

تحلیل الگوی ارتباط اقناعی رسول اعظم ﷺ مبتنی بر آیات مرتبط با غزوه تبوک

اصغر افتخاری،* سیدمهدی موسوی نیا*

چکیده

با توجه به فقدان ادبیات دینی در حوزه بسیج اجتماعی و اقناع، در این مقاله سعی شده، با رجوع به آیات قرآن کریم، برای رفع این نقیصه اقدامی صورت پذیرد و در همین راستا، آیات مربوط به جنگ تبوک، که در سوره توبه قرار دارد، انتخاب شده است؛ زیرا بسیج اجتماعی در جنگ تبوک به سبب وضعیتی که از آیات و متن تاریخ به دست می آید، دشوار بوده است. این مقاله با استفاده از الگوی تحلیلی هاوولند، که از الگوهای نسبتاً کامل در حوزه ارتباط اقناعی است، می‌کوشد با آیات قرآن به این پرسش اساسی پاسخ دهد که با توجه به آیات قرآن، الگوی ارتباط اقناعی رسول خدا ﷺ در غزوه تبوک چگونه بوده است؟ با استفاده از روش تدبیر در آیات و استفاده از کتب تاریخی و تفسیری و با لحاظ چهارچوب نظری تحقیق، ویژگی زمینه‌ای، پیام‌رسان، پیام (محتوا) و مخاطبان استخراج گردیده، و در پایان، ضمن بیان الگویی از اثرات اقناع در گروه‌های سه‌گانه مجاهدان، منافقان - قاعدان و معذوران که شامل پذیرش، استنکاف و معذوریت از حضور در جنگ می‌شود، به اثرات اخروی این موارد نیز، که به ترتیب شامل سعادت‌مندی، عذاب الهی و مغفرت الهی است، اشاره شده است.

واژه‌های کلیدی: قرآن کریم، حضرت محمد ﷺ، غزوه تبوک، ارتباط اقناعی، بسیج اجتماعی.

* استاد علوم سیاسی دانشگاه امام صادق ﷺ، (نویسنده مسئول)، eftekhariasg@gmail.com

* مدرس و پژوهشگر دانشگاه جامع امام حسین ﷺ، Mousavinia.smahdi@gmail.com

مقدمه

مشروعیت سیاسی در ادبیات علوم سیاسی یا آنچه در حوزه حکومت اسلامی، به مقبولیت نظام اطلاق می‌گردد، اهتمام به نقش و مشارکت مردم در پدیده‌های سیاسی را ضروری می‌سازد. اعضای جامعه با مشارکت داشتن یا مشارکت نداشتن خود، بسیاری از سرنوشت‌های نیک و بد تاریخ را رقم زده‌اند؛ به طور خاص، جنگ‌ها مهم‌ترین مصادیقی‌اند که در آن، مشارکت داشتن یا مشارکت نداشتن جامعه اهمیت می‌یابد. در این محور بسیار مهم که می‌توان از آن به بسیج اجتماعی تعبیر نمود، گام‌های متعدد و حساسی وجود دارد که بخشی از نخستین مراحل در آن، اقناع و متقاعد ساختن مخاطبان است. در واقع، به منظور محقق شدن بسیج اجتماعی، لازم است مخاطبان پیش از هر اقدام و عملی، در ذهن و فکر خود، به هدف و پیام آن عمل، باور یابند و درباره آن قانع شوند. البته گاهی برای تحمیل یا تأثیر اراده خود بر دیگران، از اجبار یا پاداش نیز استفاده می‌شود، اما آنچه با مفهوم بسیج اجتماعی، قرابت بیشتری دارد، ارتباط اقناعی است. در شکل‌گیری ارتباط اقناعی، باید توجه داشت که فرد یا افراد اقناع‌گر، به دنبال اثرگذاری بر نگرش‌ها و همراه ساختن مخاطبان‌اند که برخی به پیامشان پاسخ مثبت می‌دهند و برخی منفی و البته برخی نیز بی‌طرف‌اند.

افزون بر این، بررسی قوت و ضعف ادبیات دینی در موضوع ارتباط اقناعی نیز ضرورتی دیگر در چنین تحقیقاتی است. در این پژوهش غزوه تبوک، از غزوات مهم رسول خدا ﷺ، انتخاب شده است تا در آن به بحث بسیج اجتماعی از منظر بحث ارتباطات اقناعی نگریسته شود. در این مقاله سعی بر آن است به طور مشخص به این پرسش پاسخ داده شود که با توجه به آیات قرآن، الگوی ارتباط اقناعی رسول خدا ﷺ در غزوه تبوک چگونه بوده است.

انتخاب جنگ تبوک بدین جهت بود که در این غزوه به دلیل موقعیت زمانی، مکانی و اجتماعی، موانعی بر سر راه پیامبر ﷺ وجود داشت که برخی را از همراهی با سپاه مسلمانان در این مأموریت باز می‌داشت؛ مانند فصل تابستان و گرمای هوا، هم‌زمانی با برداشت محصول و همچنین کوشش منافقان برای انصراف مسلمانان از جنگ، کار را برای همراه ساختن امت اسلامی در غزوه تبوک سخت می‌کرد. (قرشی، ۱۳۸۰: ۳۹۹) افزون بر این وضعیت، در بیت‌المال نیز اندوخته چندانی نبود. به سبب همه این دشواری‌ها، رسول

خدا ﷺ برخلاف لشکرکشی‌های دیگر، که مقصد را معین نمی‌کرد، اعلام نمود به نیت جنگ با رومیان، قصد فراهم نمودن سپاه دارد. (شهیدی، ۱۳۶۹: ۹۷)

خداوند در آیات مربوط به غزوه تبوک، که در سوره مبارکه توبه قرار دارد، با هدایت پیامبرش، ایشان را به اقناع و شیوه‌های اقناعی برای بسیج اجتماعی ترغیب می‌نماید. گفتنی است رجوع به سیره معصومان ﷺ نشان می‌دهد، این بزرگواران از میان ابزارهای فیزیکی و سخت و ابزارهای مجازی و نرم، اولاً و بالذات از ابزارهای نرم استفاده کرده‌اند.

توجه به پژوهش‌های مشابه درباره موضوع موردنظر، نشان می‌دهد علی‌رغم وجود تحقیقات گوناگون در زمینه اقناع از سویی، و غزوه تبوک از سوی دیگر، هیچ پژوهشی از تلفیق موضوع اقناع با این برهه تاریخ اسلام در دسترس نیست. البته باید به برخی پژوهش‌های مرتبط با غزوه تبوک اشاره کرد که ضمن ارزشمندی و فایده، با موضوع بحث تفاوت دارد: ۱. مقاله‌ای تحت عنوان «غزوه تبوک، حرکتی نظامی یا تدبیری اجتماعی - سیاسی» نوشته علی محمد ولوی و سمیه بخشی‌زاده در این مقاله سعی شده با تحلیل محتوای سخنرانی رسول‌الله در تبوک، نشان دهد هدف ایشان از لشکرکشی، نظامی نبوده، بلکه ایشان هدفی سیاسی - اجتماعی را دنبال نموده است که عبارت است از ایجاد فضایی برای شناسایی و شناساندن جریان‌های سیاسی و اجتماعی. این کار، هم در موضوع و، هم در منبع با این مقاله متفاوت است. (ولوی و بخشی‌زاده، ۱۳۹۳)؛ ۲. مقاله‌ای تحت عنوان «سنخ‌شناسی و تبیین رفتاری صحابه پیامبر ﷺ در غزوه تبوک براساس سوره توبه» نوشته علی محمد ولوی و هدیه تقوی، بر آن است تا با بررسی آیات سوره توبه، گونه‌های رفتاری اصحاب رسول‌الله ﷺ را بررسی کند؛ درحالی‌که این مقاله در پی سیره رسول‌الله ﷺ است، نه رفتار صحابی ایشان. همچنین، این مقاله به صورت تخصصی به موضوع اقناع پرداخته است. (ولوی و تقوی، ۱۳۹۱)؛ ۳. مقاله «جنبه‌هایی از مدیریت بحران پیامبر اکرم ﷺ با تأکید بر موارد خاص: چهار غزوه بدر، احد، احزاب و تبوک» نوشته مصباح‌الهدی باقری که می‌کوشد سبک مدیریتی پیامبر ﷺ را در برابر تهدیدها و بحران‌ها بیان کند. احصای اصول مدیریت بحران در سیره حضرت نیز در ضمن فایده‌مندی، با بررسی آیات مرتبط با اقناع در غزوه تبوک، تفاوت دارد (باقری، ۱۳۸۰).

بنابراین باید این مقاله را، که ضمن بررسی جایگاه، فرآیند و الگوی تحلیل ارتباطات اقناعی در بسیج اجتماعی، آیات سوره توبه و غزوه تبوک را بررسی، تجزیه و تحلیل می‌کند، موضوعی بدیع و چشمگیر در نظر گرفت. این مقاله در بررسی روشمند از آیات قرآن کریم، می‌کوشد با تبیین الگوی ارتباط اقناعی پیامبر ﷺ در غزوه تبوک، درآمدی بر رویکردی اسلامی در زمینه نظریات ارتباط اقناعی را مطرح سازد؛ از این‌رو در بخش‌های پیش‌رو، نخست مفاهیم اصلی مقاله و روش تحقیق معرفی می‌شود و پس از تبیین از غزوه تبوک و آیاتی که در این زمینه نازل شده است، سعی خواهد شد این آیات از منظر ارتباط اقناعی بررسی و تحلیل شود.

۱. مفهوم‌شناسی

در این مقاله، دو مفهوم نیازمند شناسایی و بررسی ارتباط میان آن می‌باشد که عبارت‌اند از: بسیج اجتماعی و اقناع. همچنین، در حوزه فهم قرآن کریم باید تعریفی بیان شود که در ادامه می‌آید.

۱-۱. بسیج اجتماعی

تعبیر بسیج اجتماعی از مفاهیم متناظر با انقلاب است که می‌توان آن را به جنگ نیز تسری داد. این تعبیر، که نخستین بار کارل دویچ^۱ آن را مطرح کرد، معنای همراهی عمومی را در خود نهفته دارد. در واقع، بسیجگران اجتماعی به دنبال گردآوری منابع در دست خودند. (بشیریه، ۱۳۷۲: ۷۶) این امکانات فقط به امور مادی منحصر نمی‌شود، بلکه حتی منابع انسانی را نیز در برمی‌گیرد.

