

بایدها و نبایدهای

خطابه

۲

مهدی پیشوایی

اشاره

مردم را به پذیرش آن فرا خوانده‌اند. بی‌شک هر مکتب یا جریان اجتماعی نیز پیامی دارد و هر نوع تبلیغی خواه با زبان، نگارش، فیلم، سرود، نمایش، خطابه، نقاشی، هنر و هر ابزار و وسیله دیگری صورت پذیرد، بدون پیام نیست. پیام «روح تبلیغ» است و اگر این روح نباشد، تبلیغ مفهوم ندارد.^۱

در شماره پیشین، پس از نگاهی گذرا به کلیات تبلیغ و خطابه و انواع سخنرانی، عنصر اول سخنرانی مذهبی (پیام دهنده) را بیان کردیم. در این شماره توجه شما را به ادامه بحث جلب می‌کنیم:

عناصر دوم: پیام و ساختار و

ویژگیهای آن

الف. وحدت موضوع سخن
از آسیبهای مهم سخنرانی، یکی این است که گوینده از نظر موضوع،

پیام، عبارت است از: اعتقاد، اندیشه یا گرایشی که پیام دهنده، قصد انتقال آن را به پیام‌گیرنده دارد. پیام در تعبیر اسلامی همان «رسالت» است که پیام‌آوران الهی آن را ابلاغ نموده و

۱. پژوهشی در تبلیغ، محمدتقی رهبر، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام، ص ۱۹۱.

اعتبار، به سه بخش قابل تقسیم است:

۱. درآمد (مقدمه)؛ ۲. هسته اصلی سخن؛ ۳. فرود و خاتمه سخن.

سخنران، هنگام طراحی سخن (که قبلاً از آن بحث کردیم)، این سه بخش را در ذهن خود ترسیم و تنظیم می‌کند و نه تنها ترتیب آنها را به شکلی که یاد شد، در نظر می‌گیرد، بلکه بر حسب وقت اختصاص یافته برای سخنرانی، سهم متناسب هر کدام از آنها از وقت را نیز مشخص می‌کند. در این زمینه، طبعاً بیشترین وقت، سهم هسته اصلی و متن سخن خواهد بود. در اینجا درباره هر یک از بخشهای سه گانه، قدری توضیح می‌دهیم:

۱. درآمد سخن (مقدمه)

مقدمه برای سخن از دو دیدگاه، قابل بحث است: یکی از جهت لزوم و عدم لزوم آن، و دیگری از جهت کمیت و کیفیت آن که باید ملحوظ گردد.

لزوم یا عدم لزوم مقدمه

لزوم و عدم لزوم مقدمه، به اعتبار تفاوت محتوای سخن و همچنین با توجه به شرایطی که سخنران در آن قرار دارد، به چهار قسم قابل تقسیم

پراکنده و به صورت «الکلام یجزء الکلام» صحبت کند. این گونه سخنرانی، فاقد تأثیر و اقناع و ترغیب لازم خواهد بود. حتماً باید سخن بر یک محور باشد؛ فی المثل اگر درباره معاد یا وفای به عهد یا نیکی به ایتمام و یا نقش معلم صحبت می‌کند، از اول تا آخر پیرامون آن سخن بگوید و بخشهای سه گانه سخنرانی (درآمد، هسته اصلی و فرود سخن) به آن اختصاص یابد و تمامی شواهد (آیات قرآن مجید، احادیث، قضایای تاریخی، شعر، انتقاد، ضرب المثل و...) را که مطرح می‌کند، مربوط به آن باشد.

سخنرانی از این نظر قابل تشبیه به درخت است که شامل ریشه، تنه، شاخ و برگ و میوه است و هر یک از آنها در یک درخت، نشانگر نوع خاص آن درخت است همچون: درخت سیب، گلابی و انار. سخنرانی نیز باید چنان باشد که فرضاً اگر شنونده‌ای بخشی از آن را شنید، دریابد که موضوع سخن چه بوده است.

ب. ساختار سخن

ساختار یک سخنرانی، به یک

است:

دعوت می نمایند به چیزی که شما را زنده می کند.»

