

امام جواد (ع) و بهره‌گیری از فنون ارتباطات در مدیریت بحران فرقه‌های انحرافی

محمدرضا بارانی^۱

هدی شعبان‌پور^۲

چکیده

در دوره امامت امام جواد (ع)، به رغم اقتدار شیعیان، جامعه در عرصه‌های سیاسی - اجتماعی، گرفتار بحران‌های عمیق عقیدتی و درگیری‌های مختلف فرقه‌ای بود که شاخص‌ترین آن‌ها: مجسمه، واقفیه، زیدیه و غلات بودند. پاک‌سازی این فرقه‌ها از جامعه، نیازمند مدیریتی کاملاً سازمان‌یافته و برنامه‌ریزی منطقی بود که این مهم توسط امام جواد (ع) به انجام رسید. ایشان با اتخاذ روش غیرمستقیم (روش اقناع) و برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان، به مدیریت بحران پرداختند. ارتباطات مؤثر و دادن اطلاعات درست، نقش مهمی در کنترل خطرهای احتمالی بحران‌ها، عوارض ناشی از بحران و گرفتن تصمیم مناسب دارد. به همین دلیل، امام جواد (ع) نیز با شناخت دقیق ماهیت بحران، اهداف و خواسته‌های بحران‌سازان و ویژگی‌های مخاطبان خود، به‌طور مستمر با مقامات، مردم، رهبران و حامیان بحران و نیروهای خودی، ارتباط برقرار کردند و الگویی جامع برای به حداقل رساندن آسیب بحران نشان دادند. به این ترتیب، نه تنها شیعه بلکه کل جامعه مسلمین را از خطر این غالیان حفظ کردند؛ به طوری که منابع براین اتفاق نظر دارند که شیعیان بعد از شهادت ایشان، به راحتی امام هادی (ع) را

ص: ۴۴۲

با وجود کمی سن، به امامت پذیرفتند و دیگر از آن دوران حیرت و فرقه‌های متعدد انحرافی پیش از امامت امام جواد (ع) خبری نبود.

واژگان کلیدی: امام جواد (ع)، فرقه‌های انحرافی، مدیریت بحران، فنون ارتباطات.

مقدمه

^۱. استادیار و عضو هیئت علمی گروه تاریخ دانشگاه الزهراء؟ سها؟ m.barani@Alzahra.ac.ir

^۲. کارشناس ارشد، تاریخ اسلام، دانشگاه الزهراء؟ سها؟ hodashaabanpour@yahoo.com

بحران خطر آتی و رخدادی است که ناگهان در جهت رفتن به سوی خرابی پیش می‌آید و یا وضعیتی است که خارج شدن از آن مشکل است. یک فشار زاینده روانی رفتاری در بحران شکل می‌گیرد که باعث در هم شکسته شدن امور متعارف زندگی و نظم اجتماعی می‌شود و غالباً با آسیب‌های جانی و مالی، تهدیدها و خطرهای گوناگون همراه است.^۳ اما بحران را با مدیریت آسیب می‌توان به حداقل رساند.

بحران غلو در دوره امام جواد (ع) جامعه مسلمانان را فرا گرفته بود. در این دوره، به علت گسترش مرزهای سرزمین‌های اسلامی و ارتباط نزدیک و برخورد مسلمانان با فرقه‌های گوناگون و طبعاً بحث‌های مربوط به عقاید مذهبی و کلامی، دامنه بحث‌های عقلی و فلسفی وسعت یافت و کتاب‌های فلسفی یونانی ترجمه شدند. مقارن همین زمان، گروهی به فکر افتادند حقایق دینی را فقط از راه قیاس و تفکر تحصیل کنند که به سبب حمایت مأمون و گرایش او به اعتزال، در این امر به شدت دچار افراط شدند؛ برخی به سبب جهل و دوری از تعالیم اهل بیت پیامبر (ص) در مورد ذات باری تعالی به بی‌راهه افتادند و به تشبیه و حلول قائل گردیدند؛ گروهی مقام الوهیت را با امامت خلط نموده، درباره ائمه (علیهم السلام) تا حد خدایی غلو کردند؛ برخی به سبب تمایلات مادی و هواپرستی در امامت امام قبل توقف نمودند؛ جمعی تنها راه وصول به حقایق دین را عزلت از خلق و گرایش به خالق تصور کردند و بالاخره، برخی نیز مرز افعال الهی و افعال

ص: ۴۴۳

انسان را درک نکرده، دچار جبر و یا تفویض گردیدند.^۴ در این میان، افرادی نیز به قصد تخریب چهره شیعه که مخالفان جدی حاکمیت بودند، از دل این جریان برخاستند تا از ره‌گذر پیوند زدن شیعه و غلات این مجال فراهم شود که شیعیان را به محاکمه بکشند و افکارشان را غیراسلامی و یا حتی مخالف با تعالیم اسلام معرفی کنند. این جهات چندگانه، موجب ایجاد بحران اختلافات مذهبی در میان مسلمانان شد.

به همین دلیل، این بحران یکی از تأثیرگذارترین پدیده‌ها در تاریخ تشیع است که در زمان حضور ائمه (علیهم السلام) و مشخصاً در دوره صادقین (ع) رشد خود را آغاز کرد و بعد از شهادت امام رضا (ع) و آغاز امامت امام جواد (ع) ضربه‌های محکمی بر جریان اصیل تشیع وارد ساخت. آسیب‌های اجتماعی این بحران، در دوره امام رضا (ع) با اقدامات پیش‌گیرانه ایشان به حداقل رسید، اما این بحران، با به امامت رسیدن امام جواد (ع) به دلیل سن کم ایشان، به اوج خود رسید و یکی از حیرت‌های بزرگ میان شیعه روی داد، لذا چاره‌اندیشی‌های مختلفی در حل این معضل مطرح شد. ۵ امام جواد (ع) در این وضعیت، با اقدامات مقابله‌ای و برقراری ارتباطات درست، به مدیریت بحران غلو پرداختند و از گسترش آن جلوگیری کردند؛ به‌طوری که بعد از شهادت ایشان، شیعیان به راحتی امام هادی (ع) را با وجود کمی سن به امامت پذیرفتند و دیگر از آن دوران حیرت و فرقه‌های متعدد انحرافی پیش از امامت امام جواد (ع) خبری نبود.

در پژوهش کنونی، تلاش شده به منظور علمی‌تر کردن نوشتار حاضر، با بهره‌گیری از نظریات جامعه‌شناسان درباره فنون ارتباطات، شیوه مدیریت امام جواد (ع) در کنترل بحران غلو بررسی و تحلیل گردد. پرسش اصلی این است که

ص: ۴۴۴

امام جواد (ع) از چه شیوه‌ای در مدیریت بحران غلو استفاده کردند که به کاهش فرقه‌های انحرافی در دوران امامت خود و امام هادی (ع) انجامید؟

فرضیه‌ای که در مقابل این سؤال مطرح می‌شود این است که امام جواد (ع) در مدیریت بحران غلو، از فنون ارتباطاتی راهبرد غیرمستقیم یا کاربرد روش اقناع استفاده کردند که به کاهش فرقه‌های انحرافی در دوران امامت خود و امام هادی (ع) منجر شد.

تاکنون پژوهش‌های زیادی درباره امام جواد (ع) انجام گرفته است اما هیچ‌کدام دربرگیرنده عنوان مقاله حاضر نیست. به‌طورکلی پژوهش‌های انجام گرفته که درباره عنوان فوق ارزش واکاوی دارند، به چند مقاله و کتاب زیر محدود می‌شوند: سیره سیاسی - اجتماعی امام محمدتقی (ع) در هدایت شیعیان، ۶ الغلو و الموقف الاسلامی نوشته سعدالمنصوری، الغلو و الفرق الغالیة فی الحضارة الاسلامیه نوشته عبدالله سلوم السامرائی و کتاب غلو درآمدی بر افکار و

۵. حسن بن موسی، نوبختی، فرق الشیعة، ج دوم، ص ۸۸-۹۹؛ سعد بن عبدالله، اشعری قمی، المقالات و الفرق، ج دوم، ص ۹۵.

۶. ابوالقاسم، شاکر، حصون، ۱۳۹۰، شماره ۳۲.

عقاید غالبان در دین از نعمت‌الله صالحی نجف‌آبادی، غالبان کاوشی در جریان‌ها و برآیندها از نعمت‌الله صفری فروشانی و مدیریت بحران: ارتباطات در بحران. ۷.

مفهوم‌شناسی

«بحران»، معادل لاتین واژه «*krisis*» و معادل انگلیسی واژه «*crisis*» است. در زبان ساده، به «زمان خطر» یا «نگرانی» اطلاق می‌گردد.^۸ به باور روزنتال، بحران عمدتاً از جنس فقدان و نیستی است؛ برنامه‌ریزی نشده، غیرمترقبه و تقریباً کنترل‌ناپذیر است. مازور بحران را تغییر بسیار سریع در محدوده اندکی در حقیقت، وضعیت یا دوره‌ای می‌داند که در آن، اشیاء نامطمئن، سخت و دردآور هستند؛ به ویژه زمانی که باید از خطری عمده و اصلی جلوگیری شود. در

ص: ۴۴۵

فرهنگ مدیریت سازمان آکسفورد، به جای استفاده از واژه بحران، مفهوم‌های متفاوتی از قبیل «نگرانی»، «فشار عصبی»، «فلاکت» و «هراس» متداول است.^۹ همان‌طور که گفته شد، در واقع بحران خطر آنی و رخدادی است که ناگهان در جهت رفتن به سوی خرابی پیش می‌آید و یا وضعیتی است که خارج شدن از آن مشکل است.^{۱۰} و غالباً با آسیب‌های جانی و مالی، تهدیدها و خطرهای گوناگون همراه است و آسیب بحران را می‌توان با مدیریت، به حداقل رساند و در برخی موارد، به کلی موجب از بین رفتن یک بحران احتمالی (بالقوه) شد.

