

نفوذ اجتماعی در تفاسیر قرآن (از طریق عطف توجه مخاطب به تفکر و اندیشه)

محمد باقر آخوندی *

چکیده:

هدف: این مقاله پی بررسی نفوذ اجتماعی از طرق عقلی و استدلالی در تفاسیر قرآن است. **روش:** این مهم از طریق تحلیل محتوای کیفی تفاسیر قرآن، کدگذاری و طبقه بندی مفاهیم بدست آمده، ممکن شده است. **یافته ها:** یافته های این تحقیق نشان می دهد، می توان طی چند مرحله، با ارجاع مخاطب به عقل و خرد خودش، در او نفوذ و زمینه تغییر نگرش و عقاید را فراهم کرد. **نتیجه:** با با عطف توجه مخاطب به تفکر از طریق استدلال یک جانبه، استدلال دو جانبه، تاکید بر نقاط ضعف وسست عقاید و باورها، طرح سوال در برابر عقاید و باورهای سست و الغاء شبهه همراه با پیام ارائه شده، می توان نفوذ اجتماعی را تسهیل کرد.

کلید واژه ها: نفوذ اجتماعی، تفاسیر، تفکر، استدلال

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

* دانشگاه بیرجند (گروه علوم تربیتی)

مقدمه:

نفوذ اجتماعی در زبان لاتین معادل Social Influence به کار رفته است. Influence در لغت به معنای نفوذ، تأیید، اعتبار، برتری و تفوق آمده است و Social به معنای اجتماعی، دسته جمعی و برگرفته از واژه Society به معنای وابسته به جامعه می آید (آریان پور کاشانی، عباس، ۱۳۶۹). اما در اصطلاح گاه نفوذ اجتماعی به فرایندی از پیوندهائی که به موجب آنها افراد از روابط سطحی به روابط صمیمانه پیش می روند، تعریف شده (آدلر و تاون، ۲۰۰۲) و گاه به اعمال قدرت اجتماعی افراد یا گروه‌ها، برای تغییر نگرش‌ها و رفتار دیگران، تعریف می شود (فرانزوی، استیفن‌ال، ۱۳۸۱؛ استرایکر، شلدون و دیگران). فرنچ و ریون میگویند، نفوذ اجتماعی مستلزم آن است که شخص یا گروه، برای تغییر نگرش‌ها یا رفتار دیگران، «قدرت اجتماعی»، خود را اعمال کنند (استرایکر، شلدون و دیگران، ۱۳۷۶). منظور از قدرت اجتماعی، نیرویی است که شخص نفوذکننده جهت ایجاد تغییر مورد نظر، در اختیار دارد. این قدرت محصول دسترسی به برخی منابع و امکانات مثل پاداش‌ها، تنبیهات و اطلاعات است. این منابع و امکانات نیز محصول جایگاه اجتماعی افراد در جامعه یا محصول علاقه و تحسین دیگران می‌باشند (کریمی، یوسف، ۱۳۸۱). همچنین برخی دیگر از صاحب نظران مفهوم نفوذ اجتماعی را به توان افراد برای تحت تأثیر قرار دادن دیگران، به کار برده اند (کریمی، یوسف، ۱۳۷۷). هر بار که با تلاش دیگران برای نفوذ در رفتار یا نگرش خود مواجه می‌شویم، باید تصمیم بگیریم که تسلیم بشویم و یا مقاومت کنیم. در مقابل چنین فرایندی، موضوع «کنترل» نهفته است، یعنی میزان کنترلی که احساس می‌کنیم بر زندگی خود داریم در مقابل میزان توان دیگران در تحت تأثیر قرار دادن ما چه اندازه است (کریمی، یوسف، ۱۳۷۷). بیب لاتانه (۱۹۸۱) می‌گوید: «مقدار نفوذ دیگران در یک وضعیت معین (میزان تأثیر اجتماعی آنان)، تابع سه عامل تعداد، نیرومندی و بی‌واسطگی است. وقتی تعداد و نیروی افراد زیادتر، نفوذشان شدیدتر و نیز زمانی که فاصله‌ی فیزیکی آن‌ها کمتر باشد، مخاطبان بیشتری تأثیر می‌پذیرند.» (فرانزوی، استیفن‌ال، ۱۳۸۱). به نظر فرانزوی، استیفن نفوذ اجتماعی سه پیامد رفتاری پذیرش، اطاعت و همرنگی، را دارد. پذیرش، یعنی اجابت یک درخواست صریح و مستقیم در حضور دیگران. اطاعت؛ عبارت است از انجام یک دستور صریح که معمولاً صادرکننده‌ی آن شخصی قدرتمند یا دارای پایگاه بالای اجتماعی است (فرانزوی، استیفن، ۱۳۸۱). همرنگی؛ یا همنوایی در نتیجه فشار غیر مستقیم گروه انجام می‌گیرد. این امر، ناشی از این واقعیت است که در بسیاری از موقعیت‌های اجتماعی، قواعدی برای رفتار وجود دارد، که معین می‌کند، افراد جامعه در موقعیت‌های مختلف چه رفتاری باید داشته باشند. غالباً افراد به این هنجارها پای‌بندند و خود را به آن‌ها ملتزم احساس میکنند. گرچه ممکن است در وهله اول تصور کنیم که این هنجارها آزادی فرد را محدود می‌کنند؛ اما باید توجه داشت که بدون وجود آن‌ها جامعه دچار هرج و مرج خواهد شد (آذربایجانی، مسعود و دیگران، ۱۳۸۵). الیوت ارونسون روانشناس اجتماعی مشهور، پاسخ به نفوذ اجتماعی را متابعت، همانند سازی و درونی کردن می‌داند. «متابعت رفتار فردی را توصیف می‌کند که به منظور کسب پاداش و یا اجتناب از تنبیه برانگیخته شده باشد. معمولاً این رفتار تا هنگامی دوام دارد که وعده پاداش و تنبیه یا تهدید وجود داشته باشد. همانندسازی مبتنی بر آرزوی شخص برای همانند شدن با شخصیت صاحب نفوذ است. در همانند سازی نیز مانند متابعت، رفتار فرد ناشی از رضایت درونی

نیست، بلکه به این منظور است که برای وی رابطه ای رضایتبخش با شخص یا اشخاصی که مایل است با آنها همانند شود، ایجاد می کند. درونی کردن پایدارترین و عمیق ترین پاسخ به نفوذ اجتماعی است. انگیزه درونی کردن اعتقاد خاصی مبتنی بر این تمایل است که می خواهیم رفتار و افکارمان درست و صحیح باشد. بنابراین قبول آن اعتقاد پاداشی درونی دارد (ارنسون، ۱۳۷۳). به اعتقاد ارنسون متابعت ناپایدارترین و درونی کردن پایدارترین سطح نفوذ اجتماعی است. درونی کردن همانند متابعت بستگی به نظرات مداوم عاملان پاداش و تنبیه و یا مثل همانندسازی منوط به احترام مدام برای شخص نیست. به همین جهت جزءمهم متابعت قدرت، جزءمهم همانندسازی جاذبه و کشش و جزءمهم درونی کردن قابلیت قبول است (همان).

یکی از نمونه های جالبی که نفوذ اجتماعی را می توان به واسطه آن در قرآن توضیح داد، داستان حضرت موسی (ع) و مواجهه او با فرعون است. براساس آیات شریفه ۱۰۷ تا ۱۲۴ سوره اعراف، زمانی که حضرت موسی (ع) فرعون را دعوت به یکتاپرستی نمود و معجزات خویش را ارائه نمود^۱، درباریان فرعون، اتهام سحر به او زدند^۲ و از فرعون خواستند، سحره کشور را جمع و معجزات موسی را باطل کند^۳. پس از فراخوانی سحره و مردم، توسط درباریان در میدان اصلی شهر، سحره که به خود و کار خویش اطمینان داشتند، با گرفتن قول پاداشی خوب از فرعون^۴، دست به کار شده و سحر خویش را ارائه کردند. آنها سحری عظیم آوردند^۵ به گونه ای که نه تنها مردم بلکه خود حضرت موسی را نیز به وحشت انداخت^۶. اما زمانی که حضرت موسی عصای خویش را بر زمین انداخت، آنقدر عمیق و پایدار ساحران را تحت تاثیر قرار داد که آنها بی اختیار به سجده افتادند و ایمان در قلب آنها وارد و مستقر گردید به گونه ای که هیچ اقدامی نتوانست آنها را از تصمیم خویش بازدارد^۷. فرعون وقتی استحکام ایمانشان را به خدا مشاهده کرد، تصمیم گرفت دست و پای آنها را به صورت «خلاف» قطع کند^۸، اما ساحران از درون دچار انقلابی عظیم شده بودند و هیچ اقدامی نمی توانست آنها را از ایمانشان بازدارد^۹. در این مورد پاسخ ساحران به نفوذ اجتماعی از نوع درونی کردن بود که هیچ تنبیهی نتوانست آنها را از راهشان منصرف کند. بررسیها نشان می دهد پیامدهای نفوذ اجتماعی معطوف به آیات الهی را نمی توان در چند پیامد پیش گفته محدود کرد؛ بلکه این پیامدها در پیوستاری در دو سوی صفر تا بی نهایت قرار میگیرد. همانند هر پیامی دیگر تاثیرات طرف مثبت پیوستار طبیعی است و در آن

۱ - قَالَتْ عِصَاءُ فَإِذَا هِيَ تُعْبَانُ مَبِينٌ (۱۰۷) وَ نَزَعَ يَدَهُ فَإِذَا هِيَ بَيْضَاءُ لِلنَّظِيرِينَ (۱۰۸)

۲ - قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِ فِرْعَوْنَ إِنَّ هَذَا لَسَاحِرٌ عَلِيمٌ (۱۰۹) يُرِيدُ أَنْ يُخْرِجَكُمْ مِنْ أَرْضِكُمْ فَمَاذَا تَأْمُرُونَ (۱۱۰)

۳ - قَالُوا أَرْجِهْ وَأَخَاهُ وَأَرْسِلْ فِي الْمَدَائِنِ حَاشِرِينَ (۱۱۱) يَأْتُوكَ بِكُلِّ سَاحِرٍ عَلِيمٍ (۱۱۲)

۴ - وَ جَاءَ السَّحْرَةُ فِرْعَوْنَ قَالُوا إِنَّ لَنَا لَأَجْرًا إِنْ كُنَّا نَحْنُ الْعَالِيِينَ (۱۱۳) قَالَ نَعَمْ وَإِنِّكُمْ لَمِنَ الْمُتَّقِينَ (۱۱۴)

۵ - قَالَ أَلْقُوا فَلَمَّا أَلْقَوْا سَحَرُوا أَعْيُنَ النَّاسِ وَ اسْتَرْهَبُوهُمْ وَ جَاءُوا بِسِحْرِ عَظِيمٍ (۱۱۶)

۶ - قَاوُجَسَ فِي نَفْسِهِ خِيفَةٌ مُوسَى (۶۷) فَلَمَّا لَأَتْخَفَ إِنْكَ أَنْتَ الْأَعْلَى (۶۸) طه

۷ - وَ أَوْحَيْنَا إِلَى مُوسَى أَنْ أَلْقِ عَصَاكَ فَإِذَا هِيَ تَلْقَفُ مَا يَأْفِكُونَ (۱۱۷) فَوَقَعَ الْحَقُّ وَ بَطَلَ مَا كَانُوا يَعْمَلُونَ (۱۱۸) فَغَلِبُوا هنَالِكَ وَ انْقَلَبُوا صَاحِرِينَ (۱۱۹) وَ أَلْقَى السَّحْرَةَ سَاجِدِينَ (۱۲۰) قَالُوا ءَأَمِنَّا بِرَبِّ الْعَالَمِينَ (۱۲۱) رَبِّ مُوسَى وَ هَارُونَ (۱۲۲)

۸ - قَالَ فِرْعَوْنُ ءَأَمِنْتُمْ بِهِ قَبْلَ أَنْ ءَأَذَنَ لَكُمْ إِنَّ هَذَا لَمَكْرٌ مَكْرَتُمْوهُ فِي الْمَدِينَةِ لِخُرُوجِهَا مِنْهَا أَهْلِهَا فَسَوْفَ تَعْلَمُونَ (۱۲۳) لَأَقْطَعَنَّ أَيْدِيَكُمْ وَ

أَرْجُلَكُمْ مِنْ خِلَافِ ثُمَّ لَأَصْلَبَنَّكُمْ أَجْمَعِينَ (۱۲۴)

۹ - قَالُوا إِنَّا إِلَى رَبِّنَا مُنْقَلِبُونَ (۱۲۵) وَ مَا نَنْقِمُ مِنْآ إِلآ أَنْ ءَأَمَّنَّا بِآيَاتِ رَبِّنَا لَمَّا جَاءَتْنَا رَبَّنَا أَفَرغْ عَلَيْنَا صَبْرًا وَ تَوَقَّنَا مُسْلِمِينَ (۱۲۶)

حرفی نیست، اما براساس آیات قرآن^۱، پیامدهای نفوذ اجتماعی، معطوف به آیات الهی، در طرف منفی نیز ادامه پیدا میکند، «وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا (الاسراء)» و «وَلَا يَزِيدُ الكَافِرِينَ كُفْرَهُمْ إِلَّا خَسَارًا (۳۹) فاطر»، که شاید در خیلی از پیامهای دیگر مشاهده نشود.

