



اقصاء در سیره علوی: طراحی الگوی ارتباطات بحران حقیقت محور

(مطالعه موردی: فتنه‌های عصر خلافت)

دریافت: ۱۴۰۴/۰۷/۱۵ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۹/۰۲ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۰۴
محمدمهدی مرادی^۱ حمیدرضا جعفری^۲

چکیده

دانش ارتباطات بحران عمدتاً تحت سیطره چهار چوب‌های سازمان محور، به‌ویژه «نظریه ارتباطات بحران موقعیتی» (SCCT) و «نظریه ترمیم وجهه» (IRT) قرار دارد. این نظریه‌ها که بر منطق «ترمیم وجهه» و مدیریت ادراک استوارند، در مواجهه با بحران‌های عمیق مشروعیت محور برخاسته از جنگ‌های شناختی و ابهام‌های ساختاری، کارایی محدودی دارند و نیازمند الگویی بدیل هستند.

این پژوهش با هدف پاسخ به این خلأ نظری و در راستای گذار پارادایمیک از «وجهه‌محوری» به «حقیقت‌محوری»، به طراحی یک الگوی راهبردی در حوزه ارتباطات بحران می‌پردازد. تحقیق از نظر هدف کاربردی-توسعه‌ای و از حیث روش، کیفی با رویکرد تحلیل گفتمان بلاغی است. داده‌ها از طریق تحلیل اسنادی متون بنیادین از جمله نهج البلاغه، تاریخ طبری و وقعه صفین، با تمرکز بر کنش‌های ارتباطی امیرالمؤمنین علی (ع) در مواجهه با جریان‌های ناکثین، قاسطین و مارقین استخراج شده‌اند.

یافته‌ها چهار اصل بنیادین شامل حقیقت‌محوری، تقدم تبیین بر اقدام، مرکزیت بصیرت‌افزایی و تفکیک رهبران جریان انحرافی از بدنه اجتماعی و نیز سه اَبَر استراتژی چهار چوب‌بندی حقیقت‌محور، مشروعیت‌بخشی مبتنی بر پاسخگویی و مشروعیت‌زدایی از طریق افشاگری را نشان می‌دهد. حاصل این تحلیل‌ها، ارائه «الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور» در قالب چهار چوبی فرایندی و سه مرحله‌ای پیشابحران، حین بحران و پس‌ابحران است که دستیابی به اعتماد عمومی پایدار را از مسیر شفافیت، تبیین استدلالی و ارتقای بصیرت عمومی ممکن می‌سازد.

کلیدواژه‌ها: ارتباطات بحران، سیره علوی، تبیین اقصاء، حقیقت‌محوری، بحران‌های مشروعیت.

Nasle3@chmail.ir
hr.jafari@Urd.ac.ir

۱. دانشجوی دکترای مدیریت رسانه، دانشگاه ادیان و مذاهب اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول).
۲. دانشجوی دکترای مدیریت رسانه، دانشگاه ادیان و مذاهب اسلامی، قم، ایران.

۱. مقدمه

در عصر حاضر، سازمان‌ها و دولت‌ها با بحران‌های پیچیده و چندوجهی روبه‌رو هستند که نه تنها ثبات عملیاتی، بلکه مشروعیت و سرمایه اجتماعی آن‌ها را نیز به مثابه دارایی‌های نامشهود، به چالش می‌کشد. ظهور اکوسیستم رسانه‌ای نوین با ویژگی‌هایی چون سرعت انتشار، تکثر منابع و رواج جنگ‌های روانی، مدیریت ارتباطات بحران را به کارکرد راهبردی حیاتی بدل کرده است. با وجود این، پارادایم‌های مسلط در این حوزه که عمدتاً بر نظریه‌هایی نظیر «ترمیم وجهه»^۱ (Benoit, 1997) و «ارتباطات بحران موقعیتی»^۲ (Coombs, 2007) استوارند، با رویکردی تدافعی و سازمان‌محور، هدف‌غایی را «حفظ اعتبار به هر قیمتی» تعریف می‌کنند. این رویکردهای وجهه‌محور، ضمن کارایی محدود در برخی شرایط، در مواجهه با بحران‌های عمیق مشروعیت و اعتماد عمومی، ناکارآمدی خود را نشان داده و گاه باعث فرسایش اخلاق عمومی می‌شود.

این محدودیت‌ها شکاف نظری-کاربردی معنادار را آشکار می‌سازد: نیاز به الگویی جایگزین که پارادایم ارتباطات بحران را از «مدیریت وجهه» به «تبیین حقیقت» سوق دهد و چهار چوبی یکپارچه برای فازهای پیش‌بحران، حین بحران و پس‌بحران فراهم آورد. در جست‌وجوی چنین الگویی، رجوع به تجارب تاریخی رهبرانی که با بحران‌های وجودی و جنگ‌های شناختی پیچیده روبه‌رو بوده‌اند، منبعی غنی از بینش‌های راهبردی است. در این میان، سیره حکومتی امیرالمؤمنین علی (علیه السلام) نمونه‌ای برجسته و کم‌نظیر برای تحلیل است. دوره کوتاه خلافت ایشان با سه بحران بزرگ داخلی فتنه‌های ناکثین (جمل)، قاسطین (صفین) و مارقین (نهروان) مشخص می‌شود که هر یک، چالش بنیادینی برای انسجام جامعه اسلامی نوپا بود. برای نمونه، فتنه جمل توسط بیعت‌شکنان (نهج البلاغه، ۱۴۱۴ ق، خطبه ۸)، فتنه صفین با بهانه‌جویی خونخواهی خلیفه سوم (نصر بن مزاحم، ۱۳۷۰: ۸۹) و فتنه نهروان از دل یک انحراف کلامی سیاسی (دینوری، ۱۳۶۸: ۳۸۳) ظهور یافت. کنش‌های ارتباطی امام (علیه السلام) در این دوران، نه برای ترمیم وجهه شخصی، بلکه با

1. Image Repair Theory

2. Situational Crisis Communication Theory

هدف بصیرت‌افزایی، اتمام حجت و حفظ امت بر مدار حق، یک رویکرد منحصر به فرد در اقناع را به نمایش می‌گذارد.

بر این اساس، این پژوهش با هدف استخراج و صورت‌بندی الگوی راهبردی و یکپارچه برای ارتباطات بحران، مبتنی بر تحلیل گفتمان بلاغی سیره علوی، به دنبال پاسخ به این پرسش‌های بنیادین است: ۱. استراتژی‌های ارتباطی و اقناعی امام علی (علیه السلام) در فرایند مدیریت بحران‌های سه‌گانه چه بودند؟ ۲. مؤلفه‌های کلیدی این سیره ارتباطی چگونه می‌توانند در قالب الگوی مفهومی کاربردی برای رهبران و مدیران ارتباطات در عصر حاضر صورت‌بندی شوند؟ اهمیت این تحقیق در ارائه الگوی جایگزین بومی، اخلاق‌محور و حقیقت‌مدار برای نظریه‌های غربی ارتباطات بحران است که می‌تواند به گذار از رویکردهای کوتاه‌مدت و واکنشی به سمت راهبردهای بلندمدت، پیشگیرانه و مبتنی بر صداقت‌یاری رساند. در ادامه، ابتدا مبانی نظری پژوهش مرور شده، سپس روش‌شناسی کیفی آن تشریح می‌شود و پس از ارائه یافته‌های حاصل از تحلیل سیره علوی، الگوی راهبردی مستخرج به همراه دلالت‌های نظری و کاربردی آن مورد بحث قرار خواهد گرفت.

۱-۱. مبانی نظری و چهارچوب تحلیلی

هر پژوهش علمی برای تحلیل پدیده‌ها و استنتاج معتبر، نیازمند چهارچوب نظری منسجم است که ابزارهای مفهومی لازم برای کالبدشکافی مسئله را فراهم آورد. این پژوهش برای تحلیل کنش‌های ارتباطی امیرالمؤمنین (علیه السلام)، چهارچوب خود را بر سنتز سه حوزه نظری بنا می‌کند: ارتباطات بحران به‌مثابه بستر تحلیلی، اقناع به‌مثابه رویکرد راهبردی و مفهوم فتنه به‌مثابه ماهیت‌شناسی بحران. این سه مفهوم در کنار هم، لنز تحلیلی این تحقیق را تشکیل می‌دهد.

۱-۱-۱. ارتباطات بحران: از ترمیم وجهه تا مدیریت معنا

بحران رویدادی غیرمنتظره است که ظرفیت ایجاد آسیب‌های جدی به اعتبار، عملکرد و بقای یک سازمان یا دولت را دارد (Coombs, 2019:3). ارتباطات بحران نیز به مدیریت

استراتژیک جریان اطلاعات و معنا بین سازمان و ذی‌نفعانش پیش از، حین، و پس از بحران می‌پردازد (Fearn-Banks, 2017:5). ادبیات غالب این حوزه، تحت سیطره «پارادایم کارکردگرایی سازمان‌محور» قرار دارد و نظریه‌هایی چون نظریه ترمیم وجهه (1997 Benoit) و نظریه ارتباطات بحران موقعیتی (2007, Coombs) (SCCT) نمایندگان اصلی آن هستند. این نظریه‌ها با تمرکز بر «حفاظت از اعتبار سازمان»، مجموعه‌ای از استراتژی‌های واکنشی (مانند انکار، توجیه، عذرخواهی) را پیشنهاد می‌دهند.

با این حال، این رویکردها با دو نقد بنیادین مواجه‌اند: اول، تقلیل‌گرایی ابزاری که در آن اخلاق و حقیقت به متغیرهایی در خدمت حفظ وجهه تقلیل می‌یابند؛ دوم، ناکامی در برابر بحران‌های معنا و مشروعیت که ریشه در ارزش‌ها و باورهای عمومی دارند و با استراتژی‌های صرفاً ترمیمی قابل مدیریت نیستند. در پاسخ به این خلأ، رویکردهای جدیدتر مانند رویکرد بلاغی به بحران، بحران را نه یک رویداد عینی، بلکه یک «میدان رقابت گفتمانی» برای تعریف واقعیت می‌دانند (Frandsen & Johansen, 2017: 85-88). این دیدگاه به هدف پژوهش ما نزدیک‌تر است؛ زیرا کنش‌های ارتباطی امام علی (علیه السلام) را نه صرفاً واکنش به بحران، بلکه تلاشی کنشگرانه برای مدیریت معنا و تعریف حقیقت در یک میدان نبرد شناختی تحلیل می‌کند.

۱-۲. اقناع: رویکردی سیستماتیک به ارتباطات هدفمند

اگر ارتباطات بحران به مثابه یک «میدان رقابت» در نظر گرفته شود، اقناع مجموعه‌ای از تاکتیک‌ها و راهبردهایی است که کنشگران ارتباطی برای کسب برتری و غلبه بر روایت‌های رقیب به کار می‌گیرند. اقناع (Persuasion) فرایندی ارتباطی است که با اتکا بر اراده آزاد مخاطب، در صدد تأثیرگذاری بر نگرش‌ها، باورها یا رفتارهای اوست (Perloff, 2021: 12). در این چارچوب، مقصود از «مهندسی اقناع» استفاده ابزاری یا مکانیکی از ارتباطات نیست، بلکه به معنای طراحی، سازمان‌دهی و مدیریت نظام‌مند فرایندهای اقناعی بر پایه اصول علمی ارتباطات در شرایط بحران است. اقناع رویکردی سیستماتیک و چندمرحله‌ای به این فرایند است. در این رویکرد، اقناع کنش لحظه‌ای

نیست، بلکه پروژه راهبردی است که شامل تحلیل مخاطب، طراحی پیام و اجرای هدفمند است. ارکان سه‌گانه اقناع ارسطویی اتوس (Ethos) یا اعتبار‌گوینده، پاتوس (Pathos) یا برانگیختن عواطف و لوگوس (Logos) یا منطق استدلال (Aristotle, 2007) ابزارهای تحلیلی کلیدی ما برای کالبدشکافی استراتژی‌های به کار رفته در این پروژه خواهند بود.

