۳-۲. آمادگی اساسی

آمادگی افراد برای رهایی از قیدهای عاطفی و وابستگی‌های سیاسی و فرهنگی اندیشه گذشته، لازمه انتقال او به اندیشه دیگر است. لذا قدرت و شجاعت افراد برای جدا شدن احتمالی از خانواده، دوستان، میهن، شغل و فرهنگ کنونی، به واسطه انتخاب راه و اندیشه‌ای



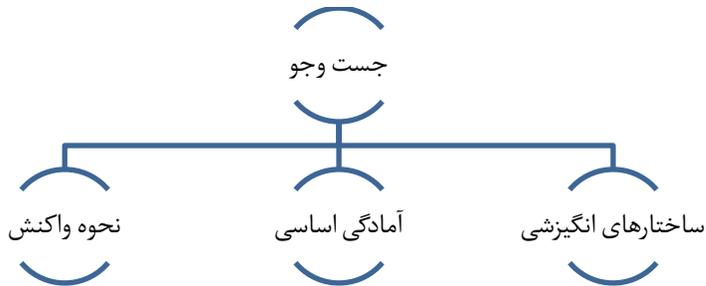
جدید؛ همان آمادگی اساسی است که لوئیس رامبو در کتاب «شناخت تغییر دین» از آن نام برده است (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۸۳). توضیح این که گاهی هر کدام از گزینه‌های مطرح شده، مانع جدی تغییر اندیشه افراد شده و او را در اندیشه سابق خود، جبراً ماندگار می‌کند. آنچه در جریان‌های انحرافی تبلیغ می‌شود، آمادگی اساسی و رویگردانی از تمام علایق است. به عنوان نمونه، عباس فتحیه (یکی از مبلغان فعال در جریان احمد اسماعیل) بارها به سید حسن سیدپورآذر (از مستبصران جریان احمد اسماعیل) گفته بود: «ما باید تمام پل‌های پشت سر خود را خراب کنیم تا اگر روزی به این نتیجه رسیدیم که باید از احمد اسماعیل جدا شویم، امکان آن را نداشته باشیم!» (فایل مصاحبه در آرشیو موسسه جریان شناسی بروج). این نوع نگرش، همان آمادگی اساسی برای رویارویی با بدترین شرایط ممکن را دارد که از سوی جریان‌های انحرافی تبلیغ می‌گردد.

۲-۳-۳. ساختارهای انگیزشی

عبارت «توجه می‌خواهی و فرقه به تو چه ارائه می‌دهد» مسئله اصلی جست و جوگر است. اگر افراد به دنبال روابط اجتماعی وسیع بوده و جریان مذکور، او را به رهبانیت و چله نشینی دعوت کند، هیچ گاه بستر تغییر اندیشه فراهم نخواهد شد. یا چنانچه افراد به خاطر تجربه شادی به دنبال تغییر اندیشه باشند و مبلغان جریان، او را به مسالک و مراسم حزن و اندوه دعوت کنند، نتیجه عکس داده و بستر تغییر اندیشه فراهم نخواهد شد. معمولاً ساختارهای انگیزشی بر اساس انگیزه افراد باید به وجود بیایند؛ وگرنه جست و جوگر را در اولین مواجهه سرخورده می‌کند. مبلغان جریان‌های انحرافی به خوبی می‌دانند که مهم‌ترین راه جذب انسان زمینه‌مند بحران دیده جست و جوگر، در توجه به ساختارهای انگیزشی او است و اگر انگیزه‌های او را مطابق با داشته‌های خود ندانند، هیچ گاه به سراغ او نمی‌روند، زیرا امکان مقابله و دشمن سازی وجود دارد. به عبارتی، اگر انسانی را که به دنبال ایجاد تحول در جامعه است، به گوشه نشینی دعوت کند، امکان طغیان او علیه جریان وجود دارد و او را به یک منتقد علیه خود مبدل خواهد کرد. در این باره می‌توان به برخی پیروان احمد اسماعیل اشاره کرد که با توجه به روحیات تحول خواه آنان، از شاخه مکتب و شاخه احلاس که پیروان را به صبر و تبلیغ دعوت



می‌کرد، جدا شده و به شاخه جیش الغضب در این جریان پیوستند. البته می‌توان چنین تحلیل کرد که وجود شاخه‌های گوناگون در این جریان، تدبیر سران جریان برای تجمع و مدیریت سلاقی و انگیزه‌های گوناگون است (ر.ک، محمدی هوشیار: ۱۴۰۰: ص ۲۰).



