

ORIGINAL ARTICLE

Analysis of the Levels of Public Opinion Management in the Sermon of Jihad in Nahj ul-Balaghah

Marzieh Mohases^{۱*} , Mohammadmahdi Babapour Golafshani^۲ 

۱. Associate Professor, Department of Islamic Studies, Faculty of Theology and Religions, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

۲. Associate Professor, Department of Islamic History and Civilization, Faculty of Theology and Religions, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran.

Correspondence:
Marzieh Mohases
Email: m_mohases@sbu.ac.ir

Received: ۱۷ Jun ۲۰۲۶
Accepted: ۰۹ Aug ۲۰۲۶

How to cite

Mohases, M. & Babapour Golafshani, M.M. (۲۰۲۰) Analysis of the Levels of Public Opinion Management in the Sermon of Jihad in Nahj ul-Balaghah. *Current Studies in Nahj-ul-Balaghah*, ۹(۱), ۱-۱۴.
(DOI: [10.30473/ansb.2026.78228.1496](https://doi.org/10.30473/ansb.2026.78228.1496))

ABSTRACT

Public opinion management is regarded as one of the most significant components of political and social governance and, in contemporary studies, has become a fundamental issue in communication and social management research. Despite the expansion of studies on public opinion management, its guidance-oriented model in religious texts, particularly in Nahj ul-Balaghah, has received limited scholarly attention. Therefore, the present study aims to analyze the levels of public opinion management in the Sermon of Jihad in Nahj ul-Balaghah and to explain the Alid model of guiding public opinion. Employing a descriptive-analytical method, the study first clarifies the theoretical foundations of public opinion management and then examines and applies its various levels within the Sermon of Jihad. The findings reveal that Imam Ali (A.S.) adopted a multilayered model of public opinion management in this sermon, including public opinion recognition, protection of public opinion, persuasion of public opinion, perception-building, and consideration of public opinion. The results further demonstrate that public opinion management in the Sermon of Jihad, unlike merely instrumental and domination-oriented models, possesses a guidance-oriented, educational, and ethical nature. Its primary objective is to awaken society, revive social responsibility, and direct public opinion toward truth and justice.

KEYWORDS

Public Opinion Management, Nahj ul-Balaghah, Sermon of Jihad, Imam Ali (A.S.), Consideration of Public Opinion.

دراسات حديثة في نهج البلاغة

السنة التاسع، العدد الأول (المتوالي ١٧) خريف و شتاء ١٤٠٤ ش/ ١٤٤٧ ق. (١٤-١)

DOI: ١٠,٣٠٤٧٣/anb.٢٠٢٦,٧٨٢٢٨,١٤٩٦

«مقاله پژوهشی»

تحليل مستويات إدارة الرأي العام في خطبة الجهاد من نهج البلاغة

مرضيه محمص^{١*} ID، محمد مهدي بابابور جول افشاني^٢ ID

المخلص

تُعَدُّ إدارة الرأي العام من أهمِّ مكوّنات الحكم السياسي والاجتماعي، وقد أصبحت في العصر الراهن من القضايا الجوهرية في دراسات الاتصال والإدارة الاجتماعية. وعلى الرغم من اتّساع نطاق البحوث حول إدارة الرأي العام، فإنّ نموذج التوجيه الإرشادي في هذا المجال لم يحظَ باهتمام كافٍ في النصوص الدينية، ولا سيما في نهج البلاغة. ومن هذا المنطلق، يأتي هذا البحث بهدف تحليل مستويات إدارة الرأي العام في خطبة الجهاد من نهج البلاغة وبيان النموذج العلوي في توجيه الرأي العام. وقد اعتمد البحث المنهج الوصفي التحليلي، فتناول بالبيان الأسس النظرية لإدارة الرأي العام، ثمّ انتقل إلى دراسة مستوياته المختلفة في خطبة الجهاد ومقارنتها. وتُظهر نتائج البحث أنّ الإمام عليّاً (عليه السلام) قد اعتمد في هذه الخطبة نموذجاً متعدّد الطبقات في إدارة الرأي العام، يتضمّن: التعرّف على الرأي العام، وحمايته، وإقناعه، وبناء الإدراك، ومراعاته. كما تكشف نتائج البحث أنّ إدارة الرأي العام في خطبة الجهاد من نهج البلاغة، على خلاف النماذج النفعية القائمة على الهيمنة، تتّسم بطابع إرشادي وتربوي وأخلاقي، وأنّ هدفها الرئيس هو إيقاظ المجتمع، وإحياء المسؤولية الاجتماعية، وتوجيه الرأي العام نحو الحقّ والعدل.

الكلمات الدلالية:

إدارة الرأي العام، نهج البلاغة، خطبة الجهاد، الإمام علي (عليه السلام)، مراعاة الرأي العام.

١. عضو هيئة التدريس بجامعة شهيد بهشتي، كلية أصول الدين والأديان، طهران، إيران.
٢. جامعة شهيد بهشتي، كلية أصول الدين والأديان، طهران، إيران.

المؤلف المسؤول:

مرضيه محمص

بريد الكتروني: m_mohases@sbu.ac.ir

تاريخ القبول: ١٤٤٨/٠٢/٢٥

تاريخ الاستلام: ١٤٤٨/٠١/٠٢

إرسال الاستشهاد إلى:

محمص، مرضيه و بابابور جول افشاني، محمد مهدي. (١٤٤٧). تحليل مستويات إدارة الرأي العام في خطبة الجهاد من نهج البلاغة. دراسات حديثة في نهج البلاغة، ٩(١)، ١٤-١.

(DOI:

١٠,٣٠٤٧٣/anb.٢٠٢٦,٧٨٢٢٨,١٤٩٦)

حق نشر هذه الوثيقة يعود لمؤلفيها. ١٤٤٧. ناشر هذه المقالة هو جامعة بيار نور.

تم نشر هذه المقالة بموجب الشهادة التالية ويسمح بأي استخدام غير تجاري لها بشرط الاستشهاد بالمقالة بشكل صحيح وبما يتوافق مع الشروط المذكورة في العنوان أدناه.



Creative Commons Attribution-NonCommercial ٤.٠ International license (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/٤.٠/>)

المقدمة

السلوكية، وترسيخ الشعور بالمسؤولية العامة. وتكمن أهمية هذا البحث في كونه يتجاوز القراءة الأدبية أو التاريخية للخطبة، ليُتيح فهماً منهجياً لآليات الإقناع والإدارة في خطاب الإمام علي (عليه السلام)، مما يفتح آفاقاً جديدة في دراسات اللاهوت الاجتماعي، والاتصال الديني، ونموذج الحوكمة العلوية، لبيان العلاقة بين القيادة الدينية وإدارة الرأي العام. وفي هذا الإطار، تتمحور إشكالية البحث حول التساؤل التالي: كيف تعالج خطبة الجهاد إدارة الرأي العام المجتمعي تجاه قضية الجهاد وتحمل المسؤولية الاجتماعية، وفي أيّ مستوياتٍ تتمّ هذه المعالجة؟ وهذا البحث هو بحثٌ كیفِيٌّ من حيث الطبيعة، وأساسِيٌّ تحليليٌّ من حيث الهدف، ويُعتمد فيه المنهج الوصفي التحليلي. وتُجمع البيانات بالطريقة المكتوبة والوثائقية، حيث يُستعان، إلى جانب متن الخطبة، بالشرح المعتمدة لنهج البلاغة والمصادر ذات الصلة بحقل إدارة الرأي العام.

خلفية البحث

في الدراسات السابقة، دُرِسَتْ خطبة الجهاد في نهج البلاغة في الغالب من منظورٍ لِسَانِيٍّ، ولم يُلتَمَسْ إلى مستويات إدارة الرأي العام في هذه الخطبة. ومن أبرز الآثار ذات الصلة يمكن الإشارة إلى ما يأتي:

وفي مقالٍ بعنوان «دراسة سيميائية الإيقاع في خطبة الجهاد من منظور الخطاب السيميوطيقي»، الصادر عام (١٤٠٣ ش) في مجلة «دراسات حديثة في نهج البلاغة»، أثبتت كل من ليلى قنبري وسميرا حيدري راد، بالاستناد إلى السيميائيات الدلالية الخطابية، أن الإيقاع في خطبة الجهاد ليس مجرد زخرفة صوتية، بل يؤدي دوراً فاعلاً في نقل المعنى وإنتاج الدلالات الضمنية، وأن هيمنة المقاطع الصوتية القصيرة والفونيمات المجهورة والشديدة تتناغم مع الفضاء التوبيخي والحماسي والإنذاري الذي يسود الخطبة.

مقال «الوظيفة العاطفية لبنية الخطاب في خطبة الجهاد من نهج البلاغة في ضوء نموذج جاكسون للتواصل» (١٤٠١ ش)، المنشور في مجلة «بحوث نهج البلاغة» الفصلية، بقلم سونيا كهريزي، والسيد مهدي مسبوق، ومرضى قائمي؛ حيث اعتمد الباحثون على نظرية التواصل عند رومان جاكسون لتحليل البنى اللغوية في خطبة الجهاد، وأظهروا هيمنة الوظيفة العاطفية على مختلف طبقات الخطبة. تتركز المقالة على تحليل اللغة ووظائفها التعبيرية، ولا تتطرق إلى آليات إدارة الرأي العام.

