

Managing Emotions as Soft Power with an Islamic Approach

Received: 2022/01/09

Accepted: 2022/04/09

Yasin Pourali *

Meisam Belbasi **

Mohammad Javad Hosseinnia Sooteh ***

Ali Gharahi ****

(70-102)

If we consider politics as a taxidermy and empty it of passion, excitement and emotion, there is really nothing left of politics; Because rationality and emotion are intertwined. One area in which emotions are influential is "soft power." With these interpretations, the present article seeks to answer the question that What is the relationship between arousal and management of emotions and soft power? The research hypothesis is based on the statement that: Given that one of the main components of soft power is the popular support of the government, One of the important functions of emotions is to strengthen the soft power of the government and consequently to increase the national and international authority of the ruling political system. The main purpose of this study is to present an Islamic approach to the management of emotions by the Prophet (PBUH) and Amir al-Mu'minin (AS). To increase the soft power of the government by establishing these nobles. The method of the present research is based on the purpose, theoretical and developmental and based on the nature and method, "documentary". According to the research findings, one of the ways in which the government can increase its popular support is It is a matter of stimulating and managing the emotions and feelings of the people. This study examined the performance of the Prophetic and Alawite rule and clarified that the Prophet (PBUH) and Amir al-Mu'minin (AS) in various socio-political areas, including international relations, as a protest, in the face of enemies, as a famous commandment and prohibition. In denial and in war, they have managed the emotions of the people in the right direction.

Keywords: Emotion Management, Islam, Soft Power, Prophetic Government, Alawite Government.

* . PHD Graduated Nahj al-Balagheh and Researcher at the Higher National Defense University, Tehran, Iran,
Corresponding Author, Pourali.y@gmail.com

** . PHD Student in Islamic Revolution Studies, University of Tehran, Tehran, Iran., (Belbasi.Meisam@ut.ac.ir)

*** . Masters Graduate of International Relations, University of Guilan, Rasht, Iran., (MaedehHd2014@gmail.com)

**** . Master Graduate of Political Science, Islamic Azad University, South Tehran Branch, Tehran, Iran,
Aligharahi56@gmail.com



مدیریت احساسات به مثابه قدرت نرم با رویکرد اسلامی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۰/۱۹

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۲۰

یاسین پورعلی*
میثم بلباسی**
محمدجواد حسین نیاسوته***
علی قرهی****
(۷۰-۱۰۲)

چکیده

اگر سیاست را به صورت تاکسیدرمی شده از احساسات خالی کنیم، واقعاً چیزی از سیاست باقی نمی‌ماند؛ زیرا عقلانیت و احساسات درهم‌تنیده هستند. یکی از حوزه‌هایی که احساسات در آن اثرگذارند، «قدرت نرم» است. با این تفاسیر، این نوشتار به دنبال پاسخ به این پرسش است که چه نسبتی میان تهییج و مدیریت عواطف و احساسات و قدرت نرم وجود دارد؟ فرضیه پژوهش بر این گزاره استوار است که باتوجه به اینکه یکی از مؤلفه‌های اصلی قدرت نرم پشتوانه مردمی حکومت است، یکی از کارکردهای مهم احساسات و عواطف تقویت قدرت نرم حاکمیت و متعاقباً افزایش اقتدار ملی و بین‌المللی نظام سیاسی حاکم است. هدف اصلی این پژوهش ارائه رویکردی اسلامی از مدیریت عواطف توسط پیامبر ﷺ و امیر مؤمنان  است تا دولتمردان با تاسی از این بزرگواران، قدرت نرم

* . دانش‌آموخته دکتری تخصصی نهج‌البلاغه و پژوهشگر دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)، .Pourali.y@gmail.com.

** . دانشجوی دکتری مطالعات انقلاب اسلامی دانشگاه تهران و پژوهشگر دانشگاه عالی دفاع ملی، تهران، ایران، .Belbasi.Meisam@ut.ac.ir.

*** . دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه روابط بین‌الملل، دانشگاه گیلان، رشت، ایران، .MaedehHd2014@gmail.com.

**** . دانش‌آموخته کارشناسی ارشد گروه علوم سیاسی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، .Algharahi56@gmail.com.

حاکمیت را افزایش دهند. طبق یافته‌های پژوهش که مبتنی بر روش اسنادی است، از راه‌هایی که حاکمیت می‌تواند پشتوانه مردمی خود را ارتقا دهد، مسئله تهییج و مدیریت عواطف و احساسات مردم است. این پژوهش با بررسی عملکرد حکومت نبوی و علوی، روشن ساخت که پیامبر خدا ﷺ و امیر مؤمنان علیه السلام در عرصه‌های سیاسی و اجتماعی گوناگون از جمله در روابط بین‌الملل، در مقام احتجاج، در مواجهه با دشمنان، در مقام امر به معروف و نهی از منکر و در امور جنگی عواطف مردم را در مسیر صحیح مدیریت کرده‌اند.

واژگان کلیدی: مدیریت احساسات، اسلام، قدرت نرم، حکومت نبوی، حکومت علوی.

مقدمه

موضوع احساسات و نسبت آن با زندگی سیاسی به واسطه سلطه مدلهای تحلیل خردگرایانه، ساختاری و سازمانی، با تأخیر وارد دانش سیاست شد و فقط در سه دهه گذشته، احساسات مورد توجه سیاست‌شناسان قرار گرفت؛ زیرا در گذشته اندیشمندان انسان را موجودی عقلانی و ابزاری می‌دیدند که رفتار سیاسی‌اش به سختی متأثر از احساسات بود. از این رو، نقش احساسات در زندگی سیاسی مغفول مانده بود؛ اما محققان در دهه‌های اخیر کوشیدند این جریان را در کانون توجه قرار دهند. اینان بدین باور رسیدند که اگر احساسات به درستی درک شود، بار دیگر می‌تواند در متن تحلیل‌های سیاسی قرار گیرد (کریمی، ۱۳۹۴: ۲۴).

بنابراین، کار عاطفی همیشه بخشی از سیاست در سطح اساسی بوده است. رهبری سیاسی همیشه تمرینی برای مدیریت احساسات بوده است. اما نقش احساسی رهبران سیاسی ویژگی‌های جدیدی دارد. ضرورت بیشتری وجود دارد که کار عاطفی به روشی شخصی‌گرا و صریح انجام داده شود، و فرصت بیشتری برای نفوذ از طریق انجام این کار هست. این امر در پتانسیل آگاهی از ابعاد عاطفی زندگی روزمره، در مشخصه خودسنجی و خودآزمایی بیشتر اوقات در مان‌مدار ما نهفته است. با این آگاهی، زمینه بیشتری برای انتخاب و مدیریت عمدی احساسات به روش‌های خاص برای دستیابی به نتایج خاص فراهم می‌شود که به نوعی موجبات افزایش قدرت نرم را فراهم می‌کند. سیاست‌مداران از این

نظر که آن‌ها (مهم‌ترین شخصیت‌ها و متخصصان) محکوم به مدیریت ذخایر عظیم ملی احساسات هستند، مدیرند. در سطح فرهنگ ملی نیز مدیریت مؤثر پویایی عاطفی می‌تواند به توسعه روابط حمایتی و خلاقانه و افزایش قدرت نرم منجر شود (Richards, 2007: 99).

در همین راستا، از لوازم قطعی حکمرانی اقتدار هیئت حاکم است که بتواند در سایه این اقتدار در عرصه داخلی، امنیت ملی خود را افزایش دهد و در عرصه بین‌الملل روابط متعادلی با دولت‌های مختلف برقرار کند. ابزار اقتدار منحصر در قدرت سخت و تجهیزات نظامی نیست، بلکه قدرت نرم نیز در افزایش اقتدار دولت‌ها از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است؛ با این توضیح که در نبود قدرت سخت، قدرت نرم می‌تواند حافظ اقتدار هیئت حاکم باشد، درحالی‌که قدرت سخت بدون داشتن قدرت نرم، شکنندگی بسیاری دارد. رمز کارآمدی قدرت نرم در اختیاری بودنش نهفته است. یکی از مصادیق بارز قدرت نرم استفاده از عواطف مخاطبان است که با تهییج عقلایی عواطف و مدیریت آن، می‌توان در همه ساحت‌های زندگی از جمله در بالا بردن قدرت نرم هیئت حاکم از آن بهره‌مند شد. این پژوهش درصدد است با ارائه نمونه‌هایی از به‌کارگیری تهییج احساسات و عواطف در متون دینی، اهمیت و جایگاه این موضوع را نشان دهد.

نکته لازم در این مسئله رعایت خطوط قرمز تهییج عواطف و احساسات است؛ بدین توضیح که تهییج عواطف از کارایی بالایی برخوردار است، اما روشن است که این مسئله یکی از ابزارهای ایجاد قدرت نرم برای حاکمیت است، نه اینکه تمام قدرت نرم در گرو تهییج عواطف باشد. بنابراین، در این مسئله نباید افراط کرد؛ زیرا زیاده‌روی در این امر موجب دوری جامعه از اندیشه‌ورزی می‌شود و روح تعقل را از جامعه می‌زداید. امیر مؤمنان علیه السلام در این باره فرموده‌اند: «لَا تَرَى الْجَاهِلَ إِلَّا مُفْرِطاً أَوْ مُفْرِطاً (نهج البلاغه، ۱۴۱۴ق: ۴۷۹)؛ نادان جز به افراط و تفریط دیده نشود.»

مسئله دیگر در تهییج عواطف این است که این مسئله نباید ابزاری برای تحمیق مردم شود؛ زیرا برخلاف مشرب ماکیاولی، دین اسلام برای هدف مقدس، وسیله مقدس را لازم دانسته است. سیره عملی پیامبر صلی الله علیه و آله نشانگر این مطلب است که حضرت از عواطف مردم استفاده ابزاری نکرده‌اند. برای نمونه، نقل شده است که در روزی که ابراهیم، فرزند رسول

خدا ﷺ، درگذشت، کسوف (خورشید گرفتگی) رخ داد. برخی گفتند: خورشید به دلیل مرگ ابراهیم گرفته است. پیامبر ﷺ وقتی این سخن را شنیدند، بیرون رفتند و پس از حمد الهی، فرمودند: «خورشید و ماه دو نشانه از نشانه‌های الهی هستند و به دلیل مرگ یا زندگی هیچ کس نمی‌گیرند» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۹: ۹۱). شهید مطهری پس از نقل این ماجرا، به صداقت پیامبر ﷺ اشاره می‌کند و می‌فرماید که پیغمبر ﷺ نمی‌خواستند از ضعف‌های مردم برای هدایت مردم استفاده کنند، بلکه می‌خواستند از قوت‌های مردم استفاده کنند. پیغمبر ﷺ نمی‌خواهند از جهالت و نادانی مردم به نفع اسلام استفاده کنند، بلکه می‌خواهند از علم و معرفت مردم استفاده کنند (مطهری، ۱۳۸۹، ج ۱۶: ۱۰۹).

با این تفاسیر، این نوشتار به دنبال آن است که دریابد از منظر جامعه‌شناختی چه نسبتی میان مدیریت احساسات و قدرت نرم وجود دارد. این پژوهش درصدد است با ارائه نمونه‌هایی از به‌کارگیری تهییج و مدیریت احساسات و عواطف در متون دینی (حکومت نبوی و علوی)، جایگاه بالای این موضوع را نشان دهد. این تحقیق کمک می‌کند بهتر بتوان آثار اجتماعی احساسات را در عرصه سیاسی به طور عام و در عرصه حاکمان سیاسی به طور خاص درک کرد. این موضوع به‌رغم اهمیت بنیادینش، موضوعی مغفول به‌شمار می‌آید.

روش پژوهش

این پژوهش بر اساس هدف، نظری و توسعه‌ای و بر اساس ماهیت و روش، «اسنادی» است. روش اسنادی روشی کیفی با محوریت جست‌وجوی توصیفی و تفسیری است که پژوهشگر می‌کوشد با استفاده نظام‌مند و منظم از منابع و داده‌های اسنادی، به کشف، استخراج، طبقه‌بندی و ارزیابی مطالب مرتبط با موضوع پژوهش خود بپردازد (صادقی فسایی و عرفان‌منش، ۱۳۹۴: ۶۹-۸۷).

