



دانشکده اصول‌الدین تهران

گروه علوم قرآن و حدیث

پایان نامه کارشناسی ارشد

عنوان

روش های تبلیغ در دعوت انبیا از منظر قرآن و حدیث

استاد راهنما:

دکتر اکرم دیانی

استاد مشاور:

دکتر مرجان نجفی

پژوهشگر:

کبری گلشن‌پور

خرداد ۱۳۹۹



کلیهٔ اصول‌الدین - طهران

فرع العلوم القرآنیة و الحدیث

رساله الماجستير

منهاج التبلیغ فی دعوة الأنبياء من منظور القرآن و الحدیث

الاستاذ المشرف:

الدكتورة اکرم ديانی

الاستاذ المساعد:

الدكتورة مرجان نجفی

اعداد:

کبری گلشن پور

الربيع ۲۰۲۰

## چکیده

تبلیغات از ابزارهای رایج در انتقال فکر، فرهنگ و هرگونه پیامی به دیگران است. در عصر حاضر که بحران‌های فرهنگی در صدد تهی کردن انسان از معنویت می‌باشند، تبلیغ دین و ارزش‌های نشأت گرفته از آن جهت مقابله با این بحران‌ها ضرورت ویژه‌ای دارد. از آنجا که انبیاء الهی در طول تاریخ بشر، با بهره‌گیری از شیوه‌های گوناگون و مناسب، مردم را به ارزش‌های الهی فراخوانده و موجبات هدایت و سعادت آنها را فراهم نموده‌اند در این تحقیق برآن شدیم که با روش‌های تبلیغ در دعوت انبیاء از منظر قرآن و حدیث آشنا شویم. در این راستا ابتدا به اهمیت و جایگاه تبلیغ در اسلام و سپس به اهداف تبلیغی انبیاء و در ادامه به شیوه‌های گوناگون انبیاء در تبلیغ پرداخته شده است. این تحقیق به روش توصیفی - تحلیلی و بر پایه جمع‌آوری اطلاعات بر مبنای کتابخانه‌ای انجام گرفته و دامنه‌ی آن در محدوده‌ی آیات قرآن کریم و روایات اهل بیت (ع) می‌باشد. براساس این تحقیق انبیاء الهی از روش‌های مختلفی همچون الگوسازی، بشارت و انذار، یادآوری نعمت‌های الهی، پرسش و پاسخ، موعظه و تحریک عواطف، استدلال منطقی و دعوت به تفکر، همراهی با مردم و جدال احسن و بهره‌گیری از ابزار هنر در جهت تبلیغ و دعوت مردم به توحید و یکتاپرستی و برقراری قسط و عدل و رشد فضائل اخلاقی و مبارزه با طاغوت استفاده نموده‌اند.

کلیدواژه‌ها: تبلیغ، دعوت، انبیاء، روش‌های تبلیغ.