«ارتباط»، مصدر عربی باب افتعال است و در فارسی به صورت مصدری، به معنای پیوند و ربط دادن و به صورت اسم مصدر، به معنای بستگی پیوند، پیوستگی و رابطه به کار می‌رود.^{۱۱} واژه ارتباط در علوم ارتباطات، مفاهیم گوناگونی نظیر انتقال و انتشار آگاهی‌ها و اندیشه‌ها، ایجاد پیوستگی اجتماعی و اشتراک فکری و همکاری عمومی را در بر

^۷. محمود، تشکری، «مطالعات مدیریت انتظامی»، ۱۳۹۰- شماره ۱۸، ص ۲۶۹-۳۲۳.

^۸. مصباح الهدی، باقری «جنبه‌هایی از مدیریت بحران پیامبر اکرم (ص)»، مجله اندیشه صادق، ش ۳ و ۴، تابستان ۱۳۸۰.

^۹. علیرضا، کبیری، «مدیریت بحران»، مجله تدبیر، ش ۷۸، آذر ۱۳۷۶، ص. ۳۱.

^{۱۰}. همان.

^{۱۱}. محمد، معین فرهنگ فارسی، ج، ۱، ص، ۱۹۰.

می‌گیرد. معتمد نژاد به نقل از «ادوین امری»^{۱۲} ارتباط را فن انتقال اطلاعات و افکار و رفتارهای انسانی از یک شخص به شخص دیگر تعریف می‌کند.^{۱۳}

در زبان لاتین نیز «ارتباط» از کلمه «communication» مشتق شده و به معنای گزارش دادن، بیان نمودن، منتقل کردن، پیوند دادن، تماس گرفتن، منتشر کردن، شرکت دادن و عمومی ساختن آمده است. «کلود شانون»^{۱۴} و «وارن ویور»^{۱۵} معتقدند که کلمه ارتباط، معرف تمام جریان‌هایی است که به وسیله آن‌ها یک اندیشه می‌تواند بر اندیشه دیگری اثر گذارد.^{۱۶} تعریف چارلز کولی^{۱۷} که می‌تواند کامل‌ترین

ص: ۴۴۶

و جامع‌ترین تعریف باشد، بدین شرح است:

ارتباط مکانیسمی است که روابط انسانی، بر اساس آن و به وسیله آن به وجود می‌آید و تمام مظاهر فکری و وسایل انتقال و حفظ آن‌ها در مکان و زمان، بر پایه آن توسعه پیدا می‌کند.

در جریان ارتباط، چهارعنصر مهم منبع پیام‌دهنده، پیام، مخاطب، و وسیله یا مجرای انتقال پیام، نقش مهمی دارند و هرکدام از آن‌ها می‌توانند در روابط اجتماعی، وسیله و عامل انتقال مقاصد فکری انسانی به شخص یا اشخاص دیگر باشند.^{۱۸} از این تعاریف، می‌توان چنین نتیجه گرفت که یکی یا مهم‌ترین هدف برقراری ارتباط با مخاطب یا مخاطبان، انتقال اطلاعات، افکار و رفتار به منظور تحت تأثیر قرار دادن اندیشه و رفتار مخاطب است. به تعبیری ارتباط اثربخش، ارتباطی است که مخاطب با دریافت پیام‌دهنده، تغییراتی در جهت خواسته پیام‌دهنده در افکار و رفتارش ایجاد شود. به باور پژوهش‌گر ارتباط اثربخش را می‌توان با تعاریف عملیات روانی نزدیک دانست. آن‌جا که کلاریسون^{۱۹} در تعریفی

^{۱۲}. Edwin Emery.

^{۱۳}. کاظم، معتمدنژاد، وسایل ارتباط جمعی، ج ۱، ص ۲۶.

^{۱۴}. Claude Shannon.

^{۱۵}. Warren Weaver.

^{۱۶}. همان، ص ۲۷.

^{۱۷}. Charles Cooley.

^{۱۸}. همان، ص ۳۰.

^{۱۹}. Klarysyn.

از عملیات روانی معتقد است: «عملیات روانی عبارتند از: استفاده برنامه‌ریزی شده از ارتباطات برای ایجاد، یا تغییر نگرش‌ها، هیجانات و انگیزه‌های معین در مخاطبان، به منظور تقویت امنیت ملی»، منظور از ارتباطات مجموعه وسیعی از روش‌ها و ابزارهای ارتباطی است.

۲. راهکارهای جامعه‌شناختی مدیریت بحران

هدف اصلی مدیریت بحران، دستیابی به راه‌حلی معقول برای برطرف کردن اوضاع غیرعادی، به گونه‌ای است که منافع و ارزش‌های اساسی، حفظ و تأمین شوند. اغلب هر بحران دانه‌هایی از موفقیت را در خود دارد: «فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا، إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا».^{۲۰} همان‌طور که ریشه‌های شکست را نیز می‌تواند در خود داشته

ص: ۴۴۷

باشد. این هدف، در برگرنده سیاست جاری است و از طریق فرآیندهای اجبار و انطباق پی‌گیری می‌شود تا در نهایت به گرفتن بیش‌ترین امتیازات ممکن از دشمن بینجامد و موقعیت و جایگاه خودی، تا حد امکان، بدون هرگونه تزلزلی حفظ شود. مدیریت بحران، هم شامل هدف مثبت یا سنتی حفظ اهداف ملی است و هم شامل هدف منفی؛ یعنی اطمینان از این‌که اوضاع از کنترل خارج نگردد و به جنگ تبدیل نشود.^{۲۱} بحران نه تنها ایجادکننده خطر عمدی است، بلکه خالق چیزی است که شاید بهترین توصیف آن عنصر خودمختار خطر و عدم قطعیت است.^{۲۲} در مدیریت بحران، رویکردها و راهبردهای مختلفی پیش روی مدیران و مسئولان کنترل بحران قرار دارد که راهبرد مستقیم یا کاربرد قوه قهر و راهبرد غیرمستقیم یا کاربرد روش اقناع، مهم‌ترین آن‌هاست.

۱-۲- راهبرد مستقیم یا کاربرد قوه قهر

در اختیار داشتن قوای قهر توسط دولت، معمولاً این تصویر را به وجود می‌آورد که نیروی قهر توسط دولت، در کنترل ناآرامی‌ها فوری‌ترین و سهل‌الوصول‌ترین ابزار مورد استفاده است و ناآشنایی مسئولان و فرماندهان نظامی و امنیتی با

^{۲۰}. سوره انشراح، آیه ۵ و ۶.

^{۲۱}. محمدرضا، تاجیک، مدیریت بحران، تهران بیب: بیب فرهنگ گفتمان.

^{۲۲}. همان.

مسائل و پدیده‌های اجتماعی نیز می‌تواند براین تصور بیفزاید؛ اما استفاده از این ابزار، در عین حال که اقدامی پرهزینه بوده، به کارگیری آن، دقت، سرعت و وسواس زیادی را می‌طلبد.^{۲۳}

از طرف دیگر، ورود قوه قهر به بحران، خصوصاً کاربرد نیروهای نظامی، پیام‌آور سطح گسترش یافته بحران و ناتوانی سیستم مدیریت در کنترل آن با کاربرد روش‌های نرم‌افزاری است که خود نوعی ضعف در سیستم حکومتی و یا توانایی مخالفان در گسترش دامنه بحران را نشان می‌دهد. در نتیجه، باید گفت: کاربرد موفقیت‌آمیز نیروی قهر، به میزان زیادی به فضاسازی‌های قبلی

ص: ۴۴۸

در محیط و این‌که دستگاه‌های امنیتی، شرایط به کارگیری آن را فراهم نموده باشند، بستگی دارد.^{۲۴}

۲-۲- راهبرد غیرمستقیم یا کاربرد روش اقناع

تأکید این راهبرد بر عدم استفاده مستقیم از قوه قهر در کنترل بحران‌ها بوده، هدف اصلی آن اقناع معترضان به حفظ آرامش و پی‌گیری خواسته‌های خود از طریق قانون است. استفاده از روش‌های اقناعی، ایجاب می‌کند تا مدیریت بحران، برآورد دقیق و درستی از محیط بحران، خواسته معترضان، ویژگی‌های مخاطبان (شخصیت، سواد، سن، فرهنگ و غیره...) داشته باشد و هم‌چنین از دانش و توان استفاده از فنون ارتباط و روش اقناع‌سازی به نحو مطلوب بهره‌مند باشد.^{۲۵}

اصول و قواعد مخاطب‌شناسی، فنون ارتباطی و محتوای پیام متناسب با مخاطب در تولید پیام باید به دقت مراعات شود. بینگر معتقد است، تولیدکننده پیام و رسانه خبری، زمانی می‌تواند پیام خود را به مخاطبان القا کند که اولاً: هدف خود را به گروهی خاص و در زمانی معین محدود سازد. ثانیاً: روابط میان گروه‌های مخاطب و واکنش آنان در برابر پیام را

^{۲۳} . جمعی از نویسندگان (با نظارت حسینی، حسین و جدی، مجید) مدیریت بحران با رویکرد امنیت عمومی، ج ۱، ص ۵۶.