۲-۴. مواجهه

مواجهه مبلغ جریان با فردی که از سه مرحله «زمینه»، «بحران» و «جست و جو» برخوردار است؛ آغاز فرایند تغییر اندیشه خواهد بود. مرحله مواجهه از جمله مراحل مهم و بسیار خطرناکی است که بخش مهمی از سرمایه و انرژی جریان‌ها را به خود مشغول و مصروف می‌دارد. به همین جهت، هر کدام از جریان‌های انحرافی برای آن که مواجهه بهتری داشته باشند، به طراحی نظام نظری مواجهه اقدام کرده‌اند؛ اما طبق بررسی‌های انجام شده، هیچ کدام به طراحی نظامنامه‌ای که تمامی ویژگی‌ها و ضروریات مواجهه را تأمین کرده باشد، قادر نشده‌اند.

گذشته از این موارد؛ عمده مسئله مبلغ در جریان‌های انحرافی مهدویت، مقاومت در برابر او و اندیشه جدید است. بنابراین، همواره باید خود را برای این تصادف و تصادم آماده کند یا با گاردی منفعل و فرارکننده از خود و اندیشه خود دفاع کند. لذا عموماً برای آن که در این مواجهه پیروز باشند، خود را در قالب پرسشگر یا محقق معرفی کرده و با ارائه سؤال‌های نابودکننده به مخاطب، محل نفوذ به اندیشه او را فراهم می‌کند. این روش به مبلغ این شانس را می‌دهد که اگر با مقاومت شدید مواجهه شد، تغییر موضع داده و خود را از آسیب‌های احتمالی حفظ کند و از طرفی این گونه از مواجهه، امکان طرح سؤالات چندلایه‌ای را برای تغییر چند مرحله‌ای اندیشه فراهم می‌کند. به عنوان نمونه، جریان احمداسماعیل برای آن که احمد را به عنوان



یمانی معرفی کنند، می‌گویند:

۱. آیا نشانه‌های آخرالزمان را می‌شناسی؟
۲. آیا میدانی الان در آخرالزمان هستیم؟
۳. آیا می‌دانی علمای آخرالزمان جزو فاسدین بوده و در برابر امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف خواهند ایستاد؟
۴. آیا می‌دانی یمانی تنها کسی است که با دشمنان امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف خواهد جنگید؟
۵. آیا می‌دانی اکنون یمانی ظهور کرده و در حال جنگ با علمای شیعه است؟
۶. آیا می‌دانی که بیش‌تر یاران یمانی اکنون در زندان‌های جمهوری اسلامی ایران هستند؟
۷. آیا می‌دانی نام یمانی احمد است و اکنون در بصره زندگی می‌کند؟

آنچه می‌بینید، طرح سؤالاتی چند مرحله‌ای است که توسط مبلغ جریان احمداسماعیل، پیش روی مخاطب گذاشته شده و قرار است او را اولاً، علیه علمای شیعه و جمهوری اسلامی بشوراند و ثانیاً، او را به عنوان مدافع امام زمان عجل الله تعالی فرجه الشریف به جریان احمداسماعیل پیوند دهد (ر.ک: محمدی هوشیار، ۱۳۹۷).

۲-۵. تعامل

مواجهه اولیه جریان انحرافی با مخاطب، به عنوان یک استارت عمل می‌کند؛ اما آنچه قصد به حرکت درآوردن او از اندیشه‌ای به اندیشه دیگر را دارد، تعامل و نحوه تعامل است. به عبارتی، نتیجه «تبلیغ و تحکیم و تثبیت» فرد در اندیشه جدید، در فضای تعامل مشخص خواهد شد و می‌توان از آن به عنوان مرحله تعیین‌کننده یاد کرد و ایمان به اندیشه جدید که محصول نوع رفتار مبلغان جریان‌ها به شمار می‌رود، در همین مرحله شکل می‌گیرد. معمولاً مبلغان جریان‌ها پس از مرحله مواجهه، مخاطب را به فضایی خصوصی‌تر دعوت می‌کنند تا درباره آنچه مطرح شده بود گفت و گوی بیش‌تری داشته باشند. البته فضای خصوصی بسته به علاقه و شخصیت مخاطب دارد. اگر از حضور فیزیکی ترس دارد، بهترین جا برای او فضای مجازی است و اگر روحیه اجتماعی دارد، کافی شاپ یا رستوران یا پارک جای مناسبی است و اگر



