



دانشکده معارف و اندیشه اسلامی

اصول مدیریت تبلیغی پیامبر اکرم (صلی الله علیه وآله) از منظر قرآن و حدیث

استاد راهنما:

حجة الاسلام والمسلمین دکتر ابراهیم نزهت

استاد مشاور:

حجة الاسلام والمسلمین دکتر حسین هاشم نژاد

نگارنده:

ابراهیم پاک نژاد

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد

در رشته آشنایی با منابع اسلامی

اسفندماه ۱۳۹۴

چکیده

موضوع تحقیق پیش رو، اصول مدیریت تبلیغی پیامبر اکرم (ص) از منظر قرآن و حدیث است. این تحقیق به بررسی، کشف، تحلیل و تبیین سیره پیامبر (ص) در تبلیغ دین الهی می‌پردازد. این تحقیق درصدد یافتن پاسخ به این پرسش‌های اصلی و فرعی است که پیامبر عظیم‌الشأن اسلام چه اصول و روش‌هایی را برای تبلیغ دین اسلام بکار می‌بست. شیوه‌های خاص آن حضرت در تبلیغ دین چه بود؟ رمز موفقیت آن حضرت در تبلیغ چه بوده است؟ طبق یافته‌های این پژوهش برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، مخاطب‌شناسی، استفاده از ابزار هنر، احترام به سلسله مراتب اقوام و طوایف، داشتن شرح صدر در تبلیغ، استفاده از شیوه گفتگوی چهره به چهره و تبلیغ انفرادی، رعایت اصل تأثیرگذاری تدریجی، اصل تغافل، نرم‌خویی و ملایمت در تبلیغ، عطف و مهربانی، حلم و بردباری، خیرخواهی و دلسوزی، صراحت با مشرکان، تحریک عواطف، تبلیغ عملی، مدیریت زمان در تبلیغ، قاطعیت و یقین و اجتناب از شک و ابهام، معرفی الگو، پشتکار و خستگی‌ناپذیری، اکرام مخاطب، قانون‌مداری و وفای به عهد و پیمان، خوش‌رویی و گشاده‌روی، بیان ساده و پرهیز از اطناب و تعقید، پاسخ منطقی به شبهات و پرسش‌ها، تأیید رسالت‌های پیشین، عدم درخواست مزد، هماهنگی رفتار با گفتار، هماهنگی باطن با ظاهر، هماهنگی خلوت با جلوت، هماهنگی قلب با زبان، استفاده از فرصت‌های زمانی و مکانی همانند مسجد، منبر، ایام حج، نمازهای جماعت و جمعه، استفاده از سفرهای تبلیغی، پرهیز از مبالغه و افراط و تفریط، استفاده از ابزار تشویق و... از جمله روش‌ها، اصول و شیوه‌های تبلیغی پیامبر (ص) بوده است.

با بررسی سیره تبلیغی پیامبر (ص) به این نتایج می‌رسیم که عامل بودن مبلغ به اقوال خودش، ایمان داشتن و یقین داشتن به پیام‌های تبلیغی، شرح صد و بزرگی روح؛ هماهنگی‌های چندگانه از جمله قول و فعل، ظاهر و باطن، خلوت و جلوت و عدم بهره‌برداری مادی از تبلیغ اصول و شیوه‌های بوده‌اند که بر تأثیرگذاری تبلیغ دین می‌افزود. چنانچه مبلغین دینی ما در حد طاقت و توان بتوانند اصول و روش‌های فوق در تبلیغ خود از دین اعمال بکنند؛ تبلیغات دینی آن‌ها قرین توفیق خواهد شد.

