



واکاوی مسئله جواز اقناع اندیشه مخاطب در تبلیغ دینی ناظر به منابع فقهی

حسین حاجی پور*



اقناع، فرایندی ارتباطی است که هدف اساسی آن، انتقال محتوا یا تأثیرگذاری بر مخاطب است. بر اساس تعاریف، تبیین‌ها و شیوه‌های اقناعی موجود که برخاسته از دنیای غرب است و با اذعان برخی از اندیشمندان عرصه ارتباطات، تأثیرگذاری اقناعی در بسیاری از موارد در وضعیتی تحمیلی و با فریب اقناعی حاصل می‌شود. فقه ارتباطات که رشته‌ای نوظهور محسوب می‌شود با پرسش‌های مهمی در این زمینه روبه‌روست؛ جواز یا عدم جواز اقناع مخاطب، اساسی‌ترین مسئله جهت بررسی فقهی است؛ طبق واژه‌های مرتبط و کاربردهای هم‌معنای اقناع در مسائل فقهی، می‌توان جواز اقناع مخاطب را استنباط نمود؛ در بررسی واژه‌های تبلیغ، دعوت، حکمت، جدال احسن و امرم‌معروف و نهی‌ازمنکر، آزادی اندیشه انسانی و عدم الزام فکری، قابل استخراج است که با توجه به درهم تنیدگی این اصطلاحات با اقناع اندیشه مخاطب، می‌توان بر اقناع اندیشه م‌هر تأیید زد؛ نتیجه اینکه از حکم به جواز اقناع اندیشه مخاطب، بر اساس منابع فقهی، معیارهایی به دست می‌آید؛ آزادی اندیشه انسانی، اولین معیار اقناع است که در تبیین ویژگی‌های انسانی مرتبط با موضوع اقناع و از تعامل علم و قدرت حاصل می‌شود؛ بر این اساس در فرایند اقناع باید آزادی اندیشه مخاطب حفظ شود؛ دومین ضابطه، استخدام ابزارهای مشروع است و با توجه به مبانی فقه اسلامی، هدف، وسیله را توجیه نمی‌کند؛ از این‌رو نیز آیات و روایات و ابواب فقهی بر آن تصریح می‌کنند؛ ملاک سوم، جواز تکرار فرایند اقناع است که از تأیید عبارات فقها بر جواز تکرار امرم‌معروف و نهی‌ازمنکر و دلالت آیات و روایات بر استمرار هدایت استنباط می‌شود.

واژگان کلیدی: اقناع، آزادی اندیشه، تبلیغ، ابزارهای مشروع، امرم‌معروف، فقه ارتباطات.

* دانشجوی دکتری اخلاق اسلامی دانشگاه قرآن و حدیث.

مقدمه

افراد و گروه‌های بشری با توجه جلوه دادن افکار، اعتقادات و اعمال خود نزد دیگران، درصدد انتقال افکارشان هستند؛ این فرایند که در اصطلاح، اقناع نامیده می‌شود، بر اساس یک تعریف، دربردارنده ویژگی روان‌شناختی آزادی است که ترغیب‌شونده احساس می‌کند و موافق میل خود، اهداف و رهنمودهای تعیین‌شده را انجام می‌دهد؛ اما درواقع متضمن نوعی فشار روانی است که با توسل به تعقل و احساس در قالب مهارت‌های کلامی و غیرکلامی و رسانه‌ای، ذهنیت افراد را غالباً جهت تغییر رفتار و وادار کردن آنها به عمل معینی، تحت‌تأثیر قرار می‌دهد (بینگلر، ۱۳۶۷، ۱۰). طبق تعریف دیگری، اقناع، کوشش آگاهانه یک فرد یا سازمان، برای تغییر نگرش، باور، ارزش‌ها یا دیدگاه‌های فردی و گروهی دیگر است (گیل و ادمز، ۱۳۸۴، ۵۹). گاهی اوقات اقناع، به‌گونه‌ای صورت می‌گیرد که می‌توان آن را نوعی بارش فکری و یا یورش فکری خواند.

در طول تاریخ بشر، دانشمندان، نخبگان و حاکمان هر عصری با خطابه‌های خود مردم را به اهداف موردنظر خویش متمایل می‌ساخته‌اند. در عصر نوین تبلیغات، نگاه به اقناع، تخصصی شده و اندیشمندان عرصه ارتباطات به کاوش در روش‌شناسی اقناع پرداخته و برای اقناع مخاطبان، قالب‌ها و شیوه‌های متعددی عرضه کرده‌اند؛ بر اساس این روش‌ها، مبلغ پیام می‌تواند حتی تفکر و اندیشه مخاطب را با نوعی جبر و تحمیل همراه سازد؛ به‌عبارت‌دیگر، چه‌بسا می‌توان امر غیرحقی را با استفاده از شیوه‌های اقناعی و با یورش فکری نزد مخاطبان، حق جلوه داد و بسیاری از مخاطبان را قانع ساخت که به حقایق آن باور پیدا کنند؛ همین امر سبب شده که جواز استفاده از شیوه‌های اقناعی، از نظر شرعی در معرض تردید جدی قرار گیرد.

از آنجا که در عصر حاضر، اقناع‌های مداوم در ساحت اندیشه انسانی صورت می‌گیرد و تفکر مخاطبان، پیوسته در حال جهت‌دهی در چارچوب اهداف خاص اقناع‌کنندگان است، فقه ارتباطات ناگزیر به بررسی آن است. اگرچه رشته فقه اجتماعی، رشته‌ای نوظهور محسوب می‌شود و مسئله اقناع مخاطب مستقلاً در



مباحث فقهی به چشم نمی‌خورد، اما اندیشمندانی چون شهید مطهری به آن پرداخته و انواع آن را بیان کرده‌اند. شهید مطهری با توجه به آیه «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»^۱ (نحل، ۱۲۵)، اقناع را دارای دو مرحله می‌داند: یکی اقناع فکری و دیگری اقناع روحی؛ ایشان حکمت و برهان را جزء مرحله اقناع فکری می‌داند و موعظه و تذکر را جزء مرحله اقناع روحی می‌شمارد (مطهری، ۱۳۸۶، ۲، ۴۷۶). ایشان اهداف قیاس‌ها را به تسلیم واداشتن یا اقناع ذهن مخاطب می‌داند (مطهری، ۱۳۶۹، ۱۳۴)؛ و معتقد است نیروی اقناع فکری به معنای نیروی برهان و استدلال، اصالت دارد (مطهری، ۱۳۸۷، ۲۴، ۴۲۹). استاد مطهری از مرحله دوم به اقناع روحی و ارضای وجدان تعبیر می‌کند. به تعبیر ایشان دعوت دینی با اقناع وجدان و نه با زور و جبر، صورت می‌گیرد (مطهری، ۱۳۸۶، ۱۴، ۳۶۶).

پرسش‌های مهمی که در مسئله اقناع اندیشه مخاطب مطرح است و فقه ارتباطات باید به آنها پاسخ روشن و مستدل بدهد را می‌توان در این پرسش‌ها خلاصه کرد: آیا اساساً می‌توان با مبانی فقهی، جواز اقناع مخاطب را صادر کرد؟ و برفرض پذیرش، چه معیارهایی برای تفکیک اقناع از فریب اقناعی وجود دارد؟ آیا فقه، مجوز کاربرد هر ابزاری را در پیشبرد اهداف اقناع صادر می‌کند؟ شبهه دروغ مصلحت‌آمیز در بحث ابزار مشروع و اهداف مشروع چگونه قابل توجیه است؟ نهایت اینکه علاوه بر جواز استفاده از شیوه‌های اقناعی با توجه به حقانیت دین مبین اسلام و لزوم غلبه حق بر باطل ضرورت آموزش و به‌کارگیری شیوه‌های مختلف اقناعی برای مبلغان مسلمان امری واجب نیست.

۲. مفاهیم دینی مرتبط با اقناع

هرچند اصطلاح اقناع در متون دینی و مباحث فقهی کلاسیک به چشم نمی‌خورد، اما جستجوی واژه‌ها و مفاهیم مرتبط و بررسی ابعاد و جوانب آنها می‌تواند دیدگاه فقه اسلامی را در مورد موضوع اقناع اندیشه مخاطب و شیوه‌های مختلف اقناعی روشن سازد.

^۱. [مردم را] با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت دعوت کن و با آنان به نیکوترین شیوه به بحث [و مجادله] بپرداز.



۲. ۱. تبلیغ

تبلیغ از ریشه بلغ می‌آید که به معنای رسیدن به نهایت یا نزدیک به نهایت یک‌چیز است (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲ ق، ۱۴) که معنایی بسیار نزدیک با اقناع دارد. تفاوت واژه بلغ با ماده وصول و ایصال در این است که وصول در واژه بلغ در حد اعلی (مصطفوی، ۱۳۶۰، ۳۳) و در مورد رساندن فکر یا پیامی به فکر و قلب کسی است، برخلاف ایصال که در امور جسمانی و مادی است (مطهری، ۱۳۸۷، ۱۷، ۳۲). تعاریف تبلیغ که عنصر اقناع و ترغیب را برجسته نموده‌اند، همسویی معنایی اقناع و تبلیغ را نمایان ساخته‌اند. برخی تبلیغ را «رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط، به منظور ایجاد دگرگونی در بیش و رفتار مخاطب» (رهبر، ۱۳۷۱، ۸۰) می‌دانند که مبتنی بر عناصر پیام‌دهنده، پیام‌گیرنده و محتواست و برخی بر اساس آیات قرآنی، تبلیغ اسلام را فراگرد انتقال پیام اسلام از سوی فرستنده برای مردم با هدف آموزش، اقناع یا برانگیختن مخاطب جهت انجام عملی معین (خندان، ۱۳۷۴، ۶۲) می‌دانند؛ مشروط بر اینکه در گیرنده پیام، مشابهت معنا با معنای موردنظر فرستنده پیام ایجاد شود. قرآن کریم، اصطلاح تبلیغ را مقدس دانسته و مشتقاتش را با واژه رسالت بیان می‌دارد^۱ و رسالت بزرگ پیامبر را بلاغ مبین می‌داند.^۲ بلاغ مبین بر سه اصل ارتباط، تعریف و اقناع (دلیل قانع‌کننده) استوار است. برخی قرآن‌پژوهان معاصر عرب که تبلیغ را در معانی اقناع و ترغیب ذکر کرده‌اند، بر اساس آیات قرآنی، وظیفه رسولان الهی را تبلیغ رسالت، اقناع و ترغیب آنها به عمل، نسبت به

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهش‌نامه
تبلیغ
سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



۱. «يا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ»؛ ای پیامبر! آنچه از سوی پروردگارت بر تو نازل شده ابلاغ کن و اگر انجام ندهی پیام خدا را نرسانده‌ای (مانده، ۶۷). «بَلِّغْكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَ انصَحْ لَكُمْ»؛ پیام‌های پروردگارم را به شما می‌رسانم و برای شما خیرخواهی می‌کنم (اعراف، ۶۲). «بَلِّغْكُمْ رِسَالَاتِ رَبِّي وَ أَنَا لَكُمْ ناصِحٌ أَمِينٌ»؛ پیام‌های پروردگارم را به شما می‌رسانم و برای شما خیرخواهی امینم (اعراف، ۶۸). «قَالَ إِنَّمَا الْعِلْمُ عِنْدَ اللَّهِ وَ أَبْلَغَكُمْ مَا أُرْسِلْتُ بِهِ وَ لَكِنِّي أَرَأَيْتُمْ فَوَماً يُحْجَلُونَ»؛ گفت: آگاهی [به کیفیت عذاب و زمان آمدنش] فقط نزد خداست و من آیینی را که به آن فرستاده شده‌ام به شما ابلاغ می‌کنم، ولی من شما را گروهی می‌دانم که همواره نادانی می‌کنید (احقاف، ۲۳). «الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَ يُخْشَوْنَهُ وَ لَا يُحْسِنُونَ أَخْذًا إِلَّا اللَّهُ وَ كَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا»؛ همانان که همواره رسالت‌های خدا را [به مردم] می‌رسانند و از او می‌ترسیدند و از هیچ‌کس جز او نمی‌ترسیدند و خدا برای حسابرسی کافی است (احزاب، ۳۹).

۲. «وَ مَا عَلَيَّ الرَّسُولُ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِين»؛ و بر عهده پیامبر جز رساندن آشکار [پیام وحی] نیست (نور، ۵۴؛ عنکبوت، ۱۸).

محتوای رسالت الهی معرفی می‌کنند. زحیلی می‌گوید: «و الرسل الکرام الذین بعثهم الله تعالی مهمتهم تبلیغ الرسالة الالهیه و اقناع الناس بجدواها و ضرورتها فی حیاتهم و ترغیب الناس بالعمل بها» (زحیلی، ۱۴۲۲، ق، ۱، ۴۷۹).