روش تحقیق در این مقاله تحلیل محتوای کیفی پنهان و وگراندوتئوری است. تحلیل محتوا از جمله روشهای غیر واکنشی و غیر مداخله ای است که مهمترین کار آن مقوله بندی مفاهیم است و سه ویژگی مهم واساسی دارد: فراگیری، طرد متقابل و استقلال؛ (صدیق سروستانی، رحمت الله، ۱۳۷۵). تحلیل محتوای کیفی از جمله روشهای تحلیل دادههای متنی است که طی شش مرحله: طرح، واحدبندی، نمونه گیری، کدگذاری، استخراج نتایج و مرحله معتبر سازی (فلیک، اووه، ۱۳۸۷، ۳۴۸-۳۴۹) و (کرپیندوروف، به نقل از ذکائی سعید، ۱۳۸۷). و با سه تکنیک زیر انجام می گیرد. ۱- تکنیک تلخیص ۲- تکنیک تحلیل تفسیری ۳- تکنیک تحلیل ساختاربخش (ساختاربندی صوری، ساختاربندی براساس محتوا، ساختاربندی سنخ شناسانه و ساختاربندی درجه ای) (فلیک، اووه، ۱۳۸۷، ۳۴۸-۳۴۹). از سوئی دیگر در روشی که استروس و کوربین پیشنهاد می کنند، اطلاعات متن تجزیه و شکسته میشوند و پس از مفهوم سازی در ترکیبی جدید آرایش پیدا می کنند. در این روش که کدگذاری نظری نام گذاری شده به سه شکل صورت می گیرد که هر سه صورت آن در طول همدیگر قرار دارند (کوربین و استروس، ۱۳۸۷). کدگذاری باز (آزاد) : کدگذاری آزاد بخشی از تجزیه و تحلیل است که پس از جزء جزء کردن متن، مفاهیم استخراج و براساس مفاهیم بدست آمده، مقولات مشخص و نام گذاری می شوند (استراس و کوربین، ۱۳۸۷). کدگذاری محوری: بعد از مرحله کدگذاری باز، مقولات بدست آمده پالایش و تفکیک می شوند. در حقیقت کدگذاری محوری، فرآیند مرتبط کردن مقوله های فرعی با مقوله های اصلی است (فلیک، ۱۳۸۷، ۳۳۵؛ استراس و کوربین، ۱۳۸۷، ۱۰۰-۱۰۲ و ۱۱۳). کدگذاری انتخابی یا گزینشی: در اینجا کدگذاری محوری در سطحی انتزاعیتر ادامه می یابد و تحلیل از سطح توصیفی فراتر رفته، خط اصلی داستان تشریح میشود. به عبارت دیگر انتخاب مقوله اصلی به طور منظم پیگیری و روابط آن با سایر مقولات مشخص میشود. از سویی دیگر جاهای خالی روابط با مقوله ای که نیاز به گسترش دارد، پر میشود. در این مرحله به مقوله ای که دست یافته اید غنا می بخشید و روابط بین آنها را مشخص می کنید (استراس و کوربین، ۱۳۸۷). قبل از ذکر یافته های تحقیق به چند نکته آغازین و مهم اشاره می کنیم.

- در این پژوهش آیات شریفه قرآن مستقیماً مبنای تحقیق قرار نگرفته است، بلکه تفسیر راهنما، به دلیل ویژگی های بدیع و منحصر به فردش، اساس کار قرار گرفت و به تناسب هر آیه شریفه، از مباحث تفاسیر مختلف از جمله سه تفسیر گرانسنگ و ارزشمند میزان، نمونه و مجمع البیان نیز بهره های فراوان گرفته شد.

۱ - وَ لَقَدْ صَرَّفْنَا فِي هَٰذَا الْقُرْآنِ لِيَذَّكَّرُوا وَمَا يَزِيدُهُمْ إِلَّا نُفُورًا (الاسراء)؛ وَ إِذْ قُلْنَا لَكَ إِنَّ رَبَّكَ أَحَاطَ بِالنَّاسِ وَمَا جَعَلْنَا الرَّبِّيَا الَّتِي أُرْيِنَاكَ إِلَّا فِتْنَةً لِلنَّاسِ وَ الشَّجَرَةَ الْمَلْعُونَةَ فِي الْقُرْآنِ وَ نَحْوَهُمْ فَمَا يَزِيدُهُمْ إِلَّا طُغْيَانًا كَبِيرًا (۱۶۰/الاسراء)؛ وَ نُنزِلُ مِنَ الْقُرْآنِ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَ رَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَ لَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا (۸۲/الاسراء)؛ هُوَ الَّذِي جَعَلَكُمْ خَلْفًا فِي الْأَرْضِ فَمَنْ كَفَرَ فَعَلَيْهِ كُفْرُهُ وَ لَا يَزِيدُ الكَافِرِينَ كُفْرَهُمْ عِنْدَ رَبِّهِمْ إِلَّا مَقْتًا وَ لَا يَزِيدُ الكَافِرِينَ كُفْرَهُمْ إِلَّا خَسَارًا (۳۹) فاطر

- در این پژوهش سعی شده آیاتی مورد توجه قرار گیرند که به نوعی به مباحث مربوط به موضوع علم جامعه شناسی یا روانشناسی اجتماعی میپردازند و یا موضوعاتی را طرح میکنند که آثار و پیامدهای اجتماعی دارند.

- این پژوهش در حقیقت تحقیقی بین رشته ای است و هیچ گاه سعی نکرده نظریه های علم جامعه شناسی را بر مباحث قرآنی تحمیل کند. بلکه به گونه ای عمل گردید که بدون توجه به تئوریهای جامعه شناسی، مباحث و نتیجه گیری های قرآنی در قالب اصطلاحات جامعه شناسی و به صورت گزاره های منطقی با محتوای قرآنی ارائه گردد.

توجه دادن به تفکر و تأمل، اساس نفوذ اجتماعی

بررسی ها نشان میدهد علم از کلماتی است که با ترکیبات خویش ۸۵۴ بار در ۸۵ سوره و ۷۲۸ آیه از آیات قرآن مجید آمده است. تحلیل محتوای آیات قرآن نیز نشان میدهد علم تنها گوهری است که سازنده نفس (ذات، هویت و شخصیت) انسان است و سعادت او را فراهم می کند (حسن زاده آملی، ۱۳۸۱: ج ۲: ۴۹۳؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۲۴ ص ۶۲۸؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴، ج ۱۹ ص ۴۶۱). بر همین مبنا در آیات قرآن تأکید فراوانی بر علم، تفکر و تعقل شده است (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۲۶ ص ۴۲۸ تا ۴۳۲؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۱۰ ص ۷۲۷). تحلیل محتوای بخشی از آیات قرآن که ذیلاً آمده، نشان میدهد علم، زمینه جلوگیری از زورگوئی و برقراری رابطه سلطه را فراهم می کند (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴: ج ۱۸ ص ۱۶۶؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۲۱ ص ۸۸؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۹ ص ۷۸). همچنین علم باعث جلوگیری از اشاعه خرافات و خرافه گوئی (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۵ ص ۱۰۵؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۳ ص ۳۹۰)، تقلید کورکورانه (طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۶ ص ۶۹۴) و لجاجت و عدم انعطاف پذیری (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۲۰ ص ۱۹۶؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۸ ص ۸۳۲) می شود. از همه مهمتر علم، تفکر و تعقل زمینه نفوذ اجتماعی دین را به نحوی گسترده فراهم می کند (طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۸ ص ۶۵۹؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۲۴ ص ۶۲۸؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴، ج ۱۹ ص ۴۶۱). بنابراین اولین مرحله نفوذ اجتماعی دین، توجه دادن جامعه به عقل و اندیشه است تا آنها با پای خویش و از طریق فرهنگ و زبان خود، در برابر دین نفوذ پذیر گردند. استدلال یک جانبه، استدلال دو جانبه، تأکید بر نقاط ضعف و سست عقاید و باورها، طرح سوال در برابر عقاید و باورهای سست و الغاء شبهه همراه با پیام ارائه شده، می توانند اندیشه و تفکر را در مخاطف تحریک و نفوذ اجتماعی را تسهیل کنند.

۱- وارد کردن مخاطبین به تفکر و اندیشه، راهی مناسب برای نفوذ در آنها است. آیه ۲۷ / فاطر هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲: ج ۱۵

۲- یکی از شیوه های مؤثر در نفوذ، فرا خواندن مخاطبین به تفکر و تأمل پیرامون پیام مورد نظر است به گونه ای که وجدان افراد نسبت به آن پیام درگیر شود. آیه ۲۵ / یس هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲: ج ۱۵ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲: ج ۸ ص ۶۵۹ /

- ۳- اندیشه و تفکر باعث نفوذ ناپذیری افراد در برابر جریاناتی که باعث از خود بیگانگی آنها می شوند، را فراهم می کند. آیه ۵۴ / زخرف هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ج ۱۷ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۸ ص ۱۶۶ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۱ ص ۸۸ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۹ ص ۷۸
- ۴- رشد و پویایی اندیشه و قدرت تفکر در مردم از نفوذ ناپذیری آنها در برابر نظام سلطه جلوگیری می کند. آیه ۵۴ / زخرف هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۷ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۸ ص ۱۶۶ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۱ ص ۸۸ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۹ ص ۷۸
- ۵- دانایی و آگاهی زمینه رشد و توسعه گرایش به دین، معنویت و خدا را فراهم می کند. آیه ۹ / جمعه هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۹ برداشتهای ۱۰ و ۱۱ /
- ۶- استمرار و تداوم یاد خدا در صورتی که همراه با تفکر باشد، زمینه درونی شدن ارزشهای دینی و شکلگیری ساختارهای ذهنی بر اساس آنها را فراهم کرده، غفلت و ناآگاهی را از میان می برد و در نهایت باعث رشد و توسعه شخصیت و هویت دینی افراد می شود. آیه ۱۰ / جمعه هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۹ برداشتهای ۴، ۵، ۶، ۷، ۸ و ۹ ؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۴ ص ۶۲۸ ؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۹ ص ۴۶۱
- ۷- تفکر، شناخت و آگاهی، موجب جلوگیری از اشاعه خرافات و خرافه گویی می شود. آیه ۱۰۳ / مانده / هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۵ ص ۱۰۵ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۳ ص ۳۹۰
- ۸- میزان علم و آگاهی افراد جامعه در میزان درونی کردن ارزش ها و باورها و پایبندی به آنها مؤثر است. آیه ۱۰۷ / اسراء هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۰ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۳۰۷ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۳۲۰ /
- ۹- اگر درونی شدن ارزش ها و باورها با علم و آگاهی همراه باشد، پایدارترین اعتقاد و ایمان در انسان شکل می گیرد. آیه ۱۰۷ / اسراء هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۰ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۳۰۷ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۳۲۰
- ۱۰- نبود یا کمبود دانش و آگاهی در جامعه، زمینه گسترش تقلید کورکورانه را فراهم می کند. آیه ۵ / الکهف / هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۰ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۶ ص ۶۹۴
- ۱۱- عدم ابتناء باورها و ارزش های درونی شده بر علم و دانش سبب گسترش خرافه گویی در جامعه می شود. آیه ۵ / کهف هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۰ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۶ ص ۶۹۴
- ۱۲- لجاجت و عدم انعطاف پذیری از ویژگی های کسانی است که به علم و دانش خویش مغرور بوده و خود را از تعالیم الهی بی نیاز می دانند. آیه ۸۴ / غافر هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۶ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۰ ص ۱۹۶ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۸ ص ۸۳۲
- ۱۳- یکی از شیوه های مؤثر در نفوذ، فرا خواندن مخاطبین به تفکر و تأمل پیرامون پیام مورد نظر است به گونه ای که وجدان افراد نسبت به آن پیام درگیر شود آیات ۱۷-۲۱ سوره العاشیه / طباطبائی، محمدحسین

۱۳۷۴، ج ۲۰، ص ۴۵۹ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴، ج ۲۶، ص ۴۲۸ تا ۴۳۲ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲، ج ۱۰، ص ۷۲۷