۱-۳-۱. فتنه: ماهیت‌شناسی بحران در گفتمان اسلامی

در حالی که نظریه‌های غربی، بحران را اغلب رویدادی عملیاتی یا اعتباری می‌بینند، گفتمان اسلامی با مفهوم «فتنه» لایه‌ای عمیق‌تر از معنا را معرفی می‌کند. فتنه در لغت به معنای گداختن طلا برای جداسازی ناخالصی‌ها (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ق: ۶۲۳) و در اصطلاح، آزمونی است که در آن حق و باطل به شدت در هم می‌آمیزند و تشخیص را دشوار می‌سازند. چنانکه قرآن کریم می‌فرماید: «وَالْفِتْنَةُ أَشَدُّ مِنَ الْقَتْلِ» (بقره، ۱۹۱) و بر پیچیدگی آن تأکید دارد. فتنه سه ویژگی برجسته دارد که آن را از بحران‌های متعارف متمایز می‌کند:

۱. ابهام و غبارآلودگی شناختی: شرایطی که در آن تمایز حق از باطل دشوار می‌شود، چنانکه امیرالمؤمنین (علیه السلام) می‌فرماید: فتنه زمانی که می‌آید، شناخته نمی‌شود و چون می‌رود، شناخته می‌شود (نهج البلاغه، ۱۴۱۴ق: خطبه ۹۳).

۲. عاملیت هوشمند و بدخواه: فتنه محصول یک اراده بدخواهانه است که در پوشش نفاق و حق‌نمایی عمل می‌کند و به تعبیر شهید مطهری، منافقان فتنه‌انگیز، مخلوطی از حق و باطل را عرضه می‌کنند (مطهری، ۱۳۸۹، ج ۱: ۱۸۰).

۳. ماهیت آزمونی و غربالگر: فتنه صحنه جداسازی صفوف و پالایش جامعه است (همان، ۱۳۹۲: ۴۵).

این مفهوم‌پردازی، چهارچوب تحلیلی ما را کامل می‌کند؛ زیرا نشان می‌دهد که هدف اصلی ارتباطات در سیره علوی، صرفاً مدیریت اطلاعات یا ترمیم وجهه نبوده، بلکه رفع ابهام شناختی و بصیرت‌افزایی برای عبور موفقیت‌آمیز جامعه از یک آزمون الهی اجتماعی بوده است؛ بنابراین، رویکرد اقناع در بستر فتنه، لزوماً به یک استراتژی حقیقت‌محور

منجر می‌شود که هسته اصلی الگوی برآمده از این پژوهش را شکل می‌دهد.

۱-۲. روش پژوهش

این پژوهش با هدف استخراج و طراحی الگوی راهبردی ارتباطات بحران مبتنی بر سیره امیرالمؤمنین (علیه السلام) از رهیافت کیفی بهره می‌برد. ماهیت داده‌ها که عمدتاً متون تاریخی و اقناعی پیچیده (خطبه‌ها، نامه‌ها، احتجاجات) هستند و هدف پژوهش که فهم عمیق چگونگی و چرایی کنش‌های ارتباطی است، این رهیافت را اجتناب‌ناپذیر می‌سازد.

در میان استراتژی‌های پژوهش کیفی، طرح مطالعه موردی انتخاب شد. حکومت امیرالمؤمنین (علیه السلام) به‌عنوان مورد اصلی و سه فتنه ناکشین، قاسطین و مارقین به‌عنوان سه واحد تحلیل درونه‌ای در نظر گرفته می‌شوند. این ساختار که امکان تحلیل عمیق و زمینه‌مند هر بحران و سپس «سنتز بین موردی» یافته‌ها را فراهم می‌آورد، بر اساس منطق مطالعه موردی رابرت بین صورت‌بندی شده است (52-50: niY, 2014).

۱-۳. روش گردآوری داده‌ها: تحلیل اسنادی

این پژوهش به منظور گردآوری داده‌های مرتبط با کنش‌های ارتباطی امیرالمؤمنین (علیه السلام) از روش تحلیل اسنادی (Documentary Analysis) یا روش کتابخانه‌ای بهره برده است. در این فرایند، متون و منابع تاریخی به‌عنوان «اسناد» پژوهش در نظر گرفته شدند. جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه متون معتبر تاریخی و روایی مرتبط با سه بحران اصلی دوران خلافت ایشان، یعنی فتنه‌های ناکشین، قاسطین و مارقین بود.

گردآوری داده‌ها طی دو مرحله و با استفاده از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند انجام گرفت:

شناسایی و گزینش منابع اصلی: در مرحله نخست، منابع مادر و دست اول تاریخی و حدیثی نظیر نهج البلاغه (به‌عنوان منبع اصلی خطبه‌ها، نامه‌ها و کلمات قصار)، تاریخ طبری، وقعه صفین (نصر بن مزاحم)، الارشاد (شیخ مفید) و الکامل فی التاریخ (ابن اثیر) به‌عنوان چهارچوب اصلی گردآوری داده‌ها انتخاب شدند. معیار انتخاب این منابع،

اعتبار تاریخی و جامعیت آن‌ها در نزد پژوهشگران حوزه تاریخ اسلام بود.

استخراج واحدهای تحلیل: در مرحله دوم، از میان منابع گزینش شده، کلیه کنش‌های ارتباطی مستقیم امیرالمؤمنین (علیه السلام) (اعم از خطبه، نامه، رجز، گفت‌وگو یا فرمان) که به صورت مشخص در چهار چوب مدیریت بحران‌های سه‌گانه مذکور ایراد شده بود، به‌عنوان واحد تحلیل استخراج و فیش‌برداری شد. این فرایند تا رسیدن به اشباع نظری، یعنی زمانی که داده‌های جدید، مقوله یا راهبرد ارتباطی نوینی را آشکار نمی‌ساختند، ادامه یافت.

پیکره تحلیلی پژوهش شامل کلیه متون مرتبط با کنش‌های گفتمانی امام علی (علیه السلام) در سه فتنه مذکور است که از منابع اولیه معتبر، به‌ویژه نهج البلاغه و منابع تاریخی مکمل مانند تاریخ طبری، الکامل فی التاریخ ابن اثیر و وقعه صفین نصر بن مزاحم استخراج شده‌اند. فرایند تحلیل به صورت استقرایی قیاسی و در سه لایه درهم‌تنیده، الهام‌گرفته از چهارچوب سه‌بعدی تحلیل گفتمان انتقادی نورمن فرکلاف، انجام گرفت (Fairclough, 1992: 73-75).

۱-۴. روش تحلیل داده‌ها: تحلیل گفتمان بلاغی (RDA)

برای واکاوی عمیق داده‌های گردآوری شده، این پژوهش از چهارچوب تحلیلی یکپارچه بهره می‌برد که تحلیل گفتمان بلاغی (RDA) را به‌عنوان ابزار تحلیل متن، در دل الگوی سه‌بعدی تحلیل گفتمان انتقادی (CDA) نورمن فرکلاف جای می‌دهد. این رویکرد ترکیبی به پژوهشگر امکان می‌دهد تا ضمن توصیف دقیق استراتژی‌های اقناعی به کار رفته در خود متن، این استراتژی‌ها را در بستر اجتماعی تاریخی و روابط قدرت زمانه خود تفسیر و تبیین نماید. فرایند تحلیل در این چهارچوب، در سه لایه درهم‌تنیده و به صورت یک حرکت رفت و برگشتی (استقرایی-قیاسی) میان متن، رویه گفتمانی و رویه اجتماعی انجام گرفت:

لایه اول: توصیف (تحلیل متن با ابزار RDA)

در این لایه، تمرکز بر ویژگی‌های زبانی و ساختاری خود متن است. برای این منظور، از

ابزارهای مفهومی تحلیل گفتمان بلاغی که ریشه در فن خطابه ارسطو دارد، استفاده شد. هدف در این مرحله، شناسایی و توصیف شگردهای اقناعی به کار رفته در کلام امیرالمؤمنین (علیه السلام) بر اساس سه رکن کلاسیک بلاغت بود:

اتوس: تحلیل نحوه ساخت اعتبار، شخصیت و منش اخلاقی گوینده در متن.

پاتوس: بررسی شیوه‌های برانگیختن عواطف و هیجانات مخاطبان.

لوگوس: واکاوی استدلال‌های منطقی، شواهد و براهین ارائه شده در گفتمان (ارسطو، ۱۳۸۸: ۴۲).

لایه دوم: تفسیر (تحلیل رویه گفتمانی)

در لایه دوم، از سطح توصیف فراتر رفته و به تحلیل رویه گفتمانی پرداخته می‌شود. در اینجا، این پرسش محوری مطرح می‌شود: چرا گوینده (امام علی (علیه السلام)) در این موقعیت خاص (مثلاً پیش از جنگ صفین) و برای این مخاطبان مشخص (مثلاً لشکریان خود)، دقیقاً از این ترکیب خاص از اتوس، پاتوس و لوگوس استفاده کرده است؟ این لایه، کنش‌های ارتباطی را به فرایندهای تولید، توزیع و مصرف متن در یک زمینه ارتباطی مشخص پیوند می‌زند و به دنبال کشف اهداف راهبردی گوینده از انتخاب این شگردهای بلاغی است.

لایه سوم: تبیین (تحلیل رویه اجتماعی فرهنگی)

در نهایت، لایه سوم به تبیین و تحلیل رویه اجتماعی فرهنگی اختصاص دارد. در این مرحله، رویه گفتمانی شناسایی شده در لایه دوم، در بستر کلان اجتماعی، سیاسی و ایدئولوژیک آن دوران تحلیل می‌شود. هدف، پاسخ به این پرسش است که چگونه این گفتمان خاص (با تمام ویژگی‌های بلاغی اش) در حال بازتولید یا به چالش کشیدن روابط قدرت، هنجارهای اجتماعی و ساختارهای مشروعیت در جامعه اسلامی آن روز بوده است. این لایه، گفتمان را به مثابه کنش اجتماعی در نظر می‌گیرد که بر ساختارهای کلان‌تر

تأثیر می‌گذارد و از آن‌ها تأثیر می‌پذیرد (Fairclough, 1992 : 73-75)؛ بنابراین، این پژوهش از دوروش تحلیلی مجزا استفاده نمی‌کند، بلکه با رویکردی منسجم، از ظرفیت‌های تحلیل بلاغی برای غنا بخشیدن به لایه‌توصیفی چهارچوب تحلیل گفتمان انتقادی فرکلاف بهره می‌جوید تا به تحلیلی جامع و چندبعدی دست یابد.

پژوهش حاضر برای تحلیل داده‌ها، از مدل سه‌بعدی تحلیل گفتمان انتقادی نورمن (Fairclough, 1992 : 73-75) به‌عنوان چهارچوب اصلی خود بهره برده است. بر این اساس، فرایند تحلیل به صورت استقرایی قیاسی و در سه لایه در هم تنیده انجام گرفت. مزیت این چهارچوب آن است که تحلیل را از سطح توصیف زبانی صرف فراتر می‌برد و آن را به زمینه‌های اجتماعی و روابط قدرت پیوند می‌زند.

۱. لایه‌توصیف: در این سطح، ویژگی‌های زبانی و ساختاری هر واحد گفتمانی (خطبه، نامه و...) به صورت نظام‌مند بررسی شد. پرسش اصلی این بود: ساختار استدلال، واژگان کلیدی و ابزارهای بلاغی برجسته در متن کدام‌اند؟

۲. لایه‌تفسیر: در این مرحله، هر متن در بستر تاریخی اجتماعی خود قرار گرفت تا کنش گفتمانی آن مشخص شود. پرسش محوری عبارت بود از: این گفتمان در پاسخ به چه رخدادی، برای چه مخاطبی و با چه هدف‌انی (مانند هشدار، اتمام حجت، بسیج نیرو) تولید شده است؟

۳. لایه‌تبیین: در این لایه، کارکردها و استراتژی‌های اقناعی گفتمان بر اساس چهارچوب نظری پژوهش (به‌ویژه ارکان سه‌گانه ارسطویی) استخراج و کدگذاری شدند. هدف، پاسخ به این پرسش‌ها بود: چگونه امام (علیه‌السلام) از طریق استدلال‌های منطقی (لوگوس)، ساختن اعتبار اخلاقی (اتوس) و تحریک عواطف مشروع (پاتوس)، به دنبال مدیریت معنا و مشروعیت‌بخشی به اقدامات خود بود؟

این سه لایه تحلیلی به صورت چرخه‌ای تکرار شدند تا الگوهای تکرار شونده و استراتژی‌های کلان در سراسر موارد سه‌گانه شناسایی شوند. این استراتژی‌های کلان،

سنگ بنای اصلی برای طراحی الگوی مفهومی نهایی را تشکیل دادند.