^{۲۴} . همان.

^{۲۵} . محمود رضا، مرتضوی، روابط عمومی و مدیریت خبر در بحران، وبلاگ ارتباطات.

بداند و ثالثاً: اطلاعات کافی درباره روان‌شناسی و جامعه‌شناسی مخاطبان خویش داشته باشد.^{۲۶} در نتیجه، عملیات روانی، محور اصلی تحقق این راهبرد را تشکیل می‌دهد.^{۲۷}

عملیات روانی نیز عبارت است از: عملیات طراحی شده برای انتقال اطلاعات گزینشی به مخاطبان، به منظور تأثیرگذاری بر احساسات، انگیزه‌ها، سازوکار استدلال و در نهایت رفتار سازمان‌ها، گروه‌ها و افراد.^{۲۸} حوزه راهبردی غیرمستقیم، حوزه اندیشه است و عملیات روانی، با تکیه بر صوت و تصویر و

ص: ۴۴۹

بهره‌گیری از ارتباطات چهره به چهره، دیداری- شنیداری (تلویزیون)، شنیداری (رادیو و بلندگو)، یا مکتوب (روزنامه، کتب، مجلات، پوسترها و اوراق تبلیغاتی) محور اصلی اقدامات آن را تشکیل می‌دهد.^{۲۹} بر این پایه، می‌توان مدیریت بحران غلو توسط امام جواد (ع) را یک راهبرد غیرمستقیم (کاربرد روش اقناع) دانست؛ زیرا ایشان با استفاده از روش‌های اقناعی، فنون ارتباط به نحو مطلوب و برآورد درست از محیط بحران، به مقابله با این بحران پرداختند.

با توجه به شیوه‌های مختلف در مدیریت بحران، ارتباطات در حین بحران (مرحله مقابله)، اهمیت بالایی دارد. اقدامات مقابله‌ای در بحران‌های سیاسی، امنیتی و اجتماعی را می‌توان بخشی از فرایند مدیریت و کنترل ناآرامی‌ها دانست که به مقطع زمانی خاصی معطوف است و اقدامات پیش‌گیرانه در آن، بی‌نتیجه می‌ماند و بی‌تأثیر واقع می‌شود. اقدامات مقابله‌ای در این نوع بحران‌ها می‌تواند دارای این اهداف باشد:

- بازگرداندن نظم و امنیت اجتماعی؛

- اعاده حقوق اجتماعی شهروندان و وضعیت مطلوب زندگی شهری؛

- دفع تهدیدات علیه امنیت، ارزش‌ها و باورهای مردم؛

^{۲۶}. جک، کاتزجاک مدیریت بحران در بخش‌های خصوصی و دولتی (علی پارسائیان، مترجم)، تهران: بیب: بیب ترمه.

^{۲۷}. محمد، رضایی بایندر، ثریا احمدی «نقش رسانه‌های گروهی در کاهش عوارض روان‌شناختی ناشی از بحران و ایجاد آرامش در جامعه»، پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۱۵ (پیاپی ۵۶)، ۹۵-۱۱۸.

^{۲۸}. اتولر، بینگر، ارتباطات اقناعی، ترجمه علی رستمی، ص ۱۲.

^{۲۹}. سیدداوود، آقایی، «نقد و بررسی نظریه‌های مطرح نقش نظریه‌های مطرح در مدیریت بحران»، پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۱۵، شماره پیاپی ۵۶، ۷-۲۷.

- اعاده مجدد امنیت روانی به جامعه. ۳۰

همان‌طور که گفته شد، اقدامات پیشگیرانه امامان به ویژه امام رضا (ع)، در ابتدای دوران امام جواد (ع) به علت کمی سن ایشان آثار خود را از دست دادند. به همین دلیل امام جواد (ع) با به‌کارگیری اقدامات مقابله‌ای، توانستند بحران غلو را کنترل کنند. بنابراین با توجه به واکاوی شیوه ارتباطات در حین بحران، می‌توان پنج شاخص را به منظور مدیریت بحران در مورد بحران غلو، استخراج کرد:

ص: ۴۵۰

۱. اعتمادسازی؛

۲. آموزش در حین بحران؛

۳. اطلاع‌رسانی به مخاطبان؛

۴. استفاده از ابزار مناسب ارتباطی و افراد خلاق؛

۵. صراحت در پاسخ‌گویی.

۳. بررسی مراحل مدیریت بحران غلو توسط امام جواد (ع)

با توجه به این‌که مدیریت بحران غلو توسط امام جواد (ع) در دسته‌بندی مدیریت‌ها، در روش غیرمستقیم جای می‌گیرد و مراحل مقابله با این نوع بحران، بر پایه شاخص‌های واکاوی‌شده از نظریات داده شده موردتوجه است، در ادامه تلاش شده تا این مراحل، بر اساس گزارش‌های تاریخی مربوط به روش امام جواد (ع) برای مقابله با این بحران توضیح داده شود و با شاخصه‌های اقدامات مقابله‌ای در مدیریت بحران تطبیق گردد و در پایان، شیوه امام جواد (ع) برای مدیریت آن تحلیل و بررسی شود.

۱-۳- اعتمادسازی

اعتمادسازی بین مدیریت کنترل بحران و مخاطبان به ویژه عموم مردم، از وظایف مهم حوزه ارتباطات است که با چهار عامل کلیدی یک‌دلی و هم‌دردی؛ صلاحیت و کارشناسی؛ صداقت و فداکاری، تعهد حاصل می‌شود. نقش مهم ارتباطات در بحران، برقراری ارتباط مؤثر مدیران ستادهای بحران با مردم برای مدیریت بحران است و این‌که چگونه بدون آن‌که مردم را وحشت‌زده کنند یا آن‌ها را تحریک نمایند، اطلاعات لازم را به ایشان بدهند.^{۳۱}

امام جواد (ع) در اولین اقدام به منظور خودداری از نشر اکاذیب قابل‌شناسایی، با تکیه و تأکید بر عقاید و نگرش‌های مساعد و موافق مخاطبان خود، به قرآن کریم استدلال کردند تا اولاً کمی سن خود را برطرف کند که موجب شک و شبهه

ص: ۴۵۱

در میان پیروان حضرت شده بود.

ثانیاً با آموزش به مردم از طریق قرآن به ویژه شیعیان، اطلاعات لازم را در خصوص بحران غلو ابلاغ کنند تا در درک ماهیت و شدت خطری که مردم را تهدید می‌کرد، کمک کنند. مرحوم کلینی می‌نویسد:

شخصی محضر امام جواد (ع) شرف‌یاب شد و گفت: «ای پسر رسول خدا! عده‌ای از مردم درباره امامت شما شبهه ایجاد می‌کنند.» حضرت در پاسخ ماجرای جانشینی حضرت سلیمان (ع) توسط حضرت داوود (ع) را با استفاده از آیات قرآن بیان کردند. پس از آن، همه شیعیان پذیرفتند که او حجت و پیامبر خداست.^{۳۲}

علی بن اسباط، از یاران امام جواد (ع) می‌گوید:

روزی به محضر آن حضرت رسیدم، در حالی که در مورد امامت ایشان در خردسالی تردید داشتم. در همان لحظه امام در برابر من نشستند و فرمودند: «خداوند درباره امامت حجت آورده، همان‌طوری که درباره نبوت حجت آورده است. قرآن کریم درباره حضرت یحیی (ع) می‌فرماید: (... و آتیناه الحکم صبیّاً؛ ما به یحیی در کودکی فرمان نبوت دادیم) و درباره حضرت یوسف (ع) می‌فرماید: (و لما بلغ اشدّه آتیناه حکماً و علماً...؛ هنگامی که به حدّ رشد رسید، به او حکم

^{۳۱}. محمدحسین، الیاسی، «مبانی نظری و عملی رسانه اثربخش»، فصلنامه عملیات روانی، ش ۱۷، ص ۴۶.

^{۳۲}. کلینی، کافی، ج ۱، ص ۳۸۲.

نبوت و دانش دادیم؛ بنابراین، همان‌گونه که ممکن است خداوند، علم و حکمت را در چهل‌سالگی به شخصی عنایت کند، ممکن است همان حکمت را در دوران کودکی نیز عطا فرماید.»^{۳۳}

ایشان از این مثال‌های ملموس و در دسترس، برای اعتمادسازی استفاده می‌کردند که یکی از روش‌های برقراری ارتباط مؤثر است.

