



بررسی اقناع مخاطب در پاسخ‌گویی قرآن به شبهات اعتقادی

داوود افقی^۱

رضا برنجکار^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۱/۲۰

تاریخ تأیید: ۱۳۹۳/۰۲/۲۷

چکیده

«اقناع» به معنای متقاعد کردن، فرآیندی ارتباطی است که هدف اساسی آن، انتقال محتوا با اثرگذاری و ایجاد تغییر در مخاطب است. از جمله ویژگی‌های برجسته پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی، اقناع مخاطب است و تمامی پاسخ‌های قرآن، دارای این ویژگی هستند. اقناع قرآنی، اقناعی کامل با ابزارهای مشروع و صحیح است که در چهارچوب اختیار و آزادی انتخاب مخاطبان صورت می‌گیرد. قرآن در مسیر اقناع مخاطب، از شیوه‌های گوناگونی استفاده می‌کند. این مسیر با ایجاد اعتماد در مخاطب و جلب توجه او شروع شده و با ارائه دلایل، مستندات و استدلال‌های منطقی، مستحکم و غیر قابل خدشه، به اثبات موضع حق، متقاعد شدن و حصول تغییر در مخاطب می‌انجامد.

واژگان کلیدی

اقناع، اقناع مخاطب، پاسخ‌گویی قرآن، شبهات اعتقادی.

۱. استادیار دانشگاه شهید مدنی آذربایجان.

۲. استاد دانشگاه تهران.

درآمد

از تعاریفی که برای علم کلام بیان شده (برای آشنایی با برخی از تعاریف ر.ک: تهنوی، ۱۹۹۶: ۲۲؛ ابن خلدون، ۱۴۰۸ق، ۴۷۵؛ لاهیجی: ۱۴۲۶ق، ۱؛ ۶؛ جرجانی، ۱۳۲۵ق، ۱: ۳۴) برمی آید که علم کلام دارای دو بخش و جنبه اساسی است: جنبه استنباطی و جنبه دفاعی^۱؛ به تعبیر دیگر، دو هدف و غایت علم کلام، استنباط عقاید دینی و دفاع از آن عقاید است. پاسخ به شبهات اعتقادی، مهم‌ترین بخش از جنبه دفاعی علم کلام است. این موضوع در کتاب و سنت نیز مورد توجه جدی قرار گرفته و دارای اهمیت ویژه و انکارناپذیری است. قرآن کریم در جایگاه مهم‌ترین منبع اسلامی، به شبهات اعتقادی پاسخ داده و بخشی از تلاش و کارکرد قرآن، معطوف به این مسئله است. پاسخ‌های قرآن به شبهات، دارای ویژگی‌هایی است که در راستای تحقق اهداف نزول آن قرار دارد. از میان این ویژگی‌ها، می‌توان از اقناع مخاطب به عنوان یکی از مهم‌ترین آن‌ها یاد کرد. در این مقاله در صدد هستیم تا نحوه توجه قرآن به این مسئله را مورد بررسی قرار دهیم. بررسی مفهوم اقناع، خصوصیات اقناع قرآنی و چگونگی تحقق آن در پاسخ‌گویی قرآن به شبهات اعتقادی، مباحث اصلی این نوشته را تشکیل می‌دهد.

مفهوم «اقناع»

«اقناع» در زبان عربی از ریشه «قنع» است و در کتب لغت، چند معنا برای آن ذکر شده است (ر.ک: فراهیدی، ۱۴۱۰ق، ۱: ۱۷۰؛ ازهری، ۱۴۲۱ق، ۱: ۱۷۲؛ صاحب بن عباد، ۱۴۱۴ق، ۱: ۱۸۵؛ ابن فارس، ۱۳۷۸: ۸۳۹). یکی از این معانی، رضایت و خشنودی است، معنای دیگر سؤال و پرسش است و معنای سوم بالا بردن است و «اقنع رأسه» یعنی سرش را بالا برد (ابن فارس، ۱۳۷۸: ۸۳۹).

در لغت‌نامه‌های فارسی، اقناع به سر و چشم برابر چیزی داشتن، سر را برداشتن و به جانبی التفات کردن، خشنود گردانیدن و راضی کردن معنا شده است (ر.ک: دهخدا، ۱۳۷۷، ۲: ۳۱۲۹). امروزه اقناع بیشتر در حوزه دانش ارتباطات طرح می‌شود و در این دانش، تعاریف گوناگونی برای این اصطلاح خاص بیان شده است؛ از جمله در تعریف آن گفته شده: «اقناع، یعنی قانع و راضی کردن افراد جهت گرایش به موضوعی خاص یا انجام فعلیتی خاص»؛ «کوشش آگاهانه

۱. در تعریف جامعی که از کلام ارائه شده، آمده است: «کلام، دانشی است که درباره اعتقادات دینی به شیوه عقلی و نقلی بحث می‌کند و ضمن استنباط این اعتقادات از منابع آن، به تبیین، تنظیم و اثبات اعتقادات دینی پرداخته، به شبهات و اعتراضات مخالفان پاسخ می‌گوید» (ر.ک: برنجکار، ۱۳۹۱: ۲۱).

فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فرد یا گروهی دیگر را اقناع گویند؛ «اقناع، فرایندی ارتباطی است که هدف آن، نفوذ در گیرنده پیام است؛ به این معنا که پیامی ترغیبی، نظر یا رفتار را به شکلی داوطلبانه به گیرنده ارائه می‌دهد و انتظار می‌رود این پیام در مخاطب یا گیرنده پیام، مؤثر واقع شود» و... (ر.ک: حاجی‌پور و حسینی، ۱۳۹۲: ۱۹). در جمع‌بندی کلی، درباره اقناع گفته شده است: «اقناع، فرایندی ارتباطی است که هدف اساسی آن، انتقال محتوا با اثرگذاری بر مخاطب است» (شاکر و حاجی‌پور، ۱۳۹۱: ۱۱).

از این تعاریف می‌توان چنین نتیجه گرفت که اقناع مخاطب، مساوی با اثرگذاری و تغییر در مخاطب است. این اثرگذاری و تغییر، ابتدا در ساحت اندیشه انسانی صورت می‌گیرد؛ لذا هدف اولیه، اقناع اندیشه مخاطب است. و در ادامه نگرش‌ها، باورها و رفتارهای مخاطب نیز تحت تأثیر قرار می‌گیرد؛ به همین دلیل است که اغلب از بحث اقناع، با عنوان «اقناع اندیشه مخاطب» تعبیر می‌شود.

مراد ما از اقناع در این بحث، که مربوط به پاسخ‌گویی قرآن به شبهات اعتقادی است، قانع ساختن و متقاعد کردن مخاطب است، به گونه‌ای که نگرش او را به مسئله مورد شبهه و سؤال، تصحیح کرده و تغییر می‌دهد و باعث زدودن شبهه می‌شود. قرآن از پاسخ به شبهه، صرفاً به دنبال غلبه و اسکات مخاطب نیست، بلکه اقناع اندیشه مخاطب و متقاعد ساختن او را نیز تعقیب می‌کند. اصولاً رفع شبهه و زدودن آن بدون اقناع مخاطب امکان ندارد، چراکه بدون اقناع، مخاطب در ذهن، فکر و درون خود، عذر و بهانه‌ای برای تبعیت از مفاد شبهه و گرایش به آن، به وجود می‌آورد و این یعنی پابرجا و زنده بودن شبهه.

