



مجتمع آموزش عالی فقه
مدرسه عالی فقه و معارف اسلامی
رساله سطح چهار
گرایش: تبلیغ
موضوع:

تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام با تأکید بر قرآن کریم

استاد راهنما:

حجت الاسلام والمسلمین دکتر سید کمال حسینی ﴿دام ظلّه﴾

استاد مشاور:

حجت الاسلام والمسلمین دکتر حسین علیزاده ﴿دام ظلّه﴾

دانش پژوه:

عبدالحمید خواجه

کد تحصیلی:

۱۱۵۲۸۴۶

۱۳۹۹

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

- ❖ مسئولیت مطالب مندرج در این رساله به عهده نویسنده است.
- ❖ هرگونه استفاده از این رساله با ذکر منبع، اشکالی ندارد و نشر آن بدون اجازه از جامعه المصطفی (ع) ممنوع می باشد.

تقدیم

تقدیم به ساحت مقدّس حضرت بقیه الله الاعظم صاحب الزمان (علیه السلام)

و به عالمان و مبلغان الهی و اسلامی که با گفتار و رفتار خود، مشعل هدایت خاکیان به سوی افلاکیان اند و تقدیم به روح پاک شهیدان اسلام مخصوصاً شهدای مدافع حرم اهل بیت (علیهم السلام)، که عطر شهادت ایشان این روزها از خرابه‌های شام به مشام می‌رسد. آنانی که جانانه، جان شیرین خود را با خدای خود به معامله گذاشته‌اند. آنانی که جهت انجام وظیفه دینی خود، مرز جغرافیایی نمی‌شناسند و هر جا صدای مظلومی را شنیدند به یاریش شتافتند و این را از مکتب علوی (علیه السلام) آموخته و با شور حسینی (علیه السلام) پا در میدان عمل گذاشته‌اند.

تشکر و قدردانی

سپاس بی کران پروردگار یکتا را که هستی مان بخشید و به طرق علم و دانش رهنمونمان ساخت و به همنشینی رهروان علم و دانش مفتخرمان نمود و خوشه چینی از خرمن علم و معرفت را روزیمان ساخت.

با تقدیر و تشکر شایسته از استاد فرهیخته و فرزانه، جناب حجت الاسلام و المسلمین سید کمال حسینی دامتله که با نکته‌های دلاویز خود، همواره راهنما و راهگشای نگارنده در اتمام و اكمال این رساله‌ی علمی بوده اند و نیز با تقدیر و تشکر از استاد گرامی و ارجمند جناب حجت الاسلام و المسلمین حسین علیزاده دامتله که با مشاوره شایسته خویش، یار و مددکار نگارنده در اتمام رساله بوده اند.

همچنین، تشکر فراوان از مسئولین محترم تحصیلات تکمیلی به ویژه برادر بزرگوار حجت الاسلام و المسلمین عباس نظیفی دامتله که با زحمات بی دریغ خود، نگارنده را در تمام مراحل تدوین و گرد آوری این رساله، یاری نمودند.

چکیده

قرآن کریم، منبع اصلی برای نشان دادن معارف حقه ی الهی به شمار می رود. از جمله معارفی که قرآن به ما رهنمون می سازد، بحث تبلیغ انبیاء علیهم السلام می باشد.

زمان و مکان، دو عنصر مهم هستند که علاوه بر علوم و دانش های مختلف اسلامی اعم از فقه و اصول و... در زمینه تبلیغ اسلامی نیز کار برد دارد و انبیاء الهی علیهم السلام از این دو عنصر در فضای تبلیغ و حیانی استفاده می نمایند.

رساله ی حاضر با عنوان تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام با تاکید بر قرآن کریم، در حقیقت الگوگیری از انبیاء الهی علیهم السلام در توجه به نیازهای زمان و مکان محل زندگی آنها می باشد.

نگارنده معتقد است که شیوه های متنوع انبیاء علیهم السلام در تبلیغ معارف الهی می تواند در هر عصر و زمان و مکانی قابلیت تطبیق داشته باشد و در تمام مجموعه عناصر تبلیغی، با بهره گیری از ابزارهای جدید و مدرن تبلیغی، نقش آفرینی جدی داشته باشد که البته، استفاده از عناصر چهارگانه ی تبلیغ (محتوا، روش، مراحل و ابزار)، از دست آوردهای پژوهش حاضر به شمار می آید.