امام جواد (ع) به منظور جلب اعتماد مخاطبان، علاوه بر استناد به قرآن کریم، با استفاده از علم خود که در دید مردم عادی یک نوع کرامت، به شمار

ص: ۴۵۲

می‌رفت، به جلب اعتماد مردم و تصحیح عقاید آن‌ها می‌پرداختند. بررسی‌ها (برای مثال وود و ایگلی، ۱۹۸۱) ۳۴ نشان داده‌اند که وقتی قصد منبع، آشکار می‌شود، اعتبار آن کاهش می‌یابد. چون «مردم دوست ندارند احساس کنند که دیگران می‌خواهند عقاید و نظرهای آنان را تغییر دهند؛ زیرا در چنین شرایطی، این احساس به آن‌ها دست می‌دهد که آزادیشان به خطر افتاده است.»^{۳۵} آن‌ها برای این کار، اول باید پیامی دهند که به خودی خود و صرف‌نظر از منبع آن، قدرت مجاب‌سازی بالایی داشته باشد. دوم، پس از دادن پیام خویش، اطلاعات خدشه‌ناپذیری در مورد نامقبول بودن منبع پیام مقابل، عرضه کنند و سوم اطلاعات خویش را پیش از آن‌که پیام رقیب در ذهن مخاطبان پردازش شود و آنان را برای انجام دادن کنش‌های خاصی برانگیزد، عرضه کنند.

به همین دلیل نشان دادن کرامات، شیوه مؤثری برای اقناع مردم عادی بود؛ چنان‌که بازخوانی اندیشه‌ها، از جلوه‌های علم و فضل امام نهم محسوب می‌شد. قاسم بن عبدالرحمان می‌گوید:

به مذهب زیدیه گرایش داشتم؛ روزی در شهر بغداد، مردم زیادی را دیدم که به استقبال ابن‌الرضا می‌روند. همان‌طور که به او نگاه می‌کردم، با خودم گفتم: «خداوند گروه امامیه را از رحمت خود دور کند! آنان معتقدند که پروردگار سبحان،

^{۳۳} ابوالحسن، مسعودی، إنبات الوصیة للإمام علی بن ابی‌طالب (ع)، ج سوم. ص ۲۱۷؛ علامه مجلسی، مرآة العقول، ج دوم. ج ۴، ص ۲۵۰.

^{۳۴}

(. Stages in the analysis of Persuasive message, Journal of ۱۸۹۱ Wood, W. L. and Eagly, A. AT.)

Personality and social Psychology, ۰۴، ۶۴۲-۰۵۲۹.

^{۳۵} حمزه گنجی، روان‌شناسی اجتماعی، ص ۹۷.

اطاعت از این جوان را بر مردم واجب گردانیده است». همین که این به ذهنم خطور کرد، حضرت این آیه را خطاب به من تلاوت کردند: (فَقَالُوا أَبَشَرًا مِّنَّا وَاحِدًا نَّتَّبِعُهُ إِنَّا إِذَا لَفِيَ ضَلَالٌ وَ سُعْرٌ قَوْمٌ ثَمُودٌ كَقَوْمِهِمْ)؛ آیا ما از بشری از جنس خود پیروی کنیم؟ اگر چنین کنیم، در گمراهی و جنون خواهیم بود. در این هنگام با خود گفتم: «مثل این که او ساحر است و از دل من خبر می‌دهد». بار دیگر حضرت این آیه شریفه را خطاب به من تلاوت کردند: (أَلْقَى الذِّكْرُ عَلَيْهِ مِنْ بَيْنِنَا بَلْ هُوَ كَذَّابٌ أَشِرٌّ)؛ آیا تنها به او وحی نازل شده است؟ نه او آدم بسیار دروغ‌گو

ص: ۴۵۳

و خودپسند است). وقتی دیدم آن حضرت از اندیشه‌های قلبی من خبر می‌دهد، اعتقاد به آن بزرگوار کامل شد و از مذهب زیدیه دست برداشتم و به امامت ایشان اقرار کردم و اعتراف نمودم که ایشان حجت خدا بر مردم هستند. ۳۶

امام جواد (ع) در این مثال، با یکی از فنون اقناع‌سازی به صورتی که با پیام خود آشکارا مخاطب را مجاب نسازد، قابلیت و قدرت متقاعدکنندگی خود را افزایش دادند و شخص را به صورت غیرمستقیم مجاب نمودند. ۳۷ از طرفی امام جواد (ع)، از پیام‌های یک‌جانبه برای مخاطبان دارای تحصیلات پایین استفاده می‌کردند؛ چنان‌که در مثال گذشته، تنها به تصحیح عقاید غلط با روشی یک‌جانبه و ساده پرداختند تا خود مخاطب به نتیجه برسد.

۲-۳- آموزش در حین بحران

امام جواد (ع) با استفاده از علوم روز چون: حدیث، فقه، تفسیر و اخلاق سعی در پاک‌سازی اندیشه‌های منحرف و نشان دادن علم درست به آموزش فوری مردم و انتشار اطلاعات علمی خود پرداختند. بحران‌ها موقعیت‌هایی به شمار می‌آیند که مستلزم پاسخ‌دهی ساعت به ساعت در برابر مردم و مقامات هستند. چون بحران‌ها اغلب ناگهانی‌اند و اطلاعات کافی درباره موضوع یافت نمی‌شود؛ ۳۸ کمبود اطلاعات مناسب به اضطراب موجود دامن می‌زند و در نتیجه، تنش‌های پنهانی و یا جدید در تیم مدیریت بحرانی پیدا می‌شود. به همین دلیل، امام جواد (ع) در ابتدا، با دعا و مناجات‌ها و احادیث

^{۳۶} عاملی، شیخ حر، إثبات الهداء، ج ۴، ص ۴۰۳؛ علامه مجلسی، بحار الأنوار، ج ۵۰، ص ۶۴؛ اربلی، كشف الغمة فی معرفة الأئمة، ج ۳، ص ۲۱۶.

^{۳۷} الیاسی، ص ۳۶.

^{۳۸} مدیریت بحران، ج ۱، ص ۶۰.

خود، سعی در کم کردن اضطراب‌ها و تشنج‌های موجود در جامعه کردند تا از این طریق، دل‌ها را آماده پذیرش اطلاعات درست نمایند؛ از جمله می‌فرمایند:

ثلاث خصال تجتلب بهنَّ المحبة؛ الانصاف فی المعاشرة و المواساة فی

ص: ۴۵۴

الشدَّة و الانطواء و الرجوع علی قلب سلیم؛

با سه چیز می‌توان محبت دیگران را جلب نمود: انصاف داشتن در برخوردها، همدردی با دیگران در سختی‌ها و راحتی‌ها و داشتن قلب سلیم.^{۳۹}

در منابع تشیع و تسنن، از امام جواد (ع) بیش از ۲۲۰ حدیث در زمینه‌های مختلف فقهی، اخلاقی و اجتماعی به ما رسیده که تعداد ۱۲۰ نفر، احادیث صادره از آن حضرت را روایت کرده‌اند. ابن صباغ مالکی در کتاب الفصول المهمه، بخشی از کلمات قصار امام را آورده است. همین‌طور در کتاب تحف العقول و مصادر دیگر نیز این نوع کلمات فراوان است. بخش عمده روایات فقهی امام را باید در نامه‌هایی جست‌وجو کرد که در پاسخ به سرزمین‌های مختلف اسلامی فرستاده‌اند.^{۴۰}

۳-۳- اطلاع‌رسانی به مخاطبان

در بحران‌های سیاسی، امنیتی و اجتماعی، ارتباط با مخاطبان و اطلاع‌رسانی به مردم، با استفاده از تکنیک‌های عملیات روانی، می‌تواند به جداسازی بین رهبران بحران‌ساز و شورش‌گران، تخریب انسجام درونی بحران‌آفرینان، مخالفت مردم با بحران‌سازان و همراهی با مدیریت ضدبحران در جهت تعدیل خواسته‌ها و روش‌ها یا تسلیم آن‌ها بینجامد.^{۴۱} در مواقع بحرانی، تشدید احساسات به همراه محدودیت دسترسی به حقایق، بروز شایعات، خبرچینی و هم‌چنین کاهش تفکر و تعمق، فرض و استنتاج، محیط اطلاعاتی ناپایداری را به وجود می‌آورد. به همین دلیل، امام جواد (ع) برنامه‌ها و اقدامات لازم برای برقراری ارتباط با مخاطبان را در دستور کار خود قرار دادند. ایشان با دادن اطلاعات علمی و دینی متناسب

^{۳۹}. اربلی، ج، ۲، ص ۳۴۹. قاضی نورالله، مرعشی، إحقاق الحق و إزهاق الباطل، ج ۱۲، ص ۴۳۹.

^{۴۰}. رسول جعفریان، حیات فکری و سیاسی امامان شیعه، ص ۴۸۹-۴۹۰.

^{۴۱}. کاتزچاک، ۱۳۸۳.

با نیاز جامعه، به تخریب وجهه بحران‌آفرینان پرداختند و با این روش، مردم را به‌منظور مبارزه با عقاید انحرافی با خود همراه کردند.