روحیه مذهبی دارد، مسجد یا بقاع متبرکه را برای حضور انتخاب خواهد کرد. بنابراین، چگونگی مکان برای مبلغ مهم نیست، آنچه در این مرحله برای او حائز اهمیت است؛ ۱. خصوصی بودن فضا؛ ۲. مورد علاقه بودن مکان برای مخاطب است. فرقه‌ها از همین مرحله، خصوصی سازی و محدودسازی را آغاز می‌کنند و رفته رفته، بدون آن که مخاطب متوجه موضوع شود، او را روز به روز محدود و محدودتر می‌کنند. البته توجه به مدارا با اندیشه سابق مخاطب و گفت و گو بر اساس فرهنگ مخاطب، از جمله ضروریات این تعامل است که اکنون مورد بحث نمی‌باشد.

لویس رامبو درباره محدود سازی مخاطب تبلیغی در این مرحله می‌گوید:

به نظر می‌رسد که محدودسازی به عنوان یک روش، دارای اهمیت باشد که گروه‌های متفاوت دینی در آن، عوامل خود را ایجاد می‌کنند و به آن‌ها تداوم می‌بخشند. وقتی چنین گروهی را می‌بینم، گاهی به یاد گزارش تلویزیونی چندین سال پیش درباره آن پسر بچه در هوستون (Houston) تگزاس می‌افتم که سیستم ایمنی خود را از دست داده بود. پزشکان برای محافظت از بچه، حباب پلاستیکی بزرگی درست کردند که بچه در آن می‌توانست از تمام باکتری‌ها و ویروس‌های محیط خارج محافظت شود. به همین ترتیب، متوجه شدم که گروه‌های دینی محافظه‌کار، همانند حبابی که پسر بچه در آن زندگی می‌کرد، برای خودشان عوامل محدود شده‌ای ایجاد می‌کنند. باورها، اعمال و تجارب آن‌ها در دوران این حباب‌ها، معنا و ارزش خاصی دارند؛ اما خارج از آن حیطه‌ها، صحبت از عقاید خاص معنوی، اغلب دشوار است، چه رسد به تصدیق اعتبار و ارزش آن‌ها (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۱۳۴).

باید توجه داشت محدود سازی در مرحله تعامل دارای دو صورت است که هر دو برای جریان اهمیت دارد: ۱. قطع علاقه مخاطب از محیط بیرون از جریان؛ ۲. وابستگی عاطفی و ایدئولوژیک به جریان. البته محدودسازی در این مرحله با ملایمت و عواطف کاملاً همراه است؛ اما پس از جذب و تغییر اندیشه، این محدودسازی‌ها، مانند قانون لازم الاجرا برای افراد است. به عنوان نمونه می‌توان به روش سازمان مجاهدین خلق اشاره کرد که در قوانین خود آورده‌اند:

روابط عاطفی و عشیره‌ای و روابط محفلی در کادر یک مبارزه مخفی و تشکیلاتی نمی‌گنجد. بنابراین، از هر گونه رابطه غیر سازمانی و تشکیلاتی باید جداً احتراز کرد. به عبارت دیگر، یک عنصر انقلابی و تشکیلاتی تنها مجاز به ارتباطاتی است که سازمان



برای او مشخص کرده است (باقری، ۱۳۹۶: ص ۲۱).

مرحله تعامل، لزوماً مرحله تغییر اندیشه نیست؛ زیرا از دیدگاه مبلغان جریان‌ها، هنوز مقدمات اندیشه جدید به مخاطب منتقل نشده و بحث عمیق از اندیشه جدید، امکان عقب نشینی مخاطب را خواهد داشت. آنچه در این مرحله انجام خواهد شد، عبارتند از: ۱. ایجاد روابط فردی و صمیمی؛ ۲. شنیدن خاطرات و مشکلات؛ ۳. وعده حل مشکلات؛ ۴. توصیف جذابیت‌های جریان؛ ۵. اعلام در دسترس بودن.

۲-۵-۱. ایجاد روابط فردی و صمیمی

لوتیس رامبو درباره نقش روابط فردی در تغییر باورهای دینی می‌گوید:

من پیشنهاد نمی‌دهم که روابط فردی، تنها دلیل تغییر دین است، بلکه از منظر تاریخی استثناهای آشکار زیادی وجود دارد. با وجود این، من معتقدم که روابط فردی در جهان امروز، صرفاً فراهم‌کننده محیطی هستند که ایمان در آن توان بالیدن دارد. حتی زمانی که یک تغییر دین، مضمون عقلانی داشته باشد، وجود دوستی‌ها یا نظامی حمایت‌گر، محیط نقادانه‌ای ایجاد می‌کند که شخص در آن می‌تواند به بررسی مسائل معنوی و عقلانی بپردازد (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۱۴۱).