أضحت مسألة إدارة الرأي العام في العالم المعاصر من أبرز ركائز القوة الناعمة والحوكمة والإدارة الاجتماعية، وقد باتت نماذجها السائدة تركز في الغالب على أسس علمانية ذات توجه إعلامي، وتستند أحياناً إلى هندسة العقول والإقناع الأداتي. وفي ظل هذه الأوضاع، تكتسب إعادة قراءة النماذج الدينية ذات التوجه الأخلاقي في إدارة الرأي العام ضرورة مضاعفة. ففي المنظومة المعرفية للإسلام، لا يُنظر إلى الرأي العام بوصفه مجرد ظاهرة اجتماعية أو نفسية فحسب، بل يُعدّ ساحةً استراتيجيةً لتحقيق الهداية، وإقامة الحق، وترسيخ النظام السياسي والأخلاقي في المجتمع الإسلامي. ومن هذا المنطلق، ما فتى القادة الربانيون، لدى مواجهتهم للأزمات الاجتماعية، يسعون من خلال الإدارة الواعية للرأي العام إلى انتشار المجتمع من حالة السلبية والانقسام وفقدان الهوية، ودفعه نحو الفعل المسؤول والمشاركة الفاعلة في تحقيق الأهداف الإلهية. وفي هذا السياق، تُعدّ خطبة نهج البلاغة من أغنى المصادر لدراسة نموذج إدارة الرأي العام.

وفي هذا السياق، تُعدّ الخطبة السابعة والعشرون من نهج البلاغة من أبرز النصوص العلوية في مجال مواجهة الأزمات الاجتماعية وإدارة الرأي العام. وقد أُلقيت هذه الخطبة في ظل أوضاعٍ عاشها مجتمع الكوفة، حيث أصابته حالة من اللامبالاة تجاه تهديدات العدو نتيجة التراخي والتشرذم والجنوح إلى الترف وضعف الإرادة الجماعية، وهو ما مهّد السبيل لاختراق جيش معاوية واعتدائه على أراضي الدولة الإسلامية (ابن ميثم، ١٣٦٢: ٢ / ٣١). وفي خضم هذه الظروف، اعتمد الإمام علي (عليه السلام) عمليةً تواصليةً متعددة الطبقات، فتناول بالتحليل الحالة النفسية للمجتمع، وحذّر من تداعيات السلبية، وعمل على الإقناع العقلي والعاطفي للمخاطبين، وصولاً في النهاية إلى إعادة بناء إدراكهم الجمعي. ويسعى هذا البحث، من خلال تحليل خطبة الجهاد في نهج البلاغة، إلى استجلاء الأبعاد المختلفة لإدارة الرأي العام في هذه الخطبة، وإعادة صياغة النموذج العلوي في هذا المجال، فضلاً عن إبراز إمكاناته في مواجهة التحديات الاجتماعية المعاصرة. ويُبين تحليل مستويات إدارة الرأي العام في خطبة الجهاد كيف يستثمر النص الديني، بصفته خطاباً حياً وفعالاً، طاقاته اللغوية والبلاغية والنفسية والاجتماعية في توجيه الإدراك الجمعي، وتقويم الأنماط

لجميع الأشخاص المستقلين، بغض النظر عن انتمائهم إلى الأغلبية أو الأقلية، أي أن الرأي العام ليس مجرد حاصل جمع بسيط لآراء أفراد منعزلين، بل هو تنظيم ونتاج تعاون قائم على الاتصال والتأثير المتبادل (دادكران، ١٣٨٢: ١٢١).

يرى هابرماس أن المجال العام فضاءً يتشكّل فيه الرأي العام، حيث يتبادل المواطنون الآراء في هذا المجال ضمن سياق غير خاضع للرقابة، وفي ظل ضمان حرية التجمع وحرية التعبير ونشر الآراء، حول القضايا ذات الاهتمام العام، ويتصرفون بوصفهم هيئة عامة. (هابرماس، ١٣٨٢: ٤٦). ومن جهته، يرى لازار أن هالة من الغموض تحيط بمفهوم الرأي العام، ويستعين في وصفه بطيف واسع من التعابير والمفاهيم، مثل: صوت الأمة، والقوة المجهولة وغير المرئية، والمصدر المهم للإجراءات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، وأبرز وأوسع ظاهرة نفسية جماعية، والحكم المقبول لدى العامة الذي يطغى فيه الجانب العاطفي على الجانب الإدراكي. وهو يرى أنه لم يُقدّم حتى الآن أي تعريف علمي دقيق للرأي العام، إلا أن هناك توافقاً عاماً على نقطة واحدة، وهي أن الرأي العام ظاهرة جماعية، ولكنه ليس مجرد حاصل جمع للآراء الشخصية. (لازار، ١٣٩٥: ٣٣).

يرى دافيسون أن الرأي العام يماثل التجميع الجماعي للآراء والاتجاهات والمعتقدات الفردية لشريحة معتبرة من أفراد المجتمع، وأنه يمثل محصلة اتجاهات وأحكام عقول أفراد وحدة اجتماعية، سواء أكانت جماعة أم فئة أم تجمعاً أم مجتمعاً بأكمله، إزاء تيار أو فرد أو مؤسسة أو حدث أو ظاهرة أو حتى نظام حكم. (Davison, ١٩٦٨: ١٨٨) ومن وجهة نظر برايس: «متى ما كان

الاعتقاد الجلي هو الاعتقاد الأقوى، سُمّي بالرأي العام» (شيرازي، ١٣٨٣: ١١٢). ويرى غينسبرغ أن الرأي العام هو مجموعة الآراء والأحكام التي تتشكّل في المجتمع على نحو خاص، وتتمتع بقدر معين من الثبات، وهي ثمرة تفاعل العديد من العقول. ومن ثم فهو يختلف عن الآراء الشخصية، ولا ينشأ إلا عندما تتفاقم القضايا إلى الحد الذي يدفع عامة الناس إلى اتخاذ موقف» (نصر، ١٣٨٠: ٤١١). ويمكن اعتبار الرأي العام مكافئاً جمعياً للآراء والمعتقدات والاتجاهات الذهنية وأحكام شريحة معتبرة من أفراد وحدة اجتماعية إزاء فرد أو قضية أو واقعة أو أداء، في وقت محدد؛ وحين يكون هذا

كما تناولت مقالة أخرى بعنوان «دراسة البناء المودالي لخطبة الجهاد في نهج البلاغة استناداً إلى الوظيفة البين شخصية الفوقية في نظرية هاليداي الوظيفية» (١٣٩٦ش)، المنشورة في مجلة «بحوث نهج البلاغة» الفصلية، بقلم محمد علي عرشي نود، ومحمد رضا پهلوان، والسيد حسين سيدي؛ حيث درس الباحثون -بمنهج اللسانيات الوظيفية- البنى المودالية وأسلوب تفاعل المتكلم مع المتلقي في خطبة الجهاد. يتمحور هذا البحث حول التحليل النحوي والتفاعلي للنص، ولا يتعرض للأبعاد الاستراتيجية لتوجيه الرأي العام في الخطبة.

وفي مقالة بعنوان «دراسة وتحليل جماليات خطبة الجهاد» (١٣٩٣ش)، المنشورة في مجلة «بحوث النقد الأدبي والبلاغة»، للسيد إسماعيل حسيني أجدادنياكي، والتي ركّزت على خطبة الجهاد للإمام علي (عليه السلام)، أظهر الباحث أن الفضاء الغالب في الخطبة هو توبيخ أهل الكوفة ولؤمهم على تركهم الجهاد، وأن حدة هذا التوبيخ تتصاعد تدريجياً عبر بنية الألفاظ والعبارات والصور البلاغية. وتتمثل النتيجة الرئيسية للمقالة في أن التناغم بين اللفظ والمعنى، والحالة النفسية للمتكلّم ومقتضى الحال، مقترناً بتوظيف التشبيه والاستعارة والكناية والسجع والجناس والموازنة، قد أفضى إلى تشكيل جماليات ملحمية-توبيخية في الخطبة، مما عزّز من قوة تأثيرها في المتلقي.

وبناءً على ما سبق، تُعدّ المقالة الحالية محاولة ابتكارية لربط دراسات نهج البلاغة بعلم إدارة الرأي العام.

الإطار النظري

تحديد مفهوم الرأي العام

يُعدّ علماء الاجتماع الرأي العام نوعاً من التنظيم الاجتماعي، بينما تنظر إليه العلوم السياسية على أنه مجموعة من الآراء المتبلورة، وتدرس دوره في الدولة والسياسة، وتحديد تأثيره على السياسات، بل إن البعض قد ساواه مع الإرادة الوطنية. وبناءً على هذه النظرة، فإن هذا المفهوم لا يدل في كل زمان ومحدد وفيما يتعلق بموضوع معين إلا على شيء واحد فقط (Davison, ١٩٦٨: ١٨٩). ويرى علماء الاجتماع أن الرأي العام هو تنظيم أو عملية مجتمعة من التأثيرات الاتصالية المتبادلة والثنائية الاتجاه. ولا يرى كولي أن الرأي العام هو حاصل جمع الأحكام الفردية للأغلبية، بل يعتبره حكماً متبلوراً

العام يُعدّ أمراً ممكناً وفي الوقت ذاته تنافسياً. فالحكومات ليست اللاعب الوحيد في ساحة الرأي العام، بل هي أحد لاعبيه. فالأسرة، والبيئات التعليمية، والمؤسسات المدنية، والمنشآت الثقافية والدينية، والجماعات الاجتماعية، وقادة الفكر، والأحزاب، والقوى عابرة للحدود، جميعها تؤدي دوراً في عملية توجيه الرأي العام.

وفي ظل هذه الظروف، تكتسب ضرورة إدارة الرأي العام أهمية استراتيجية. إذ يُعدّ الرأي العام اليوم جزءاً من رأس المال الاجتماعي وعنصراً فاعلاً في الاستقرار السياسي والأمن النفسي للمجتمع. وقد يؤدي الإغفال عنه إلى تهينة أرضية انعدام الثقة العامة وتشكل الأزمات الاجتماعية. ولهذا السبب، تعتبر إدارة الرأي العام في العديد من التحليلات من متطلبات إدارة المجتمع (برنايز، ١٤٠٠: ١٩٨). وبناءً على ذلك، لا تعني إدارة الرأي العام التحكم في المعلومات، بل هي مسعى لخلق التماسك الاجتماعي، والحد من أزمة الإدراك، والحفاظ على الترابط بين الدولة والمجتمع.