به نظر می‌رسد، سخن گهربار امام صادق (علیه السلام) در تبیین جدال احسن، به این مسئله اشاره داشته باشد؛ آن حضرت ضمن اشاره به چند نمونه از جدال‌های قرآنی و تذکر آن‌ها به عنوان مصادیقی از جدال احسن، معیار و ملاک جدال احسن را این‌گونه معرفی می‌فرماید: «فهذا الجدل بالتي هي احسن، لأن فيها قطع عذر الكافرين و ازالة شبهتهم» (طبرسی، ۱۴۱۳ق، ۱: ۲۳). و تا اقناع مخاطب صورت نگیرد، عذرها، بهانه‌ها و توجیه‌ها قطع نمی‌شود. بنابراین، ادعای ما این است که پاسخ‌های قرآن این خاصیت و شاخصه اقناع را دارند و هر انسان منصفی، اگر بدون لجاجت و تعصب و با آزاداندیشی و حریت به سراغ پاسخ‌های قرآن برود، بی‌شک متقاعد و قانع خواهد شد.

اقناع قرآنی دارای سه ویژگی مهم و اساسی است:

۱. اقناع کامل

اقناع مورد نظر قرآن، اقناع کامل است. قرآن نه تنها به دنبال اقناع اندیشه و فکر مخاطب است، بلکه فراتر از آن، اقناع روح و وجدان مخاطبان خود را نیز تعقیب می‌کند. ممکن است ذهن و فکر انسان در اثر استدلال و اقامه برهان، درباره مسئله‌ای قانع شود، اما این قانع شدن همواره مساوی با تصدیق و رضایت درونی نیست. به تعبیر شهید مطهری «بسیار اتفاق می‌افتد که انسان در مقابل یک دلیل ساکت می‌شود، اما در عمق وجدان خود، نوعی شک و تردید نسبت به مدعا احساس می‌کند» (مطهری، ۱۳۷۸، ۱: ۴۹۵). او در جایی دیگر برای اقناع، دو مرحله قائل می‌شود و «حکمت و برهان» را مرحله اقناع فکری و «موعظه و تذکر» را مرحله اقناع روحی می‌شمارد (مطهری، ۱۳۷۸، ۲: ۴۷۶).

ملاحظه پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی، این نکته را نشان می‌دهد که قرآن، اقناع وجدانی و روحی را نیز مدنظر دارد. استفاده گسترده قرآن از ارجاع به فطرت و اهتمام به پاسخ‌گویی از این طریق (ر.ک: طه: ۴۹-۵۵؛ انعام: ۴۰، ۶۳، ۷۱؛ مائده: ۷۶؛ زمر: ۳۸؛ اسراء: ۹۸-۹۹؛ عنکبوت: ۱۹-۲۰)، یکی از دلایل توجه قرآن به اقناع روحی است. طرح سؤال و پرسش‌گری قرآن در مقابل شبهه (ر.ک: بقره: ۸۰، ۹۱، ۱۱۱، ۱۷۰؛ آل عمران: ۶۵؛ مائده: ۷۶، ۱۰۴؛ انعام: ۱۴، ۴۰، ۸۱؛ اعراف: ۱۹۱؛ مریم: ۶۶-۶۷؛ لقمان: ۲۱؛ زمر: ۳۸؛ یونس: ۳۱؛ مؤمنون: ۸۴-۸۸؛ ق: ۶)، در به چالش کشیدن و اقناع وجدان‌ها بسیار مؤثر است. بسیاری از پاسخ‌های قرآن به شبهات، با موعظه و تذکر همراه است و قرآن تلاش دارد تا در کنار تغذیه فکری و پاسخ استدلالی، روح و جان انسان‌ها را نیز تغذیه کند و این‌ها همه نشان از توجه قرآن به اقناع روحی و تحقق اقناع کامل است.

۲. اقناع صحیح، با ابزارهای مشروع

قرآن از پاسخ به شبهات اعتقادی، به دنبال اقناع مخاطب و تغییر نگرش اوست، اما هرگز در این مسیر از ابزار و وسایل نامقدس و نامشروع استفاده نمی‌کند. «فریب اقناعی»، نوعی اقناع است که با استفاده از ابزارهای نامشروع و نادرست صورت می‌گیرد و با فریب مخاطب، ذهنیت، نگرش و رفتار او را در جهت و مسیر مورد نظر تغییر می‌دهد، به گونه‌ای که مخاطب تصور می‌کند با میل خود و در کمال آزادی، اهداف و رهنمودهای تعیین‌شده را تعقیب می‌کند. فریب اقناعی امروزه یکی از محوری‌ترین شیوه‌های تبلیغات غربی را تشکیل می‌دهد و دانشمندان عرصه ارتباطات در مغرب‌زمین، گرچه فریب اقناعی را از اصل اقناع متمایز کرده‌اند، خود در

نوشته‌هایشان معترفند که شیوه اصلی در غرب، عمل بر اساس فریب اقناعی است (ر.ک: پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹: ۳۸-۴۹). این مسئله در غرب تا آن‌جا پیش رفته که شیوه‌های آن را نیز مدون کرده‌اند (پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹: ۴۸-۴۹) و باعث شده تا برخی اندیشمندان، نگاهی کاملاً منفی به مقوله اقناع داشته باشند و از اقناع با تعبیری چون: کنترل فکر، شست‌وشوی مغزی و... یاد کنند (پراتکانیس و آرنسون، ۱۳۷۹: ۱۷).

در هیچ جایی از قرآن و در هیچ تلاشی از سوی قرآن در پاسخ به شبهات، نمی‌توان اثری از روش‌های نامشروع و فریب اقناعی را مشاهده کرد. مغالطه^۱، سفسطه^۲ و به طور کلی شیوه‌های منفی تأثیرگذاری، که همگی مصادیقی از باطل هستند، جایی در قرآن ندارند: «لَا يَأْتِيهِ الْبَاطِلُ مِنْ بَيْنِ يَدَيْهِ وَلَا مِنْ خَلْفِهِ تَنْزِيلٌ مِنْ حَكِيمٍ حَمِيدٍ» (فصلت: ۴۲).

به تعبیر علامه طباطبایی، دعوت اسلام و قرآن بر اساس حق صریح است؛ بنابراین، قرآن نمی‌تواند با مقدمات و ابزارهای باطل و نامشروع، اهداف و برنامه‌های خود را تعقیب کند. اگر قرآن به باطل متوسل شود، باطل را امضا کرده و به کرسی نشانده است؛ در نتیجه دعوتش، دعوت به باطل می‌شود، نه دعوت به حق (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۴: ۱۵۵). شهید مطهری نیز با ذکر مصادیق متعدد، تأکید کرده است که هدف مقدس نمی‌تواند توجیه‌گر ابزار نامقدس باشد و محال است که قرآن از امری نامقدس، مثلاً از امری پوچ یا باطل استفاده کند (مطهری، ۱۳۷۸، ۱: ۱۰۱).

مسئله عدم استفاده قرآن از روش‌های نامشروع از جمله فریب اقناعی، به عصمت تام و کامل کتاب الهی از هر گونه خطا، لغزش و انحراف نیز بستگی دارد و استفاده از هر وسیله نادرست برای متقاعد کردن مخاطب، در تعارض با عصمت کتاب الهی است (برای مطالعه بیشتر، ر.ک: شاکرین، ۱۳۹۲: ۴-۷).