۲. فرایند گام‌به‌گام تحلیل و استخراج الگو

برای حرکت از سطح توصیف متون به سطح تبیین و استخراج الگوی مفهومی، فرایند تحلیل داده‌ها در چهار مرحله اصلی و به شیوه استقرایی قیاسی به این شرح انجام گرفت:

مرحله اول: غوطه‌وری در داده‌ها و کدگذاری باز

در این مرحله، تمامی پیکره تحلیل‌ی (خطبه‌ها، نامه‌ها و حکمت‌های مرتبط با سه فتنه) چندین بار به دقت مطالعه شد تا فهم عمیق و کلی از زمینه و محتوای هر متن حاصل شود. سپس، با الهام از رویکرد نظریه داده‌بنیاد» فرایند کدگذاری باز آغاز شد. هر متن سطر به سطر تحلیل و بخش‌هایی از آن که به یک کنش اقناعی، یک استدلال منطقی، یک تحریک عاطفی یا یک حرکت برای اعتبارسازی اشاره داشتند، با یک کد یا برچسب مفهومی مشخص شدند. برای مثال، عباراتی مانند «فَإِنْ كُنْتُ مُحْسِنًا أَعَاتِي، وَإِنْ كُنْتُ مُسِيئًا اسْتَعْتَبَنِي» به کدهایی اولیه نظیر پاسخگو کردن خود، فروتنی در قدرت و فراخوان به قضاوت مخاطب کدگذاری شدند. این مرحله عمدتاً در لایه توصیفی تحلیل فرکلاف قرار می‌گیرد.

مرحله دوم: مقوله‌بندی و کدگذاری محوری

پس از استخراج صدها کد اولیه از مجموعه متون، فرایند مقایسه و دسته‌بندی کدها آغاز شد. کدهای مشابه و مرتبط از نظر مفهومی در یک مقوله کلی‌تر قرار گرفتند. به‌عنوان مثال، کدهای پاسخگو کردن خود، صداقت در بیان موقعیت و نفی پیش‌فرض عصمت همگی ذیل مقوله محوری بازسازی اعتبار اخلاقی (اتوس) دسته‌بندی شدند. یا کدهای یادآوری تناقض رفتاری خوارج و نشان دادن پیامد هرج‌ومرج ذیل مقوله استدلال مبتنی بر برهان عقلی (لوگوس) قرار گرفتند. در این مرحله، ارتباط میان مقوله‌های مختلف نیز بررسی شد و به تدریج، الگوهای اولیه اقناعی ظهور یافتند. این مرحله، پلی میان لایه توصیف و تفسیر در چهارچوب تحلیلی بود.

مرحله سوم: یکپارچه‌سازی و کدگذاری انتخابی

در این گام، مقوله‌های محوری استخراج‌شده از هر سه واحد تحلیل (فتنه‌های ناکثین، قاسطین و مارقین) با یکدیگر مقایسه شدند تا یک مقوله هسته که بتواند خط اصلی داستان پژوهش را روایت کند، شناسایی شود. مشخص شد که الگوی کنشگری ارتباطی امام (علیه السلام) در هر سه بحران، فرایندی مرحله‌بندی و مدیریت‌شده است که می‌توان آن را ذیل مفهوم کلان اقتناع حقیقت‌محور در مدیریت بحران‌های هویتی صورت‌بندی کرد. سایر مقوله‌ها در ارتباط با این مقوله هسته بازتعریف شدند. برای مثال، مشخص شد که استراتژی‌های ارتباطی امام (علیه السلام) بسته به فاز بحران (قبل، حین و پس از اوج‌گیری) تغییر می‌کند.

مرحله چهارم: طراحی و اعتبارسنجی الگوی مفهومی

در مرحله نهایی، بر اساس مقوله هسته و ارتباط میان مقوله‌های اصلی، الگوی مفهومی پژوهش طراحی شد. این الگو که فرایند اقتناع علوی را در سه فاز پیش‌بحران (ایجاد بصیرت و اتمام حجت)، حین بحران (انسجام‌بخشی و تفکیک جبهه‌ها) و پس‌بحران (بازسازی هویت و واکنش‌های گفتمانی) به تصویر می‌کشد، محصول مستقیم فرایند تحلیل استقرایی داده‌هاست. این الگو صرفاً چهارچوب نظری از پیش آماده نبود، بلکه از دل داده‌های متنی و تاریخی «جوشیده» است. این مرحله با لایه تبیین در الگوی فرکلاف انطباق کامل دارد و هدف آن ارائه نظریه‌ای زمینه‌مند برای توضیح پدیده مورد مطالعه است.

افزودن این بخش، جعبه سیاه فرایند تحلیل را برای خواننده باز می‌کند و نشان می‌دهد که یافته‌ها و الگوی نهایی چگونه به صورت نظام‌مند و قابل ردیابی از دل داده‌ها استخراج شده‌اند.

۲-۱. روایی و پایایی پژوهش

برای تضمین اعتبار و استحکام یافته‌های کیفی که از آن با عنوان «قابلیت اعتماد» یاد می‌شود، از چندین راهبرد کلیدی که توسط لینکلن و گوبا معرفی شده‌اند، بهره گرفته شد (Lincoln & Guba, 1985 : 290-327).

تثلیث منابع: یافته‌های مستخرج از نهج البلاغه به طور مداوم با داده‌های منابع متعدد تاریخی دیگر (مانند طبری و ابن اثیر) مقایسه و تطبیق داده شد تا اعتبارپذیری یافته‌ها افزایش یابد.

بازبینی توسط همکاران خبره: چهارچوب تحلیلی و یافته‌های اولیه در جلساتی با استادان متخصص در حوزه نهج البلاغه و علوم ارتباطات به بحث گذاشته شد. این فرایند به شناسایی سوگیری‌های احتمالی پژوهشگر و افزایش اعتبار تحلیل‌ها کمک شایانی کرد.

ارائه توصیف غنی: در بخش یافته‌ها تلاش شده است تا با ارائه شواهد متنی کافی و تحلیل زمینه‌مند، انتقال‌پذیری یافته‌ها به زمینه‌های مشابه تسهیل و به خواننده اجازه داده شود تا فرایند استنتاج پژوهشگر را دنبال و قضاوت کند.

بازتابندگی و موقعیت‌مندی پژوهشگر: پژوهشگر در تحقیقات کیفی، به‌ویژه در تحلیل متون تاریخی و دینی که با نظام‌های باور و معنا سروکار دارند، صرفاً یک مشاهده‌گر بی‌طرف نیست، بلکه ابزار اصلی تحلیل است. از این رو، آگاهی از «موقعیت‌مندی» خود و اتخاذ رویکرد «بازتابنده» برای افزایش اعتبار تحلیل‌ها ضروری است. پژوهشگر در این تحقیق، از منظری به متون نگریسته است که آن‌ها را نه صرفاً اسنادی تاریخی، بلکه منابعی غنی از حکمت ارتباطی و راهبردی می‌داند. برای کنترل سوگیری بالقوه‌ای که این منظر می‌تواند ایجاد کند، سه راهکار عملی به کار گرفته شد:

اتکای کامل به روش: تلاش شد تا فرایند کدگذاری و استنتاج، کاملاً بر اساس مراحل نظام‌مند تحلیل گفتمان انتقادی (توصیف، تفسیر و تبیین) صورت گیرد و از برداشت‌های شخصی و غیرمستند پرهیز شود.

تعلیق پیش فرض‌ها: در طول فرایند تحلیل، پژوهشگر کوشیده است تا پیش فرض‌های خود را به صورت موقت کنار گذاشته و اجازه دهد تا الگوها و مفاهیم از دل خود داده‌ها ظهور کنند (رویکرد استقرایی).

استفاده از سازوکارهای کنترلی: راهبردهای پیش‌گفته، یعنی «تثلیث منابع» (مقایسه با منابع تاریخی غیرشیعی) و به‌ویژه «بازبینی توسط همکاران خبره» با تخصص‌های متنوع (ارتباطات، تاریخ و مطالعات دینی)، به‌عنوان سازوکارهای کلیدی برای به‌چالش کشیدن تفاسیر اولیه پژوهشگر و دستیابی به یک تحلیل متوازن‌تر عمل کرده‌اند.

۲-۲. تعریف مفهومی و عملیاتی متغیرهای کلیدی پژوهش

برای افزایش دقت و شفافیت تحلیل و همچنین تسهیل کاربرد عملی الگوی نهایی، مفاهیم محوری این پژوهش به صورت مفهومی و عملیاتی به شرح جدول زیر تعریف می‌شود. تعریف مفهومی به چستی انتزاعی مفهوم و تعریف عملیاتی به شاخص‌های عینی و قابل مشاهده آن در کنش‌های ارتباطی اشاره دارد. این تعاریف در جدول (۱) ارائه شده‌اند.

جدول (۱): تعاریف مفهومی و عملیاتی مفاهیم محوری پژوهش

مفهوم کلیدی	تعریف مفهومی	تعریف عملیاتی (شاخص‌های قابل مشاهده در گفتمان)
اقناع	فرایند آگاهانه، هدفمند و نظام‌مند طراحی و اجرای کنش‌های ارتباطی برای مدیریت معنا، همراه‌سازی مخاطبان و دستیابی به اهداف مشروع، با استفاده یکپارچه از ابزارهای منطقی، عاطفی و اعتباری	<p>۱. مرحله‌بندی بودن ارتباطات: وجود فازهای مشخص (پیشگیری، اقدام، ترمیم).</p> <p>۲. مخاطب‌شناسی دقیق: تناسب پیام با سطح آگاهی و وضعیت روانی ۱. مرحله‌بندی بودن ارتباطات: وجود فازهای مشخص (پیشگیری، اقدام، ترمیم).</p> <p>۳. تلفیق ارکان اقناع: استفاده همزمان و هوشمندانه از لوگوس، اتوس و پاتوس در یک پیام واحد.</p> <p>۴. هدفمندی راهبردی: هر کنش ارتباطی به‌وضوح یک هدف مشخص را دنبال می‌کند (مانند بسیج، خنثی‌سازی، اتمام حجت).</p>

<p>حقیقت‌محوری</p>	<p>اصلی بنیادین در ارتباطات که در آن، صدق و راستی نه به‌عنوان یک تاکتیک، بلکه به‌مثابه هدف غایی و چهار چوب حاکم بر تمام کنش‌های ارتباطی در نظر گرفته می‌شود و مشروعیت، محصول پایبندی به حقیقت است، حتی اگر هزینه‌زا باشد.</p>	<p>۱. شفافیت و صداقت: اذعان به پیچیدگی‌ها و عدم پنهان‌کاری (مانند «إِنَّمَا ظَالِمًا وَإِنَّمَا مَظْلُومًا») ۲. استناد به شواهد و براهین: ارجاع به وقایع تاریخی، متون دینی یا استدلال‌های عقلی قابل دفاع ۳. پرهیز از فریب و مغالطه: عدم استفاده از تکنیک‌ها و دستکاری اطلاعاتی برای پیروزی به هر قیمت. ۴. آمادگی برای پاسخگویی: قرار دادن خود در معرض نقد و قضاوت مخاطب.</p>
<p>بصیرت‌افزایی</p>	<p>فرایند توانمندسازی شناختی مخاطب برای درک عمیق لایه‌های پنهان پدیده‌ها، تشخیص حق از باطل در شرایط ابهام و فتنه و دستیابی به قدرت تحلیل مستقل برای اتخاذ تصمیمات آگاهانه</p>	<p>۱. ارائه کلان‌روایت: تبیین ریشه‌ها و پیامدهای یک بحران به جای تمرکز بر رویدادهای سطحی ۲. افشای تکنیک‌های فریب: آموزش به مخاطب برای شناسایی مغالطات و شیوه‌های عملیات روانی دشمن (مانند «کلمة حق یراد بها باطل») ۳. آینده‌پژوهی و هشدار: پیش‌بینی روندهای آتی و آماده‌سازی ذهنی مخاطب برای مواجهه با بحران‌های آینده. ۴. ترغیب به تفکر انتقادی: طرح پرسش‌هایی که مخاطب را به فکر و تحلیل وامی‌دارد.</p>