کلیدواژه‌ها: تبلیغ، مدیریت تبلیغی، سیره تبلیغی، ارشاد، مدیریت اسلامی

فهرست مطالب

۱۴	فصل اول: مفاهیم و کلیات.....
۱۳	مقدمه
۱۳	۱-۱. تبیین مسئله (موضوع)
۱۳	۲-۱. اهمیت و ضرورت تحقیق
۱۴	۳-۱. اهداف تحقیق
۱۴	۴-۱. سؤالات تحقیق:
۱۵	۵-۱. فرضیه تحقیق
۱۵	۶-۱. روش‌ها، فنون اجرایی و ابزارهای تحقیق:
۱۶	۷-۱. ساختار تحقیق
۱۶	۸-۱. پیشینه تحقیق
۱۸	۹-۱. مفهوم شناسی
۱۸	۱-۹-۱. اصل
۱۹	۲-۹-۱. مدیریت
۲۱	۱-۲-۹-۱. ضرورت مدیریت
۲۱	۲-۲-۹-۱. مدیریت اسلامی
۲۲	۳-۲-۹-۱. تفاوت مدیریت اسلامی با سایر مدیریت‌ها
۲۳	۳-۹-۱. تبلیغ
۲۳	۱-۳-۹-۱. واژه شناسی تبلیغ
۲۴	۲-۳-۹-۱. تعریف اصطلاحی
۲۵	۳-۳-۹-۱. سابقه تبلیغ
۲۶	۴-۳-۹-۱. ضرورت تبلیغ
۲۷	۵-۳-۹-۱. ضرورت تبلیغ از نگاه قرآن
۲۸	۶-۳-۹-۱. ضرورت تبلیغ در سیره پیامبر (ص)
۲۹	۷-۳-۹-۱. ارکان تبلیغ
۳۰	۸-۳-۹-۱. جایگاه مبلغ
۳۱	۹-۳-۹-۱. تبلیغ در دنیای معاصر
۳۲	۱-۹-۳-۹-۱. جمالاتی از سردمداران سیاسی جهان

۳۴	فصل دوم: اصول مدیریتی پیامبر اکرم (ص) در تبلیغات.....
۳۴	۱-۲. برنامه ریزی
۳۴	۱-۱-۲. اهمیت برنامه ریزی:
۳۶	۲-۱-۲. فوائد برنامه ریزی؛
۳۶	۲-۲. سازماندهی
۳۷	۱-۲-۲. تعریف سازمان:
۳۷	۲-۲-۲. تعریف سازماندهی:
۳۹	۳-۲. شرح صدر و بردباری
۳۹	۱-۳-۲. معنا و مفهوم شرح صدر
۴۶	۴-۲. رعایت اصل سلسه مراتب.....
۴۷	۵-۲. تغافل.....
۴۸	۱-۵-۲. آثار تغافل
۴۹	۲-۵-۲. ضوابط چشم پوشی و تغافل
۴۹	۶-۲. ارتباط مستقیم بامخاطب
۵۱	۱-۶-۲. عوامل موثر در برقراری ارتباط
۵۱	۱-۱-۶-۲. عطوفت و ملایمت و نرم خویی.....
۵۱	۲-۱-۶-۲. قدرت سخنوری:
۵۲	۳-۱-۶-۲. خیرخواهی و دلسوزی.....
۵۲	۴-۱-۶-۲. به کارگیری هنر (تشبیه و تمثیل و...).....
۵۲	۷-۲. استفاده از قانون تدریج
۵۴	۸-۲. صراحت در برائت از مشرکان
۵۵	۹-۲. واضح و آشکار سخن گفتن
۵۷	۱۰-۲. تحریک عواطف
۵۹	۱۱-۲. عامل بودن
۶۰	۱۲-۲. پایبندی به عهد و پیمان
۶۰	۱۳-۲. مدد نگرستن از مشرکان
۶۲	۱۴-۲. جلوگیری از سوء استفاده اطرافیان
۶۳	۱۵-۲. مدیریت زمان در تبلیغ
۶۴	۱-۱۵-۲. فواید مدیریت زمان