مستويات إدارة الرأي العام

إن إدارة الرأي العام ليست عملية أحادية البعد ولا تقتصر على نمط تواصل معيّن، بل تشمل مجموعة من المستويات والطبقات المتنوعة للتأثير، حيث يُفعل كل منها بما يتناسب مع وضع المجتمع، وطبيعة القضية، ومستوى الأزمة الاجتماعية. وتلجأ الحكومات والأنظمة السياسية، في تعاملها مع الرأي العام، وحسب الظروف الاجتماعية ومدى حساسية القضايا، إلى أساليب مختلفة للتعرف على المجتمع وتوجيهه وصيانه وإقناعه. ومن ثم، يجب النظر إلى إدارة الرأي العام على أنها طيف من الإجراءات التدريجية التي تبدأ بمرحلة الفهم والادراك وتمتد إلى مستويات أكثر تعقيداً مثل توجيه الإدراك وتشكيل الفعل الاجتماعي.

يتمثل المستوى الأول في إدارة الرأي العام في التعرف عليه وفهمه. فبدون الفهم الدقيق لطبيعة الرأي العام، والخصائص النفسية والاجتماعية للمجتمع، والعوامل المؤثرة على الاتجاه العام، ستبوء أي محاولة للتدخل التواصلي أو الإعلامي بالفشل. فالرأي العام ليس ظاهرة ثابتة ومتجانسة، بل هو بنية ديناميكية ومتعددة الطبقات تتأثر بتركيبة المجموعات الاجتماعية المختلفة. وفي المجتمعات الحديثة، لا يعكس الرأي العام إرادة طبقة مهيمنة فحسب، بل هو نتاج

الجمع هو شعب بلد بأكمله، فإنه يلزم الإرادة الوطنية وبماثل قوة سياسية، ويشكل جزءاً من القوة الباطنية للأمة (آفانجشي وأفشاري راد، ١٣٧٩: ٤٨٠). وبناءً على ذلك، يُعرّف الرأي العام بأنه الأسلوب والتقييم المشترك لجماعة اجتماعية تجاه موضوع يحظى باهتمام الجميع وعنايتهم، والذي يكتسب في لحظة معينة شيوعاً نسبياً بين عدد من أفراد فئة أو طبقة أو المجتمع بأسره.

دراسة جدوى توجيه الرأي العام

يُعدّ الرأي العام من الظواهر الاجتماعية المعقدة التي يستلزم تشكيلها تحقق مجموعة من الشروط المعرفية والاتصالية والاجتماعية. ولا تتبلور هذه الظاهرة إلا حين تستقطب قضية محورية أو مجموعة من الأحداث المتجانسة عقولاً واهتمام شريحة مؤثرة من المجتمع، وتكون على صلة مباشرة باحتياجات العامة وهمومهم. وبقدر ما يكون الموضوع أكثر ارتباطاً بالاحتياجات الحقيقية للمجتمع، تزداد قدرته على التحول إلى بؤرة للرأي العام (الجليلي، ١٣٨٦: ٣٦١؛ لازار، ١٣٩٥: ١٩). ومن هذا المنظور، لا ينشأ الرأي العام حول أمور متفرقة وقليلة الأهمية، بل يتشكل في مواجهة قضية تمتلك القدرة على استثارة الحساسية العامة. ومن جهة أخرى، يتطلب تشكّل الرأي العام وجود بيئة فكرية ملائمة وإتاحة الفرصة للحوار الاجتماعي حول القضية المطروحة. فطالما لم تتح للمجتمع إمكانية تبادل الآراء والحكم الجماعي بشأن موضوع ما، فلن يتجاوز الرأي العام مستوى ردود الفعل المتفرقة (شيرازي، ١٣٨٣: ١٢٠). كما يصاحب الرأي العام شعورٌ بالمشاركة الجماعية؛ بمعنى أن الفرد يضيف المعنى على موقفه أو فعله من خلال ارتباطه بالآخرين، ويشعر بأن سائر أفراد المجتمع يتشاركون نفس الحساسية أو الموقف إزاء القضية ذاتها (لازار، ١٣٩٥: ٧٩). وثمة عامل آخر يلعب دوراً حاسماً في تكوّن الرأي العام، وهو انسجامه مع البنية الثقافية ونظام القيم والمعتقدات العامة للمجتمع. فالرأي العام في المجتمعات الدينية لا يتشكل لمجرد الحسابات العقلانية فحسب، بل إن الذاكرة التاريخية والهوية الثقافية والنظام العقائدي للمجتمع تتدخل بشكل مباشر في توجيهه (شيرازي، ١٣٨٣: ١٢٠). وبناءً على هذا الأساس، تقوم إدارة الرأي العام في الخطاب الديني، ولا سيما في خطبة الجهاد في نهج البلاغة، على تفعيل مكونات الهوية والقيم المجتمعية. ومن ثم، فإن مفهوم تشكيل الرأي

المعلومات التي يتلقاها المجتمع، بل في كيفية تفسيره للأحداث وإضافته المعنى عليها. ويتأثر الإدراك الاجتماعي بالتجارب السابقة، ونظام القيم، والدوافع، والاتجاهات، والأطر الذهنية للأفراد، ولهذا السبب، قد يختلف تصور المجتمع لواقع ما عن الواقع الموضوعي ذاته (إيرواني وخدايناهي، ١٣٨١: ١٠).

إدراك الرأي العام في خطبة الجهاد

يتمثل المستوى الأول لإدارة الرأي العام في خطبة الجهاد في الفهم الدقيق للوضع النفسي والسلوكي والاجتماعي للمجتمع. فالإمام علي (عليه السلام)، قبل أن يشرع في الإقناع أو التحريض أو التعبئة العامة، يقدم أولاً صورة واضحة لواقع الرأي العام في مجتمع الكوفة، ويكشف عن جذور السلبية الاجتماعية. وفي هذه الخطبة، تتأسس إدارة الرأي العام على فهم عميق للمجتمع؛ فهم لا يقتصر على السلوك الظاهري للناس فحسب، بل يتناول الطبقات الخفية للشخصية الاجتماعية، والنفسية الجماعية، والأزمات الباطنية التي تعترهم. وتمثل عبارة «قَوْلَ اللَّهِ مَا عَزَيَّ قَوْمٌ قَطُّ فِي عُقْرِ دَارِهِمْ إِلَّا ذُلُّوا» تحليلاً اجتماعياً للعلاقة بين الرأي العام والأمن الاجتماعي. فقد أدرك الإمام (عليه السلام) إدراكاً تاماً أن اعتداء العدو على قلب الديار الإسلامية لا يعني مجرد احتلال جغرافي، بل يؤدي إلى تكوّن الشعور بالإذلال والهزيمة وانحيار الثقة الجماعية. وفي الواقع، إن الإمام، قبل أن يبرز الآثار العسكرية للهجوم الشامي، يلتفت إلى تداعياته النفسية على الرأي العام. وهذا يبين أنه في النظرة العلوية، تبدأ الهزيمة الاجتماعية حينما تُصاب الروح المعنوية العامة للمجتمع وتترسخ مشاعر الضعف في عقول الناس. ومن ثم، يحلل الإمام (عليه السلام) القضية على مستوى يتجاوز الحرب العسكرية، ويربطها بأزمة في الرأي العام.

ويتجلى الفهم الدقيق للرأي العام في هذه الخطبة أيضاً في تشخيص روح التراخي والجنوح إلى طلب العافية في المجتمع. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «فَتَوَاكَلْتُمْ وَتَحَادَلْتُمْ حَتَّى شُنَّتْ عَلَيْكُمْ الْعَارَاتُ وَمَلِكْتُ عَلَيْكُمْ الْأَوْطَانُ». فهو يُرجع السبب الجذري للأزمة لا إلى قوة العدو، بل إلى وهن الإرادة الاجتماعية لدى الناس. فقد شخص الإمام (عليه السلام) جذور الأزمة في نوع من الانحيار في تحمل المسؤولية الجماعية؛ فقد غدا مجتمع الكوفة أسير وضع يُنيط فيه كل

تفاعل فئات اجتماعية متنوعة، وتجارب معاشة، ووسائل إعلام، وقيم ثقافية، وظروف سياسية واقتصادية (آزاد أرمكي، ١٣٩٥: ١٨). ولهذا السبب، فإن إدارة الرأي العام دون الفهم الدقيق لبنية المجتمع وخصائص الجمهور، لن تكون فحسب غير فعالة، بل قد تؤدي أحياناً إلى تفاقم الفجوة الاجتماعية.

أما المستوى الثاني لإدارة الرأي العام، فهو صيانتته وحمايته من الانحراف والخداع والتدخلات الهدامة. ونظراً لارتباطه المباشر بالرأسمال الاجتماعي والأمن النفسي للمجتمع، يظل الرأي العام عرضة دائماً لتأثير التيارات المعارضة والعمليات الإدراكية. وفي العالم المعاصر، يدور جزء كبير من التنافسات السياسية والأمنية في ساحة الرأي العام والإدراك الاجتماعي، حيث يسعى الأعداء السياسيون إلى تقويض الثقة العامة من خلال الاستقطاب، وتحريف المعلومات، وإبراز الأزمات، وبث اليأس. وفي ظل هذه الظروف، تعني صيانة الرأي العام الحيلولة دون تدمير الرأسمال النفسي للمجتمع ومواجهة العمليات الإدراكية المثيرة للفوضى. ويتسم هذا المستوى من الإدارة، بخلاف المستويات السابقة، بطابع دفاعي في الغالب، ويهدف إلى الحفاظ على الاستقرار النفسي ومنع تآكل الثقة العامة (شيرازي، ١٣٨٣: ١١٤).