۱-۲. اقناع

معنای «اقناع» در فرهنگ لغت، متقاعد ساختن است که با رضایت و خشنودی همراه باشد و اجباری در کار نباشد. (معین، ۱۳۸۱: ۱۸۰؛ عمید، ۱۳۸۹: ۱۵۷) تعاریف مختلفی از اقناع انجام شده، اما در یکی از تعاریف به نسبت پذیرفتنی، می‌توان اقناع را فرآیند هدایت مردم به

1. Karl Deutsch.

سوی پذیرش عقیده، نظر یا عملی دانست که به جای استفاده از زور و اجبار، با وسایل عقلانی، نمادین و با توسل به جذابیت‌ها صورت می‌پذیرد. (قهرمان‌پور، ۱۳۹۳: ۷۰۴)

اقناع در ارتباطات اجتماعی معنا و مفهوم می‌یابد: «به‌طور کلی اقناع هدف اساسی و غایی همه نوع رفتارهای ارتباطی است. ارتباط موفق و مؤثر آن‌گونه ارتباطی است که نتیجه دلخواه یعنی اقناع را به دنبال داشته باشد.» (متولی، ۱۳۸۴: ۷۴) اقناع در فرآیند بسیج اجتماعی، که در آن، ارتباط اجتماعی اهمیت بسزایی دارد، کاربرد چشمگیری خواهد داشت؛ زیرا در روند اقناع، جامعه مخاطب، منابع انسانی‌اند که در بسیج اجتماعی، اهمیت فراوانی دارد.

۱-۳. انواع فهم قرآن کریم

در مباحث روشی مرتبط با فهم قرآن کریم، به سه گونه فهم اشاره می‌شود که لازم است بیان گردد. این فهم‌ها عبارت‌اند از: الف) فهم سیاقی: معنایی که از ملاحظه ارتباط میان جمله‌های متن حاصل می‌شود؛ ب) فهم قیاسی: به تناسب‌ها، تقابل‌ها و مشترکات دسته‌ها توجه می‌شود؛ ج) فهم مجموعی: مقصود از آن، فهم مجموعه نکات کانونی میان دسته‌ها در کل متن است که سیر واحدی دارند. (الهی‌زاده، ۱۳۹۱: ۱۸)

۲. چهارچوب نظری، مبانی اقناع

نگرش‌های موجود در جامعه از مسائلی است که عاملان پدیده اقناع با آن مواجه‌اند. در اقناع باید کوشید با پیگیری روندی صحیح، افکار عمومی همراه شوند. در جمع‌بندی تعاریف گوناگون از نگرش، می‌توان آن را بیشتر به جنبه‌های ذهنی و روانی فرد اطلاق نمود، هرچند آمادگی برای عمل یا پاسخ‌دادن به محرک نیز در آن لحاظ شده است. (کریمی، ۱۳۸۴: ۲۲۰) در واقع، نگرش سه عنصر اصلی دارد: ۱. عنصر شناختی که شامل اعتقادات و باورهای شخص درباره یک شیء یا اندیشه است؛ ۲. عنصر احساسی یا عاطفی که معمولاً نوعی احساس عاطفی پیوندیافته با باورها است؛ ۳. تمایل به عمل و آمادگی برای پاسخگویی به شیوه‌ای خاص (همان: ۲۲۱) بنابراین، می‌توان برخی نگرش‌ها را مبتنی بر شناخت دانست، برخی را مبتنی بر احساس و برخی را مبتنی بر رفتار.

افزون بر این سه ویژگی نگرش‌ها باید سه ویژگی مهم دیگر نیز داشته باشند: نخست اینکه هر نگرشی شامل شیئی، شخصی، رویدادی یا موقعیتی است؛ دوم اینکه نگرش‌ها معمولاً بار ارزشی دارند؛ سوم اینکه معمولاً دارای ثبات و دوام‌اند. (همان) گفتنی است زمانی نگرشی در جامعه عمق می‌یابد که ضمن ابتنا بر شناخت، احساس و رفتار، ویژگی‌های سه‌گانه را نیز دارا باشد.

بنابراین، فرآیند اقتناع در پی تأثیر بر ابعاد شناختی، عاطفی و رفتاری نگرش‌هاست. این بیان، مبنای اصلی اقتناع را آشکار می‌کند که در نظریات اقتناع، امکان اثرگذاری بر انسان و نگرش‌های او فرض گرفته شده است؛ به بیان دیگر انسان موجودی ایزوله و اثرناپذیر نیست، بلکه با پیرامون خود ارتباط دارد و از آن تأثیر می‌پذیرد، همان‌گونه که می‌تواند اثرگذار باشد. به عقیده نویسنده کتاب ارتباط اقناعی: از آموزه‌های عملی تا یافته‌های علمی، که از کتب مطرح در زمینه اقناع است، مدل التقاطی هاوُلند، که برخی روان‌شناسان اجتماعی، با سرپرستی کارل هاوُلند در دانشگاه ییل، آن را انجام داده‌اند، سعی کرده است تصویر جامعی از عوامل مؤثر در اقتناع موفقیت‌آمیز مطرح کند؛ از این رو سعی می‌شود نظریات اقناع به اجمال و نظریه هاوُلند به تفصیل بیان گردد:

الف) الگوی کوشش درخور:^۱ مخاطبان این الگو را به‌طور معمول برای تجزیه و تحلیل پیام به کار می‌گیرند. این الگو به اینکه متغیرهای درونی یا بیرونی بر داوری و ارزش‌گذاری مخاطبان، چه اثری می‌گذارند، توجه می‌کند. (الیاسی، ۱۳۸۸) لفظ کوشش درخور در عنوان این الگو، میزان کوششی است که فرد برای فهم این اثرگذاری دارد که متناسب و درخور سطح اهمیت موضوع برای مخاطب است. (صفایی نژاد، ۱۳۹۴: ۳۱)؛

ب) الگوی ناهماهنگی شناختی:^۲ این الگو به این مطلب اشاره دارد که انسان به‌صورت ذاتی، تمایل به هماهنگی و تعادل میان نگرش‌های خود دارد. بنابراین هر عاملی که این هماهنگی را مختل سازد، نهایتاً ممکن است موجب تغییر نگرش افراد شود. چنین وضعیتی،

1. Elaboration likelihood Model.

2. Cognitive Dissonance Model.

مختص زمانی است که میان دو شناخت هم‌زمان، تناقض باشد و ناچار، بخشی از نگرش‌ها تغییر می‌یابد. (الیاسی، ۱۳۸۸)؛

ج) الگوی تحلیلی کارل هاوُلند^۱: تغییر نگرش، که در قالب ارتباطی اقناعی امکان‌پذیر است، رابطه‌ای میان دو طرف انسانی است که طی آن یک طرف (یا هر یک از دو طرف) می‌کوشد با ارسال پیام برای طرف دیگر و اثرگذاری بر افکار، عقاید، هیجانات و امیال او، بر رفتارش اثر بگذارد. (حسینی، ۱۳۹۰: ۹) در الگوی هاوُلند و همکارانش، بر اصول یادگیری تأکید و تأیید شده است. به عقیده آنان، اصول یادگیری می‌تواند بر تغییر نگرش‌ها اثرگذار باشد. آنها برای یادگیری نگرش تازه، سه متغیر را دخیل می‌دانند: توجه، ادراک و پذیرش. (کریمی، ۱۳۸۴: ۲۶۵) در واقع، آن پیامی در ارتباط اقناعی، از مرحله شناخت به مرحله احساس و نهایتاً به رفتار می‌رسد که افزون بر جلب توجه مخاطب، مخاطب آن را درک کند، و نهایتاً آن را بپذیرد.

نمودار اولیه الگویی که پس از این، به اختصار، الگوی هاوُلند نامیده می‌شود، چنین است:



نمودار ۱. الگوی اولیه فرآیند اقناع‌سازی
(منبع: یافته‌های پژوهش)

این الگو، محرک‌های اثرگذار بر رابطه اقناعی را مدنظر قرار داده است که به عقیده دکتر یوسف کریمی، از امتیازات اصلی این نظریه است. چهار عنصری که در بیشتر موقعیت‌های متقاعدکننده می‌تواند دخالت داشته باشد، عبارت‌اند از:
الف) پیام‌رسان یا منبع ارائه پیام: پیام‌رسان می‌تواند به اندازه خود پیام اهمیت داشته باشد. تخصص، مورد اعتماد بودن، جذابیت و شباهت پیام‌رسان به گیرندگان پیام، از عوامل اثرگذار بر مقبولیت پیام‌رسان است؛

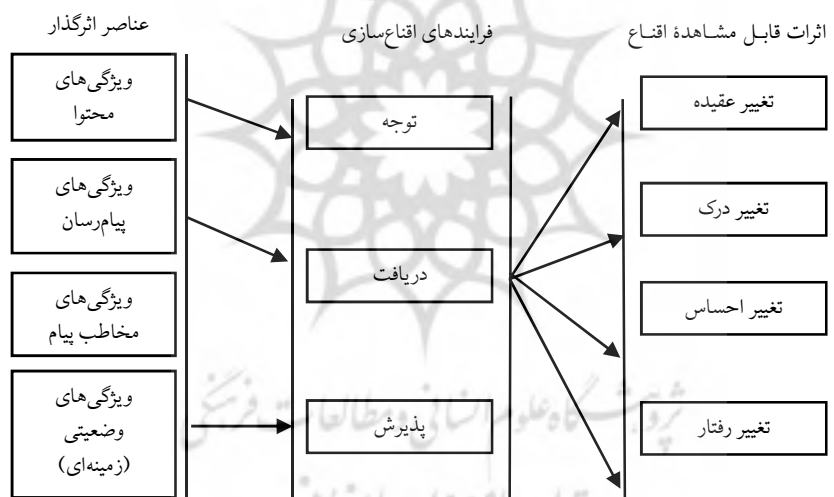
1. Carl Hovland Model.

ب) ویژگی‌های پیام: محتوا، شکل و همچنین رسانه مورد استفاده اهمیت بسزایی در انتقال پیام دارد. در یک پیام، میزان ترغیب، یک جانبه یا دوجانبه بودن پیام، شکل و سازمان پیام و همچنین مستقیم یا غیرمستقیم بودن آن اهمیت فراوانی دارد؛

ج) زمینه‌ای که پیام در آن عرضه می‌شود: همدلی مخاطبان و سازگاری وضعیت اجتماعی آنان با پیام می‌تواند در پذیرش پیام اثرگذار باشد. به نظر می‌رسد دشوارترین شکل اقتناع، زمانی است که زمینه‌های اجتماعی با پیام موردنظر، همراهی و همخوانی نداشته باشد. گاهی اوقات، برخی عوامل با عنوان عوامل تداخل‌گر ناخوشایند (اخلالگر)، توجه و آگاهی ناشی از فرآیند اقتناع را بر هم می‌زنند و گاهی، پیامی را در مقابل پیام مدنظر، در جامعه رواج می‌دهند؛

د) شخصیت دریافت‌کننده پیام: هوش، عزت نفس، نیاز به تأیید اجتماعی و جنس مخاطب پیام، می‌تواند در پذیرش یا نپذیرفتن پیام اثرگذار باشد.

