پژوهش‌نامه
علوم حدیث تطبیقی

واکاوی مفهوم اقناع مخاطب در قرآن و روایات بارویکرد تطبیقی و تاکید بر مناظره‌های اقناعی

چکیده

اقناع مخاطب از مسائل مهم عصرارتباطات است و رسانه‌ها در مسائل متنوع،به‌صورت پی‌درپی و با شیوه‌های مختلف درصدد تاثیرگذاری بر دیگران برای همسوشدن با اهداف خودشان هستند.اما اینکه اقناع در متون دینی و از منظر اخلاقی چه جایگاهی دارد و ماهیت آن چگونه تعریف می‌شود،نیازمند واکاوی و تحلیل است؛به‌همین‌جهت پژوهش حاضر درصدد بوده مفهوم اقناع مخاطب را در قرآن و احادیث کشف و تحلیل نماید.لذا با روش توصیفی-تحلیلی در مفهوم اقناع، واژهای مشابه و مخالف، مناظره‌های معصومان در قرآن و روایات به واکاوی مفهوم اقناع پرداخته شده و ضمن مفهوم‌سازی در محورهای ماهیت،فرایند،حیطه‌ها،اصول،شیوه‌های اقناع و تفاوت با شگردهای فریب‌اقناعی،نتایج پیش‌رو به‌دست آمد که گستره اقناع شامل همه ساحت‌های وجودی است و طبق اصول و معیارهای قرآنی نظیر اختیار مخاطب و استفاده از روش‌های اخلاقی، اقناع اندکی متفاوت از واژه مصطلح و ازحیث ماهیت متمایز از فریب‌اقناعی است.همچنین اقناع،فراتر از اسکات و مقدمه هدایت است که با فقدان موانع اثرگذار خواهد بود. نیز اقناع فرایند و فراگرد تاثیرگذاری هوشمندانه در افکار و احساسات مخاطب جهت تغییرنگرش،گرایش،کنش و منش اوست.

واژگان کلیدی:اقناع مخاطب، تبلیغ، مناظره، تحلیل‌مضمون، تفسیر موضوعی قرآن و حدیث.

۱. بیان مسأله

اقناع مخاطب در عصرسیطره‌جهانی تبلیغات به‌ویژه با توجه به کاربرد هوش‌مصنوعی،از مسائل مهم انسانی است و انسان‌ها پی‌درپی در معرض تبلیغات،القاءات و اقناع‌اند و این فرایند تا بدانجا پیش رفته که رسانه‌ها و گروه‌ها در جهت اقناع مخاطبان، ازهیچ قالب و شیوه‌ای فروگذار نشده‌اند و بلکه با طراحی شیوه‌های گوناگون اقناعی،درصدد همسو ساختن افکار عمومی با اهداف متنوع خویشند؛لذا در کنار بارش فکری خواندن اقناع، یورش فکری نامیدنش رواست:زیرا گاهی در بسته‌بندی پیام‌ها و استفاده از شیوه‌های اقناعی چنان افکار مخاطب تحت تاثیر قرار می‌گیرد

و با نوعی جبر و تحمیل همراه می‌شود که امری باطل نزد مخاطبان،حق جلوه داده شده،آنها را مجاب می‌کند به‌آن باور یابند.

با مراجعه به متون‌دینی،اقناع از آیات و احادیث متعددی کشف می‌گردد و می‌توان ماهیت اقناع را بهتر شناخت و به زوایای آن پی‌بردو از حیث قاعده جنبه‌های اخلاقی آن قابل توجه است.با توجه به اهمیت اقناع است که امام خامنه‌ای می‌فرماید:«در اسلام،اقناع داریم؛معنای این«لآ اِکراهَ فِی‌الدّین»هم که در قرآن هست،این است،یعنی تفکّر دینی را جز با اقناع نمی‌شود منتقل کرد و منعکس کرد.بتوانید اقناع کنید؛این،جاذبه ایجاد می‌کند»(بیانات در دیدار باجمعی از دانشجویان،۱۳۹۴/۴/۲۰).

با توجه به اهمیت اثرگذاری و ضرورت واکاوی و تحلیل قرآنی-روایی ماهیت اقناع،پژوهش حاضر درصدد است ماهیت و مفهوم اقناع را با روش تحلیل‌مضمون در آیات و روایات مرتبط،به ویژه مناظره‌ها فهم نماید.

ازجمله مقالاتی که در این عرصه نگاشته شده "فرایند اقناع در قرآن کریم" است به نگارش آقای فتح الهی و کاملی با این تفاوت که در این نگارش با نگاه مناظره ای و رویکرد تطبیقی پرداخته شده است.

۲. چارچوب مفهومی

واژگان اقناع،مخاطب،تبلیغ و مناظره جهت‌دهنده پژوهش حاضرند؛به‌همین‌جهت ضرورت دارد با لحاظ جهت‌گیری این تحقیق معنای آنها مشخص گردد.

۲-۱. اقناع

اقناع ۱- از حیث لغوی به‌معانی به‌روبرو نگاه‌کردن؛درعین عدم‌التفات به جوانب‌دیگر و نیازمندساختن و خشنود گردانیدن و در عربی به‌اقبال به‌چیزی توسط صورت و یا به حالت کشیدگی‌دست،هنگام دعا(ابن فارس،۱۴۰۴ق،ج ۵: ۳۲و۳۳)معنا شده.۲- از حیث اصطلاحی اقناع نیز تعاریف متعددی آمده که همگی اقناع را فرآیند ارتباط‌اثرگذار در مخاطب با محورهای پیام،منبع پیام،کانال ارتباطی،مخاطب و هدف دانسته‌اند(بینگلر،۱۳۶۷: ۱۰.راجرز،۱۳۸۶: ۶۱۹.سورین،۱۳۹۰: ۲۳۵.پراتکانیس،۱۳۷۹: ۲۷).البته فهم دقیق‌تر در گرو فهم مفاهیم موافق و مخالف و مرتبط اقناع نیز می‌باشد و مفاهیم وابسته نظیر ارتباط،تبلیغ،تبلیغات،متقاعدسازی،مجاب‌سازی،تغییرنگرش،جلب‌اعتماد،ترغیب،پیش‌اقناع،نفوذ،القا و اغوا نقش تعیین‌کننده در وضوح گستره موضوع اقناع دارند که برخی اندیشمندان ارتباطات به آنها پرداخته‌اند(معتمدنژاد،۱۳۹۱: ۶۰.محسنیان،۷۰.حکیم آرا،۱۳۷۷: ۴۷.الیاسی،۱۳۸۸: ۴۱.کریمی،۱۳۸۷: ۵.زورق،۴۴).

۲-۲. مخاطب

مخاطب از ارکان ارتباطات و اقناع است و اقناع از سوی مبلغ و منبع پیام برای تاثیرگذاری در مخاطب طراحی و اجرا می‌شود و با توجه به این رکن،پاسخ به پرسش پیش‌رو لازم است که اقناع در چه حیطه‌ای از ساختار وجودی

مخاطب رخ می‌دهد و حلقه اتصال و ارتباط اقناعی،کدام نهاد انسانی است؟برای پاسخ فوق دیدگاه اندیشمندان و مدل‌های اقناعی تحلیل می‌شود.آرنسون افراد جامعه را تحت‌تأثیر پیام‌های مستدل می‌داند.پتی و کاسیوپو هم در مدل ارتباطی خویش بر محتوای غنی و مستدل پیام جهت تغییر افکار،عقاید و نظرات مخاطب تأکید می‌کنند. مدل اقناعی فستینگر،نیز بر ایجاد شناخت‌های متناقض در افکار،نگرش‌ها و باورهای مخاطب بنا شده(الیاسی،۱۳۸۸: ۴۹و۵۸و۶۳). در مدل اقناعی هاولند بر استفاده از عواطف و برانگیختن هیجانات در پیام اصرار شده و پیام دارای بار هیجانی را موثرتر از پیام دارای بار استدلالی دانسته،راجرز نیز بر توسل به‌ترس جهت اقناع تکیه کرده(الیاسی،همان).علمای منطق و متفکران اسلامی از اقناع با تعابیری چون اقناع فکری،خطابی،منطقی،جدلی،روحی،وجدانی و شهودی یاد کرده‌اند(مطهری،۱۳۸۶،ج۲: ۴۸۱. ج۱۴: ۳۶۶. ابن سینا، ۱۳۷۳: ۱۰۷.بهشتی،۱۳۸۶: ۵۸).

بنابراین اقناع را می‌توان طبق ساختار وجودی تقسیم نمود که ساحت علمی و حیطه بینشی از جمله آنهاست.مجموع قوای موجود در ساحت علمی انسان،قوای عقل،اندیشه،خیال و حس است که عقل،مرتبه اعلاست و امامت تمام قوا را برعهده دارد و حس،نازل‌ترین قوه‌بینشی است(جوادی آملی،۱۳۸۴: ۱۹۳.طباطبایی،ج۴: ۱۳۰).ساحت تمایلات و گرایش‌های انسان دیگر ساختار وجودی و منظور از آن،کشش و میلی درونی است که انسان را به‌طرف خواسته،مقصود و مطلوب خویش می‌کشاند.به‌عبارتی تمایل همان احساسِ احتیاج به چیزی است که اگر آن احساسِ احتیاج برآورده شود،احساس رضایت در انسان پدید می‌آید.البته گاهی گرایش فطری و تمایلات انسان در تشخیص کمال‌خواهی اشتباه می‌کند و بر اثر بدآموزی به باطل کشش پیدا می‌کند(جوادی آملی،۱۳۸۴: ۱۷۷).به‌تعبیر ملاصدرا بین عواطف و ادراکات ارتباط وجود دارد و اراده در کنار تمایلاتی چون شهوت و غضب در پرتو عقل راهبر انسان به پذیرش و انجام راه‌رشد است(ملاصدرا،۱۹۸۱م،ج۸: ۱۵۹)لذا به تعبیر علامه طباطبایی،فکر می‌تواند از مجرای عقلی خارج شود و در مجرای‌احساس و عاطفه بیفتد(طباطبایی،۱۳۷٤،ج٤: ١٦٠).

۳-۲. تبلیغ

تبلیغ از بلغ به معنای رسیدن به‌نهایت یا نزدیک به نهایت چیزی معنا شده که معنایی بسیار نزدیک با اقناع دارد(راغب،۱۴۱۲ق: ۱۴۴).تفاوت واژه بلغ با ماده وصول و ایصال این است که رسیدن در واژه بلغ،اعلی و آخرین مرتبه(مصطفوی،۱۳۶۰: ۳۳۳)وبرخلاف ایصال که در امور جسمانی و مادی است،ابلاغ در مورد رساندن به فکر،روح،ضمیر و قلب کسی به‌کار می‌رود(مطهری،ج۱۷: ۳۳).تبلیغ به رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط، به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او(رهبر،۱۳۷۱: ۸۰)و طبق تعبیر امام‌خمینی،شناساندن خوبی-ها،تشویق به انجام آن،ترسیم بدی‌ها و نشان دادن راه گریز و منع(بشیر،۱۳۸۷: ۷۶)و براساس بیان امام خامنه‌ای، رساندن پیام معنا شده(بیانات۱۳۸۸/۹/۲۲)رساندن آن حقایقی به اذهان و دلهای مخاطبان است که بدون آن دچارخسارت خواهند شد(بیانات۱۳۷۷/۲/۲)و اقناع مخاطب به‌عنوان یکی ازعناصر مهم در ابلاغ‌مبین و ایصال رسالت الهی پیامبران معرفی شده(احمدغلوش،۱۴۰۶ق: ۴۵).هم‌چنین تبلیغات،واژه دیگری است که در تبلیغ به‌کار

می‌رود،ولی معادل پروپاگانداست و پروپاگاندا به‌معنای تلقین یا نفوذ و شامل ایده‌ها و بیاناتی است که امکان نادرستی و مبالغه در آن وجود دارد(پراتکانیس،۱۸).