ص: ۴۵۵

روزی در مجلس معتصم برخی از دانشمندان، به آیه‌ای استناد کرده، حکمی شرعی صادر نمودند. امام که در آن جلسه حضور داشتند، خطای آنان را گوشزد نمودند و تفسیر درست را برای حاضران بیان کردند. «محمد بن مسعود عیاشی سمرقندی» در تفسیر خود ماجرای آن مجلس را چنین آورده است: در زمان معتصم عباسی عوامل خلیفه، عده‌ای دزد را دستگیر کردند و از مرکز خلافت، در مورد چگونگی مجازات آنان دستور خواستند. خلیفه در مورد این حادثه حساس، مجلس مشورتی تشکیل داد و از دانشمندان عصر، کیفیت اجرای حد شرعی را در مورد آنان خواستار شد. آنان گفتند: «قرآن در این مورد بهترین راه‌کار است، آن‌جا که می‌فرماید: (إِنَّمَا جَزَاءُ الَّذِينَ يُحَارِبُونَ اللَّهَ وَرَسُولَهُ وَيَسْعَوْنَ فِي الْأَرْضِ فَسَادًا أَنْ يُقَتَّلُوا أَوْ يُصَلَّبُوا أَوْ تُقَطَّعَ أَيْدِيهِمْ وَأَرْجُلُهُمْ مِنْ خِلَافٍ أَوْ يُنْفَوْا مِنَ الْأَرْضِ... ۴۲) کیفر کسانی که با خدا و پیامبرش به جنگ برمی‌خیزند و در روی زمین در اشاعه فساد تلاش می‌کنند، این است که اعدام گردند یا به دار آویخته شوند یا دست و پای آنان بر عکس یک‌دیگر قطع شود و یا این‌که از سرزمین خود تبعید گردند). آنان به خلیفه پیشنهاد کردند طبق این آیه، یکی از کیفرهای فوق را در مورد تبه‌کاران انتخاب کند. معتصم از امام نیز نظر خواست. آن حضرت ابتدا از اظهارنظر خودداری کردند، اما وقتی با اصرار خلیفه مواجه شدند، نظر خود را چنین اعلام کردند: «ایشان در استدلال به آیه خطا کردند. استنباط حکم شرعی از این آیه دقت بیشتری می‌طلبد و باید تمام جوانب مسأله در نظر گرفته شود و نسبت به جرم‌های مختلف کیفرها فرق می‌کند؛ زیرا این مسأله صورت‌های مختلف و احکام جداگانه دارد:

۱. اگر این راهزنان فقط راه را ناامن کرده‌اند، و نه کسی را کشته و نه مالی را به غارت برده‌اند، مجازات آنان فقط حبس است و این همان معنای «نفی الارض» است.

۲. اگر راه را ناامن کرده و افراد بی‌گناهی را کشته‌اند، اما به مال دیگران تجاوز

نکرده‌اند، مجازات آنان اعدام است.

۳. اگر امنیت را از راه‌های عمومی سلب کرده، انسان‌های بی‌گناه را کشته و مال مردم را نیز به غارت برده‌اند، کیفر آنان باید سخت‌تر باشد، یعنی اول دست‌وپایشان را به عکس هم دیگر قطع می‌کنند، سپس به دار مجازات آویخته می‌شوند». معتصم این نظریه را پسندید و به عامل خود دستور داد که به نظر امام عمل کند. ۴۳

امام جواد (ع) به این دلیل از روش استدلالی استفاده کردند که نخبگان و دانش‌اندوختگان جامعه و افرادی که درگیر موضوع مورد بحث شده‌اند، اغلب تحت تأثیر پیام‌هایی قرار می‌گیرند که سرشار از استدلال است. ۴۴ ایشان در این روش، از پیام‌های دوجانبه استفاده می‌کردند. پیام یک‌جانبه، پیامی است که در آن فقط استدلال‌های موافق مطرح می‌شوند، در حالی که در پیام دوجانبه، هم استدلال‌های موافق مطرح می‌گردد و هم استدلال‌های مخالف.

پیام‌های دوجانبه نه تنها در مورد کسانی که در آغاز نظری مخالف دارند مؤثر است، بلکه حتی روی کسانی که ممکن است بعدها نیز نظر مخالف را بشنوند، اثر دارد؛ به تعبیر فرانزوی:

پیام‌های دوجانبه، علاوه بر افزایش قابل‌اعتماد بودن ارتباطگر، یک اثر مهم دیگری نیز دارند: افرادی که دیدگاه‌های مخالف را می‌شنوند و سپس رد شدن آن‌ها را می‌شنوند، در برابر دیدگاه‌های مخالف مقاوم می‌شوند و اقناع کردن آن‌ها دشوارتر است. ۴۵

از آن‌جا که گزارش مناظره‌های ایشان با نخبگان و شخصیت‌های موجه و مورد اعتماد مردم، در مقر حکومت و با نظارت خلیفه انجام می‌شد سریع‌تر از هر اطلاعی به گوش مردم می‌رسید. به همین دلیل، امام جواد (ع) از رابطه خود با حاکمیت استفاده کردند و به رغم فشارهای دستگاه حاکم، با هوشیاری تمام از

^{۴۳} . بحارالانوار، ج ۵۰، ص ۶؛ سیدمحسن، امین، أعيان الشيعة، ج ۱، ص ۱۰۲. علامه طباطبائی، ج ۵۰، ص ۵۴۸.

^{۴۴}

(. The Social Animal. California ۱۹۹۱ Aronson, E.)

. بیب: بیب Worth Publishers

^{۴۵} . استفن، آل، فرانزوی، روان‌شناسی اجتماعی ص ۱۶۳.

این ارتباط برای انتقال سریع اطلاعات و کسب اطلاع از دامنه بحران بهره بردند. به طوری که ابن ابی داوود که زمان مأمون، معتصم، واثق و متوکل عباسی قاضی بغداد و مخالف شیعیان بود، اعتراف می کند. پس از این که معتصم رأی امام جواد (ع) را در مقابل فقهای اهل سنت، درمورد قطع دست سارق می پذیرد، ابن داوود در خلوت به او تذکر می دهد که چرا خلیفه در حضور درباریان، فرماندهان، وزراء و کاتبان نظر کسی را که نصف امت به امامت او قائل اند بر نظر تمام علمای مجلس ترجیح می دهد. ۴۶

امام جواد (ع) با تنظیم اطلاعات بر اساس واقعیات محیط، سایر فرآیندهای سیاسی - اقتصادی جامعه و دانش و درک عمومی مخاطبان، با سریع ترین ابزارها مانند نامه و مناظره به اطلاع مردم می رساندند؛ به طوری که بخش عمده روایات فقهی امام را باید در نامه هایی جستجو کرد که در پاسخ به سرزمین های مختلف اسلامی فرستاده اند. مناظره آن بزرگوار با «یحیی بن اکثم» ۴۷ و «ابن ابی داوود» ۴۸، دادن اطلاعات لازم و غلبه بر آن دو، از این نمونه مناظرات است.

۴-۳- استفاده از ابزار مناسب ارتباطی و افراد خلاق

وجود ابزار مناسب ارتباطی که تعامل کارشناسان را با تیم مدیریت بحران برقرار کند، به نحوی که تحلیل های درست و دقیق در اختیار این تیم قرار گیرد، می تواند به بهره گیری از فرصت های درون یک بحران کمک کند. اولین اقدام در زمان وقوع بحران، فعال شدن تمام وقت ستاد ارتباطات با حضور نمایندگان دستگاه های مرتبط با نوع بحران است. بهره گیری از افراد خلاق و کارشناسان حوزه ارتباطات و رسانه و جامعه شناس و روان شناس در این ستاد ضروری است. با تشکیل جلسات فشرده و کارشناسی به صورت بحث و گفتمان گروهی، و با استفاده از اطلاعات جمع آوری شده در مرحله پیش گیری و اطلاعات جدید، می توان شناخت دقیقی از ماهیت بحران، خواسته های بحران آفرینان، رهبران

^{۴۶}. بحار الانوار، ج ۵۰، ص ۷.

^{۴۷}. طبرسی الاحتجاج، ج ۴، ص ۱۹۷؛ شیخ مفید، الإرشاد فی معرفة حجج الله علی العباد، ج ۲، ص ۲۶۹.

^{۴۸}. علامه طباطبائی، ج ۵، ص ۳۳۶.

بحران و ویژگی‌های منش شناختی مخاطبان کسب نمود و طرح یا طرح‌های ارتباطی مناسب را (با مرور طرح‌های از قبل آماده و تمرین شده و در صورت ضرورت اصلاح و تکمیل آن متناسب با وضعیت بحران پیش‌رو) انتخاب و اجرا کرد. تعیین خطوط قرمز اطلاع‌رسانی و مسائلی که در صورت انتشار به وخامت بحران کمک می‌کند و توجیه رسانه‌ها، مسئولان و کارکنان مرتبط با بحران ضروری است. مدیریت بحران برای اطلاع از وضعیت بحرانی، به صورت مداوم باید همیشه در جریان اطلاعات قرار گیرند. در وضعیت بحرانی اگر اطلاعات را محفوظ نگه داریم و وجود آن‌ها را انکار کنیم، صرفاً یک خلأ می‌شود که درون آن را حدس، شایعه و حرف‌های بی‌اساس انباشته می‌سازد و کاملاً از کنترل مدیریت بحران خارج می‌شود. مجموعه و سازمان متولی مدیریت بحران در زمان وقوع، باید یک پارچه سخن بگویند و رفتار کند و برنامه‌ای مدون داشته باشد.^{۴۹}

امام جواد (ع) برای حل مشکل شایعه‌سازی و مبارزه با اطلاعات غلط، سازمانی از اصحاب خود (وکلا) در مناطقی چون اهواز، همدان، ری، سیستان، بغداد، واسط، سبط، بصره و نیز مناطق شیعه‌نشین چون کوفه و قم تشکیل دادند؛ این وکیلان عبارت بودند از: علی بن سباط در مصر، حضرت عبدالعظیم حسنی در ری، فضل بن شاذان در نیشابور و زکریا ابن آدم ۵۰ در قم و غیره بیش از ۲۲۰ حدیث درباره مسائل مختلف اسلامی از آن حضرت در دست‌رس ما قرار دارد. طبیعی است که در وضعیت سیاسی آن روز، نامه‌های زیادی از دست رفته باشد. نیز گفتنی است که تعداد ۱۲۰ نفر، احادیث صادره از آن حضرت را روایت کرده‌اند. شیخ طوسی ۱۱۳ تن از راویان حدیث امام جواد (ع) را برشمرده است. از این تعداد حدیث که از آن امام نقل شده، به عظمت علمی و احاطه ایشان بر مسائل فقهی، تفسیری، عقیدتی و نیز دعا و مناجات ایشان می‌توان پی برد.^{۵۱}

ص: ۴۵۹

ایشان اطلاعات درست را درباره بحران، با تألیف‌ها و مجالس درس خود به گوش مردم می‌رساندند. میسر بن محمد می‌گوید:

^{۴۹}. سید شهاب‌الدین، حجازی، «مدیریت ارتباطات، گذرگاه عبور از بحران»، تدبیر، ش ۲۰۶، ص ۴۴۵-۴۹.