می‌توان جمع‌بندی نظریه هاولند در اقتناع مخاطبان را در قالب چنین نموداری نشان داد:



نمودار ۲. الگوی تحلیل هاولند از ارتباط اقتناع سازی

(منبع: یافته‌های پژوهش)

۳. روش تحقیق

آیات مربوط به غزوه تبوک، با استفاده از کتب زیر استخراج شده است:

قرآن کریم، ترجمه آیت الله مشکینی رحمته الله علیه.

جعفریان، رسول (۱۳۸۶)، سیره رسول خدا صلی الله علیه و آله، قم، انتشارات دلیل ما، صص ۶۴۵ تا ۶۵۰.

عاملی، جعفر مرتضی (۱۳۹۰)، سیره صحیح پیامبر اعظم صلی الله علیه و آله، ترجمه محمد سپهری،

تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی، صص ۲۳ تا ۳۱.

فهم آیات، بر مبنای تدبر پژوهشگر شکل گرفته است. در روش تدبری، با نگاهی پیوسته به آیات، معنای ظاهری به صورت منسجم و در ارتباط با یکدیگر فهم می شود. محمدحسین الهی زاده، یکی از مبدعان این روش، تدبر را «فعالیتی در جهت انس هرچه بیشتر با ظاهر الفاظ و عبارات آیات قرآن کریم، که موجب فهم هرچه بهتر موضوعات مطرح در سوره و دریافت پیام هدایتی آنها می شود»، می داند. (الهی زاده، ۱۳۹۱: ۱۶) وی این گام ها را برای تدبر در قرآن لازم می داند:

جدول ۱. گام های روش تدبر در قرآن کریم

گام	عنوان	شرط تحقق
اول	بررسی ساختار آیات	توجه به پیوستگی ادبی آیات
دوم	بررسی جهت متن	استفاده از مشترکات لفظی و محتوایی در ابتدا، وسط و پایان سوره و فضای سخن
سوم	تفهم متن	فهم سیاقی، قیاسی و مجموعی آیات

(منبع: یافته های پژوهش)

با این حال، در اثنای مطالعات، به فراخور نیاز، از کتب تفسیری نیز استفاده شده، و به طور خاص سعی شده است از دو تفسیر معاصر و کاربردی نمونه و نور استفاده شود تا با موضوع ارتباط اقناعی که موضوع جدیدی است، قرابت بیشتری داشته باشد.

برای تجزیه و تحلیل آیات، نخست باید بتوان از میان آیات مربوط به این غزوه، با توجه به قلمروی زمانی و مکانی و منطقی موضوع، آن دسته از آیاتی را که با موضوع تحقیق و مراحل اقناع ارتباط دارد، مشخص نمود. در مرحله بعد، نکات تدبری و تفسیری

استخراج‌شده، در قالب بسته‌های معنایی هر آیه، دسته‌بندی و اصلاح می‌شود و با تحلیل محتوای بسته‌های معنایی، الگوی ارتباط اقناعی رسول اکرم ﷺ به دست خواهد آمد. گفتنی است برای ترجمه آیات موردنظر از ترجمه قرآن آیت‌الله مشکینی استفاده شده است که البته به سبب افزایش حجم مقاله، در متن آورده نشده است.

۴. غزوه تبوک

به‌طور کلی، غزوات نبی مکرم اسلام ﷺ به لحاظ فرجام، به دو دسته تقسیم می‌شوند: غزواتی که به جنگ منجر شده‌اند؛ و غزواتی که به جنگ منجر نشده‌اند. غزوه تبوک، از غزواتی است که با وجود سازوکارها و آمادگی‌های جنگی مسلمانان، در آن جنگی رخ نداد. بنابراین، اطلاق لفظ جنگ برای غزوه تبوک صحیح نیست.

آنچه مسئله اصلی در این تحقیق محسوب می‌شود، مجموعه اقدامات اقناعی حضرت در بسیج اجتماعی مردم قلمرو اسلامی است که در آن زمان، بیشتر، به فضای مرکز حکومت یعنی مدینه محدود بوده است.

به لحاظ زمانی، این غزوه در رجب سال نهم هجری رخ داده است. (ابن سعد، ۱۴۱۰: ج ۲، ۱۲۵) این تاریخ، پس از فتح مکه و در موقعیتی بود که تداوم نمایش اقتدار اسلام، بسیار جدی و ضروری بود. در این زمان، به رسول خدا ﷺ خبر رسید که امپراتوری روم، جمع بسیاری را در شام گرد آورده، و رزق سالیانه آنان را پرداخته و قبایل لخم، جذام، عامله و غسان را با خود هماهنگ ساخته، و مقدمه لشکرش را به بلقاء (از شهرهای نزدیک دمشق) فرستاده است. (همان) بنابراین پیامبر ﷺ نمی‌توانست به چنین خبری بی‌اعتنا باشد و در خانه از دشمن استقبال کند. (زرگری‌نژاد، ۱۳۷۸: ۵۴۵) ایشان با در دست گرفتن ابتکار عمل و برای جلوگیری از انفعال، خود به سوی میدان جنگ پیش رفتند.

بررسی موقعیت زمانی، مکانی و اجتماعی در آستانه شروع جنگ نشان می‌دهد که ویژگی‌های آن دوره، بسیار خاص بود و پیامبر ﷺ، برای به تحرک واداشتن جامعه و بسیج اجتماعی جهت همراهی با این مأموریت الهی، به سختی دچار شد. این موقعیت خاص عبارت بود از:

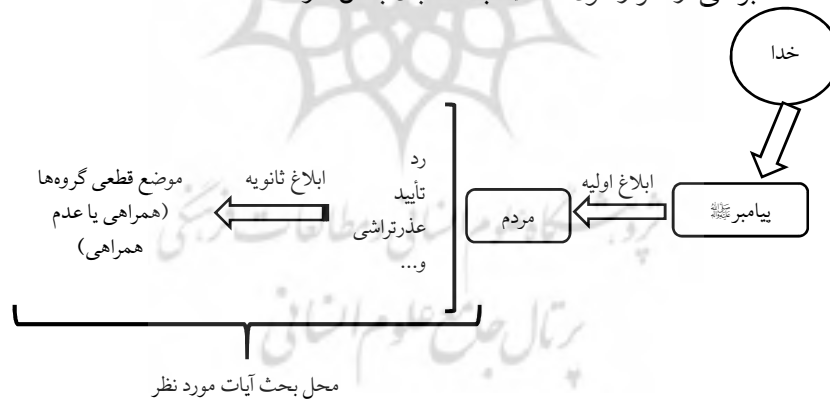
تحلیل الگوی ارتباط افناعی رسول اعظم ﷺ مبتنی بر آیات مرتبط با غزوه تبوک ۱۰۵

۱. تعداد اندک مؤمنان راستین در برابر رومیان؛ ۲. سختی راه (لذا حضرت برخلاف دیگر جنگ‌ها، از ابتدا، مقصد را اعلام فرمودند)؛ ۳. گرمای هوا؛ ۴. فصل رسیدن محصولات؛ ۵. تحرک منافقان برای سست کردن افراد ضعیف‌الایمان. (جعفریان، ۱۳۸۶: ۶۴۵)

۵. آیات مرتبط با غزوه تبوک

بیش از نیمی از آیات سوره مبارکه توبه به صورت مستقیم و غیرمستقیم، به غزوه تبوک مربوط است. در بررسی آیات دریافت شد که در برخی موارد، به گونه‌ای به موضع پرداخته شده است که قلمرویی فراتر از غزوه تبوک را در برمی‌گیرد یا گاهی برخی جزئیات در آیات، محقق را از موضوع تحقیق دور می‌سازد. بنابراین، در گزینش آیات، همه تلاش بر این بوده است که به سبب حجم گسترده آیات و محدود بودن موضوع مقاله به بحث جایگاه ارتباطات افناعی در بسیج اجتماعی، فقط آیاتی گزینش شوند که به صورت مستقیم در قلمرو زمانی، مکانی و موضوعی تحقیق قرار دارند. برای این کار، برآیندی از نظر صاحب‌نظران (مشکینی، عاملی و جعفریان) در نظر گرفته شده، و به لحاظ انطباق با موضوع پژوهش نیز پژوهشگر، پالایش لازم را انجام داده است.

با بررسی آیات به دست آمده، به جز آیه ۲۹ سوره توبه که امر اولیه مؤمنان است، بیشتر آیات مربوط به غزوه تبوک، از آیه شریفه ۳۸ آغاز می‌شود و سیاق آیات پس از این آیه، نشان از استتکاف برخی از امر رسول خدا ﷺ با استقبال به آن دارد:



نمودار ۳. جایگاه آیات مورد بحث
(منبع: یافته‌های پژوهش)

با این توضیح باید گفت بیشتر آیات مورد بحث، به لحاظ زمانی، پس از ابلاغ اولیه امر الهی است. البته به نظر می‌رسد تطبیق دقیق اقدامات پیامبر ﷺ با مراحل اقتناع‌سازی، انتظار بجایی نیست و از این آیات، مرحله‌بندی اقدامات اقتناعی حضرت به دست نمی‌آید، بلکه بیشتر آیات مورد بحث را می‌توان از دریچه ویژگی‌های پیام و موقعیت حاکم بر فضای اقتناع نگریست. در بررسی آیات سعی خواهد شد افزون بر تعیین بسته معنایی و عنصر اثرگذاری، که آیه به آن اشاره دارد، مخاطب آیه نیز مشخص شود. منفعت مشخص نمودن گروه‌های مخاطب چنین است که در نتیجه پژوهش، می‌توان سیره رسول اعظم ﷺ را به تفکیک هر یک از این گروه‌ها به دست آورد و این نتیجه، کاربردی‌تر خواهد بود. البته برخی آیات سوره توبه و مربوط به غزوه تبوک، مخاطب عام دارد و در این دسته‌بندی‌ها نمی‌گنجد که به این آیات اشاره خواهد شد.