۲-۳. یافته‌های پژوهش: کالبدشکافی استراتژی‌های ارتباطی در سیره علوی

در این بخش، بر اساس روش‌شناسی تبیین‌شده، به تحلیل کنش‌های گفتمانی امیرالمؤمنین (علیه السلام) در مواجهه با فتنه‌های سه‌گانه می‌پردازیم. در این بخش، بر اساس چهار چوب روش‌شناختی تبیین‌شده، کنش‌های گفتمانی امیرالمؤمنین (علیه السلام) در مواجهه با بحران‌های مشروعیت سه‌گانه تحلیل می‌شود. هر بحران به‌مثابه یک «مطالعه موردی»

در نظر گرفته شده و استراتژی‌های ارتباطی کلیدی به کار رفته در آن، بر اساس الگوی تحلیلی سه‌لایه (توصیف، تفسیر و تبیین) واکاوی می‌شود. در لایه توصیف، از ابزارهای تحلیل بلاغی (اتوس، پاتوس و لوگوس) برای کالبدشکافی متن بهره گرفته می‌شود. در نهایت، با مقایسه این استراتژی‌ها، الگوهای کلان برای طراحی مدل مفهومی نهایی استخراج خواهد شد.

۲-۳-۱. تحلیل موردی فتنه ناکثین (شورش جمل، ۳۶ ق)

فتنه جمل، به رهبری طلحه، زبیر و عایشه، بحران چندبعدی بود؛ یک چالش نظامی، یک بحران مشروعیت سیاسی و یک جنگ شناختی پیچیده. سران شورش با تکیه بر اعتبار دینی اجتماعی خود (اتوس) و با شعار فریبنده «خون خواهی عثمان» (پاتوس)، مشروعیت خلافت امام (علیه السلام) را هدف قرار دادند. در چنین شرایطی، استراتژی ارتباطی امام (علیه السلام) نمی‌توانست صرفاً تدافعی باشد؛ بلکه نیازمند ضدحمله گفتمانی برای بازپس‌گیری ابتکار عمل و تعریف مجدد صحنه بود. تحلیل زیر، استراتژی‌های کلیدی این ضدحمله را نشان می‌دهد.

استراتژی اول: شکستن بن‌بست سیاسی از طریق بازتعریف اخلاقی صحنه (تحلیل نامه ۵۰)

بستر بحران: سرنوشت رویارویی با ناکثین در بصره، به تصمیم مردم کوفه گره خورده بود. با این حال، ابوموسی اشعری، حاکم کوفه، با طرح گفتمان «لزوم بی‌طرفی در فتنه»، عملاً در حال خلع سلاح بزرگ‌ترین مرکز قدرت نظامی سیاسی خلافت بود. نامه ۵۰ نهج‌البلاغه در چنین بزنگاه حساسی برای شکستن این بن‌بست سیاسی و بسیج کوفیان نگاشته شد.

متن نامه:

«أَمَّا بَعْدُ، فَإِنِّي خَرَجْتُ مِنْ حَيِّي هَذَا، إِمَّا ظَالِمًا وَإِمَّا مَظْلُومًا... وَإِنِّي أَدْكُرُ اللَّهَ مَنْ بَلَّغَهُ كِتَابِي هَذَا لَمَا نَفَرَ إِلَيَّ، فَإِنْ كُنْتُ مُحْسِنًا أَعَانَنِي، وَإِنْ كُنْتُ مُسِيئًا اسْتَعْتَبَنِي»

(نهج البلاغه، نامه ۵۰).

تحلیل سه لایه:

الف. لایه توصیف (تحلیل متنی بلاغی):

این نامه کوتاه، شاهکار فشرده‌ای از ترکیب سه رکن بلاغت است:

اتوس: امام (علیه السلام) اعتبار خود را نه بر اساس قدرت یا عصمت ادعایی، بلکه بر پایه «پاسخگویی رادیکال» بنا می‌کند. عبارت «فَإِنْ كُنْتُ مُسِيئًا اسْتَعْتَبَنِي» (اگر خطاکار بودم، از من بخواهید جبران کنم)، او را در معرض قضاوت مردم قرار می‌دهد و منش اخلاقی حق‌محور را به نمایش می‌گذارد.

لوگوس: استدلال مرکزی متن یک «قیاس استثنایی دوشقی» قدرتمند است: یا من بر حقم (محسن) یا بر باطل (مسیء). این منطق شفاف، گزینه سوم یعنی «بی‌طرفی» را از نظر عقلی مسدود و غیرقابل دفاع می‌کند.

پاتوس: با فراخوان «وَإِنِّي أَذْكَرُ اللَّهُ...» (من خدا را به یاد کسی می‌آورم...)، کنش سیاسی به یک «وظیفه و مسئولیت دینی» پیوند زده می‌شود. این کار با برانگیختن وجدان و عواطف دینی مخاطب، انگیزه قدرتمندی برای اقدام ایجاد می‌کند.

ب. لایه تفسیر (تحلیل کنش‌گفتمانی)

این ترکیب بلاغی در بستر حساس کوفه، نوعی کنش‌گفتمانی هدفمند را شکل می‌دهد. هدف آنی و راهبردی این نامه، «خلع سلاح گفتمان بی‌طرفی» ابوموسی اشعری و «بسیج نیروها» از طریق تبدیل مسئله پیچیده سیاسی به یک انتخاب اخلاقی روشن است. امام (علیه السلام) با این نامه در حال «عمل کردن با کلمات» برای شکستن بن‌بست سیاسی و به حرکت واداشتن جامعه مردم کوفه است.

ج. لایه تبیین (تحلیل کنش اجتماعی فرهنگی)

در سطح کلان، این کنش گفتمانی در حال به چالش کشیدن رویه اجتماعی سیاسی در حال ظهور در آن دوران بود: هنجار «کناره‌گیری و بی‌طرفی در فتنه‌ها». این هنجار، به تضعیف حکومت مرکزی و مشروعیت آن می‌انجامید. امام (علیه السلام) با این گفتمان، در حال بازتولید هنجار جایگزین است: «مسئولیت‌پذیری فعال شهروندان در برابر حاکم مشروع و در دفاع از حقیقت». این نامه صرفاً برای بسیج جنگی نبود، بلکه تلاشی برای بازتعریف رابطه شهروند و حکومت و تثبیت ساختار مشروعیت مبتنی بر حق و عدالت بود.

استراتژی دوم: مدیریت بحران مشروعیت از طریق مرزبندی حق و باطل (تحلیل خطبه ۱۷۲)

بستر بحران: در میانه نبرد صفین، هنگامی که پیروزی سپاه عراق نزدیک بود، لشکر شام به رهبری معاویه با بلند کردن قرآن‌ها بر سر نیزه، خواستار توقف جنگ و ارجاع امر به «حکمیت قرآن» شد. این اقدام، سپاه امام (علیه السلام) را دچار تفرقه و تردید عمیق کرد و در نهایت، امام را تحت فشار شدید، به پذیرش حکمیت واداشت. پس از این توافق، گروهی از همان فشارآوردگان (که بعدها خوارج نام گرفتند)، با طرح شعار «إِنِ الْحُكْمُ إِلَّا لِلَّهِ»؛ حکم جز برای خدا نیست، پذیرش حکمیت را گناه و کفر خواندند و مشروعیت امام (علیه السلام) را به چالش کشیدند. خطبه ۱۷۲ در پاسخ به این بحران شناختی و سیاسی ایراد شده است.

متن خطبه:

«كَلِمَةٌ حَقٌّ يُرَادُ بِهَا بَاطِلٌ! نَعَمْ إِنَّهُ لَا حُكْمَ إِلَّا لِلَّهِ، وَ لَكِنَّ هَؤُلَاءِ يَقُولُونَ لَا إِمْرَةَ إِلَّا لِلَّهِ. وَ إِنَّهُ لَا بُدَّ لِلنَّاسِ مِنْ أَمِيرٍ بَرٍّ أَوْ فَاجِرٍ... أَمَا إِنَّكُمْ سَتَلْقَوْنَ بَعْدِي ذُلًّا شَامِلًا وَ سَيْفًا قَاطِعًا وَ أَتْرَةً يَتَّخِذُهَا الظَّالِمُونَ فِيكُمْ سُنْتَ» (نهج البلاغه، خطبه ۴۰ در نسخه صبحی صالح که بخشی از خطبه ۱۷۲ در نسخ دیگر است).

تحلیل سه لایه:

الف. لایه توصیف (تحلیل متنی بلاغی)

این خطبه برای خنثی‌سازی شعار جذاب خوارج، از یک مجموعه تکنیک‌های بلاغی پیچیده بهره می‌گیرد:

رعد دزدی بلاغی و بازتعریف: امام علیه السلام خطبه را با تأیید ظاهر شعار آن‌ها آغاز می‌کند: «كَلِمَةٌ حَقٌّ» (سخنی حق است). این کار در ابتدا با مخاطب همدلی می‌کند و گارد او را پایین می‌آورد. سپس بلافاصله نیت پشت آن را افشا می‌کند: «يُرَادُ بِهَا بَاطِلٌ» (که از آن اراده باطل شده است). این حرکت، چهارچوب بحث را از «صحت عبارت» به «نیت گوینده» و «کاربرد عبارت» منتقل می‌کند.

وارونه‌سازی اتهام و برجسته‌سازی تناقض: امام علیه السلام نشان می‌دهد که این گروه، خود عاملان اصلی پذیرش حکمیت بوده‌اند و اکنون مدعی مخالفت با آن هستند. این کار اعتبار (اتوس) آن‌ها را به‌عنوان گروهی صادق و حق‌جو به کلی تخریب می‌کند و استدلالشان را متناقض جلوه می‌دهد.

چهارچوب‌بندی حقوقی قراردادی: امام علیه السلام موضوع حکمیت را از مسئله کلامی اعتقادی خارج می‌کند و آن را در یک چهارچوب حقوقی و قراردادی قرار می‌دهد. با اشاره به پیمانی که بسته شده و وثیقه‌هایی که گرفته شده، تخطی از آن را نقض عهد معرفی می‌کند که خود امری مذموم و خلاف شرع است.

پیش‌بینی آینده و فراخوان عاطفی: در انتهای خطبه، با پیش‌بینی آینده‌ای تلخ (دُلًّا شَامِلًا وَ سَيِّفًا قَاطِعًا)، امام علیه السلام عواطف مخاطبان را برمی‌انگیزد و به آن‌ها هشدار می‌دهد که نتیجه این مسیر، نه رستگاری، بلکه استبداد و خواری خواهد بود. این کار، هزینه عاطفی جدایی از امام و پیروی از شعارهای به ظاهر زیبا را برایشان ملموس می‌سازد.

ب. لایه تفسیر (تحلیل کنش گفتمانی)

کنش گفتمانی این خطبه، نوعی عملیات «مهار بحران» چندوجهی است. اهداف فوری آن عبارتند از:

مشروعیت‌زدایی از گفتمان رقیب: گرفتن اعتبار از شعار محوری خوارج و نشان دادن آن به‌عنوان ابزاری برای اهداف سیاسی باطل.

بازسازی مشروعیت رهبری: تثبیت مجدد اقتدار امام به‌عنوان کسی که نه‌تنها به قرآن علم دارد، بلکه شرایط سیاسی و لوازم آن را نیز درک می‌کند و بر عهد خود استوار است.