بنابراین، انبیای الهی علیهم السلام و مبلغان دینی، از تفاوت در ظرفیت زمانها و مکانها برای تولید محتوای تبلیغی خویش استفاده می کنند و با بهره گیری از روش تبلیغ، به ابلاغ مفاهیم و حیانی، متناسب با دوره های سنی مخاطب و شرایط و موقعیت های مبلغ و مخاطب می پردازند و با توجه به اوضاع و شرایط اجتماعی مخاطبین، با روش ها و تکنیکهای مخصوصی اهداف خودشان را به صورت گام به گام و مرحله به مرحله چه در وطن یا در غربت پیش بردند و بالاخره با استفاده از ابزارهای مختلف و متنوع با توجه به هویت فردی و اجتماعی و نیز قابلیت تبلیغی برخی مکانها، پیام های و حیانی را به مخاطبین منتقل می نمایند.

لغات کلیدی تحقیق: تأثیر، تبلیغ، زمان، مکان، محتوا، روش، ابزار

فهرست مطالب

مقدمه	۴
فصل اول: کلیات و مفاهیم	۵
گفتار اول: کلیات	۶
1. بیان مسأله	۶
2. سؤال اصلی	۸
3. سؤالات فرعی	۸
4. پیشینه	۸
5. فرضیه‌ها	۱۰
6. اهداف	۱۱
7. جنبه نو آوری	۱۱
8. روش تحقیق	۱۲
9. قلمرو تحقیق	۱۲
گفتار دوم: مفاهیم	۱۳
1. تأثیر	۱۳
2. تبلیغ	۱۳
3. روش	۱۶
4. ابزار	۱۶
5. زمان	۱۷
6. مکان	۱۸
7. محتوا	۲۰
فصل دوم: تأثیر زمان و مکان در انتخاب محتوای تبلیغ انبیاء از دیدگاه قرآن	۲۲
گفتار اول: تأثیر زمان در انتخاب محتوا	۲۳
1. زمان‌های خاص	۲۳
1.1. شب	۲۳
1.2. روز	۲۹
1.3. ماه	۳۴
1.4. سال	۳۸
2. زمان‌های عام	۳۹
1.2. شرایط زمانی تبلیغ	۳۹
1.2. دوره‌های زندگی مخاطبین	۴۰
گفتار دوم: تأثیر مکان در انتخاب محتوا	۵۵
الف. جغرافیای عالم	۵۶
1. آسمان	۵۶

۵۸ 2. ستارگان
۶۱ ب. اماکن عمومی
۶۱ 1. کوه
۶۲ 2. دریا
۶۶ 3. بیابان
۶۸ ج. اماکن خاص
۷۰ 1. مسجد و محل عبادت
۷۲ 2. منزل و خانواده
۷۷ 3. بازار و محل کار و کسب
۷۹ 4. مدرسه و محل درس
۸۲ نتیجه

فصل سوم: تأثیر زمان و مکان در انتخاب روش تبلیغ انبیاء از دیدگاه قرآن..... ۸۳

۸۴ گفتار اول: تأثیر زمان در انتخاب روش تبلیغ انبیاء
۸۶ الف. سن مخاطب
۸۶ 1. دوره کودکی
۸۸ 2. دوره نوجوانی
۹۱ 3. دوره جوانی
۹۶ 4. دوره میان سالی و پیری
۹۹ ب. شرایط و موقعیت‌ها
۱۰۰ 1. پنهانی
۱۰۱ 2. آشکارا
۱۰۳ 3. هنگام جنگ

گفتار دوم: تأثیر مکان در انتخاب روش تبلیغ انبیاء..... ۱۰۸

۱۰۸ 1. مسجد
۱۱۰ 2. محیط زندگی
۱۱۶ 3. منزل (اهل خانه)
۱۲۰ 4. زندان

نتیجه..... ۱۲۳

فصل چهارم: تأثیر زمان و مکان در انتخاب مراحل تبلیغ انبیاء از دیدگاه قرآن..... ۱۲۴

۱۲۵ گفتار اول: تأثیر زمان در انتخاب مراحل تبلیغ انبیاء
۱۲۵ 1. شروع تبلیغ (مرحله‌ی دعوت پنهانی)
۱۲۸ 2. ادامه‌ی تبلیغ (مرحله‌ی دعوت علنی)
۱۲۹ 2.1. دعوت خویشاوندان نزدیک با رویکرد انذار
۱۳۲ 2.2. قاطعیت در ابلاغ
۱۳۵ 3. پایان تبلیغ