المرحلة الثالثة في إدارة الرأي العام هي الإقناع. ويُقصد بالإقناع هنا الجهد العقلائي والعاطفي لإيجاد فهم مشترك، والحد من المخاوف الاجتماعية، ومواءمة الرأي العام مع القرارات والسياسات الكبرى. ويختلف الإقناع جوهرياً عن الفرض والإكراه؛ إذ أن المتلقي يقترب فيه من قبول وجهة نظر معينة من خلال الحجة وبناء الثقة واستثارة الشعور بالمسؤولية، وليس عبر الضغط والهيمنة (ساروخاني، ١٣٨٣: ١٩). وتبرز أهمية إقناع الرأي العام عندما يكون المجتمع في حالة من الغموض أو القلق أو الأزمة. وفي مثل هذه الظروف، تضطر الحكومات إلى الحفاظ على الثقة العامة ومنع تفاقم القلق الاجتماعي من خلال الإعلام والتوضيح والمساءلة وتوظيف الاتصالات الإقناعية (متولي، ١٣٨٤: ٧٢-٧٤).

أما المستوى الأخير في إدارة الرأي العام فهو تشكيل الإدراك. ويتجاوز تشكيل الإدراك مجرد نقل المعلومات أو الإقناع الظرفي، ويعني صياغة إطار فهم المجتمع وتفسيره للوقائع الاجتماعية والسياسية. وفي هذا المستوى، لا تكمن المسألة الرئيسية في ماهية

عقلي للمجتمع، بل يشمل أيضاً الفهم الدقيق للنقاط العاطفية والنفسية لدى الناس. ولهذا السبب، يقول (عليه السلام) عقب وصفه لهذه الحادثة: «فَلَوْ أَنَّ امْرَأً مُسْلِمًا مَاتَ مِنْ بَعْدِ هَذَا أَسْفًا مَا كَانَ بِهِ مُلُومًا». ومثل هذا التعبير مسعى لإعادة إحياء الحساسية المفقودة لدى المجتمع وإيقاظ روح الحمية الاجتماعية في الرأي العام. وفي مقطع آخر من الخطبة، يتجلى إدراك الإمام (عليه السلام) لأزمة الهوية في المجتمع، حيث يقول: «يَا أَشْبَاهَ الرِّجَالِ وَلَا رِجَالَ، حُلُومُ الْأَطْفَالِ وَعُقُولُ رَبَائِثِ الْحِجَالِ». فهذه التعابير لا تمثل توبيخاً أخلاقياً فحسب، بل هي تحليل سوسيولوجي للرأي العام في مجتمع الكوفة. إذ يرى الإمام (عليه السلام) أن المجتمع قد أصيب بأزمة في شخصيته الجمعية؛ مجتمع يحمل المظهر الرجولي والقتالي، ولكنه يعاني من الضعف وعدم النضج على مستوى الإرادة واتخاذ القرار. ويشير تعبير «أحلام الأطفال» إلى أن الإمام يعتبر الرأي العام في المجتمع يفتقر إلى النضج السياسي والاجتماعي، ويرى أن الناس يُبدون إزاء الأزمات سلوكاً انفعالياً وغير مستقر، ويخلو من العمق العقلي.

صيانة الرأي العام في خطبة الجهاد

تتعلق صيانة الرأي العام بالحفاظ على هوية المجتمع وقيمه في مواجهة العوامل المسببة للتآكل والأزمات. فكل مجتمع، في ظل ظروف الأزمات، لا يتعرض للتهديدات الخارجية فحسب، بل يُصبح عرضةً لنوع من الضرر الداخلي أيضاً؛ وهو ضرر يمكن أن يزيل تدريجياً الشعور بالعزة والمسؤولية والتماسك الاجتماعي. ومن هذا المنطلق، تعني صيانة الرأي العام رعاية الأسس النفسية والأخلاقية للمجتمع، والحيلولة دون ترسيخ روح الهزيمة واللامبالاة في عقول الناس. وفي خطبة الجهاد، يتابع الإمام علي (عليه السلام) هذا المستوى من إدارة الرأي العام بدقة ملحوظة. إذ يسعى في هذه الخطبة إلى حماية المجتمع الإسلامي من السقوط في حالة الإذلال النفسي وانحيار الشخصية الجمعية. ويُعد جزء كبير من التعابير الحادة والتحذيرية والعاطفية في الخطبة، في الواقع، مسعىً لصيانة الرأي العام ومنع تأصيل السلبيات الاجتماعية. يقول الإمام (عليه السلام): «وَسِيمَ الْحُسْفِ وَمُنِعَ النَّصْفِ». وفي هذه العبارة، يربط الإمام (عليه السلام) التداعيات الاجتماعية لتترك الجهاد بحالة الذل والحرمان من العدالة. ويبيّن هذا الطرح أن الإمام لا يرى الخطر الرئيسي في الهزيمة العسكرية، بل يعتقد أن المجتمع الذي يفقد

فرد المسؤولية بغيره، مما أدى إلى تلاشي الإرادة العامة للدفاع عن المجتمع. ويُعد هذا التحليل دليلاً على الإدراك العميق للإمام (عليه السلام) للتركيب النفسي للرأي العام؛ إذ إنه، وبدلاً من التركيز حصرياً على العامل الخارجي، ينقب عن جذور الأزمة في دواخل المجتمع ذاته. وفي سياق الخطبة، يتجلى الإدراك الدقيق للإمام (عليه السلام) للوضع النفسي للناس بشكل أوضح من خلال مواجهته لتعللاتهم وأعدائهم: «فَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي أَيَّامِ الْحَرْ فَلْتُمْ هَذِهِ حِمَاةَ الْقَيْظِ أَفْهَلُنَا يُسَبِّحُ عَنَّا الْحَرْ وَإِذَا أَمَرْتُكُمْ بِالسَّيْرِ إِلَيْهِمْ فِي الشِّتَاءِ فَلْتُمْ هَذِهِ صَبَاةُ الْقَرِّ أَفْهَلُنَا يَنْسَلِخُ عَنَّا الْبَرْدُ». وقد أُشير في شرح «في ظلال نهج البلاغة» إلى أن هذه العبارات تكشف عن تناقض المخاطب وافتقاره إلى المنطق (مغنية، ١٣٥٨ ش: ١ / ١٩١). ولا يتعامل الإمام (عليه السلام) مع هذه الأعداء على أنها ردود فعل آنية أو عابرة، بل يراها مؤشراً على أزمة نفسية واجتماعية عميقة. ولهذا السبب يخلص فوراً إلى نتيجة قاتلاً: «كُلُّ هَذَا فِرَاراً مِنَ الْحَرْ وَالْقَرِّ فَإِذَا كُنْتُمْ مِنَ الْحَرْ وَالْقَرِّ تَمُرُّونَ، فَأَنْتُمْ وَاللَّهِ مِنَ السَّيْفِ أَقْرُ». فمن خلال السلوكيات الظاهرية للناس، يستنبط الإمام (عليه السلام) الحقيقة الباطنية لشخصيتهم الاجتماعية. وبناءً على ذلك، فإنه في المنظور العلوي، يستحيل إدارة الرأي العام دون الفهم العميق للجذور النفسية للسلوك الجمعي.

لا يقتصر إدراك الإمام (عليه السلام) للرأي العام على مستوى السلوكيات الظاهرة فحسب، بل يشمل أيضاً الإحاطة بالحالة العاطفية للمجتمع. ومن هذا المنطلق، حينما يروي حادثة اقتحام رجال جيش الشام على النساء المسلمات والنساء الأخريات من أهل الذمة، فإنه في الواقع يوظف العناصر المثيرة للمشاعر في الرأي العام للمجتمع، قائلاً: «وَلَقَدْ بَلَغَنِي أَنَّ الرَّجُلَ مِنْهُمْ كَانَ يَدْخُلُ عَلَى الْمَرْأَةِ الْمُسْلِمَةِ وَالْأُخْرَى الْمُعَاهِدَةِ، فَيَنْتَرِجُ حِجْلَهَا وَقُلْبَهَا وَقَالَ لَهَا وَرُغْنَهَا». ومن منظور المفكرين، يُعد الإمام (عليه السلام)، لا سيما في خطب الجهاد وتحريضه للمخاطبين على مواجهة العدو، من أبلغ الخطباء وأقدرهم على توظيف المشاعر والعواطف الباطنية. ولربما يكمن السبب في ذلك في أن توظيف العواطف والمشاعر يُعد من أبرز العوامل المؤثرة في أفراد المجتمع (الموسوي، ٢٠٠٢: ١٨).

ولا يقيظ الرأي العام، يصوغ الإمام (عليه السلام) الحادثة في قالب تصويري قادر على استثارة الضمير الجمعي للمجتمع. وهذا يدل على أن إدراك الرأي العام في الخطاب العلوي ليس مجرد إدراك

روح المقاومة سيستسلم تدريجياً لقبول الإذلال وتضييع حقوقه. ولذلك، يسعى الإمام (عليه السلام) إلى الحفاظ على حساسية المجتمع تجاه العزة والعدالة قبل أن تتسخ هذه الحالة. وتتجلى صيانة الرأي العام في خطبة الجهاد أيضاً في سعي الإمام (عليه السلام) لمنع تطبيع اللامبالاة الاجتماعية. إذ يقول: «وَيُعَصَى اللَّهُ وَتَرْضَوْنَ». وتقدم هذه العبارة الوجيزة صورة عميقة للوضع الخطير للرأي العام في المجتمع. فالقضية التي يحذر منها الإمام (عليه السلام) ليست مجرد وقوع المعصية أو اعتداء العدو، بل وصول المجتمع إلى مرحلة لا يبدي فيها أي شعور بالاستياء أو رد فعل جدي إزاء هذا الوضع. وفي الواقع، يخشى الإمام أن يصل الرأي العام إلى مرحلة القبول السلبي للأزمة؛ وهي حالة يفقد فيها المجتمع حساسيته تجاه الظلم والاعتداء والمخالفات. وتعني صيانة الرأي العام هنا الحفاظ على روح الاحتجاج، والحمية الدينية، والشعور بالمسؤولية الاجتماعية في مواجهة الانحرافات.