۳. اقناع در چهارچوب اختیار و آزادی انتخاب مخاطب

اقناع مخاطب از ویژگی‌های پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی است، اما این به معنای متقاعد شدن همه مخاطبان و تحقق صددرصد اقناع نیست، زیرا هرچند پاسخ‌های قرآن این خصوصیت را دارند، اما اقناع قرآن در چهارچوب اختیار و آزادی انتخاب مخاطبان صورت

۱. «مغالطه» در اصطلاح منطقی، قیاس فاسدی است که منتج به نتیجه صحیح نباشد و فساد آن یا از جهت صورت است یا از جهت ماده و یا هر دو (سجادی، ۱۳۷۳، ۳: ۱۸۵۶) در تعریفی عام، می‌توان مغالطه را انواع خطاها و آشفتگی‌هایی دانست که کم و بیش با خطای در استدلال مرتبط است (خندان، ۱۳۸۰: ۲۳).
 ۲. مغالطه‌ای که عمدی بوده و فریب‌دهنده مخاطب است، «سفسطه» نامیده می‌شود (خندان، ۱۳۸۰: ۲۴).

می‌گیرد؛^۱ به تعبیر دیگر، قرآن ویژگی اقناع را داراست، اما این ویژگی اختیار مخاطب را سلب نکرده و او را مجبور نمی‌کند که از رهنمودهای قرآن تبعیت کند؛ به همین دلیل، خیلی افراد از روی لجاجت، غرور و یا هر دلیل دیگری ممکن است مسیر فرایند اقناعی قرآن را بر خود یا دیگران مسدود کنند. بنابراین با وجود آن که تعالیم قرآن و از جمله پاسخ‌های قرآن به شبهات، کاملاً منطقی و حق هستند و انسان منصف و منطقی چاره‌ای جز پذیرفتن آن‌ها ندارد، برخی چون فاسقان، منکران و... باز هم تسلیم سخن محکم الهی نمی‌شوند و به ظاهر، اقناعی در آن‌ها صورت نمی‌گیرد.

اندیشمندان برای فرآیند اقناع، دو مرحله کلی ترسیم کرده‌اند (ر.ک: حاجی‌پور و حسینی، ۱۳۹۲: ۲۶-۲۷ و ۴۷):

مرحله اول: هم‌گام شدن با مخاطب است که منجر به اعتمادسازی و جلب توجه مخاطب می‌شود.

مرحله دوم: راهنمایی و هدایت (با ابزارهای ترغیب، استدلال و...).

از این رو، بحث را در قالب این دو مرحله پی می‌گیریم:

مرحله اول

شروع فرآیند اقناع، با هم‌گام شدن با مخاطب و جلب اعتماد او صورت می‌گیرد؛ در واقع، برای گشودن ذهن مخاطب، ابتدا باید فاصله‌ها پر شود و دیوار بی‌اعتمادی فرو بریزد. قرآن به این مرحله از فرآیند اقناع، اهمیت داده و بر آن تأکید کرده است؛ از جمله در سوره «آل عمران» خداوند به پیامبر ﷺ می‌فرماید:

«قُلْ يَا أَهْلَ الْكِتَابِ تَعَالَوْا إِلَى كَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ أَلَّا نَعْبُدَ إِلَّا اللَّهَ وَ لَا نُشْرِكَ بِهِ شَيْئاً وَ لَا يَتَّخِذَ بَعْضُنَا بَعْضاً أَرْبَاباً مِّنْ دُونِ اللَّهِ» (آل عمران: ۶۴).

در حقیقت، قرآن از پیامبر ﷺ می‌خواهد تا سخن با اهل کتاب را از نقطه موافق (کَلِمَةٍ سَوَاءٍ بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمْ) شروع کند، تا توجه آن‌ها به تعالیم قرآنی جلب شود.

و در آیه‌ای دیگر، قرآن از مسلمانان می‌خواهد تا اهل کتاب را از اعتقاد خود به تورات و انجیل نازل شده بر دو پیامبر سابق آگاه سازند:

۱. موضوع اختیار و آزادی انتخاب انسان و حدود و مختصات آن در قرآن، بحث مفصلی است که از حوصله این مقاله خارج است. اجمالاً اصل اختیار و آزادی انتخاب انسان در قرآن، با توجه به آیات بسیار، قطعی و غیر قابل انکار است (برای نمونه ر.ک: بقره: ۲۵۶؛ کهف: ۲۹؛ انسان: ۳، ۲۹؛ زمر: ۱۷-۱۸ و ۴۱؛ مزمل: ۹؛ غاشیه: ۲۱-۲۲ و...).

«قُولُوا آمَنَّا بِاللَّهِ وَمَا أُنزِلَ إِلَيْنَا وَمَا أُنزِلَ إِلَىٰ إِبْرَاهِيمَ وَإِسْمَاعِيلَ وَإِسْحَاقَ وَيَعْقُوبَ وَالْأَسْبَاطِ وَمَا أُوتِيَ مُوسَىٰ وَعِيسَىٰ وَمَا أُوتِيَ النَّبِيُّونَ مِنْ رَبِّهِمْ لَا نُفَرِّقُ بَيْنَ أَحَدٍ مِنْهُمْ وَنَحْنُ لَهُ مُسْلِمُونَ» (بقره: ۱۳۶).

برخی مفسران، علت تصریح به نام حضرت موسی (علیه السلام) و حضرت عیسی (علیه السلام) در قسمتی از آیه شریفه را (وَمَا أُوتِيَ مُوسَىٰ وَعِيسَىٰ وَمَا أُوتِيَ النَّبِيُّونَ مِنْ رَبِّهِمْ) این می‌دانند که مخاطب و طرف گفت‌وگو در آیه، یهودیان و مسیحیان هستند (ر.ک: طبرسی، ۱۴۰۸ق، ۱: ۴۰۵؛ طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۱: ۳۱۱)؛ در واقع، آگاه کردن و اعلام اعتقاد مسلمانان به کتب نازل شده بر حضرت موسی (علیه السلام) و عیسی (علیه السلام)، زمینه ایجاد ارتباط مثبت با پیروان این دو پیامبر را فراهم می‌کند. محمدحسین فضل‌الله (ره) در تفسیر خود، ذیل آیه شریفه می‌نویسد:

این‌گونه سخن گفتن، از بهترین، حکیمانانه‌ترین و مؤثرترین شیوه‌ها در گفت‌وگوست، چرا که فضا و جو روانی ملایمی را برای گفت‌وگویی آرام و دل‌نشین به وجود می‌آورد که در آن از طریق نفوذ در قلب مخاطب، دروازه‌های عقل او نیز [برای توجه و پذیرش مطلب] گشوده می‌شود، زیرا نزدیک‌ترین راه به عقل انسان، راهی است که از مسیر قلب بگذرد؛ اگر کسی تو را دوست بدارد، فکرت را نیز دوست می‌دارد و اگر کسی دریچه احساسش را به روی تو بگشاید، دریچه عقلش را نیز خواهد گشود (فضل‌الله، ۱۴۱۹ق، ۳: ۵۳).