۱۳۵	3.1. تبلیغ در مقابل کفار
۱۳۶	3.2. تبلیغ برای مؤمنین
۱۴۱	3.3. تبلیغ در مقابل منافقین
۱۴۴	گفتار دوم: تأثیر مکان در انتخاب مراحل تبلیغ انبیاء
۱۴۵	1. مرحله‌ی تبلیغ انبیاء علیهم السلام در وطن
۱۴۹	1.1. سیره‌ی تبلیغی حضرت ابراهیم علیه السلام در وطن (بابل)
۱۵۱	1.2. سیره‌ی تبلیغی حضرت موسی علیه السلام در وطن (مصر)
۱۵۴	1.3. سیره تبلیغی پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در وطن (مکه)
۱۵۶	2. مرحله‌ی تبلیغ انبیاء علیهم السلام در غربت
۱۶۲	2.1. شیوه‌ی تبلیغ جهادی حضرت یوسف علیه السلام در غربت
۱۶۳	2.2. شیوه‌ی تبلیغ جهادی پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله در غربت
۱۶۶	نتیجه
۱۶۷	فصل پنجم: تأثیر زمان و مکان در انتخاب ابزار های تبلیغ انبیاء از دیدگاه قرآن
۱۶۸	گفتار اول: تأثیر زمان در انتخاب ابزار تبلیغ انبیاء علیهم السلام
۱۶۸	الف. هویت فردی
۱۶۹	1. ابزار بازی برای کودک
۱۷۱	2. ابزار تفکر برای جوان
۱۷۴	ب. هویت اجتماعی
۱۷۴	1. ابزار متناسب حاکمیت (در شرایط قیام)
۱۷۷	2. ابزار متناسب شرایط اجتماعی (در شرایط پنهانی)
۱۸۱	گفتار دوم: تأثیر مکان در انتخاب ابزار تبلیغ انبیاء علیهم السلام
۱۸۱	1. مکان‌های عبادی
۱۸۷	2. مسکن و سبک زندگی اسلامی
۱۸۷	الف. توجه انبیاء به مسئله‌ی حریم عمومی و خصوصی مسکن
۱۹۰	ب. توجه انبیاء به تمرکز مسکن اهل ایمان و فاصله گرفتن از محیط کفر آلود
۱۹۱	ج. توجه انبیاء به آسیب‌های اجتماعی، ساخت خانه و مسکن
۱۹۳	3. محل تجارت
۱۹۵	3.1. پیوند تجارت و مسجد
۱۹۷	3.2. پیوند تجارت و مدرسه‌ی علمیه
۱۹۹	3.3. پیوند تجارت با ابزار کیل و وزن
۲۰۱	نتیجه
۲۰۲	خاتمه و نتیجه‌گیری
۲۰۵	منابع

مقدمه

عناصری که در یک فرایند تبلیغ نقش‌آفرین هستند متعدد هستند. مانند مبلغ، مخاطب، روش، محتوا، ابزار، برنامه ریزی و....

از جمله عناصر بسیار مهم و تأثیرگذار در تبلیغ، عنصر زمان و مکان می‌باشند.

با توجه به این که عناصر تبلیغ، مجموعه‌ای پیوسته و درهم تنیده می‌باشند؛ عنصر زمان و مکان نیز در این فرایند می‌توانند در تمام قسمت‌های عناصر تبلیغ نقش‌آفرین باشند.

بنابراین، این تحقیق به دنبال این است که نقش‌آفرینی زمان و مکان در چهار محور اصلی محتوا، روش، مراحل و ابزار تبلیغ را مورد توجه قرار دهد.

بسیاری از آیات قرآن کریم، گواه بر این مطلب است که انبیاء الهی علیهم السلام برای پیشبرد تبلیغ معارف الهی، همواره به دو عنصر زمان و مکان توجه و عنایت داشتند.

بنابراین، تبیین تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام طبق آموزه‌های قرآن کریم، در ارائه‌ی یک الگوی تبلیغ موفق در عرصه‌ی عمل، دارای اهمیت و ضروری می‌باشد.

رساله‌ی حاضر با عنوان تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام با تأکید بر قرآن کریم، در صدد پاسخ به این سؤال اصلی است که تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء از منظر قرآن کریم چیست؟

هدف اصلی این رساله، الگوگیری مبلغان از انبیاء الهی علیهم السلام در توجه به نیازهای زمانه و عصری که در آن زندگی می‌کنند می‌باشد و به مبلغان اسلامی می‌آموزد که راهبرد و شیوه‌های تبلیغ ایشان باید در هر عصر و زمانی؛ از استراتژی تبلیغی متناسب با آن زمان و مکان بهره‌مند باشد.