۱. آنجا که ذکر مقدمه برای

توضیح مطلب، لازم و ضروری است؛

آن‌گاه برای توضیح آیه در مقدمه

۲. آنجا که مقدمه، ضرورت ندارد،

سخن می گوید: آدمی دارای دو حیات

ولی ذکرش مفید و ثمربخش است؛

است: یکی حیات حیوانی و آن دیگر

۳. آنجا که مقدمه، لازم نیست و

حیات انسانی. حیات حیوانی ما، مثل

اگر گفته شود، زائد و خلاف بلاغت

حیات تمام حیوانات، به جبر آغاز

است؛

می شود و به جبر پایان می یابد. هیچ

۴. آنجا که مقدمه، زیانبار و مضر

حشره و حیوانی به اراده خودش زنده

است و باید ترک شود.

نمی شود و به اراده خودش نمی میرد.

حیات حیوانی ما هم مانند حیات سایر

نمونه‌ای از موارد لزوم مقدمه

حیوانات، جبری است.

مقدمه برای سخن در جایی لازم و

اما حیات انسانی ما در اختیار

ضروری است که مطلب مورد بحث

ماست. اگر بخواهیم، می توانیم انسان

بدون ذکر مقدمه، آن طور که باید

باشیم، انسان زندگی کنیم و انسان

روشن نمی شود و شنوندگان از هدف

بمیریم و اگر بخواهیم، می توانیم

گوینده به خوبی آگاه نمی شوند؛ مثلاً

حیوان باشیم، حیوان زندگی کنیم و

خطیب می خواهد در مجلسی راجع به

حیوان بمیریم.

تکامل اختیاری انسان سخن بگوید و

برنامه حیات حیوانی ما مثل سایر

حضار مجلس از جهت درک و فهم،

حیوانات به قضای الهی در نظام

مردمی متوسط و پایین تر از متوسط اند.

تکوین پایه گذاری شده و به جبر اجرا

بنابراین، آیه ذیل را تلاوت می نماید:

می شود؛ اما برنامه حیات انسانی ما به

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اسْتَجِيبُوا لِلَّهِ

مشیت حضرت باری تعالی در نظام

وَلِلرَّسُولِ إِذَا دَعَاكُمْ لِمَا يُحْيِيكُمْ﴾^۱

«ای کسانی که ایمان آورده اید!

اجابت نمایید خدا و رسول را وقتی

۱. انفال/۲۴.

تَتَّقُونَ»^۱

«ای کسانی که ایمان آورده‌اید! روزه بر شما واجب شده، همچنان که بر امتهای قبل از شما واجب گردید. شاید بدین وسیله پرهیزگار شوید.»

به استناد جمله آخر آیه، خطیب می‌تواند مسئله تقوا را مقدمه سخن قرار بدهد و پاره‌ای از روایات تقوا را بخواند و نتیجه بگیرد که تقوا، حس خویشتن‌داری و تملک نفس از گناه است و قرآن مجید روزه را یکی از مجاری نیل به تقوا معرفی نموده است. نمونه‌ای از موارد زائد بودن ذکر مقدمه

گاهی از سخنران می‌خواهند که خطبه‌ای ایراد نمایند. در این گونه موارد، چون هدف مخصوصی مورد نظر نیست و سخنران نمی‌خواهد درباره مطلب معینی سخن بگوید، به مقدمه نیاز ندارد و مطلبی را که موافق ذوق خود و متناسب با فکر شنوندگان باشد، انتخاب می‌کند و پیرامون آن سخن می‌گوید. در این سخنرانی نه فقط مقدمه لازم نیست، بلکه ذکر مقدمه،

تشریح پایه‌گذاری شده و اجرا و عدم اجرای آن در اختیار ماست. این آیه می‌گوید: ای اهل ایمان! دعوت خدا و رسول ﷺ را اجابت کنید، وقتی برنامه انسانیت را ارائه می‌کند و شما را به زندگی انسانی دعوت می‌نماید.

لازم است سخنران با بیان این مقدمه، مطلب آیه را توضیح دهد و معنی حیات انسانی را که با اجابت دعوت خدا و پیامبر ﷺ به دست می‌آید، به مستمعین بفهماند و آنان را به فراگرفتن تعالیم اسلام و به کار بستن آن ترغیب و تحریر نماید.