برخی از شیوه‌هایی که قرآن در این مرحله از فرآیند اقناع به کار برده است، عبارتند از:

۱. مماشات اولیه با مخاطب: یکی از اموری که قرآن برای هم‌گامی و جلب اعتماد مخاطب به ما نشان داده و آموزش می‌دهد، مماشات و همراهی اولیه با مخاطب است؛ در واقع، پاسخ‌گو در ابتدا و به ظاهر با شبهه‌کننده هم‌صدا شده و به مخاطب می‌فهماند که ادعای او را می‌پذیرد و با او همراه است و به این طریق، نوعی هم‌گامی و جلب اعتماد صورت می‌گیرد و مخاطب تا حدودی ذهن خود را به روی پاسخ‌گو می‌گشاید. این همراهی اولیه با مخاطب، ضمن ایجاد فضایی مثبت و به دور از تنش، زمینه اقناع اندیشه او را فراهم کرده و فرایند اقناع را تسهیل و تسریع می‌سازد. در ادامه و برای زدودن شبهه، لازم است تا پاسخ‌گو به مرحله دوم اقناع وارد شده و به شبهه‌کننده نشان دهد که پذیرش ادعای او، چه نتایج غیر قابل قبولی به همراه دارد و به این شیوه، شبهه را ابطال کند. البته این روش و حرکت گام به گام باید با هوش‌مندی و دقت کامل انجام شود، تا نتایج عکس به همراه نداشته باشد. نمونه‌ای روشن از تلاش برای اقناع مخاطب و اعتمادسازی و جلب توجه او در قالب هم‌گامی و همراهی اولیه با مخاطب، آیات سوره «انعام» است:

«فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَىٰ كَوْكَبًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَا أُحِبُّ الْآفِلِينَ * فَلَمَّا رَأَىٰ الْقَمَرَ بَازِعًا قَالَ هَذَا رَبِّي فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لئن لَّمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ * فَلَمَّا رَأَىٰ الشَّمْسُ بَازِعَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يُعْمِرُ ابْنِي أُمَّةً تَشْرِكُونَ * إِنِّي وَجَّهْتُ وَجْهِيَ لِلذِّكْرِ فَطَرَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ حَنِيفًا وَمَا أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ» (انعام: ۷۶-۷۹).

حضرت ابراهیم علیه السلام در مواجهه با مشرکان و برای ردّ عقاید نادرست آن‌ها، ابتدا خود را هم‌عقیده با آنان نشان داد و وانمود کرد که خدا بودن ستاره و ماه و خورشید را قبول دارد: «قَالَ هَذَا رَبِّي»^۱، اما با غروب کردن آن‌ها، خدایی‌شان را رد کرد و باطل بودن اعتقاد مشرکان را به آنان اظهار کرد؛ به عبارت دیگر، حضرت ابراهیم علیه السلام برای حصول اقناع از همان ابتدا و به صراحت، آنان را به پرستش خدای یگانه دعوت نکرد، بلکه به تدریج و با تسلیم ابتدایی به عقایدشان^۲، زمینه‌ای فراهم کرد تا علاوه بر جلوگیری از طغیان تعصب مشرکان، ذهن و اندیشه آن‌ها برای پذیرش حق آماده شود و در ادامه با ارائه استدلال‌های محکم، بطلان و سستی اعتقاداتشان را نشان داده و به این ترتیب، اقناع لازم صورت بگیرد.

نمونه دیگر، آیه ۲۴ سوره مبارکه «زخرف» است: «قَالَ أَوْ لَوْ جِئْتُمْ بِأَهْدَىٰ مِمَّا وَجَدْتُمْ عَلَيْهِ ءِآبَاءَكُمْ قَالُوا إِنَّا بِمَا أُرْسِلْتُمْ بِهِ كَافِرُونَ». در این آیه، فرستاده و هشداردهنده الهی در پاسخ به توان‌گران و مترفین که می‌گفتند: ما از آیین جدید (که رسولان آن را ابلاغ می‌کردند) تبعیت نمی‌کنیم، چون منطبق بر آیین پدرانمان نیست (ر.ک: زخرف: ۲۳)، از تعبیر «بِأَهْدَىٰ مِمَّا وَجَدْتُمْ» استفاده کرده است، با این‌که می‌داند در بت‌پرستی هیچ‌گونه هدایتی نیست تا دعوت به توحید، هدایت برتر باشد. برخی مفسران تصریح دارند که این‌گونه سخن گفتن فرستاده الهی، از باب مماشات و مدارای با مخاطب است (ر.ک: طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۱۸: ۹۳؛ آلوسی، ۱۴۱۵ق، ۱۳: ۷۶)، تا عواطفش جریحه‌دار نشود و زمینه تفکر و پذیرش حق فراهم شود؛ دست‌کم در افرادی که جهل، تعصب و لجاجت بر آنان حاکم نشده است.

۲. طرح نقاط یا زمینه‌های مشترک فکری: از جمله اموری که قرآن برای ایجاد هم‌گامی و اعتمادسازی به کار گرفته، آن است که مشاهده می‌کنیم قرآن در مواردی، پاسخ‌گویی خود به

۱. درباره سخن ابراهیم علیه السلام که فرمود: «هذا ربی»، بین مفسران بحث و اختلاف نظر وجود داشته و اقوال گوناگونی ارائه شده است (ر.ک: طوسی، ۱۴۰۹ق، ۴: ۱۸۲-۱۸۶؛ طبرسی، ۱۴۰۸ق، ۴: ۵۰۱-۵۰۳؛ طبری، ۱۴۱۲ق، ۷: ۱۶۳-۱۶۴؛ رازی، ۱۴۱۳ق، ۱۳: ۳۹-۴۲).

۲. برخی مفسران تصریح کرده‌اند که سخن ابراهیم علیه السلام (هذا ربی)، از باب مماشات، تسلیم و هم‌گامی اولیه بوده است (ر.ک: طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۷: ۱۷۷؛ آلوسی، ۱۴۱۵ق، ۴: ۱۸۸).

شبهه‌ای را با استفاده از مبانی یا نقاط مشترک و مورد توافق ارائه می‌دهد (ر.ک: انعام: ۱۴؛ زمر: ۳۸) و یا قضیه‌ای را برای ایجاد زمینه مشترک فکری مطرح می‌کند (ر.ک: روم: ۲۸؛ زخرف: ۲۴)؛ همه این‌ها از مصادیق بارز هم‌گامی با مخاطب است که باعث می‌شود ضمن ایجاد فضایی آرام و مسالمت‌آمیز، اعتماد مخاطب نیز جلب شده و زمینه اقناع مخاطب فراهم آید. برای نمونه، قرآن در پاسخ به کافران که می‌گفتند: «ما تنها از چیزی که پدران خود را بر آن یافته‌ایم، پیروی می‌کنیم»، مطلبی را به عنوان زمینه مشترک فکری مطرح کرده است:

«وَ إِذَا قِيلَ لَهُمْ اتَّبِعُوا مَا أَنْزَلَ اللَّهُ قَالُوا بَلْ نَتَّبِعُ مَا آتَيْنَا عَلَيْهِ آبَاءَنَا أَوْ لَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئاً وَ لَا يَهْتَدُونَ» (بقره: ۱۷۰).