## فهرست مطالب

مقدمه ..... ۱

### فصل اول: کلیات و مفاهیم

۱-۱ کلیات ..... ۳

۱-۱-۱ معرفی مسئله تحقیق ..... ۳

۱-۱-۲ بیان اهمیت مسئله تحقیق ..... ۳

پیشینه ی تحقیق ..... ۴

کتاب ها ..... ۴

پایان نامه ها ..... ۵

مقالات: ..... ۶

۱-۱-۴ سؤالات تحقیق ..... ۶

۱-۱-۵ فرضیه های تحقیق ..... ۶

۱-۱-۶ روش تحقیق ..... ۷

۱-۱-۷ محدودیت های تحقیق ..... ۷

۲-۱ مفاهیم ..... ۷

۱-۲-۱ روش ..... ۷

۲-۲-۱ تبلیغ ..... ۸

۳-۲-۱ دعوت ..... ۸

۴-۲-۱ انبیاء ..... ۹

### فصل دوم: اهمیت و جایگاه تبلیغ در اسلام

۱-۲ جایگاه تبلیغ در قرآن ..... ۱۱

۲-۲ تبلیغ مهمترین وظیفه انبیاء ..... ۱۲

۳-۲ تبلیغ عامل برتری امت اسلام بر سایر امم ..... ۱۶

۴-۲ تبلیغ، وظیفه عالمان و دانشمندان ..... ۲۰

۲-۵ ارزش تبلیغ از نظر اهل بیت علیهم السلام..... ۲۳

۲-۶ پاداش تبلیغ..... ۲۴

### فصل سوم: اهداف تبلیغ در دعوت انبیاء

مقدمه..... ۲۷

۳-۱ دعوت به توحید و خداپرستی..... ۲۷

۳-۲ فراگیری اجرای عدالت..... ۲۸

۳-۳ تعلیم و تربیت..... ۳۱

۳-۴ رشد فضایل اخلاقی..... ۳۵

۳-۵ آزادی انسان ها..... ۳۸

۳-۶ دعوت به وحدت و رفع اختلاف در میان مردم..... ۴۰

۳-۷ دعوت به حیات و زندگی انسانی..... ۴۲

۳-۸ اتمام حجت برای معاندان..... ۴۳

۳-۹ تشکیل حکومت صالحان..... ۴۴

### فصل چهارم: شیوه تبلیغ انبیاء الهی در دعوت مردم به سوی خدا

مقدمه :..... ۴۸

۴-۱ شیوه الگویی..... ۴۹

۴-۲ بشارت و انذار..... ۵۰

۴-۳ یادآوری نعمت های الهی..... ۵۷

۴-۳-۱ آثار یادآوری نعمت های الهی..... ۵۸

۴-۳-۱-۱ ایجاد حب بین خالق و مخلوق..... ۶۰

۴-۳-۱-۲ تحکیم توحید و جلوگیری از شرک..... ۶۱

۴-۳-۱-۳ رسیدن به فلاح و رستگاری..... ۶۱

۴-۳-۱-۴ بیداری وجدان ها..... ۶۲

۴-۳-۲ نمونه‌هایی از نعمت‌های الهی در قرآن..... ۶۲

- ۶۳ ..... ۴-۳-۱ حیات و آفرینش
- ۶۳ ..... ۴-۳-۲ امدادهای الهی
- ۶۵ ..... ۴-۳-۳ عزت و آزادی در سایه‌ی هدایت رهبران الهی
- ۶۷ ..... ۴-۳-۴ اتحاد و همبستگی
- ۶۸ ..... ۴-۳-۵ رزق و روزی
- ۷۰ ..... ۴-۴ خطابه
- ۷۰ ..... ۴-۴-۱ روش استدلال‌های منطقی و اقامه برهان و دعوت به تفکر
- ۷۱ ..... ۴-۴-۲ موعظه و تحریک عواطف
- ۷۴ ..... ۴-۵-۱ روش همراهی
- ۷۵ ..... ۴-۵-۱-۱ پرسش همراه با استدلال
- ۷۵ ..... ۴-۵-۲ پاسخ همراه با استدلال
- ۷۶ ..... ۴-۵-۲-۱ تحریک وجدان و عاطفه
- ۷۷ ..... ۴-۵-۲-۲ پاسخ نقضی برای بیداری وجدان‌ها
- ۷۷ ..... ۴-۵-۳-۲ وادار ساختن به تفکر
- ۷۸ ..... ۴-۵-۲-۴ زدودن غفلت
- ۷۸ ..... ۴-۵-۲-۵ اثبات توحید و نفی شرک
- ۸۰ ..... ۴-۶ جدال احسن
- ۸۴ ..... ۴-۷ استفاده از هنر
- ۸۴ ..... ۴-۷-۱ هنر قصه‌گویی
- ۸۵ ..... ۴-۷-۱-۱ حقیقت‌جویی
- ۸۵ ..... ۴-۷-۱-۲ عملکرد قهرمان‌های قصص
- ۸۶ ..... ۴-۷-۱-۳ نتیجه‌گیری و هدفدار بودن
- ۸۶ ..... ۴-۷-۲ هنر تئاتر و نمایش
- ۸۶ ..... ۴-۷-۳ هنر تصویرگری

۸۸	..... هنر قرائت و صوت زیبا
۸۹	..... هنر طرح معما
۹۰	..... هنر معماری و کاشیکاری
۹۲	..... نتیجه گیری
۹۳	..... پیشنهادات
۹۴	..... فهرست منابع و مآخذ:

## مقدمه

تاریخ پر فراز و نشیب جوامع انسانی، گواه بر این واقعیت دارد که تبلیغ در همه ی زمان ها همراه انسان بوده است و جنبه های مختلف مورد نیاز زندگی انسان ها اعم از اعتقادات، روابط اجتماعی و اقتصادی و غیره را در برمی گیرد.

