

راهبرد امام حسن عسکری علیه السلام در اثبات تولد حضرت مهدی علیه السلام بر اساس الگوی «تبلیغ کانونی»

احمد فلاح زاده*

چکیده

ماجرای تولد مهدی علیه السلام در عصر امام حسن عسکری علیه السلام، یکی از رویدادهای پُر حاشیه در تاریخ اسلام است. از آنجاکه باور به مهدویت در این دوره، در رده بالاترین مفاهیم کلامی بسیاری از فرق اسلامی قرار می‌گرفت، امام حسن عسکری علیه السلام برای اثبات تولد مهدی علیه السلام، دست به یکسری رفتارهای تبلیغی زد. بر این اساس، پرسش این مقاله، مبتنی بر واکاوی راهبرد تبلیغی امام حسن عسکری علیه السلام در اثبات تولد مهدی علیه السلام است. روش این تحقیق، تحلیل تبلیغاتی داده‌های تاریخی - حدیثی بر مبنای الگوی «تبلیغ کانونی» است. نتیجه نوشتار اینکه آن حضرت با استفاده از روش‌ها و ابزارهای گوناگون تبلیغی همچون: «نشان دادن مهدی علیه السلام به دیگران»، «نامه‌نگاری»، «تبلیغات مکتوب» و «تبلیغ آیینی»، خبر تولد امام مهدی علیه السلام و پاسخ به شبهات دیگران در این باره را در دسترس امامیه قرار داد.

کلیدواژه‌گان

راهبرد تبلیغات، میلاد مهدی علیه السلام، تبلیغات الگومحور، واقفیه، تبلیغ کانونی.



مقدمه

ماجرای مهدویت در تاریخ اسلام، بخشی فراخ از گستره دانش‌های حدیث و تاریخ و حتی علمی مانند کلام را به خود اختصاص داده است. در میان نظریات مهدویت در سده سوم هجری، مهدی علیه السلام در اندیشه شیعه، یکی از گفتمان‌های رایج در این دوره بود؛ اما مشکل اصلی تولد این مهدی، درست زمانی بود که مدت‌ها از شروع به کار سایر مهدیان می‌گذشت و جامعه اسلامی، مهدی‌های دیگری را تجربه کرده بود؛ حتی در میان شیعه نیز محمد حنفیه و امام ششم و هفتم سلسله امامت، به عنوان «مهدی» برای برخی گروه‌ها پذیرفته شده بودند. اکنون در این شرایط، یعنی در سال ۲۵۶ هجری، اثبات تولد مهدی علیه السلام برای بیت امامت در سامرا و پیروانش، یک امر راهبردی بود؛ زیرا مهدی علیه السلام که به دنیا آمده بود، از سوی خلافت در تیررس خطر جانی قرار داشت. به دنبال این وضعیت، تکاپوی پیشوای یازدهم بر اجرای یک راهبرد تبلیغی در اثبات میلاد مهدی علیه السلام قرار گرفت. پژوهش پیش رو، به بررسی الگوی تبلیغاتی امام حسن عسکری علیه السلام در این باره می‌پردازد.

پیشینه بحث

درباره اثبات تولد مهدی علیه السلام، مقالات فراوانی نوشته شده است؛ اما تقریباً همه این مقالات، با گردآوری یکسری از استنادهای تاریخی، با توجه به مقتضای فضای مقاله، به تحقیق در این مورد دست زده‌اند. پاره‌ای از مقالات نیز در واقع، تکاپویی از یک تحقیق شیعی برای اثبات تولد مهدی علیه السلام از کتب اهل سنت است. مقاله تقدم‌محور «نقد دیدگاه دکتر سروش در اثبات ناپذیری تاریخی تولد امام و عدم ضرورت اعتقاد به وجود امام مهدی علیه السلام»، به قلم: زهرا پنبه‌ریز، ابراهیم شفیع‌ی سروستانی و محمد رنجبر حسینی (فصلنامه تحقیقات کلامی، سال ششم، شماره ۲۱، تابستان ۱۳۹۷)، به ذکر شواهدی از منابع شیعی و سنی بر وجود تاریخی آن حضرت تأکید دارد. در ادامه، امیر غنوی در مقاله «طرح اندیشه مهدویت در کلمات امام عسکری علیه السلام» (فصلنامه مشرق موعود، سال دهم، شماره ۴۰، زمستان ۱۳۹۵)، از روش‌های: «کتمان تولد برای جلوگیری از خطر»، «پوشش دادن به تولد مهدی علیه السلام با تولد و مرگ فرزند دیگر امام عسکری علیه السلام»، «ایجاد فاصله میان محل زندگی امام مهدی و فضای زندگی امام عسکری»، «حراست از باورهای شیعه»، «آگاه کردن نزدیکان» و «پیشگویی تولد» یاد می‌کند. گرچه درباره اثبات تولد امام مهدی علیه السلام



مطالب درخور توجهی قابل دستیابی است، اما هیچ‌کدام بر اساس الگوی تبلیغی مورد نظر این مقاله نیستند و از سوی دیگر، حتی در سبک بررسی تاریخی نیز نسبت به نوشتار حاضر، راه جدایی را پیموده‌اند.

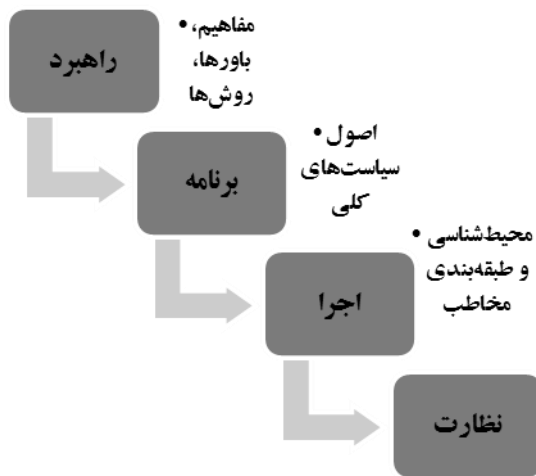
مفهوم‌شناسی و الگویابی

تبلیغ؛ از بررسی واژگانی تا الگوی «تبلیغ کانونی»