با لحاظ کردن ارتباط تبلیغ و اقناع باید به سراغ حکم فقهی تبلیغ رفت که چه جایگاهی دارد؟ با کاوشی اجمالی در آیات، روایات و نظریه‌های فقهی، حکم به وجوب تبلیغ دین حاصل می‌شود؛ علاوه بر دلالت آیات بر وجوب آن، روایات نیز بر آن صراحت دارند؛ حضرت امیر (علیه السلام) می‌فرماید: «واصطفی سبحانه من ولده انبیاء أخذ علی الوحی میثاقهم و علی تبلیغ الرسالة امانتهم... و یحتجوا علیهم بالتبلیغ و یشیروا لهم دفائن العقول»؛ خداوند متعال، پیمان وحی را از پیامبران گرفت تا امانت رسالت را به مردم برسانند... و با تبلیغ پیام الهی، حجت را بر آنها تمام نمایند و گنج‌های پنهان شده عقل‌ها را آشکار سازند (سیدرضی، ۱۴۱۴، ق، خطبه ۱، ۴۳). امام صادق (علیه السلام) به نقل از رسول الله (صلی الله علیه و آله) می‌فرماید: «یا معاشر قُرَآءِ الْقُرْآنِ اتَّقُوا اللَّهَ عَزَّ وَ جَلَّ فِیْمَا حَمَلْکُمْ مِنْ کِتَابِهِ فِإِنِّیْ مَسْئُولٌ وَ اِنَّکُمْ مَسْئُولُونَ اِنِّیْ مَسْئُولٌ عَنْ تَبْلِیغِ الرِّسَالَةِ وَ اَمَّا اَنْتُمْ فَتَسْأَلُونَ عَمَّا حَمَلْتُمْ مِنْ کِتَابِ اللَّهِ وَ سُنَّتِیْ»؛ ای گروه قرآن‌خوانان از خدای عزوجل بپرهیزید در آنچه از کتاب خود به شما داده است؛ زیرا که من مسئولم و شما هم مسئول هستید؛ من بر رساندن و تبلیغ رسالت مسئولم و شما در برابر آنچه از قرآن و سنت من می‌دانید مسئول هستید» (کلینی، ۱۳۶۲، ۲، ۶۰۶).

فقهایی نظیر مرحوم وحید بهبهانی، کاشف الغطاء و امام خمینی (وحدید بهبهانی، ۱۴۱۹، ق، ۱۷۱-۱۷۲؛ کاشف الغطاء، ۱، ۵۳)، تبلیغ به معنی ابلاغ را ایصال خبر دانسته‌اند و در انذار و ارشاد دینی به‌کاربرده‌اند که این از شئون

۱. «و ما کان المؤمنون لیُتفرّوا کافّةً فلولاً نفر من کلّ فوجیه منهم طائفةً لیُتفقّوا فی الدّین و لیُنذروا قَوْمَهُمْ اِذَا رَجَعُوا اِلَیْهِمْ لَعَلَّهُمْ یَحْذَرُونَ»؛ مؤمنان همگی نتوانند سفر کنند، چرا از هر گروه از ایشان دسته‌ای سفر نکنند تا در کار دین، دانش اندوزند و چون بازگشتند قوم خویش را بیم دهند، شاید آنان بترسند (توبه، ۱۲۲). «فَهَلْ عَلَی الرُّسُلِ اِلاّ الْبَلَاغُ الْمُبِیْنُ» (نحل، ۳۵). «فَاَعْلَمُوا اَنَّمَا عَلَی رَسُوْلِنَا الْبَلَاغُ الْمُبِیْنُ»؛ بدانید که تنها بر عهده رسول ما بلاغ آشکار است و بس (مانده، ۹۲). «اِنَّ الدّیْنَ یُکْتَبُوْنَ مَا اَنْزَلْنَا مِنَ الْبَیِّنَاتِ وَ الْهُدٰی مِنْ بَعْدِ مَا بَیِّنَا لِلنَّاسِ فِی الْکِتَابِ اُولٰٓئِکَ یَلْعَنُهُمُ اللّٰهُ وَ یَلْعَنُهُمُ الْاٰلَعٰوُنُ»؛ به درستی کسانی که کتمان می‌کنند آنچه را از بینات و هدایت که ما نازل کردیم بعد از آنکه آن را برای مردم در کتاب روشن ساختیم، این‌گونه اشخاص را خدا لعنت می‌کند و همه لاعنان نیز لعنت می‌کنند (بقره، ۱۵۹).

رسالت انبیاء و ائمه علیهم‌السلام و سپس علماء است (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۳، ۳، ۷۵).
 فقهای دیگری نیز تبلیغ احکام الهی را از شئون نبوت و تبلیغ رسالت الهی را
 بزرگ‌ترین مسئولیت انبیا معرفی کرده‌اند، (سیستانی، ۱۴۱۴ ق، ۱۸۴) و برخی
 آیات را دال بر وجوب تبلیغ رسالت می‌دانند (مائده، ۹۲، جن، ۲۸، اعراف، ۶۲ و
 ۹۳، هود، ۵۷، احقاف، ۲۳)؛ آنها پس از مقام انبیا و ائمه اطهار، علمای دینی را
 به تبلیغ دین و تکالیف دینی موظف می‌کنند (کرکی عاملی، ۱۳۹۶ ق، ۲۲۷؛ شیخ
 انصاری، ۱۴۱۵ ق، ۷۷، ۱)؛ همچنین اتمام حجت و تبلیغ اصول و فروع دین را
 توسط عالم، واجب می‌دانند (شیخ انصاری، همان؛ خویی، ۱، ۱۲۱؛ خویی، ۱۴۱۱،
 ۲۴۹) و حتی دفع تبلیغ ادیان و مذاهب باطل را که ابزاری برای گمراهی مسلمانان
 خواهد بود با هر وسیله مناسبی واجب می‌دانند (امام خمینی، ۱۳۸۴، ۹۰۱).

در اینجا با توجه به ارتباط تبلیغ دین با اقناع مخاطب، چنین پرسشی مطرح
 می‌شود که آیا حکم به وجوب تبلیغ دین، شریعت و لزوم دفع تبلیغات منحرف،
 منافاتی با آزادی اندیشه انسانی ندارد و نوعی الزام در مخاطب ایجاد نمی‌کند؟ پاسخ
 آن است که اهداف متعدد قرآن را برای تبلیغ می‌توان در دو دسته عمده قرار داد:
 احیای انسان و اتمام حجت (مرکزفرهنگ و معارف قرآن، ۶، ۱۴۳)؛ نه تنها در این دو
 هدف عمده، جبر و تحمیلی در اندیشه مخاطب، متبلور نیست، بلکه برعکس، حق
 انتخاب و وادار نمودن او به تفکر در این اهداف متجلی است. علامه طباطبایی ذیل
 آیه «فَهَلْ عَلَى الرُّسُلِ إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» (نحل، ۳) می‌فرماید: «یعنی رسالت خدایی را به
 بلاغی آشکار ابلاغ کن و حجت را علیه ایشان تمام کن؛ زیرا تنها وظیفه فرستادگان
 خدا، ابلاغ مبین است. وظیفه آنان، اجبار مردم به قبول دعوت نیست تا با اراده تکوینی
 خدا و به‌صورت جبری، مردم را از کفر به ایمان و از معاصی به اطاعت بکشانند، بلکه
 وظیفه رسولان الهی، انذار و تبشیر است» (طباطبایی، ۱۳۷۴، ۱۲، ۲۴۱ و ۳۵۲).

بنابر فرمایش علامه، از همراهی واژه رسالت با آیات بلاغ، مشخص می‌شود که
 وظیفه رسول، فقط ابلاغ است و وظیفه دیگری ندارد (همان، ۱۶، ۱۱۶ و ۱۷۲)؛ به
 تعبیر دیگر، تبلیغ رسالت برای اتمام حجت مردم است؛ بر این اساس می‌توان عدم
 تحمیل اندیشه و بلکه حق آزادی اندیشه را در تبلیغ و ابلاغ آن برداشت نمود که

از برخی آیات، چنین استنباطی به دست می‌آید. همچنین طبق آیه شریفه از آنجاکه ایمان، اجباربردار نیست، تبلیغ به ایمان هم لابد و ناگزیر نباید جبربردار، الزام‌آور و اکراه‌پذیر باشد؛ «قَالَ يَا قَوْمِ أَرَأَيْتُمْ إِن كُنْتُمْ عَلَىٰ بَيْتِهِ مِن رَّبِّي وَآتَانِي رَحْمَةً مِّنْ عِنْدِهِ فَعَمَّيْتُ عَلَيْكُمُ النُّزُلَ مَكْمُوهًا وَ أَنْتُمْ لَهَا كَارِهُونَ»؛ نوح در پاسخ آنان - گفت: ای قوم! شما که می‌گویید من بشری چون شمایم و فرستاده خدا نیستم، به من خبر دهید اگر فرضاً از ناحیه پروردگارم معجزه‌ای دال بر رسالتم داشته باشم و او از ناحیه خودش رحمتی به من داده باشد که بر شما مخفی مانده، آیا من می‌توانم شما را به پذیرش آن مجبور سازم، هرچند که از آن کراهت داشته باشید؟ (هود/۲۸)؛ همچنین قرآن مجید به صراحت می‌فرماید: «لا اکراه فی الدین» که خبر از اکراه‌ناپذیر بودن اندیشه دینی دارد و سپس با عبارت «قد تبین الرشد من الغی» بر این امر تأکید می‌کند که پذیرش اندیشه دینی توسط افراد باید بر بستر اختیار شکل گیرد و لازمه اینکه انسان بتواند در بستر اختیار دست به انتخاب صحیح بزند، این است که مرزهای «رشد» از «غی» باید کاملاً از هم جدا شده باشد. رسالتی که پیامبران مکلف به تبلیغ آن بوده‌اند، مبتنی به رشد است و آنها هیچ‌گاه از مردم نخواسته‌اند که از امری غیر رشید پیروی کنند. قرآن کریم در نکوهش کسانی که امر فرعون را تبعیت می‌کردند، می‌گوید که آنها از «امر غیر رشید» پیروی می‌کردند: «وَلَقَدْ أَرْسَلْنَا مُوسَىٰ بِآيَاتِنَا وَسُلْطَانٍ مُّبِينٍ إِلَىٰ فِرْعَوْنَ وَمَلَئِهِ فَاتَّبَعُوا أَمْرَ فِرْعَوْنَ وَمَا أَمْرُ فِرْعَوْنَ بِرَشِيدٍ»؛ و ما موسی را با آیات خود و حجتی روشن به سوی فرعون و اشراف قومش فرستادیم؛ اما فرمان فرعون را پیروی کردند و حال آنکه فرمان فرعون رشدیافته نبود (هود، ۹۶ و ۹۷)؛ از این آیه به خوبی استفاده می‌شود که هیچ امر غیررشیدی قابل اتباع نیست؛ همچنین دلالت دارد که پیامبران الهی رسالت و پیام خود را با «سلطان مبین» به مردم می‌رسانده‌اند که دو واژه «سلطان» و «مبین» هر کدام حامل نکته‌ای ظریف است؛ «سلطان» به معنای برهانی قاطع است که مخالفت با آن از نظر علمی و منطقی محکوم به شکست است. «مبین» به معنای قابل درک برای همگان است.



۲.۲. دعوت

دعوت از «دعو» به معنای فراخواندن و اصطلاح دعا به معنای حاجت خواستن و استمداد است؛ کاربرد دعایه در روایات به معنای دعوت از همین ریشه است (قرشی، ۱۳۷۷، ۲، ۳۴۴). یکی از نویسندگان مشهور عرب معاصر در رشته تبلیغ در توضیح دعایه با مفهوم اسلامی آن می‌گوید: «شاید کلمه دعایه از قدیمی‌ترین مصطلحات تبلیغ از قبیل اعلام، دعوت، تعلیم و... باشد که در میراث فرهنگ اسلامی ما از آغاز نزول قرآن شناخته شده است» (رهبر، ۱۳۷۱، ۷۷ به نقل از سلیم، عبدالله الحجازی، الاعلام الاسلامی فی صلح الحدیبه، ۲۷۴)؛ وی سپس به آیه «وَدَاعِيًا إِلَى اللَّهِ بِأَذْنِهِ» اشاره می‌کند (احزاب، ۴۶).