این تحقیق بر اساس جمع‌آوری اطلاعات و داده‌های علمی با روش کتابخانه‌ای و تحلیل اطلاعات با شیوه‌های متنوع پردازش محتوا، انجام گرفته است.

عنایت و توجه مبلغین اسلامی به تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام از دیدگاه قرآن کریم می‌تواند نقش مهمی در ارائه‌ی یک تبلیغ موفق و کارآمد توسط ایشان، داشته باشد.

فصل اول:

کلیات و مفاهیم

گفتار اول: کلیات

۱. بیان مساله

عنصر زمان و مکان، در تمام فعالیت‌های علمی و تجربی نقش کلیدی و اساسی دارد. در این میان، حوزه علوم دینی نیز از آن مستثنی نمی‌باشد. بنابراین، توجه به آن دو، مورد تاکید دین مبین اسلام و اندیشمندان بزرگ اسلامی از جمله مبلغان دینی است.

بسیاری از آیات قرآن کریم، گواه بر این مطلب است که انبیاء الهی علیهم السلام برای پیشبرد تبلیغ معارف الهی، همواره به دو عنصر زمان و مکان توجه و عنایت ویژه داشتند و برای سازندگی جامعه ی انسانی، متناسب با مقتضیات زمان و مکان زندگی خود به استفاده از ابزارها و شیوه های تبلیغی روی می آوردند.

از آنجا که تبلیغ دین یک امر نظام‌مند، جامع، اثرگذار و اثرپذیر است، تبیین تاثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام طبق آموزه‌های قرآن کریم، می تواند در ارائه ی یک الگوی تبلیغ موفق برای کارشناسان دینی ضروری باشد. بنابراین، نیازمندی دوران معاصر و زمینه‌های فراروی تبلیغ مکتب حقه ی اسلام نیز اقتضا می‌کند که مبلغان دینی از زمانه خویش عقب نیفتند و متناسب با مقتضیات زمان و مکان، بتوانند با بهره گیری از شیوه ها و ابزارهای نوین و برتر تبلیغاتی عصر و زمانه خود، آسیب های اجتماعی و مشکلات جامعه خود را شناسایی کرده و علل و چرایی آن ها را بشناسند و برای برون رفت از آن، راهکارهایی ارائه دهند.

در گذشته، مردم عموماً از طریق منبر و مسجد آموزه های دینی خود را از حوزویان دریافت می کردند و نیازها نیز نسبت به امروز محدودتر بود، اما در عصر کنونی که عصر رسانه و ارتباطات نامیده شده، مردم از این طریق خود را به روز می کنند و مسایل را از این فضا می گیرند که اگر توسط کارشناسان دینی به درستی مدیریت نشود، دشمنان در همة ابعاد و فضاهای زندگی مردم رسوخ پیدا خواهند کرد.

بنابراین، ارتقای سطح سواد رسانه ای و تغییر نوع تبلیغ با استفاده از ابزارهای جدید رسانه ای همچون صدا و سیما، روزنامه، مجله و اخیراً اینترنت، از جمله رموز مهم توفیق حوزویان در فعالیت های تبلیغی و اثر بخشی آنها روی مخاطبین مخصوصاً قشر جوان می باشد. البته این بدان معنا نیست که مسجد و منبر در تبلیغات، بی اهمیت تلقی شوند؛ بلکه مقصود آن است که برنامه ریزی تبلیغات اسلامی باید متناسب با مقتضیات زمان، متحوّل گردد.

۲. سؤال اصلی

تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء از منظر قرآن کریم چیست؟

۳. سؤالات فرعی

۱. مفهوم تاثیر، زمان، مکان و تبلیغ چیست؟
۲. تاثیر زمان و مکان در انتخاب محتوای تبلیغ انبیاء از نگاه قرآن مجید چیست؟
۳. از دیدگاه قرآن مجید تاثیر زمان و مکان در انتخاب شیوه تبلیغ انبیاء به چه صورت می باشد؟
۴. از منظر قرآن مجید تاثیر زمان و مکان در انتخاب مراحل تبلیغ انبیاء چگونه است؟
۵. از منظر قرآن مجید تاثیر زمان و مکان در انتخاب ابزارهای تبلیغ انبیاء چگونه می باشد؟