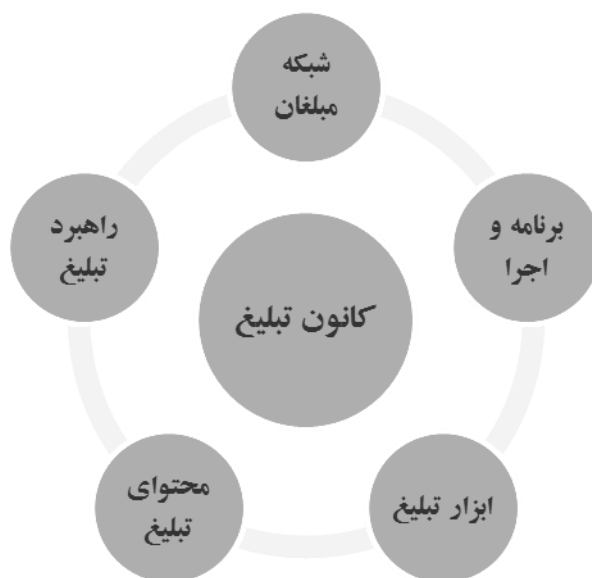
هرگونه فعالیت نظام‌مند، مستقیماً به قصد گسترش یک مفهوم، اعم از گسترش علمی، عاطفی و رفتاری در سطح یا عمق را «تبلیغ» می‌نامند. رفتارهای تبلیغی، دارای سه الگوی متفاوت‌اند که در «الگوی محتوایی»، محوریت با پیام است و اینکه هدف پیام‌دهی چیست؛ اما در «الگوی جریانی»، کیفیت اجرای تبلیغ از شروع تا پایان، به صورت زنجیره‌ای پیگیری می‌شود و عوامل دخیل در هر سطح و وظایف آن، رابطه آن با عوامل دیگر، کیفیت ارزیابی و بازخورد، بررسی می‌شود. در این میان، در «الگوی ساختاری» ساختار و شکل‌دهی پیام و عناصر آن مورد توجه قرار می‌گیرد. در تبلیغ، یک سازوکار توصیفی - هنجاری وجود دارد که در آن، ارزش‌ها بر محتوا، ساختار و جریان، حاکمیت دارند؛ اما در «الگوی کانونی»، شبکه تبلیغات از سوی مرکز فرماندهی اداره می‌شود؛ ولی فرماندهی، تنها «راهبرد» را طراحی می‌کند و «برنامه» و نیز «چگونگی اجرا»، در اختیار مجریان قرار می‌گیرد. در این الگو، راهبردهای ارائه‌شده از سوی «مرکز=کانون» که حاوی «مفاهیم» و «باورها»ست، با رویکرد زمان‌شناسی (اصول سیاست‌های کلی)، مردم‌شناسی (طبقه‌بندی سطح مخاطبان) و محیط‌شناسی (اصل شناخت محیط تبلیغ)، در اختیار شبکه تبلیغ قرار می‌گیرد. سپس، شبکه تبلیغی، با کاربست این دستورعمل‌ها، بنا بر شرایط محیطی به اجرای آن می‌پردازد. در این شبکه تبلیغاتی، مجریان بر اساس شناختی که از جغرافیا و مردم دارند، از روش‌های خودخواسته برای تبلیغ بهره می‌برند؛ ولی در پایان، گزارشی از روند کار خود را به مرکز ارائه می‌دهند. «مرکز» نیز با طراحی سیاست‌های کلی و آموزش‌های کاربردی، ضمن توسعه دانش تبلیغ، با اولویت‌بندی مسائل، به شناخت چالش‌ها و طراحی نظام معنایی و ساختار ویژه خویش می‌پردازد. پس از آغاز فرآیند شکل‌گیری ساختار تبلیغ و شروع به کار آن، هم‌زمان بر اجرای دقیق تبلیغ نیز نظارت می‌شود.



نمودار ۱: «فعالیت» در الگوی کانونی



نمودار ۲: «اصول کلی» در الگوی کانونی



راه حل تبلیغی چالش اثبات تولّد مهدی (ع) بر اساس «الگوی کانونی»

اثبات تولّد مهدی (ع) از سوی جامعه امامیه، مهم‌ترین مشکل پیش روی امام برای معرفی امام بعدی بود. گام‌های چندگانه ایشان برای حل این موضوع، بر اساس ظرفیت تبلیغاتی و الگوهای رفتاری آن حضرت، طبق الگوی تبلیغ پیش‌گفته، این‌گونه قابل تصویر است:

گام نخست: استفاده از ظرفیت تبلیغی بیت امامت برای تبلیغ تولّد مهدی (ع).

گام دوم: اعلام راهبرد تبلیغی و تأمین محتوا در اثبات تولّد مهدی (ع).

گام سوم: گواه گرفتن برخی از اهل خانه، در خصوص تولّد مهدی (ع).

گام چهارم: نشان دادن مهدی (ع) به یاران نزدیک.

گام پنجم: معرفی مهدی (ع) به شبکه تبلیغات امامیه.

گام ششم: بهره‌گیری از دیگر ابزارهای تبلیغی.

گام هفتم: نظارت و بازرسی بر حُسن اجرا.

چالش مهدی‌باوری در سده سوم هجری

«مهدی‌باوری»، به عنوان یکی از موضوعات پُرفراز و نشیب در اندیشه مشترک فرقه‌های مسلمان، دست‌مایه تلاش عباسیان برای مصادره آن به سوی خود شد. با همین رویکرد، عباسیان خلفای خود را «مهدی» نامیدند و برای مردم، دولت خودشان را دولت مهدوی مطرح می‌کردند. آنها روایاتی را بر ساختند که «مهدی» را منحصرأً از سلاله عباس، عموی پیامبر می‌دانست. منابع روایی و کتاب‌های فتن در این دوره، به احادیث مهدوی می‌پرداختند؛ به‌گونه‌ای که روایت «مهدی، از فرزندان عباس است»، یکی از احادیث متداول آن روزگار بود (ذهبی، ۱۴۱۳، ج ۱۰، ص ۴۳۶). بعدها این روایت، اندکی تغییر یافت و در عصر سوم عباسی، حتی مهدی با صفاتش از فرزندان عباس دانسته شد (بیرونی، ۱۴۲۲، ص ۱۷۱). البته متعصب‌ترین محدثان اهل سنت نیز به جعل این روایات اذعان می‌کردند (ذهبی، همان؛ سمهودی، ۱۴۰۵، ج ۲، ص ۱۹۸). عباسیان رونوشتی از لقب‌های «سفاح»، «منصور»، «هادی» و... به خلفایشان نسبت می‌دادند که تمامی این لقب‌ها پیش‌تر در میان منابع روایی شیعه و در جامعه شیعه گرد آمده بودند (صادقی، ۱۳۹۳، ص ۱۴۴). عباسیان با این ادعا، هرگونه چشم‌انتظاری برای تولّد مهدی از خاندان بنی‌هاشم را زیر سؤال می‌بردند. پیشگویی‌های منجمان حکومتی در این باره (ابن‌ندیم، ۱۴۱۷، ص ۲۰۵) که با کهنات و کتب ملاحم مرتبط بودند (ابن‌اثیر، ۱۳۸۵، ج ۷، ص ۱۰۰) و پذیرش سخنان آنها از سوی