پیشینه پژوهش

مطالعات و تحقیقاتی که درباره موضوع پژوهش حاضر انجام گرفته است، در سه دسته قابل تقسیم‌بندی هستند. در اینجا به بخشی از کتاب‌ها و مقالات (داخلی و خارجی) مهم هریک از این دسته‌های پژوهشی اشاره می‌شود:

۱. مطالعات مبتنی بر جامعه‌شناسی احساسات

«مدیریت احساسات؛ گامی در راستای توسعه جامعه‌شناسی احساسات» (۱۳۹۳) عنوان مقاله‌ای است به‌خامه محمد عباس‌زاده، اکبر طالب‌پور و مهسا پناه‌شاهی که در آن با طرح مدیریت احساسات و مفاهیم کلیدی مطرح در حوزه جامعه‌شناسی احساسات، قصد دارند گامی در راستای توسعه این حوزه از جامعه‌شناسی بردارند.

کتاب جامعه‌شناسی احساسات به‌خامه کیانپور و آقابابایی (۱۳۹۶)، برای پاسخ به دغدغه‌های نظری گفتمان جامعه‌شناسی و نیازهای عملی آن تدوین شده است. این کتاب شامل یازده فصل به این شرح است: مفاهیم و رویکردها؛ شکل‌گیری جامعه‌شناسی احساسات؛ نظریه‌های جامعه‌شناسی احساسات؛ فرهنگ و احساسات؛ دین و احساسات؛ فضای مجازی و احساسات؛ فیلم و احساسات؛ سایر کاربردها.

کتاب احساسات بشری: یک نظریه جامعه‌شناختی نوشته جاناتان اچ. ترنر (۲۰۰۷م) تئوری تحقیق‌های موجود در زمینه احساسات را به جهت‌های قابل توجه و جدید سوق می‌دهد. این کتاب با ارائه دیدگاه یک‌پارچه از جهان اجتماعی، به کاوش روابط بین احساسات، ساختار اجتماعی و فرهنگ می‌پردازد. فرضیه ترنر این است که چگونه ساختار اجتماعی و فرهنگ بر تحریک احساسی در انسان‌ها و برعکس اثر می‌گذارد.

کتاب جامعه‌شناسی احساسات به قلم جان ای. استیتس و جاناتان اچ. ترنر (۲۰۰۶م) طراحی شده است تا خوانندگان را با سنت‌های تحقیقاتی و نظری که در تحلیل‌های احساسات بشری به‌وفور یافت می‌شود آشنا کند. بخش اول کتاب به طیف وسیعی از احساسات، بخش دوم به نظریه‌های برجسته جامعه‌شناختی احساسات، بخش سوم به نظریه و تحقیق درباره احساسات خاص مانند عشق و حسادت و آخرین بخش به چگونگی مطالعه احساسات و نگرش جدید به زیررشته‌های درون علوم اجتماعی می‌پردازد.

۲. مطالعات مبتنی بر احساسات و سیاست

مقاله «اضطراب و نقش آن در کنش سیاسی (مطالعه موردی: دانشجویان پسر دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران)» (۱۳۹۵) نوشته علی اشرف نظری و حنیف عموزاده

مدیریتی به اثر اضطراب به عنوان متغیری تأثیرگذار بر رفتار سیاسی شهروندان توجه می‌کند. استدلال اصلی مقاله این است که تأثیرگذاری اضطراب بر سطح رفتار سیاسی، ماهیت دوسویه دارد.

کتاب سیاست و احساسات: چرخش عاطفی در مطالعات سیاسی دنیای معاصر نوشته سیمون تامپسون و پائول هاگت (۲۰۱۲م) مجموعه‌ای منحصر به فرد از مقالات و نشان‌دهنده چرخش عاطفی در تجزیه و تحلیل دنیای سیاسی امروز است. این کتاب با هدف پیشبرد بحث درباره رابطه بین سیاست و احساسات است.

جی. ای. مارکوس در مقاله خود با عنوان «احساسات در سیاست» (۲۰۰۰م)، بر این باور است که مطالعه احساسات در سیاست فعال بوده است؛ به ویژه آنکه به شخصیت رهبران سیاسی مربوط می‌شود و به عنوان توضیحی برای اینکه مردم چگونه ویژگی‌های قابل توجه در اطراف آن‌ها را ارزیابی می‌کنند. در این مقاله، محققان به دو گروه تقسیم شده‌اند: کسانی که درباره رهبران و کسانی که راجع به مردم مطالعه می‌کنند.

کتاب سیاست احساس: احساس در پردازش اطلاعات سیاسی به خامه ردلاک (۲۰۰۶م) به عنوان بخشی از مطالعه سیاست و احساسات، ارتباطات بین عاطفه و شناخت و نتایج آن را برای ارزیابی سیاسی، تصمیم‌گیری و عمل بررسی می‌کند.

۳. مطالعات مبتنی بر احساسات و قدرت نرم

علی کریمی مله در مقاله خود با عنوان «تحلیل رهبری امام خمینی علیه السلام در جریان انقلاب اسلامی از منظر جامعه‌شناسی احساسات» (۱۳۹۴) نشان داد که امام خمینی علیه السلام از رهگذر قدرت نرم خود با مدیریت احساسات مردم از طریق اعتمادزایی از رژیم پهلوی، برانگیختن احساسات ضدحکومتی، مبارزه با احساسات ضد بسیج از یک سو و تزریق احساسات بسیج‌گر، مردم را به کنش آشکار اعتراضی ضد رژیم و در نهایت تغییر حکومت و دستیابی به پیروزی رهنمون می‌شدند.

جوزف نای در کتاب قدرت‌هایی برای رهبری (۲۰۰۸م) بر این باور است که اکنون بسیاری معتقدند آشکال رهبری اقتدارگرا و اجباری، جای خود را به رویکردهای قدرت نرم

که به دنبال جذب، الهام بخشیدن و متقاعدسازی است تا فشار و اعمال زور داده، و این در جوامع پسا صنعتی به طور گسترده‌ای جایگزین شده است. نای بحث می‌کند که بیشتر رهبران در اصل آن‌هایی هستند که مهارت‌های قدرت نرم و سخت را به تناسب‌های متفاوت ترکیب می‌کنند، و این تناسب در موقعیت‌های متفاوت تغییر می‌کند. او این تلفیق را با مثال‌هایی از حرفه رهبران مختلف مانند گاندی، چرچیل و لی لاکوکا، قدرت هوشمند می‌نامد.

یافته‌های مقاله «تحلیل رهبری امام خمینی^ع در جنگ تحمیلی از منظر جامعه‌شناسی احساسات» (۱۳۹۶) به خامه علی کریمی مله و رضا گرشاسبی حاکی از آن است که امام خمینی^ع از رهگذر نفوذ و قدرت نرمی که در بین مردم داشتند، بر اساس رویکردهایی چون الهی دانستن جامعه نو بنیاد، امید به بهره‌مندی از امداد غیبی، خوف‌انگیزی مثبت، نعمت‌پنداری جنگ، محتوم‌انگاری پیروزی، توانایی و غرور، امید و اطمینان خاطر، هویت، تعهد و هم‌بستگی جمعی، به انتقام‌گیری، خشم و نفرت‌انگیزی مضاعف دامن زدند و بدین‌سان آنان را به کنش جمعی تدافعی در مقابل رژیم بعثی و در نهایت کسب پیروزی غیورانه رهنمون شدند.

به‌رغم پژوهش‌های فراوان در حوزه جامعه‌شناسی احساسات و همچنین نسبت آن با سیاست، آثار معدودی به‌صورت غیرمستقیم به موضوع قدرت نرم و احساسات اشاره کرده‌اند. اما به ضرس قاطع می‌توان گفت که هیچ پژوهشی با رویکرد اسلامی به موضوع احساسات و قدرت نرم پرداخته است. پس، این پژوهش از این جهت بدیع است.

چهارچوب مفهومی پژوهش

۱. قدرت نرم

الف) قدرت نرم از دیدگاه غربی

«نای» در اصل مفهوم قدرت نرم را در اوایل دهه ۱۹۹۰ تا حدی برای مقابله با آنچه به نظر او ماهیت متغیر سیستم بین‌المللی بود، مطرح کرد. او در اصل قدرت نرم را به‌عنوان چیزی تعریف کرد که زمانی اتفاق می‌افتد که کشوری کشورهای دیگر را وادار می‌کند آنچه را

بخواهند که این کشور می خواهد، در مقابل قدرت یا فرماندهی سخت که به دیگران دستور می دهد آنچه را که می خواهد انجام دهند (Nye, 1990: 166). نای ادعا کرد که عامل فناوری، آموزش و رشد اقتصادی در قدرت بین المللی اهمیت بیشتری می یابد، در حالی که اهمیت جغرافیا، جمعیت و مواد خام کمتر می شود (Ibid: 154). بنابراین، در دنیایی که قدرت سخت تأثیر کمتری دارد، تعیین دستور کار و سازمان دهی اوضاع در سیاست جهانی به همان اندازه مهم است که دیگران را به تغییر در موارد وادار کند (Ibid: 166).

همان گونه که نای ادعا می کند، اگر دولتی بتواند قدرت خود را در نظر دیگران مشروع جلوه دهد، در برابر خواسته های خود با مقاومت کمتری روبه رو خواهد شد (Ibid: 167). به گفته نای، این ظرفیت از سه منبع نشئت می گیرد: فرهنگ آن (در مناطقی که برای دیگران جذاب است)، ارزش های سیاسی آن (هنگامی که در داخل و خارج به آن ها عمل می کند) و سیاست های خارجی آن (هنگامی که آن ها مشروع و دارای اقتدار اخلاقی محسوب می شوند) (Nye, 2004: 11). با این حال، چنین منابعی به طور خودکار بر دیگران اثر نمی گذارد تا چیزی را بخواهند که شما می خواهید، بلکه باید از طریق اقدامات با هدف دستیابی به نفوذ (تأثیر) خاص، محقق شود. به عقیده نای، قدرت نرم عبارت است از توانایی دستیابی به نتایج مطلوب از طریق ابزارهای مشترک تنظیم دستور کار، اقناع و جذب. تنظیم دستور کار به نحوی که برخی مسائل را برجسته کند و برخی دیگر را دور از چشم نگاه دارد و مکانیسم های اقناع و جذب، هر دو، جایگزین های مهمی برای قدرت سخت فراهم می کنند (Nye, 2011: 16).

نای سه مهارت را در اعمال قدرت نرم ضروری می داند: نخستین مهارت هوش هیجانی است که به معنای توانایی کنترل احساسات و استفاده از آن ها در ارتباط با دیگران است؛ دوم، ایجاد تصویری از آینده که دیگران را جذب کند و سوم، مهارت های ارتباطی است که شامل مهارت های بیانی، همچنین توانایی استفاده از وسایل ارتباطی غیرکلامی است (مایلی و مطیعی، ۱۳۹۵، ج ۹: ۱۹۲). در همین راستا، هایدن معتقد است «جاذبه» مشخصاً رفتار قدرت نرمی اصیل است (Hayden, 2012: 29). به عنوان مثال، نای خاطر نشان می کند رهبران سیاسی مدت ها است متوجه شده اند که قدرت ناشی از جذب است. به عبارت دیگر، اگر بتوانم شما را وادار کنم تا خواسته من را بخواهید، مجبور نیستم از هویج یا چماق استفاده

کنم تا شما را مجبور به انجام این کار کنم (Nye, 2004: 6). ممکن است شخص برای رسیدن به اهداف خود، از حس جاذبه، عشق یا وظیفه در روابط استفاده کند (Ibid: 7). با این حال، همان‌گونه که نای اذعان می‌کند، جاذبه پیچیده‌تر از چیزی است که در ابتدا به نظر می‌رسد؛ زیرا می‌تواند به جلب توجه مثبت یا منفی و همچنین ایجاد آثار مغناطیسی جذاب یا مثبت اشاره کند (Nye, 2011: 91-92). درباره کنشگران دولتی، مجموعه‌ای از ویژگی‌ها مانند خوش‌خلقی، شایستگی و زیبایی (جذبۀ کاریزما) اغلب در تأثیرگذاری بر دیگران، در جهت مرجح شخص کلیدی است (Ibid: 92). از این نظر، نگرانی نای درباره ویژگی‌های تشکیل‌دهنده جاذبه به جنبه‌های اجتماعی قدرت نرم اشاره می‌کند: «تولید قدرت نرم از طریق جاذبه به ویژگی‌های عامل و نحوه درک آن‌ها توسط جامعه هدف بستگی دارد» (Ibid). در بحث جاذبه، نای اشاره می‌کند که چگونه در یک رابطه، قدرت نه الزاماً در همتای بزرگ‌تر، بلکه در ترکیب اسرارآمیز جاذبه است (Nye, 2004: 5). به عبارتی، توانایی تعیین اولویت‌ها با دارایی‌های نامشهود از قبیل یک شخصیت جذاب، فرهنگ، ارزش‌ها و نهادهای سیاسی و سیاست‌هایی که مشروع یا دارای اقتدار اخلاقی تلقی می‌شوند در ارتباط هستند (Ibid: 6).