^{۵۰}. کشی، محمد بن عمر رجال الکشی، ص ۵۰۲-۵۹۵.

^{۵۱}. رسول جعفریان، ص ۴۸۹.

من به امامت امام جواد (ع) ایمان نداشتم. یک روز تصمیم گرفتم به خانه ایشان بروم، چون شنیده بودم مردم به خانه حضرت رفت و آمد دارند. رفتم دیدم خیلی شلوغ است و جمع زیادی از علما و بزرگان نشستند.^{۵۲}

روایت حرّ بن عثمان همدانی نیز حاکی از آن است که گروهی از شیعیان ری به محضر آن حضرت شرفیاب شدند.^{۵۳} امام جواد (ع) از طرفی با ارزیابی مستمر اطلاع‌رسانی‌ها، به خصوص شایعات پخش شده، با قرار دادن یاران نزدیک خود در مرکز حکومت و نقاط مختلف کشور، اقدامات مقابله‌ای مناسبی را طراحی می‌کردند؛ مانند احمد بن حمزه قمی،^{۵۴} نوح بن دراج که فد اخیر، چندی قاضی بغداد و سپس قاضی کوفه بود.^{۵۵} محمد بن اسماعیل بن بزیع (نیشابوری) نیز از وزرای خلفای عباسی به شمار می‌رفت.^{۵۶}

ایشان با تربیت شاگردان زبده و در عرصه دانش، به انتقال هرچه سریع‌تر اطلاعات و عقاید به مردم می‌پرداختند تا از بروز هرگونه شایعه بی‌اساس جلوگیری شود. دانشمندان علم رجال و تراجم، تعداد اصحاب و شاگردان حضرت را ۱۱۰ نفر شمرده‌اند. ۲۶ نفر از آنان مجموعاً ۷۸ اثر نوشته‌اند که یکی از آنان «علی بن مهزیار» است با تألیف ۳۵ اثر،^{۵۷} دیگری «محمد بن عبدالله بن مهران» دارای هفت اثر^{۵۸} و سومی «معاویه بن حکیم» با هفت اثر است.^{۵۹}

حضرت عبدالعظیم حسنی (ع)، یکی از اصحاب امام جواد (ع) به شمار

ص: ۴۶۰

می‌آید که احادیث زیادی از امام نقل کرده است. از دیگر شخصیت‌های برجسته و درخشان از بین شاگردان و راویان آن حضرت، می‌توان به «احمد بن محمد بن نصر بن نبطی»، «زکریا ابن آدم»، «حسین بن سعید اهوازی» و «احمد بن محمد

^{۵۲} . سید هاشم بحرانی، مدینه المعاجز، ج ۷، ص ۴۱۲.

^{۵۳} . محمد بن علی، ابن حمزه، الثاقب فی المناقب، ص ۲۰۸.

^{۵۴} . سید محسن امین، أعيان الشیعة، ج ۲، ص ۵۸۳؛ شیخ جعفر سبحانی، موسوعة طبقات الفقهاء، ج ۳، ص ۶۷.

^{۵۵} . همان، ج ۳، ص ۵۲۶؛ همان، ج ۲، ص ۵۹۰.

^{۵۶} . همان، ج ۲، ص ۳۲؛ بحارالانوار، ج ۵۰، ص ۳۷.

^{۵۷} . ابن شهر آشوب مازندرانی، معالم العلماء، ص ۶۳؛ موسوعة طبقات الفقهاء، ج ۳، ص ۲۱۰.

^{۵۸} . همان، ص ۱۱۰؛ شیخ آقابزرگ تهرانی، الذریعة إلى تصانیف الشیعة، ج ۱۰، ص ۱۴۵.

^{۵۹} . موسوعة طبقات الفقهاء، ج ۳، ص ۵۸۴.

بن خالد برقی» اشاره کرد که هر کدام در صحنه‌های علمی و فقهی، وزنه‌ای خاص به شمار می‌رفتند. ۶۰ گفتنی است که روایت کنندگان از امام جواد (ع)، به راویان و محدثان شیعه منحصر نبودند، بلکه محدثان و دانشمندان اهل تسنن نیز معارف و حقایقی را از آن حضرت نقل کرده‌اند، از جمله: «خطیب بغدادی»، احادیثی با سند خود از آن بزرگوار نقل کرده است. هم‌چنین «ابوبکر احمد بن ثابت» و «ابواسحاق ثعلبی» روایاتی از آن امام در کتب تاریخ و تفسیر خویش نقل کرده‌اند. ۶۱

۵-۳- صراحت در پاسخ‌گویی

مدیریت بحران، همیشه باید سؤالات مردم را در مورد بحران به درستی و شفاف پاسخ دهند. بودن مطبوعات و خبرنگاران در کنار مدیریت بحران و تصمیم‌گیری آن‌ها، به فرایند اطلاع‌رسانی کمک می‌کند. اگر سازمان اطلاع‌رسانی پاسخ مناسب نشنوند و اطلاعات موردنیاز خود را از مسئولان نگیرند، نیازهای خبری خود را از سایر منابع تأمین می‌کنند که ممکن است دقت و درستی لازم را نداشته باشد. صراحت در پاسخ‌گویی و پرهیز از حدس و گمان در هنگام وقوع بحران، موجب اعتبار و ارتقای احترام مسئولان مدیریت بحران نزد مردم، مطبوعات و خبرنگاران می‌شود که می‌تواند کمک مؤثری برای مدیریت بحران باشد. فعالیت‌های انجام شده و در دست اقدام در مصاحبه‌ها برای عموم اطلاع‌رسانی شود، ولی باید مطمئن بود که کارها به درستی انجام شده و وعده‌ها عملی خواهند شد. ۶۲

امام جواد (ع) با دوری از مخالفت مستقیم با عقاید و نگرش‌های پایدار و

ص: ۴۶۱

ریشه‌ای مخاطبان- مانند مسأله امامت- آشکارا در برابر فرقه‌های انحرافی موضع‌گیری می‌کردند و عملیات روانی برای تعدیل یا انصراف بحران‌سازان از خواسته‌ها و اقدامات خود انجام می‌دادند. شباهت منبع پیام با مخاطبان نیز از دیگر ویژگی‌هایی است که قدرت متقاعدکنندگی منبع پیام را افزایش می‌دهد؛ زیرا به تعبیر ارونسون، مخاطبان وقتی احساس

۶۰. اعیان الشیعه، ج ۲، ص ۳۲.

۶۱. همان.

۶۲. کاتزچاک (۱۳۸۳).

کنند منبع پیام از حیث نژاد، زبان، فرهنگ، حساسیت‌ها و منافع، شبیه خود آنان است، تمایل بیش‌تری برای تأثیرپذیری از او دارند؛ زیرا گویی می‌پندارند که «او متعلق به خود آنان است، بنابراین ضرورتی برای فریب آنان ندارد».^{۶۳}

امام جواد (ع) موضع‌گیری خود را در برخورد با تفکرات غلوآمیز و حرکت‌های انحرافی - با دوری از مخالفت مستقیم با عقاید ریشه‌ای مخاطبان - در حضور خلیفه، بی‌هیچ واژه‌ای اعلام می‌داشتند و یک خطمشی کلی - یعنی مطابقت هر اندیشه‌ای با کتاب خدا و سنت پیامبر (ص) - را در مقابل بحران غلو ترسیم می‌کردند که راه هرگونه انحرافی را همواره مسدود می‌کرد. شاهد این مطلب گزارش زیر است:

در مجلسی که مأمون و بسیاری دیگر از جمله فقهای درباری مانند یحیی بن اکثم فقیه معتزلی حضور داشتند، یحیی به امام جواد (ع) گفت: «روایت شده که جبرئیل به حضور پیامبر (ص) رسید و گفت: ای محمد، خدا به شما سلام می‌رساند و می‌گوید: من از ابوبکر راضی هستم؛ از او پرس که آیا او از من راضی است؟» امام فرمودند: «کسی که این خبر را نقل می‌کند، باید خبر دیگری را که پیامبر (ص) در حجة‌الوداع بیان فرمودند، نادیده نگیرد. پیامبر (ص) فرمود: کسانی که بر من دروغ می‌بندند، بسیار هستند و بعد از این نیز بسیار خواهند شد. هر کس عمداً بر من دروغ ببندد، جایگاهش در آتش خواهد بود. پس چون حدیثی از من برای شما نقل شد، آن را به کتاب خدا و سنت من عرضه کنید؛ آنچه با این دو موافق بود، بپذیرید و آنچه مخالف بود، رها کنید. روایت مذکور با کتاب

ص: ۴۶۲

خدا سازگاری ندارد؛ زیرا خداوند فرموده: (وَلَقَدْ خَلَقْنَا الْإِنْسَانَ وَ نَعْلَمُ مَا تُوَسْوِسُ بِهِ نَفْسُهُ وَ نَحْنُ أَقْرَبُ إِلَيْهِ مِنْ حَبْلِ الْوَرِيدِ؛ ما انسان را آفریدیم و می‌دانیم در دلش چه چیزی می‌گذرد و ما از رگ گردن به او نزدیک‌تریم)، آیا خشنودی و ناخشنودی ابوبکر بر خدا پوشیده بود تا از پیامبر (ص) بپرسد؟^{۶۴}

با توجه به این مثال، امام جواد (ع) در برخورد با مخاطبان عالم، از روش دوجانبه و دشوار استفاده می‌کردند^{۶۵} و نتیجه پیام را به علت دشوار و ناآشنا بودن پیام، خود ابلاغ می‌کردند. در روش دو جانبه، هدف امام جواد (ع) هم تصحیح عقاید بود و هم به صورت غیرمستقیم، مشروعیت دینی و سیاسی اهل بیت پیامبر (ع) را مطرح می‌کردند.