گفتنی است، بخشی از آیات، در قلمرو زمانی و مکانی بحث نیست؛ مثلاً به توصیه‌های خداوند در حین غزوه تبوک یا پس از آن باز می‌گردد. اگر از چنین آیاتی - هر چند به غزوه تبوک مربوطاند - امکان استفاده در راستای موضوع مقاله بود، بهره‌برداری شده، و در غیر این صورت، به سبب رعایت قلمروی پژوهش، به آن توجه نشده است. در ادامه، آیاتی که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم با تحلیل ارتباط اقتناعی در سیره رسول خدا ﷺ مرتبطاند، خواهد آمد.

آیات موردنظر از سوره توبه، به صورت جمله‌ای و در برخی موارد در قیاس با یکدیگر، دارای چنین بسته‌های معنایی و گزاره‌هایی‌اند:

جدول ۲. آیات مربوط به غزوه تبوک

شماره آیه	متن آیه	بسته معنایی	عنصر اثرگذار
۲۹	قَاتِلُوا الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَلَا بِالْيَوْمِ الْآخِرِ وَلَا يُحَرِّمُونَ مَا حَرَّمَ اللَّهُ وَرَسُولُهُ وَ لَا يَدِينُونَ دِينَ الْحَقِّ مِنَ الَّذِينَ أُوتُوا الْكِتَابَ حَتَّى يُعْطُوا الْجِزْيَةَ عَنْ يَدٍ وَهُمْ صَاغِرُونَ	پیام الهی، تشویق مؤمنان به پیروزی در جنگ و تشریح احکام جزیه است.	ویژگی پیام

ویژگی مخاطب (عام)	مخاطب آیه مؤمنان است. بنابراین، در نگاه نخست همگی در جامعه ایمانی تعریف می‌شوند.	يا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا مَا لَكُمْ إِذَا قِيلَ لَكُمْ أَنْفِرُوا فِي سَبِيلِ اللَّهِ أَنْتَاقَلْتُمْ إِلَى الْأَرْضِ أَرْضَيْتُمْ بِالْحَيَاةِ الدُّنْيَا مِنَ الْآخِرَةِ فَمَا مَتَاعُ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا فِي الْآخِرَةِ إِلَّا قَلِيلٌ	۳۸
ویژگی مخاطب (عام)	عامل اصلی استتکاف از امر خداوند، دنیا دوستی و فراموشی آخرت است.		
ویژگی پیام‌رسان	استتکاف از امر الهی درحوزه اجتماعی، افزون بر عذاب، موجب جایگزینی افراد دیگر می‌شود؛ یعنی امثال امر الهی تعطیل بردار نیست.	إِلَّا تَتَفَرُّوا يَعْذِبُكُمْ عَذَابًا أَلِيمًا وَ يَسْتَبَدِّلُ قَوْمًا غَيْرَكُمْ وَ لَا تَصْرُوهُ شَيْئًا وَ اللَّهُ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ	۳۹
ویژگی پیام‌رسان	خداوند برای تقویت روحی رسول خدا ﷺ و اتمام حجت با مؤمنان، تجربه نصرت در ماجرای هجرت از مکه را تذکر می‌دهد؛ یعنی خداوند نصرت‌رسان است.	إِلَّا تَصْرُوهُ فَقَدْ نَصَرَهُ اللَّهُ إِذْ أَخْرَجَهُ الَّذِينَ كَفَرُوا ثَانِي اثْنَيْنِ إِذْ هُمَا فِي الْغَارِ إِذْ يَقُولُ لِصَاحِبِهِ لَا تَحْزَنْ إِنَّ اللَّهَ مَعَنَا فَأَنْزَلَ اللَّهُ سَكِينَتَهُ عَلَيْهِ وَ أَيْدَهُ بِجُنُودٍ لَمْ تَرَوْهَا وَ جَعَلَ كَلِمَةَ الَّذِينَ كَفَرُوا السُّفْلَى وَ كَلِمَةُ اللَّهِ هِيَ الْعُلْيَا وَ اللَّهُ عَزِيزٌ حَكِيمٌ	۴۰
ویژگی زمینه‌ای	جنگ، هم نیاز به نفوس دارد، و هم نیاز به اموال.		
ویژگی پیام مخاطب (عام)	مخاطب آیه عام است و محدودیت سنی ندارد، پیر و جوان را دربرمی‌گیرد.	انْفِرُوا خِفَافًا وَ ثِقَالًا وَ جَاهِدُوا بِأَمْوَالِكُمْ وَ أَنْفُسِكُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ ذَلِكَ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ تَعْلَمُونَ	۴۱
ویژگی زمینه‌ای	موقعیت این جنگ به سبب دوری راه و کمبود امکانات، بسیار سخت و پرمشقت بوده است.	لَوْ كَانَ عَرَضًا قَرِيبًا وَ سَفَرًا قاصِداً لَاتَّبَعُوكَ وَ لَكِنْ بَعُدَتْ عَلَيْهِمُ الشُّقَّةُ وَ سَيَحْلِفُونَ بِاللَّهِ لَوِ اسْتَطَعْنَا لَخَرَجْنَا مَعَكُمْ يَهْلِكُونَ أَنْفُسَهُمْ وَ اللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّهُمْ لَكَاذِبُونَ	۴۲
ویژگی	بهانه جویان به واسطه کفر		

مخاطب (کاذبان)	درونی، قسم دروغ خواهند خورد و کار خود را توجیه خواهند کرد.	
ویژگی پیام‌رسان	حضرت رسول ﷺ، اصرار به توجیه کار مؤمنان به احسن وجه دارند.	۴۳ عَفَا اللَّهُ عَنْكَ لِمَ أَذْنَبْتَ لَهُمْ حَتَّى يَتَبَيَّنَ لَكَ الَّذِينَ صَدَقُوا وَ تَعْلَمَ الْكَاذِبِينَ
ویژگی زمینه‌ای	مؤمنان مجاهد، به سرعت قانع شده، مانعی برای دیگران نیستند.	۴۴ لَا يَسْتَأْذِنُكَ الَّذِينَ يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ أَنْ يُجَاهِدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ وَاللَّهُ عَلِيمٌ بِالْمُتَّقِينَ
ویژگی مخاطب	شک و تردید و اذن خواستن، مخصوص قلبی است که به خدا و معاد ایمان ندارند.	۴۵ إِنَّمَا يَسْتَأْذِنُكَ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ وَازْتَابَتْ قُلُوبُهُمْ فَهُمْ فِي رَيْبِهِمْ يَتَرَدَّدُونَ
ویژگی مخاطب (عذر تراشان)	عدم رضایت قلبی سبب می‌شود خداوند به چنین فردی نصرت نرساند.	۴۶ وَلَوْ أَرَادُوا الْخُرُوجَ لَأَعَدُّوا لَهُ عُدَّةً وَلَكِنْ كَرِهَ اللَّهُ انْبِعَاتِهِمْ فَتَبَطَّهْمُ وَقِيلَ لَهُمْ اقْعُدُوا مَعَ الْقَاعِدِينَ
ویژگی زمینه‌ای	عده‌ای در میان مؤمنان اند که اصطلاحاً جزو قشر خاکستری اند.	۴۷ لَوْ خَرَجُوا فِيكُمْ مَا زَادُوكُمْ إِلَّا خَبَالًا وَ لَأَوْضَعُوا خِلَالَكُمْ بُيُوتَكُمْ الْفِتْنَةَ وَ فِيكُمْ سَمَاعُونَ لَهُمْ وَ اللَّهُ عَلِيمٌ بِالظَّالِمِينَ
ویژگی مخاطب (عذر تراشان)	وجود افراد بهانه‌جو موجب گمراهی قشر خاکستری و فتنه‌انگیزی در سپاه اسلام خواهد بود.	
ویژگی مخاطب (فتنه‌انگیزان)	فتنه‌انگیزی بهانه‌جویان، مسبوق به سابقه است.	۴۸ لَقَدْ ابْتِغَوْا الْفِتْنَةَ مِنْ قَبْلُ وَ قَلَّبُوا لَكَ الْأُمُورَ حَتَّى جَاءَ الْحَقُّ وَ ظَهَرَ أَمْرُ اللَّهِ وَ هُمْ كَارِهُونَ
ویژگی پیام‌رسان	خداوند پاسخ فتنه‌انگیزی آنان را در وقت مناسب می‌دهد.	
ویژگی مخاطب	بخشی از مخاطب بهانه‌جو، به قباح کار خود اذعان دارد و از	۴۹ وَمِنْهُمْ مَنْ يَقُولُ انَّذَنْ لِي وَ لَا تَفْتِنِّي أَلَا فِي الْفِتْنَةِ سَقَطُوا وَإِنَّ جَهَنَّمَ لَمُحِيطَةٌ بِالْكَافِرِينَ