۴. پیشینه

سابقه تبلیغ در اسلام به زمان مبعوث شدن پیامبر (صلی الله علیه و آله) به نبوت بر می گردد. از آغاز بعثت تا پایان ابلاغ رسالت طی بیست و سه سال، مقطع های مختلفی است که هر یک ویژگی و حوادث خاصی دارد. پیام های آغازین دعوت پیامبر که با آیاتی چون: «اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ»^۱ آغاز شد و بر تعلیم و آموزش، خواندن و نوشتن به عنوان عنصر اصلی تبلیغ تکیه داشت و پیام آیه «يَا أَيُّهَا الْمُدَّثِّرُ، قُمْ فَأَنْذِرْ»^۲ و امثال آن که دلالت بر انذار و هشدار داشت، دعوت خاندان، فامیل های دور و نزدیک،^۳ دعوت پنهانی طی مدت سه سال اول بعثت،^۴ دعوت علنی در مکه و بازتاب آن تا هجرت به مدینه^۵ و مبارزه با بت پرستی و اشرافیگری و در برخورد با مشرکین و

۱. علق، آیه ۱.

۲. مدثر، آیه ۱-۲.

۳. شعرا، آیه ۲۱۴.

۴. مکارم شیرازی، ناصر، تفسیر نمونه، ج ۲۰، ص ۸۹.

۵. همو، سوگندهای پربار قرآن، ص ۲۷۰.

اشراف، دوران محاصره اقتصادی مسلمانان در تبعیدگاه و شعب ابی طالب^۱ که با شعارهایی در تبلیغ رسالت همراه بود، همچنین دعوت سران دول و ملل ادیان به اسلام از تبلیغات مهم پیامبر اسلام (صلی الله علیه و آله) بود.^۲

در عصر حاضر، شخصیت کم نظیری چون حضرت امام خمینی (رحمه الله علیه)، طی پیام تاریخی از آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی در دعوت وی به مطالعه و تحقیق در باره اسلام، مهم ترین پیام تبلیغ اسلام ناب را ابلاغ کرد^۳ که تأثیر شگرف در نظام سوسیالیستی داشت.

تحقیق حاضر نیز می‌کوشد اهمیت تبلیغ را در بُعد زمانی و مکانی به تصویر بکشد. گرچه کتابها و مقالاتی در این خصوص منتشر شده است از جمله کتاب تبلیغ تربیت‌گرا با تکیه بر آیات و روایات، توسط گروه تبلیغ پژوهی که زمان و مکان را از عناصر تبلیغ دانسته که به طور مستقیم و غیر مستقیم مرتبط با تحقیق حاضر است و نیز کتاب تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث، محمدی ری‌شهری مبتنی بر آیات و منابع روایی فریقین و همچنین کتاب اثر زمان و مکان در تبلیغ از دیدگاه آیات و روایات، عبدالعزیز فهیمی، مقاله‌ی نقش زمان و مکان در تبلیغ از همین نویسنده با استناد به آیات و روایات تا حدودی در باره نقش زمان و مکان در تبلیغ پرداخته است؛ اما تحقیق حاضر می‌خواهد نقش زمان و مکان را بر اساس ابزارهای مُدرن و به روز بیان نماید تا مبلغ دین در هر سطحی که مخاطبان خود را مشاهده می‌کند، برای بالا بردن آنها از آن سطح، همت بگمارد و باقی ماندن مخاطبین خود را در یک نقطه، تحمل نکند.

اساس کار تبلیغ، بر پیش بردن مخاطب در زمان و مکان خاص است که مبلغ باید زمان و مکان تبلیغ را بشناسد. آیات و روایات را به شرایط و مقتضیات زمان و مکان مبلغین و مخاطبین هر عصر و زمانی، تطبیق و تعمیم دهد؛ با توجه به این که خدای متعال در قرآن کریم، تصریح می‌نماید که آیات

۱. ابن کثیر، اسماعیل، البدایه و النهایه، ج ۳، ص ۸۶.

۲. یعقوبی، احمد، تاریخ یعقوبی، ج ۱، ص ۴۴۳، ترجمه محمدابراهیم آیتی.

۳. رک امام خمینی، سیدروح‌الله، صحیفه امام، ج ۱، ص ۲۲۲.

وحیانی‌اش برای هدایت بشریت، در تمامی زمان‌ها و مکان‌ها است.