اعتقاد مخالفان با باورهای صحیح قرآنی، هیچ‌گونه هم‌خوانی ندارد؛ بنابراین، قرآن برای ایجاد ارتباط و زمینه‌ای برای گفت‌وگو، سخنی منطقی به عنوان محور مشترک فکری مطرح می‌کند؛ سخنی که مورد قبول همه انسان‌ها بوده و هیچ عاقلی آن را رد نمی‌کند: «أَوْ لَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئاً وَ لَا يَهْتَدُونَ». این تعبیر قرآن، بدین معناست که باید از منشأ هدایت و تعقل تبعیت کرد. طرح این مطلب می‌تواند افراد عاقل و غیرمتعصب را جلب کند. هم‌چنین تعبیر «بَاهْدَى مِمَّا وَجَدْتُمْ» که پیش‌تر اشاره شد، علاوه بر مماشات و همراهی اولیه با مخاطب، متضمن طرح زمینه و محور مشترک فکری است و آن این‌که باید از چیزی تبعیت کرد که هدایت بیشتری داشته باشد. این سخن را هر انسان عاقلی بی‌درنگ، تأیید کرده و با آن همراهی می‌کند.

۳. ایجاد شک در باور مخاطب به جای پاسخ صریح: از دیگر شیوه‌هایی که قرآن برای جلب اعتماد و توجه مخاطب انجام داده، آن است که در مواردی از همان ابتدا به طور صریح، شبهه و اعتقاد طرف مقابل را پاسخ نداده و رد نکرده است، بلکه در ابتدا سعی کرده تا او را از حالت یقین به باور خود، خارج کند. قرآن این کار را با به‌کارگیری تعابیری هدف‌مند و حساب‌شده، انجام داده تا در مخاطبی که به صورت قطع و یقین، شبهه و اعتقادی نادرست را اظهار کرده، درباره باور و اعتقاد باطلش، ایجاد شک و تردید کند. این تعابیر به گونه‌ای است که حسّ همراهی را در مخاطب ایجاد می‌کند و او را از موضع و خاکریز یقین، وادار به عقب‌نشینی کرده و از پافشاری لجوجانه و تعصب‌آمیز در عقاید باطل جدا می‌سازد. ردّ صریح شبهه در مواردی ممکن است به جای آن‌که تأثیری در رفع و اصلاح آن داشته باشد، به پافشاری و عدم همراهی و توجه مخاطب منجر شود. برای ارائه نمونه روشن، می‌توان از تعبیر استفاده‌شده در سوره «سبأ» یاد کرد:

«قُلْ مَنْ يَرْزُقُكُمْ مِّنَ السَّمَاوَاتِ وَ الْأَرْضِ قُلِ اللَّهُ وَ إِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَىٰ هُدًى أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» (سبأ: ۲۴)؛ بگو: «کیست که شما را از آسمان‌ها و زمین روزی

می‌دهد؟» بگو: «خدا و در حقیقت، یا ما و یا شما بر هدایت یا گمراهی آشکاریم.» قرآن کریم در این آیه، در مواجهه با مشرکان و در مقام ردّ ادعاهای مشرکانه آنان، به صراحت بر گمراهی و ضلالت آن‌ها اشاره نکرده، بلکه شیوه ایجاد شک را برگزیده است تا مخاطب نوعی هم‌گامی و اعتماد را احساس کند. سخن قرآن به گونه‌ای است که گویا پیش‌تر با این مسئله مواجه نشده و تا کنون درباره مخالف خود، هیچ حکمی صادر نکرده است. در واقع تعبیر: «إِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَىٰ هُدًىٰ أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ»، جرقه‌ای برای ایجاد شک در باور مخاطب است تا آگاهانه و عمیق به مسئله نگاه کند و مرکب اندیشه را به حرکت درآورد؛ از این رو، پیامبر ﷺ نه خود را به هدایت متصف می‌کند و نه مخالف را به گمراهی و ضلالت، بلکه به مخاطب می‌فهماند که در واقع هدایتی وجود دارد و باید از آن پیروی کرد؛ حال باید در چهارچوب گفت‌وگویی همراه با منطق و علم و به دور از تعصب و لجاجت، به دنبال حقیقت و هدایت و تبعیت از آن بود. قطعاً اگر مخاطب قرآن، لجاجت جاهلانه را پیشه نساخته باشد، با آن همراه شده و از هدایت آن بهره خواهد برد.

در نهایت می‌توان گفت، تعبیری چون: «أَوْ لَوْ كَانَ آبَاؤُهُمْ لَا يَعْقِلُونَ شَيْئًا وَلَا يَهْتَدُونَ» (بقره: ۱۷۰)، «أَوْ لَوْ جِئْتُمْ بِأَهْدَىٰ مِمَّا وَجَدْتُمْ عَلَيْهِ ءَابَاءَكُمْ» (زخرف: ۲۴)، «إِنَّا أَوْ إِيَّاكُمْ لَعَلَىٰ هُدًىٰ أَوْ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ» (سبأ: ۲۴)، «قُلْ فَاتَّبِعُوا بِكِتَابِ مَنْ عِنْدَ اللَّهِ هُوَ أَهْدَىٰ مِنْهُمَا أَتَّبِعُهُ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ» (قصص: ۴۹) و... که قرآن در مواجهه با مخالفان و در پاسخ‌گویی به شبهات از آن‌ها استفاده می‌کند، اعتماد و هم‌گامی مخاطب را جلب کرده و زمینه اقتناع و رفع شبهه را فراهم می‌کند. این تعبیر، فضایی آزاد و خالی از تعصب را طراحی می‌کند و اعتماد مخاطب را به حق‌طلبی مخالف او و تسلیم بودن او در برابر حق جلب می‌کند. لحن این آیات به گونه‌ای است که به مخاطب القا می‌کند، هدایت و طریق صحیحی وجود دارد که باید از آن تبعیت کرد و طرف مقابل او، قصد تحمیل عقیده خود را ندارد و تنها تسلیم منطق و حقیقت است. این نوع برخورد، زمینه‌سازی آگاهانه، ظریف و دقیق قرآن برای جلب اعتماد و هم‌گامی و به دنبال آن، حصول اقتناع در مخاطب است.

مرحله دوم

پس از مرحله اول اقتناع، که عبارت از هم‌گام شدن با مخاطب و جلب اعتماد اوست، مرحله دوم فرایند اقتناع شروع می‌شود که مرحله راهنمایی و هدایت مخاطب با ارائه دلایل، مستندات و استدلال‌های منطقی، محکم و غیر قابل‌خدشه است که به اثبات موضع حق، متقاعد شدن و

حصول تغییر در مخاطب می‌انجامد. تمامی پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی، از این حیث ویژگی اقناع مخاطب را دارند، زیرا:

اولاً: قرآن متنی معصوم است؛ به این معنا که هیچ خطا، نقص، عیب، کژی، تحریف و اشتباهی در ساحت مقدس آن راه ندارد (ر.ک: شاکرین، ۱۳۹۲: ۴-۷)؛ بنابراین تمامی پاسخ‌های قرآن به شبهات و استدلال‌های موجود در آیات آن در زمینه اقناع مخاطب، دچار هیچ نقص و کاستی نیست و به طور کامل، به حصول اقناع منجر می‌شود.^۱

ثانیاً: بررسی پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی نشان می‌دهد، قرآن در این زمینه از روش‌های متنوعی استفاده کرده است.^۲ یکی از عوامل این تعدد و تنوع روش‌ها، مسئله اقناع مخاطب و اهتمام و توجه قرآن به این موضوع است. قرآن با در نظر گرفتن تنوع مخاطبان و تنوع موضوعات مورد شبهه و سؤال و این‌که حصول اقناع در این موضوعات و مخاطبان، نیازمند شیوه‌های گوناگون و استدلال‌های مختلف است، اقدام به استفاده از انواع و اقسام روش‌های پاسخ‌گویی کرده است.