ب) قدرت نرم از دیدگاه اسلامی

یکی از موضوعات مهم و مورد بحث روان‌شناسی «رفتار» است؛ به طوری که برخی علم روان‌شناسی را رفتارشناسی نامیده‌اند؛ زیرا در این علم، رفتار موجود زنده عموماً و رفتار انسان خصوصاً بررسی می‌شود. در هر موجود زنده دو خاصیت اساسی «ادراک» و «حرکت ارادی» وجود دارد. در انسان نیز به‌عنوان موجود زنده، این دو خاصیت به‌صورت گسترده‌تر و پیچیده‌تر و عمیق‌تر وجود دارد: یکی دستگاه ادراک و دیگری دستگاه اراده. در حوزه ادراک علم و شناخت دخیل است که به «بینش» تعبیر می‌شود و در اراده میل، رغبت و انگیزش نقش دارد که به «گرایش» تعریف می‌شود. این دو عامل اساسی، یعنی «بینش» و «گرایش»، موجب پیدایش «کنش» یعنی رفتار می‌شود. بنابراین، شناخت به‌تنهایی نمی‌تواند رفتاری را ایجاد کند: چه‌بسا انسان می‌داند که رفتاری مفید است و با آنکه به آن علم دارد، برخلاف آن

عمل می‌کند. رفتارها تنها معلول ادراک و شناخت نیستند: علاوه بر شناخت، نیروی دیگری به نام انگیزش و هیجانات وجود دارد که عامل آن احساسات و عواطف است (جلالی، ۱۳۸۰: ۴۵-۴۶).

در همین راستا، از آنجاکه انسان مستعد و توانمند از سه ساحت بینش، گرایش و توانایی بهره‌مند است، رفتارهای انسان در فرایندی تکراری، دانش و بینش و گرایش او را به نمایش می‌گذارد؛ به این ترتیب که فرد درباره مسائل گوناگون به شناخت و بینش دست می‌یابد. پس، تحول فرد از دانش آغاز و با نگرش ارزیابی می‌شود، سپس عاطفه و احساس او را درگیر می‌کند، آن‌گاه گرایش را در او به وجود می‌آورد و سپس به رفتار منتهی می‌شود (صفورایی پاریزی و اخلاقی، ۱۳۹۶: ۱۹۲-۱۹۵).

بعد دانش و بینشی: امام علی علیه السلام درباره تأثیر بعد بینشی بر رفتار به کمیل می‌فرماید: «هیچ فعالیت نیست مگر آنکه تو در آن نیازمند شناخت هستی.» همچنین، ایشان می‌فرمایند: «اساس ایمان دانش است.» پس، رفتار متوقف بر بینش و دانش است؛ زیرا فعل اختیاری فعلی است که بر اساس خواست فاعل انجام می‌شود و بر گرایشی که به آن فعل و به هدفی که از انجام دادن آن فعل دارد، مبتنی است. از سوی دیگر، صدور چنین فعلی بدون شناخت فاعل، از خود فعل و از هدف فعل خویش ناممکن است؛

بعد نگرشی: بینش‌ها یعنی شناخت‌ها، جهان‌بینی و ارزش‌ها که در یک فرایند، موجب شکل‌گیری نگرش‌ها می‌شود. نگرش‌ها عباراتی ارزیابی‌کننده (مطلوب یا نامطلوب) درباره اشیا، مردم یا رویدادها هستند که احساس ما به آن‌ها را بیان می‌کنند. پس، نگرش عبارت است از احساس موافق یا مخالفی که آدمی بنا به احساس و اندیشه اکتسابی پیشین خود، به شخصی، شیئی یا امری نشان می‌دهد. هر نگرش از سه عنصر باور (مؤلفه شناختی)، ارزش (مؤلفه عاطفی) و آمادگی عمل (مؤلفه رفتاری) ساخته می‌شود. بررسی نگرش‌ها بر اساس سه عنصر سازنده آن یعنی شناخت، عاطفه و آمادگی رفتار، کمک می‌کند پیچیدگی آن و رابطه بالقوه‌ای را که با رفتار دارد درک کنیم. این عناصر باهم رابطه نزدیکی دارد و به‌ویژه شناخت و عاطفه از بسیاری جهات از یکدیگر قابل تمییز دادن نیست؛

بعد گرایشی: به دنبال نگرش‌های مثبت، شخص به انجام آن رفتار گرایش و تمایل

می‌یابد و در مرحله بعد به عمل دست می‌زند. اهمیت گرایش در شکل‌گیری رفتار به حدی است که قرآن کریم از گرایش مردم به خاندان ابراهیم علیهم‌السلام به‌عنوان دعای ایشان سخن می‌گوید؛ وقتی که ایشان درخواست کردند: «پروردگارا، من یکی از فرزندانم را در دره‌ای بی‌کشت، نزد خانه محترم تو، سکونت دادم. ... پس، دل‌های برخی از مردم را به‌سوی آنان گرایش ده و آنان را از محصولات موردنیازشان روزی ده. باشد که سپاسگزاری کنند.» گرایش مردم به معنای این است که دل‌های مردم به‌سوی ذریه ایشان متمایل شود؛ به‌طوری‌که وطن‌های خود را رها کنند و بروند و پیرامون آن‌ها منزل گزینند یا دست‌کم به زیارت خانه بروند و قهراً با ایشان هم‌انس بگیرند؛

بعد رفتاری: به دنبال گرایش‌های توحیدی، رفتارهای خاص هم‌راستا با آن در انسان تکوین می‌یابد: «و [مؤمنان] روی زمین می‌افتند و می‌گریند، و بر فروتنی آن‌ها می‌افزاید» (اسراء: ۱۰۹). رابطه بین مبانی و پیش‌فرض‌ها و الگوی رفتاری از لحاظ علمی به اثبات رسیده است: رفتار افراد معلول نگرش و نگرش نیز مسبوق به دانش اولیه است. قرآن کریم رفتارهای انسان را زاده و برخاسته از خلق و خواها، شاکله و هویت او بیان می‌کند: «بگو هرکس برحسب ساختار روانی و بدنی خود عمل می‌کند.»

هر جامعه کوچک یا بزرگی به حسب خود، نیازمند داشتن حاکمیتی است که در آن جایگاه حاکم، قانون و مردم و رابطه بین آن‌ها مشخص باشد. در جامعه الهی و اسلامی حاکمیت مطلق و حکم از آن خداست و همه امور در دست تقدیر اوست. خداوند برای اجرای این حاکمیت حکمت‌مدار بر اساس ویژگی انسان، با فرستادن پیامبران به‌عنوان حجت خود بر مردم، رابطه میان حاکمیت، حکم، حاکم و مردم را مشخص کرده است. خداوند پیروی مردم از خود را عیناً در پیروی مردم از پیامبر دانسته است. حکم پیامبر در حق مردم، همان حکم خداست و کسی در برابر حکم پیامبر حق انتخاب ندارد. خداوند بارها در قرآن در کنار دستور به فرمان‌برداری از خود، به اطاعت از رسولش و اولوالامر فرمان داده و شرط رستگاری و ارادت به ساحت کبریایی خداوند را اطاعت رسول دانسته است. همان‌طور که حاکمیت و حکم خداوند بر اساس علم و حکمت است، انتخاب رسولان و اولیای الهی نیز به تبع آن بر مبنای عدالت و آگاهی و حکمت است. بنابراین،

هرگاه فرمانی از سوی پیامبر، امام و حتی از سوی جانشینان عصر غیبت صادر شود، آن فرمان چون الهی است، فرمان خداست و مردم باید از آن اطاعت کنند. براین اساس، فرمان‌های الهی دارای حکمت و مصلحت‌اند؛ حتی اگر آن حکمت و مصلحت برای همه افراد آشکار نباشد. جذابیت و برد چنین پیوند مستحکمی که در سایه رهبری الهی و مطمئن میان حاکم و مردم بر اساس عقیده و از روی برهان و حجت شکل گرفته، فراتر از هر قدرت قهریه یا طمع‌ورزانه‌ای است. جان‌فشانی، ایثار و اتحاد مردم و اطاعتشان از رهبر از ویژگی‌های چنین پیوندی است که مبنای آن عقیده است، نه تعصب و پیوندهای مالی، ملی یا جهالت و بیگاری. تجربه روشن و موفق چنین پیوندی در اسلام، حکومت خود پیامبر در صدر اسلام است که در کمترین زمان بیشترین موفقیت و رشد مادی و معنوی را در عالم به دنبال داشت (میرزایی، ۱۳۹۴: ۷۱-۷۲).

بنابراین، خالق هستی منبع اصلی و حقیقی قدرت نرم است. سرآمد عوامل و کارگزاران هدایت انسان‌ها به سوی غایت هستی معصومان علیهم‌السلام و اولیای الهی هستند که به اذن الهی و طی شکل‌گیری و تحقق لایه‌های سه‌گانه بینشی، گرایشی و کنشی قدرت نرم و به مثابه «مثل اعلی»، از چنین قدرتی برخوردارند. دیگر انسان‌ها نیز مشروط به همراه شدن با برگزیدگان و رهبران الهی، توانایی تولید و اعمال قدرت مذکور را در راستای تحقق نظام آرمانی و غایات و اهداف خالق هستی خواهند داشت؛ چراکه بر اساس نظریه فطرت مخموره، همه انسان‌ها از فطرت کمال‌طلبی برخوردارند. کسب قدرت و به خصوص نوع نرم آن یکی از موارد کمال است. در خصوص قدرت نرم، همه انسان‌ها به دنبال هیبت، شکوه، جذابیت، قدرت اقتناعی و اعتبار داشتن هستند. مبنای قدرت نرم جذب با ایجاد جاذبه‌هاست، اما این جذابیت‌ها می‌توانند حقیقی و بر اساس کمالات حقیقی آفرینش باشند. پس، انسان‌های کمال‌خواه با اهرم قدرت نرم جذب شده و در نتیجه فطرت پاک خود، عمل صالح انجام می‌دهند (لکزایی و حبیبی، ۱۳۹۷: ۲۵-۲۶).

بنابراین، مدیریت قدرت نرم به منظور توصیف نحوه به‌کارگیری قدرت از سوی عامل انسانی است؛ به گونه‌ای که با کمترین هزینه ممکن بیشترین ضریب تأثیر را داشته باشد. گاهی مواهب الهی موجب افزایش ضریب نفوذ، قدرت رهبری و مدیریت می‌شود. برای

نمونه، می‌توان به آیه ۱۵۹ سوره آل عمران اشاره کرد که در آن خداوند به موهبت «نیک‌سیرتی پیامبر اکرم ﷺ» اشاره می‌کند که موجب الفت قلوب مؤمنان شده است (افتخاری و دیگران، ۱۳۹۴: ۱۶-۱۷) پس، قدرت نرم مشروع در قرآن همسو با فلسفه قدرت در اسلام است و تعریفی متفاوت با قدرت نرم در علوم سیاسی رایج دارد. بدیهی است که هر نوع توانایی و قابلیت‌هایی که صرفاً خواسته سلطه‌گران را تأمین کند، هرچند به دور از خشونت و زور باشد، از نظر اسلام مشروعیت ندارد. از این جهت، قدرت نرم در اسلام به مفهوم توانایی شکل‌دهی و بازسازی آگاهانه ادراک و علایق انسان‌ها از طریق فطرت، عاطفه و استدلال است و هرگونه خشونت و زور در آن منتفی است. هدایت و عبودیت بشر، اجرای عدالت و تنظیم درست روابط میان انسان‌ها و نظم‌بخشی به شئون زندگی سعادت‌بخش، اهداف این قدرت است. چنین قدرتی با دل‌ها و افکار انسان‌ها سروکار دارد و فرامرزی و خارج از کنترل قدرت‌ها و دولت‌هاست. قدرت نرم اسلام به گونه‌ای است که در شرایط سخت اختناق نافذ، و در بالاترین موقعیت قدرت قابل اعمال است (میرزایی، ۱۳۹۴: ۶۴).

