

راهبردهای فرهنگی نفوذ اجتماعی دین در آموزه‌های قرآن*

محمدباقر آخوندی**

چکیده:

جامعه کنونی ایران با آسیب‌ها و مسائل اجتماعی، فرهنگی و اقتصادی زیادی روبه‌رو است که نشان از دوری آن از نسخه شفابخش قرآن مجید دارد. مسأله این است که با گسترش ارتباطات و مدیریت صاحبان پول و قدرت از طریق شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌ای، «جهانی شدن فرهنگ» سرعتی مضاعف یافته است و ایستادن در برابر آن با تکیه بر معیارها و سلايق شخصی امکان‌پذیر نبوده و نیازمند در اختیار داشتن راهبردهای نفوذ اجتماعی از متن دین است. از این‌رو هدف این پژوهش، استخراج راهبردهای فرهنگی نفوذ اجتماعی دین از آموزه‌های قرآن است که با بهره‌گیری از روش تحلیل محتوای کیفی و گراند تئوری میسر گردیده است. این پژوهش سیزده راهبرد فرهنگی نفوذ اجتماعی در آموزه‌های قرآنی استخراج و ارائه می‌کند که عبارت‌اند از: فرهنگ رایج جامعه، تشبیه و تمثیل، پیام‌های کوتاه، الگوهای عینی و تجربی، گردشگری و جهانگردی، استفاده از تاریخ، تدریج و استمرار در ارائه پیام، تناسب فرهنگی با مخاطبان، قابل فهم بودن پیام، صراحت و فصاحت پیام، غیر صریح بودن پیام در مراحل اولیه، حفظ اصالت پیام و هم‌زبانی با مخاطب.

کلیدواژه‌ها:

نفوذ اجتماعی دین / راهبرد فرهنگی / تحلیل گفتمان / نظریه داده‌بنیاد

* تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۲/۱، تاریخ تأیید: ۱۳۹۶/۴/۴.

akhondi@birjand.ac.ir

** استادیار دانشگاه بیرجند

مقدمه و بیان مسأله

«نفوذ اجتماعی» (Social Influence) به فرآیندی گفته می‌شود که به موجب آن، افراد یا گروه‌هایی می‌توانند نگرش‌ها، تمایلات، خواسته‌ها و رفتار دیگران را تغییر دهند (فرانزوی، ۱۷۷). نفوذ اجتماعی مستلزم اعمال «قدرت اجتماعی» (Social Authority) است (استرایکر، شلدون و دیگران، ۲۴۱) که منظور از آن، راهبردهای مؤثر کارگزار نفوذ در ایجاد تغییر نظر مخاطب از طریق در اختیار داشتن اعتماد، پاداش‌ها، تنبیه، اطلاعات و ... است (کریمی، ۱۰۳). مخاطب نیز به سه شکل «متابعت» (compliance)، «همانند سازی» (similarition) و «درونی شدن» (internalization)، به فرآیند نفوذ اجتماعی پاسخ می‌دهد. متابعت رفتار فردی را توصیف می‌کند که به منظور کسب پاداش و یا اجتناب از تنبیه برانگیخته شده باشد و معمولاً تا زمانی که وعده پاداش و تنبیه وجود داشته باشد، دوام دارد. همانندسازی مبتنی بر آرزوی شخص برای همانند شدن با شخصیت صاحب نفوذ است. در همانندسازی نیز مانند متابعت، رفتار فرد ناشی از رضایت درونی نیست، بلکه به این منظور است که برای وی رابطه‌ای رضایت‌بخش با شخص یا اشخاصی که مایل است با آنها همانند شود، ایجاد می‌کند. درونی کردن پایدارترین و عمیق‌ترین پاسخ به نفوذ اجتماعی است. انگیزه درونی کردن اعتقادی خاص مبتنی بر این تمایل است که می‌خواهیم رفتار و افکارمان درست و صحیح باشد. بنابراین قبول آن اعتقاد، پاداشی درونی دارد (ارونسون، ۶۴). به اعتقاد ارونسون، متابعت ناپایدارترین و درونی کردن پایدارترین سطح نفوذ اجتماعی است. جزء مهم متابعت، قدرت، جزء مهم همانندسازی، جاذبه و کشش، و جزء مهم درونی کردن، قابلیت قبول است (همان).

اکنون پرسش اصلی این مقاله آن است که راهبردهای قرآن مجید برای نهادینه شدن دین در جامعه چیست؟ پاسخ به این پرسش از این رو که جامعه کنونی ما با آسیب‌ها و مسائلی روبه‌رو است که فقط با نسخه شفابخش قرآن مجید امکان حل دارند، اهمیت زیادی دارد. پیامبران و اولیای الهی نیز در عین حالی که پول و قدرت را آن‌گونه که اکنون در اختیار ماست، در دست نداشتند، با راهبردهای قرآنی



خویش، دین را در جامعه نهادینه کردند. بنابراین هدف این مطالعه کیفی عبارت است از کشف راهبردهای فرهنگی نفوذ اجتماعی دین در آموزه‌های قرآن. بر این مبنای، نفوذ اجتماعی دین در این مطالعه این‌گونه تعریف می‌شود: «تأثیر بنیادین و تدریجی پیام دین بر مخاطب، از طریق بهره‌گیری از راهبردهای مؤثر و متناسب و در اختیار داشتن کارگزارانی صاحب صلاحیت، فراهم بودن شرایط اجتماعی و فرهنگی مناسب و وجود زمینه‌های مناسب پیام در مخاطب».

روش تحقیق

در این مقاله از سه روش «تحلیل گفتمان انتقادی» (Discourse Analysis)، «تحلیل محتوای کیفی» (Qualitative content analysis) و «نظریه داده‌بنیاد» (Grounded Theory) استفاده شده است. با استفاده از تکنیک تلخیص در تحلیل محتوا، ابتدا آیات مرتبط با موضوع شناسایی و در هر آیه، مفاهیم اصلی و فرعی تعیین و استخراج گردید. جهت یافتن معنا و تفسیر هر مفهوم، علاوه بر توجه به ساختار زبان‌شناختی، به تفاسیر نیز مراجعه و تفسیر مشترک از هر مفهوم مشخص، تفکیک، کدگذاری و ثبت گردیده است. به دلیل رابطه ارگانیک مفاهیم با همدیگر، ارتباطات مفاهیم با همدیگر و با مفاهیم سایر آیات مورد توجه قرار گرفت. بنابراین جهت یافتن ارتباطات، شرایط، موقعیت‌ها، تأثیر و تأثرات، پیامدها، علل مربوط به مفاهیم در هر آیه، مجدداً به تفاسیر مراجعه و تفسیر مشترک مربوط به هر کدام مشخص، تفکیک و کدگذاری شد.

جهت وضوح بهتر مفاهیم در متن هر آیه و تفسیر آن، از دو روش «طرح سؤالات اساسی» (چه چیز، چه کسی، چگونه، کی، چه مدت، کجا، چقدر، چرا و ...) در مقابل متن، و «مقایسه دو قطب مخالف» به‌طور مرتب و به دفعات استفاده شد. در همه آیات مرتبط با موضوع، مفاهیم و تفسیر مربوط به آن مشخص و به همراه ارتباطات، شرایط، موقعیت‌ها، تأثیر و تأثرات، پیامدها، علل و ... موجود در آنها، ذیل همان آیه با مستندات تفسیری دسته‌بندی گردید. در مرحله بعد دسته‌بندی به‌دست آمده به همراه مستندات تفسیری، مجدداً بر اساس موضوع طبقه‌بندی شدند. مبتنی بر الگوی

پارادایمی اشتروس و کوربین،^۱ ارتباط بین مقولات فرعی و اصلی مشخص و داده‌ها با مراجعه مکرر به تفاسیر، تفسیر شدند. از طریق تکرار مراجعات به تفاسیر و از تفاسیر به داده‌ها، تلاش فراوانی صورت پذیرفت تا تفسیر داده‌ها از متن تفسیر قرآن برگرفته شود. رعایت این نکته با همه دشواری‌های آن، باعث شد نظرات محقق به صورت حداقلی در نتایج تأثیرگذار باشد.