- ۶۴..... ۱۶-۲. مدیریت بحران
- ۶۶..... ۱۷-۲. قاطعیت
- ۶۸..... ۱-۱۷-۲ موانع قاطعیت
- ۶۸..... ۱-۱-۱۷-۲ ترس:
- ۶۸..... ۲-۱-۱۷-۲ تردید و دودلی:
- ۶۸..... ۳-۱-۱۷-۲ هوای نفس:
- ۶۹..... ۴-۱-۱۷-۲ توجه به هوس های بی جای مردم
- ۶۹..... ۵-۱-۱۷-۲ حرف مردم و عیب جویی و طعنه آنان
- ۷۰..... ۶-۱-۱۷-۲ خویشان و نزدیکان
- ۷۱..... ۱۸-۲. معرفی الگو
- ۷۲..... نمونه های فاسد
- ۷۳..... ۱۹-۲. پشتکار و خستگی ناپذیر بودن در تبلیغ
- ۷۴..... ۲۰-۲. ترویج فرهنگ برادری
- ۷۶..... اقسام برادری
- ۷۶..... برادری دو قسم است، ظاهری جسمانی و معنوی روحانی.
- ۷۸..... ۲۱-۲. مهرورزی، عطوفت و گرامی داشتن مردم
- ۸۰..... ۲۲-۲. یادآوری مبدأ و معاد
- ۸۱..... ۲۳-۲. قانون مداری
- ۸۲..... ۲۴-۲. وجدان کاری
- ۸۳..... ۲۵-۲. به کارگیری ادب و هنر در تبلیغ
- ۸۳..... ۱-۲۵-۲. تمثیل:
- ۸۴..... اقسام تمثیل ها
- ۸۴..... الف. تمثیل رمزی
- ۸۴..... ب. تمثیل قصصی
- ۸۵..... ج. تمثیل طبیعی
- ۸۶..... نمونه ای از مثل های قرآنی:
- ۸۷..... نمونه های از تشبیه های قرآنی:
- ۸۸..... ۲-۲۵-۲. داستان وقصه گویی:
- ۹۰..... نمونه هایی از داستانهای قرآنی:

۹۱.....	۲-۲۵-۳. مقایسه کردن:
۹۲.....	۲-۲۶. ظلم نا پذیری
۹۲.....	۲-۲۷. آسان گیری مسائل شخصی
۹۳.....	۲-۲۸. خوشرویی و گشاده رویی
۹۵.....	۲-۲۹. ساده زیستی
۹۶.....	۲-۳۰. بیان ساده، در عین حال شیوا و رسا
۹۷.....	۲-۳۱. باور کردن و بها دادن به جوانان
۹۸.....	۲-۳۲. دعوت با زبان فطرت
۹۸.....	۲-۳۳. دعوت و تبلیغ با جدال احسن
۹۹.....	۲-۳۴. تشویق و تنبیه
۱۰۰.....	۲-۳۵. عفو و گذشت
۱۰۱.....	۲-۳۶. پاسخ منطقی به شبهات
۱۰۱.....	۲-۳۷. تأیید رسالت های پیشین
۱۰۲.....	۲-۳۸. پرهیز از وعده های بی اساس
۱۰۲.....	۲-۳۹. پایبندی به عهد و پیمان
۱۰۳.....	۲-۴۰. مبارزه و مخالفت با عوام فریبی و سنت های غلط
۱۰۳.....	۲-۴۰-۱. منع از برخورد ملوکانه:
۱۰۴.....	۲-۴۰-۲. منع از اعمال خرافی
۱۰۴.....	۲-۴۰-۳. منع از نزاع های جاهلی:
۱۰۴.....	۲-۴۰-۴. حذف احکام جاهلی:
۱۰۵.....	۲-۴۰-۵. مبارزه با توجیهات باطل:
۱۰۵.....	۲-۴۰-۶. نهی از سجده و پرستش غیر خدا:
۱۰۵.....	۲-۴۱. ایجاد پایگاه های مختلف تبلیغی
۱۰۶.....	۲-۴۲. اعزام مبلغ به شهرها و قبایل
۱۰۶.....	۲-۴۳. احترام به همه اقشار مردم
۱۰۷.....	۲-۴۳-۱. احترام گذاشتن به غیرمسلمان
۱۰۸.....	۲-۴۳-۲. احترام گذاشتن به کودکان
۱۰۸.....	۲-۴۴. جلوگیری از سوءاستفاده اطرافیان
۱۱۱.....	فصل سوم: باید ها و نبایدهای تبلیغی.