معمولاً این روابط، بر پایه ارتباط عمیق و صمیمانه با افراد شکل می‌گیرد تا با ایجاد حیات امن برای مخاطب، بدون دلهره و ترس احتمالی از اعتقادات و ارزش‌های خود فاصله گرفته و اعتقادات و ایدئولوژی جریان مورد نظر را پذیرا باشند. این روابط عاطفی و فردی می‌توانند باعث وفاداری و تعهد افراد به فرقه شده و آن‌ها را در اعتقادات و ارزش‌های فرقه ماندگار کند.

۲-۵-۲. شنیدن خاطرات و مشکلات

ایجاد رابطه فردی، به معنای قرار ملاقات به همراه خوردن چای یا قهوه و انتقال پیام نیست، بلکه علاوه بر آن، چگونگی شنیدن، به منظور رسیدن به معنای کامل آن چه گفته می‌شود و انتقال حس پذیرش و درک شدگی به مخاطب نیز می‌باشد. جریان‌های انحرافی مهدویت همواره بر این مسئله اهتمام دارند تا در مرحله تعامل، شنونده فعالی برای مخاطب بوده و با رفتار و حرکات خود به او این اطمینان را ایجاد کنند. بنابراین، با علاقه، تمرکز و حوصله گوش

می‌دهد، تلاش آگاهانه برای درک آنچه گفته می‌شود، با حالات چهره به گوینده پاسخ می‌دهد، ارتباط چشمی برقرار می‌کند، یادداشت‌برداری می‌کند، با پرسش‌های کوتاه، اعلام همراهی می‌کند، زبان بدن مناسبی دارد، ابراز هیجان یا تأسف می‌کند، برخی نکات را یادداشت می‌کند، هیچ انتقادی از مخاطب نمی‌کند.

شاید این گوش دادن ساعت‌ها طول بکشد؛ اما از نظر مبلغ حرفه‌ای، این شیوه نه تنها اتلاف وقت نیست، بلکه مخاطب را شنیدن سخنان خود آماده می‌کند. وقتی تمام حرف‌های مخاطب گفته شد، به طور طبیعی به مبلغ جریان خواهد گفت: شما هم چیزی بگو... و آن وقت مبلغ می‌تواند با تحسین روحیات آن فرد، درباره ادبیات جریان، مناسبک جذاب و نظایر آن سخن به میان آورد.

۲-۵-۳. وعده حل مشکلات

همان طور که قبلاً گفته شد، یکی از عوامل میل به تغییر اندیشه، وجود بحران‌ها و خلاءها در زندگی افراد است. آن‌ها برای آن که زمین بازی را تغییر دهند، اندیشه جدید را می‌پذیرند و اگر مبلغان این اندیشه توان حل مشکلات آنان را داشته باشند، افراد به سرعت جذب آنان می‌شوند. مبلغ جریان‌های انحرافی مهدویت با آگاهی از این امر، در جلسات تعاملی خود با مخاطب، به این مسئله اهتمام دارد و برای حل مشکلات او وعده می‌دهد و برای جلب اعتماد، برای حل برخی از آن مشکلات نیز اقدام می‌کند. با یکی از مستبصران در تربت حیدریه گفت وگویی داشتم که مدت‌ها جذب جریان احمدالحسن بود و جزو مبلغان آن بشمار می‌رفت. در اولین جلسه تعامل با مبلغان جریان، وعده تأمین مالی به او داده شده و او نیز به آنان تمایل نشان داده و وارد جریان شده بود. جالب توجه این است که آنچه از جهت مالی به او داده شد، صرفاً چند کیلو گوشت گوسفند بوده و با این کار دلسوزی خود را به او اثبات کرده و پس از آن، هیچ گونه پولی به او داده نشده بود. عموماً این وعده‌ها جنبه جلب اعتماد دارد و هیچ‌گاه محقق نخواهد شد.