ثالثاً: علاوه بر تنوع روش‌ها درباره موضوعات و شبهات گوناگون، در موارد بسیاری ملاحظه می‌شود که قرآن به شبهه‌ای، چندین پاسخ می‌دهد. یکی از دلایل این مسئله، اهتمام قرآن به اقناع مخاطب است، چراکه با ارائه پاسخ‌های متعدد، احتمال متقاعد شدن مخاطب افزایش می‌یابد؛ برای نمونه، قرآن در مواجهه با مسیحیان و در پاسخ به شبهه الوهیت حضرت مسیح (علیه السلام) با استفاده از روش‌هایی چون ارجاع به فطرت (مائده: ۷۶)، نشان دادن تناقض در عقاید و ادعاها (نساء: ۱۷۲؛ مائده: ۱۷ و ۷۵)، نشان دادن لوازم غیر قابل قبول این ادعا (مائده: ۷۶) و هشدار به عواقب این اعتقاد و بر حذر داشتن از آن (مائده: ۷۳)، پاسخ‌های گوناگونی به آن‌ها ارائه کرده است. برخی از این پاسخ‌ها، جنبه منطقی و استدلالی دارند، برخی جنبه وجدانی و شهودی و برخی دیگر جنبه روان‌شناختی و احساسی؛ بنابراین، پاسخ‌های متنوع قرآن می‌توانند همه مخاطبان را با شخصیت و گرایش‌های مختلف تحت پوشش قرار داده و زمینه اقناع آنان را فراهم کنند.

۱. البته پیش‌تر این نکته را متذکر شدیم که اقناع قرآن در چهارچوب اختیار و آزادی مخاطب و حق انتخاب او صورت می‌گیرد؛ بنابراین، ممکن است مخاطبی به دلایلی، از پاسخ‌های قرآن متقاعد نشده و تسلیم استدلال‌های آن نشود و ظاهراً اقناع حاصل نشود و این مسئله، خدشه‌ای به ویژگی اقناعی پاسخ‌های قرآن وارد نمی‌کند.

۲. در پژوهشی که نگارنده انجام داده است، بالغ بر هفده روش پاسخ‌گویی به شبهات، از آیات قرآن استخراج شده و مورد بررسی قرار گرفته است.

نمونه دیگر پاسخ‌های متعدد قرآن به شبهه‌ای، در سوره مبارکه «ق» است. در آیه سوم این سوره، شبهه مشرکان درباره معاد مطرح شده است: «أَيُّدَا مِتْنَا وَكُنَّا تُرَابًا ذَلِكَ رَجْعٌ بَعِيدٌ». قرآن از آیه چهارم تا آیه پانزدهم، به این شبهه و استبعاد مشرکان درباره وقوع معاد، چندین پاسخ ارائه کرده است: پاسخ با اشاره به عمومیت علم و قدرت الهی (ق: ۴)، پاسخ با استفاده از روش حس و مشاهده و تذکر آیات الهی (ق: ۶-۱۰)، پاسخ با ارائه نمونه و تشبیه (ق: ۱۱) و پاسخ با روش اولویت (ق: ۱۵). در این‌جا نیز پاسخ‌گویی قرآن، اقناع مخاطبان را لحاظ کرده و پاسخ‌های متنوع با گرایش‌های عقلی و ذهنی، حسی و تجربی و فطری و شهودی ارائه نموده است، تا به متقاعد شدن همه آن‌ها بینجامد (برای دیدن نمونه‌های دیگر، ر.ک: بقره: ۲۵۸؛ اسراء: ۹۴؛ فرقان: ۷؛ انبیاء: ۳-۱۰؛ طور: ۳۵-۴۳؛ واقعه: ۵۸-۷۳).

بنابراین، همه پاسخ‌های قرآن، ویژگی اقناع را دارا بوده و ظرفیت متقاعد کردن مخاطبان گوناگون را به همراه دارند و هر کدام از شیوه‌ها و پاسخ‌های قرآن را می‌توان به عنوان نمونه‌ای از اقناع قرآنی مطرح کرد که به جهت رعایت اختصار، به ذکر برخی از آن‌ها بسنده می‌کنیم. از شیوه‌های مؤثر قرآنی برای اقناع مخاطب، ارجاع به آیات آفاقی و انفسی و استفاده از حس، مشاهده و تجربه است که در آیات فراوانی مورد استفاده قرار گرفت (از جمله، ر.ک: حج: ۵؛ ق: ۲-۱۱؛ فاطر: ۱۳؛ اسراء: ۹۸-۹۹؛ نمل: ۵۹-۶۳). در این آیات قرآن برای اقناع مخاطب، توجه او را به ظواهر عالم هستی و اسرار وجود انسان جلب می‌کند و تفکر او را به سمتی سوق می‌دهد تا بتواند از خلال جست‌وجو در پیچیدگی‌های موجود در نظام هستی و با ایجاد ارتباط بین پدیده و پدیدآورنده، اندیشه و وجدانش متقاعد شده و قانع گردد.

ارجاع به فطرت نیز از شیوه‌های اثرگذاری است که قرآن در جهت اقناع مخاطب از آن استفاده می‌کند. این نوع اقناع، فراتر از اقناع اندیشه است و روح و وجدان انسان‌ها را مخاطب قرار می‌دهد؛ از این رو، حصول اقناع از این طریق عمیق‌تر و باثبات‌تر است (از جمله، ر.ک: انعام: ۴۰، ۶۳، ۷۱؛ نحل: ۵۱-۵۳؛ مائده: ۷۶؛ طه: ۴۹-۵۵).

ارائه مثال، تصویرسازی و محسوس‌سازی، از دیگر شیوه‌هایی است که به صورت گسترده در قرآن برای اقناع مخاطب مورد استفاده قرار گرفت (ر.ک: آل عمران: ۵۹؛ انعام: ۷۱؛ نحل: ۷۵-۷۶؛ ابراهیم: ۱۸؛ فاطر: ۹؛ عنکبوت: ۴۳؛ کهف: ۴۵). تأثیر فوق‌العاده این شیوه به لحاظ علمی و روان‌شناختی در اقناع مخاطب، غیر قابل انکار است.

از دیگر شیوه‌های پیشرفته و مؤثری که قرآن برای اقناع مخاطب به کار برده، طرح سؤال است (برای نمونه، ر.ک: بقره: ۱۷۰؛ آل عمران: ۶۵؛ انعام: ۸۱؛ قصص: ۴۸؛ فصلت: ۵۲؛ مریم: ۶۶-۶۷؛ یونس: ۳۱؛ مائده: ۱۷؛ قمر: ۴۳). در این شیوه قرآن برای اقناع مخاطب، به جای ارائه

پاسخ صریح، از القای غیرمستقیم مطلب بهره می برد که عبارت است از: قرار دادن مخاطب در برابر پرسش. این نوع برخورد با شبهه، تأثیر به مراتب بیشتری از روش مستقیم، در درک و دریافت مخاطب دارد. در واقع، قرآن برای حصول اقناع، ذهن و فکر مخاطب را به کار می گیرد و پاسخ را از کنه وجدان مخاطب طلب می کند؛ در این صورت، مخاطب مطلب را حاصل اندیشه و تشخیص خود می انگارد و با انعطاف و همراهی بیشتری با آن برخورد می کند.