دربار (طبری، ۱۳۸۷، ج ۹، ص ۲۹۲ و ۳۴۴؛ ابن کثیر، ۱۴۰۷، ج ۱۰، ص ۹۴)، دولت را متقاعد کرد تا قبل از به دنیا آمدن مهدی علیه السلام، امام حسن عسکری علیه السلام را به شهادت برساند (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۳۱). در حقیقت، بخشی گسترده از تنگناهای پیش آمده برای امام علیه السلام، بر سر تهدید مهدویت برای خلافت بود. شماری از اسناد بر آن اند که امام حسن عسکری علیه السلام به دلیل آشکار شدن این امر برای خلیفه که مهدی از نسل وی خواهد بود، به زندان افتاد (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۶۲؛ طوسی، ۱۴۱۱، ص ۱۶۵ و ۳۳۶). اطلاع شیعیان از این قصد خلیفه، آنها را به شدت نگران کرد. در این میان، نامه امام درباره عدم موفقیت دشمنان در خصوص کشتن امام قبل از تولد امام زمان، به شیعیان بغداد (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۱۷) و بصره رسید (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۰۵؛ طبری، ۱۴۱۳، ص ۴۲۸). تکاپوهای معتز برای کشتن آن حضرت پیش از تولد فرزندش، سرانجام به آنجا رسید که دستور داد یکی از سردارانش به نام «سعید حاجب» امام را به کوفه برده، در قصر ابن هبیره در اطراف کوفه (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۰۸) به شهادت برساند (ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹، ص ۴۳۲). خبر این فرمان، به فاصله کوتاهی به جامعه امامیه رسید. گرچه با مرگ معتز خطر برطرف گردید، اما بار دیگر در عصر مهتدی همان بیم، تکرار شد. باز هم آنچه وی درباره تولد امام مهدی علیه السلام (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۰۸) از منجمان و پیشگویان قصر مانند «ابومعشر مُنجم» شنیده بود، دلیل کشتن امام حسن عسکری علیه السلام به شمار می رفت (ابن ندیم، ۱۴۱۷، ص ۲۰۵). مهتدی، کوشید برای جلوگیری از تولد مهدی علیه السلام پیش از شعبان سال ۲۵۶ هجری امام حسن عسکری علیه السلام را به قتل برساند (خزاز، ۱۴۰۱، ص ۲۹۳؛ ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۰۷). در کنار دولت عباسی، واقفیان به عنوان بخشی از جامعه امامیه، تلاش می کردند این باور را نشر دهند که مهدی علیه السلام، همان موسی بن جعفر علیه السلام است که نمرده و مهدی هموست (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۱۹۸؛ مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۱۰، ص ۲۴۵). استدلال آنها، به این روایت امام صادق علیه السلام بود: «فرزندی از من به دنیا خواهد آمد که نور خدا را در میان بندگان و شهرها منتشر خواهد کرد و حق به وسیله او پیروز خواهد شد» (مجلسی، ۱۴۰۶، ج ۶، ص ۳۹۹). دربار عباسی نیز از زمان معتز، تلاش کرد امام حسن عسکری علیه السلام را به شهادت برساند؛ زیرا می دانست که وی پدر مهدی علیه السلام خواهد بود. محتوای یکی از نامه های امام از زندان، این بود که «اینان می خواهند مرا در حالی بکشند که فرزندی ندارم» (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۲۳؛ طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۰۵ و ۲۲۳). هم زمان با همین رویدادها، برخی از روایت های امامیه که سندش به پیامبر می رسید، آشکارا از کشته شدن خلیفه عباسی و پایان کار عباسیان به دست پسر

امام حسن عسکری علیه السلام می پراخت (مسعودی، ۱۳۸۴، ص ۲۶۶).

راه حل تبلیغاتی در برابر چالش تولد مهدی علیه السلام

نیاز امامیه به شناسایی امام بعدی، و از سوی دیگر حساس بودن حکومت به تولد مهدی، این چالش را به موضوعی سخت تبدیل کرده بود. در این باره، امام کوشید یکسری سیاست‌های تبلیغی را پیش بگیرد تا ضمن در امان ماندن از دولت عباسیان، تولد و جانشینی مهدی علیه السلام را نیز به امامیه اطلاع بدهد.

گام نخست: استفاده از ظرفیت تبلیغی بیت امامت در سامرا

با گذر از ماه شعبان سال ۲۵۶ قمری، دربار تحت تأثیر پیشگویی‌های منجمان (یعقوبی، ۱۴۲۲، ص ۶۷؛ طبری، ۱۳۸۷، ج ۹، ص ۲۹۲) که از آنها شنیده بود فرزندی برای آن حضرت به دنیا آمده است، در جست‌وجوی امام برآمد (طبری، ۱۴۱۳، ص ۴۲۵). در این سو، نخستین موضوع در تبلیغات اثبات تولد مهدی علیه السلام، وجود کانونی برای این تبلیغات بود. این کانون، همان خانه امام، و به عبارتی، بیت امامت در سامرا بود که از عصر امام هادی علیه السلام، یعنی سال ۲۳۳ هجری، برای امامیه شناخته شده بود. بیت امام هادی علیه السلام، به خانه «غیب‌دانان» (صفا، ۱۴۰۴، ج ۱، ص ۲۱۱؛ خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۳۴) و بیت «ابن‌الرضا» شهرت داشت (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۴۰). واژه «ناحیه مقدسه» برای این خانه، هنگامی به کار می‌رفت که امام هادی علیه السلام هنوز زنده بود؛ اما از زمان شهادت آن حضرت، واژه «دار ابی‌محمد» (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۸۴؛ مسعودی، ۱۳۸۴، ص ۲۵۹) یا «دَارُ سَیِّدِنَا» برای این خانه به کار می‌رفت (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۳۸؛ ابن‌طاووس، ۱۳۷۶، ج ۱، ص ۸۱؛ همو، ۱۳۳۰، ص ۲۲۶). اکنون این خانه با بیش از بیست سال سکونت ائمه سامرا در آن، برای امامیه مکانی مقدس شناخته می‌شد (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۳۱؛ ابن‌بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۶۳). گرچه در شرایطی، آمدوشد به خانه امام به شدت کنترل می‌شد، اما پس از آن، امکان حضور یاران در این خانه و پرسش از امام برای ایشان فراهم می‌شد (مسعودی، ۱۳۸۴، ص ۲۴۷). از آنجاکه امام حسن عسکری علیه السلام، پیام‌های مربوط به تولد مهدی علیه السلام را از داخل همین خانه ارسال می‌کرد، یا افراد برای دیدن مهدی علیه السلام به این خانه می‌آمدند، این منزل ویژگی کانونی در تبلیغات اثبات تولد مهدی علیه السلام داشت.



گام دوم: اعلام راهبرد تبلیغ و تأمین محتوا

مهم‌ترین مشکل در موضوع اثبات تولد مهدی علیه السلام، اعلام راهبرد تبلیغی و تأمین محتوا برای یارانی بود که امکان دسترسی به حضرت را نداشتند و یا اینکه از شایستگی دیدار مهدی علیه السلام برخوردار نبودند؛ چراکه ممکن بود باعث آشکار شدن این امر پنهانی شوند. برای این گروه، نوعی اثبات عقلی یا سندی تولد مهدی علیه السلام، بایسته بود. از سوی دیگر، جریان‌هایی از دورن امامیه، مانند واقفیه با تولد مهدی علیه السلام به صورت علمی مخالفت می‌کردند. در این باره، اساسی‌ترین راهبرد، اعلام خبر میلاد مهدی علیه السلام به شبکه مبلغان و از طریق آنان به جامعه امامیه بود. این خبررسانی، می‌بایست در نهایت، به طور پنهانی و به دور از اطلاع دربار عباسی صورت می‌گرفت. امام از یک‌سو و عالمان امامیه نیز از جانب دیگر، به تهیه مستندات تولد مهدی علیه السلام و نشر آن در میان شبکه ارتباطی و جامعه امامیه پرداختند. آن حضرت، با بیان روایت‌هایی درباره تولد مهدی علیه السلام، به فراوری متنی پرداخت که بتواند دیگران را قانع نماید. بعدها کلینی نیز در بخش «حدیث موسی» با روایتی درباره ظهور امام مهدی علیه السلام، بارها به روایت‌هایی از امام عسکری علیه السلام پرداخت (همان، ج ۱۵، ص ۱۳۴-۱۳۵). بخشی از این روایت‌ها، بعدها از سوی عالمان عصر غیبت صغری گردآوری شد. صاحب اثبات الوصیه، به نگارش حجت‌های الهی از دوران آدم علیه السلام تا زمان ولادت امام مهدی علیه السلام پرداخته است (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۷). وی از کتب یاران امام حسن عسکری علیه السلام همچون الدلائل از عبدالله بن جعفر حمیری، المحاسن از احمد بن محمد بن خالد برقی، برخی تألیفات سعد بن عبدالله اشعری و احتمالاً آثاری همچون: مسائل الرضا علیه السلام از ابومحمد حسن بن علی و شاء، الفضائل و یا النوادر از جابر بن یزید جعفی، الممدوحین و المذمومین از محمد بن عبدالله بن مهران و الواحده حسن بن محمد بن جمهور بهره برده است.