۲-۵-۴. توصیف جذابیت‌های جریان

توصیف زیبایی‌های جریان، به اقتضای شخصیت و علاقه مندی مخاطب، یکی از وظایف

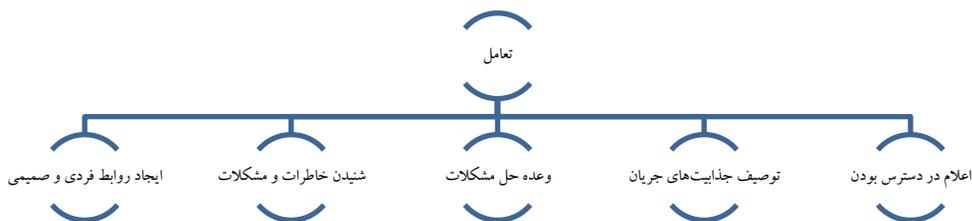


مبلغان جریان‌ها در جلسات تعامل است. افرادی که دچار بحران شده‌اند، برای تغییر اندیشه به تغییر فضا نیاز دارند و اگر فضای جدید و مورد علاقه آنان را ترسیم کنند، اندیشه حاکم بر آن فضا را بدون مقاومت خواهند پذیرفت.

۲-۵-۵. اعلام دسترسی

یکی دیگر از ارکان جلسات تعامل، اعلام دسترسی در شبانه روز است که توسط مبلغان جریان انجام می‌شود. این، بدان سبب است که مخاطب در برزخ بین اندیشه گذشته و آینده ایستاده و برای آن که تصمیم نهایی خود را بگیرد، به حامی نیاز دارد. اگر حامی در دسترس نباشد، تمام تلاش مبلغ در مرحله مواجهه و تعامل بی فایده خواهد شد. بنابراین، صرف اعلام این که من شبانه روز در خدمت تو هستم، برای آن فرد مهم جلوه داده شده و با خیال این که تکیه‌گاهی جدید و مستحکم و مستمر یافته است، خود را از علائق سابق دور می‌کند.

عموماً جلسات تعامل و اجرای ملزومات آن از سوی مبلغ، مخاطب را به آموزه‌های آنان «مؤمن» می‌کند و برای گفت‌وگوی بیش‌تر درباره ادله و استدلال‌ها مجال نمی‌ماند و اغلب جریان‌ها برای آن که فرد را از پرسش درباره ادله و ریز شدن در استدلال‌ها دور بدارند، آن‌ها را به عجله در ایمان آوردن ترغیب می‌کنند. مخاطب به صرف ایمان به جریان، از پرسش بیش‌تر پرهیز و سکوت اختیار می‌کند؛ چرا که به جای اقتناع علمی، اقتناع روانشناختی شده است. این جمله مشهور منسوب به زکریای رازی: «ایمان به شما پاسخ نمی‌دهد، بلکه فقط شما را از پرسیدن باز می‌دارد. معجزات متنبیان (مدعیان نبوت) نیز چیزی جز خدعه و نیرنگ نیست و غالب آن‌ها هم از مقوله افسانه‌های دینی است که بعد از آنان پدید آمد» (راوندی، ۱۳۹۳: ج ۱۰، ص ۱۳۶)؛ این مطلب را تایید می‌کند.



۲-۶. تعهد

پس از ایجاد وابستگی در جلسات تعامل که در قالب «ایمان» خودنمایی می‌کند؛ به متعهد کردن فرد یا به عبارت عامیانه، نوبت به «گردن‌گیر نمودن» او نوبت نمی‌رسد. بنابراین، با حضور یافتن فرد جذب شده در مراسم و مناسک جریان، یا با انجام امور محوله، مانند توزیع منشورات تبلیغی جریان، عملاً تعهد به جریان را پذیرفته و آن را اعلان می‌کند. لوئیس رامبو در کتاب شناخت تغییر دین، برای این مرحله پنج گام مؤثر ترسیم کرده است که عبارتند از: ۱. تصمیم‌گیری، ۲. مناسک، ۳. تسلیم، ۴. اعلان شهادت، ۵. اصلاح انگیزشی (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۱۵۷).

۲-۶-۱. تصمیم‌گیری

تهدید و ایجاد دو راهی در جریان‌های انحرافی مهدویت، فرد جذب شده را با مسئولیتی مواجه می‌کند؛ زیرا میان دو جهت اعتقادی مردد بوده و باید درکم‌ترین زمان یکی از آن دو، یعنی اندیشه سابق یا اندیشه جدید را انتخاب کند. عموماً تهدیدهای فرقه به قدری سنگین و سخت است که افراد را در مرحله اتخاذ تصمیم آزار می‌دهد. به عنوان نمونه، احمد اسماعیل بصری در بیانیه‌ای می‌گوید:

به اسم امام محمد بن حسن علیه السلام اعلان می‌کنم: هر کسی که تا تاریخ ۱۳ رجب سال ۱۴۲۵ هجری قمری به این دعوت ملحق نشده و اعلان بیعت با وصی امام مهدی عجل الله تعالی فرجه نکند، از ولایت علی بن ابی طالب علیه السلام خارج بوده و به همین خاطر وارد جهنم خواهد شد (ر.ک: احمد اسماعیل، ۱۳۸۳).