وفي مقطع آخر من الخطبة، يصون الإمام (عليه السلام) الرأي العام من انخيار روح المقاومة. إذ يقول: «فَقُبْحًا لَكُمْ وَتَرَحًّا حِينَ صِرْتُمْ غَرَضًا يُزْمَى». فيحذر الإمام (عليه السلام) المجتمع من التحول إلى كيان سلبي وعديم الدفاع. ويشير تعبير «غرضاً يرمى» إلى مجتمع فقد زمام المبادرة، وقوة الدفاع، وإرادة الفعل، وأصبح هدفاً لهجمات العدو. ويسعى الإمام (عليه السلام) من خلال هذا التحذير، في الواقع، إلى حماية الرأي العام من تقبل دور الضحية. فالمجتمع الذي يعتاد على هجمات العدو ويقبل الشعور بالعجز، سيفقد تدريجياً قدرته على التعافي والمقاومة. ولذلك، يُعد التصدي لترسيخ عقلية المهزوم في المجتمع أحد أبعاد صيانة الرأي العام في هذه الخطبة.

ويمكن ملاحظة مثال آخر على هذه المسألة في قوله: «تُعَزُّوْنَ وَلَا تَعُزُّوْنَ». ويبيّن هذا التعبير أن الإمام (عليه السلام) يحذر من تحول المجتمع الإسلامي من موقع فاعل إلى موقع سلمي. ففي نظرة الإمام، إن المجتمع الذي يقتصر على ردود الأفعال ويفقد القدرة على المبادرة والفعل الفاعل، سيفقد تدريجياً ثقته الجماعية بنفسه. ومن ثم، يسعى الإمام إلى حماية الرأي العام من التعود على الحالة الدفاعية والسلبية؛ لأن استمرار هذا الوضع يستنزف الروح المعنوية العامة ويمهد المجتمع لتقبل الهيمنة.

وتبرز صيانة الرأي العام في خطبة الجهاد أيضاً في مواجهة الإمام (عليه السلام) لتدمير مكانة القيادة والسلطة الاجتماعية للحكم. إذ يقول: «حَتَّى لَقَدْ قَالَتْ قُرَيْشٌ إِنَّ ابْنَ أَبِي طَالِبٍ رَجُلٌ شَجَاعٌ وَلَكِنْ لَا عِلْمَ لَهُ بِالْحَرْبِ». وفي هذا المقطع، يشير الإمام (عليه السلام) إلى الانعكاس الاجتماعي لضعف الناس. فقد تفاقم تراخي مجتمع الكوفة إلى حد أن الإخفاقات الناتجة عن عصيان الناس كانت تُعزى إلى ضعف الإدارة الحكومية. ومن خلال طرح هذه القضية، يصون الإمام (عليه السلام) الرأي العام في الواقع من تحريف الواقع. فهو لا يدع العجز الاجتماعي للناس يُفسر على أنه ضعف في القيادة السياسية؛ لأن مثل هذا التصور كان من شأنه أن يضعف الثقة العامة بهيكل القيادة ويعرض المجتمع لأزمة شرعية. وفي سياق هذا المقطع ذاته، يقول الإمام (عليه السلام): «وَلَكِنْ لَا رَأْيَ لِمَنْ لَا يُطَاعُ». وتمثل هذه العبارة مسعىً لتوضيح جذور الأزمة الاجتماعية. إذ يريد الإمام أن يدرك الرأي العام أن المشكلة الرئيسية ليست فقدان التدبير أو ضعف الإدارة، بل تكمن الأزمة في العصيان الاجتماعي وزوال التماسك العام. ويُعد هذا الأسلوب نوعاً من الصيانة المعرفية للرأي العام؛ لأن الإمام (عليه السلام) لا يسمح للرأي العام بالوقوع في تحليل خاطئ لوضع المجتمع والحكم.

وفي جزء آخر، ولمنع الانخيار التام للروح المعنوية العامة، لا يزال الإمام (عليه السلام) يؤكد على قيمة الجهاد ومكانته الاجتماعية، قائلاً: «فَإِنَّ الْجِهَادَ بَابٌ مِنْ أَبْوَابِ الْجَنَّةِ فَتَحَهُ اللَّهُ لِحَاصَّةِ أُوَلِيَّائِهِ». فيحافظ الإمام على المكانة القيمة للجهاد في الرأي العام لكيلا يصاب المجتمع بفقدان الإيمان والتراخي تجاه ثقافة المقاومة. وفي الواقع، يدرك الإمام (عليه السلام) أنه إذا ضعفت القيم الأساسية للمجتمع في عقول الناس، فسيغدو من الصعب جداً إعادة بناء الروح المعنوية العامة. ومن ثم، فإن إحدى طرق صيانة الرأي العام في هذه الخطبة تكمن في حماية مكانة المفاهيم القيمة ومنع السقوط المعنوي للمجتمع.

إقناع الرأي العام في خطبة الجهاد

يُعدّ إقناع الرأي العام أحد أبرز المستويات الأساسية لإدارة الرأي العام في الأنظمة الاجتماعية. فلا يقتصر المقصود بالإقناع على مجرد نقل المعلومات أو إصدار الأوامر، بل هو عملية تواصلية وإدراكية

والقيمي للجهاد حاضراً في أذهان الناس، لكي يتلقى المجتمع المقاومة لا بوصفها قسراً مراً، بل سبيلاً لصون كرامته الدينية والاجتماعية. ومن أساليب إقناع الرأي العام الأخرى في خطبة الجهاد، توظيف المقارنات الاجتماعية والتاريخية. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «أَغَالِبُ عَلَى أَمْرِي غَيْرِي». وتعبّر هذه العبارة عن نوع من الإقناع عبر إثارة الشعور بالمسؤولية الجماعية. فمن خلال هذا التعبير، يفهم الإمام (عليه السلام) الناس أن سلبتهم قد مهدت السبيل أمام الآخرين للهيمنة على مصير المجتمع الإسلامي. وهنا يتم الإقناع عبر التحذير من التداعيات السياسية للامبالاة الاجتماعية. إذ يسعى الإمام إلى تنبيه المجتمع إلى حقيقة أن تنصل الناس من المسؤولية الاجتماعية لا يؤدي إلى الضعف العسكري فحسب، بل يفضي أيضاً إلى سيطرة الآخرين على إرادة المجتمع ومستقبله.

وفي مقطع آخر من الخطبة، يوظف الإمام (عليه السلام) الإقناع العاطفي. إذ يقول: «يَا أَهْلَ الْكُوفَةِ، مُنِيتُ مِنْكُمْ ثَلَاثَ وَأَنْتَيْنِ»، ثم يصف الناس بتعابير مثل: «صُمُّ دَوُو أَسْمَاعٍ، وَكُمُّ دَوُو كَلَامٍ، وَعُمِّي دَوُو أَبْصَارٍ». ولا تمثل هذه التعابير توبيخات عاطفية فحسب، بل هي جزء من عملية الإقناع. إذ يسعى الإمام (عليه السلام) إلى توعية المجتمع بحاله المتردية من خلال إحداث صدمة عاطفية. وفي الواقع، يُفعل الإمام بهذا الأسلوب الشعور بالهزل الاجتماعي والمسؤولية الجماعية في الرأي العام. ويتم الإقناع هنا عبر إيقاظ الضمير الجمعي وكسر حالة السلبية المطبّعة.

ويمكن ملاحظة مثال آخر على إقناع الرأي العام في المقطع التالي: «لَوَدِدْتُ أَنِّي لَمْ أَرْكُمُ وَلَمْ أَعْرِفْكُمْ، مَعْرِفَةُ اللَّهِ جَزَتْ نَدَمًا وَأَعْقَبَتْ سَدَمًا». ففي هذه العبارة، يوظف الإمام (عليه السلام) التعبير العاطفي عن ألم القيادة الاجتماعية ومعاناتها. ومن منظور شراح نهج البلاغة: «كأن هذه الكلمات هي آخر دواء وصرخة في وجه هؤلاء المرضى القساة القلوب» (مكارم الشيرازي، ١٣٧٥ش: ٢ / ١٦٢). فمن خلال الكشف عن ألمه الباطني، يسعى الإمام (عليه السلام) إلى توعية الرأي العام بعمق الأزمة. ويُعد هذا الأسلوب نوعاً من الإقناع العاطفي والأخلاقي، حيث يحاول قائد المجتمع إجبار الناس على مراجعة سلوكهم الاجتماعي عبر التعاطف وإثارة الشعور بالمسؤولية. وفي الواقع، يضع الإمام (عليه السلام) الرأي العام من خلال هذا التعبير أمام مسؤوليته التاريخية والاجتماعية.

تسعى من خلالها السلطة إلى دفع المجتمع لقبول موقف أو قرار أو فعل اجتماعي معين، وذلك عبر الاستدلال، وإثارة الشعور بالمسؤولية، وبناء الثقة، وتفعيل الدوافع الباطنية. ويتحقق الإقناع حينما ينخرط المخاطب في مواكبة عمل اجتماعي ما، لا عن قسر وإكراه، بل بناءً على الفهم واليقين والشعور بالالتزام. ومن هذا المنطلق، يستند إقناع الرأي العام، أكثر من أي شيء آخر، إلى التأثير في الطبقات الذهنية والعاطفية والقيمية للمجتمع.