ایجاد انسجام مجدد در سپاه: مرزبندی شفاف میان «وفاداران به عهد» و «پیمان‌شکنان» و جلوگیری از ریزش بیشتر نیروها به سمت جریان نوظهور خوارج.

ج. لایه تبیین (تحلیل کنش اجتماعی فرهنگی)

در سطح کلان، این خطبه در حال مقابله با یک معیار اجتماعی دینی بسیار خطرناک بود: «تفسیر قشری و ظاهری از دین» به‌عنوان ابزاری برای سیاست‌ورزی.

تثبیت مرجعیت تفسیر: این گفتمان، یک اصل بنیادین در اندیشه سیاسی شیعه را تثبیت می‌کند: تمایز میان «قرآن صامت» (متن) و «قرآن ناطق» (امام و مفسر مشروع). امام (علیه السلام) با این کنش گفتمانی، این هنجار را بازتولید می‌کند که فهم دین و اجرای آن در جامعه نیازمند رهبری و امامت است و نمی‌توان با تمسک به ظواهر آیات، ساختار سیاسی و اجتماعی را به هرج و مرج کشاند.

مقابله با آنارشسیسم دینی: شعار «لا إمارة إلا لله» در عمل به معنای نفی هرگونه حکومت انسانی و نوعی آنارشسیسم دینی بود. امام (علیه السلام) با تبیین ضرورت وجود حکومت (حتی حکومت فاجر)، در حال دفاع از اصل «نظم اجتماعی» و «ساختار سیاسی» در برابر ایدئولوژی‌ای بود که می‌توانست کل جامعه اسلامی را از درون متلاشی کند.

استراتژی سوم: مشروعیت‌زدایی از رقیب از طریق بازخوانی تاریخ (تحلیل نامه ۲۸)

بستر بحران: پس از استقرار حکومت امام علی (علیه السلام)، معاویه بن ابی سفیان در شام، نه تنها از بیعت سر باز زد، بلکه با دستاویز قرار دادن خونخواهی عثمان، عملاً مشروعیت خلافت امام را به چالش کشید و خود را به عنوان مدعی اصلی قدرت مطرح کرد. نامه‌نگاری‌های متعددی میان امام (علیه السلام) و معاویه رد و بدل شد که در آن‌ها یک جنگ تمام‌عیار گفتمانی برای تثبیت حقانیت و مشروعیت‌زدایی از طرف مقابل در جریان بود. نامه ۲۸ نهج البلاغه، پاسخی کوبنده به یکی از نامه‌های معاویه است که در آن، فضایل خاندان اموی را برشمرده و به طعنه، فضائل بنی‌هاشم را انکار کرده بود.

متن نامه (بخش‌هایی از نامه):

«وَأَمَّا قَوْلُكَ إِنَّا بَنُو عَبْدِ مَنَافٍ، فَكَذَلِكَ نَحْنُ، وَلَكِنْ لَيْسَ أُمِّيَّةُ كَهَاشِمٍ، وَلَا حَرْبٌ كَعَبْدِ الْمُطَّلِبِ، وَلَا أَبُو سُفْيَانَ كَأَبِي طَالِبٍ، وَلَا الْمُهَاجِرُ كَالطَّلِيقِ، وَلَا الصَّرِيحُ كَاللَّصِيقِ... وَفِي أَيْدِينَا فَضْلُ التُّبُوءَةِ الَّتِي أَدَلَّلْنَا بِهَا الْعَزِيزَ، وَنَعَشْنَا بِهَا الدَّلِيلَ... وَكَيْفَ تَكُونُ أَنْتَ كَذَلِكَ وَ أَنْتَ ابْنُ حِرْبٍ مِنَ الْأَحْزَابِ؟» (نهج البلاغه، نامه ۲۸).

تحلیل سه لایه:

الف. لایه توصیف (تحلیل متنی بلاغی)

این نامه برای تخریب کامل شالوده‌های مشروعیت ادعایی معاویه، از تکنیک‌های بلاغی زیر بهره می‌گیرد:

منطق مقایسه‌ای و ایجاد دوگانه‌های ارزشی: هسته اصلی نامه بر پایه تقابل‌های دوتایی بنا شده است: «امیه» در برابر «هاشم»، «ابوسفیان» در برابر «ابوطالب»، «مهاجر» (مسلمانان پیشگام) در برابر «طلیق» (آزادشدگان فتح مکه)، و «صریح» (اصیل) در برابر «لصیق» (چسبیده و غیراصیل). این دوگانه‌سازی‌ها صرفاً یک مقایسه تاریخی نیست، بلکه نوعی بارگذاری ارزشی است که یک طرف را نماد فضیلت و سابقه درخشان و طرف دیگر را نماد کفر و سابقه تاریک معرفی می‌کند.

استناد به حافظه تاریخی جمعی: امام (علیه السلام) به وقایع و شخصیت‌هایی ارجاع می‌دهد که برای جامعه اسلامی آن روز کاملاً شناخته شده بودند. یادآوری سابقه کفرآمیز ابوسفیان (پدر معاویه) در جنگ با پیامبر (صلی الله علیه و آله) و جایگاه ابوطالب در حمایت از ایشان، نه تنها اعتبار معاویه را ویران می‌کند، بلکه با فعال‌سازی حافظه تاریخی و عاطفی مخاطبان، آن‌ها را در برابر ادعاهای معاویه دچار انزجار می‌کند.

تصاحب و بازتعریف فضیلت: معاویه ادعای فضیلت خانوادگی کرده بود. امام (علیه السلام) با عبارت «وَفِي أَيْدِينَا فَضْلُ الْبُيُوتَةِ» (و برتری نبوت در دستان ماست)، منبع اصلی و غیرقابل انکار فضیلت در جهان اسلام، یعنی انتساب به پیامبر (صلی الله علیه و آله) را به انحصار خود درآورده و تمام فضایل ادعایی دیگر را بی‌ارزش می‌سازد. این یک حرکت استراتژیک برای تصاحب کامل سرمایه نمادین در جامعه است.

ب. لایه تفسیر (تحلیل کنش گفتمانی)

این نامه نوعی کنش گفتمانی تهاجمی با هدف «مشروعیت‌زدایی کامل از رقیب» است. برخلاف نامه‌های دیگر که ممکن است به دنبال اتمام حجت یا دعوت به وحدت باشند، هدف این نامه کاملاً متفاوت است:

تخریب شالوده مشروعیت: هدف، اثبات این نکته است که معاویه و خاندان اموی از اساس فاقد هرگونه صلاحیت و پیشینه قابل قبولی برای ادعای حکومت هستند. این کنش، مشروعیت معاویه را نه در سطح عملکردی، بلکه در سطح وجودی نفی می‌کند.

چهارچوب‌بندی نبرد به عنوان تداوم تاریخ: این نامه، نبرد صفین را از یک اختلاف سیاسی ساده بر سر خلافت، به صحنه تداوم تقابل تاریخی و ریشه‌دار میان «جبهه حق (نبوت)» و «جبهه باطل (کفر جاهلی)» تبدیل می‌کند. این چهارچوب‌بندی، به نبرد معنایی عمیق‌تر و ایدئولوژیک می‌بخشد و بسیج نیروها را تسهیل می‌کند.

واکسیناسیون گفتمانی: این نامه به عنوان یک ابزار پیشگیرانه عمل می‌کند تا افکار عمومی جهان اسلام را در برابر تبلیغات و ادعاهای بعدی دستگاه تبلیغاتی شام، «واکسینه» کند.

ج. لایه تبیین (تحلیل‌کنش اجتماعی فرهنگی)

در سطح کلان، این کنش‌گفتمانی در حال مبارزه با یک تغییر پارادایم خطرناک در جامعه اسلامی بود:

مقابله با احیای ارزش‌های جاهلی: معاویه با تکیه بر «عصیت قبیله‌ای» و «اشرافیت اموی»، در حال بازتولید ارزش‌های جاهلی در پوششی اسلامی بود. این‌نامه با کوبیدن بر این شالوده‌های جاهلی و برجسته کردن «سبقت در اسلام» و «قرابت با نبی» به‌عنوان معیارهای اصلی فضیلت، در حال مقابله با این جریان ارتجاعی و تثبیت مجدد هنجارهای ارزشی برآمده از انقلاب نبوی بود.

تعریف حافظه تاریخی رسمی: این‌نامه صرفاً یک جدل سیاسی نیست، بلکه روایتی رسمی و قدرتمند از تاریخ صدر اسلام را ارائه می‌دهد. این کنش‌گفتمانی در حال شکل دادن به حافظه تاریخی نسل‌های آینده است تا مرز میان «خادمان اسلام» و «دشمنان سابق» آن فراموش نشود. این کار، سرمایه‌گذاری بلندمدت برای تعریف هویت جامعه اسلامی و معیارهای مشروعیت در آن است.

۲-۴. جمع‌بندی تحلیل‌ها: از استراتژی‌های پراکنده تا دکتترین یکپارچه

هنگامی که تحلیل‌های سه‌لایه از کنش‌های گفتمانی امیرالمؤمنین (علیه السلام) در برابر سه فتنه بزرگ را در کنار هم قرار می‌دهیم، تصویری فراتر از واکنش‌های موردی به بحران‌ها آشکار می‌شود. آنچه پدیدار می‌گردد، نه مجموعه‌ای از تاکتیک‌های پراکنده، بلکه دکتترین ارتباطی منسجم با منطقی راهبردی و واحد است. این بخش، با ترکیب یافته‌های به‌دست‌آمده، ابتدا ستون‌های فکری این دکتترین را معرفی می‌کند و سپس بر شالوده آن، الگوی نهایی پژوهش را با عنوان «الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور» ارائه می‌دهد.

۲-۴-۱. اصول چهارگانه اقناع علوی

بررسی عمیق سیره ارتباطی امام (علیه السلام) در طوفان بحران‌های سه‌گانه، نشان می‌دهد که

تمام تصمیمات و اقدامات ایشان بر چهار اصل بنیادین استوار بود. این اصول، شالوده پارادایم ارتباطی ایشان را تشکیل می‌دهند:

۱. اصل حقیقت‌محوری: سنگ بنای این رویکرد، انتخابی آگاهانه است: اصالت دادن به «حقیقت» حتی به قیمت از دست دادن «وجهه»، در اینجا هدف غایی، نه دفاع از اعتبار حکومت یا جایگاه شخصی، بلکه کنار زدن غبار فتنه و آشکار ساختن حقیقت برای افکار عمومی بود. این اصل، گذار جسورانه از «مدیریت اعتبار» به «مدیریت حقیقت» است.

۲. اصل تقدم اقتناع بر اقدام: پیش از آنکه شمشیرها از نیام برآیند، کلمات به کار گرفته می‌شدند. در هر سه بحران، امام (علیه السلام) ابتدا تمام ظرفیت ارتباطی خود را از طریق خطبه، نامه و مذاکره به کار بست. این راهبرد «اتمام حجت»، فرصتی برای بازگشت فریب‌خوردگان فراهم می‌آورد و هزینه‌های انسانی و اجتماعی درگیری را به حداقل می‌رساند.

۳. اصل مرکزیت بصیرت‌افزایی: استراتژی امام (علیه السلام) فراتر از اطلاع‌رسانی صرف یا پاسخ به شبهات بود؛ ایشان به دنبال ارتقای قدرت تحلیل و تشخیص جامعه بود. با ارجاع به تاریخ، تبیین مبانی و روشن ساختن معیارها، به جامعه ابزارهای لازم برای «واکسیناسیون شناختی» در برابر فتنه‌های آینده را می‌بخشید.

۴. اصل تفکیک رهبران از بدنه: الگوی ثابت در مواجهه با مخالفان، ایجاد شکافی هوشمندانه میان «سران فتنه» (که با نیت سوء عمل می‌کردند) و «بدنه فریب‌خورده» (که دچار شبهه بودند) بود. به همین دلیل، گفتمان ایشان در برابر سران، قاطع و افشاگرانه و در برابر بدنه، دلسوزانه، تبیینی و دعوت‌کننده بود.