^{۶۳} E. Aronson, ۱۹۹۱, p. (بیب: بیب ۵۷).

^{۶۴} طبرسی، ج ۲، ص ۸۰.

یکی از روش‌های اقناع‌سازی در برقراری ارتباط مؤثر، زمانی است که پیام‌دهنده می‌خواهد بلافاصله مخاطبان را برای انجام دادن کنش‌های شدید و هیجانی برانگیزد. ۶۶ یکی از هیجاناتی که در فرایند متقاعدسازی استفاده می‌شود، هیجان ترس است. «راجرز و هم‌کارانش» معتقدند که توسل به ترس (به ویژه ترس شدید)، در صورتی توان اقناع‌کنندگی پیام را افزایش می‌دهد که مخاطب متقاعد شود که خطرهای اشاره شده جدی است. هم‌چنین مخاطب باور کند که خطرهای محتملند، و دیگر این‌که مخاطب بپذیرد که توصیه‌های مورد نظر مؤثرند و در نهایت متقاعد شود که می‌تواند به توصیه‌ها و کنش‌های درخواستی عمل کند. امام جواد (ع) نیز از این روش استفاده کردند.

ایشان در موضع‌گیری در برابر فرقه زیدیه که امامت را پس از علی بن حسین زین‌العابدین (ع) از آن زید می‌پنداشتند، در تفسیر آیه «وَجُوهٌ يَوْمَئِذٍ خَاشِعَةٌ عَامِلَةٌ نَاصِبَةٌ» آن‌ها را در ردیف ناصبی‌ها خواندند. ۶۷ حضرت در برابر فرقه واقفیه که به غیبت امام کاظم (ع) اعتقاد داشتند و بدین بهانه وجوهات بسیاری را

ص: ۴۶۳

مصادره کرده بودند، آنان را نیز مصداق این آیه به شمار آورده، فرمودند: «شیعیان نباید پشت سر آن‌ها نماز بخوانند». ۶۸ ایشان در مورد «ابوعمر جعفر بن وafd» و «هاشم بن ابی هاشم» که در زمره این افراد جای داشتند، فرمود: «خداوند آنان را لعنت کند! زیرا به اسم ما از مردم اخاذی می‌کنند و ما را وسیله دنیای خود قرار داده‌اند». ۶۹ علت این عملکرد تند و قاطع از سوی امام، آن بود که دادن پیام سریع و نیز استدلال‌های قاطع و محکم، میزان متقاعدکنندگی آن را افزایش می‌دهد. به تعبیر میلر، ۷۰ کسانی که سریع‌تر صحبت می‌کنند، به طور کلی در اقناع مخاطبان موفق‌ترند؛ چون برداشتی را ایجاد می‌کنند که مقبول‌تر و معتبرتر است. هم‌چنین وقتی متقاعدکنندگان محکم و قاطع صحبت می‌کنند، با کفایت‌تر و معتبرتر به نظر می‌رسند.

۶۵. محمدحسین الیاسی، «متقاعدسازی در تئوری و عمل»، فصلنامه عملیات روانی، ش ۵. ص ۳۶.

۶۶. همان، ص ۱۰.

۶۷. رجال کشی، ص ۴۶۰.

۶۸. همان، ص ۲۲۹.

۶۹. همان، ص ۵۲۹.

۷۰.

حضرت در برابر غلات زمان خویش به رهبری ابوالخطاب که حضرت علی (ع) را تا مرز الوهیت و ربوبیت بالا برده بودند، فرمودند: «لعنت خدا بر ابوالخطاب و اصحاب او و کسانی که درباره لعن او توقف یا تردید کنند». ۷۱ موضع‌گیری تند حضرت درباره این فرقه، تا جایی بود که به اسحاق انباری می‌فرمایند «ابوالمهری و ابن ابی الرزقاء به هر طریقی باید کشته شوند». ۷۲ حضرت در برابر فرقه مجسمه که برداشت‌های غلط آنان از آیاتی چون «يَدُ اللَّهِ فَوْقَ أَيْدِيهِمْ» و «ان الله على العرش استوى» خداوند سبحان را جسم می‌پنداشتند، فرمودند: «شیعیان نباید پشت سر کسی که خدا را جسم می‌پندارد، نماز گذارند و به او زکات بپردازند». ۷۳

ص: ۴۶۴

احمد بن محمد بن سیاری، ۷۴ حدود ۱۸۸ روایت در مورد تحریف قرآن نقل کرده است. وی فردی نامطمئن و در نقل احادیث ضعیف و کذاب بود و امام جواد (ع) او را سرزنش کردند. او را که در مورد امامت دچار غلو شده بود و احادیثی را در مورد تحریف قرآن جعل می‌کرد، در نامه‌های خود تکذیب نموده، ادعاهای او را باطل و بی‌اساس خواندند. نجاشی در مورد وی می‌نویسد: «وی در زمان امام عسکری (ع) از نویسندگان آل طاهر بود. او دارای اعتقادات فاسد و در نقل حدیث ضعیف بود. ۷۵ شیخ طوسی نیز احمد سیاری را در کتاب رجال خود، بدون این‌که تأیید یا توثیق نماید، در ردیف راویان امام هادی و امام عسکری (ع) به شمار آورده است. ۷۶ اما در کتاب فهرست خویش، او را شدیداً تخطئه و تضعیف کرده و به اعتقادات نادرست وی اشاره نموده است. ۷۷ بنابراین امام جواد (ع) در یک فرایند تعاملی تبادل اطلاعات و عقاید در بین افراد که غالباً شامل پیام‌های چندگانه درباره ماهیت خطر، دغدغه‌ها، نظرها یا واکنش‌هایی بود، خطر بحران غلو را به راحتی مدیریت کردند.

نتیجه

۷۱. رجال کشی، ص ۴۴۴.

۷۲. همان.

۷۳. شیخ طوسی التهذیب، ج ۳، ص ۲۸۳.

۷۴. رجال نجاشی، ص ۸۱؛ فهرست، ص ۵۷.

۷۵. همان، ص ۸۰.

۷۶. شیخ طوسی، رجال، ص ۳۸۴ و ۳۹۷.

۷۷. شیخ طوسی، ص ۲۳.

پس از شهادت امام رضا (ع) چون جانشین آن حضرت (امام محمد بن علی (ع)) خردسال بودند، یکی از حیرت‌های بزرگ میان شیعه روی داد که این امر، موجب اوج‌گیری بحران غلو و انحرافات عقیدتی در جامعه به‌ویژه در میان شیعیان شد. به همین دلیل، چاره‌اندیشی‌های مختلفی از سوی امام جواد (ع) در مدیریت بحران صورت گرفت و ایشان در چهار مرحله، موفق به کنترل بحران غلو شدند:

در مرحله اول با شناخت مخاطبان خود، به اعتمادسازی دست زدند. امام جواد (ع) به منظور جلب اعتماد مخاطبان عام، علاوه بر استناد به قرآن کریم،

ص: ۴۶۵

با استفاده از علم خود که در دید مردم عادی نوعی کرامت بود. به جلب اعتماد و تصحیح عقاید آن‌ها می‌پرداختند؛ چون اولاً می‌بایست پیامی داده شود که به خودی خود و صرف‌نظر از منبع آن، قدرت مجاب‌سازی بالایی داشته باشد. ثانیاً پس از دادن پیام خویش، اطلاعات خدشه‌ناپذیری در مورد مردود بودن منبع پیام مقابل، داده می‌شد و ثالثاً اطلاعات خویش را پیش از آن‌که پیام رقیب در ذهن مخاطبان پردازش شود و آنان را برای انجام دادن کنش‌های خاصی برانگیزد، ابراز می‌کردند. به همین دلیل، نشان دادن کرامات، شیوه مؤثری برای اقناع مردم عادی بود.