توجه به پاداش (محبت، تأیید و احترام) یا تنبیه (کشته شدن، زندان و طرد) اجتماعی در این مرحله مؤثر است و فرد جذب شده را برای اتخاذ تصمیم یاری می‌کند. اما این قانون عمومیت نداشته و در موارد متعددی شاهد آن بوده‌ایم که قدرت ایدئولوژی و اندیشه جدید آن قدر زیاد است که افراد بدون توجه به پاداش یا تنبیه اجتماعی، تصمیم گرفته‌اند.

۲-۶-۲. مناسک

عمل به احکام و مناسک جدید، «نه» گفتن به گذشته و آری گفتن به باورهای جریان جدید



است. لذا فرد جذب شده به جریان احمداسماعیل، با تغییر نحوه مسح پا در وضو، گفتن هفت تکبیر واجب در ابتدای نماز و نظایر آن (ر.ک: احمداسماعیل، ۱۳۹۰)؛ اتمام زندگی گذشته و آغاز زندگی جدید را اعلام می‌کند. بنابراین، می‌توان به انجام دادن مناسک جدید، به عنوان خراب کردن پل‌های گذشته و تأسیس عبورگاهی جدید نگریست که در مرحله تعهد محقق می‌گردد.

۲-۶-۳. تسلیم

شاهد بودن، تبعیت محض، خودباختن، عبد محض، تسلیم، پذیرش و واژگانی که تماماً در پی بی‌اختیار کردن جذب شده‌گان در برابر سرکرده فرقه، تولید شده‌اند؛ از جمله اصطلاحات رایج در فرقه‌های انحرافی می‌باشند. لوئیس رامبو می‌گوید:

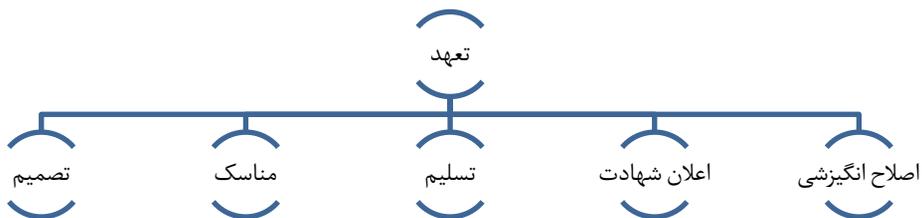
تسلیم فرایند درونی تعهد و یکی از دشوارترین جنبه‌های شناخت تغییر دین است. تسلیم عبارت است از تمکین درونی، یعنی پذیرش اقتدار رهبر و گروهی که نوکیش را قادر می‌سازد تا خودش را به طور کامل وقف گروه کند. تا حد زیادی دست یافتن به معنای تسلیم می‌تواند دشوار باشد و چندین عنصر برای شناخت این فرایند باید مورد توجه قرار گیرد. این مراحل، منظم و از لحاظ زمانی مجزا نیستند، بلکه تا حدی مرحله‌ای با آثار معنوی و روان‌شناسانه‌اند که در پدیدارشناسی عملی فرایند تسلیم با هم آمیخته و همزمان هستند. من در تسلیم پنج عنصر می‌بینم: ۱. نوکیش ممکن است در ابتدا حس تمایل به تسلیم داشته باشد که می‌تواند در این ریشه داشته باشد که بخواهد مطیع شرایط گروه باشد، یا از این درک عمیق ناشی شود که تسلیم در راه تحول معنوی لازم است؛ ۲. تسلیم موجب تعارض میان نیاز به کف نفس و تمایلی برای تسلیم و تحول می‌شود. تمایل و ترس در این تعارض، مقابل هم قرار می‌گیرند. نوکیش جذب زندگی جدید می‌شود؛ با وجود این، می‌خواهد از اضطرابی که همراه تسلیم است، به دور باشد؛ ۳. درکل، تعارض از طریق آنچه می‌تواند «تسلیم» یا «دست کشیدن» نامیده شود، که ممکن است خود نیازمند «جهش ایمان» نمادین باشد، حل شود؛ ۴. حل تعارض با تجربه رهایی، آرامش و پیروزی آغاز می‌شود؛ ۵. تسلیم، به بی‌ثباتی و تزلزل گرایش دارد و دائماً نیاز دارد تا از سوی چهار عامل دیگر (تمایل، تعارض، آرامش و تداوم) غریبال شود. تسلیم برای همیشه نیاز دارد تا دوباره مورد تأیید و تجربه قرار گیرد تا انسان‌ها آنچه را هستند، بشنوند (رامبو، ۱۳۷۳: ص ۱۶۷).

