



جمهوری اسلامی ایران

مدیریت حوزه علمیه استان قم

رساله علمی سطح 4

مرز سنت و بدعت در تبلیغ

راهنما: استاد حضرت آیت الله رحمانی سبزواری

مشاور: استاد حضرت حجت الاسلام والمسلمین دکتر جعفر پیشه

محقق: عباس فرازی نیا

چکیده:

از آنجایی که جامعه بشری در طول تاریخ، بخصوص بعد از رحلت پیامبر اکرم (ص) گرفتار خرافات و بدعت‌هایی بوده که آن را با سنت‌های الهی و نبوی درآمیخته و آسیب‌های فراوانی را در اندیشه ناب اسلامی بوجود آورده است. و از طرفی تبیین سنت الهی و نبوی و ویژگی‌های آن براساس سیره علمی و عملی پیامبر اکرم (ص) و ائمه معصومین (ع) یک امر ضروری و یک تکلیف لازم‌الاجرا است؛ در این تحقیق بر آن شدیم تا سنت‌های تبلیغی و تبلیغ سنتی را بشناسیم و در ادامه مصادیق بدعت را معرفی کرده و پس از تبیین مرز میان سنت و بدعت به صورت محوری در میدان تبلیغ توقف کنیم و این عرصه را حتی‌الامکان از بدعت و بدعت‌گذاران دور کنیم. لذا آنچه که در این تحقیق می‌آید عبارت است از تبلیغ و مرز سنت و بدعت در آن، که در قالب دو بخش و چند گفتار تبیین و ارائه می‌گردد.

گفتار اول و دوم از بخش اول، مفهوم‌شناسی سنت و بدعت است که از مهم‌ترین مباحث این رساله می‌باشد. در این بخش معنای صحیح سنت و بدعت بیان شده است.

و همچنین در ادامه، مفاهیم خرافه، تحریف، تحجرگرایی و روشنفکری و رابطه هر کدام با بدعت بیان و ارائه شده است.

گفتار سوم از این بخش نیز به مفهوم‌شناسی تبلیغ اختصاص یافته زیرا تبلیغ یگانه وسیله ارتباط با مخاطبین و جامعه می‌باشد، تبیین راهکارهای صحیح تبلیغ از دیگر شیوه‌های این تحقیق است. هم‌چنین ارائه معنایی صحیح از عناصر تبلیغ: مبلغ، پیام، و مخاطب در این راستا می‌باشد.

بخش دوم از این تحقیق، پیرامون تبیین مرز سنت و بدعت در تبلیغ است که در فصل اول آن، مرز سنت و بدعت براساس آیات قرآن کریم و روایات و اصول صحیح اسلامی مورد بحث قرار گرفته و در ادامه، ضرورت مبارزه با بدعت و بدعت‌گزاران، شیوه‌های مبارزه و وظیفه عالمان دینی در این راستا تبیین شده است. در پایان این فصل، بیان مصادیق سنت و بدعت در عرصه تبلیغ و بدعت‌های ادعایی وهابیت تشریح شده‌اند و مصادیق بدعت براساس آیات و روایات و سیره

معصومین (ع) مورد نقد و بررسی قرار گرفته و نهایتاً نظریه حق و حقیقت با ادله عقلی و نقلی مبرهن شده است.

در فصل دوم از بخش دوم، مرز بدعت و نوآوری در شیوه‌های تبلیغی مورد مذاقه قرار گرفته و در گفتار اول و دوم این بخش فرق بدعت با نوآوری و نظر اسلام در مورد نوآوری و جلوه‌های تأثیرگذار در تبلیغ و جایگاه نوآوری در اندیشه اسلام مورد بررسی قرار گرفته و بیان شده است. جلوه‌های هنر در عرصه تبلیغ همانند صنعت شعر، خطابه و... از دیگر جلوه‌هایی است که ضرورت نوآوری در آن‌ها در عرصه تبلیغ در هر زمان و مکان مورد تأکید قرار گرفته است.

گفتار سوم در این بخش، پیرامون تبلیغ دین از طریق ابزارهای نوین، همانند رسانه و امثال آن، و پیامدهای تبلیغ با ابزارهای نوین و تعامل دین اسلام و رسانه و شیوه‌های تبلیغ مدرن را در عصر صنعت و تکنولوژی مورد مذاقه قرار داده است و اثرات مثبت و منفی آن را و مرز میان حلیت و حرمت و سنت و بدعت بودن آن‌ها را تشریح کرده است.