۴-۲. مناظره

مناظره از لحاظ لغوی به معنای مباحثه و گفتگوی طرفینی است که هر طرف با ارائه براهین سعی می‌کند مطالب خویش را برای دیگری به اثبات رساند(دهخدا،ذیل واژه مناظره)و در اصطلاح دانشمندان اسلامی به‌معنای اثبات حکم ثبوتی یا سلبی به دلیل و به صناعتی تعریف شده که انسان را به کیفیت گفتگو و شرایط آن آشنا سازد تا در بحث و الزام و غلبه برخصم خطا نکند(جرجانی،۱۳۵۷،ج۱: ۱۵).خواجه نصیر مناظره را تقابل میان دو صاحب رأی می‌داند که هر یک متکفّل بیان رأی خود باشند،به‌شرط آن‌که هر دو بعد از وضوح،مساعدت حق کنند(طوسی،۱۳۵۵: ۴۴۸)سخن خواجه مثل ابن سیناست که هدف از مناظره را بحث درباره دو رأی متقابل متکفل می‌داند یعنی هر یک از دو مخاطب متکفل یکی از آن دو رأی می‌گردد تا برای هردوشان فرد محق آشکار شود و دومی او را در راه صواب یاری کند.پس هدف این دو چیزی جز حصول علم نیست(ابن سینا،ج۱: ۱۵).طبق تعاریف،هدف از مناظره،مشاجره،مجادله،تحقیر یا فریب طرف گفت‌وگو نیست،بلکه غرض اصلی کشف حقیقت است و لذا با مجادله‌های غیراحسن فرق دارد.

۳. روش پژوهش تحلیل مضمونی

تحلیل‌مضمون روشی برای تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی در تمام رشته‌هاست که پژوهشگر داده‌ها را بررسی می‌کند تا مضامین مشترک،موضوعات،ایده‌ها و الگوهای معنایی را شناسایی کند.برخی محققان معتقدند تحلیل‌مضمون به‌تنهایی یک روش است و بعضی تحلیل‌مضمون را یک عمل یا یک ابزار می‌دانند.تحلیل‌مضمون با دو رویکرد قیاسی و استقرایی به‌کار می‌رود؛در رویکرد قیاسی مضامین از پیش تعیین شده‌اند و در رویکرد استقرایی مضامین از تحلیل متن به‌دست می‌آیند(حاجی‌پور و همکاران،۱۴۰۳: ۳۴۵-۳۴۶).

در این پژوهش،روش تحلیل مضمون استقرایی به‌کار گرفته شده و مشتقات اقناع،واژگان مرتبط و مشابه،مخالف و مقابل،و اقناع در مناظره‌های قرآنی و روایی در قرآن و احادیث استخراج گردیده‌اند.سپس طبق آنها آیات و احادیث تحلیل‌مضمون شده‌اند.در مرحله بعد از تحلیل‌مضمون،مفاهیمی کلی در راستای معنای اقناع فهم و کدگذاری گردیده‌اند و شبکه مضامین ترسیم شده‌اند.در نهایت از تجمیع مفاهیم و مضامین،معنای اقناع و ماهیت آن به صورت کلی در قرآن و احادیث استخراج گردیده است.

۴. بیان شبکه‌ای گزاره‌ها و تحلیل داده‌ها

تحلیل شبکه ای برای مطالعه ساخت اجتماعی، مجموعه‌ای از نظریه ها، مفاهیم، روش‌ها، تکنیک‌ها و ابزارها را ارائه می‌کند .محورهایی که در معناشناسی اقناع بر اساس قرآن و روایات تحلیل مضمون شده‌اند،اقناع و مشتقات،واژه‌های مشابه،مخالف و مناظره‌هاست.

۱-۴. اقناع و مشتقات در قرآن

در واکاوی مفهوم اقناع در محضر روایات نیز نتیجه مستقیمی به دست نمی‌آید،فقط می‌توان اقناع را با قناعت در روایات مرتبط ساخت و با تنقیح مناط و عمومیت ملاک نتیجه‌گیری نمود که از روایت مربوط به قناعت می‌توان درون قانع‌بودن آزادانه،نوعی رضایت خاطرقلبی رویت نمود.در روایت امام هادی علیه‌السلام،اقناع در کنار بیداری عقل و برای خردمندان ذکر شده بدین‌صورت که آن حضرت در نامه‌ای ضمن پاسخ به پرسش اصحاب نسبت به امامت فرمود:فرزندم جانشین بعد من است و تمام نیازمندی‌های مردم نزد اوست.خدای متعال هرچه اراده کرده،مقدم می‌دارد و هرچه بخواهد به‌تأخیر می‌اندازد و فرموده آیتی را نسخ نمی‌کنیم،جزاینکه بهتر یا مثل آن‌را به‌وجود می‌آوریم.همین مختصر برای خردمند بیدار کافی است(مفید،۱۴۱۳ق،ج۲: ۳۲۰).به این نشانی که فرمود:وَ فِی هَذَا بَیَانٌ وَ إِقْنَاعٌ لِذِی عَقْلٍ یَقْظَان.بر این‌اساس،اقناع با عقل بیدار همراه است.طبق آیه و روایات مرتبط،اقناع با عقل،رهایی از دیگران و با رضایت‌قلبی همراه است؛رضایتی که از اختیار و اراده انسانی برخاسته است.

واژه اقناع در قرآن (در معجم الاحصائی) مستقیم آمده«وَلاتَحْسَبَنَّاللَّهَ غافِلاً عَمَّایَعْمَلُ‌الظَّالِمُونَ إِنَّمایُؤَخِّرُهُمْ لِیَوْمٍ تَشْخَصُ فیهِ‌الْأَبْصارُمُهْطِعینَ مُقْنِعی رُؤُسِهِمْ لایَرْتَدُّإِلَیْهِمْ طَرْفُهُمْ وَ أَفْئِدَتُهُمْ هَواءٌ:و خدا را از آنچه ستمکاران می‌کنند،غافل ندان؛جز این نیست که کیفرشان برای روزی به تأخیر می‌اندازد که چشم‌ها در آن خیره می‌شود.شتابان سر برداشته و چشم بر هم نمی‌زنند و از وحشت،دلهایشان تهی است»(ابراهیم،۴۲-۴۴).

آیات مربوط به قیامت است وکلمه تشخص به‌معنای بازایستادن حدقه چشم و مهطع به‌معنای بلندکردن سر شتر و مقنع به‌معنای سربلند کردن است.عبارت«لایَرْتَدُّ إِلَیْهِمْ طَرْفُهُمْ»بدان معناست که از شدت هول و ترس از آنچه می‌بینند،قادر نیستند چشم خود را بگردانند.معنای أَفْئِدَتُهُمْ هَواءٌ این است که از شدت و وحشت قیامت،دلهایشان از تعقل و تدبیر خالی و عقلشان زایل می‌شود(طباطبایی،۱۳۷۴،ج۱۲: ۱۱۹).عبارت«مُقْنِعِی رُءُوسِهِمْ»در آیه۴۳سوره ابراهیم به‌حالت وحشت‌زده ستمگران در قیامت اشاره دارد.

چند نمونه از تحلیل مضمون اقناع در جدول زیر بیان می گردد

جدول ۱. تحلیل مضمون اقناع و مشتقات آن در قرآن و روایات

ردیف	قرآن و حدیث	تحلیل مضمون	مفهوم
۱	مُهْطِعِینَ مُقْنِعِی رُءُوسِهِم(ابراهیم،۴۳)	از مقنعی در مجموع آیه،اقناع منفی همراه با از دست دادن اندیشه و انتظار نوعی پذیرش فهم می شود.	ماهیت: پذیرش
۲	امام علی:الْعَبْدُ حُرٌّ مَاقَنِعَ:(تمیمی،۱۴۱۰: ۳۳)	قنع در امور مالی منظور است،اما با تنقیح مناط قانع بودن با آزادگی و رهایی از دیگران همراه است.	معیار:حریت و حق انتخاب
۳	امام علی:مَنعَقلَقَنِعَ(تمیمی،۱۴۱۰ق: ۷۷۲۴)	گرچه قنع در امور مالی منظور است،اما با تنقیح مناط قانع بودن با عقل و تعقل همراه است	حیطه: عقل و فکر
٤	امام هادی:وَ فِی هَذَا بَیَانٌ وَ إِقْنَاعٌ لِذِی عَقْلٍ یَقْظَان(شیخ مفید،۱۴۱۳ق،ج۲: ۳۲۰)	اقناع با عقل بیدار و برانگیختن اندیشه همراه و فراتر از اسکات خصم است.	ماهیت:فراتر اسکات حیطه: فکر

۲-۴. واژه های مشابه و مرتبط اقناع

در این پژوهش، واژه‌هایی مانند تبلیغ، دعوت، آیات‌بینات، اسماع، بشارت و انذار —که از لحاظ معنایی به اقناع نزدیک هستند — مورد بررسی قرار گرفته‌اند. با تحلیل معناشناختی این مفاهیم در قرآن و روایات، می‌توان به ماهیت اقناع پی برد.

توضیح آنکه تبلیغ در قرآن با مشتقات آن از جمله بلاغ‌مبین بر اقناع و دلیل قانع‌کننده استوار است(رهبر،۲۵۱.احمد غلوش،۱۴۰۶ق:۴۵)و در آن اجبار به‌قبول نیست(طباطبایی،ج۱۲: ۲۴۱و۳۵۲).به‌تعبیر علامه،آیاتی که بلاغ را با رسالت ذکر می‌کنند،مشخص می‌سازد وظیفه رسول فقط ابلاغ است(طباطبایی،ج۱۶: ۱۱۶و۱۷۲).در لفظ‌دعوت که نوعی تحریص و ترغیب است(رهبر،۷۶)و به‌معنای رساندن پیام الهی با تکیه بر شناخت‌حقیقت و ارائه‌واقعیت همراه با استدلال است(طباطبایی،ج۱۲: ۲۴۲.جوادی آملی،۱۳۸۷،ج۸: ۶۷)اجباری به گزینش ایمان نیست و پیامبران تنها حجت را تمام می‌کنند(طباطبایی،ج۷: ۶۴).در قرآن دعوت به‌حق براساس حکمت،موعظه و جدال‌احسن معرفی شده(نحل،۱۲۵)که در هرسه عدم‌تحمیل و الزام‌فکری فهم می‌شود. براساس آیاتی‌که بینات و مشتقاتش ذکر شده و پیامبران با دلائل و نشانه‌های روشن به‌حق دعوت می‌کردند(بقره،۹۹و۲۱۱.آل‌عمران،۹۷.یونس،۱۵.اسراء،۱۰۱.نور،۱.جاثیه،۲۵.مریم،۷۳.حج،۱۶و۷۲.قصص،۳۶. سبأ،۴۳.احقاف،۷.جدید،۹.عنکبوت،۳۵و۴۹.مجادله،۵)اجباری بر پذیرش دیده نمی‌شود.