۲-۶-۴. اعلان شهادت

شهادت دادن به حقانیت باورهای جدید، اعلان زبانی تعهد است. اقرار زبانی، همان چیزی است که راه بازگشت و توجیه را برای افراد خواهد بست. این اعلان، باید مطابق ادبیات جریان باشد که خود آغازی برای تحول ادبیات فرد نواندیش در فضای انحرافات مهدویت خواهد بود. برخی از این جریان‌ها، حتی این اقرار را به اذان و اقامه نماز می‌افزایند تا شهادت و اقرار افراد، روزانه تکرار گردد. به عنوان نمونه می‌توان به جریان باییت اشاره کرد که در اذان نماز می‌گفتند: «أشهد انّ علیاً قبل نبیل باب بقیة الله؛ شهادت می‌دهم که علی، قبل از نبیل (علی محمد شیرازی)، باب بقیة الله است» (خاوری، ۱۳۲۵: ص ۱۲۷). همچنین در جریان احمداسماعیل بصری که می‌گویند: «أشهد انّ المهدی و المهدیین من ولده حجت الله» (العقیلی، ۱۳۹۱: ص ۱۰). نیز در جریان اصحاب القضیه به سرکردگی حمید الکعبی که باور به مهدی بودن مقتدا صدر دارند، گفته می‌شود: «أشهد انّ المقتدی صدر مهدی حجت الله» (ذوالفقار، ۱۳۸۳: ص ۲۰۷).

۲-۶-۵. اصلاح انگیزشی

این، حقیقتی واضح است که انگیزه افراد در تغییر اندیشه یکسان نیست و ممکن است هر کدام به نسبت زمینه یا بحران خود، انگیزه متفاوتی داشته باشد، اما این امر برای یک جریان اصلاً خوشایند نیست و باید تلاش خود را برای اصلاح و یکسان سازی انگیزه‌های پیروان خود صرف کند. بنابراین، از همان ابتدای راه، سعی بر آن دارد ضمن نگرش بخشی به آنان، انگیزه تغییر اندیشه را اصلاح و به آنان چنین القا کند که مثلاً تو فقط برای نجات انسان‌ها از ظلم به ما پیوسته‌ای و انگیزه دیگری نداری!



۲-۷. نتایج

شاید در این چند مرحله گذشته، از بحث علمی و استدلال عقلی و نقلی بین فرد جذب شده با مبلغ جریان انحرافی اثری مشاهده نمی‌شود و به عبارتی دیگر، از اقناع علمی اثری نیست و باید این پذیرش را محصول اقناع روانشناختی دانست. همین نکته به عنوان وجه تمایز الگوی هفت وجهی با برخی از الگوهای دیگر است که در الگوهای دیگر، یا به طور صد درصدی بر اقناع علمی متمرکز هستند و یا این که تلفیق و ترکیبی از دو روش را مورد استفاده قرار می‌دهند. اما آنچه در مرحله پایانی الگوی هفت وجهی قابل مطالعه می‌گردد، مقوله نتایج است که مبلغان یا راهبران جریان آن را بر عهده دارند. آنان برای این که سطح و عمق این تغییر را در فرد جذب شده ارزیابی نمایند، ناگزیر باید متوجه نتایج باشند.

ارزیابی باید از جنبه‌های مختلفی انجام شود تا سطح و عمق تغییر اندیشه و وضعیت سنجی فرد جذب شده به دست آید: ۱. اهتمام به انجام امورات محوله؛ ۲. انتقادات به نحوه عملکرد راهبران جریان؛ ۳. جدیت در فهم و حفظ آموزه‌های جریان؛ ۴. پایبندی به ادبیات و نوع سلوک جریان؛ ۵. توجه و رعایت نکات امنیتی و محافظتی جریان؛ ۶. ترجیح منافع و غیرت سازمانی. پس از ارزیابی‌های لازم در ابعاد مختلف، جریان به تغییر اندیشه یک فرد موفق شده و او را به عنوان یک کنشگر و مبلغ مورد اعتماد پذیرش می‌کنند.