بنابراین، پژوهش حاضر می‌کوشد با توجه به تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام در قرآن کریم، از ظرفیتهای ابزار رسانه‌های نوین نیز در جهت تبلیغ مفاهیم الهی متأثر از زمان و مکان بهره‌مند گردد. اگرچه رسانه‌های نوین امروزی اعم از «مکتوب»، «صوتی» و «تصویری»؛ در حمل مفاهیم از نظر زمانی و مکانی یکسان نیستند و هر کدام در بستر زمانی و مکانی ماهیت و جنس ویژه‌ای دارند. دین الهی نیز نسبت به چگونگی تبلیغ در قلمرو خود نظر دارد و اجازه استفاده از هر نوع ابزار، قالب و شیوه‌ای را برای گسترش خود نمی‌دهد. بر این اساس، در این رساله تلاش خواهیم نمود که هر فردی از اعضای جامعه اسلامی خصوصاً مبلغان اسلامی را موظف دانسته که با شناخت درست از زمان و مکان، مردم را به ارزشها دعوت و از ضد ارزشها باز دارند.

۵. فرضیه‌ها

۱. زمان و مکان از عناصر مهم تبلیغ به شمار می‌آیند که توجه به آنها تأثیر مهمی در انتقال مفاهیم دینی می‌تواند داشته باشد.
۲. ظرفیت شناسی دو عنصر زمان و مکان و نیز شناخت تأثیر و کارکرد آنها، می‌تواند در دفاع از تبلیغ مفید و کارآمد نقش اساسی داشته باشد.
۳. بهره‌مندی از منابعی چون قرآن و روایات در جهت ارائه‌ی راه‌های کارآمدی تبلیغ انبیاء علیهم السلام با توجه به ویژگی‌های زمان و مکان و تبیین عالمانه بر آن، می‌تواند در هر عصر و زمانی تأثیر گذار باشد.
۴. زمان و مکان میتواند در تمام اجزاء و عناصر تبلیغ، نقش آفرینی جدی داشته باشد و عناصر چهارگانه‌ی محتوا، روش، مراحل و ابزار در تبلیغ انبیاء می‌تواند در هر زمان و مکانی قابلیت تطبیق داشته باشد.
۵. با توجه به گذر زمان، میزان مهاجرت و به تبع آن تغییر در سبک زندگی و رشد افکار و آراء مردم و نیز تحول و تغییر در ابزار ارتباطی و رسانه‌ای مخاطبین، ابزار تبلیغاتی مبلغان دینی نیز می

تواند در هر زمان و مکانی تغییر کند و به روز باشد.

۶. اهداف

هدف کلی رساله حاضر، بررسی تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء علیهم السلام با تأکید بر قرآن کریم می باشد. در این پژوهش، از عناصر چهارگانه‌ی محتوا، روش، مراحل و ابزار در تبلیغ انبیاء علیهم السلام استفاده شده است که می تواند در هر زمان و مکانی قابلیت تطبیق داشته باشد.

بنابر این، در پژوهش حاضر سعی شده است متناسب با سؤالات فرعی، اهداف ذیل دنبال شود:

۱. جایگاه زمان و مکان در تولید محتوای تبلیغی انبیاء علیهم السلام با در نظر گرفتن تفاوت در ظرفیت و کارکرد زمان‌ها و مکانها، بررسی شود.

۲. به نقش آفرینی زمان و مکان در انتخاب روش تبلیغ انبیاء الهی علیهم السلام متناسب با دوره‌های سنی مخاطبین و شرایط و موقعیت‌های تبلیغ در مکان‌های عمومی و خصوصی، توجه شود.

۳. به تاثیرگذاری زمان و مکان در انتخاب مراحل تبلیغ انبیاء علیهم السلام در بُعد زمانی: (شروع، ادامه و پایان تبلیغ) و بُعد مکانی: (وطن و غربت)، پرداخته شود.

۴. نقش زمان و مکان در استفاده از ابزارهای تبلیغ انبیاء علیهم السلام در موقعیت زمانی: (هویت فردی و اجتماعی) و موقعیت مکانی: (قابلیت برخی مکانها برای تبلیغ و انتقال مفاهیم دینی)، واکاوی شود.