ابن بابویه با نقل «ما روی عن ابي محمد الحسن العسکری بالنص علی ابنه القائم صاحب الزمان» (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۰۷)، روایت‌هایی را از تأیید تولد امام زمان علیه السلام پیش می‌کشد (همان، ص ۴۰۸). وی همچنین، در باب «ما روی فی میلاد القائم» (همان، ص ۴۲۴)، ده روایت از امام حسن عسکری علیه السلام به دست می‌دهد (همان، ص ۴۲۴-۴۲۵). علاوه بر آن، در باب «ذکر من شاهد القائم و رآه و کلمه» (همان، ص ۴۳۴)، دوازده ماجرا و روایت را از امام حسن عسکری علیه السلام در این باره در اختیار می‌نهد (همان، ص ۴۳۶-۴۷۸). او در ادامه، یک روایت تاریخی مربوط به

سال ۲۵۸ هجری را در باب «ذکر التوقعات الواردة عن القائم» آورده است (همان، ص ۴۹۹). عبدالله بن جعفر حمیری قمی (زنده به سال ۲۹۰ ق) (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۱، ص ۸۹۶؛ همان، ج ۱۳، ص ۶۱۲)، از نویسندگان امامیه و از کسانی بود که در این حوزه فعالیت می‌کرد (نجاشی، ۱۳۶۵، ص ۲۱۹-۲۲۰). نکته اساسی، این بود که خبر تولد برای شیعیان مردد، مایه خوشحالی شد و افزون بر آن، مایه باورمندی اهل شک به امامت امام عسکری (ع) گردید (ابن بابویه، ۱۴۰۴، ص ۱۰۰)؛ زیرا امام خود نیز احتمال می‌دادند که فرزندش پس از شهادت ایشان به دنیا بیاید (همو، ۱۴۱۱، ج ۲، ص ۴۰۹؛ خزاز، ۱۴۰۱، ص ۲۹۵). بعدها در پاسخ به این تلاش دربار، آن حضرت فرزندش را در پاسخ به این ماجرا «مؤمل»، یعنی آن که انتظارش را کشیدند، نام نهاد (ابن ابی‌الثلج، ۱۴۱۰، ص ۱۱۳؛ طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۳۱).

گام سوم: گواه گرفتن برخی از اهل خانه (= تبلیغ چهره‌به‌چهره)

گام سوم امام در اثبات تولد فرزندش، نشان دادن فرزند خود به شماری از اهل خانه بود که به ایشان اطمینان فراوانی داشت. «حدیث»، مادر امام حسن عسکری (ع) که به همراه امام هادی (ع) از مدینه به سامرا کوچ کرد، بعدها در ماجرای تولد مهدی (ع) نیز حضور داشت. گرچه منابع اسلامی از حکیمه، عمه امام حسن عسکری (ع)، به مثابه زن راوی جریان تولد امام زمان (ع) نام می‌برند، اما این دعوت شاید تنها برای آن بود که بانویی هاشمی گواه این تولد باشد (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۵۷). افرادی مانند: نسیم، ابوطریف (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۵۵) سرور (همان، ص ۳۳۲) و داود بن اسود، در عین حالی که خادم امام بودند، از تولد مهدی (ع) آگاهی یافتند (ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹ ق، ج ۴، ص ۴۲۷). ابوغانم، خادم قزوینی امام نیز از میلاد مهدی (ع) باخبر شد (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۵۰؛ ابن بابویه، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۴۰۸).

گام چهارم: نشان دادن مهدی (ع) به یاران نزدیک (= تبلیغ چهره‌به‌چهره)

یکی از راه‌های یقین‌سازی در میلاد مهدی (ع)، نشان دادن ایشان به یاران قابل اعتماد بود؛ چراکه با کشته شدن مهتدی در رجب سال ۲۵۶ هجری و درگیری میان عباسیان، کانون امامت در سامرا، فرصتی یافت تا موضوع تولد مهدی (ع) را به اطلاع امامیه در شهرهای مختلف برساند. این یاران، در ابلاغ تولد مهدی (ع) به دیگران، سهم بسزایی میان امامیه داشتند. این ده نفر، یعنی: احمد بن ابراهیم (ابن بابویه، ۱۳۹۵ ق، ج ۲، ص ۵۰۱)، حسن بن ظریف (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۶۳۲)،



عیسی بن مهدی جوهری، حسن بن مسعود، حسین بن ابراهیم، عتاب و طالب پسران خاتم، محمد بن سعید، احمد بن خصیب و احمد بن جنان که با دیدن امام زمان علیه السلام از تولد وی آگاهی یافته بودند، در شمار اصلی ترین مبلغان این امر بودند (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۴۵ و ۳۵۸). محمد بن ابراهیم بن مهزیار (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۶۵۵)، ضو بن علی عجللی، محمد بن علی بن ابراهیم، حسن بن علی بن ابراهیم همدانی (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۳۶) و یعقوب بن منقوش، از سوی امام حسن عسکری علیه السلام به دیدار امام مهدی علیه السلام نایل شدند (همان، ص ۴۳۶-۴۳۷). محمد بن علی بن عبدالرحمن عبدی (طبری، ۱۴۱۳، ص ۴۲۹)، احمد بن ابراهیم (مسعودی، ۱۳۸۴، ص ۲۷۲) و «عمروی» نیز در همین دسته جای می گیرند (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۲۹). از آنجاکه امام، با ظرفیت شناسی این افراد، فرزندش را به آنها نمایانده بود، این نشان از ویژگی تبلیغی آنان و جایگاهشان در میان امامیه به عنوان بخشی از شبکه انتقال پیام بود. این افراد، عموماً از بزرگان شهرهای خود، افراد سرشناس یا عالمان آن دوره اند. جالب آنکه افرادی منتسب به عباسیان که به امام حسن عسکری علیه السلام اعتقاد داشتند (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۴۸) نیز به وسیله امام از تولد فرزندش مهدی علیه السلام آگاه شدند (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۵۱۸).

گام پنجم: اعلان تولد مهدی علیه السلام به شبکه تبلیغات امامیه

از زمان آغاز کار عباسیان، شبکه تبلیغات این دولت، با نام «سازمان دعوت» بخشی از ساختار اطلاع رسانی از سوی این سلسله به شمار می رفت (ملبویی، جباری، ۱۳۸۹، ص ۸۴). هم زمان با آنها امامیه نیز ساختاری تبلیغاتی با نام «نهاد وکالت» را طراحی و اجرا کرده بود (همان، ص ۸۶). نهاد وکالت، یک نهاد هرمی بود که امام در جایگاه رهبری در رأس آن قرار داشت و به ترتیب، به سوی قاعده هرم، ابتدا وکلای ارشد یا سروکیل ها، و سپس، وکلای جزء بودند که در نواحی مختلف دور و نزدیک قرار داشتند (جباری، ۱۳۸۲، ص ۱۷۵). جغرافیای امامیه در همین سال ها، شامل شهرها و مناطق مختلفی با سه گونه جمعیتی: «جمعیت های یکپارچه»، «محلله های امامیه» و «شهروندان پراکنده» بود که مناطق ذیل را در بر می گرفت:

کوفه و اهواز (کوفی اهوازی، ۱۴۰۴، ص ۹)، مدائن (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۷۵)، جبال (راوندی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۴۵۳)، نهاوند (نجاشی، ۱۳۶۵، ج ۲، ص ۱۹)، گرگان (اربلی، ۱۳۸۱، ج ۲، ص ۴۲۵)، بصره (طوسی، ۱۴۱۴، ص ۵۷۸؛ ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹، ج ۴، ص ۴۳۶)، کرج ابی دلف (نزدیک آوه) (ابن فقیه، ۱۴۱۶، ص ۲۱۶؛ اصطخری، ۲۰۰۴، ص ۱۱۸)، سیستان و بُست، ری و قزوین (طوسی، ۱۴۱۱،

ص ۲۶۳)، ابهر (بلاذری، ۱۹۸۸، ص ۳۰۷)، تفرش و کاشان (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۶، ص ۱۸۳)، بخش‌هایی از مازندران (ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹ق، ج ۴، ص ۴۲۹)، سجستان (طوسی، ۱۳۹۰، ج ۳، ص ۹۷)، نصیبین (نجاشی، ۱۳۶۵ش، ص ۳۴۶)، همدان (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۱، ص ۲۵۰)، جزیره و کفرتوئا (ابن شهر آشوب، ۱۳۷۹ق، ج ۴، ص ۴۲۸)، کرمانشاه (قرمیسین) (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۳۷)، دینور (کشی، ۱۴۰۹، ص ۵۲۷)، واسط (نجاشی، ۱۳۶۵ش، ص ۲۳۲)، آذربایجان (طبری، ۱۴۱۳، ص ۵۴۸)، مناطقی در فارس همچون ارگان و کرانه دریا و خرّه و همچنین شهر زور، قاین و رودبار و نیز کوهستان ابی غانم (جباری، ۱۳۸۲، ج ۱، ص ۱۴۶-۱۴۷)، بغداد (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۶۵۴)، خراسان؛ شهرهای: غور، قندهار، کابل، غزنین، بلخ، طالقان، جوزجان، بدخشان، طخارستان، هرات و مرو (ناصری داودی، ۱۳۸۶، ص ۸۱-۸۲)، اصفهان، مکه و مدینه (طبری، ۱۳۸۷ش، ص ۵۴۶)، کرمان (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۵۴)، یمن و مصر (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۸۲) و برخی نقاط دیگر؛ چنان‌که برخی از یاران حضرت، با پسوند زادگاهشان به امام حسن عسکری (ع) مراجعه می‌کردند (همان).

در این دوره، نخستین چهره سرشناس امامیه، عثمان بن سعید عمری وکیل (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۳۲؛ طوسی، ۱۴۱۱، ص ۳۵۶؛ راوندی، ۱۴۰۹، ج ۳، ص ۱۱۱۲) و پس از او، ابوهاشم جعفری (د ۲۶۱ق) قرار داشت که از اصلی‌ترین چهره‌های امامیه و بزرگ هاشمیان بغداد بود (افطسی، ۱۴۲۵، ص ۳۰۸). در شهر قم، احمد بن اسحاق (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۶۴۳؛ ابن بابویه، ۱۳۹۵ق، ج ۲، ص ۴۶۴) و در نیشابور، فضل بن شاذان، یک‌تنه مشهورترین چهره تبلیغی امامیه در این سامان بود (کشی، ۱۴۰۹، ص ۵۳۸ و ۵۴۲). آن حضرت با گزینش وکیلان و قرار دادن آنان در ساختار تبلیغاتی، نوعی سازوکار اطلاع‌رسانی سریع را طراحی کرده بودند که پیشینه آن، به عصر امام صادق (ع) می‌رسید. پیشوای یازدهم، ضمن ابقای وکیلان پدر، در مواردی به انتصاب نمایندگان جدید می‌پرداختند (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۳۵۰). احمد بن اسحاق، سرشاخه تبلیغات امامیه در قم، مهدی (ع) را دیده بود (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۳۸۴). احمد بن میمون خراسانی (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۳۷)، موسی بن مهدی جوهری (همان، ص ۳۳۴)، محمد بن عیسی (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۴۴)، علی بن عمر نوفلی (همان، ص ۲۴۵)، شاهویه بن عبدالله، هارون بن مسلم، احمد بن محمد بن رجا معروف به صاحب الترتک (همان، ص ۲۴۶)، احمد بن ابراهیم (همان، ص ۲۷۱) و ابوطاهر بن بلبل و علی بن جعفر همانی نیز مهدی (ع) را دیدند (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۱۸). کلینی

در «بَابُ فِي تَسْمِيَةِ مَنْ رَأَى»، به حدیث‌های دیدار افراد از طریق امام حسن عسکری علیه السلام با مهدی علیه السلام اشاره نموده است (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۱۵). طوسی نیز بارها از دیدارهای امامیه با امام حسن عسکری علیه السلام برای رؤیت امام زمان یاد کرده است (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۳۵۶-۳۵۷). این روند دیدارها، تا زمان شهادت امام حسن عسکری علیه السلام ادامه داشت؛ همان‌طور که ابومحمد و جنایی، ده روز پیش از شهادت امام حسن عسکری علیه السلام، پسرش مهدی علیه السلام را زیارت کرد (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۳۱).

نکته شایسته ذکر اینکه شرایط خفقان سامرا پایدار نبود؛ زیرا در این دوره، سه خلیفه یکی به دنبال دیگری، جابه‌جا شدند و همین شرایط درگیری درونی عباسیان، محیطی برای فعالیت‌های امامیه فراهم کرد. به همین سبب، شمار نسبتاً قابل توجهی از یاران حضرت، موفق به دیدار مهدی علیه السلام در خانه امام حسن عسکری علیه السلام شدند. از سوی دیگر، در این دوره رسم بود که حاجیان سرزمین‌های مختلف برای سفر حج، نخست به سامرا به دیدار خلیفه می‌رفتند و سپس، راهی حج می‌شدند (کشی، ۱۴۰۹، ص ۵۳۷؛ ابن طاووس، ۱۳۶۸، ص ۲۴۲؛ نویری، ۱۴۲۳، ج ۲۲، ص ۳۲۹). امامیه نیز در همین کاروان‌ها وارد سامرا شده، به دیدار امام می‌رفتند (کشی، ۱۴۰۹، ص ۵۳۷؛ خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۶۸)؛ چیزی که بعدها به سنت زیارت قبور این ائمه منتهی شد.

گام ششم: بهره‌گیری از دیگر ابزارهای تبلیغی

استفاده از ابزارهای مختلف در انجام یک تبلیغ موفق، یکی از امور پذیرفته‌شده در تبلیغ است. در تبلیغات دینی، این ابزارها باید در نگاه اول، کاملاً مطابق با باورهای درونی آن باشند و از سوی دیگر، میزان تأثیرگذاری آنها دقیقاً حکایت از وضعیت اجتماعی و فرهنگ عمومی آن زمانه نیز دارد؛ تاجایی که از نوع ابزارهای به‌کاررفته شده در تبلیغات، می‌توان سطح باور عمومی، میزان سواد و به‌نوعی فهم و سطح درک جامعه از موضوعات مختلف را دریافت. آنچه در ادامه می‌آید، ابزارهای تکمیلی است که امام یا جامعه امامیه برای اثبات تولد مهدی علیه السلام به‌کار برده است.