بنابراین، قدرت نرم قرآنی با قدرت نرم از دیدگاه متفکران غربی همچون جوزف نای تفاوت‌هایی بنیادین دارد. در تعریف قرآنی، توجه به عامل سومی به نام خدا به‌عنوان اصلی‌ترین اثرگذار در عالم برای اثرگذاری بر هرکس و هر چیزی صورت پذیرفته است. قدرت نرم اعم از جاذبیت نزد جامعه هدف است و شامل هر منبع ایجاد توانایی در تأثیرپذیری در دشمن و تأثیر نپذیرفتن از دشمن می‌شود. منابع قدرت نرم اعم از منابع تأثیرگذار مستقیم بر جامعه هدف است و شامل منابعی هم می‌شود که به اصلاح رابطه فرد و خدا می‌انجامد؛ که در نتیجه آن تأثیرگذاری بر دشمن یا عدم تأثیرپذیری از دشمن توسط خداوند و با وعده او انجام می‌پذیرد (خوش‌فر و دیگران، ۱۳۹۸: ۲۹۰).

در همین راستا و با توجه به نقش مهم عواطف و احساسات در قدرت نرم، باید گفت که در نظام تربیتی اسلام، «عاطفه» از جهت همراهی با «عقل» و «اراده» اهمیت بیشتری دارد و این دو برای هدایت و کنترل آن‌ها برنامه‌ریزی شده است. به همین دلیل، عاطفه و مصداق‌های آن در آموزه‌های دینی به‌ویژه آیات الهی به امور معنوی و معرفتی صدق می‌کند: «قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِلَّا الْمَوَدَّةَ فِي الْقُرْبَىٰ» (شوری: ۲۳). مودت، که اوج عاطفه مثبت

انسان به اهل بیت رسول الله ﷺ تلقی می‌شود، معادل نتیجه و اجر تمام زحمات پیامبر اسلام ﷺ به‌شمار می‌رود. بنابراین، آیات متعددی در باب محبت، مودت، ترحم، رحمت، لطف، رأفت، عفو، خشوع و... وجود دارد که تماماً از شقوق و تجلیات عاطفه برشمرده می‌شود، که هریک به بخشی از معرفت و معنویت ناظر است که در افزایش و کسب معارف الهی در انسان نقش اساسی دارد و بروز آن در رفتار انسان، ارادی است. خداوند در این آیه می‌فرماید: «إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ سَيَجْعَلُ لَهُمُ الرَّحْمَنُ وِدًّا» (نور: ۹۶). این آیه نورانی به‌روشنی اعلام می‌کند که اولاً عطوفت بر اثر ایمان به معارف و حیانی و عمل به آن ایجاد می‌شود و ثانیاً پیدایش این عاطفه بر اثر عنایت خاص و ذیل اسم رحمانیت حق است که به معنای شمول عاطفه‌عام و محبت به عموم است. به دیگر سخن، آیه نورانی می‌فرماید این عواطف عالی انسانی بر اثر معرفت و ایمان و عمل صالح پیدا می‌شود و ریشه معرفتی دارد. با این رویکرد قرآنی، «عاطفه» رفتاری سازنده و از ویژگی‌های صفات عالی انسانی و ثمره فعالیت‌های انسانی و مبتنی بر عقل است (نجفی و دیگران، ۱۳۹۴: ۵۵-۵۶).

تفاوت رویکردی قرآنی به عاطفه با دیگر مکاتب در این است که عاطفه در اسلام ریشه معرفتی و پیوند عمیق با عقل و اراده دارد. اراده به‌صورت مکمل، عواطف را پشتیبانی می‌کند و به‌عنوان نیروی درونی بعد از اندیشه و تفکر فرد ظاهر می‌شود؛ یعنی انسان پس از تجزیه و تحلیل و عاقبت‌اندیشی، مصلحت و مفسده‌ها را تشخیص می‌دهد، و سپس با انتخاب اصلح اراده، عاطفه شکل می‌گیرد. دخالت عقل و اراده سبب می‌شود که عاطفه به عمل مثبت و حتی اخلاقی تبدیل شود و به‌نوعی عاطفه تحت فرمان عقل ظهور و تجلی می‌یابد. پس، عاطفه با اراده تجلی دارد (همان: ۵۶).

۲. احساسات

چرا احساسات مهم هستند؟ در طول قرن‌ها پاسخ‌های مشابهی به این سؤال داده شده است. احساسات نمک زندگی هستند که بدون آن، زندگی عطر و طعم ندارد (Elster, 1999: 403). کسی که برای نخستین بار اصطلاح «احساس» را به‌وجود آورد، کاملاً از آن آگاه بود. پیش از معرفی اصطلاح، متفکران معمولاً از واژه «هیجان» برای اشاره به پدیده احساسی استفاده

می‌کردند. کلمه هیجان از $\pi\acute{\alpha}\sigma\chi\omega$ یونانی به معنای «متحمل شدن» گرفته شده و در نتیجه بر تجربه فردی تأکید دارد. کلمه احساس از Emovere لاتینی گرفته شده که به معنای «بیرون آمدن» است. معنای دقیق کلمه نشان‌دهنده این است که احساسات درباره بیرون آوردن وضعیت درونی افراد و شناساندن آن به مشاهده‌گران است. در نتیجه، بر ذات اجتماعی پدیده تأکید دارد. احساسات به صورت فعال امور را به حرکت درمی‌آورند (Van Kleef, 2016: 1-2). احساسات با همه اقدامات اجتماعی همراه هستند، و هم انگیزه و هم اهداف را تأمین می‌کنند (Jasper, 1998: 397). احساسات به ایده‌ها، ایدئولوژی‌ها، هویت‌ها و حتی منافع قدرت ایجاد انگیزه می‌دهند (Ibid, 420).

احساسات یک جنبه تعیین‌کننده از وضعیت انسان‌ها به‌شمار می‌روند. احساسات در زندگی اجتماعی و حرفه‌ای ما نفوذ می‌کنند، بر تفکر و رفتار ما اثر می‌گذارند و عمیقاً روابط و تعاملات اجتماعی ما را شکل می‌دهند. به طور سنتی، احساسات عمدتاً به‌عنوان پدیده‌های فردی، با تمرکز بر مؤلفه‌های شناختی و بیانی و فرایندهای فیزیولوژیکی و عصبی به‌مثابه زیربنای واکنش‌های عاطفی، مفهوم‌سازی و مطالعه می‌شوند. با این حال، طی دو دهه اخیر، آگاهی علمی فزاینده‌ای پدید آمده است که احساسات ذاتاً اجتماعی هستند؛ یعنی تمایل دارند توسط افراد دیگر برانگیخته، به افراد دیگر ابراز و برای اثرگذاری بر دیگران یا پیروی از هنجارهای اجتماعی تنظیم شوند (Van Kleef & et. al., 2016: 1).

تعاریف مختلفی از احساسات وجود دارد؛ اعم از احساس به‌عنوان راهی خاص تا حالت‌های خلقی، تغییرات فیزیولوژیکی، اجزای عصب فیزیولوژیک تا واکنش به یک رویداد. از منظر نظریه ارزیابی شناختی، احساس به‌عنوان پاسخ ذهنی سازمان‌یافته به یک واقعه یا موجود تعریف می‌شود. احساسات کوتاه‌تر هدف‌محور و شدیدتر از حالات روحی (خلق و خو) هستند. نظریه پردازان ارزیابی اشاره می‌کنند که احساسات با ارزیابی‌های مختلف رویداد، شخص یا موقعیت ایجادکننده احساسات در ارتباط‌اند. در حالی که فهرست توافق‌نشده‌ای از ابعاد ارزیابی وجود ندارد، حالت‌های احساسی گسسته دارای الگوهای مختلف ارزشیابی، برانگیختگی، عدم قطعیت، مسئولیت غیر، کنترل فردی (در مقابل موقعیتی)، تهدید، ممانعت از هدف و سایر موارد توصیف شده است. در مجموع، احساسات

واکنش‌های گذرا و شدید به یک واقعه، شخص یا موجود هستند (Gooty & et. al., 2010: 980).

مدیریت احساسات به مثابه قدرت نرم از منظر جامعه‌شناسی احساسات

توانایی برقراری ارتباط عاطفی با مخاطب مهارتی اساسی در مقام حکمران سیاسی است. میزانی که سخنان رئیس‌جمهور امریکا می‌تواند احساسات را برانگیزد، با تصور عموم از عظمت و جذبۀ هر رئیس‌جمهور ارتباط مستقیم دارد. درحقیقت، خصیصۀ سخنرانی‌های بزرگ و رهبرانی که آن‌ها را می‌رسانند، توانایی‌شان در تحریک احساسات مخاطبان است (Young, 2017: 312). اغلب، پیروان شیفته سخنرانی‌های الهام‌بخش می‌شوند؛ از جمله این سخن‌مارتین لوتر کینگ که گفت: «من یک رؤیا دارم» یا سخن جی. اف. کندی که گفت: «دنبال این نباشید که کشور شما چه کاری می‌تواند برایتان انجام دهد، بلکه از خود پرسید که چه کاری می‌توانید برای کشور خود بکنید.» اگرچه رهبران را می‌توان کارزماتیک دانست بدون اینکه سخن‌گویانی افسونگر باشند، توانایی جذب مخاطب از طریق سخنوری گیرا نقش مهمی در شکل‌گیری نفوذ اجتماعی دارد (Tan & Wee, 2002: 1-2).

بنابراین، بهره‌گیری رهبران سیاسی از قدرت زبان و کاربست احساسات در ارتباطات سیاسی، یکی از عوامل بسیار مؤثر در ایجاد اقناع و ترغیب در پیروان است. این عامل در میان همه رهبران یکسان نیست و برخی رهبران از قدرت زبان‌شناختی قوی برخوردارند و برخی دیگر قدرت زبان‌شناختی ضعیفی دارند. برای مثال، می‌توان به محمدرضا پهلوی در دوره پهلوی دوم ارجاع داد. درواقع، یکی از دلایل اصلی بحران مشروعیت در آن ساختار، نبود رهبری سیاسی است که بتواند خوب نطق، و به‌درستی گزاره‌های ایجابی را ایجاد و منتقل کند. پس، می‌توان به آرشیو جشن‌های دوهزاروپانصدساله و سخنان شاه در آن توجه کرد. درواقع، شاه در آن جشن‌ها به‌گونه‌ای مضحک صحبت می‌کند که اصلاً دارای ادبیات بلیغ و فصیح نیست و قدرت زبان‌شناختی شاه بسیار ضعیف است.

با وجود گذشت هزاران سال و ظهور انواع فناوری‌ها و تغییرات جدید، بلاغت ارسطو هنوز هم راهنمای اصلی هنر ارتباطات است. ارسطو گفت که ارتباط عالی به سه چیز نیاز دارد: اخلاق یا منش، احساس و قوه تعقل، که سخن‌درستی است؛ چراکه اخلاق، احساس

و قوه تعقل به سه سؤال همیشگی پاسخ می‌دهند که در ذهن هر گروهی از افراد وجود دارد که یک رهبر بالقوه را ارزیابی می‌کنند: «آیا می‌توانم به شما اعتماد کنم؟» (اخلاق یا منش)؛ «آیا به آنچه می‌گویید اهمیت می‌دهم؟» (احساس) و «آیا شما راست می‌گویید یا سخت‌ن استوار است که عملکرد بلاغت «ترغیب کردن نیست، بلکه کشف کردن ابزارهای متقاعدکننده موجود در هر مورد است» (Condor & et. al., 2013: 263-264).