<p>(مؤمنان کافر)</p>	<p>ترک امر پیامبر ﷺ واهمه دارد؛ بنابراین این گروه را باید یک طیف دید.</p>		
<p>ویژگی مخاطب (مؤمنان کافر)</p>	<p>این گروه، در هر حال، به دنبال خوب جلوه دادن خودند.</p>	<p>۵۰</p> <p>إِنْ تُصِيبَكَ حَسَنَةٌ تَسُؤْهُمْ وَإِنْ تُصِيبَكَ مُصِيبَةٌ يَقُولُوا قَدْ أَخَذْنَا أَمْرَنَا مِنْ قَبْلُ وَيَتَوَلَّوْا وَهُمْ فَرِحُونَ</p>	
<p>ویژگی مخاطب (مؤمنان کافر)</p>	<p>این گروه، قلباً از پیروزی پیامبر ﷺ ناراحت می شوند.</p>		
<p>ویژگی پیام</p>	<p>نتیجه پایانی بر مبنای تقدیر الهی است و وظیفه مؤمنان، صرفاً توکل است.</p>	<p>۵۱</p> <p>قُلْ لَنْ يَصِيْبَنَا اِلَّا مَا كَتَبَ اللّٰهُ لَنَا هُوَ مَوْلَانَا وَ عَلَيَّ اللّٰهِ فَلْيَتَوَكَّلِ الْمُؤْمِنُونَ</p>	
<p>ویژگی پیام</p>	<p>برای اطاعت از امر الهی، دو عاقبت حسنه متصور است: شهادت یا پیروزی.</p>	<p>۵۲</p> <p>قُلْ هَلْ تَرَبَّصُونَ بِنَا اِلَّا اِحْدَى الْحُسَيْنِيْنَ وَ نَحْنُ نَتَرَبَّصُ بِكُمْ اَنْ يَصِيْبَكُمْ اللّٰهُ بِعَذَابٍ مِنْ عِنْدِهٖ اَوْ يَايْدِنَا فَتَرَبَّصُوا اِنَّا مَعَكُمْ مُتَرَبَّصُونَ</p>	
<p>ویژگی پیام</p>	<p>در این آیه به نوعی اتمام حجت شده است؛ عذابی از جانب خداوند به آنان خواهد رسید.</p>		
<p>ویژگی مخاطب (فاسقان)</p>	<p>به نوعی از بهانه جویان قطع امید شده است و نباید روی آنان حسابی باز کرد.</p>	<p>۵۳</p> <p>قُلْ اَنْفَقُوا طَوْعًا اَوْ كَرْهًا لَنْ يُتَّبَلَ مِنْكُمْ اِنْ كُمْ كُنْتُمْ قَوْمًا فَاسِقِيْنَ</p>	
<p>ویژگی مخاطب (فاسقان)</p>	<p>کفر به خدا و احکام دینی، عامل و ریشه رفتار بهانه جویان است که نمی توانند جان و مالشان را در راه خدا انفاق کنند.</p>	<p>۵۴</p> <p>وَ مَا مَنَعَهُمْ اَنْ يُقْبَلَ مِنْهُمْ نَفَقَاتُهُمْ اِلَّا اَنْهُمْ كَفَرُوا بِاللّٰهِ وَرِسُوْلِهٖ وَ لَا يَأْتُونَ الصَّلَاةَ اِلَّا وَ هُمْ كَسَالٰى وَ لَا يَنْفِقُونَ اِلَّا وَ هُمْ كَارِهُونَ</p>	
<p>ویژگی زمینه ای</p>	<p>اموال بهانه جویان به حدی است که ممکن است انسان را به اشتباه بیندازد. خداوند به پیامبر خویش روحیه می دهد تا فزونی</p>	<p>۵۵</p> <p>فَلَا تُعْجِبْكَ اَمْوَالُهُمْ وَ لَا اَوْلَادُهُمْ اِنَّمَا يَرِيْدُ اللّٰهُ لِيُعَذِّبَهُمْ بِهَا فِي الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ تَزَهَّقَ اَنْفُسُهُمْ وَ هُمْ كَافِرُونَ</p>	

	مال و امکانات بهانه‌جویان، ایشان را دلسرد نکند و بداند که این اموال، وسیله عذاب آنان است.		
ویژگی مخاطب (فاسقان)	ترس بهانه‌جویان از برملا شدن نفاقشان است. هیچ‌گاه نباید به کمک بهانه‌جویان چشم امید داشت.	وَ يَخْلِفُونَ بِاللَّهِ إِنَّهُمْ لَمِنكُمْ وَ مَا هُمْ مِنْكُمْ وَ لَكِنَّهُمْ قَوْمٌ يَفْرُقُونَ	۵۶
ویژگی مخاطب (فاسقان)	حضور انسان‌های ترسو در میان مسلمانان، از روی مجبوری است، وگرنه آنها تمایلی برای زندگی با مسلمانان ندارند.	لَوْ يَجِدُونَ مَلَجًا أَوْ مَغَارًا أَوْ مُدْخَلًا لَوَلَّوْا إِلَيْهِ وَ هُمْ يَجْمَحُونَ	۵۷
ویژگی پیام	در این آیه، منافقان به آنچه ترس دارند، که همان آشکار شدن نیت‌های شوم آنان است، انذار داده می‌شوند.	يَحْذَرُ الْمُنَافِقُونَ أَنْ تُنَزَّلَ عَلَيْهِمْ سُورَةٌ تُنَبِّئُهُمْ بِمَا فِي قُلُوبِهِمْ قُلِ اسْتَخِرُوا إِنْ أَلَّهَ مُخْرَجٌ مَا تَحْذَرُونَ	۶۴
ویژگی زمینه‌ای	گرمای هوا باعث شده بود که قاعدان و منافقان، بهانه داشته باشند تا مردم را از رفتن به جنگ منصرف نمایند.	فَرِحَ الْمُخَلَّفُونَ بِمَقْعَدِهِمْ خِلَافَ رَسُولِ اللَّهِ وَ كَرِهُوا أَنْ يَجَاهِدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ وَ قَالُوا لَا تَنْفِرُوا فِي الْحَرِّ قُلْ نَارُ جَهَنَّمَ أَشَدُّ حَرًّا لَوْ كَانُوا يَفْقَهُونَ	۸۱
ویژگی پیام	خداوند، مردم را از گرمای آتش انذار می‌دهد.		
ویژگی پیام	به‌جای ماندگان از جنگ که بدون عذر موجه، امر خدا و رسولش را اطاعت نکردند، به زندگی دشوار در آخرت بیم داده شده‌اند.	فَلْيَضْحَكُوا قَلِيلًا وَ لَيُبْكُوا كَثِيرًا جَزَاءً بِمَا كَانُوا يَكْسِبُونَ	۸۲
ویژگی پیام	کسی که از ابتدا با حضرت رسول ﷺ همراهی نکرده و	فَإِنْ رَجَعَكَ اللَّهُ إِلَى طَائِفَةٍ مِنْهُمْ فَاسْتَأْذَنُوكَ لِلْخُرُوجِ فَقُلْ لَنْ تَخْرُجُوا مَعِيَ أَبَدًا وَ لَنْ	۸۳

	<p>موجب تضعیف حرف ایشان می‌شود، تا پایان نیازی به او نیست؛ بنابراین در امثال امر باید جزو سابقون بود.</p>	<p>تَقَاتِلُوا مَعِيَ عَدُوًّا إِنَّكُمْ رَضِيتُمْ بِالْقُعُودِ أَوَّلَ مَرَّةٍ فَاقْعُدُوا مَعَ الْخَالِفِينَ</p>
<p>ویژگی مخاطب (صاحبان قدرت و ثروت)</p>	<p>منافقان، قدرت اجتماعی و اقتصادی داشتند.</p>	<p>وَإِذَا أَنْزَلَتْ سُورَةٌ أَنْ آمَنُوا بِاللَّهِ وَجَاهِدُوا مَعَ رَسُولِهِ اسْتَأْذَنَكَ أُولُوا الطَّوْلِ مِنْهُمْ وَقَالُوا ذُرْنَا نَكُنْ مَعَ الْقَاعِدِينَ</p>
<p>ویژگی زمینه‌ای</p>	<p>تمام مخالفت‌ها از سوی منافقان نبوده است. افزون بر منافقان، قاعدانی هم وجود داشته‌اند که لزوماً در گروه به اصطلاح «منافق» نبوده‌اند، هرچند رفتار آنها، در عمل به نفع جریان نفاق بوده است.</p>	
<p>ویژگی زمینه‌ای</p>	<p>بخشی از جاماندگان از جنگ، خوالف‌اند؛ زنان و کودکان و بیماران.</p>	<p>رَضُوا بِأَنْ يَكُونُوا مَعَ الْخَوَالِفِ وَطُبِعَ عَلَى قُلُوبِهِمْ فَهُمْ لَا يَفْقَهُونَ</p>
<p>ویژگی مخاطب (صاحبان قدرت و ثروت)</p>	<p>در این آیه از اقناع منافقان منع شده است؛ زیرا فایده‌ای بر آن مترتب نیست؛ فردی که بهانه‌های مختلفی می‌آورد، در واقع به دنبال هدایت نیست و بر قلب او مهر گمراهی خورده شده است.</p>	
<p>ویژگی پیام</p>	<p>پیام کلیدی این دو آیه، بشارت به پیامبر و مؤمنان است.</p>	<p>لَكِنَّ الرِّسُولَ وَالَّذِينَ آمَنُوا مَعَهُ جَاهِدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ وَأُولَئِكَ لَهُمُ الْخَيْرَاتُ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ</p>

		أَعَدَّ اللَّهُ لَهُمْ جَنَّاتٍ تَجْرِي مِنْ تَحْتِهَا الْأَنْهَارُ خَالِدِينَ فِيهَا ذَلِكَ الْفَوْزُ الْعَظِيمُ	۸۹
ویژگی مخاطب	دسته‌ای از جاماندگان، از روی نافرمانی از جنگ کنار نکشیدند، بلکه عذری داشتند، درحالی‌که غیور بوده‌اند. به نظر می‌رسد عذر این افراد پذیرفته شده است.	وَ جَاءَ الْمُعَذَّبُونَ مِنَ الْأَعْرَابِ لِيُؤْذَنَ لَهُمْ وَ قَعَدَ الَّذِينَ كَذَبُوا اللَّهَ وَ رَسُولَهُ سَيَصِيبُ الَّذِينَ كَفَرُوا مِنْهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ	۹۰
ویژگی پیام	قعود از جنگ، به نحوی ادعای کذب دادن به خدا و رسول اوست.		
ویژگی مخاطب (خوالف)	ضعیفان، مریضان و انسان‌های کم‌بضاعت، اگر قلباً به این کار راضی باشند، عذر موجه دارند. بنابراین مورد غفران الهی قرار می‌گیرند.	لَيْسَ عَلَى الضُّعَفَاءِ وَ لَا عَلَى الْمَرْضَى وَ لَا عَلَى الَّذِينَ لَا يَجِدُونَ مَا يَنْفِقُونَ حَرَجٌ إِذَا نَصَحُوا لِلَّهِ وَ رَسُولِهِ مَا عَلَى الْمُحْسِنِينَ مِنْ سَبِيلٍ وَ اللَّهُ غَفُورٌ رَحِيمٌ	۹۱
ویژگی مخاطب (افراد کم‌بضاعت)	شرط سعادت‌مندی، فقط داشتن عذر نیست، بلکه باید قلب هم همراه باشد.	وَ لَا عَلَى الَّذِينَ إِذَا مَا أَتَوْكَ لِتَحْمِلَهُمْ قُلْتَ لَا أَحِدٌ مَّا أَحْمِلُكُمْ عَلَيْهِ تَوَلَّوْا وَ أَعْيَنُهُمْ تَقِيصُ مِنَ الدَّمْعِ حَزَنًا أَلَّا يَجِدُوا مَا يَنْفِقُونَ	۹۲
ویژگی مخاطب (ثروتمندان)	عذر گروه‌های بهانه‌جو، به‌هیچ‌وجه پذیرفتنی نیست. این افراد، بیش از همه انذار داده شده‌اند و لحن آیات در مورد آنان، بسیار تند است.	إِنَّمَا السَّبِيلُ عَلَى الَّذِينَ يَسْتَأْذِنُوكَ وَ هُمْ أَغْنِيَاءُ رَضُوا بِأَنْ يَكُونُوا مَعَ الْخَوَالِفِ وَ طَبَعَ اللَّهُ عَلَى قُلُوبِهِمْ فَهُمْ لَا يَعْلَمُونَ	۹۳