در مرحله دوم، با استفاده از آیات قرآن، به تصحیح عقاید و آموزش مردم پرداختند و در مقابل بزرگان فرقه‌ها و عالمان، از شیوه بحث و مناظره با استفاده از علم کلام، فقه، تفسیر و حدیث استفاده کردند که متناسب با اعتقاد مخاطب می‌دیدند. امام جواد (ع) در جلسات متعدد با پیروان خود و اطلاع از فعالیت غلات، به برنامه‌ریزی ریشه‌ای برای جلوگیری از نشر آنان دست زدند و در مرحله دوم، با اطلاع‌رسانی به مخاطبان بر اساس واقعیات محیط، دیگر فرایندهای سیاسی-اقتصادی جامعه و دانش و درک عمومی مخاطبان، با سریع‌ترین ابزارها مانند نامه و مناظره اطلاعات لازم را به مردم می‌رساندند.

در مرحله سوم، با استفاده از ابزار مناسب ارتباطی و افراد خلاق، به حل مشکل شایعه‌سازی و مبارزه با اطلاعات غلط به وسیله سازمانی از اصحاب در برخی مناطق پرداختند. سرانجام در مرحله چهارم، در پاسخ‌گویی و دوری از مخالفت مستقیم با عقاید و نگرش‌های پایدار و ریشه‌ای مخاطبان- مانند مسأله امامت- آشکارا در برابر فرقه‌های انحرافی موضع‌گیری کردند و عملیات روانی برای تعدیل یا انصراف بحران‌سازان از خواسته‌ها و اقدامات خود انجام دادند. به این

ترتیب، ایشان در عملیاتی فشرده، با مدیریت درست بحران غلو، جامعه مسلمانان را از مرحله‌ای حساس عبور دادند؛ به‌گونه‌ای که بعد از شهادت ایشان، شیعیان به راحتی امام هادی (ع) را با وجود کمی سن به امامت پذیرفتند و دیگر از آن دوران حیرت و فرقه‌های متعدد انحرافی پیش از امامت امام جواد (ع) خبری نبود.

ص: ۴۶۶

منابع

آقای، سید داوود، «نقد و بررسی نظریه‌های مطرح نقش نظریه‌های مطرح در مدیریت بحران»، پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، شماره ۵۶، ۷-۲۷، ۱۳۸۷.

ابن حمزه، محمد بن علی، الثاقب فی المناقب، چاپ سوم، قم، مؤسسه انصاریان، ۱۳۷۰ ش.

ابن شهر آشوب مازندرانی، محمد بن علی، معالم العلماء، نجف اشرف، منشورات المطبعة الحیدریة، ۱۳۸۰ ق.

اربلی، محدث، كشف الغمة فی معرفة الأئمة، تبریز، بی‌جا، ۱۳۸۱ ق.

اشعری قمی، سعد بن عبدالله، المقالات و الفرق، چاپ دوم، بی‌جا، مرکز انتشارات علمی و فرهنگی، ۱۳۶۰ ش.

الیاسی، محمدحسین، «مقاعدسازی در تئوری و عمل»، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۵، ۱۳۸۳.

الیاسی، محمدحسین، «مبانی نظری و عملی رسانه اثربخش»، فصلنامه عملیات روانی، شماره ۱۷، ۱۳۸۶.

امین، سیدمحسن، أعیان الشیعة، بیروت، دارالتعارف للمطبوعات، ۱۴۰۶ ق.

باقری، مصباح‌الهدی، «جنبه‌هایی از مدیریت بحران پیامبر اکرم (ص)»، مجله اندیشه صادق، شماره ۳ و ۴، تابستان ۱۳۸۰.

بحرانی سیدهاشم، مدینه المعاجز، ۸ جلد، چاپ اول، مؤسسه المعارف الإسلامیة، ۱۴۱۳ ق.

بینگر، اتولر، ارتباطات اقناعی، ترجمه علی رستمی، تهران: مرکز تحقیقات، مطالعات و سنجش برنامه‌ای صداوسیما، ۱۳۷۶.

پراتکانیس، آنتونی، آرسون، الیوت، عصر تبلیغات، ترجمهٔ کاووس سیدامامی و محمدصادق عباسی، تهران: سروش، ۱۳۸۰.

تاجیک، محمدرضا، مدیریت بحران، تهران، فرهنگ گفتمان، ۱۳۸۴.

تهرانی، شیخ آقابزرگ، الذریعة إلى تصانیف الشيعة، قم، اسماعیلیان، ۱۴۰۸.

ص: ۴۶۷

جمعی از نویسندگان (با نظارت حسینی، حسین و جدی، مجید)، مدیریت بحران با رویکرد امنیت عمومی، ج ۱، تهران، معاونت آموزش ناجا.

جعفریان، رسول، حیات فکری و سیاسی امامان شیعه، تهران، مؤسسه تحقیقات و نشر معارف اهل البیت (علیهم السلام) ۱۳۴۳.

حجازی، سیدشهاب‌الدین، «مدیریت ارتباطات، گذرگاه عبور از بحران»، تدبیر، شماره ۲۰۶، ص ۴۴۵-۴۹، ۱۳۸۸.

رضایی بایندر، محمد، ثریا احمدی، «نقش رسانه‌های گروهی در کاهش عوارض روان‌شناختی ناشی از بحران و ایجاد آرامش در جامعه»، پژوهش‌های ارتباطی (پژوهش و سنجش)، ۱۵ (پیاپی ۵۶)، ۱۱۸-۹۵، ۱۳۸۷.

سبحانی، شیخ جعفر، موسوعة طبقات الفقهاء، قم، مؤسسه امام صادق (ع)، ۱۴۱۸ ق.

شیخ طوسی، الاحتجاج، مشهد، نشر المرتضی، ۱۴۰۳ ق.

شیخ طوسی، الفهرست، نجف، المكتبة المرتضوية.

شیخ طوسی، رجال، نجف، انتشارات حیدریه، ۱۳۸۱ ق.

شیخ طوسی، التهذیب، تهران، دارالکتب الاسلامیه، ۱۳۶۵ ش.

شیخ مفید، الإرشاد فی معرفة حجج الله علی العباد، قم، کنگره شیخ مفید، ۱۴۱۳ ق.

کاتزچاک، جک، مدیریت بحران در بخش‌های خصوصی و دولتی، تهران، ترمه، ۱۳۸۳.

کبیری، علیرضا، «مدیریت بحران»، مجله تدبیر، شماره ۷۸، آذر ۱۳۷۶.

کلینی، کافی، تهران، انتشارات اسلامی، ۱۳۶۲.

کشی، محمد بن عمر، رجال الکشی، تهران، انتشارات دانشگاه مشهد، ۱۳۴۸ ش.

عاملی، شیخ حر، إثبات الهداء، بیروت، مؤسسة الأعلمی، ۱۴۲۲ ق.

عطاردی، شیخ عزیرالله، مسند الامام جواد (ع)، بی‌جا، ناشر الموتر العالمی امام رضا (ع)، ۱۴۱۰ ق.

ص: ۴۶۸

علامه مجلسی، بحار الأنوار، بیروت، مؤسسة الوفاء، ۱۴۰۴ ق.

علامه طباطبائی، المیزان فی تفسیر القرآن، چاپ پنجم، قم، مکتبه النشر الإسلامی، ۱۴۱۷ ق.

علامه مجلسی، مرآة العقول، چاپ دوم، تهران، دارالکتب الإسلامیة، ۱۴۰۴ ق.

فرانزوی، استفن، آل، روان‌شناسی اجتماعی تهران، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۱.

مرتضوی، محمودرضا، روابط عمومی و مدیریت خبر در بحران، وبلاگ ارتباطات، ۱۳۸۵ ش.

مرعشی، قاضی نورالله، إحقاق الحق و إزهاق الباطل، نجف، مکتبه آیه الله المرعشی النجفی.

مسعودی، ابوالحسن، إثبات الوصیة للإمام علی بن ابی طالب (ع)، چاپ سوم، قم، انتشارات انصاریان، ۱۴۲۳ ق.

معتدزاد، کاظم، وسایل ارتباط جمعی، ج ۱، تهران: دانشگاه علامه طباطبائی، ۱۳۸۵.

معین، محمد، فرهنگ فارسی، تهران، امیرکبیر، ۱۳۷۱.

نجاشی، احمد بن علی، رجال نجاشی، قم، انتشارات جامعه مدرسین، ۱۴۰۷ ق.

نوبختی، حسن بن موسی، فرق الشیعة، بیروت، دارالأضواء، چاپ دوم، ۱۴۰۴ ق. ۷۸

(Aronson, E. ۱۹۹۹). The Social Animal. California: Worth Publishers.

^{۷۸} همایش سیره و زمانه امام جواد علیه السلام (۱۳۹۵: قم)، مجموعه مقالات همایش سیره و زمانه امام جواد علیه السلام، ۳ جلد، مرکز مدیریت حوزه‌های علمیه - قم - ایران، چاپ: ۱، ۱۳۹۵ ه. ش.

Michael Goold and; John J. Quinn, The paradox of strategic controls. Management
Journal. Volume ١١, Issue ١, pages ١٠٩٩١, January ١٩٧٤, ١٠٩٩١, January ١٩٧٤, pages ١, Issue ١١

)Speed of Speech and Persuasion. Journal of Personality and social ١٩٨٩ Miller, N(
psychology. ٤٢٦- ٥١٦, ٤٣

). Stages in the analysis of Persuasive message, ١٩٨٩ Wood, W. L. and Eagly, A. AT.(
Journal of Personality and social Psychology, ٠٤ ٩٥٢- ٦٤٢, ٠٤

ص: ٤٦٩