الف. نامه‌نگاری و ارسال پیک (= ابزار تبلیغ)

کانون امامت در سامرا، طی چند مرحله نامه‌نگاری با شبکه تبلیغی، آنان را از میلاد مهدی علیه السلام آگاه نمود. در نخستین وهله، نامه حاوی پیشگویی آن حضرت از طریق شبکه نامه‌رسانان در اختیار آنان قرار گرفت. در این نامه، به تولد مهدی علیه السلام و قتل مهتدی به وسیله ترکان اشاره شده بود (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۵۲-۲۵۳). روی دادن محتوای این خبر، مایه آرامش جامعه امامیه شد

(ابن ابی الثلج، ۱۴۱۰، ص ۱۱۳؛ خزاز، ۱۴۰۱، ص ۲۹۳؛ ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۰۷). همچنین، از سوی دیگر، آن حضرت، هنگامی که یارانش در شعبان سال ۲۵۶ هجری زندان بودند، حبس شد و در همین بند، به یاران زندانی اعلام کرد که فرزندش امام زمان (علیه السلام) به دنیا آمده است (راوندی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۴۷۸؛ اربلی، ۱۳۸۱، ج ۲، ص ۵۰۳). در مرحله بعد، امام برای میلاد مهدی (علیه السلام) در شعبان سال ۲۵۶ هجری (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۲۴؛ طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۵۹)، از طریق ارسال نامه‌های سری حاوی خبر میلاد به شبکه ارتباطی خود در آن شهرها، هم آرامشی برای آنها فراهم ساخت و هم دلیلی بر امامت آن حضرت ارائه نمود (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۳۳-۴۳۴).

در گام بعدی، آن حضرت گاهی خود برای یارانی که در شبکه تبلیغی قرار داشتند، نامه‌هایی ارسال می‌کرد؛ برای نمونه، ابوطاهر بلال از یاران امام، پس از پرس و جوی فراوان درباره مهدی (علیه السلام)، امام حسن عسکری (علیه السلام) برای وی توقیعی ارسال نمود (همان، ص ۴۹۹). با فاصله کوتاهی، از فرستاده شدن این نامه‌ها، امامیه در شهرهای دور برای تبریک میلاد پسر امام حسن عسکری (علیه السلام) به سامرا نزد ایشان می‌رفتند (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۳۰ و ۲۵۱). این روند تبلیغی، چنان راهگشا شد که علی بن بلال (نجاشی، ۱۳۶۵، ص ۲۷۸)، محمد بن معاویه بن حکیم، حسن بن ایوب بن نوح (همان، ص ۵۱)، ابراهیم بن محمد بن فارس نیشابوری، محمد بن علی بن حمزه علوی، عبدالله بن حسین بن سعد کاتب (حر عاملی، ۱۴۲۵، ج ۵، ص ۱۹۷) و محمد بن عبدالجبار قمی نیز حکایت تولد را تأیید می‌کردند (برقی، ۱۳۴۲، ص ۵۹).

ب. ردیه‌نگاری؛ استفاده از ظرفیت تبلیغات مکتوب

یکی از گروه‌های نامدار در مخالفت با عقیده مهدویت و امامت پسر امام حسن عسکری (علیه السلام)، جریان «واقفیه» بودند که در صف مخالفان امام حسن عسکری (علیه السلام) قرار داشتند و از آنجا که معمولاً از چهره‌های علمی به شمار می‌رفتند، شروع به نشر روایاتی کردند که مهدویت پسر امام حسن عسکری (علیه السلام) را زیر سؤال می‌برد. پیشرفت کار واقفیه و گسترش ادعای ایشان، در گروه روایاتی بود که به‌گونه‌ای با آرای ایشان همخوانی داشتند و این روایات را سران واقفیه در استدلال‌های خود به کار می‌بردند؛ چنان‌که ابو محمد علی بن احمد علوی موسوی در کتاب نصره الواقفة و همچنین سایر نویسندگان واقفی، روایتی را پخش می‌کردند که آشکارا مهدویت امام کاظم (علیه السلام) از آن استشمام می‌شد (طوسی، ۱۴۱۱، ص ۴۴-۴۶). نگارش کتاب‌هایی مانند الغیبه نوشته حسن بن محمد بن سماعه کوفی (د ۲۶۳ق) و کتابی به همین نام از علی بن حسن

طاطری، دایره رفتار تبلیغی آنها را در نسبت دادن مهدویت به امام هفتم علیه السلام نشان می‌دهد. تأمل در کتاب‌های فهرست‌نگاری این دوره، ما را به نام کتاب‌های الغیبه می‌رساند که بیشتر نویسندگان از اهل وقف هستند. از همین گروه واقفیان، حسن بن علی بن ابی حمزه بطائنی، کتابی به نام القائم الصغیر والغیبه نوشت (نجاشی، ۱۳۶۵ ش، ص ۳۷). واقفی‌ها نیز به روایت «الامام لا یغلسه إلا الامام» با این عنوان که بخشی از وصیت شخصی امام صادق علیه السلام به فرزندش امام کاظم علیه السلام است، عمومیت داده و غسل امام پیشین را به وسیله امام بعدی، نشانه اصلی امامت می‌دانستند (حسینیان مقدم، گودرزی، ۱۳۹۷، ص ۱۱۹)؛ چیزی که امامت امام رضا علیه السلام و بقیه را زیر سؤال می‌برد.

در رفتارشناسی واقفیه اینکه آنها به هیچ وجه فضایل ائمه سامرا را نمی‌پذیرفتند (نجاشی، ۱۳۶۵ ش، ص ۴۲). حضور این جریان در عصر امام حسن عسکری علیه السلام، در نامه‌های امامیه در منطقه جبال و پرسش‌های آنان از چگونگی برخورد با واقفیان بازتاب یافته است. امام در برابر این جریان، به هرگونه همگرایی میان امامیه با آنها هشدار داده و حتی دستور می‌دهند که اگرچه از خویشان هم باشند، باز هم از آنها برائت بجویید و به عیادت بیمارانشان نروید و در تشییع جنازه‌هایشان حاضر نشوید. استدلال امام، به آیه‌ای که درباره منافقان نازل شده است، کاملاً جایگاه این فرقه را نزد آن حضرت روشن می‌نماید (راوندی، ۱۴۰۹، ج ۱، ص ۴۵۳). از سوی دیگر، امام یارانش را به ردیه‌نگاری علیه این جریان تشویق می‌نمود؛ زیرا واقفه در مذهب خود بسیار متعصب بودند (میرداماد، ۱۳۱۱، ص ۱۱۰) و کانون فعالیت‌های آنها بغداد بود. به همین سبب، محمد بن عیسی بن عبید در بغداد، کتاب الواضح المکشوف فی الرد علی اهل الوقوف را در رد واقفی‌ها و اندیشه وقوف نوشت (نجاشی، ۱۳۶۵ ش، ص ۳۳۴).

شبکه تبلیغی امام بر اساس یک راهبرد کلی، یعنی مبارزه با واقفه، می‌توانست از روش‌های گوناگونی مانند مناظره نیز بهره بگیرد و البته این انتخاب خود افراد بود؛ نه دستور امام. برخی از امامیه که در مصاف جدلی با واقفیان شکست می‌خوردند، رو به سامرا کرده، از آن حضرت پرسش‌های خویش را می‌پرسیدند (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۴۳-۳۴۴). زیدیه نیز به تولد مهدی علیه السلام و وجود چنین شخصیتی در بیت امام حسن عسکری علیه السلام، واکنش نشان می‌دادند. ابوالقاسم کعبی (د ۳۱۹ق)، یکی از سرآمدان معتزله زیدی، تولد مهدی و سپردن امور امامیه به فرزندی خردسال را نمی‌پذیرفت (قاضی عبدالجبار، ۱۹۶۵، ج ۲۰، ص ۱۷۶). واکنش امامیه به این رفتار زیدیه،

ردیه‌نویسی بود. از این رو، کتاب‌هایی همچون الرد علی الزیدیه از سوی متکلمان امامی به این دلیل نوشته شد (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۱، ص ۶۳). آنچه حسین بن اشکیب، از اصحاب امام حسن عسکری (علیه السلام) در سال‌هایی که در مرکز ایران، یعنی قم، به عنوان خادم مزار حضرت معصومه (علیها السلام) می‌زیست، با نام الرد علی الزیدیه نگاشته، پاسخی به همین موضوع است (نجاشی، ۱۳۶۵، ش، ص ۴۴).