الف) استدلال و دلایل یک جانبه

تحلیل محتوای تفایسر ۳۴ آیه از آیاتی که مستقیم و غیر مستقیم بحث استدلال را مطرح می کنند و نیز طبقه بندی مفاهیم و موضوعات به دست آمده، نشان می دهد می توان با دلایل منطقی بر میزان نفوذ اجتماعی افزود (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴، ج ۵، ص ۲۴۸؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴، ج ۴، ص ۲۳۴؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲، ج ۳، ص ۲۲۶؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶، شج ۳، ص ۱۶۴؛ عروسی حویزی عبد علی بن جمعه، ۱۴۱۵، ج ۱، ص ۵۷۹). بعنوان نمونه می توان به آیات شریفه ۵۶ تا ۶۷ سوره انبیاء^۱ اشاره کرد که حضرت ابراهیم با استدلال هائی که ارائه می کند در صدد بیدار کردن عقل خفته مردم است. آنگونه که قرآن مجید نقل می کند روزی همه مردم به خارج از شهر رفتند الا حضرت ابراهیم که در شهر ماند و همراه آنها نرفت. زمانی که کسی در شهر باقی نمانده بود، حضرت ابراهیم وارد بتکده شد و همه آنها را شکست و تبر را بر دوش بت بزرگ گذاشت «فَجَعَلَهُمْ جُذَاذًا إِلَّا كَبِيرًا لَهُمْ». اما پس از آنکه مردم به شهر بازگشتند با دیدن صحنه های شکسته شدن بتها به شدت ناراحت شده احساساتشان جریحه دار گشت و در پی مقصر این حادثه گشتند. به دلیل اینکه حضرت ابراهیم مردم را به خارج شهر همراهی نکرده بود، همه نگاهها متوجه او گردید و انگشت اتهام به سوی او رفت. لذا همه مردم برای دیدن مجرم، در میدان اصلی شهر جمع شدند و پس از آنکه حضرت ابراهیم را حاضر کردند، از او سوال شد: آیا تو این کار را با خدایان ما انجام دادی «قَالُوا ءَ أَنْتَ فَعَلْتَ هَذَا بِالْهَيْتَانَا؟» ابراهیم ع که گویا منتظر چنین لحظاتی بود در نقش روانشناس اجتماعی چیره دستی ظاهر گشت و با شناختی که از عقاید و باورهای مردم داشت، سوال آنها را به گونه ای پاسخ داد که تمام جریان را به نفع خویش تغییر داد. ابراهیم (ع) فرمود: آثار جرم بت بزرگ است، پس اوست که بتهای کوچک را شکسته واز بین برده است. این پاسخ بسرعت مردم بت پرست رابه عقل و خردشان ارجاع داد. لذا آنها به همدیگر نگاهی کردند و خودشان را ظالم خواندند «فَرَجَعُوا إِلَىٰ أَنفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنْتُمُ الظَّالِمُونَ». نتیجه این راهبردی که ابراهیم اتخاذ کرده بود آن شد که مردم با سرافکندگی به ابراهیم گفتند: چگونه می توانیم از بتها سوال کنیم، در حالی که آنها قادر به سخن گفتن نیستند «ثُمَّ نَكِسُوا عَلَىٰ رُءُوسِهِمْ لَقَدْ عَلِمْتُمْ مَا هَؤُلَاءِ يَنْطِقُونَ». این همان پاسخی بود که ابراهیم منتظر آن بود تا بت پرستان بر زبان جاری کنند. لذا در جواب آنها با سوالی سرزنش آمیز و ملامت کننده از آنها پرسید چگونه کسانی را می پرستید که هیچ نفع و ضرری به شما نمیتوانند برسانند «قَالَ أ فَتَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنْفَعُكُمْ شَيْئًا وَ لَا

۱- قَالَ بَل رَبُّكُمْ رَبُّ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ الَّذِي فَطَرَهُنَّ وَ أَنَا عَلَىٰ ذَٰلِكُمْ مِنَ الشَّاهِدِينَ (۵۶) وَ تَالِيهِ لَأَكِيدَنَّ أَصْنَامَكُمْ بَعْدَ أَنْ تُوَلُّوا مُدْبِرِينَ (۵۷) فَجَعَلَهُمْ جُذَاذًا إِلَّا كَبِيرًا لَهُمْ لَعَلَّهُمْ إِلَيْهِ يَرْجِعُونَ (۵۸) قَالُوا مَنْ فَعَلَ هَٰذَا بِالْهَيْتَانِ إِنَّهُ لَمِنَ الظَّالِمِينَ (۵۹) قَالُوا سَمِعْنَا فَتَىٰ يَدْعُرْهُمْ يَقُولُ لَهُ اإِبْرَاهِيمَ (۶۰) قَالُوا فَاتَّبُوا بِهِ عَلَىٰ عَيْنِ النَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَنْشُدُونَ (۶۱) قَالُوا ءَ أَنْتَ فَعَلْتَ هَٰذَا بِالْهَيْتَانِ يَا اِبْرَاهِيمَ (۶۲) قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَٰذَا فَسَلُّوهُمْ إِنْ كَانُوا يَنْطِقُونَ (۶۳) فَرَجَعُوا إِلَىٰ أَنفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنْتُمُ الظَّالِمُونَ (۶۴) ثُمَّ نَكِسُوا عَلَىٰ رُءُوسِهِمْ لَقَدْ عَلِمْتُمْ مَا هَؤُلَاءِ يَنْطِقُونَ (۶۵) قَالَ أ فَتَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنْفَعُكُمْ شَيْئًا وَ لَا يَضُرُّكُمْ (۶۶) أَفَلَا تَعْقِلُونَ (۶۷)

يُضْرَكُمْ». در حقیقت حضرت ابراهیم در چند مرحله با استدلال هائی که ارائه کرد توانست مردم را به عقل و اندیشه فطری خودشان به گونه ای ارجاع دهد که آنچه او قبلا با زحمت به آنها می گفت و قبول نمی کردند، خود با زبان خویش اقرار و تصدیق کردند. لذا توانست به زبان خود مردم حرف و سخن خویش را بیان و حقیقت را بر آنها آشکار نماید. زمانی که مخاطبین او از درون شکستند و حقیقت را بر زبانشان جاری کردند، حضرت ابراهیم عقاید مورد نظر خویش را به آنها القاء کرد «أَفِ لَكُمْ وَ لِمَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ أَ قُلًّا تَعْقِلُونَ».

بر اساس نتایج تحلیل محتوای مزبور چنانچه دلایل روشن و خالی از ابهام باشند بر میزان نفوذ اجتماعی می افزایند (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۲۵۳؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۲۴۹؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۹ ص ۲۴۰) در صورتی که اگر دلایل مبهم و غیر واضح باشند میزان نفوذ اجتماعی نه تنها افزوده نمی شود بلکه کاهش خواهد یافت (طباطبائی، محمد حسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۲۵۳؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۲۴۹). نکته مهمی که وجود دارد اینکه در فرایند نفوذ با شیوه ارائه استدلال، اگر عقل و خرد مخاطب مورد تاکید قرار گیرد (طباطبائی، محمد حسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۴۲۴؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۴۳۸؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۸۵؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ ج ۶ ص ۷۳؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۷ ج ۴ ص ۱۵۹؛ طوسی محمد بن حسن، ۱۳۷۷ ج ۷ ص ۲۵۹؛ فخرالدین رازی ابوعبدالله محمد بن عمر، ۱۴۲۰ ج ۸ ص ۱۵۵؛ فضل الله سید محمد حسین؛ ۱۴۱۹ ج ۱۵ ص ۲۳۹) و دلایل مبتنی بر فرهنگ و اندیشه او استوار گردند، تاثیر گذاری افزایش می یابد (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۷ ص ۲۰۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۵ ص ۲۹۶). دلایل باید به گونه ای محکم، قاطع و استوار باشند که مخاطب توان خدشه دار کردن آن را نداشته باشد و گرنه از میزان تاثیر گذاری آن کاسته خواهد شد (طباطبائی، محمد حسین، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۳۴ تا ۴۱؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۰ ص ۲۹۰ و ۲۹۱؛ طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۶ ص ۴۷۰؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ ج ۵ ص ۱۲۸). نکته مهم دیگری که وجود دارد این است که در زمان ارائه دلایل هرگونه تلاش برای قبولاندن نظرات شخصی خویش زمینه کاهش نفوذ را فراهم می کند. در نهایت باید گفت ارائه استدلال و دلیل در هرجائی نمی تواند برای نفوذ مفید باشد، بلکه تنها در جائی می توان از این روش استفاده کرد که زمینه مناسب ارائه چنین روشی در جامعه وجود داشته باشد. آنچه ذیلا تشریح می گردد، گزاره هائی است که از تحلیل محتوای تفاسیر آیات شریفه مزبور بدست می آید.

- ۱- یکی از عواملی که باعث نفوذ دین در مخاطبین می شود، وجود عقل سلیم و خرد ناب است؛ زیرا عقل سلیم و خرد ناب زمینه پذیرش پیام دین را در آنها فراهم می آورد. آیه ۹ / زمر هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۷ ص ۳۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۹ ص ۳۹۳ /
- ۲- وجود زمینه های نفوذ و مقبولیت پیام دین در میان مخاطبین، نشان دهنده وجود عقل سلیم در آنها است. آیه ۹ / زمر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۷ ص ۳۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۹ ص ۳۹۳ /

- ۳- استدلال و ارائه برهان در طی فرایند نفوذ، روشی مؤثر و کارآمد به شمار می رود. آیه ۱۷۴ / نساء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۵ ص ۲۴۸ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۴ ص ۲۳۴ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۳ ص ۲۲۶ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۳ ص ۱۶۴ / نورالثقلین ج ۱ ص ۵۷۹
- ۴- یکی از راه های افزایش نفوذ، بهره گیری از استدلالهای منطقی و عقلی است. آیه ۲۱ / یس / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۵ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۷ ص ۱۱۱ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۸ ص ۳۴۹
- ۵- هر چه استدلال پیام مورد تبلیغ روشن تر و واضح تر باشد، نفوذ آن بیشتر است. آیه ۷۲ / طه / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۴ ص ۲۵۳ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۳ ص ۲۴۹
- ۶- هر چه استدلالی که طی فرایند نفوذ ارائه می گردد مبهم تر باشد، از میزان نفوذ کاسته می شود. آیه ۷۲ / طه / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۴ ص ۲۵۳ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۳ ص ۲۴۹
- ۷- استدلال و وضوح آن از شرایط تأثیرگذار شدن پیام بشمار می روند. آیه ۳۸ ذاریات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۸ برداشت ۷ / / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۸ ص ۵۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۲۲ ص ۳۶۲ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۹ ص ۲۴۰
- ۸- پیامی که همراه با استدلال روشن و معتبر ارائه گردد، در دیگران نفوذ و تأثیرگذار خواهد بود. آیه ۳۸ ذاریات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۸ برداشت ۹ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۸ ص ۵۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۲۲ ص ۳۶۲ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۹ ص ۲۴۰
- ۹- بهره گیری از استدلال و منطق در انتقال پیام، میزان نفوذ آن را افزایش می دهد. آیه ۲۴ / زخرف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۷ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۲۱ ص ۳۹ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۹ ص ۱۶۸
- ۱۰- داشتن دلایل روشن و واضح برای پیام مورد تبلیغ، نفوذ آن پیام را افزایش می دهد. آیه ۸۸ / هود / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۸ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۰ ص ۵۴۹ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۵ ص ۲۸۷ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۴۶۲ / تفسیر جوامع الجامع ج ۳ ص ۱۱۶۱ / من وحی القرآن ج ۱۲ ص ۱۱۹
- ۱۱- توسل به استدلال و منطق در ارائه اندیشه ای که قرار است در مقابل اندیشه های معارض قرار گیرد، روشی مؤثر برای نفوذ در دیگران است. آیه ۲۴ / انبیاء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۴ ص ۳۸۵ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۳ ص ۳۸۶ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۷ ص ۷۱ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۶ ص ۵۴ / تفسیر جوامع الجامع ج ۴ ص ۱۴۱ / التبیان فی تفسیر القرآن ج ۷ ص ۲۳۹ / مفاتیح الغیب ج ۸ ص ۱۳۳ / من وحی القرآن ج ۱۵ ص ۲۰۸

- ۱۲- یکی از شیوه های نفوذ در دیگران، توسل به استدلال و منطق در ارائه پیام است. آیه ۵۶ / انبیاء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۴۲۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۴۳۱ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۸۳ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۶ ص ۷۲ / التبیان فی تفسیر القرآن ج ۷ ص ۲۵۷ / مفاتیح الغیب ج ۸ ص ۱۵۳ / من وحی القرآن ج ۱۵ ص ۲۳۶ /
- ۱۳- یکی از شیوه های نفوذ، توجه دادن مخاطبین به عقل و خرد آنها می باشد. آیه ۵۸ / انبیاء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۴۲۲ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۴۳۲ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۸۴ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۶ ص ۷۲ / تفسیر جوامع الجامع ج ۴ ص ۱۵۶ / مفاتیح الغیب ج ۸ ص ۱۵۴ / من وحی القرآن ج ۱۵ ص ۲۳۷ /
- ۱۴- یکی از شیوه های نفوذ، توجه دادن مخاطبین به عقل و خرد ذاتی آنها است. آیه ۶۳ / انبیاء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۴۲۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۴۳۸ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۸۵ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۶ ص ۷۳ / تفسیر جوامع الجامع ج ۴ ص ۱۵۹ / التبیان فی تفسیر القرآن ج ۷ ص ۲۵۹ / مفاتیح الغیب ج ۸ ص ۱۵۵ / من وحی القرآن ج ۱۵ ص ۲۳۹ /
- ۱۵- استدلال و منطق محکم در فرایند نفوذ می تواند سرآغاز تغییر باشد. آیه ۶۵ / انبیاء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۴۲۶ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۳ ص ۴۴۱ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۸۶ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۶ ص ۷۵ / تفسیر جوامع الجامع ج ۴ ص ۱۵۹ / مفاتیح الغیب ج ۸ ص ۱۵۷ / من وحی القرآن ج ۱۵ ص ۲۴۰ /
- ۱۶- استدلال اگر مبتنی بر فرهنگ و اندیشه مخاطبان باشد، تأثیرگذار خواهد بود. آیه ۷۱ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۷ ص ۲۰۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۵ ص ۲۹۶ /
- ۱۷- در فرآیند نفوذ شرایط مخاطبین بخش عمده ای از جریان تأثیرپذیری و تأثیرگذاری را در بر می گیرد؛ بر این اساس هر چند برای نفوذ از شیوه های مناسب بهره گرفته شده باشد و پیام نیز بدون ابهام، مستدل و منطقی باشد، ولی شرایط مربوط به مخاطبین فراهم نشده باشد، میزان نفوذ به شدت کاهش خواهد یافت. آیه ۵۲ / روم / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۴ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۶ ص ۳۰۵ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۸ ص ۴۸۵ /
- ۱۸- داشتن استدلال و منطقی محکم که مخاطبین نتوانند در آن خدشه وارد کنند، نفوذ را افزایش می دهد. آیه ۱۳ / لقمان / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۴ /
- ۱۹- در صورتی که همراه با استدلال تلاش برای قبولاندن نظر خویش وجود نداشته باشد، میزان نفوذ بر فرد و گروه افزایش می یابد. آیه ۶۳ / نساء /
- ۲۰- یکی از شیوه های کارآمد نفوذ، بیان مشکلات و سختیهای پذیرش و پایبندی به موضوع مورد نظر و نیز همزمان با آن، نشان دادن راههای فائق آمدن بر آن مشکلات، است. آیه ۱۵۵ / بقره / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۵۳۰ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۱ ص ۴۳۵ /