منش (اتوس): پیش‌نیاز اول منش است. منش در واقع نمایانگر توانایی رهبران در تبدیل پیروان به شرکت‌کنندگان فعال در بینش است. برای این کار، رهبران تنها خواسته‌ها یا نیت‌هایی را که مطابق با انتظارات پیروان باشد بیان نمی‌کنند. به جای آن، رهبران مجموعه‌ی جدیدی از اعتقادات را ارائه می‌کنند. مقصود بالا بردن انگیزه پیروان است. هدف نه‌تنها آگاه ساختن آن‌ها از این اعتقادات، بلکه شرکت دادن فعال آن‌ها در مدیریت این اعتقادات است. رهبران به لطف منش می‌توانند اعتماد موجود در روابط خود با پیروان را افزایش دهند. ما می‌توانیم این پیش‌نیاز را در نظام‌های سیاسی به‌ویژه در سخنرانی‌های سیاست‌مداران ببینیم. یکی از نمونه‌های مهم استفاده از منش، سخنرانی فرانسوا اولاند در یک مناظره تلویزیونی ضد نیکولاس سارکوزی در زمان مبارزات انتخاباتی ریاست جمهوری در سال ۲۰۱۲ است. او هر جمله را با «من، رئیس‌جمهور» شروع می‌کرد. وی این کلمات را پانزده مرتبه تکرار کرد. در آن زمان، با وجود رئیس‌جمهور نبودن، هدف اعتبار خاص بخشیدن به او همراه با خواسته وی مبنی بر جلب اعتماد رأی‌دهندگان بود.

استدلال منطقی (لوگوس): لوگوس یا استدلال منطقی نشان‌دهنده توانایی معنا دادن، روشن کردن و صریح کردن گفتار (سخنرانی) با یک توضیح عمیق درباره محتواست. به لطف این توضیحات، رهبران می‌توانند دانش و درک خود را راجع به روش‌ها و تحلیل‌هایی که درباره آن‌ها صحبت می‌کنند نشان دهند. عملکرد لوگوس برای اطمینان از اینکه پیام به خوبی توسط پیروان دریافت و درک شده ضروری است. بنابراین، لوگوس منطقی یا دلیل را می‌طلبد. گوینده به جای استفاده از احساسات، در یک استدلال منطقی از حقایق استفاده می‌کند. این در نظام‌های سیاسی که همه پیروان با روندها یا سیاست‌های توسعه‌یافته توسط

رهبران سیاسی آشنا نیستند، صادق تر هم هست. بنابراین، هدف لوگوس بیرون کشیدن پیروان از سردرگمی است تا آن‌ها را در چهارچوبی از درک وارد کند.

احساسات (پاتوس): آخرین پیش‌نیاز پاتوس است. پاتوس به جنبه احساسی یک سخنرانی مربوط می‌شود. پاتوس در واقع نشان‌دهنده دغدغه‌های عاطفی سخنران است. پاتوس امکان ابراز احساس همدلی به مردم و غیره را فراهم می‌کند و درک و علاقه درباره نگرانی‌ها و احساسات دیگران را نشان می‌دهد. پاتوس از آنجاکه باعث ظهور احساسات می‌شود، راهی است برای ترغیب دیگران به لطف در میان گذاشتن احساسات. همان‌گونه که دمیردوژن شرح داده است، پاتوس هوش هیجانی را می‌طلبد. ارسطو معتقد بود که «برخی فضایل مانند عدالت، سخاوت، شجاعت، ملایمت و خرد» در استفاده از پاتوس نقش دارند. به‌عنوان مثال، می‌توان از سخنرانی مشهور مارتین لوتر با عنوان «من یک رؤیا دارم» صحبت کرد که بخشی از جنبش‌های حقوق مدنی ایالات متحده بود (Langlais, 2014: 60-63).

علوم اعصاب، علوم اجتماعی، علوم شناختی و روان‌شناسی سیاسی نشان می‌دهد که عقل و احساسات در هم تنیده شده‌اند و مسئولیت‌های مشترکی دارند. به‌عبارت دیگر، احساسات از مؤلفه‌های اصلی سازکار خرد و از این رو بخش جدایی‌ناپذیری از هوش انسان است. این واقعیت که احساسات در قادر کردن عقل برای کار کردن ضروری هستند، پیامدهای عمیقی برای درک ارتباطات سیاسی دارد. به‌عنوان مثال، درک ما از پردازش اطلاعات و انگیزه‌های سیاسی را عمیق‌تر می‌کند و ما را به فراتر رفتن از دوران انتخاب منطقی فرامی‌خواند. مغز ما اطلاعات بسیار بیشتری را دریافت می‌کند که عقل هوشیار ما قادر به پردازش آن‌هاست. در واقع، سیستم‌های شناختی و عاطفی نه تنها تلاقی دارند، بلکه یکدیگر را تقویت می‌کنند. بدون انگیزه عاطفی، بعید است عقل ما را به سمت عمل سوق دهد (Escobar, 2011: 110). مغز عاطفی مانند داروخانه بزرگی است پر از هورمون‌های کورتیزول، سروتونین، اکسی‌توسین و دوپامین که ما ناچاریم وارد آن شویم؛ زیرا ما عاشق احساسات قدرتمندی هستیم که آن داروها ایجاد می‌کنند. ما عاشق اوج‌ها هستیم، عاشق حسیض‌ها هستیم و عاشق احساسات هستیم. رهبران سیاسی بزرگ می‌دانند که چگونه این مواد را روانه کنند. رهبران از تکنیک‌های متفاوتی استفاده می‌کنند:

«تکرار» یکی از راه‌های خوراندن عصاره‌های عاطفی است. تکرار یکی از وسایل قدیمی بلاغت رومی است: در آن زمان تحت عنوان آنافورا (برگشت) شناخته می‌شد. آنافورا به‌عنوان بخش اصلی برخی از سخنرانی‌های مشهور تاریخ ظاهر شده است؛ از جمله «ما باید در سواحل با آن مبارزه کنیم» چرچیل تا «من یک رؤیا دارم» مارتین لوتر کینگ. تکرار تأثیر فوق‌العاده‌ای دارد. الگو، جاذبه و پیش‌بینی‌پذیر بودن می‌تواند افراد را متعالی کند؛ راه دیگری که رهبران از طریق آن مواد (داروها) را روانه می‌کنند «ستایش» (تمجید) است. ستایش باعث آزاد شدن سروتونین می‌شود و این باعث می‌شود افراد احساس آرامش و اطمینان داشته باشند. چرا بسیاری از رهبران تصور می‌کنند که ارباب همه‌جا شدن ایده خوبی است؟ چه کسی می‌داند؟ این ستایش است که باعث افزایش کارایی می‌شود و ستایش تنها برای شخص ستایش‌شونده خوب نیست؛ این باعث می‌شود که شخصی که ستایش می‌کند نیز احساس خوب داشته باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که در هنگام ستایش سطح سروتونین، هم در مغز فرد ستایش‌شونده هم در مغز ستایش‌کننده افزایش می‌یابد. ستایش آنان را متحد، و محیطی امن، حمایتی و راحت ایجاد می‌کند و باعث می‌شود همه احساس خوب داشته باشند؛

یکی دیگر از راه‌های برانگیختن احساسات مردم «داستان خوب قدیمی» است. یک داستان خوب چنانچه به خوبی گفته شود، می‌تواند باعث شود که سه هورمون مختلف در مغز ترشح شود. همان‌گونه که ما درباره احساسات و خصوصیات «شخصیت اصلی» صحبت می‌کنیم، اکسی‌توسین، هورمون پیوند، آزاد می‌شود (همان‌طور که جهان را از نگاه شخصیت اصلی می‌بینیم). با مطرح شدن معمای مهم داستان (هر داستان در قلب خود نیاز به معما دارد: تعارض در انتظار حل شدن است)، کورتیزول، همان هورمون استرس، آزاد می‌شود. با حل شدن ماجرا، دوپامین، داروی پاداش، تولید می‌شود (احساس زیبای رضایتی را به ما می‌دهد که وقتی همه قطعات ناگهان باهم جور می‌شوند حاصل می‌شود). بنابراین، اگر رهبران به دنبال تغییر رفتارند، این‌ها موادی هستند که باید عرضه کنیم. رهبران بزرگ اغلب قصه‌گوهای عالی هستند. داستان‌ها می‌توانند جهان را به حد عالی ارتقا دهند. داستان می‌تواند از تاریخ باشد (ارجاع سریع به گاندی یا ماندلا می‌تواند انواع احساسات را

برانگیزد) یا ممکن است شخصی باشد. اهمیتی ندارد. در زبان رهبر، آنچه اهمیت دارد این است که چه احساسی به مردم داده می‌شود (Lancaster, 2015: 18-20).

بنابراین، از آنجاکه رهبری فرایندی جمعی و پویاست، بسیار وابسته به زبان و هویت اجتماعی است. رهبران برای انگیزتن یک گروه برای اقدام، باید از انگیزه‌های روان‌شناختی اجتماعی پیروان بهره ببرند. بهره‌گیری استراتژیک از انگیزه‌های روان‌شناختی اجتماعی اساساً فرایند قدرت است که با زبان واسطه‌گری می‌شود (Reid and Ng, 2003: 210). زبان چهارچوبی برای افکار ما فراهم می‌کند و فکر کردن در خارج از آن چهارچوب بسیار دشوار است. اگر به این استدلال در بستر سیاست و ایدئولوژی نگاه کنیم، می‌بینیم که می‌توان از زبان برای ساخت یک ایدئولوژی استفاده کرد، که می‌تواند هدایت‌کننده طرز فکر مردم باشد. سیاست‌مداران در طول نسل‌ها بخش عمده موفقیت خود را مدیون استفاده ماهرانه خود از بلاغت اند و از این طریق سعی می‌کنند با استفاده زیرکانه از زبان گیرا و ظریف، مخاطب خود را درباره اعتبار دیدگاه‌های خود متقاعد کنند (Thomas & et. al., 2004: 39).

به طور خلاصه، پیام‌دهندگان سیاسی برای ایجاد الگوهای جدید استدلال و تضعیف ادعاهای تازه‌ابرازشده مخالفان خود، از زبان و سایر منابع نمادین به طور انعطاف‌پذیر، خلاقانه و کنایه‌آمیز در چهارچوب تاکتیک‌های نفوذ و افزایش قدرت نرم خود استفاده می‌کنند (Condor & et. al., 2013: 287-288).

تهییج و مدیریت عواطف مردم در متون دینی اسلام

در این پژوهش، نمونه‌هایی از به‌کارگیری تهییج و مدیریت احساسات در متون دینی (به‌ویژه حکومت نبوی و علوی) ذکر می‌شود تا دولتمردان با تأسی از پیامبر خدا ﷺ و امیر مؤمنان ﷺ، از این پتانسیل در جهت ارتقای قدرت نرم جمهوری اسلامی ایران استفاده کنند. حکومت این دو بزرگوار علاوه بر اینکه در رأس امور، فردی معصوم قرار داشت و افعال و اقوالش لازم‌الاتباع بود، از موفقیت بی‌نظیری برخوردار بود. پس، شناخت مسائل حکمرانی این دو حکومت و تبعیت از این بزرگواران، توفیق نظام اسلامی را به‌همراه دارد.