در پایان این بحث، برای لمس بهتر نحوه تلاش قرآن برای حصول اقناع در مخاطب، به دو نمونه اشاره می کنیم:

«أَلَمْ تَرَ إِلَى الَّذِينَ حَاجَّ إِبرَاهِيمَ فِي رَبِّهِ أَنْ ءَاتَاهُ اللّهُ الْمُلْكََ إِذْ قَالَ إِبرَاهِيمُ رَبِّیَ الَّذِیْ یُحِیْی وَ یُمِیتُ قَالَ أَنَا أُحِیُّ وَ أُمِیتُ قَالَ إِبرَاهیمُ فَإِنَّ اللّهُ یَأْتِی بِالشَّمْسِ مِنَ الْمَشْرِقِ فَأْتِ بِهَا مِنَ الْمَغْرِبِ فَبُهِتَ الَّذِیْ کَفَرَ وَ اللّهُ لَا یَهْدِی الْقَوْمَ الظَّالِمِینَ» (بقره: ۲۵۸).

این آیه را می توان نمونه ای از تلاش های اقناعی در قرآن برشمرد که در آن، تغییر استدلال و ادامه پاسخ تا حصول اقناع، مشهود است. آیه شریفه به جریان ادعای خدایی نمرود و محاجّه و گفت و گوی او با حضرت ابراهیم علیه السلام اشاره دارد. حضرت ابراهیم علیه السلام در مواجهه با نمرود و برای اقناع او و دیگر حاضران و مخاطبان و ردّ ادعای شرک آلود نمرود مبنی بر معبود بودنش^۱، ابتدا با این استدلال وارد میدان شد که خدا زنده می کند و می میراند: «رَبِّیَ الَّذِیْ یُحِیْی وَ یُمِیتُ». نمرود در مقابل استدلال حضرت ابراهیم علیه السلام، دست به مغالطه زد^۲ و دستور داد دو نفر زندانی را آورند؛ یکی را دستور داد تا بکشند و دیگری را زنده نگه داشت و سپس گفت: «من [هم] زنده می کنم و [هم] می میرانم»، و خلاصه برای خود همان وصفی را ادعا کرده و قائل شد که ابراهیم علیه السلام آن را وصف

۱. علامه در *المیزان* گفته است: از قرائن موجود در آیه شریفه به دست می آید که محاجه و بگومگویی که بین نمرود و ابراهیم علیه السلام واقع شد، این بود که ابراهیم علیه السلام فرموده بود: ربّ من، تنها «الله» است و لا غیر، و نمرود در پاسخ گفته بود: خیر، من نیز معبود تو هستم؛ معبود تو و همه مردم. به همین جهت، موقعی که ابراهیم علیه السلام علیه ادعای او چنین استدلال کرد که: «رَبِّیَ الَّذِیْ یُحِیْی وَ یُمِیتُ»؛ پروردگار من کسی است که زنده می کند و می میراند، او در پاسخ ابراهیم علیه السلام گفت: «من زنده می کنم و می میرانم»، و خلاصه برای خود همان وصفی را ادعا کرد و قائل شد که ابراهیم علیه السلام آن را وصف پروردگار خود می دانست، تا آن جناب را مجبور کند به این که در برابرش خاضع شود و به عبادتش بپردازد (طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۲: ۳۵۰).

۲. مغالطه او این بود که حیات و موت را به معنای مجازی آن گرفت و یا به معنایی اعم از معنای حقیقی و مجازی، چون کلمه «احیاء» همان گونه که بر زنده کردن موجود بی جانی چون جنین در رحم و نفخه روح در او اطلاق می شود، بر نجات دادن انسانی از ورطه مرگ نیز اطلاق می گردد. هم چنین کلمه «اماتة»، همان گونه که بر میراندن- که کار خداست- اطلاق می شود، بر کشتن با آلت قتاله نیز اطلاق می گردد. اصطلاحاً به این نوع مغالطه، مغالطه «اشتراک لفظ» می گویند (رک: خندان، ۱۳۸۰: ۴۵-۵۱).

پروردگار خود می‌دانست و به این وسیله، امر را بر حاضران مشتبه کرد و جلوی متقاعد شدن و اقناع آنان را گرفت. ابراهیم علیه السلام با مشاهده این وضعیت و این که با این استدلال دیگر نمی‌تواند مخاطبان را قانع کند، دست به تغییر استدلال خود زد و استدلال دیگری ارائه نمود؛ استدلالی اقناعی که هیچ کس نتوانست با آن معارضه کند: «فَهَيْتَ الَّذِي كَفَرَ»؛ آن استدلال این بود که فرمود: «خدا ای من! خورشید را از مشرق برمی‌آورد؛ تو آن را از مغرب برآور!»

نمونه دیگر، مواجهه قرآن با یهودیان است که با ارائه چندین استدلال، زمینه متقاعد شدن و اقناع کامل فراهم شده است:

«قُلْ مَنْ كَانَ عَدُوًّا لِجِبْرِيلَ فَإِنَّهُ نَزَّلَهُ عَلَيَّ قَلْبِكَ بِإِذْنِ اللَّهِ مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ وَهُدًى وَ بُشْرَىٰ لِلْمُؤْمِنِينَ * مَنْ كَانَ عَدُوًّا لِلَّهِ وَ مَلَائِكَتِهِ وَ رُسُلِهِ وَ جِبْرِيلَ وَ مِيكَالَ فَإِنَّ اللَّهَ عَدُوٌّ لِّلْكَافِرِينَ» (بقره: ۹۷-۹۸).

مفسران اجماع دارند که آیه شریفه در مقام پاسخ به سخن یهودیان نازل شده است (طوسی، ۱۴۰۹ق، ۱: ۳۶۲؛ طبرسی، ۱۴۰۸ق، ۱: ۳۲۵؛ طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۱: ۲۲۹؛ طبری، ۱۴۱۲ق، ۱: ۳۴۲؛ رازی، ۱۴۱۳ق، ۳: ۶۱۰). یهودیان دلیل ایمان نیاوردن خود به پیامبر صلی الله علیه و آله و پذیرش قرآن را این‌گونه تعلیل می‌کردند که چون با جبرئیل (که قرآن را نازل می‌کند) دشمنیم، به قرآن ایمان نمی‌آوریم (ر.ک: طوسی، ۱۴۰۹ق، ۱: ۳۶۲؛ طبرسی، ۱۴۰۸ق، ۱: ۳۲۵؛ طباطبایی، ۱۴۱۷ق، ۱: ۲۲۹؛ طبری، ۱۴۱۲ق، ۱: ۳۴۲؛ رازی، ۱۴۱۳ق، ۳: ۶۱۰).

قرآن برای پاسخ به آنان، به تبیین مسئله و ارائه چندین دلیل و برهان اقدام کرده است. ملاحظه نحوه استدلال و پاسخ قرآن نشان می‌دهد، قرآن چگونه برای اقناع مخاطب، تمامی جوانب را در نظر گرفته و به گونه‌ای پاسخ داده که جای هیچ نوع ابهام و مشکلی برای متقاعد شدن و رفع شبهه نمانده است. قرآن توضیح داده است که:

اولاً: جبرئیل، قرآن را از پیش خود نمی‌آورد، بلکه نزول آن به اذن الهی است: «فَإِنَّهُ نَزَّلَهُ عَلَيَّ قَلْبِكَ بِإِذْنِ اللَّهِ»؛ پس دشمنی یهود با جبرئیل نباید باعث شود از کلامی که به اذن خدا می‌آورد، اعراض کنند.