اساسا تبلیغ جوهره ی کلیه ی ادیان الهی و مسئولیت همه ی پیامبران خدا بوده است، اما در اسلام، تبلیغ، جایگاه ویژه ای دارد و زنده کردن ارزش ها، حفظ و نگهداری آنها از وظایف بزرگ و از مسئولیت های خطیر هر انسان مسلمان است. زیرا که هم قرآن به تعلیم و تعلم در سراسر سور و آیاتش اشاره نموده و هم در روایات ائمه اطهار شاهد این امر مهم هستیم.

قرآن کریم مهم ترین وظیفه ی انبیاء و رسالت آنان را تبلیغ دین و ارزش های الهی می داند. چنانچه در سوره ی نساء آیه ی ۱۶۵ به صراحت می فرماید: "رسلا مبشرين و منذرین لئلا یکون للناس علی الله حجه بعد الرسل و کان الله عزیزا حکیما" خداوند پیامبران را بشارت دهنده و بیم دهنده بر مردم دنیا فرستاد که اتمام حجت نماید که پس از آنها در آخرت عذر و بهانه ای نداشته باشند و خدا همواره توانای شکست ناپذیر و حکیم است، لذا بر عهده ی پیامبر رساندن پیام وحی از جانب خدا می باشد.

از آنجا که ارزش های اسلامی نشأت گرفته از فطرت لایتغیر الهی بوده است و در تمامی جوامع و در همه ی زمان ها مشخص و قابل اجرا می باشد. بررسی اهمیت تبلیغ دین که همان تبلیغ ارزش های فطری بشر است امری ضروری و مورد نیاز می باشد و پیامبران که از جانب خداوند الگو و اسوه معرفی شده اند و اهدافشان هدایت بشریت در مسیر فطرت الهی انسانها می باشد. بر رهروان هدایت الهی فرض است که اهداف انبیاء را سرمشق قرار داده و مسیر هدایت بشر را هموار سازند تا برای عموم مردم قابل دسترس باشد.



# فصل اول

## کلیات و مفاهیم

## ۱-۱ کلیات

### ۱-۱-۱ معرفی مسئله تحقیق

آنچه در این پایان نامه به دنبال اثبات آن می باشیم مسئله اهمیت دعوت و اهداف انبیاء و شیوه های تبلیغی دعوت در اسلام می باشد که توسط انبیاء الهی به شکل شایسته و کامل انجام شده است و در قرآن و روایات اهل بیت به آن اشاره شده است، تاکید خداوند در پرداختن به این موضوع در قرآن موجب گردید که این مسئله را مورد تحقیق و پژوهش قرار دهیم.

### ۱-۱-۲ بیان اهمیت مسئله تحقیق

علم تبلیغات از علوم خاص و پر طرفدار عصر کنونی می باشد که در جوامع جهانی خصوصاً کشورهای صنعتی نمود بیشتری پیدا کرده است. صاحبان ثروت و قدرت نه تنها کالاهای مادی خویش را به جهان عرضه می کنند بلکه تولیدات فکری خویش را هم که هدف های خود را دنبال می کنند را نیز به شیوه های جذاب و عامه پسند و مشتری مدارانه ابتدا توسط علوم مختلف تبلیغات ایجاد نیاز کرده و به دنبال آن به جهان عرضه می نماید. لذا پرداختن به این علم که خداوند بارها در قرآن به ذکر آن التزام داشته است تکلیف را بر مسلمانان تمام نموده است. تنها با یک جستجوی ساده در کلام الله مجید می توان به اهمیت این موضوع پی برد. به عنوان مثال کلمه ی (بلغ) یا تبلیغ و کلمات هم خانواده اش که معنای رساندن مطلب را بدهد حدوداً پنجاه بار در قرآن تکرار شده است و تاکید خداوند بر اینکه رسولانش غیر از تبلیغ دین خدا تکلیف دیگری ندارند نشانگر اهمیت تبلیغ است. (و ما علی الرسول الا البلاغ) مائده ۹۹ و هنگامی که می خواهد مردم را متوجه خویش سازد با ادبیات پرسشی سوال می کند (فهل علی الرسل الا البلاغ المبین) نحل ۳۵ آیا پیامبران وظیفه ای بغیر از تبلیغ آشکار دارند؟ و در ادامه این موضوع کلمه ی (دعو) به معنای دعوت کردن بالغ بر ۱۳۰ بار در قرآن تکرار شده است (و الله یدعو الی دار السلام) یونس ۲۵ و خداوند دعوت به سرای صلح و سلامت می کند. کلماتی همچون (هاد) که معنای هدایت آمده است (و لکل قوم هاد) رعد ۷ برای هر گروهی هدایت کننده ای است و یا کلماتی مانند (بشارت و انداز) اعراف ۱۸۸ و یا حتی در برخی از موارد کلمه (قل) اعراف ۱۸۸ به معنای بگو یا پیام الهی را برسان و یا کلمه (امر) طه ۱۳۲ و یا اظهار مانند (فصدع) حجر ۹۲، (اذهب) طه ۴۲ در آیات قرآن همه به معنای تبلیغ و امر به تبلیغ آمده است که نشانه ی اهمیت موضوع تبلیغ می باشد. پرداختن