وتمثل خطبة الجهاد في نهج البلاغة نموذجاً بارزاً لهذا المستوى من إدارة الرأي العام. فالإمام علي (عليه السلام) لا يكتفي في هذه الخطبة بالأمر والنهي الحكوميين فحسب، بل يسعى، عبر توظيف أساليب إقناعية متنوعة، إلى إخراج المجتمع من حالة السلبية ودفعه إلى مرحلة الشعور بالمسؤولية والفعل الاجتماعي. وتبين بنية الخطبة أن الإمام (عليه السلام) يوظف في عملية الإقناع الاستدلال العقلي، والاستثارة العاطفية، وإعادة قراءة القيم الدينية والهوياتية للمجتمع في آنٍ معاً. ومن أهم أساليب الإقناع في خطبة الجهاد، الإقناع القيمي والعقائدي. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «فَإِنَّ الْجِهَادَ لَيْسَ التَّقْوَى وَدَرْجُ اللَّهِ الْحَصِينَةُ وَجَنَّتُهُ الْوُثْقَةُ». فهو لا يُقدّم الجهاد في هذه العبارة بوصفه تكليفاً عسكرياً فحسب، بل يربطه بأبرز القيم الدينية الجوهرية. ويكشف تعبير "لباس التقوى" عن سعي الإمام (عليه السلام) لإعادة تعريف الجهاد في أذهان المجتمع كجزء لا يتجزأ من الهوية الإيمانية والأخلاقية. كما يُعد وصف الجهاد بـ«درع الله الحصينة» و«جنته الوثيقة» نوعاً من إعادة بناء مفهوم الأمن والعزة الاجتماعية في الرأي العام. وفي هذا الأسلوب الإقناعي، يسعى الإمام (عليه السلام) إلى إقناع المجتمع بأن الحفاظ على أمنه وكرامته وبقائه مرهوناً بالحفاظ على روح الجهاد والمقاومة. ومن ثم، يتم الإقناع هنا عبر الربط بين الفعل الاجتماعي والنظام القيمي للمجتمع.

ومن أساليب الإقناع الأخرى في هذه الخطبة، استخدام الاستدلال المبني على التداعيات الاجتماعية والسياسية. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «أَمَّا بَعْدُ فَإِنَّ الْجِهَادَ بَابٌ مِنْ أَبْوَابِ الْجَنَّةِ». فهو ينقل الجهاد من مستوى الواجب الشاق والمكلف إلى فرصة للسمو والعزة. ويُعد هذا الأسلوب نوعاً من الإقناع التحفيزي، حيث يوجه الإمام (عليه السلام) الرأي العام نحو المشاركة الفاعلة من خلال إبراز العواقب الإيجابية للجهاد. وفي الواقع، وبدلاً من التحدث عن خطر العدو، يسعى الإمام إلى إبقاء الأفق الروحي

الجمعية. ويُعد جزء كبير من بنية الخطبة، في الواقع، مسعى لإعادة تعريف الواقع في أذهان المجتمع وتصحيح الإدراك العام لأهل الكوفة. يتجلى أحد أهم مظاهر تشكيل الإدراك في هذه الخطبة في أسلوب تصوير الإمام (عليه السلام) للعدو. إذ يقول (عليه السلام): «هَذَا أَخُو غَامِدٍ وَقَدْ وَرَدَتْ خَيْلُهُ الْأَنْبَارَ». فلا يكتفي الإمام (عليه السلام) بتقديم تقرير عسكري فحسب، بل يسعى إلى تغيير تصور المجتمع لطبيعة التهديد. فقد يُنظر إلى العدو في الإدراك العام على أنه قوة عسكرية بعيدة، لكن الإمام، من خلال ذكر الاسم والمكان وتفاصيل الحادثة، يحول هذا التهديد إلى حقيقة قريبة ولملموسة وحاضرة في حياة الناس. ويُعد هذا الأسلوب نوعاً من تشكيل الإدراك الأممي، حيث يكتسب المجتمع فهماً موضوعياً وواقعياً للخطر. وفي الواقع، يسعى الإمام (عليه السلام) إلى تبديد الشعور بابتعاد الخطر، وتنبية الناس إلى حقيقة أن الأزمة قد تغلغت في عمق المجتمع.

وفي مقطع آخر من الخطبة، يعيد الإمام (عليه السلام) بناء إدراك المجتمع تجاه مفهومي الضعف والقوة. فقد كان أهل الكوفة، على ما يبدو، يعززون ضعفهم إلى قوة العدو، غير أن الإمام (عليه السلام) يغيّر هذا الإطار الإدراكي، ويُرجع جذور الأزمة إلى دواخل المجتمع نفسه، قائلاً: «إِنَّمَا أَنْتُمْ كَابِلٌ ضَلَّ رُغَاثُهَا، كُلَّمَا جُمِعَتْ مِنْ جَانِبٍ انْتَشَرَتْ مِنْ جَانِبٍ آخَرَ». ومن خلال هذا التشبيه، يقدم الإمام (عليه السلام) صورة جديدة لأوضاع المجتمع. فالمشكلة الرئيسية لا تكمن في نقص العدد أو العدة، بل في التشتت والفوضى وافتقار المجتمع إلى التماسك. وبهذا التصوير، يغيّر الإمام (عليه السلام) إدراك الناس لمنشأ الأزمة، ويوجه أنظارهم إلى مواطن الضعف الداخلي في المجتمع. وهذا الأمر يبيّن أن تشكيل الإدراك في خطبة الجهاد يستند إلى نقل المجتمع من النظرة السطحية إلى تحليل اجتماعي أعمق.

ومن أبرز تحليلات تشكيل الإدراك في خطبة الجهاد أيضاً، إعادة تعريف مفهومي الموت والحياة الاجتماعية. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «فَالْمَوْتُ فِي حَيَاتِكُمْ مَقْهُورِينَ، وَالْحَيَاةُ فِي مَوْتِكُمْ قَاهِرِينَ». فالإمام (عليه السلام) يُحدث تحولاً جذرياً في الفهم الشائع لدى المجتمع للحياة والموت. ففي الإدراك العام للناس، كان الحفاظ على النفس وتجنب المخاطر يُعدّ دليلاً على الحياة، ولكن الإمام يقلب هذا

ومن الأبعاد الأخرى للإقناع في خطبة الجهاد، الإقناع المبني على العقلانية السياسية. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «مَا أَرَى أَنْ يُصْلِحَكُمْ إِلَّا السَّيْفُ». فلا تمثل هذه العبارة تهديداً أو عنفاً لفظياً، بل تعبر عن نوع من التحليل العقلي لأوضاع المجتمع. إذ يريد الإمام (عليه السلام) أن يفهم الناس أن استمرار التراخي والعصيان سيؤدي بالمجتمع إلى مرحلة يُصبح فيها الإصلاح شاقاً ومكلفاً للغاية. وهنا يتم الإقناع عبر بيان العاقبة المنطقية للسلوك الاجتماعي للناس. وفي الواقع، يسعى الإمام (عليه السلام) إلى إقناع المجتمع بضرورة تغيير سلوكه قبل الوصول إلى نقطة الانهيار.

تشكيل الإدراك في خطبة الجهاد

يُعدّ تشكيل الإدراك أحد أعمق مستويات إدارة الرأي العام وأكثرها تعقيداً. ففي هذا المستوى، لا تكمن المسألة الرئيسية في مجرد نقل الرسالة، أو الإقناع الظرفي، أو الاستثارة العاطفية للمجتمع، بل تتمثل في السعي لتشكيل كيفية فهم المجتمع وتفسيره وإضافته المعنى على الوقائع السياسية والاجتماعية. ويتحقق تشكيل الإدراك حينما يعيد القائد الاجتماعي تعريف الإطار الذهني للمجتمع تجاه قضية معينة، ويقود الناس إلى فهم جديد لوضعهم، ولعدوهم، وللأزمة، وللمسؤولية الاجتماعية. وفي الواقع، يهدف تشكيل الإدراك إلى تغيير نظرة المجتمع للواقع، لا إلى تغيير سلوكه الظاهري فحسب.

وفي النقاشات المتعلقة بإدارة الرأي العام، يؤكد على أن العديد من الأزمات الاجتماعية هي في جوهرها أزمات إدراك قبل أن تكون أزمات معلومات؛ بمعنى أن المجتمع قد يرى الواقع، لكنه لا يدرك معناه على النحو الصحيح. ومن هذا المنطلق، تُعدّ إحدى أهم مهام القادة الاجتماعيين تصحيح الإطار الإدراكي للمجتمع وإعادة بناء الفهم العام للأحداث والمواقف. وفي هذا المستوى، تعني إدارة الرأي العام خلق نوع من الوعي الذاتي الجمعي وتغيير زاوية نظر الناس تجاه القضايا الجوهرية للمجتمع.

فالإمام علي (عليه السلام) في خطبة الجهاد لا يطلب من الناس المشاركة في الحرب فحسب، بل يسعى جاهداً إلى تغيير تصور المجتمع تجاه الجهاد، والهزيمة، والعدو، والمسؤولية الاجتماعية، والهوية

فالإمام علي (عليه السلام)، على الرغم من استيائه الشديد من تراخي أهل الكوفة، لا يزال يخاطبهم ولا يتحدث من موقع الاستبعاد التام للمجتمع. وهذا يبين أن الإمام، حتى في ذروة الأزمة الاجتماعية، لا يزال يراعي الحقائق النفسية والاجتماعية للمجتمع، ويضبط إدارته على أساس فهم القدرات المتاحة لدى الناس.