ثانیاً: قرآن، کتاب‌های بر حق و آسمانی پیش از خودش را تصدیق می‌کند: «مُصَدِّقًا لِمَا بَيْنَ يَدَيْهِ» و معنا ندارد که کسی به کتابی ایمان بیاورد و به کتابی که آن را تصدیق می‌کند، ایمان نیاورد.

ثالثاً: قرآن، مایه هدایت و بشارت کسان است که به آن ایمان بیاورند: «هُدًى وَ بُشْرَىٰ لِلْمُؤْمِنِينَ»؛ پس چگونه ممکن است شخص عاقل از هدایت چشم پوشیده، بشارت‌های آن را به دلیل این که دشمن آن را آورده است، نادیده بگیرد؟!

رابعاً: جبرئیل، فرشته‌ای از فرشتگان خداست و جز امثال دستورات الهی کاری ندارد؛ مثل میکائیل و دیگر ملائکه که تابع محض فرامین الهی‌اند؛ بنابراین، هر کس با آنان دشمنی کند، خدا دشمن اوست.^۱

نتیجه‌گیری

از ویژگی‌های مهم پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی، اقناع مخاطب است. همه پاسخ‌های قرآن به شبهات اعتقادی، واجد این ویژگی هستند. اقناع قرآنی دارای مختصاتی است که این فرایند در چهارچوب آن صورت می‌گیرد:

اولاً: اقناع قرآنی، اقناعی کامل است که نه تنها اندیشه و فکر مخاطب، بلکه روح و وجدان او را نیز متقاعد می‌کند و او را به آرامش می‌رساند.

ثانیاً: اقناع قرآنی، اقناعی صحیح با ابزارهای مشروع است و قرآن هرگز در مسیر اقناعی خود، از ابزارها و وسایل نامشروع، از جمله فریب اقناعی استفاده نمی‌کند.

ثالثاً: اقناع قرآنی در چهارچوب اختیار و آزادی انتخاب مخاطبان صورت می‌گیرد؛ بنابراین، پاسخ‌های قرآن در عین این‌که ویژگی اقناع را دارند، مخاطبان را مجبور به تبعیت از رهنمودهای خود نمی‌کنند.

قرآن در مسیر اقناع مخاطب، از شیوه‌های گوناگون استفاده می‌کند؛ در مرحله اول، با استفاده از شیوه‌هایی چون مماشات اولیه با مخاطب، طرح نقاط یا زمینه‌های مشترک فکری و ایجاد شک در باور مخاطب به جای پاسخ صریح، اقدام به ایجاد اعتماد در مخاطب و جلب توجه او می‌کند. در مرحله دوم قرآن با ارائه دلایل، مستندات و استدلال‌های منطقی، مستحکم و غیر قابل خدشه، در قالب روش‌های گوناگون، به اثبات موضع حق می‌پردازد و بدین ترتیب، اقناع مخاطب و حصول در تغییر در او را دنبال می‌کند.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. آلوسی، سید محمود، (۱۴۱۵ق)، روح المعانی فی تفسیر القرآن، بیروت، دارالکتب العلمیة.
۳. ابن‌خلدون، عبدالرحمن بن محمد، (۱۴۰۸ق)، مقدمه ابن‌خلدون، بیروت، دار احیاء التراث العربی.

۴. ابن فارس، محمد، (۱۳۷۸)، ترتیب مقایس اللغه، ترتیب و تنقیح: علی العسکری - حیدر المسجدی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
۵. ازهری، محمد بن احمد، (۱۴۲۱ق)، تهذیب اللغه، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
۶. برنجکار، رضا، (۱۳۹۱)، روش‌شناسی علم کلام، قم، مؤسسه دارالحدیث و انجمن کلام اسلامی حوزه.
۷. پراتکانیس، آنتونی و البوت آرنسون، (۱۳۷۹)، عصر تبلیغات، استفاده و سوءاستفاده روزمره از اقتناع، ترجمه: کاووس سیدامامی و محمدصادق عباسی، تهران، سروش.
۸. تهانوی، محمدعلی، (۱۹۹۶)، موسوعه کشف اصطلاحات الفنون و العلوم، بیروت، مکتبه لبنان ناشرون، چاپ اول.
۹. جرجانی، میرسیدشریف، (۱۳۲۵ق)، شرح المواقف، تحقیق: بدرالدین نعسانی، قم، الشریف الرضی.
۱۰. حاجی‌پور، حسین و حسینی، سیدمحمدجواد، (۱۳۹۲)، قرآن و مبانی گفت‌وگو، قم، فرهنگ اهل بیت (ع).
۱۱. خندان، علی‌اصغر، (۱۳۸۰)، مقالات، قم، بوستان کتاب.
۱۲. دهخدا، علی‌اکبر، (۱۳۷۷)، لغت‌نامه دهخدا، زیر نظر: محمد معین و سیدجعفر شهیدی، تهران، دانشگاه تهران، چاپ دوم.
۱۳. رازی، فخرالدین، (۱۴۱۳ق)، التفسیر الکبیر، قم، مکتب الاعلان الاسلامی.
۱۴. سجادی، جعفر، (۱۳۷۳)، فرهنگ معارف اسلامی، تهران، دانشگاه تهران.
۱۵. شاکرین، حمیدرضا، (۱۳۹۲)، «عصمت تام قرآن و برون‌دادهای آن»، ماهنامه معارف، ش ۹۷.
۱۶. شاکر، محمدکاظم و حاجی‌پور، حسین، (۱۳۹۱)، «بازتعریف اقتناع اندیشه مخاطب از منظر قرآن کریم»، پژوهش‌نامه قرآن کریم، ش ۱۵.
۱۷. صاحب بن عباد، (۱۴۱۴ق)، المحيط فی اللغه، تحقیق: محمدحسن آل‌یاسین، بیروت، عالم الکتاب.
۱۸. طباطبایی، سیدمحمدحسین، (۱۴۱۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، قم، دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۱۹. طبرسی، أبوعلی الفضل بن الحسن، (۱۴۰۸ق)، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تحقیق: هاشم رسولی محلاتی و فضل‌الله یزدی طباطبایی، بیروت، دارالمعرفه.
۲۰. الطبرسی، أبومنصور احمد بن علی بن ابی‌طالب، (۱۴۱۳ق)، الاحتجاج علی أهل اللجاج، تحقیق: ابراهیم البهادری و محمد هادی‌به، تهران، دارالاسوة.
۲۱. طبری، ابوجعفر محمدبن جریر، (۱۴۱۲ق)، جامع البیان فی تفسیر القرآن، بیروت، دارالمعرفه.
۲۲. طوسی، محمد بن حسن، (۱۴۰۹ق)، التبیان فی تفسیر القرآن، قم، مکتبه الاعلام الاسلامی.
۲۳. فراهیدی، خلیل بن احمد، (۱۴۱۰ق)، کتاب العین، قم، هجرت.
۲۴. فضل‌الله، سیدمحمدحسین، (۱۴۱۹ق)، تفسیر من وحی القرآن، بیروت، دارالملاک.
۲۵. لاهیجی، عبدالرزاق، (۱۴۲۶ق)، سوارق الالهام، قم، مؤسسه امام صادق.
۲۶. مطهری، مرتضی، (۱۳۷۸)، مجموعه آثار، تهران، صدرا.