- ۲۱- یکی از شیوه های کارآمد نفوذ که پویایی فرهنگی را نیز در پی دارد، بهره گیری از استدلال و منطق در ارائه آن فرهنگ به مخاطبان است. آیه ۱۷۰ / بقره/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج
- ۲۲- یکی از شیوه های کارآمد نفوذ ، بهره گیری از استدلال و منطق است. آیه ۱۸۳ / بقره/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج
- ۲۳- نفوذ مبتنی بر استدلال های روشن و واضح امکان پذیر می شود. آیه ۵۶ / غافر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۶ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۷ ص ۵۱۷ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۲۰ ص ۱۳۷ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۸ ص ۸۲۲ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۸ ص ۱۱۵۵ // التبیان فی تفسیر القرآن ج ۹ ص ۸۷ / من وحی القرآن ج ۲۰ ص ۶۰
- ۲۴- ارائه پیام با استدلال های روشن و واضح، یکی از روش های کارآمد نفوذ می باشد. آیه ۴۴ / نحل / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۹ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۲ ص ۳۷۷ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۱ ص ۲۴۳ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۶ ص ۵۵۷ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۵ ص ۱۹۲ // التبیان فی تفسیر القرآن ج ۶ ص ۳۸۵ // من وحی القرآن ج ۱۳ ص ۲۳۲
- ۲۵- در نفوذ، بهره گیری از استدلال و منطق، هنجاری پسندیده است که توسط رهبران الهی نیز رعایت شده است. آیه ۷۱ / اعراف/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۲۵ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۴ ص ۶۷۴
- ۲۶- یکی از روشهای مناسب برای نفوذ دین ارائه استدلال و دلیل منطقی است. آیه ۷۳ / اعراف/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۲۸ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۴ ص ۶۷۸ / تفسیر جوامع الجامع ج ۲ ص ۳۴۱
- ۲۷- روش رهبران الهی و دینی برای نفوذ اجتماعی، روش استدلالی و مبتنی بر منطق است. آیه ۸۵ / اعراف/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۳۵ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۲۵۰ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۴ ص ۶۸۸ / تفسیر جوامع الجامع ج ۲ ص ۳۴۹
- ۲۸- نفوذ وقتی کارآمد است که با روشی استدلالی و مبتنی بر منطق باشد. آیه ۸۵ / اعراف/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۳۵ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۲۵۰ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۴ ص ۶۸۸ / تفسیر جوامع الجامع ج ۲ ص ۳۴۹
- ۲۹- نفوذ همراه با داشتن استدلال و منطق، زمینه رشد شخصیت و پویایی گروه و جامعه را فراهم می کند. آیه ۸۵ / اعراف/ هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۳۵ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۲۵۰ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۴ ص ۶۸۸ / تفسیر جوامع الجامع ج ۲ ص ۳۴۹
- ۳۰- یکی از روشهای مناسب برای نفوذ ، داشتن دلایل روشن و بدون ابهام است. آیه ۹۶ / هود / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۸ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۰ ص ۵۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر ، ۱۳۷۴ج ۹ ص ۲۲۳ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ج ۵ ص ۲۹۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۴۶۶ / طبرسی

فضل بن حسن، ۱۳۷۷؛ ج ۳ ص ۱۶۶/التبیان فی تفسیر القرآن ج ۶ ص ۵۸ / من وحی القرآن ج ۱۲ ص ۱۲۵ /

۳۱- بهره گیری از استدلال های روشن و واضح، یکی از روشهای مناسب برای نفوذ می باشد. آیه ۹ / ابراهیم / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۹ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۳۲ / طبرسی فضل بن حس، ۱۳۷۲ ج ۶ ص ۲۹۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۵ ص ۱۲۵ /

۳۲- ارائه استدلال های روشن و واضح، زمینه نفوذ را افزایش می دهد. آیه ۹ / ابراهیم / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۹ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۳۲ / طبرسی فضل بن حس، ۱۳۷۲ ج ۶ ص ۲۹۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۵ ص ۱۲۵ /

۳۳- ارائه استدلال های واضح و قاطعیت در ارائه آن، زمینه نفوذ را در دیگران افزایش می دهد. آیه ۱۰ / ابراهیم / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۹ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۳۴ تا ۴۱ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۰ ص ۲۹۰ و ۲۹۱ / طبرسی فضل بن حس، ۱۳۷۲ ج ۶ ص ۴۷۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۵ ص ۱۲۸ /

۳۴- استدلال و ارائه برهان برای ارائه پیام، روشی کارآمد در نفوذ دین است. آیه ۱۷۴ / نساء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۵ ص ۲۴۸ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۴ ص ۲۳۵ / طبرسی فضل بن حس، ۱۳۷۲ ج ۳ ص ۲۲۶ /

ب) استدلال دو جانبه

تحلیل محتوای بخشی دیگر از آیات شریفه قرآن نشان می دهد گاهی استدلال یک جانبه کارائی خویش را از دست می دهد و باید از استدلال دو جانبه بهره گرفت. در استدلال دو جانبه ضمن طرح دیدگاه های مورد نظر خود، دیدگاههای مخالف نیز مطرح و به صورت منطقی و استدلالی رد و نظر واقعی ثابت می شود. در آیات شریفه ۶۰ تا ۶۲ سوره اعراف^۱ و نیز در آیات شریفه ۶۶ تا ۶۹ همان سوره^۲ چنین روشی به کار رفته است. در آیه شریفه ۶۰ سوره اعراف از قول حضرت نوح (ع) نقل می کند که حضرت نوح در مقابل اتهام قوم خویش که او را در گمراهی آشکار می دانستند از همین استدلال بهره گرفت و خطاب به قوم خویش فرمود: «لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ، چگونه می گوید من گمراهم در حالی که خیر خواه شما هستم و چیزهایی میدانم که شما نمی دانید»^۳ وَ أَنْصَحُ لَكُمْ وَ أَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ». پس چگونه ممکن است کسی در گمراهی قرار داشته باشد لکن خیرخواه مردم بوده و چیزهایی بداند که آنها ندانند؟ (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۸ ص ۲۱۹؛

۱ - قَالَ الْمَلَأُ مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرِيكَ فِي ضَلَالٍ مُّبِينٍ (۶۰) قَالَ يَاقَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَ لَآ كِنِي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ (۶۱) أَلَيْسَ لَكُمْ رَسُولَاتٌ رَبِّي وَ أَنْصَحُ لَكُمْ وَ أَعْلَمُ مِنَ اللَّهِ مَا لَا تَعْلَمُونَ (۶۲) أ وَ عَجِبْتُمْ أَن جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِّن رَّبِّكُمْ عَلَى رَجُلٍ مِّنكُمْ لِيُنذِرَكُمْ وَ لِتَتَّقُوا وَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ (۶۳)

۲ - قَالَ الْمَلَأُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْ قَوْمِهِ إِنَّا لَنَرِيكَ فِي سَفَاهَةٍ وَ إِنَّا لَنَظُنُّكَ مِنَ الْكَاذِبِينَ (۶۶) قَالَ يَاقَوْمِ لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ وَ لَآ كِنِي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ (۶۷) أَلَيْسَ لَكُمْ رَسُولَاتٌ رَبِّي وَ أَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ أَمِينٌ (۶۸) أ وَ عَجِبْتُمْ أَن جَاءَكُمْ ذِكْرٌ مِّن رَّبِّكُمْ عَلَى رَجُلٍ مِّنكُمْ لِيُنذِرَكُمْ وَ اذْكُرُوا إِذْ جَعَلَكُمْ خُلَفَاءَ مِن بَعْدِ قَوْمِ نُوحٍ وَ زَادَكُمْ فِي الْخَلْقِ بَضِئَةً فَادْكُرُوا ءَالَ اللَّهِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ (۶۹)

مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۲۳۱؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۴۹). در آیه ۶۷ همان سوره نیز پس از آنکه سران قوم هود او را متهم به سفاهت و دروغگوئی کردند، فرمود «لَيْسَ بِي سَفَاهَةٌ» من سفیه و دروغگو نیستم بلکه، امین و خیرخواه شما هستم «وَ اَنَا لَكُمْ نَاصِحٌ اَمِينٌ». چگونه سفاهت و دروغ گوئی با امانت داری و خیرخواهی سازگار است؟ (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۳۷۰؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۴۱۰؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ج ۴ ص ۵۱). در حالی که قوم بنی اسرائیل جماعتی حق گریز بودند و این در آیات مختلف قرآن تصریح شده، قرآن مجید در آیه ۱۵۹ سوره اعراف، انسانهای حق جو و عدالت خواه را از آنها استثنا می کند و می فرماید «وَ مِنْ قَوْمِ مُوسَىٰ اُمَّةٍ يَهْدُونَ بِالْحَقِّ وَ يَبْغِضُونَ». و این همان استدلال دو جانبه است که ضمن طرح دیدگاه ها خویش دیدگاه های مخالف را نیز ارائه و با دلایل منطقی رد می شوند (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۳۷۰؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۴۱۰؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۱۲۸) از همین جمله است آیه شریفه ۱۷ سوره عنکبوت که این روش در آن به کار گرفته شده است (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۶ ص ۱۷۱؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۶ ص ۲۳۲؛ طبرسی فضل بن حس، ۱۳۷۲ج ۸ ص ۴۳۵؛ کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۷ ص ۱۲۴).

۱. یکی از شیوه های مناسب برای نفوذ، روش استدلال دو جانبه است؛ یعنی ضمن طرح پیام مورد نظر، دیدگاههای مخالف آن نیز مطرح و به صورت منطقی و استدلالی رد می گردد. آیه ۶۱ / اعراف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۱۹ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۲۳۱ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۴۹.

۲. یکی از شیوه های نفوذ که در قرآن نیز به کار گرفته شده، استدلال دو جانبه پیرامون موضوع مورد بحث است. آیه ۱۵۹ / اعراف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۳۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۴۱۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۱۲۸

۳. بکارگیری استدلال دو جانبه در نفوذ، نفوذپذیری را افزایش می دهد. آیه ۱۵۹ / اعراف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۳۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۴۱۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۱۲۸

۴. روش استدلال دو جانبه (ضمن طرح پیام مورد نظر، دیدگاههای مخالف آن نیز مطرح و به صورت منطقی و استدلالی رد می شود) یکی از روشهای مناسب برای نفوذ است. آیه ۶۱ / اعراف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۲۱۹ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۲۳۱ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶شج ۴ ص ۴۹

۵. روش استدلال دو جانبه (ضمن طرح پیام مورد نظر، دیدگاههای مخالف آن نیز مطرح و به صورت منطقی و استدلالی رد می شود) یکی از روشهای مناسب برای نفوذ است. آیه ۶۷ / اعراف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۸ ص ۳۷۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۶ ص ۴۱۰ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ج ۴ ص ۵۱

۶. از روش های افزایش نفوذ در دیگران، بهره گیری از روش استدلال دو جانبه است. آیه ۱۷ / عنکبوت / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۴ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۶ ص ۱۷۱ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۶ ص ۲۳۲ / طبرسی فضل بن حس، ۱۳۷۲ ج ۸ ص ۴۳۵ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ هج ۷ ص ۱۲۴

ج) شناخت شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه

تحلیل محتوای تفاسیر ۴۲ آیه از آیات الهی نشان می دهد گاهی شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه به گونه ایست که ارتباط و پی گیری نفوذ اجتماعی به صورت صریح و مستقیم امکان پذیر نیست. در چنین شرایطی می توان از شیوه های غیر صریح و چند مرحله ای بهره گرفت. آیات ۲۸ تا ۴۲ سوره غافر^۱ نشان می دهند مومن آل فرعون چون نمی توانست صریحا نظرات خویش را اعلام و دیگران را تحت تاثیر قرار دهد از چنین شیوه ای، بهره گرفت. مبتنی بر آیه شریفه ۲۸ از شرایط اولیه ارائه هر پیام، در نظر گرفتن وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه است که قرار به تاثیر گذاری آن داریم. همچنین برانگیختن احساسات و حساسیتهای مخاطبین که منجر به موضع گیری آنان در برابر پیام میشود، تأثیر گذاری پیام را کاهش می دهد. آیه شریفه ۲۹ همان سوره نشان می دهد مومن آل فرعون زمانی که شرایط را برای اعلام مواضع خویش صراحتا آماده ندید، اقدامات زیر را انجام داد:

- ۱- مومن آل فرعون تا حدودی در جامعه دارای نفوذ اجتماعی بوده، از پایگاه اجتماعی بالایی برخوردار شده بود و گرنه دست به چنین کاری در حضور فرعون نمی زد.
- ۲- با طرح سؤال و پرسشی هشدار دهنده نظر خویش را به صورت غیر صریح مطرح کرد.
- ۳- او با طرح سؤال و پرسش های غیر صریح، به گونه ای در ذهن مخاطبان خویش ایجاد سؤال کرد که احتمال صحت و درستی نظر او برای آنها بیشتر از احتمال عدم صحت آن جلوه داده شد.
- ۴- او در چنین شرایطی از مفاهیم، کلمات و اصطلاحاتی که احساسات جمعی و گروهی را تحریک می کرد و برای مخاطب صمیمیت و دوستی او را القاء می نمود، استفاده کرد.
- ۵- او در این شرایط احساسات و عواطف عامه مردم را مورد خطاب قرار داد.