ومن أبرز تحليلات مراعاة الرأي العام في هذه الخطبة، اهتمام الإمام (عليه السلام) بالقيود النفسية والذهنية للمجتمع في ظل ظروف الأزمة. إذ يقول (عليه السلام): «وَدَدْتُ أَنَّ اللَّهَ فَرَّقَ بَيْنِي وَبَيْنَكُمْ، وَأَلْحَقَنِي بِمَنْ هُوَ أَحَقُّ بِي مِنْكُمْ». فهذه العبارة، رغم ما تنطوي عليه من شكوى وحزن عميق من الإمام (عليه السلام)، تُظهر أنه يرى واقع المجتمع كما هو، ولا يتوقع من الناس أكثر من طاقتهم المتاحة. فالإمام (عليه السلام)، رغم استيائه الشديد، يواصل مسار الحوار والتذكير والتوعية بدلاً من إقصاء المجتمع أو التعامل معه بأسلوب قمعي. وهذا الأمر يُعد دليلاً على مراعاة الوضع الفعلي للرأي العام والاهتمام بالظروف الاجتماعية للناس في الإدارة السياسية.

ويمكن ملاحظة نموذج آخر لمراعاة الرأي العام في الأسلوب التدريجي والمتكرر في دعوة الناس إلى الجهاد. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «دَعَوْتُكُمْ إِلَى نَصْرِ إِخْوَانِكُمْ». ففي هذا المقطع، وعوضاً عن استخدام لغة الأمر المحض، يوظف الإمام لغة عاطفية وهوياتية. ويكشف تعبير "إخوانكم" عن أن الإمام يراعي في دعوته المشاعر الاجتماعية والروابط العاطفية للمجتمع. وفي الواقع، يدرك الإمام (عليه السلام) أن الرأي العام في مجتمع الكوفة يعيش حالة من الإنهاك النفسي، ولذلك، ومن أجل خلق مواكبة اجتماعية، يؤكد على عنصر الأخوة الدينية والمسؤولية الإنسانية. ويعبر هذا الأسلوب عن مراعاة مستوى الاستعداد النفسي للمجتمع في عملية إدارة الرأي العام.

وتتجلى مراعاة الرأي العام في خطبة الجهاد أيضاً في أسلوب تعامل الإمام (عليه السلام) مع ضعف الناس. إذ يقول: «إِنَّ أُجْرَتَ عَنْهُمْ بِمَا أَنَا فِيهِ مِنْ تَذْيِيرِكُمْ». فالإمام لا يُرجع الإخفاقات إلى الضعف الفردي للناس فحسب، بل يربطها بالبنية الاجتماعية والوضع العام للمجتمع. وفي الواقع، وبدلاً من تجاهل الرأي العام، يعترف الإمام (عليه السلام) به كأحد العوامل المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي. وهذا الأمر يُعد دليلاً على نوع من الواقعية الاجتماعية في الإدارة العلوية؛ واقعية تتأسس على فهم القدرات العامة للمجتمع.

التصور رأساً على عقب، ويُقدّم الحياة المقرونة بالذل على أنها الموت الحقيقي، والموت المقرون بالعزة على أنه الحياة الحقيقية.

ويمكن ملاحظة نموذج آخر لهذا المستوى من إدارة الرأي العام في نظرة الإمام (عليه السلام) إلى العلاقة بين الوحدة والقوة. إذ يقول: «تَلَوُّرُ عَلَيْكُمْ الرَّحَى». ويرسم هذا التعبير صورة لمجتمع يتعرض للتآكل المستمر والضغط المتواصل. ويسعى الإمام (عليه السلام) هنا إلى تنبيه المجتمع إلى حقيقة أن الأزمة ليست أمراً عابراً ومحدوداً، بل إذا استمرت السلبية، ستتحول إلى عملية دائمة ومتهكة. وفي الواقع، يحاول الإمام تغيير إدراك المجتمع من كونه مواجهة لتهديد مؤقت، إلى إدراك أزمة بنيوية. وتتجاوز هذه النظرة بالمجتمع مستوى ردود الفعل العاطفية والآنية، لتوصله إلى فهم أعمق للظروف السياسية والاجتماعية.

ويتجلى تشكيل الإدراك في خطبة الجهاد أيضاً في إعادة تعريف مكانة المجتمع الإسلامي في المعادلات السياسية. إذ يقول الإمام (عليه السلام): «أَصْبَحْتُمْ غَرْضاً يُرْمَى». ففي هذه العبارة، يُخرج الإمام (عليه السلام) المجتمع من وهم الاقتدار الظاهري، ويقدم صورة واقعية لوضعهم السياسي. فقد كان أهل الكوفة لا يزالون يعتبرون أنفسهم جزءاً من القوة الإسلامية العظيمة، لكن الإمام يصحح إدراكهم لموقعهم الحقيقي، ويبيّن أن المجتمع، بسبب التراخي والسلبية، قد تراجع من موقع الفاعل السياسي ليغدو مجرد هدف لهجمات العدو. ويُمثل هذا التغيير في زاوية النظر جزءاً جوهرياً من عملية تشكيل الإدراك في إدارة الرأي العام.

مراعاة الرأي العام في خطبة الجهاد

تُعدّ مراعاة الرأي العام أحد أكثر مستويات إدارة الرأي العام دقةً، وفي الوقت ذاته أحد أكثرها جوهرية. والمقصود بمراعاة الرأي العام هو اهتمام السلطة بالقدرات النفسية، والظروف الاجتماعية، والحساسيات الذهنية، ومدى استعداد المجتمع في عملية اتخاذ القرار والفعل السياسي. وفي هذا المستوى، لا تعني إدارة الرأي العام توجيه المجتمع أو التأثير عليه فحسب، بل تتعلق بنوع من التفاعل الواعي مع الناس ومراعاة وضعهم الفعلي في مقام الحكم. وتتحقق مراعاة الرأي العام حينما يضبط القائد الاجتماعي، مع حفاظه على المبادئ والقيم الأساسية، أسلوب تعامله مع المجتمع بما يتناسب مع قدرة الناس وحالتهم النفسية وظروفهم الاجتماعية. وتحتوي خطبة الجهاد في نهج البلاغة، إلى جانب جوانبها التحذيرية والنقدية، نماذج واضحة لمراعاة الرأي العام في الخطاب العلوي.

يُنظر إلى الرأي العام بوصفه ظاهرة اجتماعية معقدة، حيث لا تقتصر السلوكيات الجماعية على كونها مجرد نتاج لنقل رسالة أو إصدار أمر سياسي، بل تتأثر بالاتجاهات والمعتقدات والتجارب التاريخية والأوضاع النفسية للمجتمع. ومن ثم، فإن نقطة الانطلاق في إدارة الرأي العام وفق النموذج العلوي تكمن في الفهم الدقيق للواقع القائم، وتشخيص المعوقات الباطنية التي تحول دون تقبل المجتمع للمسؤولية.

المستوى الثاني: صيانة الرأي العام، والحفاظ على الرأسمال القيمي، والحيلولة دون التآكل الاجتماعي لا يُختزل الإمام علي (عليه السلام) المشكلة الجوهرية للمجتمع في تهديد العدو الخارجي أو الوهن العسكري فحسب، بل يتقصى جذور الأزمة في تغير الاتجاهات، وتراجع الحساسية الأخلاقية، وتآكل روح الالتزام الاجتماعي. وعلى هذا الأساس، تعني صيانة الرأي العام حماية المنظومة الدلالية للمجتمع، والحيلولة دون تفشي اللامبالاة، وصون القيم التي تُشكّل الهوية الجماعية للمسلمين. وفي هذا المستوى، لا تتوجه إدارة الرأي العام نحو استحداث اتجاهات جديدة فحسب، بل ترمي بالدرجة الأولى إلى الحيلولة دون تدمير الاتجاهات القائمة أو انحرافها.

المستوى الثالث: إقناع الرأي العام وتهيئة القبول الواعي عبر الاستدلال والقيم الدينية لا يلجأ الإمام علي (عليه السلام)، من أجل إيجاد التوافق الاجتماعي، إلى الأساليب الأحادية والإكراهية، بل يوظف الاستدلال العقلي، والتذكير بالتداعيات الاجتماعية للخمور، واستثارة الشعور بالمسؤولية الدينية، وإعادة قراءة قيم الجهاد، لتمهيد السبيل أمام القبول الواعي. ومن ثم، لا يقتصر الإقناع في هذا النموذج على تغيير الاتجاه الظاهري للمخاطب، بل هو عملية شاملة تُولى فيها العناية، في آنٍ معاً، للإدراك واليقين والدوافع الكامنة وراء الفعل الاجتماعي.

المستوى الرابع: تشكيل الإدراك وإعادة صياغة الإطار الفهمي للمجتمع تجاه الجهاد

يسعى الإمام علي (عليه السلام) إلى تصحيح الإطار الفهمي للمجتمع إزاء مفاهيم كالجهد، وفقه العدو، والمسؤولية الاجتماعية، وتداعيات اللامبالاة. وفي هذا المستوى، لا تكمن المشكلة الجوهرية في نقص المعلومات، بل في شيوع التصورات المغلوطة والأطر الذهنية

ويمكن ملاحظة مثال آخر لمراعاة الرأي العام في كيفية استخدام الإمام (عليه السلام) للغة النقد. فالإمام، على الرغم من انتقاداته الحادة، لا يخرج أبداً عن دائرة الهداية والإصلاح. وحتى عندما يتهم الناس بالضعف والتراخي، فإن هدفه النهائي هو إعادة المجتمع إلى مسار المسؤولية الاجتماعية. وهذا يبيّن أن الإمام (عليه السلام) يفرق في إدارته للرأي العام بين التحذير وتدمير الشخصية الجماعية، ويحرص على ألا تؤدي الانتقادات إلى الانهيار التام للثقة العامة واليأس الاجتماعي.

وبناءً على ما سبق، يجب البحث عن مراعاة الرأي العام في خطبة الجهاد من خلال اهتمام الإمام علي (عليه السلام) بالحقائق النفسية للمجتمع، والحفاظ على الرابطة العاطفية مع الناس، ومراعاة القدرات الاجتماعية للمخاطبين، والاستخدام التدريجي للأساليب الإصلاحية، والسعي لمنع انهيار العلاقة بين القيادة والمجتمع. فالإمام (عليه السلام) في هذه الخطبة، ورغم انتقاده الشديد لضعف الناس وسلبيتهم، لا يزال يعتبرهم مخاطبين بالهداية والإصلاح، وهذا الأمر بذاته يُعد أحد أبرز تحليلات مراعاة الرأي العام في خطاب الحكم العلوي.