تحلیل و بررسی این موضوعات، با رویکرد آیات قرآن کریم، نهج‌البلاغه، روایات ائمه معصومین (ع) و بهره‌گیری از منابع و متون اسلامی، در سیر اندیشه علمای قدیم و معاصر فریقین و به‌ویژه دیدگاه‌های تبلیغی مقام معظم رهبری و به شیوه کتابخانه‌ای و میدانی تدوین و ارائه گردیده است. هم‌چنین از نرم‌افزارهای متون اسلامی، پایگاه‌های اینترنتی و مقالات روز، بهره گرفته شده است.

در فصل سوم با عنوان خاتمه، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری شده و خلاصه‌ای از مطالب ارائه شده و با ارائه پیشنهادات راهبردی جهت محققین و معرفی منابع تحقیق پایان یافته است.

کلیدواژه‌ها: سنت، بدعت، تبلیغ، سنت الهی، نوآوری، رسانه، خرافات، تحریفات، تحجّرگرایی، روشنفکری.

فهرست مطالب

بخش اول: کلیات و مفهوم شناسی

فصل اول: کلیات تحقیق

1	پیشگفتار.....
8	الف) بیان موضوع تحقیق:.....
8	ب) اهمیت و ضرورت موضوع تحقیق:.....
9	ج) اهداف تحقیق:.....
9	د) پیشینه موضوع تحقیق:.....
11	ه) سؤالات تحقیق:.....
11	- سؤالات اصلی:.....
11	- سؤالات فرعی:.....
11	و) فرضیه‌های تحقیق:.....
13	ز) روش انجام تحقیق:.....
14	ح) روش و ابزار گردآوری اطلاعات:.....
14	ط) تبیین فصول اجمالی تحقیق:.....

فصل دوم: مفهوم شناسی

15	مقدمه.....
15	گفتار اول: مفهوم شناسی سنت.....
15	الف: معنای لغوی سنت.....
17	ب) مفهوم اصطلاحی سنت.....
17	1. سنت در فرهنگ قرآن کریم.....
17	2. سنت در فرهنگ روایات.....
18	3. سنت در اصطلاح محدثین.....
18	4. سنت در اصطلاح اصولیین.....
19	5. سنت در اصطلاح فقها.....
19	6. سنت در عرف عام:.....

- 20..... (ج) انواع سنت
- 20..... 1. سنت‌های تکوینی
- 20..... ویژگی‌های سنت تکوینی (پاورقی)
- 21..... 2. سنت‌های تشریحی
- 21..... الف) حجیت سنت نبوی:
- 21..... 1. قرآن کریم
- 23..... 2. روایات
- 24..... 3. دلیل عقل
- 24..... ب) عدم حجیت سنت صحابی
- 27..... نتیجه نهایی
- 28..... خلاصه گفتار اول:
- 29..... گفتار دوم: مفهوم شناسی بدعت
- 29..... الف) معنای لغوی
- 30..... ب) معنای اصطلاحی
- 30..... 1. بدعت در اصطلاح علمای امامیه
- 32..... 2. بدعت در اصطلاح علماء عامه
- 33..... 3. فرق معنای بدعت از دیدگاه علمای امامیه و عامه
- 33..... ج) بدعت از دیدگاه قرآن و روایات در یک نگاه کلی
- 34..... 1. بدعت از منظر قرآن
- 35..... ترجمان واژه بدعت و مشتقات آن در کلام مفسرین عامه و خاصه:
- 39..... 2. بدعت از منظر نهج البلاغه
- 40..... 3. بدعت در سایر روایات (عامه و خاصه)
- 44..... تقابل سنت و بدعت در کلام معصومین (ع) (پاورقی)
- 44..... د) تقسیمات بدعت و اقسام آن
- 45..... 1. بدعت پسندیده و ناپسند
- 45..... 2. بدعت عادی و شرعی
- 45..... 3. بدعت حقیقی و نسبی

- 45.....4. بدعت براساس احکام پنجگانه
- 46.....5. دیدگاه‌ها
- 46.....5-1. قائلین به تقسیم
- 46.....5-2. مخالفین تقسیم
- 47.....تحلیل روشنگرانه و تشریح نظریه مختار
- 49.....ه) پیشینه بدعت
- 50.....1) پیشینه بدعت در تاریخ:
- 50.....بدعت در سده نخست اسلامی:
- 50.....1. بدعت در عصر نبوی
- 51.....2. بدعت در عصر صحابه و تابعین
- 52.....ز) مفهوم خرافه - تحریف - تحجر گرایی و روشنفکری و رابطه آن با بدعت
- 52.....یکم: خرافات
- 53.....1. معنای خرافات در لغت
- 53.....2. معنای خرافات در اصطلاح
- 53.....3. رابطه خرافات با بدعت
- 54.....4. بسترها و عوامل زمینه ساز خرافات
- 54.....1. بسترهای درونی
- 54.....1-1. احساسات و عواطف درونی
- 55.....2. بسترهای بیرونی
- 55.....2-1. جهل فرهنگی
- 55.....2.2. محیط و جامعه
- 56.....6. پیامدها و تبعات خرافات:
- 57.....دوم: تحریفات
- 57.....1. معنای تحریف در لغت
- 58.....2. معنای اصطلاحی تحریف
- 58.....2-1. تحریف معنوی
- 58.....2.2. تحریف لفظی
- 59.....4. رابطه تحریف با بدعت
- 59.....عوامل تحریف در داستان عاشورا (پاورقی)