۱ - وَ قَالَ رَجُلٌ مُؤْمِنٌ مِّنْ آلِ فِرْعَوْنَ يَكْتُمُ إِيمَانَهُ أَ تَقْتُلُونَ رَجُلًا أَنْ يَقُولَ رَبِّيَ اللَّهُ وَ قَدْ جَاءَكُمْ بِالْبَيِّنَاتِ مِن رَّبِّكُمْ وَ إِنْ يَكُ كَذِبًا فَعَلَيْهِ كَذِبُهُ وَ إِنْ يَكُ صَادِقًا يُصِيبْكُمْ بَعْضُ الَّذِي يَعِدُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي مَنْ هُوَ مُسْرِفٌ كَذَّابٌ (۲۸) يَا قَوْمِ لَكُمْ الْمُلْكُ الْيَوْمَ ظَاهِرِينَ فِي الْأَرْضِ فَمَنْ يَنْصُرُنَا مِنَ بَنِي اللَّهِ إِنْ جَاءَنَا قَالَ فِرْعَوْنُ مَا أُرِيكُمْ إِلَّا مَا أَرَى وَ مَا هُدِيكُمْ إِلَّا سَبِيلَ الرَّشَادِ (۲۹) وَ قَالَ الَّذِي آمَنَ يَا قَوْمِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ مِثْلَ يَوْمِ الْأَحْزَابِ (۳۰) مِثْلَ ذَابِ قَوْمِ نُوحٍ وَ عَادٍ وَ مُودٍ وَ الْأَذِينَ مِن بَعْدِهِمْ وَ مَا اللَّهُ يُرِيدُ ظَلْمًا لِّلْعَالَمِينَ (۳۱) وَ يَا قَوْمِ إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكُمْ يَوْمَ التَّنَادِ (۳۲) يَوْمَ تَوَلَّوْا مُدْبِرِينَ مَا لَكُمْ مِّنَ اللَّهِ مِنْ عَاصِمٍ وَ مَن يُضِلِلِ اللَّهُ فَمَا لَهُ مِن هَادٍ (۳۳) وَ لَقَدْ جَاءَكُمْ يُوسُفُ مِن قَبْلِ الْبَيِّنَاتِ فَمَا زِلْتُمْ فِي شَكٍّ مَّا جَاءَكُمْ بِهِ حَتَّى إِذَا هَلَكَ قُلْتُمْ لَن نَّبْعَثَ اللَّهَ مِن بَعْدِهِ رَسُولًا كَذَلِكَ يُضِلُّ اللَّهُ مَن هُوَ مُسْرِفٌ مُّرْتَابٌ (۳۴) الَّذِينَ يَجَادِلُونَ فِي آيَاتِ اللَّهِ بِغَيْرِ سُلْطَانٍ أَتَتْهُمْ كِبْرٌ مِّمَّا عِنْدَ اللَّهِ وَ عِنْدَ الَّذِينَ آمَنُوا كَذَلِكَ يَطْبَعُ اللَّهُ عَلَى كُلِّ قَلْبٍ مُّكْتَبِرٍ جَبَّارٍ (۳۵) وَ قَالَ فِرْعَوْنُ يَهْمَنُ ابْنُ لِي صِرْحًا لَعَلِّي أُبْلَغُ الْأَسْتَبَابِ (۳۶) أَسْتَبَابِ السَّمَاوَاتِ فَاطَّلَعَ إِلَى إِلَهِ مُوسَى وَ إِنْ لَأَطَّئُهُ كَذِبًا وَ كَذَلِكَ زَيْنُ لِفِرْعَوْنَ سُوءِ عَمَلِهِ وَ صَدَّ عَنِ السَّبِيلِ وَ مَا كَبِدَ فِرْعَوْنَ إِلَّا فِي تَبَابٍ (۳۷) وَ قَالَ الَّذِي آمَنَ يَا قَوْمِ اتَّبِعُونِ أَهْدِيكُمْ سَبِيلَ الرَّشَادِ (۳۸) يَا قَوْمِ إِنَّمَا هَٰذِهِ الدُّنْيَا مَتَاعٌ وَ إِنَّ الْأٰخِرَةَ هِيَ دَارُ الْقَرَارِ (۳۹) مَن عَمِلَ سَيِّئَةً فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَ مَن عَمِلَ صَالِحًا مِّن ذَكَرٍ أَوْ أُنثَى وَ هُوَ مُؤْمِنٌ فَلَا وَلِيكَ يَدْخُلُونَ الْجَنَّةَ يُرْزَقُونَ فِيهَا بِغَيْرِ حِسَابٍ (۴۰) وَ يَا قَوْمِ مَا لِي أَدْعُوكُمْ إِلَى النَّجْوَةِ وَ تَدْعُونَنِي إِلَى الْكُفْرِ بِاللَّهِ وَ أَشْرِكُ بِهِ مَا لَيْسَ لِي بِهِ عِلْمٌ وَ أَنَا أَدْعُوكُمْ إِلَى الْغَيْرِ الْعَفَّارِ (۴۲)

مومن آل فرعون با شیوه ای که بکار بست با مردم روابطی عاطفی و مبتنی بر دوستی برقرار کرد (هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴: ج ۲۰ ص ۸۶). در ادامه او سعی کرد باهشدار به مخاطبین، در آنها ایجاد انگیزه کرده، با بهره‌گیری از تاریخ و سرنوشت اقوام و جوامع پیشین تأثیرگذاری پیام خویش را افزایش دهد. او تلاش کرد به مخاطبین خویش القا کند، یکی از عوامل نابودی و اضمحلال فرهنگ‌ها و جوامع در طول تاریخ، تضاد با دین و پیامبران الهی بوده است. مومن آل فرعون میخواست به مخاطبین تفهیم کند، موضع‌گیری خصمانه و همراه با تعصب و بهانه‌جویی در برابر ادیان الهی، ساختار شخصیت و ذهنیت را به گونه‌ای شکل می‌دهد که امکان درک و تفهیم معانی و عناصر مختلف دین از انسان گرفته می‌شود.^۱ همچنین موضع‌گیری خصمانه و همراه با تعصب و بهانه‌جویی با دین الهی باعث افزایش تردید و عدم اطمینان نسبت به دین می‌شود (آخوندی، ایازی، ۱۳۸۹: ج ۳).

آیه شریف ۳۸ نشان می‌دهد گرچه در شرایطی که پیام مورد نظر خویش را نمی‌توان صریحاً به مخاطبین اعلام کرد، باید از طرق غیر مستقیم، از جمله طرح سؤال‌های مختلف، این کار را انجام داد، لکن در ادامه باید با مقدمه چینی‌های اولیه زمینه ارائه پیام به صورت صریح و آشکار را برای مخاطبین فراهم کرد. شیوه مؤمن آل فرعون نیز همین بود که ابتدا در لفافه‌های مختلف و با کنایه، پیام مورد نظر خویش را طرح کرد، لکن زمانی که اذهان مخاطبین را آماده نمود پیام را با صراحت و روشنی برای آنان بیان نمود (آخوندی، ایازی، ۱۳۸۹: ج ۳). پس از اینکه مومن آل فرعون زمینه را مناسب تشخیص داد با شناختی که از شرایط فرهنگی و اجتماعی مخاطبین خویش داشت، به مهمترین نقطه ضعف آنها انگشت گذاشت. براساس آیه شریفه ۳۹، مؤمن آل فرعون در اولین اقدام تبلیغی خویش پس از ارائه صریح پیام، بر موضوع دنیا و آخرت تأکید می‌کند و ماهیت واقعی آن دو را برای مخاطبین مشخص می‌نماید. لذا می‌توان استنباط کرد مشکل اصلی فرهنگی و اجتماعی مردم آن دوره، دنیا طلبی و دنیا گرایی بوده و مؤمن آل فرعون نیز با درایت انگشت بر نکته اصلی گذاشته و آن را هدف قرار داده بود (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۴ ص ۱۱۳؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۹ ص ۴۴۲؛ آخوندی، ایازی، ۱۳۸۹: ج ۳). مؤمن آل فرعون با این بیانات کار خود را کرد، و چنان که از آیات بعد نیز استفاده می‌شود تصمیم فرعون را دائر بر قتل «موسی» ع متزلزل ساخت، و یا حد اقل آن را به تاخیر انداخت، همان تاخیری که سرانجام خطر را از موسی برطرف ساخت (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴، ج ۲۰، ص: ۱۰۱). آنگونه که ملاحظه می‌شود یکی از راهبردهای اساسی در فرایند نفوذ شناخت تفضیلی جامعه ای است که قرار است نفوذ اجتماعی در آن صورت گیرد. شناخت گرایش‌ها، تمایلات و نگرش‌های مردم و نیز ساختارهای اجتماعی و فرهنگی زمینه شناخت نقاط ضعف و سست عقاید و باورهای اجتماعی و فردی را مشخص می‌کند. اگر بتوان نقاط ضعف و سست عقاید و باورها جامعه را شناسایی کرد میتوان از همانجا فرایند نفوذ را آغاز کرد. بطور طبیعی بدون این شناخت

۱ - در اکثر تفاسیر شیعه و سنی، «بجادلون» در آیه شریفه ۳۵ به این معانی ترجمه شده است: دشمنی کردن، مخاصمه کردن، گفتگوهای توأم با لجاجت و عناد، تقلیدهای کورکورانه و تعصب‌های بی‌پایه، ستیزه‌جویی، ستیزه‌کردن، تردید نمودن، انکار کردن، خصومت کردن، موضع‌گیری همراه با وسوسه‌های بی‌اساس و بهانه‌جویی. همچنین در لسان العرب «المجادله» به معنی مناظره و مخاصمه آمده است. چون آیه شریفه مذکور نوعی مخاصمه و دشمنی را بیان می‌کند که بدون دلیل و به تعبیر علامه طباطبائی (ذیل همین آیه شریفه) «منطبق بر هوای نفس» افراد می‌باشد، بنابراین اصطلاح را به «موضع‌گیری خصمانه و همراه با تعصب و بهانه‌جویی» ترجمه کرده‌ایم.

امکان نفوذ فراهم نخواهد شد (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۵ ص ۵۲۲؛ همان ج ۱۹ ص ۴۵۰؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۵ ص ۴۸۱، همان ج ۲۴ ص ۱۱۶ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۱۰ ص ۴۳۳؛ همان، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۳۵۱ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۷ ص ۱۷). برای نمونه در آیات ۷۰ و ۷۱ سوره جمعه^۱ و ۹۴ و ۹۵ سوره بقره^۲ ملاحظه می شود، قرآن دقیقاً بر نکته ای تاکید می کند که نقطه ضعف قوم یهود به شمار می رود. در حقیقت مهمترین ادعای یهود این بود که آنها خود را قومی برتر از دیگران می دانستند. آنها معتقد بودند قومشان برگزیده است، هم آنها، خدا را بسیار دوست دارند و هم خدا آنها را دوست دارد. قرآن با انگشت گذاشتن بر نقطه ضعف اصلی آنها، میفرماید «فَتَمَنُّوا الْمَوْتَ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ». چراکه اگر انسان دوست خدا باشد و خدا هم دوست او، برای وصال لحظه شماری می کند که هر چه زودتر به لقاء الله نایل گردد. اما قوم یهود به دلیل دنیا گرایی افراطی که داشتند، هیچگاه چنین آرزویی نخواهید کرد» «وَلَا يَتَمَنَّوْنَهُ أَبَدًا» (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۳۵۵؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۴۴۲؛ قرائتی، ۱۳۸۳ ج ۱ ص ۱۶۲). این موضوع نشان می دهد شناخت نقاط ضعف جامعه ای که نفوذ در آن قرار است انجام گیرد، استدلال علیه آنها را به گونه ای هدایت می کند که محکمترین و قاطع ترین دلیل در مقابل آنها ارائه خواهد شد (مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۴ ص ۱۱۳؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۹ ص ۴۴۲؛ آخوندی، ایازی، ۱۳۸۹ ج ۳).