نتیجه گیری

تغییر اندیشه، فرایندی چند وجهی است و هرگز نمی‌تواند به عنوان رویدادی واحد مورد مطالعه قرار گیرد. از این رو، الگوی تبلیغی جریان‌های انحرافی مهدویت از دستگاهی منظم و هندسی و به عبارتی از «فرایند چند وجهی تغییر اندیشه» برخوردار است که اندیشه مخاطب را به طور نسبی و با استفاده از آن تغییر می‌دهند. شاید بتوان برای تغییر اندیشه در جریان‌های انحرافی، الگوهای بیشماری را ترسیم کرد، اما الگوی هفت وجهی در کتاب «شناخت تغییر دین»، اثر رامبولئیس نگاهی جامع به این مقوله دارد که از زاویه مباحث روانشناختی و جامعه‌شناختی، روند تغییر دین را مورد بررسی قرار داده است. پژوهش حاضر با تکیه بر روش مذکور، تغییر اندیشه را در جریان‌های انحرافی مهدویت مورد بررسی قرار داده است. در این نوشتار، «زمینه»، مانند شناخت محیط فرایند تغییر اندیشه و «بحران»، به مانند واسطه تحول و «جست و جو»، مانند گشتن فعالانه و «مواجهه» به مانند حمایت و پشتیبانی برای تغییر و «تعامل»، مانند چارچوب دهی برای تغییر و «تعهد»، مانند تکمیل و تحکیم تحول و «نتایج»، مثابه بررسی آثار فرایند تغییر اندیشه مورد بررسی قرار گفته‌اند و بر این باور هستیم که مخاطب با قرار گرفتن در این فرایند، امکان تغییر اندیشه را خواهد داشت.



منابع:

۱. باقری، علی (۱۳۹۶). *جلاد دهه ۶۰*، تهران، موسسه راهبردی دیده بان.
۲. بصری، احمد اسماعیل (۱۳۸۳). *بیانیه برائت*، بی جا، بی نا.
۳. _____ (۱۳۹۰). *الجواب المنیر عبر الاثیر*، نجف، مکتب.
۴. توسلی، غلام عباس (۱۳۶۹). *نظریه های جامعه شناسی*، تهران، سمت.
۵. حجامی، حسین (بی تا). *به سوی انحراف*، قم، پژوهشکده مهدویت و آینده پژوهی.
۶. خاوری، اشراق (۱۳۲۵). *تلخیص تاریخ نبیل زرنندی*، بی جا، بی نا.
۷. خندان، محسن (۱۳۷۴). *تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی*، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی.
۸. ذوالفقار، علی ذوالفقار (۱۳۸۳). *الحركات المهدویة*، بغداد، مرکز بانقیا للابحاث و الدراسات.
۹. رامبو، لوئیس (۱۹۹۵). *شناخت تغییر دین*، مترجم: الهام موحدی، رساله دکتری، مشهد، دانشگاه فردوسی.
۱۰. راوندی، مرتضی (۱۳۹۳). *تاریخ اجتماعی ایران*، تهران، نشر نگاه.
۱۱. ساروخانی، باقر (۱۳۷۰). *دایرة المعارف علوم اجتماعی*، تهران، کیهان.
۱۲. کاویانی، محمد (۱۳۹۰). *روانشناسی و تبلیغات با تاکید بر تبلیغ دینی*، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۱۳. العقیلى، ناظم (۱۳۹۱). *الوصیة والوصی احمد الحسن*، نجف، مکتب.
۱۴. محمدی هوشیار، علی (۱۴۰۰). *درسنامه نقد و بررسی جریان احمد الحسن*، قم، تولى.
۱۵. _____ (۱۳۹۹). *پیشوای اینترنتی*، قم، نشر جمکران.
۱۶. _____ (۱۳۹۸). *پرچم های تاریکی*، قم، نشر جمکران.
۱۷. _____ (۱۳۹۷). *جریان شناسی نفوذ احمد اسماعیل در افشار مذهبى ایران*، قم، مرکز تحقیقات کاربردی ویژه روحانیت.
۱۸. مودودی، ابوالقاسم (۱۳۸۱). *آسیب شناسی مبلغان دینی پس از انقلاب*، روزنامه همبستگی، شماره ۱۵.
۱۹. مندارس، هانری (۱۳۴۹). *مبانی جامعه شناسی*، مترجم: باقر پرهام، تهران، امیر کبیر.

20. John A. Gration (1983). Cultural Context, International Bulletin of Missionary, Research 7: 15763.

21. Luther P Gerlavh and Virginia H. Hine (1970). *People, Power Change. Movements of social Transformation*, USA, Indianapolis: Bobbs-Merrill, 16379.