نمونه‌ای از موارد عدم ضرورت مقدمه

سخنران می‌خواهد در روز اول ماه رمضان درباره روزه بحث کند. ضرورت ندارد که برای آن مقدمه‌ای ذکر نماید، بلکه می‌تواند بدون مقدمه، وارد بحث روزه شود و بعضی از روایاتی که در فواید دنیوی و اخروی روزه رسیده است، بخواند و می‌تواند آیه مربوط به فریضه روزه را در آغاز سخن قرائت کند:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ
الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ

۱. بقره/۱۸۳.

خلاف بلاغت است.

نمونه‌ای از موارد زیان‌بار بودن مقدمه گاهی خطبا با فضای ناآرام و پرجمعیت رو به رو می‌شوند، مانند پایان راهپیماییها در فضای باز و هنگامی که مردم خسته شده‌اند و آمادگی برای شنیدن سخنرانی طولانی ندارند و فرصتی برای طرح مقدمه نیست. در این‌گونه موارد اگر بتوانند چند لحظه مردم را ساکت کنند، باید حتماً بدون مقدمه سخن بگویند و مطالب خود را با عباراتی کم و خلاصه بیان نمایند.^۱

کیفیت مقدمه

در مواردی که خطیب، ذکر مقدمه را برای تشریح و تبیین موضوع بحث، ضروری و لازم بداند، باید آن را به گونه‌ای طرح ریزی کند و مطالبی را در آن به کار برد که راهگشای شنوندگان در فهم ذی‌المقدمه باشد و بتواند آنان را در فراگرفتن هدف بحث و مطلب اصلی سخن یاری نماید.

به عبارت دیگر، مقدمه سخن به منزله پلی است که افکار شنوندگان را با اصل بحث مرتبط می‌کند و موجب

تقریب اذهان می‌گردد. خطیب گویی از شنوندگان می‌خواهد پل ارتباط را بسیمایند و مقدمه سخن را با دقت استماع نمایند تا فکرشان آماده شود و چون بحث اصلی، طرح گردد، محتوای بحث را بهتر بفهمند و به خوبی فراگیرند.

واضح است چنین مقدمه‌ای باید از هر جهت متناسب با اصل بحث باشد. بنابراین، اگر سخنران به نام مقدمه مطلبی را بگوید که روشنگر ذی‌المقدمه نباشد و شنوندگان در راه فهم موضوع اصلی بحث از آن بهره‌ای نبرند، نمی‌توان آن را مقدمه سخن تلقی نمود.

کمیت مقدمه

به موازات رعایت کیفیت مقدمه و چگونگی آن، لازم است کمیت مقدمه نیز مورد توجه خطیب باشد و مراقبت نماید از حدی که متناسب است، تجاوز نکند و به زیاده‌روی گرایش نیابد؛ زیرا هدف اصلی سخنران بیان

۱. سخن و سخنوری از نظر فن بیان و خطابه (گفتار فلسفی)، فلسفی، تهران، انتشارات الحدیث، ۱۳۶۸ ش، صص ۶۹-۷۴.

موضوع مورد بحث است و نقش مقدمه، نزدیک نمودن اذهان به هدف است. پس مقدمه، فرع است و ذی‌المقدمه، اصل.

سخنران باید مواظبت کند که مقدمه را به درازا نکشاند و کاری نکند که بر اثر طول کلام، قسمت اعظم وقت مجلس را مقدمه اشغال کند و در نظر شنوندگان طوری وانمود شود که سخنران، ذی‌المقدمه را بی‌ارزش تلقی نموده یا آن را از یاد برده است.

آیه‌ای که به عنوان مثال در مورد لزوم مقدمه ذکر شد، ممکن است در مورد کیفیت مقدمه نیز مورد استفاده قرار گیرد. مطلب آیه این است که حیات انسانی انسان در اختیار انسانهاست و برای دست یافتن به آن باید دعوت خدا و رسول ﷺ را اجابت نمود؛ اما حیات حیوانی حیوان در اختیار حیوان نیست، بلکه این چنین آفریده شده و با سرشتش آمیخته است. برای آنکه شنوندگان، مقدمه را بهتر درک کنند و اذهانشان برای فراگرفتن موضوع بحث مهیا گردد، خطیب می‌تواند یکی دو مثال از حیوان