- ۱۱۰ ۱-۳. بخش اول: بایدها
- ۱۱۰ ۱-۳. علم:
- ۱۱۲ ۲-۱-۳. قدرشناسی
- ۱۱۲ قدرشناسی از طیب:
- ۱۱۲ قدرشناسی از دایه:
- ۱۱۲ قدرشناسی از فاطمه بنت اسد:
- ۱۱۲ ۳-۱-۳. امانت داری:
- ۱۱۳ ۴-۱-۳. توکل:
- ۱۱۴ ۵-۱-۳. رأفت ومهربانی:
- ۱۱۴ فرق رأفت ورحمت
- ۱۱۵ ۶-۱-۳. نرم خویی
- ۱۱۶ ۲-۳. بخش دوم: نبایدها
- ۱۱۶ ۱-۲-۳. کبر و خود پسندی:
- ۱۱۹ ۲-۲-۳. درخواست مزد:
- ۱۲۰ اثرات درخواست مزد برای تبلیغ
- ۱۲۰ ا. از میان رفتن اخلاص
- ۱۲۱ ب. کاهش اثر تبلیغ
- ۱۲۱ ج. تحریف ارزشهای دینی
- ۱۲۱ ۳-۲-۳. تحلیل های غلط
- ۱۲۲ ۴-۲-۳. ریاست طلبی
- ۱۲۲ ۵-۲-۳. شهرت طلبی
- ۱۲۳ ۶-۲-۳. اسراف وریخت وپاش
- ۱۲۳ ۷-۲-۳. وعده های دروغین
- ۱۲۵ ۸-۲-۳. خودستایی و خود نمایی
- ۱۲۶ ۹-۲-۳. منت گذاری
- ۱۲۷ ۱۰-۲-۳. عجب و خودپسندی
- ۱۲۸ عوامل خود پسندی
- ۱۲۸ خودپسندی وعجب عوامل متعددی دارد که می توان به موارد زیر اشاره کرد؛
- ۱۲۸ ۱- تصور داشتن هوش وعقل، ثروت

۱۲۸ ۲- داشتن زیردستان زیاد

۱۲۸ ۳- باور کردن تملق و چاپلوسی های که اطرافیان انجام می دهند

۱۲۸ و

۱۲۸ ۳-۲-۱۱. کم توجهی به ضعفا

۱۲۹ ۳-۲-۱۳. دراز گویی (اطاله کلام)

فصل چهارم: ابزارهای تبلیغی پیامبر اکرم (ص)..... ۱۳۲

۱۳۲ ۴-۱ ابزارهای عمومی:

۱۳۲ ۴-۱-۱. ابزارهای گفتاری:

۱۳۲ ۴-۱-۱-۱. شعر؛

۱۳۴ ۴-۱-۱-۲. خطابه؛

۱۳۵ ۴-۱-۲. ابزار نوشتاری:

۱۳۵ ۴-۱-۲-۱. قلم:

۱۳۶ ۴-۱-۲-۲. نامه:

۱۳۶ مخاطبان نامه های پیامبر اکرم:

۱۳۶ ۴-۱-۲-۲-۱. يك: پادشاهان و زمامداران.

۱۳۷ ۴-۱-۲-۲-۲. سران اهل کتاب:

۱۳۸ ۴-۱-۲-۲-۳. سران قبایل.

۱۳۸ ۴-۱-۲-۲-۴. طوایف و گروهها

۱۳۸ ۴-۱-۳ ابزارهای رفتاری

۱۳۸ ۴-۱-۳-۱. تماس فردی (چهره به چهره):

۱۳۸ ۴-۱-۳-۲. تماس های گروهی:

۱۳۸ ۴-۱-۴ ابزارهای زمانی یا مکانی

۱۳۹ ۴-۲ ابزارهای خصوصی

۱۳۹ ۴-۲-۱ ابزارهای گفتاری

۱۳۹ ۴-۲-۱-۱. قاریان قرآن:

۱۳۹ ۴-۲-۱-۲. اذان:

۱۴۰ ۴-۲-۱-۳. تکبیر:

۱۴۰ ۴-۲-۱-۴. صدای زیبا و رسا:

- ۱۴۱ ۲-۲-۴ ابزار نوشتاری
- ۱۴۱ قرآن:
- ۱۴۱ ۳-۲-۴ ابزارهای رفتاری
- ۱۴۱ ۱-۳-۲-۴ هماهنگی گفتار با عمل:
- ۱۴۱ ۲-۳-۲-۴ نرم خوئی و خوش خلقی:
- ۱۴۲ ۳-۳-۲-۴ هدیه:
- ۱۴۲ ۴-۳-۲-۴ سفرهای تبلیغی:
- ۱۴۳ ۴-۲-۴ ابزارهای زمانی و مکانی خاص:
- ۱۴۳ ۱-۴-۲-۴ مسجد:
- ۱۴۳ ۱-۱-۴-۲-۴ مسجد الحرام:
- ۱۴۳ ۲-۱-۴-۲-۴ مساجد مدینه:
- ۱۴۳ ۳-۱-۴-۲-۴ مسجد قبا:
- ۱۴۴ ۴-۱-۴-۲-۴ مسجد جمعه:
- ۱۴۴ ۵-۱-۴-۲-۴ مسجد النبی:
- ۱۴۵ ۶-۱-۴-۲-۴ مساجد پیامبر اکرم در مسیر راهها.
- ۱۴۶ ۲-۴-۲-۴ منبر:
- ۱۴۷ ۳-۴-۲-۴ حج و عمره:
- ۱۴۸ جمع بندی و نتیجه گیری

فصل اول:

مفاهیم و کلیات

مقدمه

گفتن و نوشتن درباره شخصیتی که مخاطب حدیث قدسی «لو لاک لما خلقت الأفلاك» است و آفرینش او، فلسفه آفرینش است، بسی دشوار، بلکه بدون هدایت حضرت آفریدگار، غیرممکن است. در حدیثی از پیامبر خدا (ص) خطاب به امام علی علیه السلام آمده: یا عَلِيُّ! ما عَرَفَ اللَّهُ إِلَّا أنا وَأَنْتَ، وما عَرَفَنِي إِلَّا اللَّهُ وَأَنْتَ. از جهتی جویندگان حقیقت و طالبان سعادت نیازمند الگو و اسوه‌هایی هستند که همچون طیبیان حاذق، آلام و امراض آنان را مداوا نموده و صحت و سلامت نفس و انسانیت را به آنان بازگردانند.

زندگانی پیامبر عظیم‌الشان که بخشی از حیات وی در قرآن و بخشی دیگر در سنت و تاریخ آمده است، درکل مجموعه حیات او، به خاطر تأثیر گسترده‌ای که در تاریخ بشر نهاده و هم‌اکنون می‌تواند راهگشای بسیاری از مشکلات زندگی بشر باشد، از این رو، بی‌تردید، بهترین و مستندترین منبع معرفتی برای ارزیابی شخصیت پیامبر اعظم، قرآن و سخنان آن حضرت درباره خود و نیز سخنان خاندان رسالت (علیهم السلام) درباره آن بزرگوار است. زیرا قرآن نیز او را اسوه می‌خواند و می‌فرماید: لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ؛ در زندگی رسول خدا سرمشق نیکویی برای شماست. سیره پیامبر اکرم (ص) الهام‌بخش فقیهان در استنباط احکام شرعی، سرمشق زندگی برای مؤمنان و پیروان، ترسیم‌کننده خطوط سیاسی کلی برای سیاستمداران، بیانگر اصول و ارزش‌های اخلاقی برای سالکان است.

۱-۱. تبیین مسئله (موضوع)

رساندن پیام پروردگار به انسان‌ها رسالت اصلی انبیاء و ورثه آنها یعنی علماء است. این پیام‌رسانی که ابلاغ و تبلیغ نامیده می‌شود در سیره تبلیغی حضرت رسول (ص) دارای اصول، قواعد و احکامی بوده است. استخراج و تحلیل این اصول و قواعد و احکام پیوسته می‌تواند برای متولیان تبلیغ دینی و اخلاقی مفید و راهگشا باشد. پژوهش حاضر به این مسئله می‌پردازد که حضرت رسول (ص) چه اصول، قواعد و چهارچوبی برای ابلاغ پیام الهی داشتند و این مسئله که از این اصول چگونه می‌شود در راستای تبلیغات دینی بهره جست.

۱-۲. اهمیت و ضرورت تحقیق

در جهان امروز که بحران‌های فرهنگی درصدد تهی کردن انسان از معنویت می‌باشند، تبلیغ دین و ارزش‌های نشأت‌گرفته‌ی از آن به جهت مقابله‌ی این بحران‌ها ضرورت ویژه‌ای پیدا می‌کند.

انبیاء و اولیای الهی با تبلیغ دین و ارزش‌های دینی هدایت و سعادت انسان را به ارمغان آورده‌اند، در عصر خاتمیت اقتضا می‌کند که این جایگاه رفیع انبیای الهی حفظ و در جهت تبلیغ دین و دعوت مردم اقدام شود چراکه در غیر این صورت آثار این حرکت عظیم الهی از میان مردم رخت برمی‌بندد.