ج. کاربست ظرفیت «مراسم و آیین» در تبلیغ

بسط و تأثیر باورهای واقفیان، مایه آن شد تا امام در میان درخواست‌های برخی از شیعیان به آنها اجازه بدهد که از ظرفیت «تبلیغ آیینی» استفاده شود. بر پایه این موضوع، امام از مراسم نماز جماعت علیه واقفیه استفاده نمود. بدین سان، امام دستور داد تا یارانش، واقفیه را در قنوت نمازهایشان نفرین کنند (همان، ص ۴۶۰-۴۶۵). پیچیدن خبر نفرین واقفیه در قنوت نمازهای روزانه، سوق‌دهی به ظرفیت یک مراسم دینی مانند نماز، در مبارزه با یک فرقه انحرافی بود. علاوه بر آن، امام برای اثبات میلاد مهدی (علیه السلام)، از سنت اسلامی عقیده نیز بهره گرفت. بنابراین، به مناسبت میلاد فرزندشان، مهدی (علیه السلام)، به دستور آن حضرت، عثمان بن سعید، وکیل تام‌الإختیار امام، ده هزار رطل نان و گوشت میان فقرا و بنی‌هاشم انفاق کرد (ابن بابویه، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۳۱).

مراسم دیگری که در این زمان به موضوع تولّد مهدی (علیه السلام) کمک کرد، به دنبال اطلاع شیعیان بغداد از تولّد امام زمان در سال ۲۵۸ هجری روی داد. از آنجاکه خبر میلاد مهدی (علیه السلام)، در پانزدهم شعبان سال ۲۵۶ هجری به سرعت میان امامیه شهرت یافت، این روز (نیمه شعبان) بین آنان معروف شد (کلینی، ۱۴۲۹، ج ۲، ص ۱۲۶؛ طوسی، ۱۴۱۱، ص ۲۵۹). به دنبال این امر، امامیه برای شکرانه تولّد آن حضرت، در پانزدهم شعبان سال‌های بعد، با حضور در کربلا به دعا پرداخته، پروردگار را سپاس می‌گفتند (خصیبی، ۱۴۱۱، ص ۳۳۱). با اینکه این مراسم از سوی امام پیشنهاد نشده بود، ولی امامیه آن را یکی از روش‌های تبلیغ تولّد مهدی (علیه السلام) قلمداد می‌کنند و اقدام به برگزاری آن می‌نمایند. به هر حال، درز خیر تولّد مهدی (علیه السلام)، سبب شد که در سال شهادت امام حسن عسکری (علیه السلام) و به فرمان آن حضرت، «حدیث»، مادر امام حسن عسکری (علیه السلام)، به همراه مهدی (علیه السلام) سامرا را به قصد مدینه ترک کردند (مسعودی، ۱۴۲۶، ص ۲۵۷؛ ابن ندیم، ۱۴۱۷، ص ۲۰۵).

گام هفتم: بازرسی و نظارت بر حُسن اجرا

نظارت بر چگونگی انجام کارها، بخشی از سیره ائمه علیهم السلام بود. در دوره پیشوای یازدهم نیز علاوه بر امام، بزرگان امامیه و وکیلان امام در نواحی مختلف، خود به واریسی امور می‌پرداختند (موسوی تیان، ۱۳۹۴، ص ۳۳۰). افرادی از یاران امام نیز خبرها را به امام می‌رساندند (کشی، ۱۴۰۹، ص ۵۴۲). افرادی که از شهرهای مختلف نزد امام می‌آمدند، در قالب دیدار، گزارشی از وضعیت آن منطقه ارائه می‌کردند. از آنجاکه ابزار اجرایی در نظارت، آگاه کردن امامیه از رفتارهای منحرفان بود، معمولاً امام در نامه‌ای با عبارات نکوهش‌کننده و لعن‌آمیز، فرد منحرف را برکنار می‌نمود و او را از طریق شبکه اطلاع‌رسانی، به دیگران معرفی می‌کرد (همان، ص ۵۲۷).

نتیجه

اثبات تولد مهدی علیه السلام، یکی از دشواری‌های عصر امام حسن عسکری علیه السلام بود؛ زیرا هم این موضوع به اثبات امامت خود ایشان ارتباط داشت و هم ادامه شجره امامت، نیازمند اثبات ایشان برای امامیه بود. آن حضرت برای اثبات این موضوع، از راهبردهای مختلفی بهره گرفتند. از آنجاکه مهم‌ترین مخالفان تولد مهدی علیه السلام، گروهی از داخل امامیه به نام واقفه و زیدیه بودند، دیگر تنها بحث‌های کلامی در تولد مهدی علیه السلام کافی نبود؛ بلکه نشان دادن این فرزند به دیگران، بخشی از راهبرد امام گشت. آن حضرت با این کار، شاهدان فراوانی را گردآورد که در تاریخ عصر غیبت توانستند امامیه را از شبهه زاده نشدن مهدی علیه السلام به دور بدارند. پیشگویی، نگارش نامه، ردیه‌نویسی، استفاده از ظرفیت تبلیغ آئینی نیز در این بین، سهم والایی در تبلیغات امام داشتند. تهیه محتواهایی که بتواند امامیه را در این امر باورمند سازد، بخشی مهم از سیاست تبلیغی امام بود. در همین زمان، شبکه تبلیغاتی امامیه، در رساندن این خبر، هم از امام دستور می‌گرفت و هم به نوبه خود، با برپایی مراسمی تولد ایشان را گرامی می‌داشت.

کتابنامه

۱. ابن ابی‌الثلج، ۱۴۱۰ق، تاریخ أهل البيت، قم، آل البيت، چاپ اول.
۲. ابن اثیر، عزالدین، ۱۳۸۵/۱۹۶۵، الکامل فی التاریخ، بیروت، دار الصادر.
۳. ابن بابویه، علی بن حسین، ۱۴۰۴ق، الامامة والتبصرة من الحيرة، تحقیق: مدرسه امام مهدی علیه السلام، قم، مدرسه امام مهدی علیه السلام، چاپ اول.