در جوهر لفظ دعوت، نوعی تحریص و ترغیب نهفته است که از لفظ تبلیغ استنباط نمی‌شود (همان، ۷۶). واژه دعوت از نظر تعداد، بیشتر از واژه تبلیغ در آیات قرآن به‌کاررفته است. در آیات دعوت، بیشتر به محتوای تبلیغ تصریح شده است؛ زیرا رساندن با فراخواندن، تمایز مفهومی و بالطبع تفاوت عینی دارد. رساننده پیام، فقط پیام را ابلاغ می‌کند؛ اما دعوتگر، موارد را بیشتر مشخص می‌کند؛ این دو واژه در خارج با یکدیگر تلاقی خارجی داشته و با واژه‌های امر به معروف و نهی از منکر، انذار و تبشیر متفاوتند.

فقها دعوت کافران به اسلام را قبل از شروع جهاد و جنگ با آنان- در صورت نرسیدن دعوت به ایشان- از سوی امام یا منصوب امام، واجب می‌دانند (نجم الدین حلی، ۱۴۰۸، ق، ۱، ۲۳۵؛ سیوری حلی، ۱۴۲۵، ق، ۱، ۳۹۲)؛ اما وجوب دعوت در صورت آگاهی داشتن کفار از آن را ساقط می‌دانند؛ هرچند بازهم برای تأکید و اتمام حجت، بر استحبابش در آن مرحله حکم می‌کنند (نجفی، صاحب جواهر، ۱۴۰۴، ق، ۲۱، ۵). حضرت علی (علیه السلام) می‌فرماید: «لما وجهنی رَسُولُ اللَّهِ ﷺ إِلَى الْيَمَنِ قَالَ يَا عَلِيُّ لَا تُقَاتِلْ أَحَدًا حَتَّى تَدْعُوهُ إِلَى الْإِسْلَامِ» (کلینی، ۱۴۰۷، ۵، ۳۶)؛ بنابر تصریح برخی فقها، ابلاغ دعوت به سران کفار، به‌طور مستقیم یا از طریق پیک و یا نامه کفایت می‌کند، هر چند به همه کفار نرسد؛ در دعوت، کیفیت خاصی شرط نیست و با



آنچه که مفاد آن ترغیب به شهادتین و بیان محاسن و معارف اسلام باشد، حاصل می‌شود؛ هرچند بهتر آن است به کیفیتی انجام گیرد که وارد شده است (نجفی، همان، ۵۳؛ سبزواری، ۱۴۱۳، ق، ۱۵، ۱۱۵).

اساساً در یک حکم کلی، دعوت به حق، ارشاد و هدایت فکری در زمینه حق و باطل و خیر و شر که از مراحل رشد و بالندگی جامعه اسلامی است، وظیفه متقابل همگانی خواهد بود و مادامی که مبتنی بر استدلال و خیرخواهی و اقناع است، امری منطقی و منطبق با اصل آزادی و اختیار انسان تلقی شده و به هیچ وجه مداخله در امور اختصاصی دیگران محسوب نمی‌شود (عمید زنجانی، ۱۴۲۱، ق، ۱، ۲۲۸؛ همان، ۳، ۴۸۳). دعوت مورد نظر اسلام به معنای رساندن پیام الهی با تکیه بر شناخت حقیقت و ارائه واقعیت است که همه را عاقلانه و عالمانه به اصول اسلامی دعوت می‌کند؛ بر این اساس، دعوت‌های رسول اکرم صلی الله علیه و آله آمیخته با استدلال بود (جوادی آملی، ۱۳۸۷، ۸، ۶۷)؛ زیرا رسالت از طرف خدای دارای حجت بالغه و همراه با استدلال بالغه است.^۱

پیامبر صلی الله علیه و آله برای ترغیب انسان‌ها به برهان عقلی و فکر منطقی می‌فرمود: «من و پیروانم، مردم را با بصیرت به سوی خداوند سبحان دعوت می‌کنیم».^۲ انبیای الهی با بینه از طرف پروردگار آمده‌اند.^۳ خداوند در یکی از آیات برجسته دعوت می‌فرماید: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»؛ با حکمت و اندرز نیکو به راه پروردگارت دعوت کن و با آنان به نیکوترین شیوه به بحث و مجادله پرداز (نحل، ۱۲۵).

۱. «قُلْ فَلِلَّهِ الْحُجَّةُ الْبَالِغَةُ فَلَوْ شَاءَ لَهَدَاكُمْ أَجْمَعِينَ»؛ بگو: برهان رسا ویژه خداست و اگر [خدا] می‌خواست قطعاً همه شما را هدایت می‌کرد (انعام، ۱۴۹).

۲. «قُلْ هَذِهِ سَبِيلِي أَدْعُوا إِلَى اللَّهِ عَلَى بَصِيرَةٍ أَنَا وَمَنِ اتَّبَعَنِي» (یوسف، ۱۰۸).

۳. «عَلَى بَيِّنَةٍ مِنْ رَبِّي» (انعام، ۵۷، هود، ۲۸ و ۶۳ و ۸۸). در آیات دیگری هم تعبیر مشابه آمده است؛ (هود، ۱۷، محمد، ۱۴، فاطر، ۴۰).



۲.۳. برهان و حکمت

حکمت در لغت، رسیدن به حق به واسطه علم و عقل معنا شده است (راغب اصفهانی، همان، ۱۲۱). حکما آن را علم به حقایق اشیاء به اندازه ظرفیت بشر (تهرانی، ۱۴۲۶ ق، ۱۱، ۲۷۰) و اصولیون، آن را مصلحت یا مفسده موجود در فعل که باعث تشریح حکم از سوی شارع شده می‌دانند (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶ ق، ۳، ۳۵۳)؛ به عبارتی فعل فاعل مختار که می‌دانند محکم، متقن و منطبق بر فایده، غایت، مصلحت و منفعت است (میرداماد، ۱۴۲۶، ۲۵۰)؛ آنها غرض از ذکر حکمت در دلیل را، قانع ساختن مکلف و برطرف ساختن شگفتی او از حکم شرعی برمی‌شمارند (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶ ق، ۲۹، ۱۱۰). علامه طباطبایی حکمت را با تعبیر بسیار لطیفی «حق» می‌داند و می‌فرماید: «حق، رأی و اعتقاد ملازم با رشد بدون غی و مطابق با واقع است» (طباطبایی، همان، ۱۹، ۲۷۱)؛ سپس ایشان حکمت را رأی و عقیده‌ای می‌داند که در صدق و نفع محکم باشد و کذبی مخلوط به آن نبوده، ضرر به دنبال نداشته باشد. ملاصدرا، حکمت را به حکمت غریزی، اخلاقی، برهانی و حکمت خاص تقسیم کرده که حکمت خاص، ویژه اهل کشف و شهود است (سجادی، ۱۳۷۳، ۲۱۰-۲۱۱). حکمت مرتبط اقناع اندیشه، همان حکمت برهانی است. از آنجاکه «برهان»، حجت قاطع، آشکار و دلیلی است که حق را از باطل جدا می‌کند و صحیح را از فاسد تمییز می‌دهد (خاتمی، ۱۳۷۰، ۷۷؛ صلیبا، ۱۹۳، ۱۳۶۶)؛ بین برهان و حکمت، قرب معنایی بسیاری است و معمولاً باهم استعمال می‌شوند؛ علاوه بر آیه ۱۲۵ سوره نحل که کلمه حکمت بعد از دعوت ذکر شده است، بعضی از آیاتی که واژه «حکمه» در آنها آمده، با واژه‌های رسالت و تعلیم ذکر شده؛ یعنی حکمت در تبلیغ و تعلیم لحاظ شده است؛ قبلاً بیان شد که محور آزادی فکری در تبلیغ قرآنی بسیار اساسی است. اگر ملاک حکمت - که محکم‌ترین طریق دعوت و از متقن‌ترین عناصر تبلیغ و تعلیم قرآنی است - با معیار اختیار و آزادی اندیشه - که مبنای دعوت و تبلیغ است - در کنار هم قرار گیرند، این نتیجه به دست می‌آید که بیان حکمت و استفاده از آن با آزادی اندیشه انسانی منافاتی ندارد و هنگامی که دعوتگر یا مبلغ بر مبنای حکمت سخن می‌گوید و با برهان و استدلال محکم

درصد اذیت‌ها مخاطب است، هیچ‌گاه الزام و اکراهی را متوجه تفکر مخاطب نمی‌کند؛ این مطلب به‌گونه دیگری در سخن علامه طباطبایی مشهود است؛ ایشان تعلیم قرآنی رسول خدا ﷺ را، تعلیم حکمت می‌داند که وظیفه‌اش تمایز حق از عقاید باطل و خرافه مردم است (طباطبایی، همان، ۴۵).

یکی از آیاتی که بیانگر عدم تحمیل و الزام فکری در استفاده از حکمت است، خود قرآن را حکمت بالغه خدا می‌داند که با وجود چنین حکمت رسایی، ترساندن کافران از عذاب خدا سودی به حالشان ندارد.^۱ حکمت بالغه، حکمتی کامل است که از ناحیه خودش، نقص و از جهت اثرش کمبودی ندارد و نُذُر جمع نذیر به معنای منذر است (همان، ۶۷)؛ بنابراین با آنکه قرآن حکمتی بالغ و محکم و بدون نقص است، اما همین برهان متقن با اندازهای شدید نیز در کافران مؤثر نمی‌افتد و درون آنها اذیت رخ نمی‌دهد؛ پس حکمت با قدرت بسیار بالای خود، الزام و تحمیلی در تفکر ایجاد نمی‌کند.

۲. ۴. مجادله احسن

جدال در فقه به دو معنای قسم خوردن برای اثبات یا نفی مطلبی و درگیری در مقام گفت‌وگو است (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶، ق، ۳، ۵۴)؛ معنی آن، یعنی نزاع، غلبه‌جویی و بستن زبان طرف مقابل که به معنای اول در باب محرمات احرام و به معنای دوم در باب مکروهات صوم و محرمات اعتکاف، مورد استفاده فقها واقع شده است؛ اما جدال احسن که مورد تأیید قرآن و روایات است و از جنبه حق، مقبول و مسلم بودن مورد استفاده و استشهاد قرار می‌گیرد (جوادی آملی، ۱۳۸۷، ۸، ۷۰)، فراتر از بستن زبان طرف مقابل است؛ آیات الهی با جدال احسن، امر به دعوت سبیل رب می‌کنند (نحل، ۱۲۵) و از جدال غیراحسن نهی می‌نمایند.^۲ از امام صادق علیه السلام پرسیدند: جدال غیراحسن چیست؟ فرمود: جدال غیراحسن، نازیبا و ناپسند، آن است که در اثر ضعف فکری خود، حق را انکار و یا باطلی را

۱. «حِكْمَةٌ بَالِغَةٌ فَمَا تُغْنِ التُّدْرُ» این آیات، حکمت‌های بالغه الهی است؛ اما این هشدارها مؤثر نیفتاد (قمر، ۵).

۲. «وَلَا تُجَادِلُوا أَهْلَ الْكِتَابِ إِلَّا بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ»؛ و با اهل کتاب جز به وجه احسن مجادله نکنید (عنکبوت، ۴۶).

پذیرید و یا در اثر سوءاستفاده از ضعف فکری رقیب چنین کاری را انجام دهید (بحرانی، ۱۴۱۶، ۴، ۳۲۳). از امر دو آیه شریفه به جدال احسن و فرمایش امام علیه السلام که ضعف فکری مجادله‌گر یا فقر اندیشه رقیب را دلیل جدال غیراحسن معرفی می‌کند، مفهومی استنباط می‌شود که فرایند جدال احسن با اسکات، ناسازگار و بلکه با آزادی فکری مخاطب، همراه است؛ اما اگر جدل فاقد محور بینش فکری باشد و یا ضعف فکری طرف مقابل «خصم» لحاظ شود با الزام فکری و یا همان بستن زبان طرف مقابل همراه خواهد بود. مؤید این مطلب، آیه شریفه‌ای است که منشأ جدال باطل را تکبر، غرور و خودخواهی می‌داند؛ بدین صورت که خودبزرگ‌بینی، مانع اندیشیدن و در نتیجه مانع پذیرش و تسلیم در برابر حق است که قطعاً مجادله باطل را در پی دارد.^۱ عدم انحصار جدل در معنای بستن زبان طرف مقابل، از عبارات فقها نیز قابل فهم است؛ ایشان، بعضی از جدل‌ها را واجب دانسته و معتقدند جدال یا به قصد احقاق حق و رد باطل و یا به قصد اظهار فضل و چیرگی بر طرف مقابل انجام می‌شود؛ اولی، پسندیده و بلکه از برترین طاعات و دومی، حرام است (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶ ق، ۳، ۵۵؛ به نقل از جواهر الکلام، ۱۷، ۲۰۳ و مسالک الافهام، ۲، ۱۰۹-۱۱۰ و الحدائق الناضرة، ۱۳، ۴۹۴ و مستند الشیعه، ۱۰، ۵۶۹)؛ فقها طبق احکام تکلیفی، علاوه بر دو قسم مذکور، جدل مستحب، مکروه و مباح را از دیگر اقسام آن شمرده‌اند (اردبیلی، ۱۴۰۳ ق، ۵، ۳۹۴-۳۹۹؛ میرزای قمی، ۱۴۱۷ ق، ۶، ۲۵۳-۲۵۴؛ نجفی، همان، ۱۷، ۲۰۳).

نتیجه نهایی اینکه در تعریف مجادله احسن باید معنایی فراتر از اسکات خصم را جستجو کرد؛ زیرا عنصر اندیشیدن در فرایند جدال احسن نهفته است. با توجه به قرابت معنایی اقناع با جدال احسن، اقناع اندیشه مخاطب را نیز باید در معنایی به جز اسکات لحاظ نمود.

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهش‌نامه
تربیت تبلیغی
سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



^۱ . «إِنَّ الَّذِينَ يُجَادِلُونَ فِي آيَاتِ اللَّهِ بِغَيْرِ سُلْطَانٍ أَتَاهُمْ إِنْ فِي صُدُورِهِمْ إِلَّا كَيْدٌ مَا هُمْ بِبَالِغِيهِ»؛ به درستی کسانی که بدون هیچ دلیلی که از ناحیه خدا در دست داشته باشند، در آیات خدا جدال می‌کنند، هیچ انگیزه‌ای به جز نخوت درونی ندارند و جدالشان به جایی نخواهد رسید و با جدال به هدف خود نمی‌رسند (غافر، ۵۶).

۲. ۵. امر به معروف و نهی از منکر

هرچند مقوله امر به معروف و نهی از منکر در نگاهی اجمالی به آن تناسب چندانی ندارد و ظاهراً فقط از امر به معروف و نهی از منکر، اصل ابلاغ فهم می‌شود، اما با غور در مسئله و تحقیق در چنین ادعایی که غالب گفت‌وگوهای با هدف‌گذاری اقتناع همراه است، گفت‌وگوهای از نوع امر به معروف و نهی از منکر نیز علاوه بر ابلاغ، با اقتناع همراه است. چنین مسئله‌ای نیازمند تحلیل است که در ادامه با تبیین مسئله امر به معروف و نهی از منکر آشکار می‌شود.

امر به معروف و نهی از منکر بنابر نظر اکثر علمای اسلامی، واجب کفایی است (امام خمینی، ۱۴۲۵، ۱، ۶۳؛ شیخ مفید، ۱۴۱۳، ۸۰۹؛ نجفی؛ همان، ۲۱، ۳۵۹؛ ابن ادریس حلی، ۱۴۱۰، ۲، ۲۲؛ فخر المحققین حلی، ۱۳۸۷، ۱، ۳۷۹؛ شهید اول، ۱۴۱۰، ۸۴؛ محقق حلی، ۱۴۰۸، ۱، ۳۱۱؛ ابن براج طرابلسی، ۱۴۰۶، ۱، ۳۴۰)؛ اما مشروط بر آنکه به آن نیاز باشد و این در صورتی است که بر کسی که علم به خوب و بد ندارد و جز از این راه نمی‌تواند به چنین علمی برسد، حجت تمام شود یا علم یا گمان غالب حاصل آید که چنین کاری مصلحت است. امر به معروف و نهی از منکر در سه مرحله و گام اساسی قرار دارد: (امام خمینی، همان، ۱، ۴۷۶؛ شیخ صدوق، ۱۴۱۸، ۱، ۵۷) مرحله قلبی، زبانی و عملی «باید»؛ مرحله قلبی، درونی بوده و مرحله عملی بر عهده حکومت اسلامی است. اگر قرار است بین اقتناع اندیشه و امر به معروف، ارتباطی کشف شود، باید این ارتباط را در مرحله زبانی جستجو کرد که بنابر نظر علما عمومی و بر عهده همگان و به صورت نصیحت و خیرخواهی است؛ کلمه راع و کلمه مسئول عن رعیت (قرشی، ۱۳۷۷، ۲، ۱۵۸).

در شرایط وجوب امر به معروف و نهی از منکر، موارد زیر گفته شده است: (امام خمینی، همان، ۱، ۶۵؛ خامنه‌ای، ۱۴۲۰، ۱، ۱۸۹؛ وحید خراسانی، ۱۴۲۸، ۲، ۳۹۴؛ خوئی، ۱۴۱۰، ۱، ۳۵۱؛ نجفی، همان، ۳۶۶؛ حلی، ۱۳۸۸، ۱، ۴۴۲) اول اینکه آمر و ناهی، عالم به معروف و منکر باشد. طبق این شرط، امر به معروف از شئون علماست و آیه شریفه، علما را به دلیل ترک آن مذمت می‌کند، اینکه که چرا

روحانیون و علمای قوم یهود، مردم را از ادای سخنان گناه‌آمیز و خوردن مال حرام، منع نمی‌کنند؟ چقدر زشت و ناپسند است کاری که انجام می‌دهند (مائده، ۶۳). دوم اینکه آمر و ناهی، احتمال تأثیر بدهد و سوم، اطمینان بر عدم ترتب مفسده در امر ونهی است؛ شهید مطهری از شرط اول به بصیرت علمی یاد می‌کند و مبنای دو شرط دیگر را بصیرت عملی می‌داند (مطهری، ۴، ۹۶۴). همان‌گونه که احتمال تأثیرگذاری جزو شرایط امر به معروف و نهی از منکر است، هدف اصلی اقناع نیز اثرگذاری در مخاطب قلمداد می‌شود؛ بنابراین می‌توان بین اقناع اندیشه مخاطب و بخش قولی و زبانی امر به معروف همگانی، ارتباط و تناسب را لحاظ کرد؛ به‌ویژه آنگاه که آمر و ناهی، احتمال تأثیرگذاری در مخاطب می‌دهد؛ بر این اساس پرسشی مطرح است که آیا امر به معروف و نهی از منکر در یک مسئله، با شرایط مذکور، یک‌مرتبۀ کفایت می‌کند یا لزوماً چندین مرتبۀ نیاز است؟ بنا به نظر علما، امر به معروف در واجبات، واجب و در مستحبات، مستحب است (امام خمینی، همان، ۱، ۴۶۳؛ شیخ طوسی، ۱۳۸۷، ق، ۱۶۰؛ حلبی، ۱۴۰۳، ق، ۲۶۴؛ راوندی، ۱۴۰۵، ق، ۱، ۳۵۶) و در صورت نیاز در واجب، تکرار می‌شود (امام خمینی، همان، ۱، ۴۶۸). از آنجاکه اقناع اندیشه دینی مخاطب در حیطه تبلیغ دینی و در گستره دعوت اسلامی است و از آنجاکه امر به معروف نیز در دایره دعوت دینی قرار دارد، بنابراین اگر تمام شرایط امر به معروف محقق شود، آمر به معروف و یا نهی از منکر، ابتدا دعوت به خیر می‌کند؛ سپس امر به آن معروف یا نهی از آن منکر و وظیفه اوست؛ به تعبیر دیگر، امر به معروف در یک مرحله، جنبه دعوتی دارد و در مرحله دیگر، جنبه آمرانه به خود می‌گیرد که از برخی آیات نیز مورد استفاده است.^۱

در بررسی موضوعات تبلیغ، دعوت، حکمت، جدال احسن و امر به معروف، طبق مبنای فقهی، آزادی اندیشه انسانی و عدم الزام فکری قابل استنباط است؛ با توجه به درهم‌تنیدگی این اصطلاحات با اقناع اندیشه مخاطب، عنصر مذکور در اقناع نیز قابل استخراج خواهد بود.

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهش‌نامه
تربیت تبلیغی
سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



۱. «وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ»؛ باید از میان شما طایفه‌ای باشند که مردم را به سوی خیر دعوت نموده، امر به معروف و نهی از منکر کنند؛ و این طایفه همانا رستگارانند (آل عمران، ۱۰۴).

۳. ضابطه‌های اقناع

پس از حکم به جواز اقناع اندیشه مخاطب، پرسش دیگری جلوه‌گر می‌شود که آیا بر اساس مبانی فقهی می‌توان هرگونه اقناعی را جایز شمرد؟ یا اینکه حتی با اهداف متعالی نیز نمی‌توان از هر راهی برای اقناع اندیشه استفاده کرد؟ با دقت در ویژگی‌های انسانی که آیات الهی و روایات معصومین (علیهم‌السلام)، مبین آنهایند، می‌توان ملاک‌هایی به دست آورد. در اینجا به مهم‌ترین ملاک‌هایی که باید در فرایند اقناع مورد توجه قرار گیرند، پرداخته شده است.

۳.۱. اختیار در انتخاب و آزادی اندیشه

ساده‌ترین و درعین‌حال ضروری‌ترین راه تعیین معیار اقناع اندیشه مخاطب، شناخت ویژگی‌های انسانی است؛ بر اساس آموزه‌های اسلامی، انسان حیاتی الهی دارد و باید حیات الهی و جاودانی، پارسایی و خداخواهی فطری خویش را به فعلیت برساند و مراحل تکامل را بپیماید. آیات قرآن، هویت او را فقر محض و تمایل به توحید معرفی می‌کند^۱ که هنگام دعوت شدن به حق، فطرتاً گرایش به حقیقت دارد و قابلیت پذیرش حق در وجود او نهفته شده است. انسان دارای ساختار وجودی با ساحت‌های شناختی و علمی، تمایلات و گرایش‌ها و توانایی‌ها و دارای اوصاف متعددی است (جوادی آملی، ۱۳۸۴، ۱۹۳). ساحت علمی انسان، متشکل از قوای گوناگونی نظیر عقل و قوه متفکره است و با استفاده از این ابزار، آگاهی حاصل می‌شود؛ با این حال، علم و ادراک انسان، محدود و خطاپذیر است و گاهی بر عقل انسان حجاب غفلت و نادانی کشیده شده است؛ در نتیجه سایر قوا بر قوه عاقله و تفکر انسان غلبه می‌کند؛ بر این اساس نیاز انسان به دعوت، تبلیغ و اقناع نمود می‌یابد؛ لکن اقناع اندیشه انسانی باید در چارچوب ساختار

۱. «فَأَقِمْ وَجْهَكَ لِلدِّينِ حَنِيفاً فِطْرَتَ اللَّهِ الَّتِي فَطَرَ النَّاسَ عَلَيْهَا لَا تَبْدِيلَ لِخَلْقِ اللَّهِ ذَلِكَ الدِّينُ الْقَدِيمُ وَ لَكِن كَثُرَ النَّاسُ لَا يَعْلَمُونَ»؛ پس روی خود به سوی دین حنیف کن که مطابق فطرت خدا است؛ فطرتی که خدا بشر را بر آن فطرت آفریده و در آفرینش خدا دگرگونگی نیست، این است دین مستقیم، ولی بیشتر مردم نمی‌دانند (روم، ۳۰).
«يَا أَيُّهَا النَّاسُ أَنْتُمُ الْفُقَرَاءُ إِلَى اللَّهِ وَاللَّهُ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ»؛ ای مردم! شما محتاج به خدايید و خدا تنها بی‌نیاز و ستوده است (فاطر، ۱۵).

علمی انسانی باشد، به‌ویژه آنکه قوه متفکره، یکی از قوای این ساحت است و آزادانه به تجزیه و تحلیل می‌پردازد. به تعبیر شهید مطهری، تفکر از هر جهت آزاد است؛ بنابراین از آن نمی‌توان جلوگیری کرد و اسلام کسی را از تفکر منع نکرده است (مطهری، ۱۳۸۲، ۲۵)؛ از این رو اقتناع اندیشه در چارچوب آزادی قوه متفکره، صحیح خواهد بود. قرآن کریم که جزء مبنایی‌ترین منابع فقهی است، توجه ویژه‌ای به ساحت خردورزی انسان دارد؛ علاوه بر این، قرآن ساحت تمایلات را نیز مورد عنایت قرار داده است؛ به‌طور مثال، برای نفرت انسان از غیبت، تشبیه واقعی مرده‌خواری را بیان نموده است.^۱

بر اساس آیات قرآن، بعضی اوصاف انسانی، نظیر کرامت و فضیلت با جلوه‌های تعلیم و تعلم، بصیرت و تشخیص خیر از شر، حاکی از ستایش انسان‌اند (بقره، ۳۱ و ۳۳، تین؛ ۴ نحل؛ ۱۲۵، قیامت؛ ۱۴، یوسف؛ ۱۰۸) و برخی دیگر از اوصاف، مثل خلقت و طبیعت ضعیف، در صورت عدم تبعیت از فطرت الهی، منشأ اوصاف نکوهیده‌ای، نظیر عجزول بودن، ضعف در مقابل طوفان غرایز، جدال مذموم، طغیانگری، ستیزه‌جویی و توجیه‌گری می‌شوند (اسراء، ۱۱؛ نساء، ۲۷ و ۲۸؛ کهف، ۵۴؛ علق، ۶ و ۷، نحل، ۴؛ قیامت، ۱۴ و ۱۵). اگرچه بصیرت و قوه متفکره درون هر انسانی وجود دارد، اما ممکن است با وجود صفت مذموم عجزول بودن، تجزیه و تحلیل درست صورت نگیرد و اقناعی صحیح رخ ندهد و یا ممکن است انسان عجزول، تحت‌تأثیر فریب اقناعی قرارگیرد. همچنین انسان در مقابل طوفان غرایز، ضعیف است و امکان دارد این ضعف در اندیشه او نیز مؤثر بیفتد. گاهی نیز به سبب جدال مذموم، حقیقت دیده نمی‌شود که بر اساس آیات قرآن، باید با جدال احسن به حق دعوت کرد. طبق آیات قرآن کریم، همیشه انسان‌هایی هستند که سعی دارند از ساختار وجودی خویش پا را فراتر گذارند، طغیان در تمام اعمالشان رخنه کرده، در اقناع دیگران نیز طغیان‌گرند و به هر شیوه‌ای قصد متقاعدسازی دیگران را دارند. ستیزه‌جو هم در مقابل حق و هم دعوت به حق،



^۱. «وَ لَا يُغْتَبُ بِعَضُوكُمْ بَعْضًا أُحِبُّ أُوْحَدِكُمْ أَنْ يُكَلِّ لِحْمِ أَخِيهِ مَيْتًا فَكَرِهْتُمُوهُ» (و دنبال سر یکدیگر غیبت نکنید، آیا یکی از شما هست که دوست بدارد گوشت برادر مرده خود را بخورد؟ قطعاً از چنین کاری کراهت دارید) (حجرات، ۱۲).

نه تنها قانع نمی‌شود، بلکه خصومت نیز پیدا می‌کند. همچنین با وجود بصیرت تکوینی، قوه متفکره، نیروی عاقله و توانایی تجزیه و تحلیل، گاهی توجیه‌گری انسان باعث می‌شود حق را کنار زده، خویشتن را محور قرار دهد و هرچند ممکن است در انسان توجیه‌گر، اقتناع رخ دهد، اما او همواره سعی در توجیه آن دارد. فعالیت این ساحت‌های مختلف وجودی و اوصاف متعدد انسانی، در تعامل و هماهنگی با یکدیگرند؛ در فرایند اقتناع اندیشه انسانی، اگرچه مستقیماً بعد اندیشه او مورد رصد و تکاپو قرار گرفته، اما با توجه به تعامل ساحت فکری او با سایر ساحت‌ها و قوا، به سایر ابعاد وجودی او نیز باید توجه ویژه‌ای شود؛ اما در تک‌تک آنها نیز یک نقطه مشترک مربوط به موضوع اقتناع به چشم می‌خورد و آن حق انتخاب و اختیار آدمی است؛ در ساحت علمی انسان، قوه متفکره قرار دارد و در تمام اوصاف انسانی، اختیار اوست که جلوه‌گری می‌کند. اگر تبیین ویژگی‌های انسان با موضوع اقتناع، سنجیده و مرتبط شود، ضابطه مهمی را می‌توان به دست آورد که همان اختیار انسانی و حق انتخاب اوست. اگر به صورت خاص و یک‌به‌یک، تعامل اندیشه با سایر ساختارها، ساحت‌ها، ابعاد و قوای انسانی جستجو شود، نتایج مهمی به دست می‌آید که به یک مورد، یعنی تعامل قدرت و علم بسنده می‌شود؛ قدرت، صفتی است که به واسطه آن، موجود دارای حیات بر اساس اراده توانایی انجام فعل یا ترک آن را داراست (سجادی، ۱۳۷۳، ۳، ۱۴۷) و انسان به سبب آن صفت می‌تواند کاری را انجام دهد یا ترک کند (ابن‌سینا، ۱۴۰۴، ق، ۱۷۳)؛ قادر، کسی است که هرگاه اراده کند، فعل از او صادر شود (صدرالمتالهین، ۱۹۸۱، م، ۲، ۲۱۶)؛ بنابراین اگر انسان قدرت دارد، یعنی موجودی مختار است؛ از طرف دیگر، در ساحت علمی انسان که قدرت و اختیار انسانی در ساختار و ساحت‌های گوناگون انسان، تأثیرهای متفاوتی دارد، در تعامل با اندیشه، آزادی اندیشه را نتیجه می‌دهد؛ به عبارتی ماهیت اندیشه به گونه‌ای است که قابلیت جبر و تحمیل ندارد؛ اگرچه ممکن است دیگران مقدماتی ایجاد کنند تا تفکر آدمی همسو با آن باشد؛ اما بازهم اندیشیدن از آن انسانی است که مسئله را ادراک، تجزیه و تحلیل و گزینش می‌کند که البته اگر انسان، به درستی، عملیات اندیشیدن را با تمام مراحلش طی نکند، ممکن است با توجه

به مقدمات غلط و یا چینش ناصحیح به خطا و بیراهه برود. نتیجه‌ای که از تعامل قدرت و علم به دست می‌آید، همان آزادی اندیشه است که این خود یک ضابطه در اقناع اندیشه است؛ در اقناع اندیشه مخاطب، باید آزادی اندیشه انسانی حفظ شود و بر اساس آزادی فکری او اقناع صورت گیرد؛ یعنی مقدمات و چینش درست به فکر مخاطب القا شود؛ در غیر این صورت، فریب اقناعی رخ می‌دهد؛ هرچند که هدف اقناع‌کننده، ارزشمند و در جهت اهداف قرآنی و دینی باشد.

۳. ۲. استخدام وسیله

در بحث اقناع اندیشه مخاطب، شکی در تعالی هدف نیست؛ اما در استخدام وسیله برای اهداف مقدس، طبق مبانی فقهی فقط ابزارهای مشروع جایز است و اهداف مقدس، توجیه‌گر ابزار نامقدس نیست. استخدام وسیله در ابواب گوناگون فقهی و با مصادیق متعددی مطرح شده که به برخی از موارد مرتبط با اقناع اشاره می‌شود؛ مثلاً با هدف تبلیغ و گسترش دین، نمی‌توان برای ساختن یک مسجد، از منابع و امکانات حرام استفاده کرد و برای هدایت مردم، به جعل حدیث روی آورد (مطهری، ۱۳۶۸، ۱، ۱۱۹). فقها حلال ساختن حرام‌ها را به بهانه نیاز، جایز نمی‌دانند و این سخن که هدف، وسیله را توجیه می‌کند، باطل می‌دانند (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶ ق، ۲۶، ۱۰)؛ از این‌رو کلیه راه‌ها، وسیله‌ها و شیوه‌ها را لزوماً مطابق و همسو با موازین و اهداف اسلام می‌دانند (عمید زنجانی، ۱۴۲۱ ق، ۱، ۲۱). تدلیس از دیگر مواردی است که اگر در هر باب فقه مطرح شود، فقها حکم به حرمت آن داده‌اند. نشر اکاذیب، مبالغه در تیتیر خبر و سانسور خبری را نیز می‌توان تحت مسئله مذکور مطرح نمود.

عدم اطلاق هرگونه وسیله برای اهداف مشروع در آیات قرآن کاملاً مشهود است. علامه طباطبایی ذیل آیات ۲ تا ۶ سوره مبارکه نساء می‌فرماید: «دعوت اسلامی بر مبنای حق صریح است و نمی‌تواند با مقدمات و وسایل باطل به هدف برسد» (طباطبایی، ۱۴۱۷ ق، ۴، ۱۵۵)؛ به تعبیر مرحوم طبرسی، آیات ۷۳ تا ۷۵ سوره اسراء در این زمینه نازل شده که گروهی از قبیله ثقیف به پیامبر ﷺ گفتند

فصلنامه
علمی-تخصصی

پژوهش‌نامه

تبلیغ

سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



به سه شرط با تو بیعت می‌کنیم: در نماز خم نشویم، بت‌هایمان را با دست خود نشکنیم، یک سال دیگر از بت «لات» استفاده کنیم. پیامبر ﷺ فرمود: دینی که رکوع و سجود ندارد، خیری در آن نیست، اما شکستن بت‌ها، اختیار به دست شماست؛ یعنی اگر شما این کار را نمی‌کنید، ما بت‌ها را می‌شکنیم؛ اما اینکه یک سال دیگر از بت «لات» استفاده کنید، من چنین اجازه‌ای به شما نمی‌دهم (طبرسی، ۱۳۷۲، ۶، ۶۶۵). مطابق این آیات شریفه، به‌ویژه با توجه به آنچه در روایات اسباب نزول آمده، هدف، وسیله را توجیه نمی‌کند، وگرنه پیامبر می‌توانست برای گسترش دین اسلام، تقاضای آنها را بپذیرد، اما پذیرش تقاضای آنها با مبانی وحی ناسازگار بود. از آیه دیگری^۱ نیز تأکید بر مبادی درست مورد استفاده است، آنجا که چند تن از بزرگان یهود به رسول خدا گفتند: تو می‌دانی که ما از بزرگان و دانشمندان یهودیم و اگر ما به تو بگرویم، یهود مخالفتی نکرده و پیروی نیز می‌نمایند. بین ما و عده‌ای خصومتی هست و تو را حکم قرار داده‌ایم، اگر بر ضدشان حکم کنی، ایمان آوریم و به تبع ما نیز همه یهود ایمان می‌آورند؛ پیامبر از پیشنهاد ایشان امتناع ورزید (طبرسی، ۱۳۷۷، ۱، ۳۳۴)؛ طبق این آیه می‌توان استنباط کرد که هدف، وسیله را توجیه نمی‌کند؛ بنابراین نباید به دلیل مسلمان شدن گروهی، از داوری و قضاوت ناروا کمک گرفت. بر اساس آیه ۵۲ سوره انعام نیز، هدف توجیه‌گر ابزار نیست؛ زیرا پیامبر ﷺ برای جذب سران کفر، هیچ‌گاه به مسلمانان موجود اهانت ننمود. در شأن نزول آیه آمده جمعی از کفار پولدار، چون دیدند فقیرانی مانند عمار، بلال و خباب دور پیامبر ﷺ را گرفته‌اند، پیشنهاد کردند حضرت آنها را طرد کند تا آنان گرد او جمع آیند (طبرسی، ۱۳۷۷، ۱، ۳۸۰). آیه نازل شد و فرمود: و کسانی را مران که پروردگار خود را بامدادان و شامگاهان می‌خوانند، درحالی که او را می‌خواهند. از حساب آنان چیزی بر عهده تو نیست و



۱. وَأَنْ أَحْكُمُ بَيْنَهُمْ بِمَا أَنْزَلَ اللَّهُ وَلَا تَتَّبِعْ أَهْوَاءَهُمْ وَاحْذَرْهُمْ أَنْ يَفْتِنُوكَ عَنْ بَعْضِ مَا أَنْزَلَ اللَّهُ إِلَيْكَ فَإِنْ تَوَلَّوْا فَاعْلَمُوا أَنَّمَا يُرِيدُ اللَّهُ أَنْ يُصِيبَهُمْ بِبَعْضِ ذُنُوبِهِمْ وَإِنَّ كَثِيرًا مِنَ النَّاسِ لَفَاسِقُونَ؛ و در بین مسلمانان به آنچه خدا نازل کرده حکم کن و از هوا و هوس آنان پیروی نکن و بترس از اینکه نسبت به بعضی از احکامی که نازل شده، غافل و دچار فتنه‌ات سازند و اگر از قبول دعوت اعراض می‌کنند باید بدانی علتش این است که قبلاً گناهانی کرده بوده‌اند و خدا می‌خواهد اثر بعضی از آن گناهان را به ایشان برساند، و آن همین است که حق را نپذیرند- آری بسیاری از مردم عصیانگرند (مائده، ۴۹).

از حساب تو نیز چیزی بر عهده آنان نیست تا ایشان را برانی و از ستمکاران باشی؛^۱ همچنین از آنجا که بر اساس آیه ۲۸ سوره کهف^۲، ارزش‌های الهی در هر شرایطی باید رعایت شود و نمی‌توان به سبب مصلحت‌جویی آنها را کنار گذاشت؛ هدف‌ها نمی‌توانند مجوز استفاده از هر ابزاری شوند. در دوران غربت اسلام که مسلمانان نیاز شدیدی به نیرو و امکانات داشتند، چند تن از سران قبایل نزد پیامبر ﷺ آمدند و گفتند: اگر تو این تهیدستان را از دور خود برانی، ما دین تو را می‌پذیریم و تو را یاری می‌کنیم؛ پیامبر ﷺ با اینکه که علاقه شدیدی به گسترش اسلام داشت، درخواستشان را نپذیرفت (طبرسی، ۱۳۷۲، ۶، ۷۱۸). بر اساس آیه دیگری، هدف، وسیله مناسب برای رسیدن به مقصود را محدود و معین می‌سازد و در منطق اسلام، درست نیست مؤمنان برای رسیدن به اهدافشان، راه‌های پیچ‌درپیچ و خطا را بپیمایند؛ زیرا آن راه‌ها نه تنها به هدف نمی‌رسند، بلکه رهنورد خود را به فحشا و کارهای زشت و ناپسند می‌کشاند.^۳ شاید مقصود از تَبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ^۴ و مراد از پیروی نکردن از گام‌های شیطان، پیروی نکردن از وسایل و راه‌های اوست.

در بحث رابطه هدف و وسیله و مسئله اقناع مخاطب، پرسشی اساسی مطرح می‌شود که آیا اگر مصلحتی اقتضا کرد، می‌توان با ابزارهای غیرمشروع به اقناع اهتمام داشت یا خیر؟ به تعبیر دیگر آیا به سبب مصالح مهم‌تری می‌توان از تکنیک‌ها و شیوه‌های غیرمشروع استفاده نمود یا خیر؟

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهش‌نامه
تربیت‌تبلیغی
سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



^۱ «وَلَا تَطُودِ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ مَا عَلَيْكَ مِنْ حِسَابِهِمْ مِنْ شَيْءٍ وَمَا مِنْ حِسَابِكَ عَلَيْهِمْ مِنْ شَيْءٍ فَتَطْرُدَهُمْ فَتَكُونَ مِنَ الظَّالِمِينَ» (انعام، ۵۲).

^۲ «وَ اصْبِرْ نَفْسَكَ مَعَ الَّذِينَ يَدْعُونَ رَبَّهُمْ بِالْغَدَاةِ وَالْعَشِيِّ يُرِيدُونَ وَجْهَهُ وَ لَا تَعْدُ عَيْنَاكَ عَنْهُمْ تُرِيدُ زِينَةَ الْحَيَاةِ الدُّنْيَا وَ لَا تُطِعْ مَنْ أَغْفَلْنَا قَلْبَهُ عَنْ دِكْرِنَا وَ اتَّبَعَ هَوَاهُ وَ كَانَ أُمْرُهُ فُطُورًا»؛ با کسانی که بامداد و شبانگاه پروردگار خویش را می‌خوانند و رضای او را می‌جویند، با شکیبایی قرین باشد و دیدگانت به جستجوی زیور زندگی دنیا از آنها منصرف نشود. اطاعت مکن کسی را که دلش را از یاد خویش غافل کرده‌ایم و هوس خود را پیروی کرده و کارش زیاده‌روی است (کهف/۲۸).

^۳ «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَبِعُوا خُطُواتِ الشَّيْطَانِ وَمَنْ يَتَّبِعْ خُطُواتِ الشَّيْطَانِ فَإِنَّهُ يَأْمُرُ بِالْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ»؛ ای کسانی که به خدا ایمان آورده‌اید مبادا پیروی شیطان کنید که هر کس قدم به قدم از پی شیطان رفت او به کار زشت و منکرش واداشت (نور، ۲۱).

پاسخ به مسئله از زوایای گوناگونی قابل بررسی و واکاوی است که در ابتدا شبهه معروف و سخن مشهور «دروغ مصلحت‌آمیز، به از راست فتنه‌انگیز» مورد تحلیل قرار می‌گیرد و با رهیافت و نتیجه‌گیری از چنین تحلیلی، دریافتی مناسب به دست خواهد آمد. تحلیل مسئله آنکه برخی گفته‌اند بر اساس «دروغ مصلحت‌آمیز، به از راست فتنه‌انگیز» در اقناع اندیشه مخاطب، می‌توان برای مصالح و منافع مهم‌تر از محتواهای باطل نیز استفاده نمود و دست به دامان فریب اقناعی شد. در تبیین این اشکال، قول فقها، ملاک قرار داده می‌شود که رجحان دفع افسد به فاسد را جزو مستقلات عقلیه محسوب کرده، این قاعده را می‌پذیرند و طبق قاعده دفع فاسد به افسد می‌توان با دروغ مصلحت‌آمیز، فساد بزرگ‌تر را برطرف کرد. توضیح بیشتر این است که فقها دروغ و کذب را قول و فعل و اشاره‌ای دانسته‌اند که با واقع یا با مراد گوینده و یا با هردو مطابقت نداشته باشد و آن را از گناهان کبیره برشمرده‌اند (هاشمی شاهرودی، ۱۴۲۶ ق، ۳، ۶۰۲)؛ اما در اینکه آیا مطلقاً گناه کبیره است؛ هرچند مفسده‌ای بر آن مترتب نشود، یا تنها در صورت ترتب مفسده، مانند ایجاد فتنه و قتل نفس محترم و دروغ بر خدا و محبت‌هایش این‌گونه است، اختلاف است. فقها دو مورد را از دروغ حرام استثنا کرده‌اند و حتی گاهی آن را واجب دانسته‌اند: اول در جایی که ضروری باشد، مثلاً برای دفع ضرر مالی و جانی باشد، مثل توریه که مشهور آن را واجب می‌دانند؛ دوم برای اصلاح بین مردم؛ بنابراین آیا طبق کلام فقها می‌توان از ابزارهای غیرمشروع در جهت اقناع اندیشه مخاطب استفاده نمود؟ پاسخ این است که اولاً: خود فقها در اینکه آیا مطلق کذب، گناه کبیره است یا در صورت ترتب مفسده، اختلاف نظر دارند؛ ثانیاً: مشهور فقها توریه را واجب نیز دانسته‌اند (شیخ انصاری، ۱۴۱۵ ق، ۲، ۲۲). بنابر نظر عده‌ای از فقها، توریه حتی از مصادیق دروغ نیز نخواهد بود. توضیح آنکه باید معنای کذب را دانست؛ کذب در مقابل صدق و به معنای عدم مطابقت است. فقها در معنای مطابقت اختلاف نظر دارند؛ برخی، کذب را عدم مطابقت ظهور کلام خبری با واقع می‌دانند و برخی، کذب را عدم مطابقت خبر با اعتقاد خبردهنده معنا می‌کنند و عده‌ای دیگر آن را به عدم مطابقت خبر با واقع و اعتقاد خبردهنده، هردو تعریف

می‌کنند (شاهرودی، همان)؛ بنابراین اگر عدم مطابقت مراد گوینده یا مخالفت او با واقع در تعریف لحاظ شود، توریه از مصادیق دروغ نخواهد بود. به نظر می‌رسد قول سوم، جامع‌تر است و بر این اساس، دروغ زمانی معنا پیدا می‌کند که هر دو ملاک کنار هم قرار گیرند؛ پس اگر کسی از توریه استفاده نمود، چون مطابق با اعتقاد او نیست، دروغ محسوب نمی‌شود. در این زمینه می‌توان به آیه‌ای استشهد نمود که از عدم راست‌گویی مخبرین سخن می‌گوید و می‌فرماید منافقین شهادت می‌دهند که تو رسول خدایی، خدا هم شهادت می‌دهد که تو رسول اوئی، ولیکن منافقان دروغ می‌گویند.^۱ چرا با آنکه قول آنها مطابق با واقع است، قرآن به آنها نسبت کذب می‌دهد؟ چون سخن با اعتقاد گوینده مطابق نیست. پس هرگاه خبر و مخبر هر دو باهم صادق و یا کاذب باشند، می‌توان حکم به صدق و یا کذب نمود. علامه طباطبایی معتقد است حقیقت کذب یعنی خبر گوینده با خارج مطابقت نداشته باشد، پس صدق و کذب، وصف خبر است؛ ولی چه بسا مطابقت در صدق و مخالفت در کذب به حسب اعتقاد خبردهنده را هم صدق و کذب می‌نامند؛ در نتیجه خبر به حسب اعتقاد خبردهنده مطابق با واقع باشد، صدق می‌نامند، هرچند که در واقع مطابق نباشد و مخالفت خبر به حسب اعتقاد خبردهنده را دروغ می‌نامند، هرچند در واقع مخالف نباشد. نوع اول را صدق و کذب خبری و نوع دوم را صدق و کذب مخبری می‌گویند؛ پس عبارت «إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ» حکایت اظهار ایمان منافقین است که گفتند شهادت می‌دهیم که تو حتماً رسول خدایی، چون این گفتار، ایمان به حقانیت دین است که وقتی بازشوی، ایمان به حقانیت نیز دستور رسول خدا، ایمان به وحدانیت خدا و ایمان به معاد و همان ایمان کامل است. عبارت «وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ»، تثبیت خدا نسبت به رسالت رسولش است. همچنین وجود وحی و مخاطبت رسول خدا ﷺ که در تثبیت رسالت ایشان کافی است، قرینه‌ای صریح بر کذب منافقین است؛ زیرا معتقد به گفتارشان نیستند؛ هرچند گفتارشان، یعنی رسالت پیامبر صادق

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهش‌نامه
تربیت تبلیغی
سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



۱. « إِذَا جَاءَكَ الْمُنَافِقُونَ قَالُوا نَشْهَدُ إِنَّكَ لَرَسُولُ اللَّهِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ إِنَّكَ لَرَسُولُهُ وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّ الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ »؛ ای رسول ما چون منافقان (ریاکار) نزد تو آمده، گفتند: ما به یقین و حقیقت گواهی می‌دهیم که تو رسول خدایی، (فریب مخور) خدا می‌داند که تو رسول اوئی؛ و خدا گواهی می‌دهد که منافقان (سخن به مکر و خدعه و) دروغ می‌گویند (منافقون، ۱).

است؛ بنابراین منافقین در گفتارشان به کذب مخبری کاذبند، نه به کذب خبری و منظور جمله «وَاللَّهُ يَشْهَدُ إِنَّا الْمُنَافِقِينَ لَكَاذِبُونَ»، کذب مخبری است، نه کذب خبری (طباطبایی، ۱۴۱۷ ق، ۱۹، ۲۷)؛ به عبارت دیگر، منافقان قصد خیر از رسالت پیامبر ﷺ نداشتند، بلکه از اعتقاد خود به نبوت او خبر دادند و مسلماً در این خبر دروغگو بودند (طباطبایی، ۱۳۷۴، ۲۴، ۱۴۹). بحث تقیه نیز در این راستا قابل طرح است.

بنابراین آنچه باعث غیرمشروع بودن دروغ می‌شود، همان اقتضا و ملاکی است که بر آن مترتب می‌شود؛ اگر مفسده‌ای بر آن مترتب باشد، مثلاً باعث قتل، فساد و فتنه شود، در این صورت، آن دروغ، حرام و از ابزار غیرمشروع است؛ اما اگر ملاک، اصلاح بین مردم و یا توریه باشد، از ابزار حرام محسوب نمی‌شود و حتی شاید بتوان گفت: عنوان دروغ در آن صدق نمی‌کند؛ مثل روایتی که امام در آن راجع به اموری به معاویه بن وهب دستور داده بود و فرمود: از جانب من چنین و چنان بگو. عرض کرد: فرموده شما را به آنها برسانم و خودم هم آنچه را شما فرموده‌اید و چیزهای دیگری را که نفرموده‌اید، بگویم؟ فرمود: «المصلح لیس بکاذب» مصلح، دروغگو نیست؛ یعنی این صلح است، نه دروغ (کلینی، ۱۳۶۲، ۲، ۲۱۰).

رهیافتی که تحلیل فوق نتیجه می‌دهد و ابهام مسئله را برطرف می‌کند، چنین به دست می‌آید که کاربرد روش‌های فریبکارانه تحت هیچ شرایطی در اقناع مخاطب دخیل نیستند. توضیح اجمالی آنکه، اولاً باید مبانی قبح فریب و اصل حرمت دروغ ملاحظه شود و ثانیاً در مرحله بعدی به استثنای دروغ مصلحت‌آمیز پرداخته شود که آیا با وجود چنین مصالحی می‌توان کاربرد روش‌های اقناعی غیرمشروع را جایز دانست یا خیر؟ که با دقت در تبیین فوق می‌توان گفت که مقوله‌ای نظیر دروغ مصلحت‌آمیز، حرمت دروغ را از بین می‌برد و کار حرامی صورت نگرفته است؛ بنابراین این مسئله مجوز کاربست تکنیک‌های غیرمشروع نیست؛ به‌علاوه طبق توضیح دقیق‌تر، مقوله‌هایی نظیر توریه اصلاً دروغ محسوب نمی‌شوند که در مرحله اولی حرام باشد و در مرحله بعدی از حرمت خارج شده باشند؛ به‌علاوه تحلیل فوق، حرمت کاربست شیوه‌های فریبکارانه به‌صورت مطلق در آیات و روایات متعدد دیگری قابل بررسی است؛ به‌عنوان نمونه، قرآن کریم

پذیرش و واداشتن و متقاعد کردن مردم با استفاده از دروغ و فریب، تقبیح و نهی می‌کند و می‌فرماید: «فَوَيْلٌ لِلَّذِينَ يَكْتُمُونَ الْكِتَابَ بِأَيْدِيهِمْ ثُمَّ يَقُولُونَ هَذَا مِنْ عِنْدِ اللَّهِ لَيْسَتْ رُؤَا بِهٖ ثَمَّآ قَلِيلاً فَوَيْلٌ لَهُمْ مِّمَّا كَتَبَتْ أَيْدِيهِمْ وَوَيْلٌ لَهُمْ مِّمَّا يَكْسِبُونَ»؛ پس وای بر آنهایی که کتاب را به دست خود می‌نویسند تا سود اندکی ببرند. می‌گویند که از جانب خدا نازل شده است؛ پس وای بر آنها از آنچه با دست خود نوشته‌اند و وای بر آنها از آنچه به دست می‌آورند» (بقره، ۷۹).

همچنین امام صادق (علیه السلام) حصر صدق حدیث را به‌عنوان یکی از دو محور بعثت پیام‌آوران الهی معرفی می‌کند و می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ عَزَّوَجَلَّ لَمْ يَبْعَثْ نَبِيًّا إِلَّا بِصِدْقِ الْحَدِيثِ وَ أَدَاءِ الْأَمَانَةِ إِلَى الْبَرِّ وَ الْفَاجِرِ»؛ خدای عزوجل هیچ پیامبری را نفرستاد، مگر با راست‌گویی و برگرداندن امانت به نیکوکار و بدکار (کلینی، ۱۳۶۲، ۲، ۱۰۴). در مذمت فریبکاری برای رسیدن به مقاصد و تعیین صداقت به‌عنوان اصل، سخن امام علی (علیه السلام) فراروی پژوهش است که نشان می‌دهد تبلیغات و اقناع‌گری‌های مورد تأیید امام (علیه السلام)، تفاوت بسیاری با فریب و حيله دارد. امام می‌فرماید: «وَ اللَّهُ مَا مُعَاوِيَةَ بِأَذَى مِنِّي وَ لَكِنَّهُ يَغْدِرُ وَ يَفْجُرُ وَ لَوْ لَا كَرَاهِيَةُ الْغَدْرِ لَكُنْتُ مِنْ أَذَى النَّاسِ وَ لَكِنْ كُلُّ غَدْرَةٍ فُجْرَةٌ وَ كُلُّ فُجْرَةٍ كُفْرَةٌ وَ لِكُلِّ غَادِرٍ لَوَاءٌ»؛ سوگند به خدا، معاویه از من سیاستمدارتر نیست، اما معاویه حيله‌گر و جنایتکار است؛ اگر نیرنگ ناپسند نبود، من زیرک‌ترین افراد بودم، ولی هر نیرنگی گناه و هر گناهی نوعی کفر و انکار است (سیدرضی، ۱۴۱۴، ۱۴).

۳.۳. تکرار فرایند اقناع

از آنجاکه اقناع ارتباط بسیار نزدیکی با تبلیغ دارد و بلکه در گستره تبلیغ و دعوت است، بر این اساس، آیا پس از انجام فرایند اقناع اندیشه دینی مخاطب، اگر اقناع در او مؤثر نیفتد، بازهم باید روند اقناع ادامه یابد و یا اصولاً تکرار موجب الزام در حوزه اندیشه خواهد بود؟

می‌توان مسئله را از زوایای مختلف مربوط به موضوع مسائل امر به معروف و نهی از منکر، هدایت و تلاوت آیات بررسی نمود؛ گفته شد در مراحل مختلف

امربه معروف و نهی از منکر، مرحله قولی و زبانی، مرتبط با موضوع اقناع اندیشه است. با توجه به اینکه امر به معروف در مرحله زبانی پیوسته در حال اقناع طرف مقابل است تا او با پذیرش مطلب، به خیر تمایل پیدا کند یا دست از منکر بردارد، می توان گفت اقناع نیز دارای پیوستگی و مداومت است؛ به شرط آنکه مقوله اقناع، واجب باشد. مثلاً مسلمانی که اهل نماز نیست و در جمع مراعات خواندن نماز نمی کند، برفرض اینکه نماز، یک معروف است، اقناع کننده و امر به معروف، پیوسته درباره اهمیت و عظمت نماز و آثار فردی و اجتماعی آن برای مخاطب سخن می گوید تا او را به پذیرش آن دعوت نماید و تا زمانی که مخاطب نسبت به مطالب گوینده قانع نشود، هیچ گاه به معروف مورد نظر تمایل و گرایش پیدا نمی کند.

در مداومت امر به معروف و نهی از منکر گفته می شود آنجا که حرف ما اثر ندارد، وظیفه ساقط نمی شود، بلکه باید از دیگران بخواهیم تا آنان بگویند؛ حتی اگر برای مدت کوتاهی می توان جلوی فساد را گرفت و اگر با تکرار می توان به نتیجه رسید، باید تکرار کرد.

در مسئله هدایت که بر دو گونه تکوینی و تشریحی است و هدایت تشریحی مشتمل بر دو قسم ارائه طریق و ایصال الی المطلوب است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ۷، ۴۷۷)، تطابق بحث اقناع با هدایت، مربوط به حوزه هدایت تشریحی و متناسب با قسم ارائه طریق و فراهم ساختن وسیله است که پرداختن به این نوع هدایت، ضروری است (انسان، ۳؛ یونس، ۱۰۸؛ نمل، ۹۲؛ اسراء، ۱۵؛ زمر، ۴۱، سبأ، ۵۰؛ بقره، ۱؛ فصلت، ۱۷؛ بقره، ۵۳ و ۱۳۷ و ۱۷۵، آل عمران، ۲۰ و ۱۰۳، نور، ۵۴). طبق یکی از آیات مرتبط^۱ سبیل و راهی که خداوند به آن هدایت کرده، اختیاری است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ۲۰، ۱۹۶) و اکراه، اجبار و الزامی برای انسان در آن نیست؛ پس به دلیل عدم الزام در هدایت به معنای ارائه طریق، اقناع نیز الزام آور نخواهد بود؛ یعنی اگر قرار است اقناع کننده نیز نقشی در راهنمایی و آشنایی مخاطب به ارائه طریق هدایت الهی داشته باشد، اقناع الزام آور، مطابق آموزه آیه شریفه نیست؛ بنابراین اگر اصرار بر اقناع پی در پی، احتمال الزام در اقناع را در پی دارد، نباید بر آن اصرار شود و تکرار آن صحیح

۱. «إِنَّا هَدَيْنَا السَّبِيلَ إِنَّمَا شَاكِرًا وَإِنَّمَا كَفُورًا»؛ ما راه را به او نشان دادیم یا سپاس گزار خواهد بود یا ناسپاس (انسان، ۳).

نیست؛ اما اگر اقناع پی‌درپی یک مسئله الزام‌آور نباشد، اشکال ندارد. طبق آیه دیگر^۱ پیامبر ﷺ به همه مردم اعلام می‌کند حق برای مردم آمده؛ یعنی راه، نشان داده شده و ارائه طریق صورت پذیرفته است. این خود مردمند که در انتخاب راه مختارند و کسی نمی‌تواند آزادی در انتخاب را از آنان سلب کند. حتی رسول خدا که نسبت به ایمان آوردن مردم، حریص^۲ و به تعبیر حضرت امیر، طبیب دوار است (سیدرضی، ۱۴۰۴، ق، ۱۵)، نیز وکیل مردم نیست تا کاری که برعهده تک‌تک انسان‌هاست، او انجام دهد؛ بر اساس آیه شریفه، اعلام عمومی انجام شده و پیامبر ﷺ مأمور به اجبار نیست؛ اما مؤظف به تبلیغ، ارشاد و راهنمایی همیشگی است. بر اساس آیه برگزیده سوم^۳ رسول خدا وظیفه‌ای جزء انذار نداشته و غیر از انذار، هیچ‌گونه مسئولیتی در قبال امور مردم ندارد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ۱۵، ۵۸۰). این خود مردمند که با انتخاب‌گری می‌تواند راه هدایت و یا بیراهه ضلالت را برگزیند؛ اگرچه طبق آیه شریفه، اجبار در هدایت، مردود و برآن اساس الزام در اقناع، ممنوع است؛ اما از مسئولیت پیامبر که انذار همیشگی است، نباید غفلت شود؛ یعنی باید به دو وجه مورد نظر آیه، یعنی انذار پیامبر و عدم الزام به پذیرش دقت شود؛ اگر از انذار مداوم پیامبر و عدم الزام بر پذیرش بتوان حکمی در جهت اقناع اندیشه مورد بحث، استنباط نمود، صحت اقناع پی‌درپی است؛ مشروط بر اینکه مَحَل آزادی اندیشه انسانی نباشد.

فی‌الجمله مسئله مجوز تکرار اقناع از دو زاویه امر به معروف و هدایت، مطرح و بررسی شد و این نتیجه به دست آمد که استمرار در آنها صحیح است و می‌توان صحت اقناع‌های پی‌درپی را پذیرفت؛ مشروط بر آنکه محل آزادی اندیشه انسانی نباشد. این نتیجه را می‌توان ضابطه سوم اقناع محسوب نمود؛ یعنی تکرار فرآیند اقناع و استمرار آن جایز است.

فصلنامه
علمی-تخصصی
پژوهش‌نامه
تربیت‌تبلیغی
سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



^۱. «قُلْ يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ الْحَقُّ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ اهْتَدَىٰ فَإِنَّمَا يَنْتَهِىٰ لِنَفْسِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَإِنَّمَا يَضِلُّ عَنَّا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِوَكِيلٍ»؛ بگو: ای مردم! یقیناً حق از سوی پروردگارتان برای شما آمد، پس هر که هدایت یابد، فقط به سود خود هدایت می‌یابد و هر که گمراه شود، فقط به زیان خود گمراه می‌شود و من نگهبان شما نیستم (یونس، ۱۰۸).

^۲. «لَقَدْ جَاءَكُمْ رَسُولٌ مِنْ أَنفُسِكُمْ عَزِيزٌ عَلَيْهِ مَا عَنِتُّمْ حَرِيصٌ عَلَيْكُمْ بِالْمُؤْمِنِينَ رَؤُوفٌ رَحِيمٌ»؛ با اینکه هر آینه شما را رسولی از خود شما آمد که ضرر و هلاک شما بر او گران است و او حریص است بر هدایت شما و به مؤمنین رؤوف و رحیم است (توبه، ۱۲۸).

^۳. «وَأَنْ تَأْتُوا الْقُرْآنَ فَقُلْتُمْ كَذِبًا إِنَّكُمْ لَأَنْتُمْ لَعَنَةُ اللَّهِ وَلَعْنَةُ رَسُولِهِ وَمَنْ ضَلَّ فَقُلْ إِنَّمَا أَنَا مِنَ الْمُنذِرِينَ»؛ و این قرآن را بخوانم، پس هر که هدایت یافت برای خویش هدایت یافت و هر که گمراه گشت، بگو: من فقط بیم رسانم (نمل، ۹۲).

جمع‌بندی

پرسش‌های مهمی که فقه ارتباطات در مسئله اقناع اندیشه مخاطب با آنها روبه‌روست، مسئله جواز یا عدم جواز اقناع مخاطب، بر فرض پذیرش تعیین معیارهای تفکیک اقناع از فریب اقناعی است. هرچند کاربرد مستقیم واژه اقناع در مباحث فقهی به چشم نمی‌خورد، اما جستجوی موضوعات مرتبط و کاربردهای هم‌معنای آن در مسائل فقهی کمک شایانی در تقرب دیدگاه فقه در مسئله دارد؛ در بررسی واژه‌های تبلیغ، دعوت، حکمت، جدال احسن و امر به معروف و نهی از منکر، طبق مبانی فقهی، آزادی اندیشه انسانی و عدم الزام فکری قابل استنباط است. با توجه به درهم‌تنیدگی این اصطلاحات با اقناع اندیشه مخاطب، عنصر مذکور در اقناع نیز قابل استخراج خواهد بود و تضمناً می‌توان بر اقناع اندیشه مهر تأیید نهاد؛ بنابراین از حکم به جواز اقناع اندیشه مخاطب، پرسش دیگری جلوه‌گر می‌شود که آیا بر اساس مبانی فقهی می‌توان در این زمینه معیار و ضابطه‌ای به دست آورد و هرگونه اقناعی را جایز شمرد؟ ساده‌ترین و در عین حال ضروری‌ترین راه تعیین میزان اقناع اندیشه مخاطب، شناخت ویژگی‌های انسان است؛ در تبیین ویژگی‌های مرتبط انسان با موضوع اقناع، ضابطه مهم اختیار انسانی و حق انتخاب او به دست می‌آید؛ به‌عنوان نمونه، آزادی اندیشه، نتیجه تعامل قدرت و علم است که می‌تواند خود، ضابطه و قاعده‌ای اساسی در اقناع اندیشه باشد؛ بر این اساس در اقناع اندیشه مخاطب، باید آزادی اندیشه انسانی حفظ شود و القای مطلب بر اساس آزادی فکری مخاطب و با مقدمات و چینش درست صورت گیرد که در ماهیت با فریب اقناعی متفاوت است.

دومین ملاک از پاسخ منابع فقهی به این سؤال حاصل می‌شود که آیا هدف، وسیله را توجیه می‌کند؟ پاسخ، منفی است؛ اگرچه شکی در تعالی هدف نیست، اما طبق منابع فقهی، فقط استفاده از ابزارهای مشروع جایز است و اهداف مقدس، توجیه‌گر ابزار نامقدس نیست. برخی آیات قرآن از پیامبر و مؤمنان خواسته با دقت مراقب فریب‌های اقناعی باشند تا تحت‌تأثیر آنها واقع نشوند. گرچه عده‌ای با تمسک به برخی آیات، قائل به جواز استفاده از ابزارهای نادرست برای رسیدن

به هدف حق هستند، اما با دقت در مجموع آیات و روایات می‌توان استنباط نمود که قرآن استفاده از هرگونه فریب اقناعی را نادرست می‌داند. معیار سوم اقناع اندیشه را می‌توان با بررسی مقوله‌های امر به معروف و نهی از منکر و هدایت به دست آورد؛ با توجه به تأکید عبارات فقها به‌طور مکرر امر به معروف و نهی از منکر و استمرار هدایت، فی‌الجمله می‌توان مجوز تکرار فرآیند اقناع را استنباط کرد.

فصلنامه
علمی-تخصصی

پژوهش‌نامه



سال پنجم
شماره ۱۱ و ۱۲
بهار و تابستان ۱۳۹۵



* قرآن کریم

۱. ابن‌ادریس حلی، محمد بن منصور بن احمد؛ السرائر الحاوی لتحریر الفتاوی؛ قم: انتشارات اسلامی، ۱۴۱۰ هـ ق.
۲. ابن‌براج طرابلسی، قاضی عبدالعزیز؛ المهذب؛ قم: انتشارات اسلامی، ۱۴۰۶ هـ ق.
۳. ابن‌سینا، حسین؛ الشفاء - الإلهیات؛ قم: مرعشی نجفی، ۱۴۰۴ ق.
۴. اردبیلی، احمد بن محمد، مجمع الفائدة والبرهان فی شرح إرشاد الأذهان؛ قم: انتشارات اسلامی، ۱۴۰۳ هـ ق.
۵. امام خمینی، روح الله موسوی؛ تحریر الوسیلة؛ تهران: موسسه تنظیم و نشر آثار امام خمینی، ۱۳۸۴.
۶. بحرانی، هاشم؛ البرهان فی تفسیر القرآن؛ تهران: بنیاد بعثت، ۱۴۱۶ هـ ق.
۷. بینگلر، اتولر؛ ارتباطات اقناعی؛ ترجمه علی رستمی؛ تهران: مرکز تحقیقات مطالعات و سنجش برنامه‌ای صدا و سیما، ۱۳۶۷.
۸. تهرانی، محمد حسین؛ امام شناسی؛ مشهد: علامه طباطبایی، ۱۴۲۶ هـ ق.
۹. جوادی آملی، عبدالله؛ تفسیر انسان به انسان؛ قم: اسراء، ۱۳۸۴.
۱۰. جوادی آملی، عبدالله؛ سیره رسول اکرم صلی الله علیه و آله در قرآن «تفسیر موضوعی قرآن کریم؛ ج ۸»، قم: اسراء، ۱۳۸۷.
۱۱. حلبی، نجم‌الدین ابوالصلاح؛ الکافی فی الفقه؛ اصفهان: کتابخانه عمومی امام امیرالمؤمنین، ۱۴۰۳ هـ ق.
۱۲. حلی، علامه حسن بن یوسف؛ تذکرة الفقهاء؛ قم: مؤسسه آل‌البتین، ۱۳۸۸ ق.
۱۳. خامنه‌ای، سید علی حسینی؛ أجوبة الاستفتاءات؛ بیروت: دار الإسلامیة، ۱۴۲۰ هـ ق.
۱۴. خندان، محسن؛ تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی؛ تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۴.
۱۵. خویی، ابوالقاسم موسوی، فقه السبعة - الاجتهاد والتقليد؛ قم: چاپخانه نوظهور، ۱۴۱۱ هـ ق.
۱۶. -----؛ مصباح الفقاهة، مدينة العلم، ۱۴۱۰ هـ ق.
۱۷. -----؛ منهاج الصالحین؛ قم: مدينة العلم، ۱۴۱۰ هـ ق.
۱۸. راغب اصفهانی، حسین بن محمد؛ المفردات فی غریب القرآن؛ دمشق - بیروت: دارالعلم - الدار الشامیة، ۱۴۱۲ هـ ق.
۱۹. راوندی، قطب‌الدین؛ فقه القرآن؛ قم: کتابخانه آیه الله مرعشی نجفی؛ ۱۴۰۵ هـ ق.

۲۰. رهبر، محمدتقی؛ پژوهشی درتبلیغ؛ تهران: مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی، ۱۳۷۱.
۲۱. زحیلی، وهبه بن مصطفى؛ تفسیر الوسیطی (الزحیلی)؛ دمشق: دارالفکر، ۱۴۲۲ ق.
۲۲. سجادی، جعفر؛ فرهنگ معارف اسلامی؛ تهران: دانشگاه تهران، ۱۳۷۳.
۲۳. سید رضی، محمدبن حسین؛ نهج البلاغه (للصیحی صالح) قم: هجرت، ۱۴۱۴ ق.
۲۴. سیستانی، سیدعلی حسینی؛ قاعدة لاضرر ولاضرار؛ قم: دفتر آیت الله سیستانی، ۱۴۱۴ ق.
۲۵. سیوری حلی، مقدادبن عبدالله؛ قم: کنزالعرفان فی فقه القرآن، ۱۴۲۵ ق.
۲۶. شهیداول، محمدبن مکی عاملی؛ اللمعة الدمشقیة فی فقه الامامیه، بیروت: دارالتراث - الدارالاسلامیة، ۱۴۱۰ هـ ق.
۲۷. شیخ انصاری، مرتضی؛ کتاب المکاسب المحرمه والبیع والخیارات؛ قم: کنگره جهانی بزرگداشت شیخ اعظم انصاری، ۱۴۱۵ ق.
۲۸. شیخ صدوق، محمد؛ الهدایة فی الأصول والفروع؛ قم: مؤسسه امام هادی علیه السلام، ۱۴۱۸ هـ ق.
۲۹. شیخ طوسی، ابوجعفر محمد بن حسن؛ الجمل والعقود فی العبادات؛ مشهد: نشر دانشگاه فردوسی، ۱۳۸۷ هـ ق.
۳۰. شیخ مفید، محمدبن محمدبن نعمان؛ المقنعة؛ قم: کنگره جهانی هزاره شیخ مفید، ۱۴۱۳ ق.
۳۱. صدرالمتألهین، محمدشیرازی؛ الحکمة المتعالیة فی الاسفار العقلیة الاربعة؛ بیروت: دار احیاء التراث، ۱۹۸۱ م.
۳۲. طباطبایی، محمد حسین؛ المیزان فی تفسیر القرآن؛ قم: انتشارات اسلامی، ۱۴۱۷ هـ ق.
۳۳. -----؛ ترجمه المیزان؛ محمدباقر موسوی همدانی؛ قم: انتشارات اسلامی، ۱۳۷۴.
۳۴. طبرسی، فضل بن حسن؛ تفسیر جوامع الجامع؛ تهران: انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۷۷.
۳۵. -----؛ مجمع البیان فی تفسیر القرآن؛ تهران: ناصر خسرو، ۱۳۷۲.
۳۶. عمید زنجانی، عباس علی؛ فقه سیاسی؛ تهران: امیرکبیر، ۱۴۲۱ ق.
۳۷. فخرالمحققین حلی، محمدبن حسن؛ ایضاح الفوائد فی شرح مشکلات القواعد؛ حسین موسوی کرمانی وهمکاران؛ قم: اسماعیلیان، ۱۳۸۷ ق.
۳۸. قرشی، علی اکبر؛ تفسیر احسن الحدیث؛ تهران: بنیاد بعثت، ۱۳۷۷.
۳۹. کاشف الغطاء، جعفر؛ کشف الغطاء عن مبهمات الشریعة الغراء؛ اصفهان: مهدوی، بی تا.

۴۰. کرکی عاملی، حسین بن شهاب‌الدین؛ الاجتهاد والتقليد (هدایة الأبرار إلى طریق الأئمة الأطهار)؛ نجف: رثوف جمال‌الدین، حی المعلمین، ۱۳۹۶ هـ ق.
۴۱. کلینی، محمد بن یعقوب؛ الکافی؛ تهران: انتشارات اسلامیة، ۱۳۶۲.
۴۲. گیل، دیوید و بریجت ادمز؛ الفیای ارتباطات؛ رامین کریمیان و همکاران؛ تهران: مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها، ۱۳۸۴.
۴۳. محقق حلّی، نجم‌الدین؛ شرایع الاسلام فی مسائل الحلال والحرام؛ قم: اسماعیلیان، ۱۴۰۸ ق.
۴۴. مرکز فرهنگ و معارف قرآن، دایرة المعارف قرآن کریم.
۴۵. مصطفوی، حسن؛ التحقیق فی کلمات القرآن؛ تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب، ۱۳۶۰.
۴۶. مطهری، مرتضی؛ آشنایی با علوم اسلامی؛ قم: صدرا، ۱۳۶۹.
۴۷. -----؛ سیری در سیره نبوی؛ تهران: صدرا، ۱۳۶۸.
۴۸. -----؛ کلیات علوم اسلامی؛ قم: صدرا، ۱۳۸۲.
۴۹. -----؛ مجموعه آثار؛ ج ۲، چاپ چهاردهم، تهران: صدرا، ۱۳۸۶.
۵۰. -----؛ «مجموعه آثار»؛ ج ۲۴، تهران: صدرا، ۱۳۸۷.
۵۱. میرداماد، محمدباقر حسینی استرآبادی؛ شارع النجاة فی أحكام العبادات؛ قم: مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۴۲۶ هـ ق.
۵۲. میرزای قمی، ابوالقاسم؛ غنائم الآیام فی مسائل الحلال والحرام؛ قم: دفتر تبلیغات اسلامی، ۱۴۱۷ هـ ق.
۵۳. نجفی؛ صاحب جواهر، محمد بن حسن؛ جواهر الکلام فی شرح شرائع الاسلام؛ عباس قوچانی و علی آخوندی؛ بیروت: دار احیاء التراث العربی، ۱۴۰۴ ق، چاپ هفتم.
۵۴. وحید بهبهانی، محمدباقر؛ الرسائل الفقہیة؛ قم: مؤسسه علامه وحید بهبهانی، ۱۴۱۹ ق.
۵۵. وحید خراسانی، حسین؛ منهاج الصالحین؛ قم: مدرسه امام باقر (علیه‌السلام)، ۱۴۲۸ هـ ق.
۵۶. هاشمی شاهرودی، محمود؛ و جمعی از پژوهشگران؛ فرهنگ فقه مطابق مذهب اهل بیت؛ قم: مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت (علیهم‌السلام)؛ قم: ۱۴۲۶ هـ ق.
۵۷. هاشمی شاهرودی، محمود و جمعی از پژوهشگران؛ موسوعة الفقه الإسلامی طبقاً لمذهب أهل البيت (علیهم‌السلام)؛ قم: مؤسسه دائرة المعارف فقه اسلامی بر مذهب اهل بیت (علیهم‌السلام)، ۱۴۲۳ هـ ق.