امام خمینی (ره) در خصوص اهمیت تبلیغات می‌فرماید: مسئله‌ی تبلیغات یک امر مهمی است که می‌شود گفت در دنیا در رأس همه‌ی امور قرار گرفته است و دنیا بر دوش تبلیغات است. بالاتر چیزی که می‌تواند این انقلاب را در اینجا به ثمر رساند و در خارج صادر کند، تبلیغات است^۱.

از طرف دیگر اگر رسالت یک مکتب محدوده‌ی خاصی را در برگیرد، قهراً شعاع پیام‌رسانی و تبلیغ آن نیز محدود خواهد بود اما از آنجاکه رسالت مکتب اسلام جهانی و جاوید است، گستره‌ی پیام‌رسانی آن نیز نامحدود است. از این رو در دین اسلام امر تبلیغ از جایگاه بسیار والایی برخوردار است به گونه‌ای که اساسی‌ترین وظیفه‌ی انبیاء در قرآن، تبلیغ دانسته شده است.

با توجه به اهمیت تبلیغ شناخت راهکارها اصول و ابزارها و... آن لازم و ضروری می‌نماید و بهترین و بالاترین الگوی این کار پیامبر اکرم (ص) است.

۱-۳. اهداف تحقیق

مهم‌ترین اهداف این پژوهش عبارت‌اند از:

الف) شناخت سیره پیامبر اکرم (ص) در تبلیغات و اصولی که آن حضرت بر آن‌ها تکیه داشته است.

ب) شناخت ابزارهای که پیامبر اکرم (ص) به کار می‌برد و به این جهت توانست بر سخت‌ترین دل‌ها بیشترین تأثیر را بگذارد.

ج) روش‌شناسی برخورد پیامبر اکرم (ص) با مسلمانان و تازه‌مسلمانان و همچنین غیر مسلمین

۱-۴. سوالات تحقیق:

الف) سؤال اصلی:

^۱ صحیفه‌ی نور، ج ۱۴، ص ۴۱ و ۴۴

۱- اصولی که پیامبر اکرم (ص) در مدیریت تبلیغی خود به کار می‌بردند چه بوده است؟

۲- چگونه می‌توان از این اصول برای تبلیغات درون دینی و برون دینی استفاده کرد؟

(ب) سؤال فرعی:

۱- پیامبر اکرم (ص) در ابلاغ رسالت چه ابزارهای به کار گرفت؟

۲- ادب و هنر چه نقشی در سیره تبلیغی پیامبر (ص) ایفا نموده است؟

۳- راهکارهای انداز، بشارت و تشویق و تنبیه در سیره تبلیغی چقدر تأثیرگذار بوده؟

۴- برنامه‌های آن حضرت در برابر مخالفان چه بوده است؟

۵- مدیریت زمان و موقعیت‌شناسی تا چه میزان اثرگذار بوده است؟

۱-۵. فرضیه تحقیق

یک) آگاهی بخشی، اصلاح باورهای غلط، سیره عملی و اخلاقی، مخاطب شناسی و... به عنوان روش‌های اصلی برای مدیریت و تبلیغ که در قرآن و روایات آمده است.

دو) امروزه می‌توان با استفاده از ابزارهای جدید، عنصر آگاهی بخشی، اصلاح باورهای غلط و... را به مخاطب انتقال داد.

۱-۶. روش‌ها، فنون اجرایی و ابزارهای تحقیق:

ابتدا با بررسی منابع کتابخانه‌ای اطلاعات و داده‌های اولیه جمع‌آوری شد، سپس از بین این داده‌ها، اصول و روش‌ها و ابزارها، استخراج و دسته‌بندی شد. در ادامه آن‌ها را بر اساس سرفصل‌های تعیین شده، تنظیم کرده، تقسیم‌بندی و شواهدی از آیات و روایات و سیره نبوی برای آن موضوع تبیین شد.

در بحث مطالعه کتابخانه‌ای به چهار دسته کتاب مراجعه شده است:

۱- قرآن، تفاسیر، منابع حدیثی و سیره پیامبر اکرم (ص)