هم‌چنین متون‌دینی به سمع تأکید کرده‌اند؛یعنی مردم به خوبی بشنوند تا بتوانند حق را انتخاب و شرایط هدایت را فراهم کنند.نیز پیامبران و مبلغان موظفند پیام‌الهی را کامل برسانند تا مقدمه شنیدن فراهم شود؛پس در فرایند شنواندن و هدایت،محوری به‌نام پذیرش مخاطبان مطرح است که با اختیار و انتخاب آزادانه آنها همراه است. **بشارت و انذار**، به عنوان دو کلیدواژه مرتبط با اقناع، نه تنها بر اندیشه اثر می‌گذارند، بلکه به گرایش‌های مخاطب نیز توجه دارند. این دو مفهوم ضمن اتمام حجت، مخاطب را به ایمان مجبور نمی‌کنند. (بقره،۶.شیخ صدوق،۱۳۸۵،ج۱: ۱۱۹و۱۲۰.شاملی،۲۱).

واژه های مشاه اقناع به شرح ذیل هستند

جدول۲. تحلیل واژه های مشابه و مرتبط اقناع در قرآن و روایات

ردیف	قرآن و حدیث	تحلیل مضمون	مفهوم
۱	تبلیغ آیات تبلیغ و مشتقات همراه با واژه رسالت و آیات بلاغ مبین و آیات حجت بالغه و حکمت بالغه(مائده،۶۷. اعراف،۶۲و۶۸. احقاف،۲۳. احزاب،۳۹. نور،۵۴. عنکبوت،۱۸. نحل،۳۵. انعام،۱۴۹. قمر،۵۴)	۱. علامه طباطبایی:همراهی تبلیغ با رسالت نشانگر اتمام حجت است. ۲. همراهی تبلیغ باخیرخواهی و امانتداری،مطلوبیت در اقناع فهم می‌شود. ۳. از بلاغ مبین،عدم تحمیل اندیشه و حق حریت مخاطب در اقناع فهم می شود. ۴. اقناع موردنظر اسلام،براساس علم و عقل است. ۵. اقناع باید با حکمت بالغه و استدلال محکم باشد.	۱.ماهیت‌اقناع: اتمام حجت هدایت ۲.اصول‌ومعیار خیرخواهی. امانت.حریت ۳.حیطه‌ها: فکر

۲	دعوت (یوسف،۱۰۸. نحل،۱۲۵)	۱. از همراهی دعوت با بصیرت،آگاهی بخشی در اقناع فهم می شود. ۲. از همراهی دعوت با حکمت،موعظه و جدال احسن،شیوه ها واولویت حیطه های اقناع فهم میشود.	۱. اصول:آگاهی ۲. روشها: ۳.حیطه:فکر. احساسات
۳	آیات بینات (حج۷۲. جاثیه۲۵. بقره،۹۹. اسراء،۱۰۱. سبا،۴۳)	۱.از تلاوت روشن پی‌درپی،اقناع و تکرارش فهم میشود ۲.از آثار مخالفت و انکار کافران در برابر حجتهای روشن،عدم تحمیل فکری در اقناع فهم می شود. ۳.موانع لجاجت و غرور،مانع تفکر و اقناع مطلوب است، بلکه باعث اغوا و فریب اقناعی می‌شوند.	۱.اثبات اقناع ۲.تفاوت با فریب ۳.اصول: عدم‌تحمیل ۴.موانع:لجاجت غرور
٤	اسماع (بقره،۲۸۵. انفال،۲۰-۲۴. نمل،۸۰-۸۱. (سیدرضی،۱۳۷۹: ۴۷۴ و ۱۱۳۰)	۱.با توجه به معنای سمع در شنیدن،فهم و اطاعت،تناسب معنایی با اقناع فهم میشود. ۲.خردورزی باعث فهم و پذیرش حق می شود. ۳.طبق قرآن شنواندن مطلوب وهوشمندانه از سوی مبلغ پیام به مثابه اقناع و مقدمه هدایت است. ۴.طبق قرآن،نتیجه سمع و تفکر،بصیرت و پذیرش حق است.این،همان اقناع و مقدمه هدایت است.	۱.اثبات اقناع ۲.حیطه: فکر ۳.ماهیت: اقناع مقدمه هدایت ۴.فرایند: سمع و بصیرت و حریت و پذیرش
٥	**بشارت و انذار** (هود۶۹. فاطر،۲۴. بقره،۶) (شیخ صدوق،۱۳۸۵،ج۱: ۱۱۹و۱۲۰)	۱.از بشارت و انذار،حیطه عاطفی اقناع فهم میشود. ۲.در بشارت و انذار،تنها راه‌درست ترسیم میشود،تحمیلی بر فکرو عمل انسانها وارد نشده،آنها با انگیزه راه هدایت انتخاب میکنند.بشارت‌و انذار،مراحل اقناع فهم میشود که هدایت بعد از اقناع است.	۱.حیطه:عاطفی ۲.روش: بشارت و انذار ۳.فرایند اقناع: هدایت بعد از اقناع

۳-۴. واژه‌های مخالف و مقابل اقناع

الزام به‌معنای اکراه و اجبار،سیطره،فریب،اغوا و جدال غیراحسن،جزو واژه‌های مخالف اقناعندکه تحلیل‌مضمون شده‌اند.توضیح درباره الزام به‌معنای اجبار آن‌است که قرآن با اجبار به دین‌داری مخالف است:زیرا هیچ‌فردی با این وضع قلبا موافق نیست و لذا ماهیت اقناع قرآنی با فرایند اجبارگونه سازگار نیست.همین محور از واژگان مصیطر نیز فهم می‌شود که قرآن وظیفه رسول‌خدا را تنها تذکر بدون سیطره بر مردم معرفی می کند(غاشیه،۲۲و۲۳).فریب از دیگر واژگان مخالف است که مصادیقی نظیر دروغ دارد و قرآن فریب و دروغ را کار منافقین معرفی می‌کند(منافقون،۱).اغوا نیز که در دانش‌ارتباطات به‌عنوان مخالف اقناع مطرح است،کار شیطان معرفی شده و زیبا جلوه دادن زشتی‌ها ابزار انحراف شیطان است(قرائتی،۱۳۸۳،ج۴: ۴۶۰).مجادله به‌ناحق نیز استمداد مناسبی در

فهم ماهیت اقناع قرآنی است و قرآن تصریح می‌کند درصورت روحیّه پذیرش نداشتن،انسان وارد مجادله می‌شود و حق را نمی‌پذیرد(قرائتی،۱۳۸۳،ج۵: ۱۸۹).

واژه های مخالف اقناع به شرح ذیل می باشند

جدول۳. تحلیل واژه های مخالف و مقابل اقناع در قرآن و روایات

ردیف	قرآن و حدیث	تحلیل مضمون	مفهوم
۱	**اکراه و اجبار** (هود،۲۸. یونس،۹۹)	از مخالفت قرآن با اجبار و اکراه به دین داری، اقناع مورد نظر قرآن فهم میشود.	اصول و معیارها: عدم اکراه= انتخاب
۲	سیطره (غاشیه،۲۱و۲۲)	سیطره و تسلط بر مخاطب در اقناع ممنوع است.	ماهیت: تفاوت با فریب اقناعی اصول: عدم تحمیل
۳	فریب (توبه،۵۶. منافقون،۱)	دروغ و فریب با ماهیت اقناع قرآنی ناسازگار است	ماهیت: تفاوت با فریب اقناعی
٤	اغوا (حجر،۳۹)	اغوا شیطانیست و با اقناع قرآنی تفاوت دارد.	ماهیت:تفاوت با اغوا
٥	جدال غیر احسن (کهف،۵۴. حج،۳.) روایت جدال غیر احسن(منسوب به إمام عسکری،۱۴۰۹ق:۵۲۷).	۱.قرآن برای اقناع و هدایت تمثیل میزند،اما مخاطب با نداشتن روحیه پذیرشی جدل میکند ۲.جدل غیراحسن،تبعیت از شیطان است وموردتایید قرآن و روایات نیست و باعث ادغام حق و باطل است.	موانع: روحیه جدلی روشها: تمثیل

۴-۴. مناظره‌های اقناعی در قرآن

واکاوی اقناع در ماجراهای قرآنی و گفتگوهای پیامبران استناد مناسبی برای فهم اقناع در قرآن است؛توضیح آنکه از گفتگوی خدا با فرشتگان در ماجرای خلافت انسان و آشکارساختن برتری مقام علمی او،اصل اقناع به‌معنای اقدام درجهت پذیرش‌دیگران فهم می‌شود(طباطبایی،ج۱۱۱۶و۱۷۷. جوادی،ج۶: ۱۵۵.مکارم،۱۳۷۴،ج۱، ۱۷۸)و چون پیش‌فرض آنها از تن خاکی آدم و دار تزاحمات مادی،فسادانگیزی را نتیجه می‌داد،به‌دنبال پاسخی برای اقناع عقول متحیرشان بودند و چون قابلیت‌پذیرش داشتند و به‌دنبال حق بودند،مواجهه با پیام اقناعی باعث پذیرش شد.نیز اینکه نوح خود را نذیرمبین معرفی می‌کند،یعنی انذار او آشکار است و ابهامی ندارد. انذاریشان مربوط به مبدأ و معاد بوده و ضمن به تکاپو واداشتن افکار آنان و بیم دادن عاطفی مخاطب را در دایره تحمیل و الزام محدود نمی‌کند(هود۲۸-۳۱).در مقابل،قوم نوح با سخنان خودفریبی و ماندن در جهالت، آن حضرت را انکار کردند(هود،۲۷)و کراهتشان به‌خاطر تعصب،جهل و لجاجت،مانع اقناع بود.هم‌چنین خیرخواهی حضرت نوح نسبت به قومش در تبلیغ و اقناع(اعراف،۶۲)نشان‌دهنده نوع اثرگذاری است و در فرایند اقناع موردنظر قرآن به هر وسیله‌ای تمسک نمی‌شود و البته این نوع تبلیغ و اقناع در مخاطبان با فقد موانعی چون لجاجت اثر مطلوب برجای می‌گذارد(حاجی‌پور،۱۳۹۹: ۱۷۳).

همچنین از اینکه قوم عاد در برابر دعوت و روشنگری بدون چشمداشت حضرت هود(هود،۵۰-۵۱)پیامبرخدا را به جنون متهم می‌کردند(هود،۵۳-۵۴)و با آن همه بینه‌ها،جهل و خرافه‌پرستی مانع‌پذیرش بود،نشانگر هدفمندی پیامبرخدا در اقناع و هدایت آنان بود و البته این فرایند موردنظر با حریت فکری همراه بود.روش احتجاجی نبی خدا این بود که ضمن برائت از عقاید باطل و بت‌هایشان درخواست نمود با همه قدرتشان در جهت از بین بردن او بکوشند؛زیرا او پیام خدا را کاملا روشن به آنها ابلاغ کرده و اتمام حجت نموده؛بنابراین ایمان نیاوردن آنها به‌آن جهت است که در انتخاب راه آزادند و حق انتخاب با خود آنهاست(هود،۵۴-۵۷).نیز از ماجرای حضرت صالح و قوم ثمود،علاوه بر فهم اقناع اندیشه، اقناع عاطفی کشف می‌گردد.توضیح آنکه هرچند دعوت به تقوا توسط نبی خدا (شعراء،۱۴۲)با تلاش برای اعتمادسازی در جهت اقناع قومش همراه بود(شعراء،۱۴۳-۱۴۵)و مردم نسبت به تبعیت از مفسدان نهی می‌شدند(شعراء، ۱۵۰-۱۵۲)و سخنان عاطفی و منطقی حضرت صالح در توده مردم اثرگذار بود،اما دل‌های اشراف قومش را نرم نساخت و آنها علاوه بر تکذیب صالح پیامبر،دست به‌دامان روش‌های فریب‌کارانه شده،او را به مسحور شدن متهم می‌ساختند(شعراء،۱۴۱و۱۵۳).موانعی نظیر دنیاگرایی و تقلیدهای جاهلانه در حق انتخاب نهایی آنها تاثیرگذار بود.