۱. تهییج عواطف در روابط بین‌الملل

نجاشی و هجرت مسلمانان به حبشه

ملاقات جعفر طیار با نجاشی را می‌توان از نمونه‌های مدیریت عواطف به حساب آورد. قریش برای برگرداندن مسلمانان، عمرو بن عاص و عماره بن ولید را با هدایای فراوانی به حبشه فرستادند. نجاشی پس از شنیدن سخنان نمایندگان قریش، از جعفر خواست تا او نیز نظر خود را بیان کند. جعفر طیار پس از بیان وضع زمان جاهلیت اعراب، گفت که خدا در میان ما پیامبری را مبعوث کرد و ما به او ایمان آوردیم. در این میان، قریش به شکنجه ما پرداختند تا ما را از پیروی این آیین مقدس بازدارند. برای دوری از ظلم و ستم آن‌ها به کشور شما پناه آوردیم، و از میان سلاطین و پادشاهان دنیا شخص شما را انتخاب کردیم و به عدالت شما پناهانده شدیم، بدان امید که در جوار عدالت شما کسی به ما ستم نکند. در اینجا جعفر سکوت کرد. نجاشی که سخت تحت تأثیر سخنان جعفر قرار گرفته بود، از جعفر خواست آیاتی از قرآن را تلاوت کند. جعفر سوره مبارک مریم را خواند تا به این آیه «هَٰذِهِ الْيَكِيَّةُ بِجُدْعِ الْتَخْلَةِ تُسَاقِطُ عَلَيْكَ زُطْبًا جَنِيًّا» رسید. احساسات نجاشی و حاضران از شنیدن این آیات چنان تحت تأثیر قرار گرفت که سیلاب اشکشان از چهره سرازیر شد و کشیش‌ها نیز به قدری گریستند که اشک دیدگان‌شان روی صفحات انجیل‌هایی که در برابرشان باز بود ریخت. در این هنگام، نجاشی گفت به خدا سوگند، سخن حق همین است که پیغمبر شما آورده و با آنچه عیسی آورده از یک جا سرچشمه گرفته است. آسوده خاطر باشید که به خدا، هرگز شما را به این دو نفر تسلیم نخواهم کرد (رسولی محلاتی، ۱۳۶۸، ج ۳: ۲۱۳).

۲. تهییج عواطف دشمنان

الف) برخورد پیامبر ﷺ با بریده اسلمی

کارایی مدیریت عواطف منحصر در امور داخلی حکمرانی نیست، بلکه در برخورد با افراد خارج از حاکمیت نیز می‌توان از آن استفاده کرد. در این راستا، پیامبر خدا ﷺ در مواجهه با مأمور دشمن از این شیوه بهره برده‌اند. برای نمونه، وقتی پیامبر خدا ﷺ از مکه به مدینه

مهاجرت کردند، قریش صد شتر جایزه قرار داد برای کسی که پیامبر ﷺ را دستگیر کند و به قریش برگرداند. بریده یکی از اهالی قبیله بنی سهم مکه بود که با هفتاد نفر از هم‌قبیله‌ای‌های خود برای یافتن پیامبر ﷺ، به‌راه افتادند. در راه، با حضرت ملاقات کرد. حضرت نام او را پرسیدند. پاسخ داد: بریده. پیامبر ﷺ رو به ابوبکر کردند و فرمودند: «بَرَدَ أَمْرُنَا وَصَلَحَ؛ کارمان راحت شد.» سپس پیامبر ﷺ پرسیدند: از کدام قبیله‌ای؟ بریده گفت از قبیله بنی سهم. پیامبر ﷺ فرمودند: «خَرَجَ سَهْمُكَ؛ برنده شدی.»^۱ بریده از پیامبر ﷺ پرسید: نامت چیست؟ حضرت پاسخ دادند: من محمد بن عبدالله، پیامبر خدا، هستم. در این حال، بریده گفت: «أَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَشْهَدُ أَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱۹: ۴۰).

با این رفتار پیامبر، بریده و همه اطرافیانش مسلمان شدند. علاوه بر اینکه این تکه تاریخی گویا فال نیک زدن پیامبر ﷺ است، بیان می‌دارد که پیامبر ﷺ چگونه با شخصیت دادن به بریده و تحریک عواطفش، سبب اسلام آوردن بریده شدند.

ب) استسقای امام حسین علیه السلام در روز عاشورا

از منابع تاریخی و روایی چنین استفاده می‌شود که امام حسین علیه السلام در روز عاشورا از دشمن، برای علی‌اصغر آب طلب کردند. برخی این درخواست را یک نوع نقص برای آن حضرت به حساب می‌آورند، اما با تحلیل دقیق روشن می‌شود که امام حسین علیه السلام به دلیل هدفی از دشمن آب خواسته‌اند. دلایل متعددی را برای درخواست امام از دشمن می‌شود مطرح کرد، که یکی از آنها این است که با توجه به اینکه امامان برای هدایت انسان‌ها به امامت برانگیخته شده‌اند، آن حضرت می‌خواستند با نمایش تشنگی کودک شیرخوار، حس ترحم را در دشمن احیا و اسباب هدایت آنان را فراهم کنند؛ چون آن امام همام در لحظات آخر هم از هدایت لشکریان ابن زیاد خودداری نفرمودند.

۱. اصطلاحی در بازی‌های زمان صدر اسلام بود که اگر سهم کسی درمی‌آمد، برنده می‌شد (زمخشری، ۱۴۱۷ق، ج ۲: ۱۷۲).

۳. تهییج عواطف در مقام احتجاج: پاسخ هارون علیه السلام به موسی علیه السلام

حضرت موسی علیه السلام برای مناجات با پروردگار و دریافت کتاب آسمانی، راهی میقات شدند. خدا به موسی علیه السلام خبر داد قوم تو پس از تو گرفتار فتنه‌ها شدند و شخصی به نام سامری آن‌ها را گمراه کرده است. از طرف دیگر، قرار بود مناجات موسی علیه السلام یک ماه باشد، ولی این مناجات ده روز تمدید شد و موسی علیه السلام چهل روز در کوه طور ماندند. این مسئله باعث شد شایعاتی درباره‌ی دنیا رفتن حضرت موسی علیه السلام مطرح شود. سامری از این فرصت سوءاستفاده کرد و با طلا و جواهرات قوم بنی اسرائیل که از فرعونیان به یادگار مانده بود، مجسمه‌ای ساخت و لوله‌هایی را در این مجسمه به کار برد تا هنگام وزیدن باد، صدایی شبیه صدای گاو از این مجسمه به گوش برسد.

سامری به بنی اسرائیل گفت که خدای شما و موسی علیه السلام همین گوساله است، ولی موسی علیه السلام خدای خود را فراموش کرده و به میقات رفته است. طبق نقل برخی مفسران، هفتاد هزار نفر از بنی اسرائیل تحت تأثیر قرار گرفتند و بت پرست شدند.

این مسئله برای حضرت موسی علیه السلام گران آمد و پس از بازگشت به سوی بنی اسرائیل، هارون علیه السلام را بازخواست کردند. پاسخ حضرت هارون علیه السلام به موسی علیه السلام در دو آیه قرآن بازتاب داشته است. عبارت حضرت هارون علیه السلام طبق نقل سوره اعراف چنین است:

قَالَ ابْنُ أُمَّ إِنْ الْقَوْمَ اسْتَضَعُّوْنِي وَ كَادُوا يَقتُلُونَنِي فَلَا تُشْمِتْ بِي الْأَعْدَاءَ وَ لَا تَجْعَلْنِي مَعَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ (اعراف: ۱۵۰).

گفت ای فرزند مادرم، این گروه مرا ناتوان و زبون شمردند، و نزدیک بود مرا به قتل برسانند. پس، مرا با مؤاخذه کردنم دشمن شاد مکن، و هم‌تراز با گروه ستمکاران قرار مده.

در آیات سوره طه پاسخ جناب هارون علیه السلام چنین آمده است:

قَالَ يَا بَنُ أُمَّ لَا تَأْخُذْ بِلِحْيَتِي وَ لَا بِرَأْسِي إِنِّي خَشِيتُ أَنْ تَقُولَ فَرَّقْتَ بَيْنَ بَنِي إِسْرَائِيلَ وَ لَمْ تَرْقُبْ قَوْلِي (طه: ۹۴).

گفت ای پسر مادرم، نه ریش مرا بگیر و نه سرم را. من ترسیدم که بگویی: میان بنی اسرائیل تفرقه و جدایی انداختی و سفارش مرا در حفظ وحدت بنی اسرائیل رعایت نکردی.

در این دو آیه قاعده این بود که هارون علیه السلام حضرت موسی علیه السلام را یا «یا اخی» یا «یا بنی ابی» بگوید؛ زیرا موسی علیه السلام و هارون علیه السلام از یک پدر و مادر بودند، اما هارون تعبیر «ابن ام» و «یا ابن ام» (فرزند مادرم) را به کار برد، که طبق فرمایش مفسران، این کار به خاطر تحریک عواطف موسی علیه السلام در این حال بوده است، که سرانجام این جریان اثر خود را گذاشت و بنی اسرائیل متوجه زشتی اعمال خویش شدند و تقاضای توبه کردند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۶: ۳۷۹). این واقعه اهمیت کلام و سخن نافذ و تأثیرگذاری آن در تولید قدرت نرم و ایجاد همراهی در افراد و جامعه با سیاست‌ها و اهداف کلان حاکمان سیاسی را بیش از پیش مشخص می‌کند.

۴. تهییج عواطف سربازان و زبردستان

الف) تقسیم غنایم جنگ حنین

پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله در مسیر بازگشت از طائف برای تقسیم غنایم بسیار زیادی که در جنگ حنین نصیب مسلمانان شده بود، به منطقه جعرانه رفتند. غنایم عبارت بودند از: شش هزار اسیر، ۲۴ هزار شتر، بیش از چهل هزار گوسفند و ۸۵۲ کیلوگرم نقره. پیامبر صلی الله علیه و آله سیزده روز تمام در جعرانه توقف کردند، به تقسیم غنایم پرداختند و اسیران قبیله بنی سعد را که از بستگان رضاعی شان بودند آزاد کردند.

ایشان هنگام تقسیم غنایم، کنار شتری ایستادند و مقداری از پشم کوهان آن را در دست گرفتند و به مردم فرمودند: «من از تمام غنایم شما حتی این پشم شتر جز خمس (یک پنجم) حتی ندارم که همان را نیز به شما خواهم داد. بنابراین، هرکس غنیمی در دست دارد، حتی اگر نخ و سوزن باشد، همه را برگرداند تا عادلانه میان شما تقسیم کنم.» آن‌گاه همه غنایم را میان مسلمانان تقسیم کردند و خمس آن را که مخصوص خودشان بود به سران تازه‌مسلمان قریش دادند تا دل‌های آنان بیشتر به اسلام جلب شود.

این برخورد پیامبر صلی الله علیه و آله برای برخی از مسلمانان به خصوص انصار سنگین و ناپذیرفتنی بود. به همین جهت، عده‌ای از آن‌ها به پیامبر صلی الله علیه و آله اعتراض کردند. ولی پیامبر صلی الله علیه و آله به شیوه ظریف و مهربانانه‌ای به انصار فرمودند: آیا راضی نیستید که قریش شتر و گوسفند را

به‌غنیمت ببرند و شما پیامبر ﷺ را همراه ببرید؟ به‌این ترتیب، احساسات همه انصار تحت تأثیر قرار گرفت و به‌گریه افتادند و از این شیوه تقسیم، اظهار رضایت و خرسندی کردند (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۲۱: ۱۷۳) و با پیامبر ﷺ همراه و همدل و همسو شدند.

ب) جنگ صفین و فتح شریعه فرات

در جنگ صفین فرمانده مقدم لشکر معاویه، ابوالاعور سلمی، با فرمانده مقدم لشکر امیر مؤمنان ﷺ، مالک اشتر، درگیری مختصری پیدا کرد. ابوالاعور کوتاه آمد و خود را کنار کشید، و بعد خود را به شریعه فرات یعنی محلی که به آب نزدیک بود رساند و آنجا را در اختیار گرفت و یاران امیر مؤمنان ﷺ را از آب منع کرد. این ماجرا در محلی به نام «قتسرین» در کنار صفین واقع شد.