بیاورد؛ مثلاً بگوید: گرگ، درنده آفریده شده و مار گزنده. نه گرگ می‌تواند آفرینش خود را تغییر دهد و درندگی را از خویش زایل کند و نه مار قادر است خلقت خود را تعویض کند و خوی گزندگی را از خود بگرداند؛ اما انسان به این تحول و تغییر، قادر است. اگر پیرو هوا و هوس و شهوات نفسانی خویش گردد، ممکن است طبعش از گرگ درنده‌تر شود و زبانش از مار گزنده‌تر و اگر دعوت خدا و رسول ﷺ را اجابت نماید، به حیات انسانی زنده می‌شود و به سجایای انسانی متخلق می‌گردد. اگر سخنران در ذکر مثال به گرگ و مار، اکتفا کند و با مختصر توضیحی از آن بگذرد و وارد بحث اصلی شود، کمیت مقدمه را رعایت کرده و راه فراگیری موضوع بحث را به روی مستمعین گشوده است؛ اما اگر در مقام مثال، از حیوانات متعدد نام ببرد یا درباره گرگ و مار بیش از حد سخن بگوید، رعایت کمیت مقدمه را ننموده و از بلاغت خارج شده است.

خطیب در سخن مبسوط خود باید به شنوندگان بفهماند که اجابت

اقناع و ترغیب می‌کند و با سخنان فصیح و بیان شیرین، سخن را به اوج می‌رساند و شورانگیزی می‌کند.

پیام روشن و کوتاه

در این بخش، اگر خطیب بتواند از مجموع گفته‌های خود مطلب کوتاه و آموزنده‌ای را برگزیند و در پایان، آن را به شنوندگان خاطر نشان نماید، سخنش حاوی پیام خاص و روشنی خواهد بود و این خود برای سخنران امتیاز دیگری است و اگر بخواهد از گفته‌های خویش پیامی استخراج کند، می‌تواند به تناسب بحث، از یک روایت یا یک مطلب تاریخی، جمله جالبی را انتخاب نماید و به شنوندگان القا کند تا آنان به ذهنشان بسپارند و پیام سخن باشد.^۲

مرحوم فلسفی به دنبال طرح این نکته، نمونه‌ای در کتاب سخن و سخنوری آورده است تا الگویی برای خطیبان باشد؛ اما نگارنده این سطور، نمونه‌ای به یاد ماندنی از چنین پیامی، در سخنرانی تاریخی خود مرحوم

دعوت خدا و رسول ﷺ از این جهت انسان را به حیات انسانی زنده می‌کند که تعالیم الهی، خصایص انسانی را از قوه به فعل می‌آورد، معرفت فطری را احیا می‌کند، انسان را با ایمان می‌سازد، عقل را به کار می‌گیرد، آدمی را به تعقل وامی‌دارد، وجدان اخلاقی را زنده می‌کند، مردم را به سجایای انسانی متخلق می‌سازد، تمایلات عالی انسانی را شکوفا می‌کند و آدمی را به راه دگردوستی و تعاون سوق می‌دهد. همچنین حیات انسانی به کار افتادن مزایا و خصایص انسانی در وجود آدمی است و این محتوای دعوت خدا و پیامبر ﷺ است.^۱

۲. محور و هسته اصلی سخن

چنان‌که گفته شد، بخش دوم سخنرانی، متن اصلی سخنرانی است. محتوا و موضوع اصلی سخن، در واقع همین بخش است و سخنور سعی می‌کند هدف اصلی خود را با طرح این بخش تأمین کند و طبعاً بیشترین وقت سخنرانی، صرف این بخش می‌شود. در این بخش است که سخنور، مخاطبان را در جهت هدف خویش،

۱. همان، صص ۸۱-۸۵.

۲. همان، ص ۹۴.

مصادف شده بود و همه ساله در این روز در ایالات متحده آمریکا و کشورهای مسیحی اروپا جشنهای بسیار پرشور برگزار می‌شود و همه حوادث را تحت الشعاع قرار می‌دهد - خطاب به حضار گفت: «این عیسای مسیح علیه السلام که در دنیای متمدن غرب، در آمریکا و اروپا به مناسبت سالروز تولد او، این همه شور و شادی و غلغله برپا می‌شود و این همه احترام دارد، می‌دانید چه کسی بود؟» آن‌گاه خود پاسخ داد: «او یک روحانی بود. او آقای شیخ عیسای عمامه به سر عبا بردوش نعلین به پا بود که امروز دنیای غرب، این همه برای او تعظیم می‌کنند.»