خداوند به شیوه های تبلیغی دعوت انبیا در قرآن و تبیین آن توسط اهل بیت در روایات موجب تفکر کردن و گرایش به تحقیق در این مسئله می گردد.

چنانچه امیرالمومنین (ع) در خطبه ی ۱۷۵ نهج البلاغه در تایید این موضوع چنین می فرماید: "انما الائمه قوام الله علی خلقه و عرفاوه علی عباده و لا یدخل الجنة الا من عرفهم و عرفوه و لا یدخل النار الا من انکرهم و انکروه ..."

ائمه پایه های استوار دین خدا بر خلق و حکیم و دانشمند بر مردم هستند مردمان داخل بهت نمی شوند مگر آنها را بشناسند و ائمه نیز آنها را بشناسند و داخل جهنم نمی گردند مگر کسانی که منکر ائمه باشند و ائمه نیز منکر آنها باشند ...

نکته ی قابل توجه در این حدیث شناخت دو طرفه ی مبلغ و مدعو می باشد که نه تنها مدعو باید مبلغ را بشناسد بلکه مبلغ نیز باید مدعو را بشناسد که این امر نیاز به پژوهش دارد.

## پیشینه ی تحقیق

در مورد موضوع تحقیق ، تألیفات متعددی به رشته تحریر درآمده و غالب تحقیقات که در سطوح پایان نامه ها انجام شده بود شامل شیوه دعوت یکی از پیامبران و یا تسری یک شیوه در دعوت جمیع انبیاء بوده است. لذا در این نوشتار سعی شده از زاویه جدیدی به شیوه های دعوت انبیاء در تبلیغ رسالتشان پرداخته و آیات مربوط به آن موضوع بررسی شود که برخی از مهمترین آنها معرفی می گردد.

## کتاب ها

### ۱- کتاب "قرآن و تبلیغ"

این کتاب نوشته ی حجت الاسلام قرائتی جزو منابع خوبی برای مراجعه می باشد ، اما موارد مطروحه به شکل فهرست وار بیان شده بود و توضیحات کاربردی برای درک حجم گسترده ی مطالب کافی نبوده و فقط به آیات قرآن در ذیل بعضی از فهرست ها اشاره شده و ربط آیات به موارد ذکر شده بیان نشده است . لذا در این پایان نامه سعی شده است دسته بندی جدید و جامعی از آیات و روایات در ذیل هر مطلبی که ذکر می شود آورده شود تا مطالب فقط به عنوان سرفصل بیان نگردد و توضیحات کافی برای هر عنوان داده شود .

## ۲- کتاب "روش تبلیغ"

این کتاب نوشته ی آقای رضا علی کرمی است در این کتاب مطالب به صورت فهرست آیات و روایات بدون ذکر منبع آورده و دستیابی به منابع زمان بر می باشد. اما در این نوشتار سعی شده به شکلی خلاقانه مطالب را دسته بندی کنیم و منابع آیات و روایات را در پاورقی ذکر نماییم.

## ۳- کتاب "خطابه"

نوشته ی آقای علی نظری منفرد به گوشه‌ای از شیوه های تبلیغی اشاره نموده است و جامع نمی‌باشد. اما در این پایان نامه توانسته ایم به شیوه های دیگر تبلیغی نیز پردازیم.

## پایان نامه ها

### ۱- پایان نامه ی "گفتگوی پیامبران با خدانا باوران در قرآن"

نوشته ی محمدرضا قلعه شیری با راهنمایی استاد سید احمد امامزاده از دانشگاه تربیت مدرس و دفاع سال ۱۳۹۶ است که فقط به شیوه های تبلیغی پیامبران با معاندان پرداخته است و به شرایط محیطی هر پیامبر برای امر تبلیغ توجه نکرده است و نقش عموم مردم در اکثر موارد دیده نشده است. اما در این پایان نامه به رابطه ی تنگاتنگ داعی و مدعو در امر تبلیغ پرداخته شده است.

### ۲- پایان نامه ی "اشتراکات و اختصاصات دعوت انبیا در قرآن"

نوشته ی خانم طاهره کریمی محلی با راهنمایی استاد الیاس کلانتری از دانشگاه علوم و معارف دانشکده علوم قرآنی تهران و دفاع شهریور ۱۳۸۸ اس که در جهت بازشناسی مطلب برای عموم خوانندگان به تحریر در آمده است و موارد جدید و جذابی به خواننده پیشنهاد می دهد اما به دلیل اختلاف سرفصل هایش با پایان نامه ی کنونی به شیوه های تبلیغی که مورد توجه این پایان نامه می باشد کمتر توجه شده است و در این پایان نامه تلاش بنده برای تبیین سرفصل های مطروحه بر اساس عنوان پایان نامه بوده است.

## مقالات:

۱- روش های دعوت انبیاء نوشته آمنه اسفندیاری، ماهنامه اطلاع رسانی پژوهش، آموزش مبلغان شماره ۴۸۵ به برخی از شیوه‌های دعوت انبیاء به شکل خاص پرداخته بود و بیشتر مراجعات و آیات قرآن بوده و توضیح و تفسیر و حدیث در کنار آن دیده نمی‌شد و بنده نتوانستم در استفاده لازم از آن بهره ببرم.

روش تبلیغ انبیاء در قرآن نوشته ابراهیم موحدی ماهنامه فرهنگ جهاد (سال ۱۵ شماره ۲) به شکل تیتروار آیات قرآن را با سرفصل‌های تکراری بیان نموده که مشکل اکثر مقالاتی که بنده به آن مراجعه نمودم در اینجا دیده می‌شد که سرفصل‌های تکراری با آیات قرآن مشابه که متأسفانه مورد تازه‌ای در آن مشاهده نمودم.

### ۱-۱-۴- سؤالات تحقیق

- ۱- اهمیت و جایگاه تبلیغ از منظر قرآن و حدیث چیست؟
- ۲- اهداف تبلیغ در دعوت انبیاء کدام است؟
- ۳- شیوه‌های تبلیغی انبیاء الهی در دعوت مردم به سوی خدا چگونه بوده است؟

### ۱-۱-۵- فرضیه‌های تحقیق

- ۱- شیوه‌های تبلیغی انبیاء الهی در دعوت مردم به سوی خدا چگونه بوده است؟  
امر رسالت انبیاء الهی هدایت انسان‌های به سوی خداوند و تبلیغ جوهره‌ کلیه ادیان و مسئولیت همه پیامبران الهی است که به وسیله آن پیام خداوند را به بندگان برسانند و ابزار رساندن پیام الهی به جوامع متفاوت و گوناگون بشری به غیر از تبلیغات و شیوه‌های متفاوت آن اعم از سیره رفتار و گفتار نمی‌تواند باشد.
- ۲- هدف کلی تبلیغ در دعوت انبیاء هدایت و دستیابی انسان‌ها به کمال حقیقی و قرب الی الله و اتمام حجت بر کافران می‌باشد. اما اهداف جانبی مانند شیوه صحیح زندگی کردن در دنیا و تعامل صحیح با یکدیگر برای آرامش و شادی در زندگی دنیا را نیز نباید فراموش کرد زیرا که انسان ذاتاً به دنبال شادی و کامجویی می‌باشد.
- ۳- پیامبران الهی به روش خاص و متناسب با موقعیت مکانی و افکاری زمانه خود تبلیغ می‌نمودند. مهمترین روش تبلیغی آنها الگویی بوده است اما در تبلیغ خود از مهارتهایی همچون برهان و استدلال، همراهی، بشارت و انذار و یادآوری و ذکر نعمت‌های الهی و هنر و نیز غافل نبوده‌اند.

## ۱-۱-۶- روش تحقیق

روش تحقیق کتابخانه ای بوده است که در آغاز به جداسازی میدانی مطالب از کتب مرجع نموده و به بررسی آیات و روایات با سیره و سرگذشت انبیاء از کتب تفسیری و حدیثی پرداخته است نکات مورد نظر را استخراج کرده و با مراجعه به کتب مرجع صحت و سقم آنرا مشخص نموده و ارتباط آن را با موضوع مطروحه سنجیده و انتخاب کرده است.

در مرحله دوم به بررسی و تحلیل آیات با مراجعه به تفاسیر گوناگون و یاری جستن از نظریه های کارشناسان علوم قرآنی و استنباط فهیمانه مفسران قرآن حاضر سعی به برداشت و کشف نکات جدید از مفاهیم قرآن نموده است.