هنگامی که خبر به امیر مؤمنان ﷺ رسید، صعصعه بن صوحان را فراخواندند و فرمودند: نزد معاویه برو و بگو ما این مسیر را برای رسیدن به تو پیموده‌ایم، و پیش از اتمام حجت مایل نیستیم با شما جنگ را آغاز کنیم، اما تو لشکر خود را فرستاده‌ای و جنگ را [در کنار شریعه فرات] آغاز کرده‌ای، و میان مردم و آب حائل شده‌ای. شریعه را رها کن و آب را آزاد بگذار تا در آنچه میان ما و شماست بنگریم، و اگر دوست داری، هدف اصلی را رها کنی و مردم بر سر آب با یکدیگر بجنگند تا هرکس پیروز شد آب را در اختیار بگیرد، چنان کنیم. «صعصعه» این پیام را برای معاویه برد. معاویه با یارانش به مشورت پرداخت. بعضی به او توصیه کردند: شریعه را همچنان در اختیار بگیر و آن‌ها را از آب بازدار، ولی عمرو بن عاص به او گفت آب را آزاد بگذار؛ چراکه می‌دانم لشکر علی هرگز اجازه نخواهند داد تو سیراب باشی و آن‌ها تشنه بمانند، ولی معاویه نظر موافقان نگه داشتن شریعه را ترجیح داد.

هنگامی که امیر مؤمنان ﷺ از این ماجرا با خبر شدند، خطبه پرشوری را که پر از نکات زیبای ادبی و در نهایت فصاحت و بلاغت است ایراد کردند و با تهییج احساسات سربازان و فعال کردن قدرت و شجاعت در آن‌ها، یاران خود را برای پس گرفتن شریعه فرات به حرکت درآوردند. پس، یاران امیر مؤمنان ﷺ با یک حمله شجاعانه لشکر معاویه را عقب راندند و شریعه فرات را برای همه آزاد کردند. متن خطبه بدین صورت است:

قَدْ اسْتَطَعْتُمْ كُمْ الْقِتَالَ فَأَقْرُبُوا عَلَيَّ مَدْلَهُ وَتَأْخِيرِ مَحَلَّهُ أَوْ رُؤُوا السَّيْفَ مِنَ الدَّمَاءِ تَرَوْا مِنَ الْمَاءِ فَالْمُوتُ فِي حَيَاتِكُمْ مَقْهُورِينَ وَالْحَيَاةُ فِي مَوْتِكُمْ قَاهِرِينَ أَلَا وَإِنَّ مُعَاوِيَةَ قَادَ لَمَهُ مِنَ الْعُوَاهِ وَعَمَّسَ عَلَيْهِمُ الْخَبَرَ حَتَّى جَعَلُوا نُحُورَهُمْ أَغْرَاضَ الْمَنِيهِ (نهج البلاغه، ۱۶۱۴ق: ۸۸).

آنان از شما خوراک جنگ خواستند. یا به پستی تن دهید و شرف خود را از دست بگذارید یا شمشیرتان را از خون آنان سیراب کنید تا از آب سیراب شوید؛ زیرا نابودی شما در آن زندگی است که محصولش شکست از دشمن است، و زندگی شما در آن مرگی است که نتیجه‌اش پیروزی بر دشمن است. بدانید معاویه هم‌سفرانی از گمراهان منحرف را به دنبال خود آورده و حقیقت را از آنان پنهان کرده تا این بی‌خبران گلوهای خود را آماج تیر مرگ کنند.

۵. تهییج عواطف در مقام امر به معروف و نهی از منکر

دعوت به خوبی‌ها و تحذیر از بدی‌ها از وظایف همگانی مسلمانان به‌شمار می‌رود، ولی شیوه‌های دعوت باید به نحوی باشد که اثر مطلوب شارع محقق شود و مخاطب امر به معروف و نهی از منکر متأثر شود و به دنبال اوامر الهی باشد و از نواهی خدا پرهیزد. مطالعه آیات قرآن و سیره پیامبر ﷺ در نحوه امر به معروف و نهی از منکر می‌تواند الگوی مؤثری برای امروز باشد. یکی از روش‌های موعظه و ارشاد در قرآن و سیره پیامبر ﷺ، تحریک و مدیریت عواطف و احساسات بود. وقتی خداوند در قرآن با گنهکاران حرف می‌زند، آنان را بنده خود خطاب می‌کند:

يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ أَسْرَفُوا عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ لَا تَقْنَطُوا مِن رَّحْمَةِ اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يَغْفِرُ الذُّنُوبَ جَمِيعًا إِنَّهُ هُوَ الْغَفُورُ الرَّحِيمُ (زمر: ۵۳).

ای بندگان من که با ارتکاب گناه بر خود تجاوزکار بوده‌اید، از رحمت خدا نومید نشوید. یقیناً خدا همه گناهان را می‌آمرزد؛ زیرا او بسیار آمرزنده و مهربان است.

دقت در تعبیرات این آیه نشان می‌دهد که آیه پر از عاطفه، احساس و امید است. امیر مؤمنان علی علیه السلام درباره این آیه فرموده‌اند: «در تمام قرآن آیه‌ای وسیع‌تر از این آیه نیست»^۱ (فیض کاشانی، ۱۴۱۵ق، ج ۴: ۳۲۵). خداوند متعال با نسبت دادن بندگان

۱. ما فی القرآن آیه اوسع من یا عبادي الذين أسرفوا.

گنهکار به خود در عبارت «عبادی»، به آن‌ها شرافت داده است که در اصطلاح ادبی به این نوع اضافه، اضافه تشریفیه می‌گویند که مضاف با اضافه شدن به اسم ظاهر، کسب شرافت می‌کند.

برخی مفسران به نکات عاطفی و احساسی این آیه توجه بیشتری کرده‌اند و بدین صورت توضیح داده‌اند:

تعبیر به «یا عبادی» (ای بندگان من) آغازگر لطفی است از ناحیه پروردگار؛

تعبیر به «اسراف» به جای «ظلم و گناه و جنایت» نیز لطف دیگری است؛

تعبیر به «عَلَىٰ أَنْفُسِهِمْ» که نشان می‌دهد گناهان آدمی همه به خود او باز می‌گردد نشانه دیگری از محبت پروردگار است؛ همان‌گونه که یک پدر دل‌سوز به فرزند خویش می‌گوید این همه بر خود ستم مکن؛

تعبیر به «لَا تَقْنَطُوا» (م‌ایوس نشوید) با توجه به اینکه «قنوط» در اصل به معنای م‌ایوس شدن از خیر است، به تنهایی دلیل بر این است که گنهکاران نباید از «لطف الهی» نومید شوند؛

تعبیر «مِنْ رَحْمَةِ اللَّهِ» پس از جمله «لَا تَقْنَطُوا» تأکید بیشتری بر این خیر و محبت است؛ هنگامی که به جمله «إِنَّ اللَّهَ يُغْفِرُ الذُّنُوبَ» می‌رسیم که با حرف تأکید آغاز شده و کلمه «الذُّنُوب» (جمع با الف و لام) همه گناهان را بدون استثنا دربر می‌گیرد، سخن اوج می‌گیرد و دریای رحمت موج می‌شود؛

هنگامی که «جمیعاً» به عنوان تأکید دیگری بر آن افزوده می‌شود، امیدواری به آخرین مرحله می‌رسد؛

توصیف خداوند به «غفور» و «رحیم» که دو وصف از اوصاف امیدبخش پروردگار است، در پایان آیه جایی برای کمترین یأس و نومیدی باقی نمی‌گذارد (مکارم شیرازی، ۱۳۷۱، ج ۱۹: ۴۹۹).

درباره سیره پیامبر ﷺ نیز در تهییج عواطف و احساسات در مقام امر به معروف و نهی از منکر نقل شده است که جوانی خدمت پیامبر ﷺ رسید و عرض کرد: «ای پیامبر خدا، آیا به من اجازه می‌دهید زنا کنم؟» با گفتن این سخن، فریاد مردم بلند شد و از گوشه‌وکنار به

او اعتراض کردند، ولی پیامبر ﷺ با خون سردی و ملاپمت فرمودند: نزدیک بیا. جوان نزدیک رفت و در برابر پیامبر ﷺ نشست. حضرت با محبت از او پرسیدند: آیا دوست داری با مادر تو چنین کنی؟ جوان گفت: نه فدایت شوم. پیامبر ﷺ فرمودند: همین طور مردم راضی نیستند با مادرانشان چنین شود. آیا دوست داری با دختر تو چنین کنی؟ گفت: نه فدایت شوم. فرمودند: همین طور مردم درباره دخترانشان راضی نیستند. بگو بینم آیا برای خواهرت می‌پسندی؟ جوان دوباره انکار کرد (و از پرسش خود به کلی پشیمان شد). پیامبر ﷺ سپس دست بر سینه او گذاشتند و در حق او دعا کردند و فرمودند: «خدایا، قلب او را پاک گردان و گناه او را ببخش و دامان او را از آلودگی به بی‌عفتی نگاه دار.»^۱ از آن پس، منفورترین کار در نزد این جوان «زنا» بود (رشید رضا، ۱۴۱۴ق، ج ۴: ۳۳).

در میان مواعظ ائمه معصومین ﷺ گونه‌ای از تهییج عواطف یافت می‌شود که در این احادیث ائمه ﷺ مسلمان و شیعه بودن را از برخی نفی کرده‌اند. جست‌وجوی عبارات «لیس منا» و «لیس منی» و... در بین احادیث، کثرت این عبارات را نشان می‌دهد.^۲ این سنخ از احادیث منفی دو دسته هستند: در برخی «نفی حقیقت» صورت گرفته است؛ بدین معنا که موضوع نفی شده حقیقتاً محقق نشده است. برای نمونه، در حدیث «لَا صَلَاةَ إِلَّا بِطَهُورٍ» (ابن بابویه، ۱۴۱۳ق، ج ۱: ۳۳)؛ هیچ نمازی صحیح نیست مگر با طهارت»، حقیقت نماز نفی شده و حدیث بیانگر این نکته است که نماز بدون وضو، غسل و تیمم، نماز صحیح و حقیقی نیست. اما در برخی احادیث مثل حدیث «لَا صَلَاةَ لِجَارِ الْمَسْجِدِ إِلَّا فِي مَسْجِدِهِ» (طوسی، ۱۴۰۷ق، ج ۱: ۹۲)؛ برای همسایه مسجد نمازی نیست مگر در مسجد»، نفی

۱. «أن غلاما شابا أتى النبي ﷺ فقال: يا نبي الله أتأذن لي في الزنا؟ فصاح الناس به فقال النبي ﷺ: قربوه اذن. فدنا حتى جلس بين يديه. فقال النبي ﷺ: أتجبه لأمك؟ قال: لا، جعلني الله فداءك. قال: كذلك الناس لا يحبونه لأمهاتهم، أتجبه لابنتك؟ قال: لا، جعلني الله فداءك. قال: كذلك الناس لا يحبونه لبناتهم، أتجبه لأختك؟... أنه ذكر العمه والخاله وهو يقول في كل واحد: لا، جعلني الله فداءك... الآخر فوضع رسول الله ﷺ يده على صدره وقال اللهم طهر قلبه واغفر ذنبه وحصن فرجه فلم يكن شيء أبغض إليه منه يعني من الزنا».

۲. برای نمونه، «لَيْسَ مِنَّا مَنْ تَرَكَ دُنْيَاةَ لِدِينِهِ وَدِينَهُ لِدُنْيَاةِ (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۸: ۲۲۳)؛ «لَيْسَ مِنَّا مَنْ لَمْ يَحَاسِبْ نَفْسَهُ فِي كُلِّ يَوْمٍ» (کوفی اهوازی، ۱۴۰۲ق: ۷۹)؛ «لَيْسَ مِنَّا مَنْ لَمْ يَوْقُرْ كَبِيرَنَا وَيَرْحَمْ صَغِيرَنَا» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲: ۱۴۶).

کمال شده است؛ بدین معنا که اگر همسایه مسجد نمازش را در مسجد بخواند، نماز کاملی را انجام داده، ولی اگر در خانه‌اش اقامه کند، نمازش صحیح است، اما نماز کمال خود را از دست داده است.

عموم احادیث «لیس منا» از سنخ نفی کمال هستند؛ یعنی شیعیانی که متلبس به مضامین این احادیث نیستند، شیعه کاملی نیستند. به نظر می‌رسد در این سنخ احادیث علاوه بر نفی کمال، نوعی تهییج عواطف هم به کار رفته است؛ گویا ائمه اطهار علیهم‌السلام می‌خواستند با این شیوه از بیان، به مسئله حالت عاطفی بدهند و از راه احساس و عاطفه، شیعیانشان را تربیت کنند.