مرحوم فلسفی با این پیام روشن و کوتاه و زیبا که به تناسب مجلس و سخن انتخاب کرده بود و با لحنی گرم و پرشور ادا کرد، جان شنوندگان را لبریز از احساسات کرد و لبخند شور و شوق و رضایت را بر لبهای حاضران نشان داد و اقناع را در روحیه آنان به اوج رساند.

۳. فرود و خاتمه سخن

هر خطبه، مرحله فرود و پایانی

فلسفی به یاد دارم که درینغم می‌آید آن را در اینجا نیورم و آن، این است که: پس از رحلت حضرت آیه الله بروجردی علیه السلام، مرجع تقلید بزرگ شیعیان، مجالس ترحیم و بزرگداشت بسیار پرشکوه و پرجمعیت و با عظمت در حوزه علمیه قم تشکیل می‌شد که آقای فلسفی از تهران تشریف می‌آورد و در آنها منبر می‌رفت. در این مجالس، هزاران نفر از قسم و سایر مناطق کشور شرکت می‌کردند و شبستانها و صحن مسجد اعظم قم لبریز از جمعیت می‌شد و دامنه جمعیت تا بیرون مسجد و خیابانها و محوطه اطراف کشیده می‌شد. چنان مجالسی که تا آن زمان بی سابقه بود.

باری، در یکی از این مجالس، آقای فلسفی نقش روحانیت را مطرح کرد و احترام و ارزش روحانیت و مرجعیت را در جامعه، محور سخن قرار داد و در این زمینه، داد سخن داد و وقتی که سخنانش به اوج رسید، با اشاره به سالروز تولد حضرت عیسی علیه السلام (کریسمس) - که با آن روزها

دارد؛ یعنی مرحله‌ای که سخنور، سخنان خود را جمع‌بندی می‌کند و می‌کوشد که آخرین تأثیر را در شنوندگان به وجود آورد. چنان‌که حُسن مَطَّلَع و مقدمهٔ زیبا و مفید، گام مؤثری در توفیق یک سخنور است، حُسن خِتام نیز گام مهم دیگری در توفیق اوست. غالباً روش مناسب این است که سخنور، مطالبی را که گفته است، خلاصه کند و محورهای مهم سخنش را یادآوری کند و آنگاه نتیجه بگیرد و شنونده را به آنچه می‌خواهد، برانگیزد.

البته باید مراقب بود که فرود، مختصر و مفید باشد و چنان نباشد که مطلب از سر گرفته شده و تکرار بیهوده به نظر برسد؛ بلکه باید علاوه بر ایجاز، از روش دیگری استفاده کند و با بیان دیگری ادا نماید. در هر حال، باید گفتار را چنان به پایان برساند که در شنوندگان اثر نیکو داشته باشد و خاطر آنها را جلب کند و اقتناع و ترغیب را به اوج برساند.^۱

عنصر سوم: پیام‌گیرنده

سومین عنصر تبلیغ، مخاطب و

۱. آیین سخنوری، فروغی، تهران، انتشارات زوار، دوم، ۱۳۳۸ ش، ص ۶۲.

شامل آن باید بدانیم؛ چرا که ایراد سخن و عنوان ساختن دعوت حکیمانه، جدای از رعایت حال مخاطب نیست. از طرف دیگر، در تعریف بلاغت گفته‌اند: «ایراد سخن بر وفق مقتضای حال» که اگر این تعریف از باب ذکر «لازم» به جای «ملزوم» هم باشد، باز مقتضای حال در پاره‌ای از فروع آن به مستمع و طرف خطاب مربوط می‌گردد و در هر حال، یکی از شرایط حکمت و بلاغت، شناخت پیام‌گیرنده است و مبلغ قبل از هر چیز به اهمیت این مطلب باید بیندیشد و

در مورد پیام‌گیرنده قابل طرح است:
 - گروه‌های سنی مخاطبین:
 کودکان، نوجوانان، جوانان و بزرگسالان؛
 - گروه‌های جنسی: زن یا مرد؛
 - گروه‌های اعتقادی: مؤمن، جاهل، معاند و یا بی‌تعهد؛
 - سطح فرهنگی: بی‌سواد و باسواد؛ پایین، متوسط، عالی و...؛
 - وضع اقتصادی: مرفه، متوسط یا فقیر؛
 - پایگاه اجتماعی: بالا، متوسط یا پایین؛

- مشخص بودن مخاطب یا نامشخص بودن آن.