الخاتمة

يُبيّن تحليل خطبة الجهاد في نهج البلاغة أن الإمام علياً (عليه السلام)، إزاء الأوضاع والأزمة التي كان يمر بها المجتمع الإسلامي وتراخي الفعل الاجتماعي لدى الناس، قد قدّم نموذجاً متماسكاً ومتعدد المستويات لإدارة الرأي العام. وتكشف نتائج الدراسة أن إدارة الرأي العام في هذه الخطبة، خلافاً للتصورات الشائعة التي تحتلها في مجرد السيطرة أو التوجيه الآلي أو الإقناع السياسي للمخاطبين، إنما هي عملية توجيهية وأخلاقية وتربوية، تهدف إلى تصحيح الاتجاهات الجماعية، وإعادة بناء الفهم الاجتماعي، وتفعيل قدرات المجتمع للدفاع عن القيم الإلهية. وبناءً على تحليل خطبة الجهاد، يمكن بيان هذا النموذج وتفصيله عبر خمسة مستويات على النحو الآتي:

المستوى الأول: إدراك الرأي العام وتحليل الوضع الإدراكي والنفسي للمجتمع

يعمد الإمام علي (عليه السلام)، قبل دعوته المجتمع إلى الفعل الجهادي، إلى سبر أغوار العوامل المؤثرة في تكوين السلبية، ووهن الإرادة الجماعية، وتراجع الشعور بالمسؤولية الاجتماعية. وفي هذا المستوى،

آزاد أرمكي، تقي، (١٣٩٥ش)، المجتمع والسياسة والثقافة في إيران، طهران: نشر العلم.

إيرواني، محمود؛ خدابخهي، محمد كريم، (١٣٨١ش)، علم نفس الشعور والإدراك، الطبعة ١١، طهران: سمت.

برايس، فينسنت، (١٣٩٠ش)، الرأي العام، ترجمة علي رستمي وهام ميرتاهمي، طهران: معهد الدراسات الاستراتيجية.

بيرنايز، إدوارد لويس جيمس، (١٤٠٠ش)، إدارة الرأي العام، طهران: منشورات نسل روشن.

جليلي، علي، (١٣٨٦ش)، العمليات النفسية، طهران: جامعة الإمام الباقر (عليه السلام).

دادگران، السيد محمد، (١٣٨٢ش)، الرأي العام ومعايير قياسه، الطبعة الثانية، طهران: منشورات مرواريد.

ساروخاني، باقر، (١٣٨٣ق)، علم اجتماع الاتصالات، طهران: منشورات سروش.

شيرازي، محمد، (١٣٨٣ش)، الحرب النفسية والدعاية: المفاهيم والوظائف، الطبعة الثالثة، طهران: أمانة المؤتمر الأول لدراسة دور الدعاية في الحرب.

لازار، جوديت، (١٣٩٥ش)، الرأي العام، ترجمة مرتضى كتي، طهران: نشر بي.

متولي، كاظم، (١٣٨٤ش)، الرأي العام وأساليب الإقناع، طهران: مكتبة بهجت.

مغنية، محمد جواد، (١٣٥٨ش)، في ظلال نهج البلاغة، الجزء الثالث، بيروت، دار العلم للملايين.

مكارم شيرازي، ناصر، (١٣٧٥ش)، رسالة الإمام: شرح جديد وشامل لنهج البلاغة، طهران، دار الكتب الإسلامية.

الموسوي، محسن باقر، (٢٠٠٢م)، المدخل إلى علوم نهج البلاغة، الطبعة الأولى، بيروت، دار العلوم.

نصر، صلاح، (١٣٨٠هـ.ش)، الحرب النفسية، ترجمة محمود حقيقت كاشاني، طهران: منشورات سروش.

هابرماس، يورغن، (١٣٩٢هـ.ش)، التحول النبوي للمجال العام، ترجمة جمال محمدي، طهران: نشر أفكار.

المراجع الإنجليزية

W. Phillips Davison (١٩٦٨), "Public opinion", International Encyclopedia of the Social Sciences.

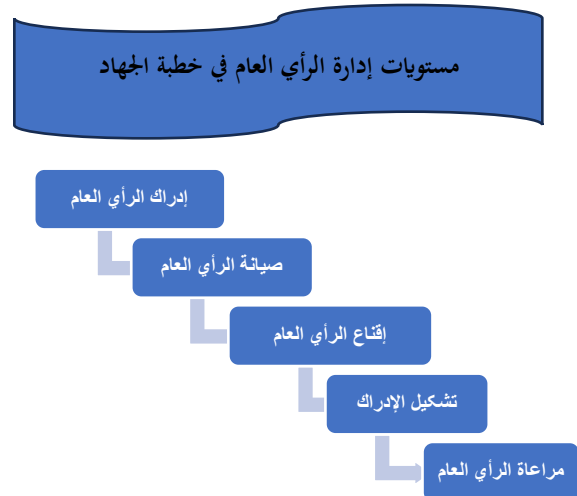
القاصرة التي تعترض طريق الفعل الاجتماعي السليم. ومن هذا المنظور، تتحقق إدارة الرأي العام حينما يغدو المجتمع قادراً على تفسير وقائعه المحيطة استناداً إلى منظومة دلالية سليمة، وإعادة تعريف علاقته بمسؤولياته الاجتماعية.

المستوى الخامس: مراعاة الرأي العام والالتفات إلى القدرات

والاعتبارات الاجتماعية للمخاطبين

فالإمام علي (عليه السلام)، وإزاء توجيهه انتقادات جادة لأداء الناس، لا يُقصي المخاطبين عن مسار الإصلاح، بل يُحدث توازناً بين المطالبة وتقدير القدرات الاجتماعية. ويُعبّر هذا المسلك عن أن إدارة الرأي العام في الفكر العلوي تستند إلى معرفة المخاطب، ومراعاة الظروف الاجتماعية، والتدرج في مسار التحول. وبناءً على ذلك، فإن توجيه الرأي العام دون الالتفات إلى طاقة الاستيعاب، ومستوى الوعي، والأوضاع النفسية للمجتمع، لن يحقق الفعالية المنشودة.

وبناءً على ما تقدّم، يمكن الجزم بأن خطبة الجهاد في نهج البلاغة تُقدّم نموذجاً فريداً لإدارة الرأي العام، يستند إلى النمو الأخلاقي، وتحمل المسؤولية الاجتماعية، وإحياء الهوية الدينية للمجتمع؛ ومن ثم، جديرٌ بأن يحظى بعناية خاصة بوصفه نموذجاً فاعلاً ومؤثراً في دراسات الحوكمة والإدارة الإسلامية.



المراجع

نهج البلاغة

ابن ميثم، علي بن ميثم البحراني، (١٣٢٢ق)، شرح نهج البلاغة، بلا مكان، مكتب نشر الكتاب.

«مقاله پژوهشی»

تحلیل سطوح مدیریت افکار عمومی در خطبه جهاد نهج البلاغه

مرضیه محمص^{۱*}، محمد مهدی باباپور گل افشانی^۲ 

چکیده

مدیریت افکار عمومی از مهم‌ترین مؤلفه‌های حکمرانی سیاسی و اجتماعی به شمار می‌رود و در دوره معاصر، به یکی از مسائل بنیادین مطالعات ارتباطات و مدیریت اجتماعی تبدیل شده است. با وجود گسترش پژوهش‌ها درباره مدیریت افکار عمومی، الگوی هدایتی آن در متون دینی، به‌ویژه در نهج البلاغه، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. از این رو پژوهش حاضر با هدف تحلیل سطوح مدیریت افکار عمومی در خطبه جهاد نهج البلاغه و تبیین الگوی علوی در هدایت افکار عمومی انجام شده است. این پژوهش با روش توصیفی - تحلیلی، ضمن تبیین مبانی نظری مدیریت افکار عمومی، به بررسی و تطبیق سطوح مختلف آن در خطبه جهاد پرداخته است. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که امام علی (ع) در این خطبه، از الگویی چندلایه در مدیریت افکار عمومی بهره گرفته که شامل شناخت افکار عمومی، صیانت از افکار عمومی، اقناع افکار عمومی، ادراک‌سازی و رعایت افکار عمومی است. نتایج تحقیق بیانگر آن است که مدیریت افکار عمومی در خطبه جهاد نهج البلاغه، برخلاف الگوهای ابزاری و سلطه‌محور، ماهیتی هدایتی، تربیتی و اخلاقی‌محور دارد و هدف اصلی آن، بیدارسازی جامعه، احیای مسئولیت اجتماعی، هدایت افکار عمومی به سوی حق و عدالت است.

واژه‌های کلیدی

مدیریت افکار عمومی، نهج البلاغه، خطبه جهاد، امام علی (ع)، رعایت افکار عمومی.

۱. دانشیار گروه معارف اسلامی دانشکده الهیات و ادیان دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.
۲. دانشیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی دانشکده الهیات و ادیان دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران.

نویسنده مسئول:

مرضیه محمص

رایانامه: m_mohases@sbu.ac.ir

تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۵/۱۸

استناد به این مقاله:

محمص، مرضیه و باباپور گل افشانی، محمد مهدی. (۱۴۰۴). تحلیل سطوح مدیریت افکار عمومی در خطبه جهاد نهج البلاغه. *دراسات حديثة في نهج البلاغة*، ۹(۱)، ۱-۱۴.

(DOI:

۱۰,۳۰۴۷۳/anb.۲۰۲۶,۷۸۲۲۸,۱۴۹۶)