چگونگی احیاءمردگان با ابزار ذبح پرندگان از جمله ماجراهای قرآنی است که خدا برای اطمینان قلبی ابراهیم دستور به آزمایش داد(بقره،۲۶۰)و چون اختلال اعتقادی در ساحت پیغمبران نیست(طباطبایی،ج۲: ۳۶۷)و حضرت ابراهیم از راه بیان‌عملی و نه از راه بیان‌علمی به احتجاج و استدلال به‌دنبال حقیقت بود،اقناع مستخرج،ابتهاج شهودی و قانع شدن انفسی است و اقناع اندیشه نیست.در ماجرای شکستن بت‌ها و پس از استدلال حضرت ابراهیم برخی قانع شدند و عده‌ای چون نمرود به دلیل جمود فکری هیچ‌گاه اقناع و هدایت نشدند(صافات،۹۰-۹۴.انبیا،۵۷-۶۸).گفتگوهای متعدد ابراهیم علیه‌السلام با قوم و سعی بر ابطال پاسخ‌های غیرمنطقی آنها(انبیاء،۵۲-۵۴.شعراء،۷۰-۸۲)نشانگر تلاش برای اقناع بر اساس روشنگری و فهماندن مخاطب بر اشتباه خویش است و مجادله و مغالطه نمرود پس از معجزه تبدیل آتش به گلستان و در برابر بینه های آشکار ابراهیم(بقره،۲۵۸)نوعی فریب‌اقناعی محسوب می‌شد(انبیا،۶۴-۶۸).احتجاج‌ها ومناظره‌های ابراهیم علیه‌السلام با گروه‌های مختلف نیز استناد بر اقناع و مجاب‌سازی است(انعام،۷۶-۸۰).تحلیل کلی آنکه اقناع مخاطب،هرچند گاهی شامل اسکات،لکن فراتر از آن است.

در ماجرای یوسف و همسر عزیزمصر(یوسف،۲۶-۲۸)از واضح‌ترین استنادات اقناعی قرآن(مکارم،ج۹: ۳۸۵)حضرت یوسف برای اثبات بی‌گناهی،چاره‌ای جز قانع‌نمودن نداشت و شهادت شخص ثالث همگان را قانع و راضی کرد.مناظره‌های حضرت شعیب که پیامبررحمت ایشان را خطیب‌انبیا نامیده(بحرانی،۱۳۷۴،ج۲: ۶۳۳)نیز علاوه بر اثبات اصل اقناع،مراحل آن را بیان می‌کند که جلب‌اعتماد از جمله آنها و انذار شیوه اقناعی است(جوادی‌آملی،۱۳۸۹،ج۷: ۱۰۱)که توده مردم ایمان می‌آوردند،ولی مستکبران به مغالطه و تهدید روی آورده یا تهمت می‌زدند(طباطبایی،ج۱۰: ۵۴۶).

همچنین آیات مربوط به ماجراهای حضرت موسی نیز تحلیل شده که در ماموریت تبلیغی برای هدایت مردم و مخصوصا فرعون،با اینکه خود حضرت موسی فصاحت گفتاری داشت،ولی از خدا شرح‌صدر،بسط‌زبان و اعانت‌هارون

درخواست نمود(طه،۲۴-۳۲.قصص،۳۴)که اقدامشان علاوه بر اینکه نشانگر استخراج اصل اقناع است،بر تلاش همه‌جانبه متقاعدگر دلالت می‌کند.در تاثیرگذاری فریب‌کارانه فرعون و استمداد از سحرساحران برای مقابله با حضرت‌موسی(اعراف،۱۱۵.شعراء،۴۳-۴۸)ساحران تحت‌تأثیر معجزه‌موسی قرار گرفتند و حقانیت سخنان موسی تمام وجودشان را فراگرفت و ایمان آوردند(شعراء۴۵-۴۸)ملاقات موسی و خضر علیهماالسلام نیز از دیگر ماجراهای قرآنی است که قابلیت تحلیل در مفهوم اقناع را دارد(کهف،۶۶-۶۹)که هربار حضرت موسی نسبت به اقدامات عجیب حضرت خضر اعتراض می‌کرد،اما در پایان با توضیحات حضرت خضر قانع شد و بهت او از بین رفت.مناظرات مومنان زمان موسی علیه‌السلام با توده مردم درباره ثروت قارون،از دیگر دلالت‌های قرآنی است(قصص،۷۶-۸۰).سخن‌گفتن حضرت‌عیسی در کودکی برای رفع تهمت از حضرت‌مریم نیز از ماجراهای روشن برای فهم ماهیت‌اقناع در قرآن است؛آنجا که حضرت مریم از مردم کناره‌گیری کرد و به‌خاطر بارداری و سیل تهمت‌ها به دلایل محکمی برای اقناع مردم نیاز داشت(مریم۱۶-۴۰)که از سخنان خارق‌العاده یک کودک و تأثیرگذاری بر مردم اصل اقناع ثابت می‌شود.

در انذار بستگان توسط پیامبر در اوایل رسالت(شعرا،۲۱۴.حجر،۹۴)پاسخ به چرایی برپایی تجمع و انذار ضروری است که صِرف دعوت بدون اهداف معنا ندارد.قصدهدایت در جلسه اول هم منظور نبوده؛زیرا هدایت،مراحلی دارد که غالبا با یک‌جلسه،تجمع و یک دعوت صرف در افکار شرک‌آلود حاصل نمی‌شود.بلکه هدف دعوت،قانع‌کردن و متقاعدنمودن ایشان برای پذیرفتن دعوت بوده و اقناع مقدمه‌ای برای هدایت است.احتجاج‌های پیامبر با مسیحیان نجران نیز برای کاوش در مفهوم‌اقناع مستند مناسبی است(آل‌عمران،۶۱)و از آنجا که آنها قائل به ابن‌الله بودن عیسی علیه‌السلام بودند و مجادلاتشان براساس لجاجت و تعصب بود،خدا روش مباهله را در محاجه با آنها برگزید و باتوجه به‌صدق گفتار و ایمان قاطع پیامبر از سخن خود کوتاه آمدند.

مناظره های قرآنی در بحث اقناع به شرح ذیل است

جدول۴. تحلیل مناظره های اقناعی در قرآن

ردی ف	قرآن	تحلیل مضمون	مفهوم
۱	گفتگوی خدا با فرشتگان درباره خلافت انسان(بقره:۳۰-۳۲)	خداوند با روش پاسخگویی و شفاف‌سازی جایگاه علمی آدم فرشتگان را قانع نمود.	اثبات اقناع روشها:پاسخگویی حیطه‌اقناع:شهودی فرایند:قابلیت‌پذیرش
۲	گفتگوی حضرت نوح با قوم خویش و انذار آنان(هود، ۲۵-۲۷. اعراف،۵۹)	از گفتگوی حضرت نوح با قوم و خود را نذیر مبین معرفی کردن،به تکاپو انداختن فکر،تحریک احساس و عدم تحمیل فهم میشود.	ماهیت اقناع:تفاوت بافریب‌اقناعی حیطه: فکر.احساس موانع:تعصب،جهل، لجاجت

۳	مناظره‌های اقناعی حضرت هود و حضرت صالح با قوم عاد و ثمود(هود،۵۰-۵۷.شعراء،۱۴۱-۱۵۳)	۱.از دعوتها،احتجاجات و بینه‌های هود و صالح وپذیرش مردم،اقناع ثابت میشود ۲.از عدم تاثیر در دل‌های اشراف و تکذیب کردن پیامبران،حق انتخاب مخاطبان فهم می‌شود.	ماهیت اقناع: اثبات اصل:اختیارمخاطب
۴	احیاء پرندگان(بقره،۲۶۰). ماجرای شکستن بتها(صافات،۹۰-۹۴.انبیا،۵۷-۶۸). گفتگوهای حضرت ابراهیم با قوم و سعی بر ابطال پاسخ‌های غیرمنطقی(انبیاء،۵۲-۵۴.شعراء،۷۰-۸۲). محاجه با نمرود(انبیا،۶۴-۶۸). مناظره با ستاره‌پرستان(انعام،۷۶-۸۰)	۱.احیای پرندگان بر اقناع فکری دیگران و ابتهاج شهودی حضرت ابراهیم دلالت می‌کند. ۲.متقاعدسازی،اهداف مهم هدایت‌سازی ابراهیم بود سخنان منطقی و معقول ابراهیم در دل‌های روشن موثر بود،اما تعصب،انجمادفکری،لجاجت،تقلید کورکورانه،حاکمیت طاغوت و غرور مانع بود. ۳.اقناع فراتر از اسکات و مقدمه هدایت است. ۴. استدلال.روشنگری و ابطال سخنان غیرمنطقی از جمله روشهای اثرگذار ابراهیم بود و مغالطه و سفسطه از شیوه‌های فریب اقناعی دشمن ایشان بود	۱.حیطه‌ها: فکری و شهودی ۲.شیوه‌ها ۳.شیوه‌های فریب اقناعی:مغالطه ۴.موانع اقناع ۵.ماهیت:اقناع، مقدمه هدایت و فراتر از اسکات است
۵	ماجرای یوسف و همسر عزیز مصر(یوسف،۲۶-۲۸)	شهادت شخص ثالث در اثبات بی‌گناهی یوسف موثر بود	ماهیت: اثبات روش: بیان ثالث
۶	مناظره‌های حضرت شعیب(هود،۸۴ ۸۸ ۹۰	۱.شعیب قبل تبلیغ در جلب اعتماد مردم می‌کوشید ۲.کار قوم شعیب در مقابله،تهمت و مغالطه بود. ۳. شعیب برای تبلیغ و اقناع ابتدا خیرخواه مردم بود ۴. انذار شعیب نشانگر حیطه عاطفی اقناع است.	فرایند:خیرخواهی، جلب اعتماد روش‌فریب اقناعی: مغالطه.تهمت حیطه: عاطفی
۷	ماجراهای مرتبط حضرت موسی و فرعون(طه،۲۴-۳۲.قصص،۳۴). حضرت موسی و ساحران(اعراف،۱۱۵.شعراء،۴۳-۴۸). ملاقات موسی و خضر علیهماالسلام(کهف،۶۶-۶۹). مناظرات مومنان زمان موسی با توده مردم درباره ثروت قارون(قصص،۷۶-۸۰)	۱.درخواست موسی برای اوج تاثیر و کمال اقناع بود. ۲. استفا ه از سحر توسط فرعون، فریب اقناعی بود. ۳.ساحران تحت‌تاثیر کلام‌و معجزه موسی قانع شدند ۴. زمینه‌های وجودی مخاطب در اقناع موثر است. ۵. گاهی فرایند اقناع زمان‌بر است و روشنگری حضرت خضر باعث اقناع حضرت موسی شد. ۶.موعظه،اقناع اندیشه همراه با تحریک عواطف است ۷.ظاهربینی و دنیاطلبی مانع پذیرش حقیقت است ۸.فرایند اقناع برای مخاطبان متعدد متفاوت است. ۹.تکرار ارشاد و تبلیغ دینی مجوز تکرار اقناع است.	ماهیت: اثبات تفاوت‌بافریب‌اقناعی فرایند:زمان‌بر بودن روش:نکرار.روشنگر موانع:دنیاپرستی. ظاهربینی حیطه:فکر.عاطفی اصول:اختیار
۸	سخن گفتن حضرت عیسی در کودکی برای رفع تهمت از حضرت مریم(مریم۱۶-۴۰)	۱.سخن گفتن حضرت عیسی برای رفع تهمت از حضرت مریم به اثبات اقناع کمک میکند. ۲.استدلال محکم در اقناع موثر است. ۳.بیان از زبان شخص ثالث در اقناع موثر است.	ماهیت و اثبات موانع:تعصب.جمود روشها:معجزه.دلیل. بیان از زبان ثالث