- 60.....سوم: تحجرگرایی
- 60.....1. واژه‌شناسی تحجر گرائی
- 60.....2. رابطه تحجر گرائی با بدعت
- 61.....3. مصادیق تحجرگرائی در تاریخ و دنیای معاصر
- 62.....چهارم: روشنفکری
- 63.....1. مفهوم شناسی روشنفکری
- 63.....2. روشنفکری دینی با رویکرد غرب‌مآبانه
- 64.....3. روشنفکری دینی با رویکرد تقریر حقیقت و تقلیل مرارت
- 65.....4. روشنفکری دینی با رویکرد بسط دین الهی (نظریه مختار)
- 68.....خلاصه گفتار دوم:
- 70.....گفتار سوم: مفهوم شناسی تبلیغ و اهمیت، پیشینه و ثمرات آن
- 70.....1. معنای لغوی تبلیغ
- 72.....2. معنای اصطلاحی تبلیغ
- 74.....3. اهمیت تبلیغ از دیدگاه قرآن و روایات
- 74.....3-1. تبلیغ از نظر قرآن کریم
- 75.....3.2. تبلیغ از نظر روایات
- 77.....اهمیت تبلیغ از نگاه امام خمینی (ره) (پاورقی)
- 77.....اهمیت تبلیغ از نگاه رهبر معظم انقلاب (مدظله‌العالی) (پاورقی)
- 79.....مبلغ کیست؟ (پاورقی)
- 79.....4. پیشینه تاریخی تبلیغ
- 79.....4-1. تبلیغ پیش از اسلام
- 81.....4-2. تبلیغ در اسلام
- 81.....4-3. تبلیغ در دنیای معاصر
- 83.....4-4. تبلیغات در عصر جدید
- 86.....ویژگی‌ها و ثمرات تبلیغ مؤثر
- 87.....خلاصه گفتار سوم:

بخش دوم: مرز سنت و بدعت در تبلیغ

- 88.....مقدمه

فصل اول: مرز سنت و بدعت در محتوای تبلیغی

- گفتار اول: تبیین مرزها و بیان شاخص جدایی سنت از بدعت 89
1. نمونه‌هایی از بدعت‌های مذمت‌شده در قرآن و بیان شاخص آن 89
- الف. قرآن کریم 89
- ب. روایات 92
- وجود یا عدم وجود دلیل شاخص و مرز جدایی سنت از بدعت 93
- معنا و مفهوم دلیل شرعی 93
- 1- دلیل خاص 94
2. دلیل عام 95
- 2.1. کسب آمادگی در تمامی ابعاد برای مقابله با دشمنان 95
- 2.2. نفی سلطه کافر بر مسلمان 96
- 2.3. ضرورت کسب علم بر مسلمانان 96
- خلاصه گفتار اول: 97
- گفتار دوم: مصادیق سنت و بدعت 98
- مقدمه: 98
1. مصادیق بدعت در دین پس از رحلت پیامبر اکرم (ص) 99
- 1-1. مصادره فدک 99
- نقد و بررسی: 99
- 1-2. تنفیذ سه طلاق در مجلس واحد 101
- نقد و بررسی: 101
- 1-3. تحریم نگارش حدیث نبوی 102
- نقد و بررسی: 103
- 1-4. نماز تراویح 105
- نقد و بررسی همراه تحلیل روشنگرانه: 106
- 1-5. برخورد امام علی (ع) با این مسأله 108
2. مصادیق بدعت‌های ادعایی در سده اخیر: 109
1. تبرک 109