۲-۴-۲. ارائه الگوی مفهومی: الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور

این اصول چهارگانه، در کنار یکدیگر، منطقی فرایندی را شکل می‌دهند که می‌توان آن را در قالب الگویی یکپارچه و کاربردی برای مدیریت بحران‌های مشروعیت ارائه کرد. این الگو، بحران را در سه فاز زمانی متمایز، اما پیوسته مدیریت می‌کند:

فاز اول: پیشابحران (مصون‌سازی شناختی). این الگو با فاز پیشگیری آغاز می‌شود. این مرحله، دوره سرمایه‌گذاری بر اعتماد عمومی و واکنش‌های شناختی جامعه در برابر روایت‌های دروغین است. هدف راهبردی در اینجا، ایجاد تاب‌آوری از طریق اقداماتی چون شفافیت پیشگیرانه، آموزش مبانی و معیارها برای تشخیص حق از باطل، و تقویت اعتبار اخلاقی رهبری است.

فاز دوم: حین بحران (مدیریت میدان نبرد شناختی). با شعله‌ور شدن بحران، الگو وارد فاز مدیریت فعال می‌شود. در اینجا هدف، به دست گرفتن ابتکار عمل در میدان نبرد روایت‌ها، رفع ابهام‌های ایجاد شده و اتمام حجت با طرف مقابل است. این مهم از مسیر اقداماتی کلیدی مانند چهارچوب‌بندی قاطعانه حقیقت، افشاگری هدفمند نیت‌سران فتنه و تلاش برای اقتناع تفکیک‌شده بدنه جامعه به انجام می‌رسد.

فاز سوم: پس‌ابحران (ترمیم و آینده‌پژوهی). سرانجام، پس از فروکش کردن بحران، تمرکز از مدیریت درگیری به ترمیم آسیب‌ها و درس‌آموزی برای آینده معطوف می‌شود. هدف، نه فقط پایان دادن به غائله، بلکه التیام زخم‌های اجتماعی و جلوگیری از تکرار بحران است. این فاز بر اقداماتی نظیر ترمیم جامعه‌محور، روایت‌سازی از تجربه (تبدیل بحران به عبرت)، و اصلاح ساختاری نقاط آسیب‌پذیر تکیه دارد.

۲-۵. بحث و نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف طراحی الگوی ارتباطات بحران مبتنی بر اقتناع در سیره علوی آغاز شد. تحلیل گفتمان بلاغی کنش‌های ارتباطی امیرالمؤمنین (علیه السلام) در مواجهه با فتنه‌های سه‌گانه ناکثین، قاسطین و مارقین، مجموعه‌ای غنی از راهبردها و اصول را آشکار ساخت. در این بخش، یافته‌های مستخرج از سه مطالعه موردی، با یکدیگر ترکیب و تلفیق می‌شوند تا به سؤال اصلی پژوهش پاسخ داده و شالوده «مدل ارتباطات بحران حقیقت‌محور» را پی‌ریزی کنند.

۲-۵-۱. ترکیب یافته‌ها و استخراج اصول بنیادین

تحلیل مواجهه با سه فتنه نشان داد که کنشگری امام (علیه السلام) به‌رغم تفاوت در ماهیت بحران‌ها (شورش نخبگان، جبهه سازمان‌یافته خارجی و شورش ایدئولوژیک داخلی)، بر چند اصل بنیادین و تکرارشونده استوار بود. این اصول، زیربنای فلسفی و پارادایمی مدل علوی را تشکیل می‌دهند:

اصل ۱: حقیقت‌محوری به جای وجهه‌محوری: در هیچ‌یک از بحران‌ها، هدف اصلی امام (علیه السلام) «حفظ وجهه» یا «مدیریت اعتبار شخصی» نبود. در مقابل، تمام تلاش ایشان بر «کشف، تبیین و استقرار حقیقت» متمرکز بود. ایشان حاضر بودند با استراتژی «پاسخگویی رادیکال» (نامه ۵۰) و وجهه خود را به قضاوت عمومی بگذارند، اما حاضر نبودند برای حفظ وجهه، از حقیقت عدول کنند. این اصل، یک چرخش پارادایمی بنیادین نسبت به نظریه‌های مسلط ارتباطات بحران است (Benoit, 1997: 177-186; Coombs, 2007: 163-176).

اصل ۲: اولویت اقتناع بر اقدام: در هر سه فتنه، امام (علیه السلام) تا آخرین لحظه ممکن، از ابزار نظامی استفاده نکردند. کارزار ارتباطی ایشان همواره بر مواجهه نظامی تقدم داشت. نامه‌ها به معاویه و طلحه و زبیر، و مناظرات مکرر با خوارج، همگی گواه این اصل هستند. اقدام قاطع نظامی تنها پس از «اتمام حجت کامل» و زمانی که طرف مقابل راه هرگونه گفت‌وگو را بسته بود، به‌عنوان آخرین راه‌حل به کار گرفته می‌شد.

اصل ۳: مرکزیت بصیرت‌افزایی در مدیریت بحران شناختی: امام (علیه السلام) ماهیت فتنه را یک «بحران شناختی» می‌دانستند که در آن حق و باطل در هم آمیخته است («إِنَّ الْفِتْنَةَ إِذَا أَقْبَلَتْ شَبَّهَتْ»). لذا، راهبرد اصلی ایشان نه صرفاً اطلاع‌رسانی، بلکه «بصیرت‌افزایی» بود: یعنی قدرت بخشیدن به مخاطب برای تحلیل مستقل و تشخیص حق از باطل. استراتژی‌هایی مانند «افشاگری صریح» (کلمه حق یراد بها باطل)، «واسازی هویت کاذب» (خطبه ۱۳) و «آینه‌داری تاریخی» (خطبه نهران)، همگی ابزارهایی برای ارتقای سطح بصیرت جامعه بودند.

اصل ۴: تفکیک میان رهبران فتنه و بدنه فریب‌خورده: الگوی ثابت در سیره علوی، تلاش برای جداسازی بدنه ناآگاه یا فریب‌خورده از رهبران اصلی و معاند فتنه بود. این اصل در بخشش عمومی پس از جنگ جمل، در تلاش برای جلوگیری از جنگ در صفین، و به اوج خود در خطبه نهر روان (که منجر به جدایی هزاران نفر از خوارج شد) تجلی یافت. این تفکیک، امکان مدیریت انسانی‌تر بحران و کاهش هزینه‌های اجتماعی آن را فراهم می‌کرد.

۲-۵-۲. شناسایی اَبَر استراتژی‌های ارتباطی

بر اساس اصول فوق و تحلیل‌های انجام شده، می‌توان استراتژی‌های خرد و تاکتیکی امام (علیه‌السلام) را در قالب چند «اَبَر استراتژی» دسته‌بندی کرد که ستون فقرات الگوی نهایی را تشکیل می‌دهند:

اَبَر استراتژی اول: چهارچوب‌بندی حقیقت‌محور: شامل کلیه اقداماتی که هدف آن تعریف و بازتعریف صحنه بحران بر اساس حقیقت و ارزش‌های بنیادین است. استراتژی‌هایی نظیر (شکستن چهارچوب قبیله‌ای معاویه)، وارونه‌سازی معنایی (تبدیل اتهام قدرت‌طلبی به تکلیف‌گرایی) و چهارچوب‌بندی اخلاقی حقوقی (ظالم/مظلوم در نامه ۵۰)، ذیل این اَبَر استراتژی قرار می‌گیرند.

اَبَر استراتژی دوم: مشروعیت‌بخشی مبتنی بر پاسخگویی: شامل راهبردهایی که مشروعیت جبهه حق را نه از طریق ادعا، بلکه از طریق شفافیت، استدلال و پاسخگویی بنا می‌کنند. استراتژی‌هایی مانند استدلال مبتنی بر برهان عقلی (ضرورت حکومت در برابر خوارج)، پاسخگویی رادیکال (دعوت به قضاوت در نامه ۵۰) و استدلال تاریخی (یادآوری بیعت در برابر ناکثین) نمونه‌های بارز آن هستند.

اَبَر استراتژی سوم: مشروعیت‌زدایی از باطل با افشاگری: این اَبَر استراتژی بر تخریب پایه‌های مشروعیت جبهه باطل از طریق افشای نیت‌ها، تناقض‌ها و ماهیت واقعی آن‌ها تمرکز دارد. راهبردهایی چون افشاگری صریح تله‌شناختی (کلمه حق...)، رعد

دزدی (پیش‌دستی در افشای اتهام)، آینه‌داری اخلاقی/تاریخی (یادآوری تناقضات رفتاری خوارج و ناکثین) و آینده‌پژوهی (پیش‌بینی سرنوشت خوارج) در این دسته جای دارند.

۳. نتیجه‌گیری نهایی

تحلیل سیره علوی نشان می‌دهد که «اقناع» در نگاه ایشان، نه تکنیکی برای دستکاری افکار، بلکه فرایندی سیستماتیک برای توانمندسازی شناختی جامعه در مواجهه با ابهام و فریب است. الگوی برآمده از این سیره، الگویی فرایندی، یکپارچه و اخلاق‌مدار است که برخلاف الگوهای غربی، بحران را صرفاً تهدیدی برای سازمان نمی‌بیند، بلکه آن را «فرصتی برای تبیین حقیقت و تعمیق بصیرت عمومی» تلقی می‌کند. این الگو، پارادایم ارتباطات بحران را از کنش تدافعی و سازمان‌محور به اقدامی پیشرو، جامعه‌محور و حقیقت‌محور ارتقا می‌دهد.

۳-۱. طراحی الگو نهایی: الگو ارتباطات بحران حقیقت‌محور

بر اساس اصول بنیادین و آبراستراتژی‌های مستخرج از تحلیل گفتمان بلاغی سیره علوی در مواجهه با فتنه‌ها، اکنون می‌توان الگوی نهایی پژوهش را با عنوان «الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور» صورت‌بندی کرد. این الگو، چهارچوبی فرایندی و یکپارچه است که هدف آن، نه صرفاً مدیریت وجهه، بلکه راهبری جامعه در عبور از بحران‌های شناختی از طریق تبیین حقیقت و بصیرت‌افزایی است. ساختار الگو بر سه فاز زمانی (پیشا، حین، پسا) و سه لایه راهبردی (چهارچوب‌بندی، مشروعیت‌بخشی، مشروعیت‌زدایی) استوار است که در ادامه به تفصیل تشریح می‌گردد.

۳-۱-۱. تشریح اجزا و مراحل الگو

الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور، الگویی فرایندی است که در سه فاز اصلی عمل می‌کند. قلب تپنده و منطق حاکم بر تمام این مراحل، اصل «حقیقت‌محوری و بصیرت‌افزایی» است و کل بنای آن بر فونداسیون «تقدم اقناع بر اقدام» و «تفکیک میان رهبران و بدنه» استوار شده است.

فاز اول: پیشگیری و مصون‌سازی (پیشابحران)

این فاز بر اقداماتی تمرکز دارد که قبل از وقوع بحران، جامعه را در برابر فتنه‌ها مقاوم و مصون می‌سازد. هدف، ایجاد یک «سپر شناختی» است.

چهار چوب‌بندی پیشگیرانه: با تبیین شفاف مبانی مشروعیت و اصول حاکمیت (مانند خطبه شقشقیه)، چهارچوب ذهنی روشن برای مردم ایجاد می‌شود تا در آینده بتوانند ادعاهای باطل را از حق تشخیص دهند.

مشروعیت‌بخشی فعال: مشروعیت نه یک امر انتزاعی، بلکه محصول عملکرد و بیعت آگاهانه است. مستندسازی بیعت‌ها و تأکید بر جنبه آگاهانه آن، ابزاری برای اتمام حجت در آینده است.

مشروعیت‌زدایی پیش‌دستانه: شناسایی و هشدار درباره کانون‌های خطر (مانند هشدارهای مکرر امام درباره دنیاطلبی و خطرات بنی‌امیه) به جامعه کمک می‌کند تا در برابر تهدیدات آینده هوشیار باشند.