۷. جنبه نوآوری

تبلیغ معارف الهی با محتوای وحیانی و روش های بهم پیوسته، تأثیر مهمی در شکل دهی و جهت دادن به نیروهای فردی و اجتماعی از طریق نفوذ در شخصیت، افکار و عقاید انسان در بستر زمان و مکان دارد و می تواند ارزش‌ها را به بهترین وجه ممکن بیان نماید. البته ابزارهای تبلیغ در زمان‌ها و مکان‌های مختلف، متفاوت بوده است؛ همانگونه که انبیای الهی علیهم السلام با شیوه ها و ابزارهای متفاوت اقدام به تبلیغ دین الهی نموده‌اند. قرآن کریم به عنوان احسن القصص، با بیان و شیوه ای متفاوت بهترین هنر سخن گفتن را به بشر تعلیم نموده است تا به انسان انگیزه شنیدن و خواندن را

تقویت کند. در این خصوص کتاب‌ها و مقالات بسیاری توسط پژوهشگران منتشر شده است که به بیان زندگی نامه پیامبران و نحوه تعامل آنها با امت خویش و بالعکس و به نکات اخلاقی و تربیتی زندگی انبیاء اشاره نموده‌اند که عواطف و احساسات مخاطبان را برای پذیرش سخن حق آماده می‌نمایند؛ اما بیشتر ارتباط یک سویه و تلقینی دارد. پژوهش حاضر تلاش نموده است که تبلیغ را فراتر از ارتباط یک سویه و تلقینی تحلیل و توصیف نماید که تعاملی بین گیرنده و فرستنده را به روشنی بیان نماید تا تأثیر زمان و مکان در تبلیغ انبیاء را به نحو شایسته تحلیل و با برخی عناوین و عناصر نسبتاً جدید ارائه نماید تا رابطه تبلیغ و ارتباط زمانی و مکانی را به خوبی روشن سازد. جایگاه تبلیغ را با حفظ ضوابط و اصول آن با ابزارهای مدرن و متفاوت واکاوی نماید. رساله حاضر، به این مطلب اهتمام داشته است که تبلیغ تنها رساندن پیام نیست بلکه تفهیم پیام نیز می‌باشد. بنابراین، تحقیق حاضر تلاش نموده است تأثیر زمان و مکان در تبلیغ را با بهرمندی از آیات و روایات تبیین و تأکید کند که البته متمرکز شدن به نکات اصلی و استفاده از فن سخنرانی و خوب جلوه دادن تبلیغ با شیوه‌ها و ابزارها جدید از نوآوری‌های پژوهش حاضر است.

۸. روش تحقیق

روش پژوهش در تحقیق حاضر توصیفی و تحلیلی است. به این بیان که مراجعه به آیات و روایات مورد تأکید است. همچنین تلاش می‌شود به منابع مختلف تفسیری و اخلاقی مرتبط با موضوع مراجعه شود و محتوای آنان در مورد ویژگی‌ها، انواع و عناصر تبلیغ با توجه به ویژگی‌های زمانی و مکانی مطرح گردد.

۹. قلمرو تحقیق

تحقیق حاضر، در گستره‌ی دانش تبلیغ به پژوهش می‌پردازد. دانش تبلیغ بر اساس عناصر دهگانه‌ی مبلغ، مخاطب، محتوا و... به صورت نظام‌واره و ارگانیک و مجموعه‌ی متحد الاجزاء و متماسک، شکل می‌گیرد. قلمرو تحقیق حاضر تبیین نقش آفرینی دو عنصر زمان و مکان در فرآیند تبلیغ است که محدودیتی ندارد.

گفتار دوم: مفاهیم

۱. تأثیر

تأثیر در لغت از مادة (أثر) به معنای جای پا، علامت و نشانه است مانند برجای ماندن علامت پای شتر بر زمین^۱، جلا و نشانه شمشیر^۲ و نیز به معنای برتری دادن در اولویت قراردادن چیزی آمده است؛ چنانچه گفتار خداوند متعال: «وَيُؤْتِرُونَ عَلَىٰ أَنفُسِهِمْ»^۳ بر این امر دلالت می‌کند.^۴

تأثیر در زبان فارسی به معنای نتیجه، فعل و انفعال، اهمیت، نفوذ، رسوخ، کارگر شدن، اثر بخشی و...^۵ آمده است.

با عنایت به مطالب فوق می‌توان گفت که زمان و مکان در مبحث تبلیغ دو عامل دارای اهمیت و اثر بخش است و پیامبران الهی در برنامه تبلیغی خود برای این دو هویت، نه تنها به زمان حال و کاوش در زمان گذشته (کوتاه مدت) توجه کرده‌اند بلکه به ساختن زمان آینده (بلند مدت) نیز عنایت داشته‌اند؛ زیرا تدابیر مناسب برای دو هویت فردی و اجتماعی در کوتاه مدت و بلند مدت، از آثار ویژه برخوردارند. البته در ادامه‌ی بحث، به طور مفصل به این بحث خواهیم پرداخت.