یافته‌ها

راهبرد نخست: قابل فهم بودن پیام

نتایج این پژوهش، «قابل درک و فهم بودن خود پیام» و نیز «ارائه قابل درک آن» را از اصول اساسی فرآیند نفوذ اجتماعی نشان می‌دهد. در آیات ۱۷ و ۴۰ سوره قمر این راهبرد قابل استفاده است: ﴿وَلَقَدْ يَسَّرْنَا الْقُرْآنَ ...﴾. مصدر کلمه «یسرنا»، «تیسیر» و به معنای آسان کردن است (طباطبایی، ۱۱۴/۱۹) و کلمه «ذکر» به معنای حفظ الشئ (ضد نسیان) (طبرسی، ۲۹/۲) است که شخص به واسطه آن می‌تواند آنچه از دانایی به دست آورده، حفظ (راغب اصفهانی، ۳۲۸) و در ذهن خویش حاضر داشته باشد (قرشی، ۱۵/۳). این معنای از ذکر همان تأثیرگذاری و نفوذ مورد نظر این پژوهش است. بنابراین بر اساس این دو آیه شریفه، راهبرد قرآن برای تأثیرگذاری که همیشه حاضر و قابل یادآوری باشد، این است که فهم پیام و مقاصد آن برای همه مخاطبان ساده و قابل درک باشد؛ همچنان‌که خداوند قرآن را آسان قرار داده تا مخاطبان به سرعت از آن تأثیر پذیرند (طباطبایی، ۱۱۴/۱۹).

گام دوم تناسب پیام با نوع مخاطب است؛ چرا که اگر مخاطب با پیام ارائه شده احساس بیگانگی کند، تأثیرگذاری آن کاهش می‌یابد. به همین دلیل در آیه ۴ سوره ابراهیم تأکید شده است ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا لِبَلْسَانَ قَوْمِهِ﴾. ارائه پیام به زبان مخاطب باعث تبیین و آشکار شدن آن برای مخاطب می‌شود «لَبَيِّنَ لَهُمْ»، اما در صورت وجود مغایرت پیام با زبان مخاطب، تبیین صورت نخواهد گرفت و در پی آن، نفوذ هم جایگاهی نخواهد داشت. از آنجایی که عموماً پیام با امور عینی و ملموس، بهتر قابل فهم و سپس درک می‌شود، برای آسان کردن فهم مخاطب از پیام،



تنها قابل درک کردن خود پیام کافی نیست و کارگزار نفوذ اجتماعی باید از بیان و منطقی ساده و قابل فهم برخوردار باشد. در این خصوص، داستان حضرت موسی علیه السلام بسیار گویاست.

حضرت موسی علیه السلام هنگام ابلاغ مأموریت به انجام رسالت الهی، از خداوند بزرگ درخواستی مهم و اساسی در راستای آنچه گفته شد، دارد. اولین درخواست وی، صبر و استقامت و گشادگی سینه بود؛ **﴿قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي﴾** (طه/۲۵)؛ چرا که سعه صدر، لازمه داشتن بیان بلیغ و فصیح است؛ **﴿وَيُضِيقُ صَدْرِي وَلَا يَنْطَلِقُ لِسَانِي﴾** (شعراء/۱۳) (مکارم شیرازی، ۱۹۸/۱۵؛ طبرسی، ۲۹۱/۷).

دومین درخواست او از خداوند بزرگ، آسانی در کار خویش است؛ **﴿وَوَسِّرْ لِي أَمْرِي﴾** (طه/۲۶). مهم‌ترین درخواست وی، گره‌گشایی از زبان و نطق است؛ **﴿وَاجْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي﴾** (طه/۲۷) تا مخاطبان پیام، گفتار او را درک کرده **﴿يَفْقَهُوا قَوْلِي﴾** (طه/۲۸)، تحت تأثیر قرار گیرند. این نکته در آیه ۹۷ سوره مریم نیز مورد تأکید قرار گرفته است؛ **﴿فَإِنَّمَا يَسِّرُنَا بِلِسَانِكَ لِنُبَشِّرَ بِهِ الْمُتَّقِينَ وَنُنذِرَ بِهِ قَوْمًا لُّدًّا﴾**. بنابراین بیان و منطق کارگزار نفوذ اجتماعی اگر قابل فهم و درک باشد، مخاطب تحت تأثیر او قرار خواهد گرفت.

به طور طبیعی به‌کارگیری استراتژی «قابل فهم بودن پیام و ارائه قابل فهم آن»، بر میزان نفوذ اجتماعی دین می‌افزاید. اما با کمال تعجب و در بررسی‌های قرآنی، مشخص می‌شود این تأثیرگذاری همیشه در واقعیت اتفاق نمی‌افتد. دلیل آن در آیه ۷۰ سوره توبه ارائه شده است. در این آیه، گزارشی از سرنوشت اقوام گذشته ارائه گردیده که آنها با وجود قابل درک بودن پیام الهی و بیان ساده و آسان پیامبران، تحت تأثیر قرار نگرفته، «متذکر» نشده‌اند، از این‌رو شهرهای آنان ویران گشته و فرهنگشان منقرض شده است؛ چرا که خود نخواستند پیام الهی را درک کنند؛ **﴿فَمَا كَانَ اللَّهُ لِيَظْلِمَهُمْ وَلَكِن كَانُوا أَنفُسَهُمْ يَظْلِمُونَ﴾**. این نکته در آیه ۱۲ سوره مطففین نیز به‌روشنی آمده و تأکید می‌کند پیام الهی را جز افراد تجاوزپیشه، تکذیب نمی‌کنند؛ **﴿وَمَا يُكَذِّبُ بِهِ إِلَّا كُلٌّ مُّعْتَدٍ أَتِيهِمْ﴾**. دلیل اینکه عده‌ای نمی‌خواهند یا نمی‌توانند پیام الهی را درک

کرده، تحت تأثیر قرار گیرند، به عملکرد خود آنها برمی‌گردد و با بیانی واضح، در آیه ۱۴ همان سوره آمده است: ﴿كَلَّا بَلْ رَانَ عَلَى قُلُوبِهِمْ مَا كَانُوا يَكْسِبُونَ﴾.

«رَانَ» از ماده «رین»، زنگاری است که روی اشیای قیمتی می‌نشیند (راغب، ۴۸)، یا قشری قرمزرنگ است که بر اثر رطوبت هوا روی آهن نشسته، نشانه پوسیدگی و ضایع شدن آن فلز و از بین رفتن شفافیت و درخشندگی آن است.^۲ (مکارم شیرازی، ۲۶۳/۲۶). بر اساس این آیه شریفه، انسان مجرم طی فرآیند جامعه‌پذیری، با اعمال خویش صورتی واحد یافته، در همان قالب عینیت می‌یابد، از این رو درک و فهم او از محیط پیرامون و پیام‌های دریافتی، متناسب با ساختار شخصیتی او تعیین می‌گردد. به همین دلیل از درک حقیقت عاجز است و این عجز در درک حقیقت که به زنگار گرفتگی قلب تشبیه گردیده، به اختیار و عمل خود او مرتبط شده است (ما کَانُوا يَكْسِبُونَ).

راهبرد دوم: فصاحت و صراحت پیام

در بسیاری از آیات قرآن، پیامبران الهی «نَذِيرٌ مُّبِينٌ» و در دو مورد، «رَسُولٌ مُّبِينٌ» معرفی شده‌اند (زخرف/۲۹، دخان/۱۳) و خود آنها نیز در مواجهه با مردم، نقش خویش را انحصاراً «الْبَلَاغُ الْمُبِينُ» دانسته‌اند. در بسیاری از آیات شریفه دیگر نیز آیات الهی که برای مردم ارسال گردیده، با وصف «بَيِّنَات» توصیف شده‌اند. مبین و بَيِّنَات از ریشه «بان»، به معنای صراحت، روشنی و وضوح آمده است (مصطفوی، ۳۶۶/۱؛ قرشی، ۲۵۷/۱). بر این اساس «مبین و بینات» در آیات فوق بدین معناست که در نقش‌تندیری پیامبران الهی، هیچ ابهام و تردیدی برای هیچ کس از مخاطبان وجود نداشت و کاملاً آشکار، صریح و روشن بود. پیامی هم که آنها برای مردم آورده بودند، آن قدر روشن و واضح بود که برای هیچ کس ابهام و تردید باقی نمی‌گذاشت. از این جهت صراحت، فصاحت و روشنی پیام، شرط نفوذ اجتماعی دین به‌شمار می‌آید. صراحت و روشنی پیام و کارگزار آن باید به‌گونه‌ای باشد که در فرآیند نفوذ، ابهام و اشکالی بروز نکند. به‌طور طبیعی چنین صراحتی زمانی به‌وجود می‌آید که پیام کاملاً بر نیازهای فطری مخاطب منطبق بوده،



کارگزاران نیز هیچ دخل و تصرفی در آن نداشته، نقش خویش را فقط منحصر در ابلاغ آن بدانند؛ ﴿وَمَا عَلَيْنَا إِلَّا الْبَلَاغُ الْمُبِينُ﴾ (یس/۱۷).

از آنجایی که در منطق قرآن، علاوه بر پیامبران الهی، تک تک مؤمنان در فرآیند نفوذ اجتماعی دین دارای نقش هستند، خداوند از همه مؤمنان می خواهد در روابط اجتماعی، قول «سدید» داشته باشند: ﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا﴾ (احزاب/۷۰). «سدید» از ماده «سد»، به معنای محکم و استوار و خلل ناپذیر و موافق حق و واقع، و سخنی است که همچون یک سد محکم، جلوی امواج فساد و باطل را می گیرد (مکارم شیرازی، ۱۷/۴۴۷). بر اساس آنچه گذشت، مخاطب همواره در برابر این صراحت و روشنی پیام و کارگزاران، کاملاً خلع سلاح شده و تسلیم می شود.

راهبرد سوم: عدم صراحت پیام و اقتضای حال مخاطب

همواره راهبرد صراحت و روشنی پیام، زمینه افزایش نفوذ اجتماعی را فراهم نمی کند، بلکه به تناسب شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه، گاه این مهم با اتخاذ راهبرد «غیر صریح بودن و در لفافه بودن» حاصل می گردد. این راهبرد در آیات فراوان و از جمله آیات ۲۰ تا ۲۷ سوره یس، توسط مؤمنی که وظیفه خویش را حمایت از پیامبر الهی می دانست، به کار گرفته شده است. آیه ۲۰ سوره یس از فردی خبر می دهد که به دلیل شرایط فرهنگی و اجتماعی جامعه خویش، نمی توانست ایمان خویش را با صراحت و روشنی ابراز و از پیام الهی حمایت کند: ﴿وَجَاءَ مِنْ أَقْصَا الْمَدِينَةِ رَجُلٌ...﴾. او برای اینکه بتواند پیام الهی را با کمترین عکس العمل منفی مخاطبان ارائه و زمینه نفوذ آن را فراهم کند، در گام نخست با شناختی که از جامعه خود داشت، از غریزه نفع طلبی آنها بهره جست و به مخاطبان متذکر شد رسولانی که پیام الهی را برای شما آورده اند، در مقابل این کار، از شما هیچ اجر و مزدی و حتی شکر و سپاسگزاری انتظار ندارند. او غیر مستقیم این پرسش را مطرح کرد که آیا این رفتار پیامبران در برابر مخاطبانی که برای هر قدم خویش طلب پاداش می کنند، نشانه ای اساسی در صداقت و راستگویی آنها به شمار نمی آید؟ اگر چنین باشد، دلیلی بر عدم فرمانبرداری از آنها نمی توان یافت. این گام

مهم تا حدود زیادی توانست ذهن مخاطب را درگیر این پرسش کرده، کمی از انکار ابتدایی آنها بکاهد.

با این تغییر در مخاطب، او اندکی بر صراحت پیام خویش افزود، ولی به شکل بی‌طرفانه‌ای گفت از محتوای پیام این رسولان برمی‌آید آنها افرادی هدایت شده‌اند: ﴿وَهُمْ مُهْتَدُونَ﴾. او با این سخن خویش، گامی جلوتر برداشت و به مخاطب این گونه القا کرد که اگر واقعاً آنها «مهتدون» باشند، مخالفت با آنها وجهی ندارد. ملاحظه می‌شود هنوز ابهام از سخنان او کاملاً برداشته نشده و چون ابهام باقی است، او می‌تواند گام‌های بعدی را نیز بردارد.

در گام بعدی، بر صراحت و روشنی سخن خویش می‌افزاید و استدلال را دقیق‌تر و عمومی‌تر مطرح می‌کند. او در این استدلال، بر فطری بودن پرستش خدا اشاره و متذکر می‌شود من آنچه این رسولان می‌گویند، در اعماق جان خویش درک و احساس می‌کنم، در حالی که می‌بینم بت‌ها قادر به فایده رساندن و دفع ضرر از من نیستند؛ ﴿وَمَا لِي لَا أَعْبُدُ الَّذِي فَطَرَنِي...﴾؛ و چون حقیقتاً چنین است، به نظر او باید به ندای فطرت جواب داد و از پرستش چیزی که قادر به جلب نفع و دفع ضرر نیست، پرهیز کرد؛ ﴿أَتَتَّخِذُ مِنْ دُونِهِ آلِهَةً إِنْ يُرِدْنِ الرَّحْمَنُ بِضُرٍّ لَا تُغْنِي عَنْهُمْ شَيْئًا وَلَا يَقْدِرُونَ﴾. این کار، آخرین اقدام غیر صریح آن مؤمن است و ظاهراً تا اینجا، او همه عقاید و باورهای مخاطب را درهم کوبیده و در گام آخر، با صراحت تمام، ایمان خویش را علنی و آشکار می‌کند و به‌صورت صریح از مخاطبان خویش نیز می‌خواهد همان راهی را بروند که او رفته است؛ ﴿إِنِّي ءَأَمِنْتُ بِرَبِّكُمْ فَاسْمِعُونِ﴾.

ملاحظه می‌شود فرد باایمان این داستان، به دلیل سنگینی شرایط اجتماعی و فرهنگی جامعه خویش، قادر به صراحت‌گویی نبود، بدین جهت راهبرد غیر صریح بودن پیام را در پیش گرفت. اگر در گام نخست ارائه پیام در لفافه صورت گرفت، اما به‌تدریج و لحظه‌به‌لحظه به صراحت‌گویی او افزوده می‌شود تا اینکه در آخرین مرحله، هیچ ابهامی در پیام نیست و او با صراحت، ایمان خویش را ابراز و از رسولان الهی حمایت کرد. اما چون مخاطبان در برابر منطق او هیچ حرفی نتوانستند ارائه کنند، اقدام به ترور او کرده، وی را به شهادت رساندند. چنانچه او از همان ابتدا



با صراحت و روشنی سخن می‌گفت، در لحظات اولیه به شهادت می‌رسید، بدون اینکه پیام دین را ارائه کرده باشد، اما او با اتخاذ این راهبرد، توانست پس از شهادت نیز به وظیفه ابلاغ پیام دین ادامه دهد؛ ﴿قِيلَ ادْخُلِ الْجَنَّةَ... بِمَا غَفَرَ لِي رَبِّي...﴾.

راهبرد چهارم: حفظ اصالت پیام

بررسی این پژوهش نشان می‌دهد پیام دین با حفظ اصالت، احتمال نفوذ را افزایش می‌دهد (که این راهبرد در آیات بسیاری آمده است، از جمله انعام/۱۵۱، اعراف/۱۷۵، یونس/۷۱ و ۱۵، کهف/۲۷ و ۸۲، شعراء/۶۹، عنکبوت/۴۵ و ...). شاید به همین دلیل در بسیاری از آیات، از واژه «تلاوت» به جای «قرائت» استفاده شده است. «تلاوت» که به همراه مشتقات خویش ۶۳ بار در قرآن آمده، به نظر برخی مفسران (طباطبایی، مکارم شیرازی و دیگران) و واژه‌شناسان قرآن (مصطفوی، ۱/۳۹۳؛ قرشی، ۱/۲۷۸؛ راغب، ۱/۱۶۷)، به معنای واقع شدن هر آیه در پی دیگری است که همراه با تدبر در معنای آیه جهت به‌کار بستن آن باشد. در حالی که قرائت «لَيْسَتْ تَدَلُّ عَلَىٰ اِزِيدٍ مِنَ النَّطْقِ» (مصطفوی، ۱/۳۹۵). در بخشی از این آیات، تلاوت به خدا نسبت داده شده و با عبارت «تَتْلُوْا» آمده است (بقره/۲۵۲، آل عمران/۵۸ و ۱۰۸ و ...). در بخشی دیگر با عبارت «وَأَتْلُوْا»، امر به تلاوت شده است (انعام/۱۵۱، اعراف/۱۷۵، یونس/۷۱ و ...). در بخش سوم، خداوند تلاوت آیات خویش را به رسولان خود با عبارت «رَسُولًا ... يَتْلُوْا ...» نسبت داده است (بقره/۱۲۹ و ۱۵۱، آل عمران/۱۶۴، جمعه/۲ و ...). در بخش آخر، تلاوت به صورت مجهول آمده است (آل عمران/۱۰۱، انفال/۳۱، مریم/۷۳ و ...).

در تلاوت به دلیل استناد آن به خود خدا و رسولان وی، علاوه بر لحاظ نفوذ پیام در کارگزاران و مخاطبان، پیام الهی به‌عنوان امانت تلقی شده، اصالت آن بدون دخل و تصرف در آن قابل استنباط است. از آنجایی که دین فطری و نیاز اولیه و ذاتی انسان به‌شمار می‌رود، پیام اصیل، بدون دخل و تصرف و یا دخالت نظرات شخصی، تناسب غیر قابل انکاری با آن دارد. از این‌رو ارائه چنین پیامی حتی به‌صورت ناخودآگاه، در مخاطب تأثیرگذار است. این نکته از آیات شریفه ۲ انفال، ۵۸ مریم،

۱۱ طلاق، ۲۹ فاطر و ۲ جمعه نیز قابل استنباط است. البته زمانی این تأثیر مصداق دارد که زمینه‌های فطری دین در مخاطب فعال بوده، تغییر نکرده باشد، اما اگر زمینه‌های فطری کور شده یا تغییر کرده باشد، تلاوت آیات الهی بر مخاطب تأثیر معکوس برجای می‌گذارد. به عبارت دیگر، بر خلاف مؤمنان که تلاوت آیات الهی در آنها باعث افزایش نفوذ می‌گردد، تلاوت آیات الهی در کافران و منکران، موجب انکار بیشتر آنها می‌گردد (حج/۷۲، مؤمنون/۶۶ و ۱۰۵ و ...)، یا بر خلاف دو دسته سابق، فقط به بهانه‌گیری بسنده می‌کنند (انفال/۳۱، مریم/۷۳، جاثیه/۲۵).

راهبرد پنجم: هم‌زبانی با مخاطب

هم‌زبانی با مخاطب از مهم‌ترین راهبردهای نفوذ اجتماعی دین است. قرآن در قاعده و قانونی کلی اعلام می‌کند هیچ پیامبری به رسالت مبعوث نشد، مگر اینکه محل مأموریت وی همان قوم و جامعه خود او بوده است؛ ﴿وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَسُولٍ إِلَّا بِلِسَانِ قَوْمِهِ﴾ (ابراهیم/۴). از کلمه «قَوْمِهِ» برمی‌آید اصولاً محل مأموریت رسولان الهی، قوم و جامعه‌ای بوده که در آن رشد کرده، پرورش یافته و به کمال رسیده‌اند و این بالاتر از هم‌زبانی و هم‌فرهنگی است. دلیل آن در ادامه همان آیه مشخص گردیده است ﴿لِيُبَيِّنَ لَهُمْ﴾. اصولاً توضیح و تبیین پیام برای مخاطب زمانی به‌خوبی صورت می‌گیرد که کارگزار نفوذ با مخاطب خویش از یک فرهنگ و زبان بوده، همدیگر را به‌خوبی درک کرده و نسبت به اخلاق و رفتار همدیگر کاملاً آشنا باشند. این نکته در آیه ۱۲۲ سوره توبه به‌صورت قانونی عام‌تر و برای همه کارگزاران نفوذ اجتماعی قابل توسعه است. در بخش اول این آیه بر این نکته تأکید می‌شود که برنامه‌ریزی در هر جامعه‌ای باید به‌گونه‌ای صورت پذیرد که همواره عده‌ای از افراد همان جامعه و قوم، به مراکز علمی مهاجرت و در دین تخصص پیدا کنند ﴿فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ﴾، و پس از اینکه به حدی از تخصص در دین نائل شدند (لِيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ)، برای انتقال آنچه آموخته‌اند، به‌سوی جامعه و قوم خویش، همان جایی که در آن رشد و نمو کرده‌اند، بازگشته و فرآیند نفوذ اجتماعی دین را پیگیری



کنند؛ ﴿وَلْيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ﴾؛ چرا که اصولاً نفوذ اجتماعی از این طریق بهتر صورت می‌گیرد؛ ﴿لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ﴾.

بر این مبنا، راهبرد اساسی قرآن مجید در این آیه شریفه آن است که در هر جامعه و قومی، تعدادی از افراد همان جامعه و قوم ترک دیار کرده، در دین تخصص پیدا کنند و مجدداً به همان جامعه و قوم خویش بازگشته و آنچه را آموخته‌اند، به دیگران انتقال دهند. این راهبرد اساسی در آیات ۳ زخرف و ۷ شوری نیز به صورتی دیگر مورد توجه قرار گرفته است.

راهبرد ششم: فرهنگ رایج جامعه

بر اساس آنچه در راهبرد پیشین گذشت، مفاهیم پیامبران با مخاطبان خویش مبتنی بر زبان و فرهنگ خود مخاطب صورت می‌گرفت. برای نمونه در داستان حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام و فرعون، به دلیل رواج فرهنگ سحر و ساحری در جامعه، عصای حضرت موسی عَلَيْهِ السَّلَام که معجزه او نیز به‌شمار می‌رفت، به تناسب همین فرهنگ انتخاب شد و پس از ارائه آن به مخاطب، اولین چیزی که به ذهن مخاطبان نیز خطور کرد، فراخوان بزرگ‌ترین ساحران زمان خویش جهت مقابله با موسی بود؛ ﴿يَأْتُوكَ بِكُلِّ سَحَّارٍ عَلِيمٍ﴾ (شعراء/۳۷).

جالب‌تر و پیچیده‌تر از این داستان، جریان حضرت ابراهیم عَلَيْهِ السَّلَام است که در آیات ۷۶ تا ۸۰ سوره انعام به آن اشاره می‌شود. بر اساس این آیات، حضرت ابراهیم عَلَيْهِ السَّلَام با فرهنگ و گروهی خاص مواجه نبود، بلکه با گروه‌های مختلف و فرهنگ‌ها و ارزش‌های متفاوت روبه‌رو شده بود. ایشان با استفاده از سیره قرآنی خویش، با هر گروهی، از فرهنگ خود آنها علیه‌شان بهره جست. او در مواجهه با گروهی که ستارگان را پرستش می‌کردند، ضمن هم‌ذات‌پنداری با آنها، مدعی شد این ستاره مورد پرستش شما، پروردگار من نیز هست؛ ﴿فَلَمَّا جَنَّ عَلَيْهِ اللَّيْلُ رَأَىٰ كَوْكَبًا قَالَ هَٰذَا رَبِّي﴾، اما از آن جهت که هم‌ذات‌پنداری را ابزاری برای نشان دادن نادرستی فرهنگ و ارزش‌های آنها قرار داده بود و قصد اصلی او ارائه پیام دین و نفوذ در مخاطبان بود، به محض اینکه ستاره معبود غروب کرد، گفت چیزی که زمانی

حضور و زمانی غایب باشد، شایسته نیست پروردگار من باشد؛ ﴿فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَأَأْتِيَنَّكُمْ مِنَ بَيْنِ يَدَيْكُمْ﴾. با طرح این اشکال اساسی، او مخاطب را از درون دچار تردید در باورهای خویش کرد.

همچنین ایشان در مواجهه با گروهی که ماه را پرستش می‌کردند، شیوه مواجهه با ستاره‌پرستان را رها کرده و از طریق عقاید خود آنها وارد میدان شد. او در اینجا نیز ضمن هم‌ذات‌پنداری با ماه‌پرستان، همانند خود آنها مدعی شد ماه که مورد پرستش شماست، پروردگار من نیز می‌باشد؛ ﴿فَلَمَّا رَأَى الْقَمَرَ بَازِغًا قَالَ هَذَا رَبِّي﴾، اما به محض غروب ماه، خطاب به پرستندگان آن گفت: پروردگاری که زمانی حاضر و زمانی غایب باشد، شایسته نیست که معبود ما باشد؛ چرا که در این صورت توانایی هدایت ما را نخواهد داشت؛ ﴿فَلَمَّا أَفَلَ قَالَ لَأِن لَّمْ يَهْدِنِي رَبِّي لَأَكُونَنَّ مِنَ الْقَوْمِ الضَّالِّينَ﴾.

ابراهیم علیه السلام در مواجهه با گروهی که خورشید را پرستش می‌کردند نیز دو شیوه قبلی را کنار گذاشته، با فرهنگ و عقاید خودشان با آنها سخن گفت. او ضمن هم‌ذات‌پنداری با خورشیدپرستان، با استفاده از ارزش‌های خودشان گفت: خورشید که هم بزرگ‌تر و هم پرنورتر از ستارگان و ماه است، شایسته است پروردگار من نیز باشد؛ ﴿فَلَمَّا رَأَى الشَّمْسَ بَازِغَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ﴾، اما با غروب خورشید، آخرین ضربه را به عقاید و باورهای همه آنها وارد کرد و از آنچه آنها می‌پرستیدند، اعلام براءت کرد؛ ﴿فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَا قَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ﴾.

پس از آنکه ابراهیم علیه السلام با استفاده از فرهنگ و ارزش‌های هر جامعه و گروهی توانست در ذهن مخاطبان خویش پرسشی اساسی ایجاد کرده و آنها را از درون متزلزل نماید، حقیقت پیام دین را به آنها ارائه نمود؛ ﴿إِنِّي وَجْهَتُ وَجْهِي لِلدِّينِ ...﴾. منطق حضرت ابراهیم علیه السلام در مواجهه با گروه‌های سه‌گانه مذکور، به‌گونه‌ای تنظیم شده بود که هیچ کس نتوانست استدلالی منطقی و قابل ذکر ارائه کند. تنها کاری که از آنها ساخته بود، ستیز و اختلاف‌افکنی بود؛ ﴿وَ حَاجَّةُ قَوْمِهِ﴾.

ملاحظه می‌شود چنانچه حضرت ابراهیم علیه السلام از ابتدا بدون مقدمه‌چینی‌های مزبور، پیام دین را ارائه و می‌گفت ﴿وَمَا آتَانَا مِنَ الْمُسْرِكِينَ﴾، هیچ گاه نمی‌توانست امید نفوذ در مخاطب را داشته باشد. اما او با شناخت عمیقی که از فرهنگ جامعه



خویش داشت، توانست سوار بر باورها و ارزش‌های مخاطب خویش، به تدریج و مرحله به مرحله، عقاید و باورهای آنها را سست و سست‌تر کند. زمانی هم که ذهن مخاطب را نسبت به عقاید و باورهای خودشان دچار تردید کرد، پیام دین را به‌عنوان جایگزین ارائه نمود.

راهبرد هفتم: تمثیل و تشبیه

تمثیل برای چیزی است که شبیه چیز دیگری بوده و آن را بیان و مجسم می‌کند (راغب، ۷۵۹/۱). در واقع مثل برای تفهیم و اشباع ذهنی شنونده آورده می‌شود (قرشی، ۲۳۴/۱). به عبارت مجمع البحرین، مثل «عبارة عن قول فی شیء شبیه قولاً فی شیء آخر بینهما یبین احدهما الآخر و بصورة و یدنی المتوهم من المشاهدة» (طریحی، ۷۰/۶). قرآن نیز بیشتر به همین معنا، جریان یا حکایتی را آورده و مطلب مورد نظر را از طریق تمثیل با آن تطبیق می‌دهد (قرشی، ۲۳۴/۱).

آیات شریفه‌ای که به تمثیل پرداخته‌اند، نشان می‌دهند بهره‌گیری از تمثیل، راهبردی اساسی برای نفوذ در مخاطب از طریق عینی کردن، مجسم کردن و قابل فهم کردن مفاهیم انتزاعی است؛ چرا که بر اساس آیه ۲۵ سوره ابراهیم، توده مردم که در این آیه از آنها به‌عنوان «النَّاس» یاد شده، از طریق تمثیل متذکر می‌شوند؛ ﴿وَيَضْرِبُ اللَّهُ الْأَمْثَالَ لِلنَّاسِ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ﴾.

اصولاً در منطق قرآن، امثال برای توده‌ها و نه عالمان جامعه است؛ ﴿وَتِلْكَ الْأَمْثَالُ نَضْرِبُهَا لِلنَّاسِ﴾ (عنکبوت/۴۳، حشر/۲۱)، ولی تعقل مخصوص علما و نه توده‌هاست؛ ﴿وَمَا يَعْقِلُهَا إِلَّا الْعَالِمُونَ﴾ (عنکبوت/۴۳). آیه ۲۶۶ بقره، مفهوم «ریا» را با تمثیل عینی مجسم کرده و آثار آن را قابل فهم برای مخاطب می‌کند. در این آیه، پیرمرد سالخورده‌ای را در نظر مجسم می‌کند که فرزندان خردسال و کوچکی اطراف او را گرفته‌اند و تنها راه تأمین زندگی حال و آینده آنان، باغ سرسبز و خرمی با درختان خرما و انگور و میوه‌های دیگر است؛ درختانی که پیوسته آب جاری از کنارش می‌گذرد و زحمتی برای آبیاری ندارد. ناگهان گردباد آتشباری وزیده و آن را تبدیل به خاکستر می‌کند. چنین انسانی چه حسرت و اندوه مرگباری

دارد! حال کسانی که کارهای خوب انجام می‌دهند و سپس با ریا و منت و آزار، آن را از بین می‌برند، چنین است. آنها زحمت فراوانی کشیده‌اند و در آن روز که نیاز به نتیجه آن دارند، همه را خاکستر می‌بینند (مکارم شیرازی، ۳۲۹/۲).

در آیه ۲۶۴ نیز آثار انفاق ریایی و با منت را با تمثیل، عینی، ملموس و قابل فهم می‌کند. بر اساس این آیه، قطعه سنگ صاف و محکمی را در نظر بگیرید که لایه‌ای نازک از خاک بر آن پوشیده و بذره‌های مستعدی نیز در آن خاک افشاندگی شده و در معرض هوای آزاد و تابش آفتاب قرار گیرد، سپس باران دانه‌درشت و پربرکتی بر آن ببارد. با اینکه تمام وسایل رشد و نمو در اینجا فراهم است، اما به‌خاطر یک کمبود، همه چیز از بین می‌رود و این باران کاری جز اینکه لایه نازک خاک را همراه بذرها شسته و پراکنده ساخته و سنگ سخت غیر قابل نفوذ را آشکار کند، کار دیگری نمی‌کند؛ چرا که بذرها در محل نامناسبی افشاندگی شده بودند. این محیط ظاهری آراسته داشت، اما درون آن خشن و غیر قابل نفوذ بود، در حالی که پرورش گیاه و درخت نیاز به خاکی عمیق دارد که برای پذیرش ریشه‌ها و ذخیره آب و تغذیه گیاه آماده باشد (همان، ۳۲۵).

گاه تمثیل آن‌قدر کاراست که مخاطب در برابر آن خلع سلاح شده، نمی‌تواند هیچ حيله‌ای را به‌کار گیرد. نمونه آن را در داستان حضرت ابراهیم علیه السلام در بحث شکستن بت‌ها و انداختن تبر بر دوش بت بزرگ ملاحظه می‌کنیم (انبیاء/۵۹-۶۸). پس از آنکه مردم از گشت‌و‌گذاری روزانه به شهر بازگشتند، در نهایت ناباوری، با صحنه شکسته شدن بت‌ها مواجه شدند. در این شرایط سؤال طبیعی و اولیه آنها از همدیگر این بود که چه کسی جرأت چنین کاری را داشته است؟ **﴿قَالُوا مَنْ فَعَلَ هَذَا بِآلِهَتِنَا﴾** با این پیش‌زمینه که تنها فردی ظالم می‌تواند دست به چنین اقدامی بزند؛ **﴿إِنَّهُ لَمِنَ الظَّالِمِينَ﴾**، به جست‌وجو برای یافتن مظنون و مجازات او پرداختند. با جست‌وجوهایی که صورت دادند، مشخص شد احتمالاً ابراهیم علیه السلام عامل این کار بوده است، از این رو او را احضار کرده و پرسیدند آیا تو چنین کاری را انجام داده‌ای؟ **﴿قَالُوا أَنْتَ فَعَلْتَ هَذَا بِآلِهَتِنَا يَا إِبْرَاهِيمُ﴾**



حضرت ابراهیم علیه السلام که از قبل با برنامه‌ای مشخص و حساب‌شده اقدام به شکستن بت‌ها کرده و منتظر همین سؤال بود، پاسخ حساب شده‌تر و از قبل طراحی شده‌ای را ارائه کرد. از آنجا که او پس از شکستن بت‌ها، جز بت بزرگ، تبر را بر دوش آن قرار داده بود، بدون معطلی پاسخ گفت: ملاحظه می‌کنید تبر بر دوش بت بزرگ است، پس احتمالاً او این کار را کرده است؛ **﴿قَالَ بَلْ فَعَلَهُ كَبِيرُهُمْ هَذَا﴾**. از آنجا که تلاش‌های ابراهیم علیه السلام در حال به ثمر نشستن بود و زمینه برای پیگیری بسیار مساعد شده بود، بعد از آنکه از خود رفع اتهام کرد، با طرح سؤالی مهم، ضربه را به نقطه ضعف عقاید آنها وارد کرده و از آنها پرسید: چرا از خود آنها سؤال نمی‌کنید تا به شما بگویند چه کسی این بلا را بر سر آنها آورده است؛ **﴿فَسئَلُوهُمْ إِنْ كَانُوا يَنْطِقُونَ﴾**.

پاسخ زیرکانه ابراهیم علیه السلام در قالب سؤال از آنها، آن‌چنان ایشان را به خود مشغول و متنبه کرد که به‌شدت نسبت به هم معترض و همدیگر را به ظلم متهم کردند؛ **﴿فَرَجَعُوا إِلَىٰ أَنفُسِهِمْ فَقَالُوا إِنَّكُمْ أَنْتُمُ الظَّالِمُونَ﴾**. اما در جواب به سؤال ابراهیم علیه السلام، با سرافکنندگی پاسخ دادند تو که می‌دانی آنها نمی‌توانند صحبت کنند؛ **﴿ثُمَّ نَكِسُوا عَلَىٰ رُؤُسِهِمْ لَقَدْ عَلِمْتُمْ مَا هَؤُلَاءِ يَنْطِقُونَ﴾**. این پاسخ همان چیزی بود که ابراهیم علیه السلام منتظر شنیدن آن از مردم بود. در این هنگام که ابراهیم توانسته بود از آنها ضعف و ناتوانی بت‌ها را اقرار بگیرد، در قالب سؤالی ملامت‌آمیز از آنها پرسید: چگونه بت‌هایی که توان نفع‌رسانی و یا دفع ضرر از شما را ندارند و از خود شما هم ضعیف‌ترند، می‌پرستید؟ **﴿قَالَ أَفَتَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ مَا لَا يَنْفَعُكُمْ شَيْئًا وَلَا يَضُرُّكُمْ﴾**. با این سؤال، مخاطبان از درون کاملاً متزلزل و تکیه‌گاه خویش را از دست دادند. پس از احساس ذلت و سرشکستگی که ابراهیم در مخاطبان مشاهده کرد، با صراحت به عقاید و باورهای آنها حمله کرد؛ **﴿أَفِ لَكُمْ وَ لِمَا تَعْبُدُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ﴾** و بلافاصله با سؤالی سرزنش‌آمیز و تحقیرکننده، آخرین ضربه را به آنها وارد کرد؛ **﴿أَفَلَا تَعْقِلُونَ﴾**؟

تأثیر کلام ابراهیم علیه السلام با این راهبرد به‌حدی بود که آنها کاملاً خلع سلاح شده، زبانشان قفل گردید. تنها عکس‌العمل ایشان در برابر این منطقی محکم و استوار این بود که او را به آتش بکشند؛ **﴿قَالُوا حَرِّقُوهُ وَانصُرُوا آلِهَتَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ فَاعِلِينَ﴾**. بنابراین ملاحظه می‌شود با شناخت دقیق ارزش‌ها، باورها و گرایش‌های مخاطب، می‌توان

از طریق به‌کارگیری راهبرد تشبیه و تمثیل، مخاطب را مسحور خویش کرده، زبان او را در نطق قفل کرد.

راهبرد هشتم: پیام‌های کوتاه

قرآن مجید ساختاری آیه-آیه داشته و به‌تدریج به مخاطب ارائه گردیده است. این ساختار نشان از به‌کارگیری راهبردی محکم و استوار در فرآیند نفوذ اجتماعی دین است. در این راهبرد، پیام به اجزای کوتاه تقسیم و تجزیه می‌شود، اما هر جزء، خود به تنهایی دارای معنا و مفهوم مشخص و روشنی است و به‌تدریج در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد (فصلت/۳). گرچه این نکته در آیات زیادی از قرآن مجید آمده، اما تنها به تحلیل محتوای کیفی تفسیر آیه ۱۰۶ سوره اسراء اکتفا می‌کنیم.

﴿وَقُرْءَانًا فَرَقْنَاهُ لِتَقْرَأَهُ عَلَى النَّاسِ عَلَى مُكْثٍ وَنَزَّلْنَاهُ تَنْزِيلًا﴾ بر اساس آنچه در مجمع البیان آمده، «فرقناه» به‌معنای «فصلناه» است (طبرسی، ۴۴۵/۶)؛ یعنی ما قرآن را آیه-آیه و سوره-سوره نازل کردیم. جمله «عَلَى مُكْثٍ» در آیه نیز بر همین معنا دلالت دارد. مبتنی بر این آیه، قرآن بعد از ملبس شدن به لباس واژه‌های عربی، به سوره‌ها، و سوره‌ها به آیات تجزیه شده است تا فهم آن برای مردم آسان گردد. هر آیه از قرآن نیز در موقع نیاز به آن و پس از ایجاد استعدادهای مختلف در مردم و به کمال رسیدن قابلیت آنها نازل شده است؛ و این نزول در مدت بیست‌وسه سال صورت گرفت تا تعلیم با تربیت و علم با عمل همسان و همسو پیش روند (طباطبایی، ۳۰۵/۱۳).

بر اساس این راهبرد، پیام دین زمانی تأثیرگذار خواهد بود که اولاً به‌صورت جزءبه‌جزء ارائه گردد، ثانیاً در طول زمان و به‌تدریج به مخاطب عرضه شود، ثالثاً در ارائه پیام دین، استعداد و توان مخاطب مورد توجه باشد. مخاطب در مراحل اولیه توان درک مفاهیم ساده‌تر و عینی‌تر را دارد و با احراز کمال، توان درک مفاهیم و معارف مشکل‌تر را نیز می‌یابد. این نکته در بحث تشبیه و تمثیل نیز گذشت که روش تمثیل برای توده‌های مردم مناسب‌تر است، در حالی که روش تعقل و استدلال برای عالمان و صاحبان اندیشه مناسب‌تر می‌باشد. تصور نگارنده آن است که این راهبرد می‌تواند در مطلق مواردی که نفوذ جزء اهداف آن به‌شمار می‌رود،



توسعه داده شده، مورد استفاده قرار گیرد و این شیوه با روش سنتی سخنرانی‌های طولانی و پر حجم در بحث دین کاملاً مغایرت دارد.

راهبرد نهم: الگوهای عینی و تجربی

انسان جهت تصمیم‌گیری و انتخاب نوع کنش، معمولاً از تفسیر کنش دیگران، محاسبه سود و زیان و آثار و پیامدهای هر کنش بهره می‌گیرد، اما چون همواره توان تفسیر و محاسبات درست را ندارد (به‌ویژه کنش‌های غیر قابل پیش‌بینی)، ساده‌ترین و مناسب‌ترین راه، در اختیار داشتن الگویی است که منطبق با آن و بدون دغدغه تصمیم‌گیری کند. در این شرایط افرادی که منطبق با الگو عمل کرده‌اند، مطمئن خواهند بود با پیامدهای ناگواری پس از تصمیم‌گیری مواجه نخواهند شد. قرآن مجید در صدد ارائه الگویی عینی، تجربی و دست‌یافتنی برای مخاطب است.

به نظر راغب اصفهانی، «اسوه» یا الگو حالتی است که انسان را وا می‌دارد به دیگری نگاه کرده و در تمام شؤون از او تبعیت کند (راغب، ۷۶/۱). الگوهایی که در قرآن ارائه می‌شود، خوبی و بدی یا سعادت و شقاوت را هم‌زمان دربر گرفته و به‌صورت عینی و تجربی، پیامدهای قطعی هر کدام را در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. به عبارت واضح‌تر، هم‌زمان با اینکه فرعون به‌عنوان الگوی سیئه ارائه شده و آثار و پیامدهای رفتاری مبتنی بر این الگو در اختیار مخاطب قرار می‌گیرد، همسر فرعون نیز به‌عنوان الگویی حسنه در معرض انتخاب مخاطب قرار می‌گیرد؛ ﴿وَضَرَبَ اللَّهُ مَثَلًا لِّلَّذِينَ ءَامَنُوا امْرَأَتَ فِرْعَوْنَ...﴾ (تحریم/۱۱). در آیات دیگر نیز هم‌زمان با اینکه زندگی موسی علیه السلام (مریم/۵۱) یا زندگی اسماعیل علیه السلام (مریم/۵۴) و زندگی ادریس علیه السلام (مریم/۵۶) به‌عنوان الگوی حسنه به مخاطب ارائه می‌گردد، در آیات دیگر، طرف مقابل آنها به‌عنوان الگوی سیئه به مردم معرفی می‌شوند.

از آنجایی که سرنوشت عینی و تجربی الگوهای سیئه، شقاوت و بدبختی است، به‌طور دائم از مردم خواسته شده الگوی حسنه را ملاک عمل و رفتار و تصمیم خویش قرار داده و سعادت را به خود هدیه دهند. این نکته به‌صراحت در سه آیه آمده است. حضرت ابراهیم علیه السلام و یاران او در آیات ۴ و ۶ سوره ممتحنه، و پیامبر

گرامی اسلام ﷺ در آیه ۲۱ سوره احزاب به عنوان «أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ» معرفی شده‌اند. بر اساس این آیات و تحلیل مبتنی بر آنها، دینداران می‌توانند به زندگی شخصی و اجتماعی این الگوها نگاه کرده و همانند آنها رفتار، عمل و تصمیم‌گیری کنند. به دلیل اطلاقی که در آیات مذکور وجود دارد، این روش تطبیقی عمل کردن را می‌توان به احساسات و عواطف و سایر شؤون زندگی نیز توسعه داد.^۳ در اختیار داشتن چنین الگویی کار را برای مخاطب بسیار ساده و رشد و پویایی را دست یافتنی می‌کند. حتی اگر او به صورت نظری با دین و فلسفه آن آشنایی نداشته باشد، باز هم می‌تواند طبق الگو عمل کرده و تصمیم بگیرد و در نهایت به نتیجه مطلوب نایل گردد.

راهبرد دهم: سفر و گردشگری

یکی از موضوعات مهم و اساسی که توجه ویژه‌ای در آیات قرآن به آن شده، بحث سیر و سفر در زمین است. برخی از آیات قرآن مردم را امر به سفر کرده است؛ ﴿سَيُرُوا فِي الْأَرْضِ﴾، ولی بلافاصله بعد از این تشویق و تحریص، باز هم با فعل امر، تدبر و تأمل در سفر را از مخاطب می‌خواهد؛ ﴿فَانظُرُوا﴾. به قول راغب، منظور از «نظر»، تدبر و تأمل و نیز شناخت بعد از تدبر و تأمل است (راغب، ۱/۸۱۲).

تحلیل آیاتی که به این موضوع می‌پردازند، نشان می‌دهد سفر، زمینه درونی شدن محیط‌های اجتماعی و فرهنگی مختلف را فراهم و از این طریق، به رشد و پویایی شخصیت کمک می‌کند و در بلندمدت، زمینه تقویت ارزش‌ها و باورهای درونی شده قبلی را فراهم کرده و فرد را نسبت به آنها پایبندتر می‌نماید. با تعریض افق هنجاری و ارزشی که از طریق سفر برای مسافر حاصل می‌شود، شناخت فرهنگ‌ها و ارزش‌های مختلف میسر و دایره شناختی فرد نیز توسعه می‌یابد.

نکته مهم دیگری که با سفر حاصل می‌شود، این است که مسافر نسبت به سرنوشت اقوام و جوامع مختلف شناخت پیدا می‌کند. آگاهی یافتن بر سرنوشت اقوام و جوامع، زمینه عبرت گرفتن از نوع انتخاب آنها را برای فرد فراهم می‌کند. در واقع آثار باقیمانده از گذشتگان همانند آینه‌ای است که زندگی گذشتگان را نمایش داده، آینده تأمل کنندگان را نیز رقم می‌زند. در سفر به نحو غیر قابل انکاری



زمینه‌های اشاعه و نفوذ اجتماعی دین فراهم می‌شود و از این طریق، دینداری در جامعه گسترش می‌یابد؛ ﴿يَا عِبَادِيَ الَّذِينَ ءَامَنُوا إِنَّ أَرْضِي وَاسِعَةً فَإِيَّايَ فَاعْبُدُونِ﴾ (عنکبوت/۵۶). به‌ویژه زمانی که دینداران در جامعه خویش در تنگنا قرار دارند، سفر می‌تواند موجبات رشد خود و دین آنها را فراهم کرده، پنجره‌های جدیدی بر آنها بگشاید؛ ﴿إِذْ أَوْى الْقَتِيَةُ إِلَى الْكَهْفِ فَقَالُوا رَبَّنَا ءَاتِنَا مِن لَّدُنكَ رَحْمَةً وَهَيِّئْ لَنَا مِنْ أَمْرِنَا رَشَدًا﴾ (کهف/۱۰). بنابراین سیر و سفر آثار و پیامدهای شناختی، شخصیتی و دینی فراوانی دارد و مورد توجه آیات الهی نیز می‌باشد.

راهبرد یازدهم: عبرت از تاریخ

قرآن کتاب تاریخ نیست و منظور از نقل داستان‌ها در آن، قصه‌سرایی همانند دیگر کتاب‌های تاریخی و بیان تاریخ و سرگذشت تنها نیست، بلکه کلام الهی است که در قالب وحی ریخته شده و منظور از آن، هدایت مردم به سوی خدا و راه‌های سلامت در زندگی است. به همین جهت، قرآن هیچ قصه‌ای را - اعم از قصه پیامبران یا جوامع - با تمام جزئیات نقل نکرده است. در قرآن از هر داستان، نکات آموزنده و حکمت‌آمیز آن نقل شده تا مخاطب با در اختیار داشتن الگوی عینی و تجربی، به‌راحتی پیام دین را درک و تحت تأثیر قرار گیرد. این نکته در تمام داستان‌های قرآن وجود دارد و اختصاص به یک و یا دو داستان ندارد (طباطبایی، ۱۳۸۷/۲). بر این اساس، قرآن داستان بسیاری از پیامبران، خبر جوامع و امت‌های پیامبران و سرنوشت اقوام و جوامع گذشته را مورد توجه قرار داده است که نشان از حجم وسیع این دسته از آیات شریفه دارد. بنابراین مشخص می‌شود قرآن همان عنایتی را که به داستان اشخاص دارد، نسبت به داستان و تاریخ جوامع نیز دارد، بلکه اعتنایش به تاریخ جوامع بیشتر است. در عصر نزول قرآن، آنچه از تاریخ بر سر زبان‌ها بود، تنها احوال پادشاهان و رؤسای جوامع بود و ناقلین تاریخ در صدد شرح احوال گروه‌ها و جوامع نبودند. اما با نزول قرآن و رویکردی که این کتاب الهی نسبت به توده‌های جامعه داشت، شرح حال جوامع نیز باب شد (همان).

آنچه گذشت، نشان داد که نقل داستان و سرنوشت اشخاص، جوامع و گروه‌های اجتماعی در قرآن، راهبردی اساسی در جهت تأثیرگذاری بر مخاطب است؛ چرا که اصولاً انسان از راه‌های عینی و تجربی که با چشم و گوش قابل لمس باشد، بهتر تحت تأثیر قرار می‌گیرد. تاریخ همه چیز را به صورت عینی و حسی به انسان نشان می‌دهد و با زبان بی‌زبانی، نتایج قطعی و غیر قابل انکار روش‌ها و برنامه‌های هر قوم و گروهی را بازگو می‌کند. تاریخ آینه‌ای است که جوامع انسانی را در خود منعکس و زشتی‌ها، زیبایی‌ها، کامیابی‌ها، ناکامی‌ها، پیروزی‌ها و شکست‌های آنها را به صورت عینی و ملموس نشان می‌دهد.

راهبرد دوازدهم: بشارت و انذار

یکی از راهبردهای اساسی نفوذ اجتماعی دین که در آیات زیادی در قرآن بدان اشاره شده است، بشارت و انذار است. بیش از هفتاد مورد در آیات الهی به موضوع انذار پرداخته شده و در آیات فراوانی، به بشارت به تنهایی و یا به هر دو در کنار همدیگر پرداخته شده است. گرچه هر دو شیوه در آیات قرآن به کار گرفته شده، اما به طور کلی، این گونه می‌توان استفاده کرد که معمولاً بشارت مقدم بر انذار بوده و تأثیرگذاری آن بیشتر می‌باشد.

معمولاً هشدار زمانی به کار گرفته می‌شود که تأثیر شیوه‌های دیگر کاهش یافته باشد. برای نمونه، در آیه ۴۴ سوره غافر از مؤمن آل فرعون یاد می‌کند که وقتی از تأثیرپذیری مخاطبان خویش از شیوه‌های مسالمت‌آمیز مایوس گردید، به هشدار روی آورد؛ ﴿فَسَتَدْكُرُونَ مَا أَقُولُ لَكُمْ وَ أَفَوْضُ أَمْرِي إِلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ بَصِيرٌ بِالْعِبَادِ﴾. بنابراین بر اساس این الگو، گرچه انذار یکی از راه‌های تأثیرگذار و تقویت‌کننده ایمان است، اما از نظر تقدم و تأخر، در آخرین مرحله قرار می‌گیرد. البته در قرآن آیاتی وجود دارد که نشان می‌دهد بعضی از انسان‌ها فقط از طریق این شیوه به ایمان روی می‌آورند (نمل/۹۲).

هشدار همراه با ملاحظت در گفتار، تأثیرگذاری را افزایش می‌دهد (طه/۴۸). از سوی دیگر، هشدار از راه‌های ایجاد انگیزه است (غافر/۳۲) و هشدار پیشاپیش در



مورد تضييع حقوق در آینده، باعث برانگيخته شدن مقاومت شده و از تزلزل عقايد جلوگيري مي‌کند (اعراف/۱۱۰).

راهبرد سيزدهم: تدريج و استمرار در ارائه پيام

علاوه بر آيات متعددي که بر استمرار ارائه پيام و تأثيرپذيري مخاطب در تدريج دلالت دارند، داستان حضرت نوح عليه السلام نيز در اين موضوع گوياست. ايشان با وجود پيروان اندکي که داشت، مدت بسيار طولاني به رسالت خویش ادامه داد و هيچ گاه از آن خسته و نااميد نشد. قرآن از قول ايشان مي‌گويد: در اين مدت طولاني هر زمان که خواستم پيام دين را به آنها برسانم، از شنيدن آن استنکاف ورزيده و از ديدن من متنفر بودند (نوح/۷). خودبرتريني و غرور آنها را به جايي رساند که بر استنکاف از شنيدن و تنفر از ديدن اصرار کرده، استکبار عجيبی ورزیدند (طباطبایي، ۴۵/۲۰). با اين وجود، هيچ گاه نوح عليه السلام طی نسل‌های متعدد، از دعوت خویش خسته نشد؛ گاه با صدای بلند و گاه آهسته (نوح/۸)، گاه آشکار و گاه مخفي (نوح/۹) به کار خویش ادامه داد. در آيات ۹-۵ سوره نوح، از قول ايشان مي‌گويد: من قوم خود را شب و روز دعوت کردم. سپس با صدای بلند دعوت کردم، فايده نبخشيد. پس از آن به صورت علنی دعوت کردم، باز نشد. آن‌گاه به صورت سرّی و محرمانه دعوت کردم، باز نشد.

راهبرد قرآن در اين موارد، استقامت، تحمل و صبر است؛ ﴿فَاسْتَقِمْ كَمَا أُمِرْتَ وَ مِنْ تَابٍ مَعَكَ﴾ (هود/۱۱۲). بر اين مبنا، راهبردي که از سوي نوح به کار گرفته شد، به‌طور عمده توسط همه پيامبران و کارگزاران نفوذ اجتماعي دين مورد استفاده قرار گرفته و نشان مي‌دهد اصولاً نفوذ در مخاطب با استمرار در ارائه و در طول زمان امکان‌پذير است. اين راهبرد نه‌تنها در ابتدای فرآيند نفوذ اهميت دارد که بر اساس تحليل آيات الهی، برای حفظ، تقويت و پويايي دينداري و جامعه‌پذيري نيز داراي اهميت است.

نتیجه‌گیری

- ۱- فرآیند نفوذ اجتماعی در آیات الهی، فرآیندی چندجانبه است که در آن کارگزاران، مخاطبان و شرایط محیطی اهمیت یکسان داشته، تأثیرشان قابل انکار نیست.
- ۲- بررسی‌های این پژوهش نشان می‌دهد پیامدهای نفوذ اجتماعی معطوف به آیات الهی را نمی‌توان در چند پیامد پیش‌گفته مد نظر روان‌شناسان اجتماعی محدود کرد، بلکه این پیامدها در پیوستاری، در دو سوی صفر تا بی‌نهایت ادامه می‌یابند.
- ۳- تحلیل آیات قرآن نشان می‌دهد راهکار تقویت ایمان پس از نفوذ، تحمل سختی‌ها و شرایط دشوار است. چنانچه فرد بر اثر حوادث و سختی‌ها نلغزد، به تدریج ایمان او از ثبات و استحکام برخوردار گردیده و احتمال تزلزل آن در مراحل بعدی کاهش می‌یابد. هرچه تحمل سختی و دشواری پایبند ماندن نسبت به دین بیشتر باشد، آثار محکم‌تری از خود برجای گذاشته، ایمان استوارتر و محکم‌تر می‌گردد. اما عدم پایبندی به دین، به تدریج زمینه تضعیف و از میان رفتن ایمان را فراهم می‌کند. بر این مبنا، کسانی که دین را به صورت سطحی درونی کنند، در مواجهه با شرایط سخت و دشوار، به سوی انحطاط بیشتری کشیده شده، دچار تزلزل شخصیتی می‌شوند. همنوایی آنها با دین در این شرایط، از روی ترس از مجازات یا امید به پاداش خواهد بود. بر همین اساس است که طبق آیات قرآن، میزان استحکام و ثبات ایمان فقط در شرایط دشوار و نقاط عطف زندگی مشخص می‌گردد؛ به گونه‌ای که اگر فرد در طول زندگی خویش با سختی‌ها و دشواری‌ها مبارزه کرده و تلخی پایبندی به ارزش‌ها و هنجارها را به جان خریده باشد، در نقاط عطف زندگی، تزلزل به راحتی در او رسوخ نکرده و از هم نمی‌پاشد. اما اگر در طول زندگی خویش برای پایبند ماندن نسبت به دین، مشکلات و سختی‌های کمی را تحمل کرده باشد، یا اصولاً هیچ سختی را تحمل نکرده باشد، در شرایط سخت، به راحتی متزلزل گردیده، از هم می‌پاشد.



پی‌نوشت‌ها

- ۱- در مدل پارادایمی مورد نظر اشتروس و کوربین، علاوه بر علل پدیده‌ها، به بستر و شرایط، استرژئی‌ها و راهبردهای دخیل در ایجاد و شکل‌گیری پدیده‌ها توجه و پیامدهای آنها در مدلی مشخص مورد بررسی قرار می‌گیرد (رک: اشتروس و کوربین، ۱۱۸-۹۵).
- ۲- این معنا در آیات دیگر از جمله بقره/۷، مؤمنون/۳۵ و حج/۶ مشاهده می‌شود.
- ۳- حجیت قول، فعل، تقریر و ... معصوم علیه السلام در فرهنگ تشیع به همین معناست.

منابع و مآخذ

۱. قرآن کریم.
۲. ارونسون، لیوت؛ روانشناسی اجتماعی، ترجمه حسین شکرکن، تهران، انتشارات رشد، ۱۳۷۳ ش.
۳. استراس و کوربین؛ اصول روش تحقیق کیفی نظریه‌مبنایی، ترجمه بیوک محمدی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، ۱۳۸۷ ش.
۴. استرایکر، شلدون و دیگران؛ مبانی روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه جواد طهوریان، مشهد، معاونت فرهنگی آستان قدس رضوی، ۱۳۷۶ ش.
۵. آخوندی، محمدباقر؛ «الگوی قرآنی برای سنجش دینداری مردم ایران»، آموزه‌های قرآنی، شماره ۲۳، ۱۳۹۵، ۷۹-۵۵.
۶. _____؛ «تأثیر فرهنگ و شرایط اجتماعی در شکل‌گیری آرمان شهر قرآنی»، اسلام و علوم اجتماعی، شماره ۴، ۱۳۷۹، ۷۷-۵۹.
۷. آذربایجانی، مسعود و دیگران؛ روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، قم، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه و سازمان سمت، ۱۳۸۵ ش.
۸. جوادی آملی، عبدالله؛ جامعه در قرآن، قم، اسراء، ۱۳۹۱ ش.
۹. حسن‌زاده آملی، حسن؛ انسان و قرآن، قم، انتشارات قیام، ۱۳۸۱ ش.
۱۰. راغب اصفهانی، حسین‌بن محمد؛ المفردات فی غریب القرآن، بیروت، دارالعلم، ۱۴۱۲ ق.
۱۱. طالقانی، سید محمود؛ پرتوی از قرآن، تهران، شرکت سهامی انتشار، ۱۳۶۲ ش.

۱۲. طباطبایی، سید محمدحسین؛ المیزان فی تفسیر القرآن، ترجمه سید محمدباقر موسوی همدانی، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ۱۳۷۴ش.
۱۳. طبرسی، فضل‌بن حسن؛ مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تهران، ناصر خسرو، ۱۳۷۲ش.
۱۴. فرانزوی، استغن؛ روان‌شناسی اجتماعی، ترجمه مهرداد فیروزبخت و دیگران، بی‌جا، مؤسسه خدمات فرهنگی رسا، ۱۳۸۱ش.
۱۵. فیض کاشانی، ملا محسن؛ تفسیر الصافی، تهران، انتشارات صدر، ۱۴۱۵ق.
۱۶. قرائتی، محسن؛ تفسیر نور، تهران، مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن، ۱۳۸۳ش.
۱۷. قرشی، سید علی‌اکبر؛ قاموس قرآن، تهران، دار الکتب الإسلامیة، ۱۳۷۱ش.
۱۸. کوئن، بروس؛ درآمدی به جامعه‌شناسی، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، انتشارات توتیا، ۱۳۸۶ش.
۱۹. کاشانی، ملا فتح‌الله؛ تفسیر منهج الصادقین فی الزام المخالفین، تهران، کتابفروشی محمدحسن علمی، ۱۳۳۶ش.
۲۰. کریمی، یوسف؛ روان‌شناسی اجتماعی، تهران، ارسباران، ۱۳۷۷ش.
۲۱. گیدنز، آنتونی؛ جامعه‌شناسی، ترجمه منوچهر صبوری، تهران، نشر نی، ۱۳۷۳ش.
۲۲. مکارم شیرازی، ناصر؛ تفسیر نمونه، تهران، دار الکتب الإسلامیة، ۱۳۷۴ش.