٤. ابن بابويه، محمد بن علي، ١٣٩٥ق، كمال الدين وتمام النعمة، قم، دار الكتب الاسلامية.
٥. ابن شهر آشوب، محمد بن علي، ١٣٧٩ق، المناقب آل ابي طالب، قم، مؤسسه انتشاراتي علامه.
٦. ابن صباغ مالكي، ١٤٢٢ق، الفصول المهمة في معرفة الأئمة عليهم السلام، قم، دار الحديث، چاپ اول.
٧. ابن طاووس، علي بن موسى، ١٣٧٦ش، إقبال الأعمال، تحقيق: جواد قيومي اصفهاني، قم، دفتر تبليغات اسلامي.
٨. _____، ١٣٣٠ق، جمال الأسبوع بكمال العمل المشروع، قم، دار الرضى.
٩. _____، ١٣٦٨ق، فرج المهموم فى تاريخ علماء النجوم، قم، دار الذخائر، چاپ اول.
١٠. _____، ١٤٠٦ق، فلاح السائل ونجاح المسائل، قم، بوستان كتاب، چاپ اول.
١١. _____، ١٤١١ق، مهج الدعوات ومنهج العبادات، تحقيق: ابوطالب كرماني و محمدحسن محرز، قم، دار الذخائر، چاپ اول.
١٢. ابن عبد الوهاب، حسين، [بى تا]، عيون المعجزات، قم، مكتبة الداوري، چاپ اول.
١٣. ابن فقيه، احمد بن محمد، ١٤١٦ق، البلدان، بيروت، عالم الكتب، چاپ اول.
١٤. ابن كثير، اسماعيل بن عمر، ١٤٠٧ق/١٩٨٦م، البداية والنهاية، بيروت، دار الفكر.
١٥. ابن نديم، محمد بن اسحاق، ١٤١٧ق، الفهرست، تعليق: شيخ ابراهيم رمضان، بيروت، دار المعرفة.
١٦. اربلي، علي بن عيسى، ١٣٨١ق، كشف الغمة، تبريز: مكتبه بنى هاشمي.
١٧. اصطخرى، ابراهيم بن محمد، ٢٠٠٤م، المسالك والممالك، تحقيق: محمد جابر عبدالعال حيني، القاهرة: الهيئة العامة لقصور الثقافة، چاپ اول.
١٨. افطسى، محمد بن محمد، ٢٠٠٥/١٤٢٥، المجموع اللفي، تحقيق: يحيى وهيب الجبورى، بيروت، دار الغرب الاسلامي، چاپ اول.
١٩. برقى، احمد بن محمد بن خالد، ١٣٧١ق، المحاسن، قم، دار الكتب الاسلامية.



۲۰. بیرونی، ابوریحان، ۱۴۲۲ق، آثار الباقیه عن القرون الخالیة، تهران، نشر میراث مکتوب، چاپ اول.
۲۱. بلاذری، احمد بن یحیی، ۱۹۸۸، فتوح البلدان، بیروت، دار مکتبة الهلال.
۲۲. جباری، محمدرضا، ۱۳۸۲، سازمان وکالت و نقش آن در عصر ائمه، قم، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی، چاپ اول.
۲۳. حر عاملی، محمد بن حسن، ۱۴۲۵ق، إثبات الهداة بالنصوص والمعجزات، بیروت، اعلمی، چاپ اول.
۲۴. خزاز رازی، علی بن محمد، ۱۴۰۱ق، کفایة الأثر فی النصّ علی الأئمة الإثنی عشر، تحقیق: عبداللطیف حسینی کوهکمری، قم، بیدار.
۲۵. خصیسی، حسین بن حمدان، ۱۴۱۱ق/۱۱۹۱م، الهدایة الكبرى، بیروت، مؤسسة البلاغ.
۲۶. ذهبی، شمس الدین محمد، ۱۴۱۳/۱۹۹۳، تاریخ الإسلام، تحقیق: عمر عبدالسلام تدمری، بیروت، دار الکتب العربی، چاپ دوم.
۲۷. راوندی، قطب الدین، ۱۴۰۹ق، الخرائج والجرائح، قم، مؤسسه امام مهدی علیه السلام، چاپ اول.
۲۸. السمهودی، علی بن عبدالله، ۱۴۰۵ق، جواهر العقدين فی فضل الشرفین، بغداد: مطبعة العانی، چاپ اول.
۲۹. صادقی، سید جعفر، ۱۳۹۳ش، «نقش عباسیان در جعل و تحریف روایات مهدوی»، فصل نامه مشرق موعود، سال هشتم، شماره ۲۹.
۳۰. صفار، محمد بن حسن، ۱۴۰۴ق، بصائر الدرجات، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی.
۳۱. طبرسی، فضل بن حسن، ۱۴۱۷ق، إعلام الوری بأعلام الهدی، تحقیق: مؤسسة آل البيت، قم، مؤسسة آل البيت، چاپ اول.
۳۲. طبری، محمد بن جریر، ۱۳۸۷/۱۹۶۷، تاریخ الطبری، تحقیق: محمد أبو الفضل ابراهیم، بیروت، دار التراث، الطبعة الثانية.
۳۳. _____، ۱۴۱۳، دلائل الإمامة، قم، بعثت، چاپ اول.
۳۴. طوسی، محمد بن الحسن، ۱۴۱۱، الغیبة، تحقیق: عبادالله تهرانی و علی احمد ناصح، قم، دار المعارف الإسلامية، چاپ اول.
۳۵. _____، ۱۴۱۴، الأمالی، قم، دار الثقافة، چاپ اول.

۳۶. قاضی عبدالجبار، ۱۹۶۵-۱۹۶۲، المغني في أبواب التوحيد والعدل، تحقيق: جورج قنواتي، قاهره، الدار المصرية.
۳۷. كشي، محمد بن عمر، ۱۴۰۹ق، رجال الكشي، تحقيق: محمد بن حسن طوسی و حسن مصطفوی، مشهد: مؤسسه نشر دانشگاه مشهد، چاپ اول.
۳۸. كليني رازی، محمد بن يعقوب، ۱۴۲۹ق، الكافي، تحقيق: دار الحديث، قم، دار الحديث.
۳۹. گودرزی، ابراهيم و حسين حسينيان مقدم، ۱۳۹۷، «بازشناسی حدیث «الامام لا یغسله الا الامام» در گفتمان واقفیه و امامیه (بر اساس پیشینه‌شناسی تجهیز معصومان علیهم‌السلام در منابع فریقین)»، علوم حدیث، سال ۲۲، شماره ۴.
۴۰. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الأنوار (ط - بیروت)، تحقيق: جمعی از محققان، بیروت، دار إحياء التراث العربی، چاپ دوم.
۴۱. _____، ۱۴۰۶، ملاذ الخبر في فهم تهذيب الاخبار، قم، کتابخانه آیت‌الله مرعشی، چاپ اول.
۴۲. مسعودی (شلمغانی)، علی بن حسین، ۱۳۸۴ش/۱۴۲۶ق، اثبات الوصية، قم، انصاریان.
۴۳. ملبویی، محمدکاظم و محمدرضا جباری، ۱۳۸۹، «بررسی تطبیقی سازمان دعوت عباسیان و سازمان وکالت امامیه (مراحل شکل‌گیری و عوامل پیدایش)»، تاریخ در آینه پژوهش، سال هفتم، شماره سوم، پاییز، ص ۷۵-۱۰۴.
۴۴. موسوی تینانی، سید اکبر، ۱۳۹۵ش، «جریان‌شناسی فکری امامیه از افول مدرسه کوفه (اواخر سده دوم هجری) تا ظهور شیخ مفید در بغداد، بصره، خراسان و ماوراءالنهر»، رساله دکتری، دانشگاه ادیان و مذاهب، دانشکده شیعه‌شناسی.
۴۵. ناصری داودی، عبدالمجید، ۱۳۸۶ش، تاریخ تشیع در افغانستان (از آغاز تا قرن هفتم)، قم، مرکز جهانی علوم اسلامی.
۴۶. نجاشی، احمد بن علی، ۱۳۶۵ش، رجال النجاشی، قم، جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۴۷. نویری، شهاب‌الدین احمد، ۱۴۲۳، نهاية الأرب، قاهره، دار الکتب والوثائق القومية، چاپ اول.
۴۸. یعقوبی، احمد بن واضح، ۱۴۲۲ق، البلدان، تحقيق: محمد امین ضناوی، بیروت، دار الکتب العلمیة.