۹	پیامبر و انذار خویشاوندان(شعرا،۲۱۴. حجر،۹۴). احتجاج پیامبر با مسیحیان نجران (آل‌عمران،۶۱)	۱.انذار دال بر حیطه عاطفی اقناع،علاوه بر فکر است. ۲.دعوت‌اولیه وانذار،نشانه اقناع مقدمه هدایت است ۳.انذار و هماوردطلبی روش اقناع مجاز هستند. ۴.اعتراف نجرانیان به حق‌پیامبر و نپذیرفتن اسلام به‌خاطر تعصب،نشانگر اقناع مقدمه هدایت است.	ماهیت: اثبات فراتر از اسکات حیطه:فکر.عاطفی روش:انذار و مباهله مانع:تعصب

۵-۴. مناظره های اقناعی در روایات

سیره معصومین (ع) از جمله مناظرات و گفتگوهایشان، منبعی بی‌نظیر برای فهم و استنباط مسائل مختلف، از جمله ماهیت اقناع دینی است .در مناظره پیامبر با پنج گروه از دانشمندان و مخالفان اسلام همگی تصریح می‌کردند اگر از ما تبعیت کنی و با ما هم نظر باشی،چه بهتر؛زیرا ما دارای سابقه‌ایم و از تو برتریم،اما اگر مخالف ما باشی،با تو به دشمنی برمی‌خیزیم(طبرسی،۱۴۰۳ق،ج۱ :۲۲)پاسخ‌های قاطعانه پیامبر باعث درخواست مهلت شد تا در آیینشان تفکر نمایند و پیامبر به‌شرط صدق‌نیت در تفکر با درخواست آنها موافقت کرد.استدلال‌های محکم پیامبر از سویی و عدم لجاجت و تعصب نداشتن آنها از سوی دیگر باعث شد پس از سه‌روز تأمل و تفکر به اسلام مشرف شوند.اما در مناظره پیامبر با اشراف‌قریش و تأکید بر اینکه«اگر ما را به‌آسمان هم بالا ببری،درهای آن را بازکنی و ما را در آن وارد سازی،می‌گوییم چشم‌بندی و جادوگری کرده‌ای!»و تصریح پیامبر بر براهین عقلی و استدلال‌های شیوا، با وجود آنکه حجت بر آنها تمام شده،آنها به‌خاطر تعصب جاهلی تمایلی به‌پذیرش سخنان پیامبر ندارند و سخن پیامبر به آنها نشانگر هدف و اختیار در اقناع استآنجا که به ابن‌ابی‌امیه می‌فرماید:قَدِ اعْتَرَفْتَ عَلَى نَفْسِكَ أَنَّكَ فِيهِ مُعَانِدٌ مُتَمَرِّدٌ لَا تَقْبَلُ حُجَّةً وَ لَا تُصْغِي إِلَى بُرْهَانٍ؛خودت معترفی سرکش و معاندی؛نه حجّتی می‌پذیری و نه به برهانی گوش می‌دهی(طبرسی،۱۴۰۳ق،ج۱: ۳۶-۲۹).

مناظره منطقی امیرالمومنین با علمای نصرانی از جمله چاثلیق دانشمند بزرگشان که به تصریح خودش به‌دنبال حقیقت بود،باعث پذیرش و ایمان به اسلام شد و بلکه از مسلمانان خواست از امام علی پیروی کنند(دیلمی،۱۴۱۲ق،ج۲: ۲۱۲و۲۹۹.مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۳۰: ۵۴).همین روند در مناظره امام با برخی علمای یهودی وجود داشت که امام بر اساس تورات و مطابق کتاب خودشان پاسخ داد و همگی ایمان آوردند(دیلمی،۱۴۱۲ق،ج۲: ۳۵۸. ابن‌طاووس،۱۴۱۳ق:۶۴۲. علامه حلی،۱۴۱۱ق:۴۳۱. بحرانی،۱۳۷۴،ج۳: ۶۲۰). مناظره امام با یک زندیق از دیگر مستندات است که به امام می‌گوید:اگر اختلاف در آیات قرآن شما نبود،به دین شما می‌آمدم.امام با حوصله به‌شبهات او پاسخ می‌دهد و او مسلمان می‌شود.(طبرسی،۱: ۲۵۷. صدوق،۱۳۹۸ق:۲۵۵. بحرانی،۱۳۷۴:ج۵، ۸۴۳).طبق قرائن،آن کافر،متفکر بود و با پاسخ‌های اقناعی امام ایمان آورد.مناظره امام حسن با نماینده ناشناس معاویه(حرانی،۱۳۶۳: ۲۲۸. صدوق،۱۳۶۲:ج۲، ۴۴۰). طبرسی،۱۴۰۳ق:ج۱، ۲۶۷.

راوندی،۱۴۰۹ق:ج۲، ۵۷۲)نیز مبتنی بر کیفیت و درهم‌تنیدگی اقناع است که هرچند امام با نماینده معاویه گفتگو نمود،اما مخاطب اصلی،امپراتوری روم بود که دنبال پاسخ بود و مخاطبان بعدی،معاویه و مرد شامی و تماشاگرانی بودند که آنجا حضور داشتند.

در نامه و احتجاج امام علی با ابوموسی اشعری ضمن تشریح اوضاع جامعه اسلامی و تأکید بر استفاده از خرد،او را از فتنه‌انگیزی به جنگ‌جمل منع و به پذیرش‌حقیقت همراه با بصیرت دعوت می‌کند(سیدرضی،۱۳۷۹: ۱۰۵۲،ن۶۳).امام تصریح می‌کند اگر او تمایلی ندارد تا حضرت را در این مهم یاری کند،مسئولیت خویش وانهد تا دیگران انجام دهند.درواقع امیرمومنان اگرچه با احتجاج‌هایش ابتدا به اقناع ابوموسی‌اشعری اهتمام دارد،در عین‌حال اصراری ندارد تا وی حتما مانند امام بیندیشد و یاور حضرت باشد. بنابراین در احتجاج حضرت امیر علیه‌السلام،اقناع هست،ولی اجبار نیست.مناظره حضرت امیر با زبیر هم مستند محکمی برای فهم اقناع مطلوب است؛آنجا که زبیر پس از بیعت‌شکنی و در جواب نسبت به نکوهش امام گفته بود:از اول بیعت نکرده‌بودم؛چون بیعت من،بیعت با دل نبود،بلکه بیعت با دست بود!امام علی علیه‌السلام در احتجاجش نسبت به موضع باطل زبیر،جدال احسن نموده،سخن او را پنداری می‌شمارد که نیاز به دلیل دارد.کلام امام ناظر بر این است که وقتی زبیر ادعا می‌کند با دست بیعت کرده،نه با زبان،پس درواقع بیعت خویش با امام را اقرار می‌کند.بنابراین وقتی به بیعت اقرار نموده،چرا پیمان‌شکنی کرده است؟!(سیدرضی،۱۳۷۹: ۶۰،خ۸).

احتجاجات امام نسبت به بهانه‌جویی‌های متعدد معاویه نیز به فهم معنای اقناع کمک می‌کند و در پاسخ‌های گوناگون امام،واژه‌های ارشاد،هدایت،دعوت و تعقل دیده می‌شود که بر منطق اقناع آزادانه و آگاهانه اسلام دلالت می کند(سیدرضی،۱۳۷۹: ۸۴۰،ن۶)وهرچند تلاش امام بر اقناع و مجاب‌سازی معاویه است،اما اجباری بر پذیرش حقیقت توسط معاویه ندارد و احتجاج‌های امام علیه‌السلام با معاویه همانند احتجاج‌های پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله در برابر کافران است(کافرون،۶).مناظره با خوارج از دیگر مناظره‌های امیرمومنان بود که پیوسته به جدال با حضرت می‌پرداختند.امام به ابن‌عباس تاکید داشت با آنها با قرآن که تفسیرهای گوناگونی دارد،احتجاج نکند،بلکه با سنّت پیامبر گفتگو کند(سیدرضی۱۳۷۹: ۱۰۸۱،ن۷۷)فرمایش حضرت،هم بر اثبات اقناع از جمله اسکات و هم بر شیوه‌های آن دلالت دارد.نیز احتجاج با اشعث‌بن‌قیس منافق و پاسخ به شبهه‌افکنی‌های خطرناک علنی او از دیگر مستندات است که به‌فهم اقناع کمک می‌کند و امام بهترین روش را در برخورد با وی افشاگری می‌دانست؛زیرا او نه‌تنها به‌دنبال حقیقت نبود،بلکه با فرافکنی مستمر به‌دنبال تشویش افکارعمومی بود و لذا امام علاوه بر افشاگری نسبت به چهره‌نفاق وی،به‌دنبال متقاعدنمودن دیگران بود تا با شبهات آن منافق کوردل ناآرام نشوند.

گفتگوهای متعدد امام‌حسین در واقعه‌عاشورا مثل گفتگو با حر،زهیر و کوفیان و مناظره‌های امام‌سجاد و حضرت‌زینب نیز تحلیل شده‌اند و در ماجرای هدایت حر به نورحقیقت قطعا سخنان‌منطقی و احتجاج‌های محکم امام‌حسین علیه‌السلام در متقاعدشدن حر و هدایت او نقش مهمی داشته است.به‌عنوان نمونه در برخورد حر و

لشکریانش با کاروان‌حسینی،امام بر دعوتنامه‌های کوفیان و وفاداری به عهدو پیمان تاکید می‌کند (کوفی،۱۴۱۷ق:۱۶۹.مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۴۴: ۳۷۶).اقتدای حر در نمازظهر به امام نشانگر حریت و جذب تدریجی کلام منطقی امام است.همچنین امام بعد از نماز ضمن بر واسپاری حکومت به حق و اهلش می‌فرماید:اگر ما را نمی‌پذیرید و نسبت به حق ما جاهلید،نظرتان غیر آن چیزی است که نامه‌هایتان بر آن منوال به من رسیده و فرستاده‌هایتان بر اساس آن نزد من آمده‌اند(مفید،۱۴۱۳ق،ج۲: ۸۰. کوفی،۱۴۱۷ق:۱۷۰. طبرسی،۱۳۹۰: ۲۳۲).امام پس از اظهار بی‌اطلاعی حر نسبت به نامه‌ها دستور می‌دهد نامه‌ها را بیاورند.البته گفتگوهای زیاد بین امام و حر صورت می‌گیرد.

هم‌چنین خطبه امام برای اصحابش و لشکر حر و تاکید بر شریک‌بودن به سکوت و رضایت نسبت به اعمال سلطان ستمگر در یکی از منازل،افکار حر را به تکاپو واداشته و تحت‌تأثیر قرار داده(ابن طاووس،۱۷۲).درواقع امام‌حسین از مسلمات مخاطبان استفاده می‌کند که خود را مسلمان و پیرو سنت رسول‌الله می‌دانند.نیز،بیانات دیگر امام و یادآوری کار ضداخلاقی و نامشروع پیمان‌شکنی و استناد به قرآن مقدمه مهمی در جهت پذیرش و هدایت حر است:«فَمَنْ نَكَثَ فَإِنَّمَا يَنْكُثُ عَلَى نَفْسِهِ:هرکس عهدشکنی کند،بر ضد خویش پیمان‌شکنی کرده»(فتح،۱۰).حر که نگران جان امام شده،امام را نصیحت می‌کند به فکر جانش باشد و امام مرگ را بر خود ننگ نمی‌داند.همچنین زمانی‌که نامه‌ای از طرف ابن‌زیاد به حر رسید تا کاروان‌حسینی را در بیابانی بی‌آب و علف و بدون‌حصار متوقف کند و امام در تنگنا قرارگیرد و از طرفی برخی‌اصحاب جنگ با حر را پیشنهاد دادند،امام فرمود:من جنگ را آغاز نمی‌کنم.چنین رفتار جوانمردانه از امام‌حسین و برخورد ناجوانمردانه لشکر عمرسعد و بستن آب بر کاروان‌حسینی و جسارت‌های بی‌ادبانه شمر به امام‌حسین به‌تدریج در فرایند اقناع،توبه و هدایت حر تأثیرگذار بوده و این گفتگوها در هرمرحله مانند قطعات منظمی افکارحر را به‌سمت هدایت رهنمون می‌کرده است.خطبه‌های امام در برابر لشکر کوفه(مفید،۱۴۱۳ق،ج۲: ۹۷)موعظه و توجه به حیطه عاطفی و استفاده از مسلمات آنها نشانگر هدف‌اقناع آنها توسط امام است.

همچنین زهیر با اینکه از همسفر شدن با امام‌حسین علیه‌السلام اکراه داشت،اما بعد از گفتگو با امام چنان تحت‌تأثیر فوق‌العاده سخنان امام قرار گرفت که بلافاصله به کاروان حسینی پیوست(ابن‌طاووس،۱۳۴۸: ۷۱. کوفی،۱۴۱۷ق:۱۶۱. مفید،۱۴۱۳ق:ج۲، ۷۳).در اینکه اندیشه و عواطف زهیر تحت‌تاثیر قرار گرفته یا ابتهاج شهودی رخ داده،تاریخ مسکوت،اما اقناع قابل اثبات است.احتجاجات حضرت‌زینب سلام‌الله‌علیها نیز به مفهوم اقناع کمک می‌کند؛آنجا که با ایجاد احساس‌گناه در مردم کوفه جهت بازگشت به‌فطرت انسانی اقدام نمود و پس از آن که مردم در برابر سخنان حضرت زینب اشک‌ها ریخته و ابراز پشیمانی نمودند،امام سجاد علیه‌السّلام نیز جمله به جمله،ذهن مردم را مشغول کرد و فکر آنها را به‌چالش کشید،وجدان ایشان را ناآرام ساخت و عواطف و احساساتشان را به اوج رساند و مردم با سخنان آتشین امام به عمق‌اشتباه خویش پی‌بردند و آه‌حسرت در یاری نکردن فرزند رسول‌خدا بر دلشان برجای ماند(طبرسی،۱۴۰۳ق،ج۲: ۳۰۵. ابن طاووس،۱۳۴۸: ۱۵۷).

در مناظره امام باقر علیه‌السلام با سالم‌بن‌ابی‌حفصه که امام‌علی علیه‌السلام را بدعتگذار نامیده بود،امام با توجه به احادیث مقبول وی،ماجرای خیبر و شجاعت‌ها و موفقیتهای حضرت امیر را بیان نمود و سالم قبول کرد.سپس امام فرمود:ای سالم،اگر معتقد باشی خدا او را دوست داشته،ولی از کاری که می‌کند بی‌خبر است،کافرشده‌ای و اگر بگویی خدا او را دوست دارد و می‌داند چه می‌کند،دیگر چه‌جایی برای احداث و بدعتهای علی باقی می‌ماند؟!(طبرسی،ج۲: ۳۲۸).مطابق روایت، افکار باطل سالم در جدالی احسن به چالش کشیده شد که ابتدا امام به مسلمات وی استناد کرد و آنگاه با قیاس قوی افکار باطلش را فرو ریخت.مناظره امام صادق علیه‌السلام درباره اثبات خدا با ابوشاکر دیصانی که خودش به‌دنبال حقیقت بود و باعث شد از افکار گذشته‌اش توبه کند(طبرسی،ج۲: ۳۳۳)علاوه بر آنکه اصل اقناع را اثبات می‌کند،اقناع را مقدمه هدایت و قابلیت قابل را در پذیرش و متقاعدسازی را نتیجه می‌دهد.البته می‌توان بین مخاطب داوطلب مثل دیصانی که خودش به دنبال حقیقت می آید با مخاطب غیرداوطلب تفاوت قائل شد. همین روند در مناظره امام صادق علیه‌السلام با زندیقی از مصر نیز جاری است.(طبرسی،ج۲: ۳۳۴. کلینی، ۱۴۰۷ق،ج۱: ۷۲. صدوق،۱۳۹۸ق:۲۹۳).در مناظره امام‌صادق علیه‌السلام و شاگردانشان با متکلم شامی هم،چنین روالی جاری شد که ابتدا افکار گذشته وی به‌چالش کشیده شد و سپس با با درخواست مناظره وی با اصحاب موافقت شد که در نهایت هم مسلمان گردید. امام بعد مناظره هرکدام از اصحابشان، نکات قوت و ضعف ایشان را در مقابله با حریف بیان نمود که بر جواز اقناع دلالت دارد(طبرسی،ج۲: ۳۶۴. کلینی،۱۴۰۷ق،ج۱ :۱۷۱. مفید،ج۲: ۱۹۴. طبرسی،۱۳۹۰ق:۲۸۰).

کیفیت اقناع در مناظره امام‌کاظم علیه‌السّلام با هارون نیز مستخرج است؛کسی‌که به‌عنوان خلیفه خود را در جایگاه برتر می‌دید و با توجه به شایعات و تهمت‌ها امام را احضار نمود.در چنین وضعیتی که هیجانات مخاطب فعال‌تر از فکر اوست،امام با آرامش و مهربانی و با استدلال مقبول طرف مقابل با بیان روایت شیرین از پیامبر هیجانات‌کاذب و غضب‌هارون را فروکش نمود.آنگاه با استدلال نرم و منطقی با او محاجه نمود و در احتجاجش به قرب اهل‌بیت به رسول‌خدا اشاره کرد و با تبیین حقیقت هارون عملکرد گذشته‌اش را متعارض همدیگر می‌دید؛زیرا دیدگاه برخی حاکمان گماشته شده از طرف هارون مطابق سخنان امام و مخالف تفکرهارون بود و امام به همان‌ها استناد نمود و چون هارون به آنها اعتماد داشت،در پذیرش مطلب جانب‌عدالت را رعایت کرد و حق را پذیرفت و شایعات و شبهات را بی‌مبنا یافت.با آرامش هارون، امام با استنادات قرآنی به مسئله قرب بیشتر اهل‌بیت نسبت به پیامبر او را آگاه‌تر نمود و هارون پذیرفت؛هارون که در ابتدا ممکن بود به قتل‌امام دست بزند،در انتها از امام خواست تا هر درخواستی دارد،اجابت نماید!این تغییر رفتار ناشی از تغییرافکار و تأثیر در احساساتش بود که فرآیند اقناع مورد بحث،چیزی جز این نیست(طبرسی،ج۲: ۳۸۹. صدوق،۱۳۷۸ق،ج۱: ۸۱. مفید،۱۴۱۳ق:۵۴).

از استنادات برای فهم اقناع و کیفیت و معیار آن،مناظره طولانی و چند روزه امام‌رضا علیه‌السلام با دانشمندان مختلفی نظیر جاثلیق؛عالم‌بزرگ نصاری،رأس‌الجالوت؛عالم بزرگ یهود، رؤسای صابئین، هربذبزرگ؛عالم بزرگ زرتشتیان به‌همراه گروهش، دانشمندرومیان و دانشمندان علم کلام است که مأمون برای شکست امام تدارک دیده بود که امام با جاثلیق‌مسیحی طبق انجیل احتجاج کرد و همان ابتدا بر مسلمات وی استناد کرد و پس از بیان پاسخ به پرسش‌های جاثلیق،با طرح پرسش،افکار سابقش را به چالش کشید که در نهایت جاثلیق با این منطق جدال‌احسن به یگانگی‌خدا اعتراف کرد.همین روش در گفتگو با رأس‌الجالوت؛بزرگ یهودیان براساس تورات و با هربذ؛بزرگ‌زرتشتیان نیز جاری بود. عمران صابیّ از متکلّمان‌بزرگ آن زمان نیز پرسش‌های زیادی مطرح نمود و امام به همگی پاسخ داد.این مناظره تا هنگام نمازظهر طولانی شد و امام درخواست تداوم مناظره بعدنماز شد. عمران گفت:مولای من،سؤال مرا قطع نکن،دلم نرم شده! حضرت فرمود:نماز می‌گذاریم و بازمی‌گردیم.شایداین نکته مطرح شود که همان لحظه امام از فرصت استفاده می‌کرد و عمران را با سخنان حکیمانه مسلمان می‌کرد،اما نکته‌ای که فهم می‌شود آن است که هدف،وسیله را توجیه نمی‌کند.پس از نماز،مناظره ادامه یافت و عمران در انتها به یگانگی‌خدا و رسالت‌پیامبر ایمان آورد و بعدها خودش منادی‌اسلام و نماینده‌امام گردید(صدوق،۱۳۷۸ق،ج۱: ۱۵۴. صدوق،۱۳۷۲،ج۱: ۳۱۳. صدوق،۱۳۹۸ق:۴۱۷. طبرسی،ج۲: ۴۱۵).

مناظره امام‌جواد علیه‌السلام با فقها و قضات خلیفه عباسی نیز در فهم اقناع تحلیل شده و امام با استناد به قرآن و استفاده از مسلماتشان آنها را نسبت به حکم‌سرقت مجاب نمود و از رهگذر اقناع آنها حکم واقعی الهی جاری شد(عاملی،۱۴۰۹ق،ج۲۸: ۲۵۲. عیاشی،۱۳۸۰ق،ج۱: ۳۱۹)استخراج روش اقناعی که دلیل بر اثبات اقناع هست،از نامه‌نگاری امام‌هادی علیه‌السلام به دست می‌آید که در نامه‌ای نسبت به صحت حکم قبلی خویش و بالملازمه بطلان رأی یحیی‌ابن‌اکثم،متوکل و اطرافیانش را قانع می‌کند(طبرسی،ج۲: ۴۵۴. کلینی،۱۴۰۳ق،ج۷: ۲۳۸. صدوق،۱۴۱۳ق،ج۴: ۳۶).ماجرای دیگر مربوط به پاسخ امام حسن‌عسکری به اسحاق‌کندی فیلسوف‌عراق است که اندیشه‌ورزی و حریت در پذیرش سریع حقیقت به او کمک کرد و چون قابلیت‌اقناع داشت،پذیرش حق راحت‌تر و ساده‌تر بود(مازندرانی،۱۳۷۹ق،ج۴: ۴۲۴. مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۱۰: ۳۹۲).

احتجاج‌های مختلف امام‌زمان نیز در توقیعات‌متعدد و از طریق نواب‌اربعه برای راهنمایی شیعیان در مقابل دشمنان نیز رهنمون‌ساز ماهیت اقناع است. همچنین گفتگوهای امام‌مهدی در زمان‌ظهور و احتجاج با گروه‌های مختلف مردم‌دنیا نشانگر قصد متقاعدسازی و ایجادباور در مردم خواهد بود تا باور نمایند ایشان همان مهدی‌موعود است؛به‌خصوص آنکه قبل از ظهور اشخاص‌متعددی ادعای‌مهدویت می‌کنند(مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۵۳: ۹. دوانی،۱۳۷۸: ۱۱۵۵.حلی،۱۴۲۱ق:۴۳۳).

مناظره های اقناعی در روایات به شرح ذیل است:

جدول۵. تحلیل مناظره های اقناعی در روایات

ردیف	روایات	تحلیل مضمون	مفهوم
۱	مناظره پیامبر با پنج گروه از مخالفان اسلام(طبرسی،۱۴۰۳ق،ج۱ :۲۲). مناظره پیامبر با اشراف قریش(طبرسی،۱۴۰۳ق،ج۱: ۳۶-۲۹).	۱.سخنان منطقی پیامبر و حریت فکر و عدم لجاجت دانشمندان باعث ایمان آنها شد.همین نشانگر فرایند مطلوب اقناع، اصول،حیطه‌ها وموانع اقناع است. ۲. استدلال‌های محکم پیامبر و بهانه‌جویی مشرکین نشانگر اختیار مخاطب در اقناع است ۳.در تبلیغ پیامبر هدف وسیله را توجیه نمی‌کند.	ماهیت: اقناع مقدمه هدایت معیار:حق اختیار و آزادی اندیشه هدف و ابزاردرست موانع: جمودفکری تعصب،لجاجت
۲	مناظره امام علی با علمای نصرانی و یهودی(دیلمی،۱۴۱۲ق،ج۲: ۲۱۲و۲۹۹ و۳۵۸. مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۳۰: ۵۴. ابن‌طاووس،۱۴۱۳ق:۶۴۲. حلی،۱۴۱۱ق:۴۳۱). مناظره امام حسن با نماینده معاویه(بحرانی،۱۳۶۳: ۲۲۸. صدوق،۱۳۶۲:ج۲، ۴۴۰.طبرسی،۱۴۰۳ق:ج۱: ۲۶۷.راوندی،۱۴۰۹: ۵۷۲). نامه امام علی به ابوموسی اشعری(سیدرضی،۱۳۷۹: ۱۰۵۲).مناظره امام علی با زبیر(سیدرضی،۱۳۷۹: ۶۰،خ۸).نامه امام علی به معاویه(رضی،۱۳۷۹: ۸۴۰،ن۶)	۱.استدلالهای منطقی امام وحق‌طلبی و پذیرش مخاطب نشاندهنده فرایند اقناع‌موردنظر اسلام است. ۲.در احتجاجات امام علی به زبیر،ضمن اسکات، به استدلال و حیطه عاطفی توجه میشود. ۳. اقناع دینی مقدمه هدایت است و اجبار ندارد. ۴.برخی اقناعات درهم تنیده‌اند. ۵.هدف وسیله را توجیه نمی‌کند. ۶.اسکات و مانع در برابر فتنه انگیزان مجاز است. ۷.اقناع با فریب اقناعی متفاوت است.	ماهیت:فرق‌بافریب. مقدمه هدایت.فراتر اسکات.درهم‌تنیده فرایند:قابلیت قابل.حق‌طلبی اصل:هدف و وسیله. آزادی فکر.خیرخواه حیطه:فکر و عاطفی روش:موعظه،مناظره پاسخ منطقی به پرسش بصیرت‌افزایی.دلیل روش فریب: مغالطه اغوا.القا باطل‌در حق
۳	گفتگوهای امام حسین با زهیر، حر و کوفیان و حضرت زینب و امام سجاد با کوفیان(ابن‌طاووس،۱۳۴۸: ۷۱. کوفی،۱۴۱۷ق:۱۶۱و۱۶۹و۱۷۰. مفید،۱۴۱۳ق:ج۲، ۷۳و۸۰و۹۷. مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۴۴: ۳۷۶. طبرسی،۱۳۹۰: ۲۳۲)	۱.حریت و آزادگی موجب پذیرش سخنان حق است. ۲.اقناع مربوط به اندیشه و احساسات است. ۳.تکرار و تدریج میتواند ملاک اقناع دینی باشد. ۴.قیاس روش مجاز اقناعی است. ۵.به چالش کشیدن افکار منحرف متعصب مجاز است ۶.ایجاد مانع در فتنه‌ها لازم است.	فرایند:رفع یاایجاد مانع.قابلیت قابل حیطه: فکر.عاطفی روش:تکرار.قیاس مانع:تعصب
۴	مناظره امام باقر با سالم (طبرسی،ج۲: ۳۲۸).مناظره امام‌صادق‌ودیصانی(طبرسی،۲: ۳۳۳). مناظره امام صادق با مرد شامی(طبرسی،ج۲: ۳۶۴. کلینی،ج۱ :۱۷۱. مفید،ج۲: ۱۹۴.	۱.تأثیرگذاری در مخاطب داوطلب بیشتر است. ۲. از مناظره‌ها حق انتخاب مخاطب فهم میشود. ۳.گاهی ابتهاج شهودی باعث تغییر مخاطب می‌شود.	ماهیت:طراحی با مبلغ.اثر بامخاطب فرایند:اقناع داوطلب.قابلیت قابل.اثرتدریجی

	طبرسی،۱۳۹۰ق:۲۸۰).مناظره امام کاظم با هارون(طبرسی،ج۲: ۳۸۹. صدوق،۱۳۷۸ق،ج۱: ۸۱. مفید،۱۴۱۳ق:۵۴).مناظره امام‌جواد با فقهای درباری(عاملی،ج۲۸: ۲۵۲. عیاشی،ج۱: ۳۱۹). نامه‌نگاری امام هادی(طبرسی،ج۲: ۴۵۴. کلینی،۱۴۰۳ق،ج۷: ۲۳۸. صدوق،۱۴۱۳ق،ج۴: ۳۶). پاسخ‌امام‌عسکری‌به‌کندی(مازندرانی،۱۳۷۹ق، ج۴: ۴۲۴. مجلسی،۱۴۰۳ق،ج۱۰: ۳۹۲). احتجاج‌های امام زمان(مجلسی،ج۵۳: ۹.دوانی۱۱۵۵.خصیبی:۳۹۲. حلی،۱۴۲۱ق:۴۳۳).	۴.میزان آزاداندیشی‌و ظرفیت‌پذیرش در اقناع اثردارد ۵.تاثیر تدریجی است. ۶.هدف وسیله را توجیه نمی کند ۷. اقناع با تکرار و استمرار پیام مجاز است. ۸.جلب اعتماد و همگام‌شدن با مخاطب ضروری است ۹.استفاده از مسلمات‌مقابل نشانگر اثبات اقناع است. ۱۰.برای اقنتاع،گاهی تحریک احساس در مخاطب مناسب و گاهی کاهش هیجانات(خشم) لازم است. ۱۱.طراحی پیام با مبلغ و تاثیرپذیری با مخاطب است	همگام.اعتمادسازی اصول:اختیار.آزادی فکر.هدف و وسیله حیطه:فکر.عاطفی. شهودی شیوه:تکرار.مقبولات و مسلمات مقابل. تحریک احساس. کاهش هیجان

۵. مفهوم‌سازی

پس از بیان و تحلیل مضمون اقناع و واژگان مشابه و مقابل و مناظره،مفاهیمی کلی از تحلیل مضامین در راستای معناشناسی اقناع کشف و دسته‌بندی شده‌اند که تطبیق و ضرب آنها با یکدیگر به‌فهم معنای اقناع در قرآن و روایات کمک می‌کند.مفاهیم متعددی که در این مرحله استخراج گردید،در هفت‌محور ماهیت،فرایند،حیطه‌ها،اصول و معیارها،شیوه‌ها،موانع و شگردهای فریب‌اقناعی تقسیم شده‌اند که ماهیت آن در قرآن و حدیث قابل اثبات و مقدمه هدایت است.همچنین اقناع در منابع‌دینی،فراتر از اسکات و البته متفاوت از فریب‌اقناعی است.نیز،در تحلیل‌مضامین به‌دست آمد که گاهی اقناع،درهم‌تنیده و زمان‌بر است. در اقناع محورهایی چون ایجادمانع و یا رفع‌مانع در برخی مواقع مطرح گردید و ارکان‌اقناع مثل مخاطب و مبلغ پیام فهم شد که در جانب اقناع‌گر،خیرخواهی،اعتمادسازی و طراحی پیام ضرورت دارد و در جانب‌مخاطب،شنیدن‌پیام همزمان با حریت و قابلیت و روحیه پذیرش لازم است و البته هدایت بعد از اقناع صورت می‌گیرد که در تمام مراحل اختیار مخاطب محوریت دارد. البته وجود موانعی چون کراهت مخاطب،تعصب‌های جاهلانه،جهل،لجاجت،خرافه‌پرستی،جمود فکری،غرور،حاکمیت طاغوت،دنیاطلبی،تقلیدکورکورانه،ظاهربینی،خودبزرگ بینی،روحیه جدلی و ظاهربینی باعث عدم اقناع می‌گردد.

با توجه به تعقل،تکاپوی‌فکر،توجه به عواطف و ابتهاج شهودی در تبلیغ،مناظره و اقناع معصومان،اقناع مربوط به هر سه ساحت اندیشه،احساس و شهود است.همچنین براساس مناظره‌های قرآنی و گفتگوهای معصومان و طبق واژه‌های مرتبط اقناع در منابع دینی،اصول و معیارهایی با رویکرد اخلاقی کشف گردید که در فهم معنای‌اقناع

کمک‌کننده‌اند؛اول آنکه طبق متون‌دینی،با وجود تلاش در فرایندااقناع،حق انتخاب مخاطب و اختیار وی محفوظ است و لذا هرگونه طراحی پیام اقناعی که باعث اجبار و اکراه و فریب در فهم‌مخاطب شود،اخلاقی نیست.همچنین در بسته‌بندی پیام‌اقناعی برای اهداف‌مشروع و اخلاقی،نباید از ابزار و روش نامشروع و ضداخلاقی استفاده نمود.استحکام و اتقان‌پیام و رعایت سطح‌فهم مخاطب از دیگر اصول ومعیارهای اقناع موردنظر قرآنی است.از شیوه‌های صحیح مناظره و تبلیغ و دعوت پیامبران و امامان و از شگردهای دشمنان در فریب اقناعی و مقابله با پیامبران می‌توان مفهوم اقناع قرآنی و روایی را کشف نمود که همان معیارها و اصول اخلاقی در اقناع است.

مفهوم سازی و محورهای اقناع به شرح ذیل است:

جدول۶.محورهای اقناع و مفهوم‌سازی

ردیف	محورهای اقناع	مفهوم‌سازی با رویکرد اخلاقی
۱	**ماهیت اقناع**	فهم اقناع از مفاهیمی نظیر مناظره-تبلیغ-دعوت- اسماع،اتمام حجت،طراحی با مبلغ و اثرپذیری با مخاطب،اقناع مقدمه هدایت،اقناع فراتر اسکات، تفاوت با فریب‌اقناعی،درهم‌تنیدگی و زمان‌بر
۲	**فرایند**	ایجادمانع یا رفع‌مانع،سمع-بصیرت-حریت-پذیرش،هدایت بعد اقناع،قابلیت پذیرش.خیرخواهی،همگام‌سازی،جلب‌اعتماد،حق‌طلبی مخاطب،تحریک‌احساس یا کاهش هیجان
۳	**اصول و معیارها**	حق انتخاب مخاطب،هدف وسیله را توجیه نمی‌کند،استفاده از شیوه مناسب با موقعیت مخاطب،خیرخواهی مبلغ،استحکام‌پیام،رعایت سطح فهم مخاطب،آگاهی
۴	**حیطه‌های اقناع**	اقناع شهودی،تعقل و تکاپوی فکر،توجه به عواطف و تحریک احساس
۵	**شیوه‌های اقناع**	استدلال،موعظه.مناظره.پاسخ منطقی به پرسش.بصیرت‌افزایی.معجزه و اتمام‌حجت،مباهله و هماوردطلبی،تکرار.بیان ثالث و بیطرف،بشارت و انذار.ابطال سخنان غیرمنطقی.تمثیل.پاسخگویی.روشنگری.قیاس.مقبولات و مسلمات.
۶	**شگردهای فریب اقناعی**	مغالطه،سفسطه.اغوا،القای افکار باطل لابلای سخنان به ظاهر منطقی.مناظره مذموم،سحر،تمسخر،اتهام زدن.
۷	**موانع اقناع**	کراهت مخاطب.تعصب.جهل.لجاجت.خرافه‌پرستی.جمودفکری.غرور.حاکمیت طاغوت.دنیاطلبی. تقلیدکورکورانه.ظاهربینی.خودبزرگ بینی.روحیه جدلی.دنیاپرستی.ظاهربینی

۶.نتیجه‌گیری

با کاوش در متون دینی و بر اساس تحلیل مضمون در آیات و احادیث نسبت به مفهوم‌اقناع و مفاهیم مرتبط اعم از واژگان مشابه و مخالف و تحلیل‌مضمون اخلاقی در مناظره‌های قرآنی و گفتگوهای متعدد معصومان،اصل اقناع قابل استخراج است که مفهوم‌سازی در هفت محور ماهیت اقناع،فرایند،حیطه‌ها،اصول و معیارها،موانع و شیوه‌های اقناع و تفاوت با شگردهای فریب‌اقناعی صورت گرفت و نتایج ذیل در واکاوی مفهوم اقناع با رویکرد اخلاقی به‌دست آمد.

- ✓ اقناع منظور قرآنی و روایی از این جهت می‌تواند متمایز از اقناع مصطلح باشد که طبق اصول و معیارهای قرآنی نظیر حق‌انتخاب و اختیار مخاطب و عدم تحمیل‌پیام بر او،فرایند اقناع با استفاده از قالب‌ها و روش‌های مشروع و اخلاقی است و با فریب‌اقناعی تفاوت ماهوی دارد.
- ✓ هرچند از برخی مناظره‌ها اسکات هم فهمیده می‌شود،اما اقناع فراتر از اسکات و بلکه با رضایت قلبی مخاطب همراه است.
- ✓ با توجه به اقناع موردتاییدقرآن و روایات که مقدمه هدایت است،در فرایند مذکور،حق اختیار مخاطب در تمام مراحل وجود دارد؛از این روی،ممکن است کسی از جهت فکری قانع شود،اما در نهایت بر اساس همان اختیار تصمیم و اقدام دیگری داشته باشد.
- ✓ در واکاوی مفهوم اقناع باید موانع‌اقناع را از موانع‌هدایت تفکیک نمود و هرچند رفع‌موانعی باعث پذیرش پیام از سوی مخاطب است،اما در صورت وجود موانعی‌دیگر،وی به هدایت رهنمون نمی‌شود.
- ✓ به‌نظر می‌رسد باید اقناع با توجه به گستره‌تاثیرگذاری در حیطه‌های فکری،عاطفی و ابتهاج شهودی معنایابی شود.
- ✓ اقناع صرفا،تک‌مرحله نیست،بلکه بر اساس تحلیل‌مضامین مربوطه،فرایندی دارای مراحل و بلکه فراگردی با بازخوردهای متعدد است که شامل طراحی‌پیام و دعوت و تبلیغ همراه با اعتمادسازی،تکاپوی فکری و روحی مخاطب،و پذیرش‌مخاطب در صورت نبودموانع است.با توجه به کمیت بسیاری از مناظره‌ها اگرچه استدلال‌های دینی بسیار محکم هم باشند،بازهم افراد بهانه‌جو و لجوج آنهارا نمی‌پذیرند و زمینه هدایت را برخود می‌بندند. از این‌رو،انتخاب‌گری و اختیارمخاطب در پذیرش‌اصول‌دینی قابل‌استنباط است؛بدین‌صورت که هیچ‌کس اورا به پذیرش‌اسلام و ایمان مجبور ننموده و تحمیل نمی‌کند.
- ✓ درمجموع،اقناع فرایند تاثیرگذاری اخلاقی و هوشمندانه در افکار و احساسات مخاطب جهت تغییرنگرش،گرایش،کنش و منش اوست.

منابع

- قرآن کریم

۱. ابن‌سینا،حسین،برهان شفا،ترجمه قوام صفری،تهران،فکرروز، ۱۳۷۳ .
۲. ابن فارس،احمد.معجم مقاییس‌اللغه،قم،انتشارات دفتر تبلیغات اسلامی حوزه علمیه قم،۱۴۰۴ق .
۳. الیاسی،محمدحسین،مبانی نظری و عملی اقناع و مجاب سازی، فصلنامه مطالعات بسیج،۱۳۸۸،ش۴۵.
۴. بهشتی،احمد،تجرید شرح نمط هفتم:کتاب‌الاشارات و التنبیهات، قم،بوستان‌کتاب،۱۳۸۶ .

۵. بینگلر،اتولر؛ارتباطات اقناعی،ترجمه علی رستمی،تهران،مرکزتحقیقات مطالعات وسنجش برنامه‌ای صدا و سیما،۱۳۶۷ .
۶. پراتکانیس،آنتونی و الیوت آرُنسون،عصر تبلیغات؛استفاده و سوءاستفاده روزمره از اقناع،ترجمه محمدصادق عباسی،تهران،سروش،۱۳۷۹ .
۷. جوادی‌آملی،عبدالله،تفسیرانسان به انسان،قم،اسراء،۱۳۸۴ .
۸. جوادی آملی،عبدالله،تفسیرتسنیم،قم،اسراء،۱۳۸۸- ۱۳۸۹ .
۹. جوادی‌آملی،عبدالله،مراحل اخلاق در قرآن«تفسیرموضوعی قرآن‌کریم»،قم،اسراء،۱۳۸۷ .
۱۰. حاجی‌پور،حسین،شاخص‌های اخلاقی اقناع و تبلیغ دینی،قم،انصاریان،۱۳۹۹.
۱۱. حاجی‌پور،حسین و سیدحاتم مهدوی‌نور و صغری رادان و محمد میرزایی،معناشناسی آلام در قرآن‌کریم با تحلیل مضمون و با رویکرداخلاقی، قرآن و علم، ۱۴۰۳،ش۳۴،ص۳۴۱-۳۶۴.
۱۲. دهخدا،علی‌اکبر،لغتنامه دهخدا،تهران:دانشگاه تهران،۱۳۷۹.
۱۳. راجرز،اورت میچل،تاریخ تحلیلی علم ارتباطات؛رویکردی شرح‌حال‌انگارانه،ترجمه غلامرضا آذری،تهران،دانژه،۱۳۸۶ .
۱۴. راغب اصفهانی،حسین،المفردات فی‌غریب‌القرآن،دمشق-بیروت،دارالعلم—الدارالشامیه،۱۴۱۲ق .
۱۵. راوندی،قطب‌الدین،فقه‌القرآن،قم،کتابخانه آیه‌الله مرعشی نجفی،۱۴۰۵ق .
۱۶. ساروخانی،باقر،اقناع؛غایت ارتباطات،نامه علوم اجتماعی، ۱۳۸۳،ش۲۳.
۱۷. سورین،ورنر و جیمز تانکارد،نظریه‌های ارتباطات،ترجمه علیرضادهقان،تهران،دانشگاه تهران،۱۳۹۰ .
۱۸. سیدرضی،نهج‌البلاغه،ترجمه و شرح فیض‌الاسلام،تهران،فقیه،۱۳۷۹ .
۱۹. شیخ‌صدوق،محمّد،التوحید،قم،جامعه مدرسین،۱۳۹۸ق .
۲۰. شیخ‌صدوق،محمّد،علل‌الشرائع،قم،داوری،۱۳۸۵ .
۲۱. شیخ‌صدوق،محمّد،عیون‌أخبارالرضاعلیه‌السلام،تهران،جهان،۱۳۷۸ق .
۲۲. شیخ‌صدوق،محمّد،معانی‌الاخبار،ترجمه عبدالعلی محمدی،تهران،دارالکتب‌الإسلامیه،۱۳۷۷ .
۲۳. شیخ‌صدوق،محمّد،من‌لایحضره‌الفقیه،قم،انتشارات اسلامی جامعه مدرسین،۱۴۱۳ق .
۲۴. شیخ‌صدوق،محمّد،الهدایه فی‌الأصول‌والفروع،قم،مؤسسه امام هادی علیه‌السلام،۱۴۱۸ق.
۲۵. شیخ‌مفید،محمّد، الإرشاد،قم،کنگره شیخ‌مفید،۱۴۱۳ق .
۲۶. طباطبایی،محمدحسین،المیزان فی‌تفسیرالقرآن،قم،انتشارات اسلامی،۱۴۱۷ق .
۲۷. طباطبایی،محمدحسین،ترجمه المیزان،محمدباقرموسوی همدانی،قم،انتشارات اسلامی،۱۳۷۴ .

۲۸. طبرسی،فضل،مجمع‌البیان فی‌تفسیرالقرآن،تهران،ناصرخسرو،۱۳۷۲ .
۲۹. طوسی،خواجه نصیرالدین،اساس‌الاقتباس،تهران،دانشگاه تهران،۱۳۶۱ .
۳۰. قرائتی،محسن،تفسیرنور،تهران،مرکز فرهنگی درسهایی از قرآن۱۳۸۷.
۳۱. کلینی،محمد،الکافی،تهران،انتشارات اسلامیه،۱۳۶۲ .
۳۲. مجلسی،محمدباقر،بحارالأنوار،بیروت،دارإحیاءالتراث‌العربی،۱۴۰۳ق .
۳۳. مصطفوی،حسن،التحقیق فی‌کلمات القرآن،تهران،بنگاه ترجمه ونشرکتاب،۱۳۶۰ .
۳۴. مطهری،مرتضی،مجموعه آثار،تهران،صدرا،۱۳۸۶-۱۳۸۷ .
۳۵. مکارم شیرازی،ناصر و جمعی ازمحققین،تفسیرنمونه،تهران،دارالکتب‌الاسلامیه،۱۳۷۴ .
۳۶. ملاصدرا؛صدرالمتالهین‌شیرازی،محمد،الحکمه‌المتعالیه‌فی‌الاسفارالعقلیه‌الاربعه،بیروت،داراحیاءالتراث،۱۹۸۱م.