و در مرحله سوم پس از گردآوری های اطلاعات و مطالب به دسته بندی، طبقه بندی و ساماندهی اقدام نموده و به تحلیل و ارزیابی اطلاعات و تقسیم عناوین اصلی و فرعی همت گماشته و فصل های پایان نامه را به نگارش درآورده است.

## ۱-۱-۷- محدودیت های تحقیق

برای دستیابی به پایان نامه های مربوط به این تحقیق باید به کتابخانه های دانشگاه های مختلف مراجعه می نمودیم که این امر مستلزم نامه نگاری های اداری می باشد که خیلی وقت گیر بود و در ادامه فراگیری بیماری کرونا و تعطیلی دانشگاه ها مزید علت بر محروم شدن از جستجو در پایان نامه ها و رفع اشکال های وارده گردید.

## ۱-۲-۱- مفاهیم

قبل از پرداختن به متن اصلی پژوهش مفهوم برخی از اصطلاحات استفاده شده در آن بیان می گردد.

## ۱-۲-۱- روش

هرچند که "روش" امری ماهوی نیست و نمی توان از آن تعریف منطقی و دقیق ارائه کرد چون امری مفهومی است. در لغت نامه های فارسی به "لاعمل راه رفتن" "خرامش" "معبر و راهرو" نیز آمده است و در تعریف آن گفته شده است: طریقی نظام مند با طرح و ترتیب منطقی و منظم برای انجام

اموری است که غالباً دارای مراحل گام به گام می باشد<sup>۱</sup> و در زبان عربی به معنای سیره است و السیره. هیئت و طریقه و مذهب و راه روش می باشد.<sup>۲</sup>

### ۱-۲-۲- تبلیغ

از ماده بلغ به معنای رسیدن به منزل مشخص و کامل شدن است به عنوان مثال بلوغا الثمر به معنای میوه رسیده است و یا بلوغاً الغلام پسر بچه از لحاظ جسمی کامل شد.<sup>۳</sup>

تبلیغ در لغت به معنای رساندن پیام و واصل کردن خبر به مخاطب با وسایل ممکن و در دسترس می باشد.<sup>۴</sup>

لذا می توان گفت تبلیغ یک واژه مفهومی می باشد. به معانی مختلف در فرهنگهای متفاوت و به شیوه های گوناگون تعریف می شود. اما در فرهنگ اسلامی، تبلیغ از روش های یادگیری به شمار می رود که علاوه بر جنبه های آموزشی، دارای جنبه های پرورشی در زمینه های مختلف است که می تواند در عقیده یا آرای او اثر گذاشته و اطلاعات جدید برای مخاطب به وجود آورد. لذا تبلیغ وسیله ای است برای انتقال پیام و روشی است برای تأثیرگذاری و آموزش است. برای شناساندن نکات مثبت و تشویق به انجام آن و هشدار می است برای ترسیم نکات منفی و نشان دادن راه گریز از آن و در پایان، واصل شدن به بصیرت است.

### ۱-۲-۳- دعوت

از ماده دعا و به معنی صدا کردن و یا کمک خواستن و یا حضور او را طلب کردن می باشد و مصدر آن از ماده "دعو" به معنای مطلق خواندن آمده است. برای اینکه به او توجه شود و یا در او رغبت ایجاد کند و یا به سمت او حرکت کند.<sup>۵</sup>

دعوت در اینجا به معنی رسالت توأم با سیره علمی و عملی انبیاء می باشد. پرواضح است که انبیاء مردم را تنها با کلام دعوت نمی کردند و در تعالیم معارف الهی تنها به گفتار و بیان لفظ اکتفا نمی کردند بلکه زندگی روزمره و عملکرد خودشان هم که مطابق با وحی الهی و حضورشان نماد دعوت به معارف توحید و معاد بوده است دعوت محسوب می گردد.

<sup>۱</sup> دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا، ذیل واژه ی روش

<sup>۲</sup> راغب اصفهانی، حسین، مفردات الفاظ قرآن، ص ۲۷۲

<sup>۳</sup> قریشی، سید علی اکبر، قاموس القرآن، ص ۲۵۲

<sup>۴</sup> دهخدا، علی اکبر، لغت نامه دهخدا، ذیل واژه ی تبلیغ

<sup>۵</sup> راغب اصفهانی، حسین، مفردات الفاظ قرآن، ذیل واژه ی دعو