۱. گر چه بعضی مواقع نمی توان پیام مورد نظر را از همان ابتدا صریحاً برای مخاطبین طرح کرد و باید از طریق غیر مستقیم از جمله طرح سؤال های مختلف این کار را انجام داد، لکن در ادامه باید با مقدمه چینی های اولیه زمینه ارائه پیام به صورت صریح و آشکار را برای مخاطبین فراهم کرد. شیوه مؤمن آل فرعون نیز همین بود که ابتدا در لفافه های مختلف و با کنایه، پیام مورد نظر خویش را طرح کرد، لکن زمانی که اذهان مخاطبین را آماده نمود پیام را با صراحت و روشنی برای آنان بیان نمود. آیه ۳۸ / غافر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶

۲. یکی از مهمترین روشهای نفوذ در دیگران، طرح سوال و پرسش درباره مسائلی است که قصد داریم آنها را تغییر دهیم، به گونه ای که با این سؤال و پرسش عقاید و باورهای مخاطبین به چالش کشیده شده و در نهایت آن عقاید و باورها متزلزل گردند. در حقیقت در آیه شریفه ۴۱ و ۴۲، مؤمن آل فرعون الگویی را نشان می دهد که با استفاده از شناختی که از شرایط اجتماعی و فرهنگی مخاطبین خویش بدست می آوریم، عقاید و باورهای محوری آنها را شناسایی کرده و با طرح پرسشهای بدیهی و غیر قابل انکار، آنها را به چالش کشید تا این پرسشها مخاطب را به تفکر و تعمق واداشته باورها و عقاید او را متزلزل نمایند. آیه ۴۱ / غافر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶

۳. از الگوی نفوذی که از سوی مؤمن آل فرعون ارائه گردید می توان استنباط کرد که پس از طرح سؤال درباره عقایدی که قصد تغییر آنها را داریم و یا از طریق وادار کردن مخاطبین به تفکر و تعمق، قصد تزلزل

۱ - قُلْ يَا أَيُّهَا الَّذِينَ هَادُوا إِنْ زَعَمْتُمْ أَنكُمْ أَوْلِيَاءُ لِلَّهِ مِنْ دُونِ النَّاسِ فَتَمَنُّوا الْمَوْتَ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (۶) وَ لَا يَتَمَنَّوْهُ أَبَدًا بِمَا قَدَّمْتُمْ أَيْدِيَهُمْ وَ اللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ (۷)

۲ - قُلْ إِنْ كَانَتْ لَكُمْ الدَّارُ الْآخِرَةُ عِنْدَ اللَّهِ خَالِصَةً مِّنْ دُونِ النَّاسِ فَتَمَنُّوا الْمَوْتَ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (۹۴) وَ لَنْ يَتَمَنَّوْهُ أَبَدًا بِمَا قَدَّمْتُمْ أَيْدِيَهُمْ وَ اللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ (۹۵)

- آن عقاید را داریم، قدم بعدی آن است که به صورت روشن و صریح ماهیت عقاید و باورهایی که می‌خواهیم آنها را تغییر دهیم برای مخاطبین تشریح نماییم. آیه ۴۳ / غافر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶
۴. شناخت نقاط ضعف عقاید و باورهای مخاطبین و نیز سلاقی و تمایلات آنها و استفاده از آنها هنگام ارائه پیام، میزان نفوذ را افزایش می‌دهد. آیه ۴۴ / نمل / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۵ ص ۵۲۲ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۵ ص ۴۸۱ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۳۵۱ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۷ ص ۱۷
۵. پس از ایجاد تزلزل اولیه در افکار و عقاید مخاطبین، بهره‌گیری از کمبودها و نقاط ضعف فرهنگی مخاطبین میزان نفوذ را افزایش می‌دهد. آیه ۴۴ / نمل / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۵ ص ۵۲۲ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۵ ص ۴۸۱ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۷ ص ۳۵۱ / کاشانی ملا فتح الله، ۱۳۳۶ شج ۷ ص ۱۷
۶. شناسایی نقاط ضعف در باورها و عقاید مخاطبین و استدلال از طریق آنها راهی برای نفوذ در آنهاست. (توضیح: از آنجا که در این آیه شریفه روی نقاط ضعف جدی یهود انگشت گذاشته و علیه مهمترین ادعای آنها جهت برتری بر دیگران استدلال بسیار قاطع و محکمی ارائه می‌شود نکته فوق بدست می‌آید). آیه ۶ و ۱۷ جمعه / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۹ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۹ ص ۴۵۰ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۲۴ ص ۱۱۶ / طبرسی فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ج ۱۰ ص ۴۳۳
۷. اطلاع از شبهات و اشکالات موجود در جامعه و داشتن پاسخ برای آنها یکی از شرایط نفوذ است. آیه ۱۴۲ / بقره / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۴۷۸ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۴۷۹
۸. اطلاع از شبهات و اشکالات موجود و داشتن پاسخ برای آنها، یکی از شرایط نفوذ است. آیه ۱۴۲ / بقره / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۴۷۸ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱ ص ۴۷۹ ؛

ح) طرح سؤال مبتنی بر نقاط ضعف وسست عقاید و باورها

یکی از مهمترین روش‌های تأثیرگذاری بر دیگران، طرح سؤال و پرسش درباره مسائلی است که قصد داریم آنها را تغییر دهیم، به گونه‌ای که با این سؤال و پرسش عقاید و باورهای مخاطبین به چالش کشیده شده و در نهایت آن عقاید و باورها متزلزل میگردند. در حقیقت در آیات شریفه ۲۸ و ۴۲ سوره غافر، مؤمن آل فرعون الگویی را به ما نشان می‌دهد که در آن مبلغ باید با استفاده از شناختی که از شرایط اجتماعی و فرهنگی مخاطبین خویش دارد، عقاید و باورهای محوری آنها را شناسایی کرده و با طرح پرسش‌های بدیهی و غیر قابل انکار آنها را به چالش بکشد به گونه‌ای که این پرسش‌ها مخاطب را به تفکر و تعمق واداشته باورها و عقاید او را متزلزل نمایند. بنابراین مبتنی بر تحلیل محتوای آیات شریفه قرآن، در شرایطی که نتوان به صورت صریح و روشن به ارائه پیام پرداخت لازم است اقدامات زیر جهت موفقیت آمیز شدن نفوذ اجتماعی، طی شود:

اولین گام برای نفوذ در دیگران و رد عقاید آنها و جایگزینی با نظرات و عقاید خویش، ایجاد و طرح سوال نسبت به عقاید مورد قبول آنهاست. در واقع با شناسایی نقاط ضعف و سست باورها ف عقاید، گرایشات و... مخاطب، طرح سوال از همین جا آغاز میشود به گونه ای که ذهن مخاطب درگیر چالش به وجود آمده گردد. **دومین گام** پس از طرح سوال اولیه، برشمردن نقاط ضعف شناسایی شده به صورت سولاتی است که از خود مخاطب پرسیده می شود. سولات در این مرحله باید به صورت ملایم، مخاطب را برای داشتن چنین عقاید و باورهای، ملامت و سرزنش کند. این نکته باعث خواهد شد او در درون خویش احساس ضعف، سستی و تحقیر شدن، کند. بنابراین مشخص کردن و یادآوری روشن ترین، عینی ترین و ملموس ترین نقاط ضعف عقاید و باورها به صورت سولاتی پشت سرهمدیگر که از مخاطب پرسیده می شوند و به صورت غیر مستقیم او را برای داشتن این عقاید ملامت و سرزنش می کنند دومین گام برای نفوذ اجتماعی از این طریق است.

سومین گام جهت نفوذ در دیگران آنست که با سولات مختلفی که در مراحل گذشته صورت می گیرد، تزلزل در اعتقادات مردم به گونه ای ایجاد گردد که واقعیت و حقیقت آنها به روشنی برای خودشان مشخص و بر زبان آنها جاری گردد. در این مرحله سعی میشود اشکالات و نقاط ضعف پیش گفته برای مخاطب مشخص و با احساس تحقیر و وضعی که در خود می کنند، آنها را بر زبان جاری کند. پس از اینکه ضعف مخاطب مشخص گردید و او بخشی از ضعفهای خویش را بر زبان نیز جاری کرد، رد صریح و بی پرده باورها و ارزشهای مورد قبول او **چهارمین گام** است.

پنجمین مرحله پس از رد صریح و بی پرده عقاید و باورها آنها و پس از اینکه در ذهن مخاطب خلا ارزشی و اعتقادی به وجود آمد، جایگزینی عقاید و باورهای رد شده با عقاید صحیح و مورد نظر است. البته عقاید جایگزین شده نیز باید از سنخ عقاید و ارزشهایی باشند که متزلزل گشته ، رد شده اند. تفاوت در اینجاست که عقاید جایگزین شده استوار و پایدار از جهت استدلال و منطق می باشند. نکته دیگری که در این موضوع قابل توجه است اینکه بین رد عقاید و جایگزینی آنها نباید فاصله ای باشد بلکه این جایگزینی باید بلافاصله صورت گیرد.

براساس تحلیل محتوای تفاسیر آیات شریفه ۳۰ تا ۴۳ سوره طور^۱ می توان نتیجه گرفت که به چالش کشیدن عقاید و باورهای مخاطبین از طریق سوال و پرسش، راهبردی اساسی در فرایند نفوذ بشمار می رود. حتی ساده تراز این، شروع هر پیامی به صورت طرح سوال می تواند آنرا نافذتر و تاثیرگذارتر نماید (طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۷ ص ۲۰۴ / همان ، ج ۷ ص ۱۴۲ / همان، ج ۷ ص ۳۵ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۵ ص ۱۶۴ ؛ همان، ج ۵ ص ۲۹۶).

۱ - أَمْ يَقُولُونَ شَاعِرٌ نَّتَرَبَّصُ بِهِ رَيْبَ الْمُنُونِ (۳۰) قُلْ تَرَبُّوا فَإِنِّي مَعَكُمْ مِنَ الْمُرْتَبِصِينَ (۳۱) أَمْ تَأْمُرُهُمْ أَخْلَامُهُمْ بِهَذَا أَمْ هُمْ قَوْمٌ طَاغُونَ (۳۲) أَمْ يَقُولُونَ تَقَوَّلَهُ بَلْ لَا يُؤْمِنُونَ (۳۳) فَلْيَأْتُوا بِحَدِيثٍ مِثْلِهِ إِن كَانُوا صَادِقِينَ (۳۴) أَمْ خَلِقُوا مِنْ غَيْرِ شَيْءٍ أَمْ هُمُ الْخَالِقُونَ (۳۵) أَمْ خَلَقُوا السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ بَلْ لَا يُوقِنُونَ (۳۶) أَمْ عِنْدَهُمْ خَزَائِنُ رَيْكَ أَمْ هُمُ الْمُصَيْطِرُونَ (۳۷) أَمْ لَهُمْ سَلْمٌ يَسْتَمِعُونَ فِيهِ فَلْيَأْتِ مُسْتَمِعَهُمْ بِسُلْطَانٍ مُبِينٍ (۳۸) أَمْ لَهُ التَّنَائِدُ وَ لَكُمْ الْبُنْبُونُ (۳۹) أَمْ تَسْأَلُهُمْ أَجْرًا فَهُمْ مِنْ مَغْرَمٍ مُثْقَلُونَ (۴۰) أَمْ عِنْدَهُمُ الْغَيْبُ فَهُمْ يَكْتُمُونَ (۴۱) أَمْ يُرِيدُونَ كَيْدًا فَالَّذِينَ كَفَرُوا هُمُ الْمَكِيدُونَ (۴۲) أَمْ لَهُمْ إِلهٌ غَيْرُ اللَّهِ سُبْحَانَ اللَّهِ عَمَّا يُشْرِكُونَ (۴۳)

۱. ابلاغ پیام دین پس از شناخت پرسشها و سوالات مردم، میزان نفوذ را افزایش می دهد. (از آنجائی که پس از سوالهای مردم از پیامبر اکرم (ص) احکام دین نازل می شد، می توان نتیجه گرفت که میزان نفوذ در چنین شرایطی افزایش می یابد). آیه ۴ / مائده / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۴ ص ۲۷۳ /
۲. زمانی که موقعیت برای طرح صریح پیام مناسب نیست، می توان با طرح سوال و پرسش هشدار دهنده، پیام را به صورت غیر صریح مطرح کرد. آیه ۲۹ / غافر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۷ ص ۵۰۰
۳. زمانی که موقعیت برای طرح صریح پیام مناسب نیست، می توان با طرح سوال و پرسش های غیر صریح به گونه ای در ذهن مخاطب ایجاد سوال کرد که احتمال صحت و درستی پیام برای او بیشتر از احتمال عدم صحت آن باشد. آیه ۲۹ / غافر / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۶ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۷ ص ۵۰۰
۴. طرح سؤالهائی در عقاید مردم که ضعف آن عقاید را برای خود شان به صورت غیر صریح آشکار کند، راهبردی اساسی است که باعث افزایش نفوذ می شود. آیه ۷۱ / قصص / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۵. طرح سؤالهائی در عقاید مردم که ضعف آن عقاید را برای خود شان به صورتی غیر صریح آشکار کند، راهبردی اساسی است که باعث افزایش نفوذ می شود. آیه ۷۲ / قصص / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۶. از مهمترین راهبردهای نفوذ، به چالش کشیدن عقاید و باورهای مخاطبین از طریق طرح سؤال و پرسش پیرامون آن عقاید و باورها می باشد. آیه ۳۰ تا ۴۳ / طور / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۸
۷. یکی از روشهای کارآمد در تأثیرگذاری بر افراد، ابلاغ پیام و مطلب مورد نظر از طریق پرسش و پاسخ است. آیه ۱۲ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۷ ص ۳۵ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۵ ص ۱۶۴ /
۸. یکی از روشهای کارآمد در تأثیرگذاری بر افراد، ابلاغ پیام و مطلب مورد نظر از طریق پرسش و پاسخ است. آیه ۱۴ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۷ ص ۴۲ /
۹. یکی از روشهای مناسب و تأثیر گذار در نفوذ، ابلاغ پیام به صورت پرسش و پاسخ است. آیه ۱۹ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱
۱۰. بیان حقایق و پیام مورد نظر از طریق پرسش و پاسخ، از روشهای موثر و تأثیرگذار در نفوذ می باشد. آیه ۱۹ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱
۱۱. پرسش و پاسخ از روشهای نفوذ در مخاطبین و یا جامعه پذیر ی مجدد افراد است. آیه ۶۴ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱
۱۲. طرح سوال یکی از روشهای موثر در نفوذ و فرهنگ پذیر کردن افراد جامعه است. آیه ۷۱ / انعام / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۷ ص ۲۰۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۵ ص ۲۹۶

۱۳. طرح پرسش و سؤال پیرامون پیام مورد نظر، روشی مؤثر در نفوذ به شمار می رود. آیه ۴۲ / مریم / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۰
۱۴. پس از به چالش کشیدن عقاید مخاطبین از طریق طرح سؤال، بررسی دقیق و شکافتن محتوی عقاید و باورها آنها و نشان دادن حقیقت آن عقاید و باورها در مرحله دوم نفوذ قرار می گیرد. آیه ۲۳ / نجم / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۸
۱۵. یکی از شیوه های تأثیر گذار نفوذ در دیگران، ارائه راه حل مناسب و منطقی پس از طرح مشکل یا ارائه صحیح موضوع پس از طرد و نقد مطلب ناصحیح است. به عبارت روشن تر ، از شیوه های مؤثر در نفوذ آنست که ابتدا موضوعی را که مورد قبول نبوده و قصد رد آن را داریم مطرح و جوانب آن را توضیح دهیم، آن گاه موضوع صحیحی که می خواهیم به دیگران بقبولانیم، ارائه و از آن دفاع نماییم. آیه ۷۱ / الحجر، هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۹
۱۶. یکی از روشهای مؤثر در نفوذ ، بیان و نقد پیامهای غلط و نادرست و سپس ارائه پیامهای صحیح و درست می باشد. آیه ۵۵ / مائده ، هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۷
۱۷. بیان هنجارها و ارزشهای درست بلافاصله پس از طرد و رد ضد ارزشها و ناهنجاریها، بر میزان نفوذ می افزاید. آیه ۱۸۹ / بقره ، هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۲
۱۸. یکی از روش های نفوذ در دیگران طرح سؤال در برابر اندیشه های نادرست و ارائه بلافاصله اندیشه های درست است. آیه ۲۴ / انبیاء هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۱
۱۹. نفوذ اجتماعی از طریق راهبردهای زیر امکان پذیر است.
- طرح سؤال و پرسش در مورد عقاید دیگران به ویژه از جاهایی که همراه با ضعف و سستی باشند.
 - به وجود آمدن تزلزل عقیدتی در افراد.
 - فرصت دادن به افراد برای تفکر پیرامون سؤال طرح شده و به چالش کشیده شدن آنها .
- ارائه جواب درست و صحیح مبتنی بر عقاید مورد تبلیغ. آیه ۲۴ / سبأ / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۸، ص ۸۲)
۲۰. اولین گام برای نفوذ و رد عقاید ناصحیح دیگران و جایگزینی عقاید مورد نظر خود به جای آنها، ایجاد و طرح سؤال نسبت به عقاید مورد قبول آنهاست. آیه ۷۰ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۲۱. دومین مرحله پس از طرح سؤال اولیه درباره عقاید دیگران، برشمردن نقاط ضعف و سست عقاید آنان به صورت طرح سؤال هایی است که از خود آنها پرسیده می شود. آیه ۷۲ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۲۲. مشخص کردن و یادآوری روشن ترین، عینی ترین و ملموس ترین نقاط ضعف عقایدی که قرار است رد شوند، راهی مناسب و تأثیرگذار برای ایجاد تزلزل در اعتقادات آن افراد بوده، نفوذ در آنها را امکان پذیر می کند. آیه ۷۳ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳

۲۳. نفوذ در دیگران وبطور خاص در عقاید آنها ، زمانی ممکن است که تزلزل در اعتقادات آنها به گونه ای ایجاد گردد که واقعیت و حقیقت عقاید شان برای آنها به روشنی مشخص و بر زبان خود آنها جاری گردد. آیه ۷۴ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۲۴. چهارمین مرحله برای نفوذ در دیگران، رد صریح و بی پرده باورها و ارزش های مورد قبول آنها و عرضه بلافاصله ارزش ها و باورهای مورد نظر است. آیات ۷۶ و ۷۷ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۲۵. پس از انجام مراحل گذشته برای نفوذ در دیگران و تحت تأثیر قرار دادن آنها برای پذیرش ارزش ها و باورهای مورد نظر، پنجمین مرحله، جایگزین کردن عقاید و ارزش های رد شده مخاطبین با عقاید و ارزش هایی از همان سنخ، ولی استوار و پایدار از جهت استدلال و منطقی می باشد. آیات ۷۸ تا ۸۲ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۲۶. طرح سؤال، ایجاد تزلزل در عقاید (ارزش ها و باورها و هنجارهای...) مخاطبین و ارائه عقاید جدید به آنها به گونه ای باشد که اولاً ذهن مخاطب پس از مواجهه جدی با خلاء ارزشی و اعتقادی، به سرعت با عقاید جدید جایگزین گشته و ثانیاً عقاید جایگزین شده از سنخ عقاید ارزشمندی باشند که متزلزل گشته و رد شده اند. آیات ۷۸ تا ۸۲ / شعراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۳
۲۷. یکی از اولین گام های نفوذ در دیگران، طرح سؤال و پرسش در مورد عقاید و باورهایی است که می خواهیم تغییرشان دهیم، به گونه ای که پرسش و سؤال در زمینه نقاط ضعف آن باورها بوده و آنها را با چالش مواجه کند. آیه ۸۵ / صافات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵
۲۸. پس از طرح سؤال و به چالش کشیدن باورهایی که قرار است آنها را تغییر دهیم، دومین مرحله، طرح سؤال ملامت آمیز و سرزنش کننده از مخاطبین برای داشتن چنین باورهایی است. آیه ۸۶ / صافات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵
۲۹. پس از آشکار کردن نقاط ضعف باورها و عقایدی که قرار است تغییر یابند، یکی از راه های ایجاد تزلزل در باورها طرح سؤال سرزنش آمیز و تحقیر آمیز از وجود ضعف در آن باورها است. آیه ۹۵ / صافات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵
۳۰. از مجموع آیه شریفه به دست می آید که پس از طرح سؤال سرزنش آمیز در برابر عقاید و باورهای مخاطبین، سومین گام، طرح اصلی پیام مورد نظر برای مخاطبین به صورت سؤالی و پرسشی است. آیه ۸۷ / صافات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵
۳۱. از مجموع آیه شریفه به دست می آید پس از طرح پرسش های سرزنش آمیز در مورد وجود ضعف در باورها و عقایدی که در صدد تغییر و یا ایجاد تزلزل در آنها هستیم، گام بعدی ارائه باورها و عقایدی است که باید جایگزین باورها و عقاید قبلی شوند. آیه ۹۶ / صافات / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵
۳۲. یکی از روش های نفوذ در دیگران، طرح سؤال و ایجاد شبهه در باورهای آنها و سپس رفع شبهه های به وجود آمده می باشد. آیه ۶۶ / طه / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۱

۳۳. از طریق طرح سؤال، نفوذ به گونه ای صورت می گیرد که در افراد ایجاد اشتیاق شده خود آنها با رضایت خاطر در پی پیام رفته آن را می پذیرند. آیه ۱۰۳ / کهف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۰ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۳ ص ۵۴۶/ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۲ ص ۵۵۹ /
۳۴. پس از طرح پرسش های سرزنش آمیز در مورد وجود ضعف در باورها و عقایدی که در صدد تغییر و یا ایجاد تزلزل در آنها هستیم، گام بعدی ارائه باورها و عقایدی است که باید جایگزین باورها و عقاید قبلی شوند. آیه ۱۰۳ و ۱۰۵ / کهف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۰ / طباطبائی، محمد حسین، ۱۳۷۴ج ۱۳ ص ۵۴۶/ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۲ ص ۵۵۹ /
۳۵. یکی از روش های تأثیرگذاری پیام، طرح سؤال سرزنش آمیز درباره باورها و ارزش هایی است که قرار است با پیام های مورد نظر ما جایگزین گردند. آیه ۴۶ / نمل / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۵ ص ۵۳۲ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۵ ص ۴۸۹ /
۳۶. یکی از شیوه هایی که تأثیرگذاری پیام را افزایش می دهد، ارائه پیام به صورت طرح سؤال و ارائه پاسخ بعد از طرح سؤال می باشد. آیه ۱۰ صف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۹ / برداشت ۲ / / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۹ ص ۴۳۶ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۲۴ ص ۸۷ و ۸۶ /
۳۷. طرح سؤال پیرامون پیام مورد نظر زمینه پذیرش آن را فراهم می کند و پس از برانگیختن انگیزه مخاطب برای جستجوی پاسخ پرسش طرح شده، بلافاصله پاسخ مورد نظر نیز ارائه می گردد. آیه ۱۰ صف / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۹ / برداشت ۴ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۹ ص ۴۳۶ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۲۴ ص ۸۷ و ۸۶ /
۳۸. از راههائی که نفوذ را افزایش می دهد اینست که مخاطبین شناسایی شده، متناسب با عقاید و باورهای آنها، پیام مورد نظر به صورت طرح سؤال ارائه گردد. آیه ۲۸ الملک / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۹ / برداشت ۲ /
۳۹. از راههائی که نفوذ را افزایش می دهد اینست که مخاطبین شناسایی شده، متناسب با عقاید و باورهای آنها، پیام مورد نظر به صورت طرح سؤال ارائه گردد. آیه ۳۰ / الملک / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۹ / برداشت ۲ /
۴۰. یکی از روش های نفوذ در دیگران طرح سؤال در برابر اندیشه های نادرست و ارائه بلافاصله اندیشه های درست است. آیه ۲۴ / انبیاء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۱ / طباطبائی، محمد حسین، ۱۳۷۴ج ۱۴ ص ۳۸۵ و ۳۸۶ /
۴۱. ایجاد سؤال و پرسش درباره عقاید، باورها و ارزش هایی که قصد تغییر آنها را داریم و بیان بلافاصله عقاید، باورها و ارزش های موردنظر، میزان نفوذ را افزایش می دهد. آیه ۴۰ / اسراء / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ج ۱۰ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ج ۱۳ ص ۱۴۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ج ۱۲ ص ۱۲۶ /

۴۲. یکی از راهبردهای تأثیر گذار برای اصلاح باورها و عقاید افراد جامعه، استدلال مبتنی بر نیاز های اصلی همراه با طرح آن به صورت سؤال و پرسش است. آیه ۲۴ سبأ / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۶ ص ۵۶۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۸ ص ۸۱ /

۴۳. یکی از راه های مناسب نفوذ در مخاطبین، ارائه مطالب مورد نظر به صورت طرح سؤال و پرسش است. آیه ۲۴ / سبأ / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۶ ص ۵۶۴ ؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۸ ص ۸۱ /

۴۴. طرح سؤال و پرسش در مورد نقاط ضعف باورها و ارزش های مخاطبین، زمینه تأثیر پذیری آنها را فراهم می کند. آیه ۲۴ / سبأ / هاشمی رفسنجانی، ۱۳۸۲ ج ۱۵ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۶ ص ۵۶۴ / مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۸ ص ۸۱ /

خ) الغاء شبهه همراه با پیام مورد نظر

تحلیل محتوای بخشی از آیات شریفه قرآن نشان می دهد، اگر همراه با ارائه پیام مورد نظر، شبهاتی نیز درباره آن پیام به مخاطب القاء گردد که یا خود بتواند از پس جواب آنها برآید و یا جواب مناسب این شبهات برای او روشن گردد، زمینه استواری و استحکام عقاید شکل گرفته در مورد آن پیام، فراهم خواهد شد. برای نمونه در آیات ۵۲ و ۵۴ سوره حج^۱ این نکته قابل استفاده می باشد. آیه ۵۲، عنوان می فرماید: شیطان هنگام تلاوت آیات الهی توسط پیامبران برای مردم شبهه آفرینی می کرد «**الْقَى الشَّيْطَانُ فِي أُمْنِيَّتِهِ**» ولی بتدریج این شبهات زدوده شده، آیات الهی استوار می گشت «**فَيَنْسَخُ اللَّهُ مَا يُلْقِي الشَّيْطَانُ ثُمَّ يُحْكِمُ اللَّهُ ءَايَتِهِ**». براین مبنا می توان این موضوع را در هر پیامی ساری دانست که ارائه پیام همراه با شبهات قابل رفع، زمینه استحکام و استواری عقیده شکل گرفته از آن پیام را فراهم می کند (هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۱ برداشت ۴ ؛ طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۵۵۲ تا ۵۵۵؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۱۳۸ تا ۱۴۵). از سوی دیگر الغاء شبهه پیرامون پیام به مخاطبین، زمینه مشخص شدن (جداسازی) کسانی که واقعاً در پی اطلاع از آن پیام هستند از کسانی که در پی منظور دیگری می باشند، فراهم می شود، به نوعی الغاء شبهه مخاطبین را غربال می کند (حج هاشمی رفسنجانی اکبر، ۱۳۸۲ ج ۱۱ / طباطبائی، محمدحسین، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۵۵۲ تا ۵۵۵؛ مکارم شیرازی، ناصر، ۱۳۷۴ ج ۱۴ ص ۱۳۸ تا ۱۴۵).