نتیجه‌گیری

اگر سیاست را به صورت تاکسیدرمی شده از احساسات خالی کنیم، واقعاً چیزی از سیاست باقی نمی‌ماند؛ زیرا عقلانیت و احساسات به یک اندازه در سیاست اثرگذار هستند. احساسات و عواطف درونی انسان‌ها از کارایی بسیاری برخوردار هستند. یکی از این کارکردها تقویت قدرت نرم حاکمیت است، که حاکمیت با در دست داشتن احساسات عظیم ملت، می‌تواند بر کارآمدی و اقتدار خود بیفزاید. این مسئله نه تنها در مسائل داخلی می‌تواند کارساز باشد، بلکه در عرصه روابط بین‌الملل نیز نقش آفرین است. حاکمان و رهبران سیاسی می‌توانند با تهییج و مدیریت عواطف و احساسات پیروان خود، به راحتی آن‌ها را در مسیر صحیح هدایت و تربیت کنند و بر قدرت نرم نظام سیاسی بیفزایند. مسئولان جمهوری اسلامی ایران می‌توانند از این مسئله به صورت عقلانی در پیشبرد اهداف نظام اسلامی استفاده کنند. همان‌گونه که سیره حکمرانی پیامبر خدا صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و امیر مؤمنان علیه‌السلام نشان می‌دهد، این بزرگواران در زمان‌ها و مکان‌های مناسب از این مسئله به گونه‌های مختلف (در مواردی مانند نجاشی و هجرت مسلمانان به حبشه؛ برخورد پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم با بریده اسلمی؛ استسقای امام حسین علیه‌السلام در روز عاشورا؛ تهییج عواطف در مقام احتجاج مانند پاسخ هارون علیه‌السلام به موسی علیه‌السلام؛ تقسیم غنایم جنگ حنین؛ جنگ صفین و فتح شریعه فرات؛ تهییج عواطف در مقام امر به معروف و نهی از منکر) بهره برده‌اند. پس، مطالعه جامع سیره

حکمرانی نبوی و علوی می‌تواند الگوی مناسبی برای سیاست‌مداران و حکمرانان فعلی باشد. بیشتر ناملايمات داخلی در این زمان معلول تهییج احساسات مردم توسط مخالفان جمهوری اسلامی ایران است. پس، حاکمیت با دقت در این مسئله می‌تواند این ضعف را به قوت تبدیل کند و با مدیریت صحیح احساسات جامعه و ارتقای قدرت نرم خویش، امنیت داخلی را ارتقا بخشد.

پیشنهادها

فیلم «نون‌خ» الگویی مناسب از چگونگی استفاده از عواطف قومیت‌ها را ارائه داده است. این فیلم نشان داد که می‌شود با تبیین آداب و رسوم یک قوم و تحریک عواطف آن قوم، به آن‌ها حس خوبی را منتقل کرد. تنوع قومی و مذهبی در جامعه ایران حساسیت بالایی دارد و جریحه‌دار کردن عواطف اقوام در سال‌های اخیر به خوبی روشن کرد که این مسئله در صورتی که از ریل خود خارج شود، چگونه موجب کاهش قدرت نرم می‌شود و متعاقباً به امنیت ملی ضربه می‌زند.

این پژوهش در واقع درآمدی برای کارهای پژوهشی مفصل برای الگوگیری از سیره معصومان در این مسئله است. مراکز پژوهشی می‌توانند با مطالعه دقیق سیره معصومان (ع)، به مطالب جامع‌تری دست یابند.

کتابنامه

قرآن کریم.

نهج البلاغه (۱۴۱۴ق). قم، هجرت.

ابن بابویه، محمد بن علی (۱۴۱۳ق). من لایحضره الفقیه، قم، دفتر انتشارات اسلامی.

افتخاری، اصغر و دیگران (۱۳۹۴). «نظریه قدرت نرم در قرآن کریم: مطالعه تطبیقی گفتمان

اسلامی و غرب»، پژوهش‌های میان‌رشته‌ای قرآن کریم، س ۶، ش ۱، ص ۹-۲۴.

جلالی، حسین (۱۳۸۰). «درآمدی بر بحث "بینش"، "گرایش"، "کنش" و آثار متقابل آن‌ها»،

معرفت، س ۱۰، ش ۵۰، ص ۴۵-۵۵.

خوش‌فر، محسن و دیگران (۱۳۹۸). «ماهیت قدرت نرم مطلوب از منظر قرآن»، پژوهش‌های

سیاست اسلامی، س ۷، ش ۱۶، ص ۲۶۸-۲۹۳.

رسولی محلاتی، سیدهاشم (۱۳۶۸). درس‌هایی از تاریخ تحلیلی اسلام، تهران، وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

رشید رضا، محمد (۱۴۱۴ق). تفسیر المنار، بیروت، دار المعرفه.

زمخشری، جلاله محمود بن عمر (۱۴۱۷ق). الفائق فی غریب الحدیث، بیروت، دار الکتب العلمیه.

صادقی فسایی، سهیلا و ایمان عرفان‌منش (۱۳۹۴). «مبانی روش‌شناختی پژوهش اسنادی در علوم اجتماعی مورد مطالعه: تأثیرات مدرن شدن بر خانواده ایرانی»، راهبرد فرهنگ، س ۸، ش ۲۹، ص ۶۱-۹۲.

صفورایی پاریزی، محمدمهدی و حلیمه اخلاقی (۱۳۹۶). «بنیادهای نظری سبک زندگی از دیدگاه قرآن کریم»، مطالعات اسلام و روان‌شناسی، س ۱۱، ش ۲۰، ص ۱۷۷-۲۰۳.

طوسی، محمد بن حسن (۱۴۰۷ق). تهذیب الاحکام، تهران، دار الکتب الإسلامیه.

عباس‌زاده، محمد و دیگران (۱۳۹۳). «مدیریت احساسات؛ گامی در راستای توسعه جامعه‌شناسی احساسات»، مطالعات جامعه‌شناسی، س ۷، ش ۲۴، ص ۷-۳۳.

فیض کاشانی، ملامحسن (۱۴۱۵ق). تفسیر الصافی، تهران، مکتبه الصدر.

کریمی مله، علی (۱۳۹۴). «تحلیل رهبری امام خمینی علیه السلام در جریان انقلاب اسلامی از منظر جامعه‌شناسی احساسات»، پژوهش‌نامه انقلاب اسلامی، س ۵، ش ۱۶، ص ۲۳-۴۶.

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ق). الکافی، تهران، دار الکتب الإسلامیه.

کوفی اهوازی، حسین بن سعید (۱۴۰۲ق). الزهد، قم، المطبعه العلمیه.

کیانپور، مسعود و احسان آقابابایی (۱۳۹۶). جامعه‌شناسی احساسات، اصفهان، دانشگاه اصفهان.

گرشاسبی، رضا و علی کریمی مله (۱۳۹۶). «حلیل رهبری امام خمینی علیه السلام در جنگ تحمیلی از منظر جامعه‌شناسی احساسات»، پژوهش‌های راهبردی سیاست، س ۶، ش ۲۰، ص ۹-۳۴.

لکزایی، نجف و حمید حبیبی (۱۳۹۷). «انواع قدرت نرم از دیدگاه قرآن کریم»، امنیت ملی، س ۸، ش ۲۸، ص ۱۱-۴۰.

مایلی، محمدرضا و مریم مطیعی (۱۳۹۵). «قدرت نرم در سیاست خارجی جمهوری اسلامی ایران»، مطالعات روابط بین‌الملل، س ۹، ش ۳۵، ص ۱۸۹-۲۰۸.

مجلسی، محمد باقر (۱۴۰۳ق). بحار الأنوار، بیروت، دار إحياء التراث العربی.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۹). مجموعه آثار، تهران، صدرا.

مدیریت احساسات به مثابه قدرت نرم با رویکرد اسلامی - یاسین پورعلی (۱۰۲-۷۰) / ۱۰۱

مکارم شیرازی، ناصر (۱۳۷۱). تفسیر نمونه، تهران، دار الکتب الإسلامیه.
میرزایی، محمد (۱۳۹۴). «قدرت نرم و منابع آن در آیینۀ آیات قرآن»، آموزه‌های قرآنی، س ۱۲،
ش ۲۲، ص ۷۸-۵۵.

نجفی، محمد و دیگران (۱۳۹۴). «سازمان‌دهی نظام تربیت عاطفی بر اساس آموزه‌های قرآنی»،
پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، س ۲۳، ش ۲۹، ص ۴۹-۸۲.
نظری، علی اشرف و حنیف عموزاده مهدیرجی (۱۳۹۹). «اضطراب و نقش آن در کنش سیاسی
؛ مطالعه موردی: دانشجویان پسر دانشکده حقوق و علوم سیاسی دانشگاه تهران»، پژوهش
سیاست نظری، س ۱۱، ش ۲۰، ص ۱۴۳-۱۷۱.

نوری، حسین (۱۴۰۸ق). مستدرک الوسائل، قم، مؤسسه آل‌البیت.

Condor, Susan & et. al. (2013). "Political Rhetoric", in: *The Oxford Handbook of Political Psychology*, Oxford, Oxford University Press, p. 262-297.

Elster, Jon (1999). *Alchemies of the Mind: Rationality and the Emotions*, Cambridge, Cambridge University Press.

Escobar, Oliver (2011). "Suspending Disbelief: Obama and the Role of Emotions in Political Communication", in: *Politics and Emotions; The Obama Phenomenon*, Germany, Springer, p. 109-128.

Gooty, Janaki & et. al. (2010). "Leadership, affect and emotions: A state of the science review", *The Leadership Quarterly*, Leadership Quarterly Yearly Review, 21 (6), p. 979-1004.

Hayden, C. (2012). *The Rhetoric of Soft Power: Public Diplomacy in Global Contexts*, Lanham, MD: Lexington Books.

Hoggett, Paul & Simon Thompson (2012). *Politics and the Emotions; The affective turn in contemporary political studies*, USA, Continuum.

Jasper, James M. (1998). "The Emotions of Protest: Affective and Reactive Emotions in and Around Social Movements", *Sociological Forum*, 13 (3), p. 397-424.

Van Kleef, Gerben A. & et. al. (2016). "Editorial: The Social Nature of Emotions", *Frontiers in Psychology*, 7 (869), doi:10.3389/fpsyg.2016.00896

Lancaster, Simon (2015). *Winning Minds; Secrets from the Language of Leadership*, UK, Palgrave Macmillan.

Langlais, Stéphane (2014). "The Meaning of Leadership in Political Systems", Master's degree,

Sweden, Linnaeus University.

Marcus, G. E. (2000). "Emotions in Politics", *Annual Review of Political Science*, 3 (1), 221-250.

Nye, JS Jr. (1990). "Soft power", *Foreign Policy*, no. 80, p. 153-170.

_____ (2004). *Soft Power: The Means to Success in World Politics*, New York, Public Affairs.

_____ (2008). *The Powers to Lead*, New York, Oxford University Press.

_____ (2011). *The Future of Power*, New York, Public Affairs.

Redlawsk, David P. (ed.) (2006). *Feeling Politics; Emotion in Political Information Processing*, UK, Palgrave Macmillan.

Reid, S. A., and S. H. Ng. 2003. "Identity, power, and strategic social categorizations: Theorizing the language of leadership," In *Leadership and power: Identity processes in groups and organizations*, 210-223. London: Sage.

Stets, Jan E. & Jonathan H. Turner (2006). *Handbook of the Sociology of Emotions*, USA, Springer.

Tan, Hwee Hoon & Gladys Wee (2002). "The Role of Rhetoric Content in Charismatic Leadership: A Content Analysis of a Singaporean Leader's Speeches", *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 5 (3/4), p. 317-342.

Thomas, Linda & et. al. (2004). *Language, society and power: An introduction*, London & New York, Routledge.

Turner, Jonathan H. (2007). *Human Emotions: A Sociological Theory*, London, Routledge.

Van Kleef, Gerben A. (2016). *The Interpersonal Dynamics of Emotion*, UK, Cambridge University Press.

Young, Richard O. (2017). *Persuasive Communication: How Audiences Decide*, New York, Routledge.