فاز دوم: تبیین و اتمام حجت (حین بحران)

با شروع بحران، تمام تمرکز مدل بر مدیریت شناختی صحنه و جلوگیری از غلبه روایت باطل است. این فاز، اوج به کارگیری اقناع است.

چهار چوب‌بندی حقیقت‌محور: اولین اقدام، شکستن چهارچوب دروغین دشمن و بازتعریف صحنه بر مدار حقیقت است (مانند تبدیل جنگ قدرت به دوگانه ظالم/مظلوم در نامه ۵۰). وارونه‌سازی معنایی اتهامات، ابزار کلیدی در این مرحله است.

مشروعیت‌بخشی مبتنی بر پاسخگویی: در این مرحله، با تمام قوا از ارکان سه‌گانه اقناع ارسطویی استفاده می‌شود: لوگوس (استدلال‌های منطقی، تاریخی و دینی)، اتوس (تکیه بر سابقه، عدالت و پاسخگویی شفاف) و پاتوس (تحریک عواطف دینی و انسانی برای دفاع از حق).

مشروعیت‌زدایی با افشاگری: با استفاده از استراتژی‌هایی چون «افشاگری صریح» ماهیت ریاکارانه شعارها («کلمة حق یراد بها باطل»)، «رعد دزدی» و «آینه‌داری»، پایه‌های مشروعیت جبهه مقابل به صورت سیستماتیک تخریب می‌شود تا بدنه فریب‌خورده از آن جدا شود.

فاز سوم: ترمیم و آینده‌پژوهی (پسابحران)

پس از غلبه بر بحران، کار تمام نشده است. این فاز بر تبدیل بحران به یک فرصت آموزشی و پیشگیری از تکرار آن تمرکز دارد.

چهار چوب‌بندی ترمیمی: ارائه یک روایت جامع از آنچه گذشت، چرایی اقدامات صورت گرفته و نتایج آن برای تاریخ. این کار مانع از تحریف تاریخ در آینده می‌شود (مانند تبیین چرایی جنگ با ناکثین و مارقین).

مشروعیت‌بخشی از طریق عمل: اقدامات عملی پس از پیروزی، مانند عفو عمومی در جمل یا باز کردن آب بر روی دشمن در صفین، به صورت غیرکلامی، برتری اخلاقی جبهه حق را اثبات کرده و مشروعیت آن را تعمیق می‌بخشد.

مشروعیت‌زدایی آینده‌نگر: تحلیل ماهیت ایدئولوژیک جریان شکست‌خورده و پیش‌بینی آینده آن («کلمة نجم منہم قرن قطع»)، جامعه را برای بحران‌های مشابه در آینده «واکسینه» می‌کند و از شکل‌گیری اسطوره‌های دروغین جلوگیری می‌نماید.

۳-۱-۲. نوآوری و دلالت‌های الگو

این الگو یک جایگزین بومی، اخلاق‌محور و کارآمد برای پارادایم‌های وجهه‌محور غربی ارائه می‌دهد. نوآوری اصلی آن در تغییر هدف غایی ارتباطات بحران از «نجات سازمان» به «ارتقای جامعه» است. این الگو به مدیران رسانه و رهبران سازمان‌ها می‌آموزد که اعتماد پایدار و مشروعیت عمیق، نه با تکنیک‌های روابط عمومی، بلکه با شجاعت در بیان حقیقت، شفافیت در عمل و تلاش مستمر برای بصیرت‌افزایی مخاطبان به دست می‌آید.

۳-۱-۳. پیوند عقل و عاطفه: مدیریت هویت و هیجان در الگوی حقیقت‌محور

شاید در نگاه نخست، تمرکز الگو بر مفاهیمی چون «حقیقت» و «بصیرت» این شائبه را ایجاد کند که با الگویی تک‌بعدی و عقل‌گرا مواجه‌ایم که از نقش تعیین‌کننده عواطف، هیجانات و تعلقات هویتی در بحران‌ها غافل مانده است. این دغدغه کاملاً بجاست؛ چراکه فتنه‌ها بیش از آنکه نبرد استدلال‌ها باشند، میدان تلاقی هویت‌ها و هیجانات جمعی هستند.

با این حال، تحلیل عمیق‌تر سیره ارتباطی امام (علیه السلام) نشان می‌دهد که این الگو نه تنها عواطف و هویت‌ها را نادیده نمی‌گیرد، بلکه برای مدیریت استراتژیک آن‌ها سازوکارهای پیچیده‌ای را به کار می‌بندد. در واقع، «حقیقت‌محوری» در این الگو به معنای نفی «پاتوس» نیست، بلکه به معنای تصفیه و جهت‌دهی آن در خدمت حقیقت است. این مدیریت در سه سطح قابل مشاهده است:

نخست، الگو به جای تحریک عصبیت‌های کور، به دنبال برانگیختن «عواطف متعالی» است. برای نمونه، فراخوان امام در نامه ۵۰ که می‌فرمایند «خدا را به یاد کسی می‌آورم...»، تلنگری به وجدان دینی و حس مسئولیت‌پذیری مخاطب است، نه دمیدن در آتش کینه‌های قبیله‌ای. این همان «پاتوس حقیقت‌محور» است که عاطفه را نه در برابر عقل که همسو با آن و برای تقویتش به کار می‌گیرد.

دوم، این مدیریت عواطف، در پیوند مستقیم با سازوکار «بازسازی هویت جمعی» عمل می‌کند. بحران‌هایی چون جمل، اساساً یک بحران هویتی بود. سربازی که باید با «ام المؤمنین» می‌جنگید، دچار تعارض شناختی و عاطفی عمیقی می‌شد. هنر امام (علیه السلام) در خطبه ۱۷۲، بازتعریف هویت طرف مقابل از «بزرگان دین» به «یاغیان بیعت‌شکن» (بغاة) بود. این تغییر چهارچوب، گره ذهنی و عاطفی سربازان را می‌گشود و به اقدام آن‌ها مشروعیتی دوباره می‌بخشید.

سرانجام، این رویکرد در فاز پسابحران نیز تداوم می‌یابد. خطبه ۱۳ و سرزنش‌های ظاهراً

تند آن علیه مردم بصره، کارکردی شبیه به یک «شوکرمانی هویتی» داشت. هدف، تخریب هویت کاذب و فتنه‌زده گذشته («سربازان یک زن») و زمینه‌سازی برای پذیرش یک هویت اجتماعی جدید و اصلاح‌شده بود. این خود نوعی ترمیم عاطفی و هویتی برای جامعه شکست‌خورده است.

از این رو، باید تأکید کرد که الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور، الگویی تک‌ساختی و صرفاً عقلانی نیست. بصیرت در این دیدگاه، محصولی است که در نقطه تلاقی «برهان قاطع» و «اطمینان قلبی» زاده می‌شود؛ جایی که لوگوس و پاتوس نه در تقابل که در تأیید و تکمیل یکدیگر به کار گرفته می‌شوند.

۳-۱-۴. دلالت‌های کاربردی الگو در اکوسیستم رسانه‌ای نوین

نقد که می‌توان به هر الگوی مستخرج از متون کلاسیک وارد کرد، چگونگی انطباق آن با پیچیدگی‌های جهان معاصر، به‌ویژه اکوسیستم رسانه‌ای نوین است. الگوی «ارتباطات بحران حقیقت‌محور» اگرچه از بستری با الگوی ارتباطی عمدتاً یک‌سویه (خطابه) استخراج شده، اما اصول بنیادین آن قابلیت «ترجمه» به زبان ارتباطات شبکه‌ای و چندرسانه‌ای امروز را داراست. این انطباق‌پذیری را می‌توان در چند محور کلیدی تبیین کرد:

۱. از «خطابه» به «گفت‌وگویی چندصدایی»: اگر در گذشته «اتمام حجت» از طریق خطابه و نامه صورت می‌گرفت، امروزه معادل آن، حضور فعال، شفاف و پاسخگو در پلتفرم‌های دوسویه (مانند شبکه‌های اجتماعی) است. اصل «پاسخگویی رادیکال» که در نامه ۵۰ تحلیل شد، امروز به معنای برگزاری نشست‌های پرسش و پاسخ زنده، پاسخ به کامنت‌های منتقدان و پذیرش مسئولیت در برابر افکار عمومی آنلاین است.

۲. از «بسیج میدانی» به «بسیج شناختی آنلاین»: استراتژی بسیج کوفیان (نامه ۵۰) و انسجام‌بخشی به سپاه (خطبه ۱۷۲) در عصر حاضر، معادل با توانایی تولید و توزیع «روایت غالب» در فضای مجازی است. این امر مستلزم فعال‌سازی کنشگران آنلاین همسو، تولید

محتوای متقاعدکننده در فرمت‌های گوناگون (متن، ویدئو، پادکست، اینفوگرافیک) و مقابله هوشمندانه با امواج دروغ‌پراکنی و اخبار جعلی از طریق راستی‌آزمایی و شفاف‌سازی است.

۳. از «افشاگری در خطبه» به «شفافیت داده‌محور»: افشاگری ماهیت ریاکارانه شعار خوارج («کلمة حق یراد بها باطل») امروزه در قالب انتشار اسناد، داده‌های شفاف، گزارش‌های تحقیقی و مقابله با روایت‌های جعلی از طریق ارائه شواهد ملموس و قابل راستی‌آزمایی، عملیاتی می‌شود. استراتژی «آینه‌داری» در فضای دیجیتال، یعنی بازنمایی تناقضات گفتاری و رفتاری جریان رقیب با استفاده از آرشیوهای دیجیتال و داده‌های در دسترس عموم.

۴. از «واکسیناسیون گفتمانی» به «ارتقای سواد رسانه‌ای»: استراتژی آینده‌نگر امام (علیه‌السلام) برای پیشگیری از تکرار فتنه خوارج، در دنیای امروز معادل سرمایه‌گذاری بلندمدت بر روی «ارتقای سواد رسانه‌ای و اطلاعاتی» جامعه است. به جای صرفاً مقابله با یک شایعه خاص، باید توانایی تفکر انتقادی و تشخیص اطلاعات معتبر از نامعتبر را در شهروندان تقویت کرد. این همان «ایجاد سپر شناختی» در فاز پیش‌بهران مدل است؛ بنابراین، الگوی حاضر یک دستورالعمل تکنیکی برای استفاده از ابزارهای نوین نیست، بلکه نوعی «فلسفه ارتباطی» را ارائه می‌دهد. این فلسفه که بر حقیقت‌محوری، شفافیت و بصیرت‌افزایی استوار است، نه‌تنها در فضای رسانه‌ای جدید منسوخ نشده، بلکه با توجه به بحران اعتماد و اطلاعات نادرست، به ضرورتی انکارناپذیر برای مدیریت مشروعیت و ارتباطات بحران در قرن بیست و یکم تبدیل شده است.