۲. تبلیغ

«تبلیغ»، در لغت از ریشه «بلوغ» و «بلاغ»^۶ به معنای رساندن کامل پیام^۷، خیر، اندیشه و سخن به

۱. ابن فارس، أحمد بن فارس، معجم المقاییس اللغة، ج ۱، ص: ۵۴-۵۳؛ حسن عمید، فرهنگ عمید، ج ۱ ص ۱۰۰

۲. راغب اصفهانی، حسین بن محمد، مفردات راغب، ص ۲۱.

۳. الحشر: ۹.

۴. راغب اصفهانی، پیشین؛ ص ۶۲.

۵. دیکشنری آنلاین آبادیس، abadis.ir.

۶. بلوغ و بلاغ به معنای رسیدن به دورترین و پایانی‌ترین نقطه مقصد است، مکانی باشد یا زمانی و یا یکی از اموری که دارای نهایت و پایان است و گاه از آن برای نزدیک شدن به هدف نیز استفاده می‌شود، گرچه به آن نرسند. راغب، پیشین، ص ۱۴۴.

۷. ابن منظور، محمد بن مکرم، لسان العرب؛ ج ۸؛ ص ۴۱۹.

دیگری است^۱ و «مبلّغ»، کسی است که با همه توان تلاش می‌کند تا مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی که اندیشه و دل مخاطب است، برساند. عناوین دیگری مانند: هدایت، دعوت، موعظه، تبشیر، تخویف، انذار، امر به معروف و نهی از منکر نیز با عنوان تبلیغ، ارتباط نزدیک دارند؛ اما هیچ یک از بار فرهنگی واژه «تبلیغ» در انتقال پیام‌ها برخوردار نیستند. برخی در فارسی واژه «آوازه‌گری» را معادل تبلیغ در عربی دانسته‌اند.^۲ در زبان لاتین پروپاگاندا *propaganda* مترادف ابلاغ، اشاعه، رسانیدن، اشاعه دادن، ترویج کردن... آمده است.^۳

واژه تبلیغ در قرآن، به کار نرفته و مشتقات آن، ۲۷ بار تکرار شده است و واژه‌هایی چون بَلَّغَ، الْبُلُوغُ، الْبُلُغُ، بِالْغَةِ، بَلَّغْتُ وَ بَلَّغْتُهُ و ... آمده است^۴ که بیان‌کننده پیام خداوند است. این پیام تا آنجا اهمیت دارد که قرآن، خطاب به پیامبر صلی الله علیه و آله تأکید می‌کند: «إِنَّ عَلَيْكَ إِلَّا الْبُلُوغُ»^۵ «برعهده تو جز رسانیدن [پیام] نیست». پیامبر اسلام، خود را به عنوان یک «مبلّغ» به مردم معرفی می‌کند: «إِنَّمَا أَنَا مُبَلِّغٌ»^۶ «من، تنها ابلاغ‌کننده‌ام». این، بیان اهمیت تبلیغ را می‌رساند. چنانکه حضرت موسی علیه السلام در عرصه تبلیغ از خداوند تقاضای شرح صدر: «... رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي»، آسانی ماموریت: «وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي» و قدرت بیان: «وَ اٰخُلُّ عَقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي»^۷ نمود که مبلغان می‌بایست هر سه مورد را باید در عرصه تبلیغ واجد باشند تا به موفقیت نائل گردند.

تبلیغ در اصطلاح، به معنای رساندن مجموعه اطلاعات به مخاطب، اقناع و برانگیختن احساسات

۱. فراهیدی، خلیل بن أحمد، کتاب العین؛ ج ۴؛ ص ۴۲۱.

۲. رک دانشنامه جهان اسلام، ج ۶ ص ۴۴۸.

۳. سایت فست دیکشنری: <https://fastdic.com/word>

۴. راغب، پیشین، ص ۱۴۴.

۵. شورا، آیه ۴۸.

۶. مسند ابن حنبل، ج ۶، ص ۳۳ (ح ۱۶۹۳۴)؛ المعجم الکبیر، ج ۱۹، ص ۳۸۹ (ح ۹۱۴) و ص ۳۹۰ (ح ۹۱۵)؛ کنز العمال، ج ۶، ص ۳۵۰ (ح ۱۶۰۱۰).

۷. « قَالَ رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَ يَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَ اٰخُلُّ عَقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي » سوره طه، آیه ۲۷-۲۴.