(منبع: یافته‌های پژوهش مبتنی بر قرآن کریم)

۶. تحلیل و بررسی سیاقی و قیاسی آیات

برای بهره‌دقیق و پرکاربرد از این آیات، ترجیح بر آن است که آیات براساس عناصر چهارگانه

اثرگذار در ارتباط اقناعی (ویژگی زمینه‌ای، ویژگی پیام‌رسان، ویژگی پیام و ویژگی مخاطبان)، تحلیل و بررسی شود:

۶-۱. تحلیل بر اساس ویژگی زمینه‌ای

آنچه از این آیات درباره ارتباط اقناعی حضرت در غزوه تبوک به دست آمده، چنین است: در مقام تحلیل این آیات، آنچه از مجموع آیاتی که به ویژگی‌های زمینه‌ای اشاره دارد، این است که مشابه دیگر جنگ‌های صدر اسلام، طبیعی است که برخی به دلایل مختلفی مانند بیماری، فقر و... توانایی شرکت در این غزوه را نداشته باشند (آیه ۸۷). اما نکته دیگری که تبیینش در این زمینه ضروری است، موقعیت دشواری است که برای اقناع مؤمنان رقم می‌خورد؛ به جز مجاهدانی که طبق آیه ۴۴، به سرعت اقناع شدند و به راحتی از امر الهی تبعیت نمودند، دیگر مؤمنانی که هیچ عذر موجهی نداشتند و توانایی مشارکت در غزوه تبوک، در آنان مشهود بود در این کار به شک و شبهه دچار بوده‌اند. طبق آیات شریفه، اقناع مؤمنان با سختی و دشواری خاصی همراه بود که این موقعیت به چند عامل باز می‌گردد:

الف) تعلقات و وابستگی‌های درونی: مجاهدان واقعی باید هم با مال و هم با جان فداکاری کنند. (قرآنی، ۱۳۸۳: ج ۳، ۴۲۹) در آیه ۴۱، به این مسئله تصریح شده است. طبیعتاً چنین فداکاری، از همه مؤمنان ساخته نیست؛ زیرا جامعه ایمانی مدینه النبی، طیفی از افراد را در برمی‌گیرد که برخی به راحتی به امر حضرت لبیک می‌گویند و برخی نیازمند استدلال و توجیه فراوانند و برخی به هیچ صراطی، مستقیم نمی‌باشند. این تعلقات، سبب بهانه‌جویی‌های مکرر در برخی مخاطبان پیام شده است که برخی از این بهانه‌ها عبارت‌اند از: **نخست، وضعیت آب و هوایی خاص:** آیه شریفه ۸۱، به گرمای طاقت‌فرسایی اشاره دارد که سبب شد برخی بهانه‌جویان، افزون بر عذرتراشی برای خود، بتوانند دیگران را نیز به این سبب از مشارکت و همراهی حضرت رسول ﷺ منصرف نمایند. درحقیقت آنها می‌خواستند، هم اراده مسلمانان را تضعیف کنند، و هم شریک‌های بیشتری برای جرمشان فراهم سازند. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۸، ۶۳) بنا بر گزارشی که پیش از این آمد، کتب تاریخی نیز این وضعیت را تصدیق می‌نمایند؛

دوم، بعد مسافت: طبق تصریح آیه ۴۲، این سفر نیازمند طی مسافتی طولانی بوده که لازمه آن، توانایی مالی و جسمانی مناسب است؛ زیرا تبوک در مرزهای حجاز قرار دارد. (قرآنی، ۱۳۸۳: ج ۳، ۴۲۶) همین مسئله، موجب شک و تردید برخی مؤمنان شد؛

ب) فتنه‌انگیزی منافقان در جامعه: منافقان در جامعه آن روز، به حدی قدرت و ثروت داشتند که توانایی ظاهری فتنه‌انگیزی داشته‌اند و خداوند در آیه ۵۵، علت دارایی این اموال را ذکر نموده و به نحوی به نیروهای اطراف رسول خود روحیه می‌دهد. (همان: ۴۳۹) وجود طیفی خاکستری در جامعه و توانایی منافقان در ایجاد شک و تردید، از دشواری‌های بسیج اجتماعی بود و از این رو بخش چشمگیری از آیات غزوه تبوک، در مقام بحث و نشان‌دادن منطق ناصواب منافقان است.

۶-۲. تحلیل براساس پیام‌رسان

مراد از پیام‌رسان در تحقیق حاضر، حضرت باری تعالی و رسول اوست. در پنج آیه‌ای که به این موضوع اختصاص یافته، به پنج سنت الهی در ارتباط با موضوع اقناع اشاره شده است. این پنج سنت عبارت‌اند از:

الف) تعطیل بردار نبودن امر الهی: طبق تصریح آیه ۳۹، امر الهی باید امثال یابد و هیچ عذر و بهانه‌ای برای تعطیلی آن وجود ندارد. خداوند در این آیه، افزون بر انذار قاعدان و بهانه‌جویان و وعده عذاب برای آنان، می‌فرماید که افراد دیگری جایگزین آنان خواهند شد تا امثال امر صورت پذیرد:

در اینکه منظور از گروهی که خداوند در آیات فوق به آنها اشاره کرده، چه اشخاصی هستند، بعضی از مفسران گفته‌اند: ایرانیان، و بعضی گفته‌اند منظور مردم یمن می‌باشند که هرکدام با شهادت‌های فوق‌العاده خود در پیشرفت اسلام سهم بسیار بزرگی داشتند و بعضی اشاره به کسانی می‌دانند که بعد از نزول این آیات اسلام را پذیرفتند و از جان و دل در راه آن فداکاری به خرج دادند. «مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۷، ۴۱۸»؛

ب) نصرت الهی: در آیه ۴۰، برای تقویت روحیه رسول خدا ﷺ و امیددادن به مؤمنانی که به شک و تردید دچارند، دشواری هجرت از مکه به مدینه و سختی‌هایی که بر رسول

خداﷻ در آن واقعه گذشت، مثال زده می‌شود. این مثال برای نشان دادن نصرت الهی و یاری‌رسانی از سوی خداوند متعال است. در واقع، اسلام به حمایت افراد وابسته نیست و حامی اصلی اسلام، خداست. (قرائتی، ۱۳۸۳: ج ۳، ۴۲۴)؛

ج) **حمل اعمال بر صحت رفتارها:** رویه و سیره رسول خداﷻ در ارتباط با اعمال مؤمنان، همواره بر طریق حمل بر صحت و توجیه رفتار مؤمنان به وجه احسن بوده است. در آیه ۴۳، به این رویه اشاره شده است و البته، ظاهر آیه اشاره به این دارد که برخی مؤمنان، از این سیره پاک، بهره‌برداری سوء نموده‌اند و این آیه در مقام اخبار این اتفاق است؛

د) **پاسخ به فتنه‌انگیزی در زمان مناسب:** اینکه برخی در جریان بسیج اجتماعی، پاسخ منفی به حضرت داده‌اند و در ارتباط با ارتباط اقناعی حضرت با جامعه مؤمنان، به روش‌های مختلف، در مانع‌تراشی و فتنه‌انگیزی در جامعه کوشیده‌اند، از خداوند پنهان نخواهد ماند. آیه ۴۸ به این مطلب اشاره دارد که فتنه‌انگیزان، در فرصتی مناسب، پاسخ اعمال زشت خود را خواهند گرفت.

۳-۶. تحلیل بر اساس ویژگی پیام

پیامی که در جریان ارتباط اقناعی حضرت با جامعه مؤمنان منتقل می‌شود، ویژگی‌هایی دارد که از مجموع ۱۳ آیه استخراج گردیده است:

الف) **امید به آینده:** پیام اولیه جنگ در آیه ۲۹، پیام تشویق مؤمنان به جنگ و بیان پیروزی در آن است. اینکه پیش از شروع جنگ، خداوند به مؤمنان وعده پیروزی می‌دهد، ویژگی خاصی در پیام اقناعی متذکر می‌شود که هنگام تشویق جامعه مخاطب، باید با لسانی امیدوارانه با آنها سخن گفت. همچنین طبق آیه ۴۰، خداوند پیروزی مسلمانان را در تبوک تضمین کرد. (قرائتی، ۱۳۸۳: ج ۳، ۴۲۴)؛

ب) **پیام عام و بدون تخصیص:** بیان پیام اقناعی، باید بیانی عام و بدون هیچ تخصیصی باشد. در تفسیر نمونه این مطلب بدین شکل آمده است:

«خفاف» جمع «خفیف» و «ثقال» جمع «ثقیل» و این دو کلمه مفهوم جامعی دارد

که همه حالات انسان را شامل می‌شود؛ یعنی اعم از اینکه جوان باشید یا پیر، مجرد

باشید یا متاهل، کم‌عائله باشید یا پرعائله، غنی باشید یا فقیر، بدون گرفتاری باشید یا گرفتار، زراعت و باغ و تجارت داشته باشید یا نه، در هر صورت و در هر حال و در هر موقعیت بر شما لازم است هنگامی که فرمان جهاد صادر شد، همگی این دعوت آزادی‌بخش را اجابت کنید و از هر کار دیگری چشم‌پوشید و سلاح به دست گرفته، به سوی میدان نبرد حرکت کنید. (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ج ۷، ۴۲۴-۴۲۵)

درواقع، اگر قرار باشد در پیام اولیه، که دیگران بر مبنای آن باید بسیج شوند، استثنائات را نیز ذکر کنیم، این کار از قوت و استحکام حکم خواهد کاست. بنابراین، آیه ۴۱ در بیانی عام و برای همه جامعه مؤمنان صادر شده است و طبیعی است که ناتوانان از دایره شمول این حکم خارج خواهند شد؛

ج) تکلیف‌گرایی: طبق آیه ۵۱، وظیفه مؤمنان در این امتحان الهی، انجام‌دادن وظیفه و تکلیف است و اینکه چه تقدیری برای این کار در نظر گرفته شده، در اختیار خداست. (قرآنی، ۱۳۸۳: ج ۳، ۴۳۵) و باید برای حسن عاقبت کار، به خداوند توکل نمود؛

د) تأکید به وجوه الهی امر: آیات ۵۴ و ۹۰، بر این امر اصرار دارند که امر رسول خدا ﷺ در طول امر الهی است. طبق آیه ۴۵ و ۵۴، ریشه قعود و بهانه‌جویی برخی، کفر به خدا، اعتقادات دینی و احکام شرعی است و قباحت این همراهی نکردن، به سبب دشمنی و نسبت کذب دادن به خداوند و پیامبر است؛

ه) بشارت به عاقبت نیکو: خداوند در آیه ۵۲، دو عاقبت نیکو یعنی پیروزی یا شهادت را برای همراهی با رسول‌الله ﷺ بیان می‌دارد و پیام کلیدی دو آیه شریفه ۸۸ و ۸۹، بشارت خاص به پیامبر ﷺ و مؤمنان مجاهد است؛

و) انذار از عاقبت ناپسند: در لسان قرآن، بشارت و امیدوار نمودن مؤمنان، به‌تنهایی کافی نیست و باید به عاقبت ناپسند انکار و همراهی نکردن با رسول خدا ﷺ نیز انذار داد. در آیات ۵۲ و ۸۱، مردم به‌صورت عام از عذاب الهی ناشی از انکار امر الهی بیم داده شده‌اند و در آیه ۸۲، به‌جاماندگان از جنگ که عذری موجه برای کار خود ندارند، به زندگی دشوار در آخرت وعده داده شده‌اند؛

ز) سبقت در امتثال امر: طبق آیه ۸۳، در ارتباط اقناعی موردنظر خداوند، سبقت و

تسریع در پذیرش نیز جایگاه ویژه‌ای دارد؛ به بیان دیگر، باید به سابقه فرد نیز توجه داشت و سوءسابقه او را نباید در این مورد خاص فراموش کرد. (قرائتی، ۱۳۸۳: ج ۳، ۴۷۷) در واقع می‌توان دریافت کسی که در یک جنگ، از ابتدا به جای همراهی بی‌چون و چرا، به مانع‌تراشی روی آورده است، تا پایان به او نیاز نیست.

۶-۴. تحلیل براساس ویژگی مخاطبان

بررسی آیات مربوط به هریک از مخاطبان جامعه ایمانی مدینه‌النبی، در دو سطح انجام می‌پذیرد: بخشی از آیات به‌طور خاص به ویژگی مخاطبان مربوط است؛ اما بخش دیگر آیات به ویژگی‌های زمینه‌ای، پیام‌رسان و پیام بازمی‌گردد که هرکدام ممکن است مخاطبی عام داشته باشد یا اینکه در مورد گروهی خاص باشد. بنابراین یک‌بار آیات به‌صورت کلی و یک بار با توجه به ویژگی مخاطبانی که در جدول شماره ۱ آمده، تحلیل خواهد شد. اما پیش از پرداختن به گروه‌ها، نکاتی برای عموم مخاطبان وجود دارد که چنین است:

جدول ۳. ویژگی عموم مخاطبان در آیات

ویژگی‌ها	شماره آیات
همه دست‌ها ذیل مؤمنان اند.	۳۸، ۳۹، ۴۰ و ۴۵
عامل اصلی استتکاف، دنیادوستی و فراموشی آخرت است.	
نتیجه استتکاف، عذاب و جایگزینی افراد دیگر می‌باشد.	
نتیجه پذیرش، نصرت الهی است.	
دلیل بهانه‌جویی، ایمان نداشتن به خدا و روزقیامت است.	

(منبع: یافته‌های پژوهش)

طبق جدول شماره (۳) که به بیان ویژگی‌ها مشترک میان مخاطبان آیات تبوک پرداخته است، نکات زیر برداشت می‌شود:

انتظار اولیه و اصلی در بسیج نیروها برای جنگ و عملیات افناع، باید درباره جامعه مؤمنان باشد. خیانت یهودیان بنی قینقاع، بنی‌نضیر و بنی‌قریظه در سال‌های حکومت مدینه گواه بر این مطلب است که هرچند برای مشارکت گروه‌های غیرمسلمان باید تلاش نمود، باید فقط به جامعه ایمانی دل بست.

آنچه اقناع را سخت و دشوار می‌سازد، دنیاپرستی و نقص در آخرت‌باوری است. بنابراین حتی در حکومت پیامبر ﷺ نیز برخی با دنیاپرستی، اجرای سیاست‌های معصوم ﷺ را تضعیف می‌نمایند. انتظار حذف دنیاپرستی و جریان‌یافتن آخرت‌باوری در همه اعضای جامعه، ناممکن است. آیات در مقام خطاب به جمع، انذار و بشارت را عاملی انگیزه‌بخش برای اقناع آنان می‌داند.

اما از منظر دیگر، ویژگی گروه‌های مخاطب را می‌توان چنین برشمرد:

جدول ۴. ویژگی گروه‌های مخاطب آیات

شماره آیات	مخاطب	ویژگی‌ها	عاقبت کار
۴۴، ۵۲، ۸۸ و ۸۹	مجاهدان	این افراد در همراهی سبقت داشته‌اند.	سعادت‌مندی و عاقبت‌به‌خیری
۴۲	کاذبان	کفردرونی، عامل همراهی نکردن آنهاست. آنها قسم دروغ می‌خورند و کار خود را توجیه می‌کنند.	
۴۸	فتنه‌انگیزان	خداوند در زمان مناسب، این گروه را بدون پاسخ نمی‌گذارد.	
۴۹ و ۵۰	مؤمنان کافر	آنها از ترک امر الهی واهمه دارند. به دنبال خوب جلوه دادن خودند. از موفقیت پیامبر ﷺ ناراحت می‌شوند.	۱. قطع امید از آنان؛ ۲. پذیرفته نشدن عذر؛ ۳. عذاب الهی.
۵۳، ۵۴، ۵۶ و ۵۷	فاسقان	کفر باطنی، عامل استتکاف آنان است. عامل: کفر به خدا، عامل استتکاف آنان است. از برملاشدن نفاقشان ترس دارند. به خاطر ترس از شناخته شدن، مجبورند با مسلمانان باشند.	

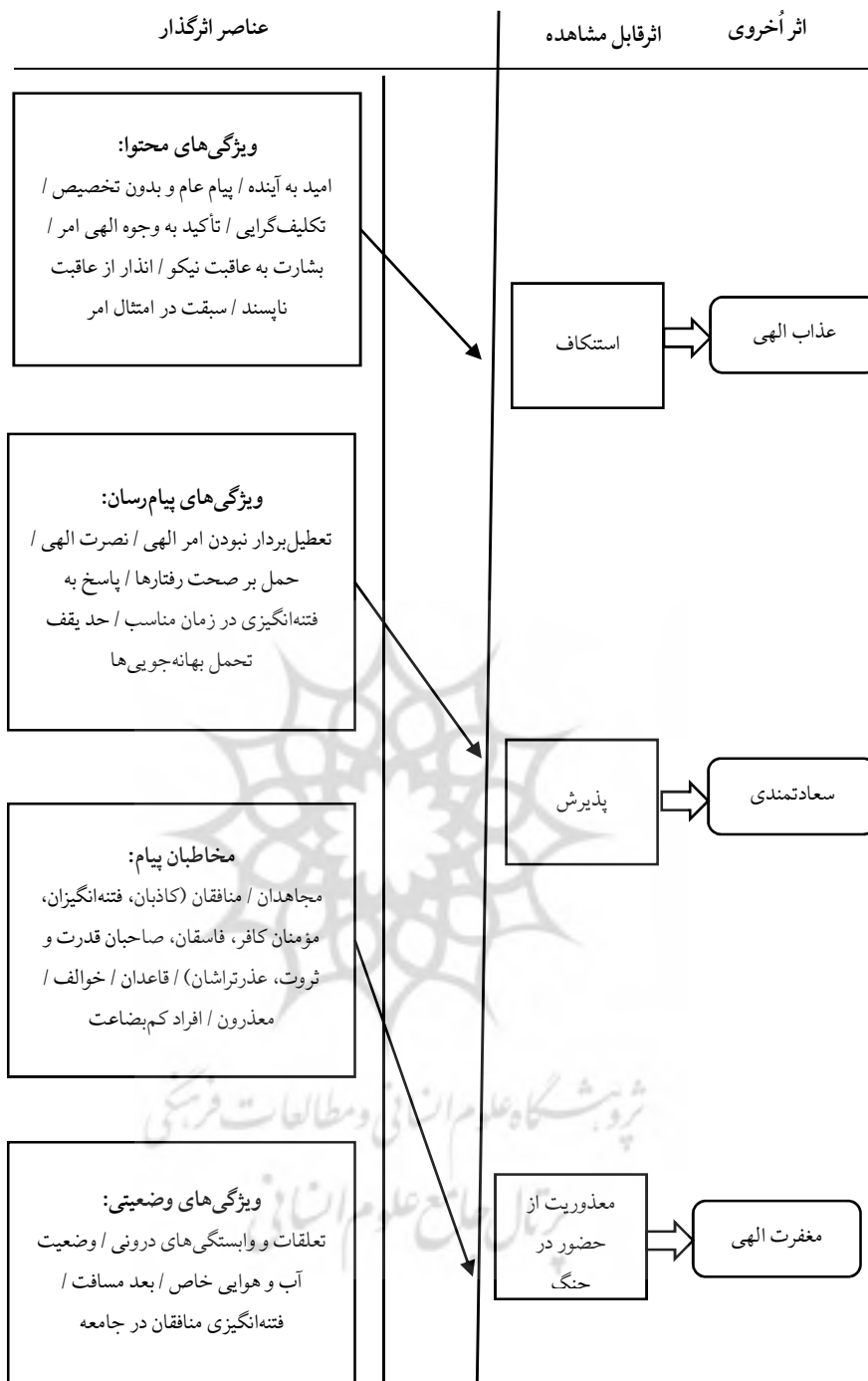
		صاحبان قدرت و ثروت	تلاش می‌کنند تا برای نیامدنشان عذری بتراشند.	۸۶ و ۹۳
		عذر تراشان	به شک و تردید دچارند.	۴۵، ۴۶ و ۴۷
			در صورت همراهی، رضایت قلبی ندارند.	
			شک آنان، بستر مناسبی برای فتنه‌انگیزان است.	
			عامل استنکاف آنان، نداشتن ایمان به خدا و معاد است.	
	آنان به شدت به عذاب بیم داده شده‌اند.	قاعدان		۸۱ و ۸۲
۱. پذیرفته شدن عذر، ۲. مورد مغفرت قرار گرفتن	توانایی جسمانی برای مشارکت ندارند.	خوالف (زنان، کودکان و بیماران)		۸۷ و ۹۱
	دلیل موجه خاصی، آنان را از مشارکت محروم کرده است.	معدوران		۹۰
	در عین داشتن غیرت و شوق، توانایی مالی برای مشارکت ندارند.	افراد کم‌بضاعت		۹۲

(منبع: یافته‌های پژوهش)

بر اساس جدول شماره (۴)، مخاطبان آیات تبوک، از دو حال خارج نیستند: یا عذر موجهی مانند بیماری، کبر سن، فقر و... دارند که رسول الله ﷺ به آنان اذن داده است در جنگ شرکت نکنند یا اینکه توانایی و امکان جنگیدن را دارند که وظیفه آنان مشارکت در جنگ است. در این میان خداوند کسانی را که توانایی جنگیدن دارند، اما خود را در زمره عذر داران قرار می‌دهند، توبیخ کرده، و عذاب الهی را به آنان وعده داده است. مهم‌ترین و بیشترین دشواری رسول الله ﷺ در غزوه تبوک متوجه طیف سوم است که نفاق درونی دارند و نه فقط خود از معرکه جنگ اجتناب می‌کنند، بلکه با اشکال تراشی و اغفال دیگران، زمینه افناع و تحقق بسیج اجتماعی در بستر آن را سخت می‌کنند.

نتیجه‌گیری، فهم مجموعه آیات

فهم الگوی ارتباط اقناعی رسول الله ﷺ در آیات غزوه تبوک، به بررسی دقیق عناصر اثرگذار در فرآیند اقناع نیاز دارد. در این مقاله سعی شده، هر یک از این عناصر با توجه به بخشی از آیات سوره توبه، که در رابطه مستقیم با غزوه تبوک بود، شناسایی شود. این عناصر ویژگی‌های محتوا، ویژگی‌های پیام‌رسان، مخاطبان پیام و ویژگی‌های وضعیت و زمینه‌ای را شامل می‌شود. در واقع، در سیره قرآنی رسول الله ﷺ در حوزه اقناع، بخشی از آیات به دنبال انتقال پیامی است که لزوماً به غزوه تبوک منحصر نمی‌شود؛ بخشی از آیات در ارتباط با منبع پیام، خدا و رسولش است؛ دسته‌ای از آیات انواع و ویژگی مخاطبان آیات را شرح می‌دهد و آیات دیگری نیز موقعیت اجتماعی در آستانه غزوه تبوک را تبیین می‌کند. گفتنی است که هدف از این پژوهش تطبیق و تحمیل نظریه‌های جدید بر سیره رسول خدا ﷺ و همچنین آیات قرآن نبوده و نیست، بلکه سعی شده در نظریات رایج در زمینه اقناع، حک و اصلاحاتی انجام پذیرد که البته این کوشش نیز، گامی مقدماتی است. بیان نظریه اسلام در حوزه اقناع نیازمند بررسی برهه‌ها و موقعیت‌های مختلف در زندگانی معصومان ﷺ است. بنابراین انتظار از چنین پژوهش‌هایی باید در حد و اندازه ادبیات موجود در این بحث باشد. هر چند نمی‌توان مراحل اقناع را از این آیات دقیق برداشت کرد، می‌توان اثر قابل مشاهده اقناع و همچنین اثر اخروی آن را با توجه به آیات قرآن ذکر نمود. قرآن کریم، یکی از دو عاقبت عذاب الهی یا سعادت‌مندی را نتیجه اخروی پذیرش، عذر یا استتکاف امر الهی می‌داند که در نمودار شماره (۴)، این معنا در کنار عناصر اثرگذار و نتایج قابل مشاهده اقناع می‌آید:



نمودار ۴. نمای کلی الگوی ارتباط افناعی رسول الله در غزوه تبوک

بر مبنای الگوی یادشده، گزاره‌های زیر مطرح‌شدنی و تأمل‌پذیر است:

- الگوی اقناع در سیره رسول خدا ﷺ و با توجه به آیات قرآن، صرفاً به برهه‌ای که در آن، به بسیج اجتماعی نیاز است، منحصر نمی‌شود. در واقع می‌توان از سبک رفتاری حضرت، قواعد عامی را استخراج کرد که در گام‌های بعد ارتباط اقناعی نیز از آن استفاده می‌شود.

- رسول خدا ﷺ به دنبال ایجاد جامعه‌ای اسلامی است و این امر، به تولید پیام و محتوایی نیازمند است که هر چند در موقعیت‌های مختلف بیان می‌شود، قابل استفاده در زمان‌ها و مکان‌های دیگر نیز هست. لذا در الگوی اقناع رسول الله ﷺ، کاربرد پیام در الگوی رفتاری حضرت عام و فراگیر است.

- بخش چشمگیری از رفتار حضرت در اقناع به تلاش برای تغییر در نگرش‌ها مربوط است. بنابراین، برخلاف بسیاری دیدگاه‌های کنونی در حیطه اقناع، که بیشتر بر عنصر عاطفه و رفتار معطوف است، دیدگاه رسول الله ﷺ ناظر بر سه بعد شناختی، عاطفی و رفتاری است. در واقع، از دیدگاه رسول مکرم اسلام ﷺ، پایه رفتار در اجتماع نباید فقط بر امری تصنعی و فارغ از اعتقاد و مبنا بنیان نهاده شده باشد.

- رفتار اجتماعی افراد، نمودی اخروی دارد که رسول الله ﷺ درباره این ظواهر غیردنیایی، مخاطبان را انداز یا بشارت می‌دهد. بنابراین باید دقت داشت که اکتفا به ظواهر دنیا و تأکید بر محاسبات مادی در انجام دادن امور، امکان اقناع را کاهش می‌دهد.

- اوج درگیری در جامعه اسلامی، به خاطر وجود منافقان و افراد ظاهرالصلاح است که افزون بر عدم همراهی، دیگران را نیز سرزنش و اغفال می‌کنند. بنابراین، جریان نفاق در جامعه اسلامی یکی از موانع جدی تحقق امر الهی محسوب می‌شود.

- نحوه تعامل و الگوی رفتاری در حوزه اقناع توسط حضرت، در دو سطح بررسی، و به آن توجه می‌شود: ۱. سطح انفعالی؛ ۲. سطح تهاجمی. در واقع، الگوی اقناع، هم واقعیت‌پذیر است و هم شکل‌دهنده واقعیت.

گفتنی است بیان الگوی اقناع پیامبر ﷺ و حتی در سطحی کلان‌تر، الگوی اقناع اسلامی، به مطالعاتی جزئی نظیر پژوهش حاضر نیازمند است تا با در کنار هم قرارگرفتن این پژوهش‌ها، نقشه کلی و نهایی را ترسیم نماید. بنابراین پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های مهم و اثرگذار در این عصر بررسی، و در نهایت تجمیع شود.

کتابنامه

- قرآن کریم، ترجمه آیت الله مشکینی.
- ابن سعد (۱۴۱۰ ق). الطبقات الكبرى، به تحقیق محمد عبدالقادر عطا، بیروت، دار الکتب العلمیه.
- الیاسی، محمد حسین (۱۳۸۸). «مبانی نظری و عملی اقناع و مجاب سازی»، فصلنامه مطالعات راهبردی بسیج، زمستان ۱۳۸۸، شماره ۴۵، زمستان، ص ۴۱-۷۲.
- باقری، مصباح الهدی (۱۳۸۰). «جنبه‌هایی از مدیریت بحران پیامبر اکرم ﷺ با تأکید بر موارد خاص: چهار غزوه بدر، احد، احزاب و تبوک»، پژوهشنامه حقوق اسلامی دانشگاه امام صادق ﷺ، شماره ۳ و ۴، تابستان، ص ۳-۲۱.
- بشیریه، حسین (۱۳۷۲). انقلاب و بسیج سیاسی، تهران، دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات و چاپ.
- جعفریان، رسول (۱۳۸۶). سیره رسول خدا ﷺ، قم، انتشارات دلیل ما.
- حسینی، حسین (۱۳۹۲). ارتباط اقناعی (از آموزه‌های عملی تا یافته‌های علمی)، تهران، دانشگاه جامع امام حسین ﷺ.
- زرگری نژاد، غلامحسین (۱۳۷۸). تاریخ صدر اسلام (عصر نبوت)، تهران، سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاه‌ها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.
- شهیدی، سیدجعفر (۱۳۶۹). تاریخ تحلیلی اسلام، تهران، مرکز نشر دانشگاهی.
- صفایی نژاد، قاسم (۱۳۹۴). «نظریه‌های اقناع و کاربرد آن در رسانه‌ها»، مجله مدیریت رسانه، شماره ۱۲، تیر، ص ۲۳-۳۸.
- عاملی، جعفر مرتضی (۱۳۹۰). سیره صحیح پیامبر اعظم ﷺ، ترجمه محمد سپهری، تهران، سازمان انتشارات پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
- عمید، حسین (۱۳۸۹). فرهنگ فارسی عمید، تهران، راه رشد.
- قرائتی، محسن (۱۳۸۳). تفسیر نور، تهران، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- قرشی، سیدعلی اکبر (۱۳۸۰). از هجرت تا رحلت، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- قهرمانپور، عسگر (۱۳۹۳). دانش‌نامه قدرت نرم، با مقدمه اصغر افتخاری، تهران، دانشگاه امام صادق ﷺ.
- کریمی، یوسف (۱۳۸۴). روان‌شناسی اجتماعی، تهران، دانشگاه پیام نور.

- متولی، کاظم (۱۳۸۴). افکار عمومی و شیوه‌های افناع، تهران، انتشارت بهجت.
- معین، محمد (۱۳۸۱). فرهنگ معین، تهران، ادنا (کتاب راه نو).
- مکارم شیرازی، ناصر و دیگران (۱۳۷۴). تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
- الهی‌زاده، محمدحسین (۱۳۹۱). درسنامه تدبر در قرآن (جزء ۳۰)، مشهد، مؤسسه فرهنگی تدبر در قرآن و سیره.
- ولوی، محمدعلی و سمیه بخشی‌زاده (۱۳۹۳). «غزوه تبوک، حرکتی نظامی یا تدبیری اجتماعی - سیاسی»، فصلنامه تاریخ اسلام و ایران، شماره ۲۱، بهار، صص ۱۵۱-۱۶۹.
- ولوی، محمدعلی و هدیه تقوی (۱۳۹۱). «سنخ‌شناسی و تبیین رفتاری صحابه پیامبر ﷺ در غزوه تبوک براساس سوره توبه»، پژوهشنامه تاریخ تمدن اسلامی، شماره ۴، بهار و تابستان، صص ۱۱۳ - ۱۳۰.