مخاطب‌شناسی

مخاطب‌شناسی یک شرط اساسی در موفقیت تبلیغ و شاخه‌ای است از «حکمت»؛ همان‌گونه که در برخی تفاسیر، درباره آیه کریمه «أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ...»^۱ آمده که شرط در دعوت به دین، حکمت است که مقتضای حال مخاطب را بشناسی و آن‌گاه آهنگ دعوت کنی. اگر حکمت را منحصر به این جهت ندانیم، حداقل

۱. نحل / ۱۲۵: ﴿أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدْلُهُمْ بِالَّذِي هِيَ أَحْسَنُ...﴾؛ «با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت دعوت نما و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن.»

خداوند در این آیه، سه راه و سه روش برای دعوت و تبلیغ، معین فرموده است:

۱. حکمت (استدلال با مقدمات یقینی)؛

۲. پند و اندرز؛

۳. بحث و مناظره و احتجاج.

راه اول در مورد کسانی است که اهل استدلال و منطق و تفکر و برهان باشند، راه دوم در مورد مخاطبانی است که در مرحله دل و احساس بوده و موعظه‌پذیر باشند و راه سوم در مورد مخاطبانی است که از راه احتجاج و مناظره و مناقشه وارد می‌شوند و اهل بحث و جدل هستند.

«و از قرآن آنچه شفا و رحمت است برای مؤمنان نازل می‌کنیم و ستمگران را جز خسارت نمی‌افزاید.»

﴿وَإِذَا سَمِعُوا مَا أُنزِلَ إِلَى الرَّسُولِ تَرَىٰ أَعْيُنُهُمْ تَفِيضُ مِنَ الدَّمْعِ مِمَّا عَرَفُوا مِنِّي الْحَقِّ﴾^۴؛ «و هر زمان آیاتی را که بر پیامبر نازل شده، بشنوند، چشم‌های آنها را می‌بینی که [از شوق] اشک می‌ریزد به خاطر حقیقتی که دریافته‌اند.»

﴿فَبَشِّرْ عِبَادَ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ﴾^۵؛ «پس به بندگان بشارت بده؛ همان کسانی که سخنان را می‌شنوند و از نیکوترین آنها پیروی می‌کنند.»^۶



۱. اعراف/۵۸.

۲. نمل/۸۰.

۳. اِسْرَاءُ/۸۲.

۴. مائده/۸۳.

۵. زمر/۱۷ و ۱۸.

۶. پژوهشی در تبلیغ، صص ۱۶۸-۱۶۹.

سپس وارد صحنه تبلیغات شود که در غیر این صورت، به مثابه تجویز دارو است نسبت به بیماری که وضع حال او مشخص نیست و یا تیر به تاریکی و بدون هدف رها ساختن است.

قرآن مجید آیات بسیاری را درباره اثرپذیری و اثرناپذیری مخاطبین ارائه می‌کند و نیز زمینه‌های مختلف روحی و اجتماعی را نام می‌برد که می‌تواند راهگشای بحث از مخاطب در دیدگاه قرآنی باشد. برای مثال:

﴿وَأَلْبَدُّ الطَّيِّبُ يُخْرَجُ نَبَاتُهُ بِإِذْنِ رَبِّهِ وَالَّذِي خَبثُ لَا يُخْرَجُ إِلَّا نَكِدًا﴾^۱؛ «و سرزمین پاکیزه، گیاهش به فرمان پروردگارش می‌روید و سرزمین بدطینت [و شوره‌زار] جز گیاه ناچیز و بی‌ارزش از آن نمی‌روید.»

﴿إِنَّكَ لَا تَسْمَعُ الْمُوتَىٰ وَلَا تَسْمَعُ الصُّمَّ الدُّعَاءَ إِذَا وَلَّوْا مُدْبِرِينَ﴾^۲؛ «مسلم‌اتو نمی‌توانی [سخنت را] به گوش مردگان برسانی و نمی‌توانی کران را هنگامی که روی برمی‌گردانند، فراخوانی.»

﴿وَنُزِّلَ مِنَ الْقُرْآنِ إِنْ مَا هُوَ شِفَاءٌ وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ وَلَا يَزِيدُ الظَّالِمِينَ إِلَّا خَسَارًا﴾^۳؛