۳-۱-۵. مقایسه تطبیقی الگوی حقیقت‌محور با رویکردهای رقیب

برای درک دقیق‌تر جایگاه و نوآوری «الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور»، ضروری است که آن را نه‌تنها در تقابل با الگوهای وجهه‌محور (مانند SCCT)، بلکه در مقایسه با سایر پارادایم‌های انتقادی و اخلاق‌محور در حوزه ارتباطات بحران قرار دهیم. جدول (۲) این مقایسه تطبیقی را در چهار بعد کلیدی نشان می‌دهد:

جدول (۲): مقایسه تطبیقی الگوی ارتباطات بحران حقیقت‌محور با پارادایم‌های رایج و انتقادی

ارتباطات بحران

الگوی حقیقت‌محور علوی (پیشنهادی)	رویکرد ارتباطی مشارکتی / گفت‌وگویی	الگوی‌های وجهه‌محور (SCCT)	بعد مقایسه
تحقق حقیقت و ارتقای بصیرت: توانمندسازی جامعه برای تشخیص حق از باطل، حتی اگر به قیمت وجهه کوتاه‌مدت رهبری تمام شود.	ایجاد تفاهم متقابل: رسیدن به درک مشترک و تصمیم‌گیری دموکراتیک از طریق گفت‌وگو	ترمیم وجهه: حفظ یا بازسازی اعتبار سازمان برای تداوم کسب‌وکار	۱. هدف غایی ارتباطات
جامعه و حقیقت منافع کلان جامعه و پایبندی به حقیقت، بر منافع فردی یا سازمانی اولویت دارد.	رابطه: کیفیت رابطه میان سازمان و ذی‌نفعان، محور اصلی است.	سازمان: منافع و بقای سازمان در مرکز توجه قرار دارد.	۲. کانون توجه
عامل آگاه و مسئول: فردی که باید از طریق اقناع، به بصیرت و قدرت تشخیص برسد تا خود به صورت آگاهانه در جبهه حق قرار گیرد.	شریک گفت‌وگو: طرفی برابر در فرایند گفتگو برای حل مسئله.	مخاطب منفعل: گروهی که باید مدیریت شود و ادراک آن‌ها شکل داده شود.	۳. نقش مخاطب / ذی‌نفع
اقناع استدلالی و افشای پیش‌دستانه: چهار چوب‌بندی صحنه بر مدار حقیقت، افشای عامدانه انگیزه‌های باطل و اتمام حجت از طریق برهان.	شفافیت، گوش دادن فعال و همکاری: ایجاد فضایی برای گفت‌وگوی باز و مشارکت ذی‌نفعان در تصمیم‌گیری.	تطبیق استراتژی با موقعیت: انتخاب پاسخ مناسب (انکار، توجیه، عذر خواهی) بر اساس میزان مسئولیت سازمان در بحران.	۴. استراتژی کلیدی

همان‌طور که جدول نشان می‌دهد، الگوی حقیقت‌محور ضمن اشتراک در برخی مبانی اخلاقی با رویکردهای مشارکتی (مانند اهمیت شفافیت)، در چند نقطه کلیدی از آن متمایز می‌شود:

موضع‌مندی در برابر بی‌طرفی: رویکردهای گفت‌وگویی اغلب بر فرایند تفاهم تأکید دارند و نسبت به محتوای «حقیقت» موضعی بی‌طرفانه اتخاذ می‌کنند. در مقابل، الگوی حقیقت‌محور از یک موضع ارزشی مشخص حرکت می‌کند و هدف آن صرفاً تفاهم نیست،

بلکه غلبه روایت حق بر باطل از طریق اقناع و برهان است. این الگو برای بحران‌های هویتی و جنگ‌های شناختی که در آن دو طرف دعوا از نظر مشروعیت برابر نیستند، کارآمدتر است.

از گفت‌وگو تا اقناع جهت‌دار: در حالی که رویکرد مشارکتی، گفت‌وگورا هدف می‌داند، الگوی حقیقت‌محور، اقناع را ابزاری برای رسیدن به هدفی متعالی‌تر (بصیرت‌افزایی و استقرار حق) می‌بیند. این الگوی کنشگر است، نه صرفاً الگویی تسهیلگر.

پیش‌فرض وجود دشمن: رویکردهای گفت‌وگویی غالباً در فضایی با حسن نیت متقابل عمل می‌کنند. الگوی حقیقت‌محور، وجود یک «دشمن» یا «جریان باطل» را که به صورت عامدانه به دنبال فریب و تحریف حقیقت است، به رسمیت می‌شناسد و استراتژی‌هایی مشخص برای مشروعیت‌زدایی و خلع سلاح شناختی آن جریان ارائه می‌دهد؛ بنابراین، این الگو خلاً موجود میان رویکردهای ابزاری-وجهه‌محور و رویکردهای آرمان‌گرایانه-مشارکتی را پر می‌کند و چهارچوبی واقع‌بینانه و اخلاق‌مدار برای مدیریت بحران‌هایی ارائه می‌دهد که ماهیت آن‌ها نه یک سوءنفاهم، بلکه یک تقابل بنیادین بر سر «حقیقت» است.

۲-۳. توصیه‌هایی برای تصمیم‌گیران، مدیران و سازمان‌های امروز

چگونه می‌توان جوهر این مدل تاریخی را در دنیای پرشتاب امروز به کار گرفت؟ اصول این الگو، نقشه‌راهی برای عبور از بحران‌ها صرفاً با کنترل خسارت، و رسیدن به جایگاهی عمیق‌تر یعنی «تقویت اعتماد» است. در ادامه چند توصیه عملی ارائه می‌شود:

۱-۲-۳. پیش از طوفان: ساختن سپر اعتماد

بحران‌ها روی زمینی جوانه می‌زنند که از قبل سست شده باشد. به جای آنکه منتظر وقوع بحران بمانید، روی ساختن یک «فرهنگ صداقت» سرمایه‌گذاری کنید. به‌طور منظم و داوطلبانه، چالش‌ها و اشتباهات خود را با مخاطبان در میان بگذارید. این شفافیت پیش‌دستانه، اعتباری برای شما می‌سازد که در روزهای سخت، به کارتان خواهد آمد.

همچنین، کارکنان خود را توانمند سازید؛ آن‌ها باید به قدری از اهداف و واقعیت‌های سازمان آگاه باشند که در برابر شایعات، به سفیران آگاه شما تبدیل شوند، نه قربانیان منفعل.

۲-۲-۲. حین بحران: مدیریت صادقانه روایت

وقتی بحران رخ می‌دهد، سکوت مرگبار است. اولین و بلندترین صدا باید صدای شما باشد. پیش از آنکه دیگران روایت خود را تحمیل کنند، شما با شجاعت به میدان بیایید، اصل ماجرا را آن‌طور که هست توضیح دهید و مسئولیت سهم خود را بپذیرید. این «پذیرش مسئولیت» خلع سلاح‌کننده است. در عین حال، هوشمندانه عمل کنید؛ باید میان نقد دلسوزانه‌ای که از سر نگرانی است و تخریب مغرضانه‌ای که با هدف ضربه زدن انجام می‌شود، تفاوت قائل شوید. پاسخ به اولی «گفت‌وگو» و پاسخ به دومی «افشاگری» است.

۳-۲-۳. پس از بحران: تبدیل تهدید به فرصت یادگیری

وقتی غبارها فرونشست، وانمود نکنید که اتفاقی نیفتاده است. بحران فرصتی بی‌نظیر برای یادگیری است. به صورت شفاف با مخاطبان خود در میان بگذارید که از این تجربه چه آموخته‌اید و برای جلوگیری از تکرار آن، چه تغییرات مشخصی را اعمال خواهید کرد. حرف کافی نیست؛ این «تغییرات عملی» هستند که نشان می‌دهند شما پیام را دریافت کرده‌اید و به بلوغ رسیده‌اید.

در نهایت، این الگو از تصمیم‌گیران و مدیران می‌خواهد که صرفاً «مدیر بحران» نباشند که هدفشان تمام کردن غائله است، بلکه به «معماران اعتماد» تبدیل شوند که از هر بحران، برای ساختن رابطه‌ای صادقانه‌تر و پایدارتر با جامعه خود استفاده می‌کنند.

منابع و مآخذ

- نهج البلاغه. (۱۴۱۴ق). گردآوری: سید رضی. تحقیق: صبحی صالح. قم: انتشارات هجرت.
- _____ (۱۳۷۹). گردآوری: سید رضی. ترجمه سیدجعفر شهیدی. تهران: شرکت انتشارات علمی و فرهنگی.
- ابن اثیر، عزالدین علی. (۱۳۷۱). *الکامل فی التاریخ*. ترجمه عباس خلیلی و ابوالقاسم حالت. تهران: انتشارات علمی.
- دینوری، ابوحنیفه احمد بن داوود. (۱۳۶۸). *اخبار الطوال*. ترجمه محمود مهدوی دامغانی. تهران: نشر نی.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد. (۱۴۱۲ق). *المفردات فی غریب القرآن*. تحقیق صفوان عدنان داوودی. دمشق-بیروت: دارالعلم-الدارالشامیة.
- طبری، محمد بن جریر. (۱۳۷۵). *تاریخ الرسل والملوک*. (تاریخ طبری). ترجمه ابوالقاسم پاینده. تهران: اساطیر.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۸۹). *مجموعه آثار استاد شهید مطهری*. تهران: انتشارات صدرا.
- _____ (۱۳۹۲). *جاذبه و دافعه علی (علیه السلام)*. تهران: انتشارات صدرا.
- مفید، محمد بن محمد. (۱۴۱۳ق). *الارشاد فی معرفة حجج الله علی العباد*. قم: کنگره شیخ مفید.
- منقری، نصر بن مزاحم. (۱۳۷۰). *وقعة صفین*. ترجمه پرویز اتابکی. تهران: انتشارات و آموزش انقلاب اسلامی.
- Aristotle. (2007). On rhetoric: A theory of civic discourse (G. A. Kennedy, Trans., 2nd ed.). Oxford University Press. (Original work published 4th century BCE)
- Benoit, W. L. (1997). Accounts, excuses, and apologies: A theory of image restoration strategies. State University of New York Press.
- Benoit, W. L. (1997). Image repair discourse and crisis communication. Public Relations Review, 186–177, (2)23.
- Coombs, W. T. (2007). Protecting organization reputations during a crisis: The development and application of situational crisis communication theory. Corporate Reputation Review, 176–163, (3)10.
- Coombs, W. T. (2019). Ongoing crisis communication: Planning, managing, and responding (5th ed.). SAGE Publications.
- Fairclough, N. (1992). Discourse and social change. Polity Press.
- Fearn-Banks, K. (2017). Crisis communications: A casebook approach (5th ed.). Routledge.
- Geel, J. P. (2014). How to do discourse analysis: A toolkit (2nd ed.). Routledge.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). Naturalistic inquiry. SAGE Publications.
- Perloff, R. M. (2021). The dynamics of persuasion: Communication and attitudes in the twenty-first century (7th ed.). Routledge.

Persuasion in the Alavi Tradition: Designing a Truth-Oriented Crisis Communication Model (Case Study: The Seditions of the Caliphate Era)

Mohammad Mahdi Moradi ¹ Hamid Reza Jafari ²

Received: October 07 , 2025

Revised: November 23 , 2025

Accepted: November 25 , 2025

Abstract

Crisis communication scholarship has been largely dominated by organization-centered frameworks, most notably Situational Crisis Communication Theory (SCCT) and Image Restoration Theory (IRT). Grounded in the logic of image repair and perception management, these theories prove limited in addressing profound legitimacy crises arising from cognitive warfare and structural ambiguity, thereby necessitating an alternative model.

This study aims to address this theoretical gap and contribute to a paradigmatic shift from image-oriented to truth-oriented crisis communication by developing a strategic framework. The research adopts an applied-developmental purpose and employs a qualitative methodology based on rhetorical discourse analysis. Data were collected through documentary analysis of foundational texts, including *Nahj al-Balāgha*, *Tārīkh al-Ṭabarī*, and accounts of the Battle of Ṣiffīn, focusing on the communicative actions of Imam Ali (peace be upon him) in confronting the movements of the *Nakithīn*, *Qāsiṭīn*, and *Māriqīn*.

The findings identify four core principles—truth-centeredness, priority of explanation over action, centrality of insight-building, and differentiation between deviant leaders and the social base—along with three meta-strategies: truth-based framing, legitimacy-building through accountability, and delegitimation through disclosure. Synthesizing these elements, the study proposes the “Truth-Oriented Crisis Communication Model” as a processual, three-phase framework encompassing the pre-crisis (prevention

1. PhD Student in Media Management, University of Religions and Denominations, Qom, Iran
(Corresponding Author): Nasle3@chmail.ir

2. PhD Student in Media Management, University of Religions and Denominations, Qom, Iran:
hr.jafari@Urd.ac.ir

and inoculation), crisis (clarification and moral argumentation), and post-crisis (restoration and future foresight) stages. This model prioritizes sustainable public trust through proactive transparency, reasoned persuasion, and the enhancement of collective discernment rather than short-term reputational management.

Keywords: Crisis Communication; Alavi Discourse (Imam Ali's Communication Practice); Persuasive Explanation; Truth-Centeredness; Legitimacy Crises.