۱ - وَ مَا أَرْسَلْنَا مِنْ قَبْلِكَ مِنْ رَسُولٍ وَلَا نَبِيٍّ إِلَّا إِذَا تَمَنَّى أَلْقَى الشَّيْطَانُ فِي أُمْنِيَّتِهِ فَيَنْسَخُ اللَّهُ مَا يُلْقِي الشَّيْطَانُ ثُمَّ يُحْكِمُ اللَّهُ ءَايَتِهِ وَاللَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (۵۲) لِيَجْغَلَ مَا يُلْقِي الشَّيْطَانُ فِتْنَةً لِلَّذِينَ فِي قُلُوبِهِمْ مَرَضٌ وَالْقَاسِيَةِ قُلُوبُهُمْ وَإِنَّ الظَّالِمِينَ لَفِي شِقَاقٍ بَعِيدٍ (۵۳) وَ لَيَعْلَمَ الَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ أَنَّهُ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكَ فَيُؤْمِنُوا بِهِ فَتُخْبِتَ لَهُ قُلُوبُهُمْ وَإِنَّ اللَّهَ لَهَادٍ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِلَى صِرَاطٍ مُسْتَقِيمٍ (۵۴)

نتیجه:

آنچه گذشت نشان میدهد می توان مخاطب را طی چند مرحله، به عقل و اندیشه خود او معطوف و ارجاع داد، به گونه ای که آنچه قرار است به جای عقاید و باورهای او جایگزین گردد در زبان خود مخاطب اقرار شود تا فرایند نفوذ امکان پذیر گردد. از آنجائی که بین عقل و شرع هیچ جدائی وجود ندارد و هر آنچه عقل حکم می کند، شرع نیز همان را می گوید و هرچه شرع می گوید حکم عقل نیز همان است، قرآن مجید تاکید زیادی به تعقل، تفکر و اندیشه دارد. بنابراین با تحریک عقل و اندیشه می توان همان نتیجه ای که شرع در پی آن است، بدست آورد. تحلیل محتوای بسیاری از آیات الهی که بخشی از آن گذشت نشان می دهد می توان از طریق استدلال منطقی، استدلال دوجانبه، طرح سوال و القاء شبهه عقل و اندیشه خفته مخاطب را بیدار و جریان نفوذ را تسهیل کرد.



فهرست منابع (References)

- موسوی همدانی سید محمد باقر (۱۳۷۴)، ترجمه تفسیر المیزان، دفتر انتشارات اسلامی جامعه‌ی مدرسین حوزه علمیه قم، قم، ۱۳۷۴ ش، نوبت چاپ: پنجم
- مندراس، هانری (۱۳۶۹)، مبانی جامعه‌شناسی، ترجمه پرهام، باقر، انتشارات امیرکبیر
- مکارم شیرازی ناصر (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، دار الکتب الإسلامیة، تهران، ۱۳۷۴ ش، نوبت چاپ اول
- مدرسی سید محمد تقی (۱۴۱۹ق)، من هدی القرآن، دار محیی الحسین، تهران، ۱۴۱۹ ق، نوبت چاپ: اول
- مترجمان (۱۳۷۷)، ترجمه تفسیر جوامع الجامع، بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی، مشهد، ۱۳۷۷ ش، نوبت چاپ: دوم
- مترجمان (۱۳۶۰)، ترجمه مجمع البیان فی تفسیر القرآن، انتشارات فراهانی، تهران، ۱۳۶۰ ش، نوبت چاپ: اول
- گیدنز، آنتونی (۱۳۸۸)، جامعه‌شناسی، ترجمه چاوشیان، نشر نی
- کوئن، بروس (۱۳۸۶)، درآمدی به جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات توتیا
- کرمی حونیری، محمد (۱۴۰۲ق)، التفسیر لکتاب الله المنیر، چاپخانه علمیه، قم، ۱۴۰۲ هجری قمری
- کاشانی ملا فتح الله (۱۳۳۶)، تفسیر منهج الصادقین فی الزام المخالفین، کتابفروشی محمد حسن علمی، تهران، ۱۳۳۶
- قرشی سید علی اکبر (۱۳۷۷)، تفسیر احسن الحدیث، بنیاد بعثت، تهران، ۱۳۷۷ ش، نوبت چاپ سوم
- قرائتی محسن (۱۳۸۳)، تفسیر نور، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، تهران، ۱۳۸۳ ش، نوبت چاپ: یازدهم
- فلیک (۱۳۸۷)، درآمدی بر تحقیق کیفی، ترجمه هادی جلیلی، نشر نی
- فضل الله سید محمد حسین (۱۴۱۹ق)، تفسیر من وحی القرآن، دار الملائک للطباعة و النشر، بیروت
- ۱۴۱۹ ق، نوبت چاپ دوم
- عروسی حویزی عبد علی بن جمعه (۱۴۱۵ق)، تفسیر نور الثقلین، انتشارات اسماعیلیان، قم، ۱۴۱۵ ق، نوبت چاپ: چهارم
- طوسی محمد بن حسن (۱۴۱۵ق)، التبیان فی تفسیر القرآن، دار احیاء التراث العربی، بیروت
- طبرسی فضل بن حسن (۱۳۷۷)، تفسیر جوامع الجامع، انتشارات دانشگاه تهران و مدیریت حوزه علمیه قم، تهران، ۱۳۷۷ ش، نوبت چاپ اول
- طبرسی فضل بن حسن (۱۳۷۲)، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، انتشارات ناصر خسرو، تهران، ۱۳۷۲ ش، نوبت چاپ: سوم
- طباطبایی سید محمد حسین (۱۴۱۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، دفتر انتشارات اسلامی جامعه‌ی مدرسین حوزه علمیه قم، قم، ۱۴۱۷ ق، نوبت چاپ: پنجم

- طالقانی سید محمود (۱۳۶۲)، پرتوی از قرآن، شرکت سهامی انتشار، تهران، ۱۳۶۲ ش، نوبت چاپ چهارم
- صدیق سروسانی رحمت الله (۱۳۶۹)، نامه علوم اجتماعی، جلد دوم، شماره ۱، زمستان ۱۳۶۹، دانشکده-ی علوم اجتماعی دانشگاه تهران
- سید بن قطب بن ابراهیم شاذلی (۱۴۱۲ق)، فی ظلال القرآن، دارالشروق، بیروت- قاهره، ۱۴۱۲ ق، نوبت چاپ: هفدهم
- سروش، عبدالکریم (۱۳۷۴)، درسهائی در فلسفه علم الاجتماع، نشر نی
- ریتزر، جورج (۱۳۷۹)، نظریه های جامعه شناسی در دوران معاصر، ترجمه محسن ثلاثی، انتشارات علمی
- دورکیم، امیل (۱۳۷۳)، قواعد روش جامعه شناسی، ترجمه علیمحمد کاردان انتشارات دانشگاه تهران
- خسروی حسینی سید غلامرضا (۱۳۷۵) ترجمه و تحقیق مفردات الفاظ قرآن، انتشارات مرتضوی، تهران
- توسلی، غلام عباس (۱۳۶۹)، نظریه های جامعه شناسی، انتشارات سمت
- ترجمه تفسیر طبری، مترجمان، انتشارات توس، تهران، ۱۳۵۶ ش، نوبت چاپ: دوم
- بلیکی (۱۳۸۷)، طراحی پژوهشهای اجتماعی، ترجمه حسن چاوشیان، نشر نی
- بحرانی سید هاشم (۱۴۱۶ق)، البرهان فی تفسیر القرآن، ناشر: بنیاد بعثت، تهران
- بحرانی سید هاشم (۱۴۱۶ق)، البرهان فی تفسیر القرآن، بنیاد بعثت، تهران، ۱۴۱۶
- امامی، ابوالقاسم (۱۳۷۶)، تجارب الامم، انتشارات سروش، تهران
- آلوسی سید محمود (۱۴۱۵ق)، روح المعانی فی تفسیر القرآن العظیم، دارالکتب العلمیه، بیروت، ۱۴۱۵ ق
- اسکیدمور، ویلیام (۱۳۷۲)، تفکر نظری در جامعه شناسی، ترجمه مترجمان، نشر سفیر
- استیون، سیدمن (۱۳۸۶)، کشاکش آراء در جامعه شناسی، ترجمه جلیلی، نشر نی
- استراس و کوربین (۱۳۸۷) اصول روش تحقیق کیفی، ترجمه بیوک محمدی، انتشارات پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- آرون، ریمون (۱۳۷۰)، مراحل اساسی اندیشه در جامعه شناسی، ترجمه پرهام باقر، شرکت سهامی انتشار
- آخوندی و ایازی (۱۳۹۰)، مفاهیم اجتماعی در قرآن، جلد اول تاسوم، بوستان کتاب قم، چاپ اول
- اچ ترنر، جان اتان (۱۳۷۱)، نشر فرهنگ، ترجمه لهسائی زاده، شیراز
- ابن هائم شهاب الدین احمد بن محمد (۱۴۲۳ق)، التبیان فی تفسیر غریب القرآن، دار الغرب الإسلامی، بیروت، نوبت ۱۴۲۳ چاپ: اول
- نجفی خمینی محمد جواد (۱۳۹۸ق)، تفسیر آسان، انتشارات اسلامیه، ۱۳۹۸ قمری
- مقنیه، محمد جواد (۱۴۲۴ق)، تفسیر الکاشف، دارالکتاب الاسلامیه، تهران، ۱۴۲۴ هجری قمری
- فیض کاشانی، ملامحسن (۱۴۱۵ق)، تفسیر فیض کاشانی، انتشارات الصدر، تهران، ۱۴۱۵ هجری قمری
- فرات کوفی، ابوالقاسم (۱۴۱۰ق)، تفسیر فرات الکوفی، سازمان چاپ و انتشارات وزارت ارشاد اسلامی، تهران، ۱۴۱۰ هجری قمری
- فخرالدین رازی، ابوعبدالله محمد بن عمر (۱۴۲۰ ق) تفسیر مفتاح الغیب، دار احیاء التراث العربی، بیروت،

- حسن زاده آملی، حسن (۱۳۸۶) مآثر آثار، تدوین: صمدی آملی، داوود، الف - لام - میم،
- طریحی، فخر الدین (۱۳۷۵)، مجمع البحرين، کتابفروشی مرتضوی، تهران، ۱۳۷۵ شمسی
- حسن زاده آملی، حسن (۱۳۸۱) انسان و قرآن، انتشارات قیام، قم، ۱۳۸۱
- حسن زاده آملی، حسن (۱۳۸۰) عیون مسائل نفس و شرح آن، انتشارات قیام، قم، ۱۳۸۱
- بروجردی سید محمد ابراهیم (۱۳۶۶)، تفسیر جامع، انتشارات صدر، تهران، ۱۳۶۶ ش، نوبت چاپ: ششم
- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴ق)، لسان العرب، بیروت، ۱۴۱۴ هجری قمری
- طیب، سید عبدالحسین (۱۳۸۷)، الطیب البیان فی تفسیر القرآن، انتشارات اسلام، تهران، ۱۳۸۷
- شعیری تاج الدین (۱۴۰۵ق)، جامع الأخبار (قرن ششم)، انتشارات رضی، قم، ۱۴۰۵ ق
- شریف لاهیجی، محمد بن علی (۱۳۷۳)، تفسیر شریف لاهیجی، دفتر نشر داد، تهران، ۱۳۷۳ شمسی
- حقی بروسوی، اسماعیل (۱۴۲۴ق)، تفسیر روح البیان، دار الفکر، بیروت، بی تا
- فرگاس، جوزف پی؛ روان‌شناسی تعامل اجتماعی (رفتار میان‌فردی)، خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران، ابجد، ۱۳۷۳، چاپ اول،
- آریان پور کاشانی، عباس (۱۳۶۹)؛ فرهنگ کامل انگلیسی فارسی، تهران، امیرکبیر، ۱۳۶۹، چاپ سوم،
- استرایکر، شلدون و دیگران (۱۳۷۶)؛ مبانی روان‌شناسی اجتماعی، جواد طهوریان، معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی، ۱۳۷۶، چاپ اول، جلد ۳،
- فرانزوی، استفن (۱۳۸۱)؛ روان‌شناسی اجتماعی، مهرداد فیروزبخت و دیگران، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۱، چاپ اول،
- کریمی، یوسف (۱۳۷۷)؛ روان‌شناسی اجتماعی، ارسباران، ۱۳۷۷، چاپ چهارم،
- شارون، جوئل (۱۳۷۹)؛ ده پرسش از دیدگاه جامعه‌شناسی، منوچهر صبوری، تهران، نی، ۱۳۷۹، چاپ اول
- آذربایجانی، مسعود و دیگران (۱۳۸۵)؛ روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سازمان سمت، ۱۳۸۵، چاپ دوم
- ارونسون، الیوت (۱۳۷۳)؛ روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه دکتر حسین شکرکن، انتشارات رشد، چاپ هشتم.