109 نقد و بررسی:
109 1. تبرک از نظر لغت و اصطلاح
111 2. مشروعیت تبرک در قرآن کریم
111 2-1. تبرک به پیراهن حضرت یوسف(ع)
111 2-2. تبرک به صندوق عهد
112 2-3. تبرک به مسجد اصحاب کهف
113 3. مشروعیت تبرک در سنت پیامبر(ص)
114 4. تبرک در روایات اهل بیت(ع)
114 نتیجه
115 2. توسل
115 نقد و بررسی
139 اقسام توسل
116 1. توسل به اسما و صفات خدا
117 2. توسل به قرآن کریم
117 3. توسل به اعمال نیک خود انسان
118 4. توسل به دعای برادران مؤمن
118 5. توسل به دعای پیامبر(ص) در حال حیات
118 6. توسل به دعای پیامبر(ص) پس از حیات
120 7. ارتباط با عالم ارواح
121 3. شفاعت
122 نقد و بررسی:
122 1. شفاعت در لغت و اصطلاح
124 2. طلب دعا و شفاعت در زمان حیات پیامبر(ص)
126 3. طلب شفاعت بعد از حیات پیامبر(ص)
127 3-1. شفاعت خواستن منصور دوانیقی
128 3-2. شفاعت خواستن امام علی(ع) و خلیفه اول
129 خلاصه گفتار دوم:
130 گفتار سوم: ضرورت مبارزه با بدعت‌گذاران و شیوه‌های آن

1. اهمیت و ضرورت مبارزه با بدعت‌گذاران 130
2. عوامل و انگیزه‌های بدعت در تبلیغ 131
3. شیوه مبارزه با بدعت‌گذاران: 104
- تدبیر پیامبر اکرم (ص) برای جلوگیری از بدعت 138
- 3-1. شیوه‌های علمی و عملی مبارزه با بدعت‌گذاران 139
- الف. شیوه علمی: 139
- ب. شیوه‌های عملی: 140
1. ترویج و تبلیغ سنت‌های پیامبر (ص) 140
2. اجتناب از مجالست با اهل بدعت 141
3. خودداری از تعظیم بدعت‌گذار 142
4. اعراض از بدعت‌گذار 143
5. ایجاد بُهت و حیرت در بدعت‌گذار 144
- نظریه مختار 145
- وظیفه مبلغان سنت‌گرا در مبارزه با بدعت‌گذاران 145
- خلاصه گفتار سوم: 150

فصل دوم: مرز بدعت و سنت در شیوه‌های تبلیغی

- گفتار اول: فرق بدعت با نوآوری در عرصه و شیوه‌های تبلیغی 151
- گفتار دوم: نظر اسلام در مورد نوآوری و جلوه‌های مورد تأکید و تأثیرگذار در تبلیغ .. 153
1. اسلام و اصل قدرت در سایه عزت دینی 153
2. استفاده از جلوه‌های نوآوری در عرصه‌های مختلف 154
3. امام خمینی (ره) و ضرورت نوآوری 155
4. اسلام و مبانی بهره‌گیری از نوآوری‌های علمی 156
- ضرورت نوآوری آموزه‌های دینی در عرصه تبلیغ: 158
1. نوآوری لفظی قرآن 159
2. نوآوری محتوایی 160
3. نوآوری از منظر پیامبر اکرم (ص) و امیر مؤمنان (ع) 160
- نظریه مختار 163
4. ضرورت استفاده از جلوه‌های هنری در عرصه تبلیغ 165

166	4-1. ضرورت تمسک به سیره هنری پیشوایان معصوم (ع) درآموزه های دینی
167	4-2. استفاده از صنعت شعر
168	4-3. استفاده از تلاوت آهنگین قرآن کریم
168	4-4. مقام معظم رهبری و بیان هنرهای قرآن
169	4-5. سیره علما و تبلیغ شاعرانه ولایت
169	4-6. استفاده از صنعت خطابه
170	تحلیل و بررسی روشنگرانه این نظریه اسلام
173	خلاصه گفتار اول و دوم
175	گفتار سوم: ویژگی های تبلیغ نوین و ابزار آن
175	مقدمه
175	1. ویژگی های تبلیغ نوین
176	2. عناصر اساسی تبلیغ و ارتباط
177	ویژگی های پیام:
178	نتیجه
179	3. پیامدهای تبلیغ از طریق ابزارهای نوین
180	3-1. دگرگونی در محتوا و مفهوم
181	تبعات دنیای مجازی
182	3-2. دگرگونی در افکار و رفتار
184	تحلیل و بررسی روشنگرانه:
185	4. تعامل دین اسلام و تبلیغات رسانه
185	4-1. زمینه های مثبت دین و رسانه
187	4-2. شیوه تعامل دین و رسانه
188	تحلیل و بررسی نهایی:
189	1. رسانه از نگاه دین
189	2. گسترش پیام دین از طریق رسانه
190	3. تأثیر دین بر محتوا و کارکردهای رسانه
192	4. تأثیر دین بر محتوا در آئینه قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران

193 5. دین، تنها محدودیت نمی آفریند

194 خلاصه گفتار سوم

فصل سوم: خاتمه

195 گفتار اول: نتیجه گیری و جمع بندی:

199 جمع بندی نهایی:

200 گفتار دوم: پیشنهادات:

منابع

202 منابع عربی

205 منابع فارسی

207 نشریه و مقالات:

207 پایگاهها: