

دستورالعمل پایان نامه



دانشگاه قرآن و علوم حدیث

پایان نامه کارشناسی ارشد

رشته ارتباطات، گرایش حج و زیارت

روش‌های اقناع در سیره‌ی پیامبر اکرم 6

استاد راهنما:

حجت الاسلام والمسلمین حجت الله بیات

دانشجو:

حسین مقصودی

آذر ۱۳۹۳

تمام حقوق این اثر متعلق به دانشگاه قرآن و حدیث است.



باسمہ تعالیٰ

ارزیابی پایان نامه

کارشناسی ارشد

با استعانت از خداوند متعال و با تأیید حضرت ولی عصر (عج) و با عنایت به آیین نامه آموزشی دوره کارشناسی ارشد ناپیوسته، جلسه دفاع از پایان نامه آقای حسین مقصودی به شماره دانشجویی ۹۱۱۲۱۳۱۱۳۱ رشته ارتباطات گرایش حج و زیارت با عنوان:

روشهای اقلع در سیره پیامبر اکرم (ص)

در تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۳ با حضور هیأت محترم داوران برگزار شد و رأی نهایی به شرح ذیل اعلام می گردد.

امتیاز	درجه
	عالی (۲۰ - ۱۹) <input type="radio"/>
	بسیار خوب (۱۸ - ۱۸,۹۹) <input type="radio"/>
۱۷	خوب (۱۶ - ۱۷,۹۹) <input checked="" type="radio"/>
	قابل قبول (۱۴ - ۱۵,۹۹) <input type="radio"/>
	غیر قابل قبول (زیر ۱۴) <input type="radio"/>

هیأت داوران:

امضا	مرتبہ علمی	نام و نام خانوادگی	سمت
	استاد	حجت الاسلام و المسلمین حجت اله بیات	استاد راهنما
	استاد	حجت الاسلام و المسلمین دکتر محمد رضا ضمیری	استاد داور
	استاد	حجت الاسلام و المسلمین محمد رضا کیومرثی	استاد داور
		جناب آقای محمد عبدالله زاده	نماینده پایان نامه

تقدیم به:

پیشگاه مقدّس نبی مکرمّ اسلام حضرت محمد 6 که در راه تبلیغ دین و هدایت مردم و اقناع آنانخیرخواهی را به نهایت رساند و خود الگویی عملی برای همگان بود تا آنجا که سراسر زندگی و اعمالش درسآموز انسانها گردید: «لَقَدْ كَانُوا لِلَّهِ لُؤْلُؤًا حَسَنَةً».

سپاسگزاری

سپاس بیحد خداوند یکتا را سزااست که ما را به دین حق رهنمون فرمود و از نعمت

هدایت در پرتو قرآن و عترت بهره مند ساخت.

از تلاش های فراواناستاد گران قدر جناب حجت الاسلام والمسلمین بیات که در طی

مراحل نگارش این پایان نامه، با تواضع و سعه صدر، هدایت و راهنمایی اینجان ب را بر

عهده گرفتند، صمیمانه سپاسگزاری می کنم.

همچنین از تمام کسانی که مرا در تدوین و نگارش این پایان نامه یاری کردند به ویژه

همسر فداکارم که صبورانه همراهی نمودند، تشکر میکنم.

چکیده

مهم‌ترین وظیفه‌ی پیام‌رسانان دین یا همان رساندن پیام‌ها و احکام الهی به مردم و ابلاغ مبین است به گونه‌ای که در عقل و دل مخاطب نفوذ کند و حجت بر آنان تمام شده، اقناع شوند. اقناع فرایندی ارتباطی و کوششی آگاهانه است که به دنبال تغییر نگرش، باور، عقیده و یا رفتار مخاطب است. از مهم‌ترین ضرورت‌ها و مؤثرترین عناصر مداخله‌گر در فرایند اقناع، اصل مخاطب شناسی است و بدون شناخت مخاطب هر گونه اقدامی در این عرصه بی‌تأثیر است.

در عصر پیامبر اکرم ص و با توجه به محیط نزول قرآن، جهان عصر بعثت و ادیان و مذاهب رایج در آن دوران، گونه‌های متفاوتی از مخاطبان برای پیام‌رسانان قابل شناسایی است.

آن حضرت به فراخور مراحل دعوت، زمان و مکان دعوت و گوناگونی مخاطبان با بهره‌مندی از گونه‌های ارتباطی کلامی، غیرکلامی، میان فردی و... پیام خداوند را به مردم رساندند.

نبی مکرم اسلام ص علاوه بر استفاده از رسانه‌ها و شیوه‌های ارتباطی زمان جاهلیت که با تغییر محتوای پیام در خدمت ترویج و تبلیغ اسلام قرار گرفت، از ابزارها و نهادها و شیوه‌های فرهنگی ارتباطی کارآمد دیگری برای برقراری ارتباط و اشاعه‌ی آموزه‌های الهی و با رعایت اصل تناسب، استفاده کردند. از این رو می‌توان گفت سیره‌ی پیام‌رسان ص در اقناع مخاطب، دارای اصول و مبانی متعددی بوده است که آن حضرت برای اقناع مخاطبان از آن اصول و مبانی بهره می‌بردند.

از جمله اصول اقناعی بارز پیامبر اکرم ص، سه اصل ارتباط حضوری (چهره‌به‌چهره)، اصل بهره‌مندی از اعجاز و اصل صراحت و پابندی به حدود الهی است که در سیره اقناعی آن حضرت بسیار تأثیرگذار بوده است. آن حضرت به دنبال این نبود که فقط پیام را به گوش مردم برساند، بلکه تلاش میکرد پیام به صورتی بیان شود که در جان مخاطب نفوذ کرده، او را متحول کند؛ از این رو پیامبر ابلاغ مبین داشت، یعنی به دنبال تغییر ویژه در باورها، عقاید، حالات و رفتار مردم و در یک کلمه اقناع آنان بود و در این راه از ابزارها و روشهای گوناگونی در سیره علمی و عملی خود بهره بردند.

بنابراین ارتباط حضوری پیامبر ﷺ و مبانی گفتاری یعنی کیفیت گفتار و بیان آن حضرت از سویی و مبانی رفتاری ایشان در ارائه الگوی عملی و توجه دادن مردم به عظمت الهی با کمک مبانی عاطفیان سوی دیگر، و نیز بهرهمندی از اعجاز بیشترین تأثیر را در جهت تغییر نگرش، عقاید و رفتار مخاطبان و در نهایت اقناع و هدایتشان داشت، هرچند در تمام این مراحل و در راه اقناع مخاطبان لحظهای از پایبندی به حدود الهی کوتاه نیامد و عقبنشینی نکرد.

واژگان کلیدی: پیامبر اکرم ﷺ، روش، سیره، اقناع، ارتباط، تبلیغ، اصول، مبانی.

فهرست مطالب

۱	بخش‌سؤال: کلیت‌ومفاهیم
۲	۱. فصل‌اول: کلیات
۲	۱.۱. بحث‌مسئله
۳	۱.۲. اهمیت‌توضیحات
۳	۱.۳. سؤال‌التحقیق
۳	۱.۴. بحث‌نوع‌تحقیق
۴	۱.۵. روش‌مراحل‌تحقیق
۴	۱.۶. نتایج‌علمی‌عملی‌تحقیق
۵	۲. فصل‌دوم: تعریف‌مفاهیم
۵	۲.۱. مفهوم‌شناسی‌سریه
۵	۲.۱.۱. معنای‌سریه
۶	۲.۱.۲. بحث‌نوع‌کاربر‌دا‌اصطلاح‌سریه
۶	۲.۱.۳. سری‌شناسی
۷	۲.۱.۴. اهمیت‌توضیحات‌تیردا‌اختیار‌سریه
۸	۲.۱.۵. اهمیت‌سریه‌سریه‌۹
۹	۲.۱.۶. سری‌تقناع‌سریه‌اکرم‌۹
۱۰	۲.۲. مفهوم‌شناسی‌تیراغ
۱۰	۲.۲.۱. معنای‌تیراغ
۱۱	۲.۲.۲. معنای‌اصطلاح‌تیراغ
۱۳	۲.۳. مفهوم‌شناسی‌تباط
۱۳	۲.۳.۱. معنای‌تباط
۱۳	۲.۳.۲. معنای‌اصطلاح‌تباط
۱۴	۲.۳.۳. عناصر‌ارتباط
۱۵	۲.۳.۳.۱. عناصر‌اصول‌تباط
۱۵	۲.۳.۳.۱.۱. بجم‌دهنده
۱۷	۲.۳.۳.۱.۲. بجم‌کننده
۱۷	۲.۳.۳.۱.۳. بجم
۱۸	۲.۳.۳.۱.۴. وسیله‌تباطی
۱۹	۲.۳.۳.۲. عناصر‌فرع‌تباط
۱۹	۲.۳.۳.۲.۱. پست‌فرست
۱۹	۲.۳.۳.۲.۲. باز‌خورد

۱۹.....	۲.۳.۳.۲.۳ صافی‌ها
۲۰.....	۲.۳.۳.۲.۴ آفت‌های تباطی
۲۰.....	۲.۳.۴ گونه‌شناسی تباط
۲۰.....	۲.۳.۴.۱ کلامی‌غی‌کلامی
۲۱.....	۲.۳.۴.۲ حضوری‌مجازی
۲۱.....	۲.۳.۴.۳ مکلف‌دی‌گروهی
۲۲.....	۲.۳.۵ مدل‌ارتباطی‌بن‌معنا
۲۵.....	۲.۴. مفهوم‌شناسی‌قناع
۲۵.....	۲.۴.۱ معنای‌لغو‌قناع
۲۵.....	۲.۴.۲ معنای‌اصطلاح‌قناع
۲۶.....	۲.۴.۳ اهمیت‌توجیهی‌قناع
۲۷.....	۲.۴.۴ پاسخ‌قناعی
۲۹.....	بخش‌دوم: اهمیت‌مخاطبان‌واقعا‌نادر اسلام
۳۰.....	۱. فصل‌اول: اسلام‌وار تباط‌انسان
۳۱.....	۱.۱.۱ ارتباط‌انسان‌با‌خدا
۳۲.....	۱.۱.۲ ارتباط‌انسان‌با‌خودش
۳۳.....	۱.۱.۳ ارتباط‌انسان‌با‌طبیعت
۳۳.....	۱.۱.۴ ارتباط‌انسان‌با‌دی‌گران
۳۷.....	۲. فصل‌دوم: مخاطب‌وبایسته‌های‌آن
۳۷.....	۲.۱ مخاطب‌شناسی‌های‌اهم‌تآن
۳۸.....	۲.۲ زمینه‌های‌تأثیرپذیری‌مخاطب
۳۹.....	۲.۲.۱ توجه‌به‌رزش‌های‌جامعه
۳۹.....	۲.۲.۲ تأثیرات‌اجتماعی‌جامعه‌پذیری
۴۱.....	۲.۲.۳ توجه‌به‌هیرانفکری‌واسطه‌ها
۴۱.....	۲.۲.۴ تمرکز‌موضوع‌عدوت
۴۱.....	۲.۲.۵ نوگرایی‌نوآوری
۴۲.....	۲.۳ مزی‌انتأثیرپذیری‌مخاطب
۴۳.....	۲.۴ مهارت‌تایجاد‌تناسبی‌مخاطب
۴۴.....	۲.۴.۱ تناسبی‌افهم‌معلومات‌مخاطب
۴۴.....	۲.۴.۲ تناسبی‌اش‌علم‌مخاطب
۴۴.....	۲.۴.۳ تناسبی‌فرهنگ‌مخاطب
۴۵.....	۲.۴.۴ تناسبی‌عواطف‌و‌حالات‌مخاطب
۴۵.....	۲.۴.۵ تناسبی‌اجنس‌مخاطب

۲.۴.۶. تناسبیاسنمخاطب ۴۵

۳. فصل سوم: اقناع و مبارزات ۴۷

۳.۱. اقناع و تغییر نگرش ۴۷

۳.۱.۱. عناصر تشکیل دهنده مباحثات نگرش ۴۹

۳.۱.۲. نگرش ها به عنوان ادعای ۴۹

۳.۱.۳. دسترس، ربط و استحکام نگرشی ۵۰

۳.۱.۴. اهمیت کارکرد نگرش ها ۵۱

۳.۱.۵. سنجش نگرش ها ۵۱

۳.۲. فرایند پذیری ۵۲

۳.۲.۱. آگاه ی ۵۲

۳.۲.۲. جلب توجه و علاقه مندی ۵۳

۳.۲.۳. ارزش و خطر ی ۵۳

۳.۲.۴. آزمون عملی ۵۳

۳.۲.۵. پذیری شو بچیگی ی ۵۴

۳.۳. لنگر های اقناعی ۵۴

۳.۳.۱. لنگر اعتقادات ۵۴

۳.۳.۲. لنگر ارزش ها ۵۵

۳.۳.۳. لنگر نگرش ها ۵۵

۳.۳.۴. لنگر رفتار ۵۶

۳.۳.۵. لنگر هنجار های گروه ی ۵۶

۳.۴. راهبردهای شکل گیری تغییر نگرش در فرهنگ اسلامی ۵۶

۳.۴.۱. تکرار طریقی و تکرار ۵۷

۳.۴.۲. ایجاد انگیزه و هجان ۵۷

۳.۴.۳. دعوت به تفکر و تدبیر ۵۸

۳.۴.۴. ایجاد نا هماهنگی شناختی ۵۹

۳.۴.۵. توصیه به دعا ۵۹

۳.۴.۶. توجه دادن نسبت به عمل کار ۵۹

۳.۴.۷. توجه دادن به عظم خداوند ۶۰

۳.۴.۸. تأکید بر مراد و ستان هو خلق خوش ۶۰

۳.۵. ویژگی های اقناع گرانه و عناصر ارتباطی ۶۱

۳.۵.۱. ویژگی های منبعی ۶۱

۳.۵.۱.۱. اعتبار داشتن منبع ۶۱

۳.۵.۱.۲. محبوب بودن منبع ۶۱

۳.۵.۱.۳. قدر ت داشتن منبع ۶۱

۳.۵.۲. ویژگی های پیام ۶۲

۳.۵.۲.۱. رواری (فصاحت) ۶۲

۶۳ سادگوفهمیدی ۳.۵.۲.۲
۶۳ نرمی (لین) ۳.۵.۲.۳
۶۳ وئیگیهایمخاطب ۳.۵.۳
۶۴ هوشمخاطب ۳.۵.۳.۱
۶۴ عزتنفسمخاطب ۳.۵.۳.۲
۶۵ خبرگوپردازشهدفندمخاطب ۳.۵.۳.۳
۶۵ وئیگیهایسرکه تباطی ۳.۵.۴
۶۶ اهمیٹ ۳.۵.۴.۱
۶۶ مشروعیٹ ۳.۵.۴.۲
۶۷ تناسب ۳.۵.۴.۳

بخش سوم: گونہشناسی مخاطبان پیامبر اسلام 9 و روش های ارتباطی - اقناعی آنحضرت ۶۸

۱. فصول: گونہشناسی مخاطبان عصر پیامبر 9 ۶۹

۷۶ مکین ۱.۱
۷۷ خانوادہ پیامبر ۱.۱.۱
۷۷ خویشاوندان پیامبر 9 ۱.۱.۲
۷۸ مشرکانمکہ ۱.۱.۳
۷۹ ۱،۲ یثربین (مردمدینہ) ۱.۲
۷۹ اوسوزرج (انصار) ۱.۲.۱
۸۱ مسلمانان ۱.۲.۲
۸۲ یهودین ۱.۲.۳
۸۳ منافقان ۱.۲.۴
۸۴ مخاطبان چہاری ۱.۳
۸۵ مخاطبان نوئہ ۱.۴

۲. فصل دوم: گونہ های ارتباطی - اقناعی پیامبر اکرم 9 ۸۸

۲.۱. ارتباطات کلامی ۸۹

۹۰ ۲.۱.۱ ارتباط کلامی - گفتاری و انفرادی
۹۱ ۲.۱.۲ ارتباط کلامی - گفتاری و گروهی
۹۵ ۲.۱.۳ ارتباط کلامی و فرهنگی
۹۶ الف) ارتباط پیامبر با نخبگان اهل کتاب
۹۸ ب) ارتباط پیامبر با نخبگان اهل کتاب

۲.۲. ارتباطات غیر کلامی ۹۹

بخش چهارم: اصول و مباحث ارتباطی پیامبر 9 در اقناع مخاطب ۱۰۱

۱. فصول: ابزار و روش های ارتباطی - اقناعی پیامبر 9 ۱۰۲

۱.۱. بهره گیری از آیات قرآن کریم ۱۰۳

- ۱.۲. ابداعنها و نمادها و تباطی ۱۰۵
- ۱.۳. تحول محتوا و بزرگوارها و روشها و تباطی وجود ۱۰۶
- ۱.۴. خطابه ۱۰۶
- ۱.۵. موعظه و حسنه ۱۰۷
- ۱.۶. برپاداشت نشعائردی و بیه صور تا آشکار ۱۰۸
- ۱.۷. بهره گئی از ایام حج ۱۰۸
- ۱.۸. نوشتن نامه ۱۰۹
- ۱.۹. بهره گئی از زمزمه های عاطفی و روانی ۱۰۹
- ۱.۱۰. ارائه الگو عملی ۱۱۰
- ۱.۱۱. هجرت ۱۱۰
- ۱.۱۲. هم نشری پیام محرومان ۱۱۰
- ۱.۱۳. تلاش برای حد تباهل کتاب ۱۱۱
- ۱.۱۴. ارتباط و تبلیغ آموزشی ۱۱۱
۲. فصل دوم: اصول و مبارزات اقناعی پیامبر ۹ ۱۱۲
- ۲.۱. اصلا رتباط حضوری (چهره هب چهاره) ۱۱۴
- ۲.۱.۱. مبارزات اقناعی پیامبر ۹ در اقناع مخاطب ۱۱۵
- ۲.۱.۱.۱. فهم پذیری و روشی (بلاغ معنی) ۱۱۶
- ۲.۱.۱.۲. معرفت و نطق و استدلال و ایس اسلام ۱۱۸
- ۲.۱.۱.۳. تشقیات تکرار و بظهور عاقتد رجو تمکن ۱۲۶
- ۲.۱.۲. مبارزات اقناعی پیامبر ۹ در اقناع مخاطب ۱۲۹
- ۲.۱.۲.۱. ارائه الگو عملی ۱۲۹
- ۲.۱.۲.۲. توجه دادن به عظمت خداوند متعال ۱۳۵
- ۲.۱.۲.۳. مبانی عاطفی پیامبر ۹ در اقناع مخاطب ۱۳۷
- ۲.۲. اصل بهره مندی از اعجاز ۱۴۰
- ۲.۳. اصل بر احتیاط و پایداری و محدود داله ی ۱۴۷
- خاتمه و نتایج چپا کلری ۱۵۲
- کتابنامه ۱۵۶

بخش اول: کلیات و مفاهیم

۱.۱ فصل اول: کلیات

۱.۱.۱ بیان مسئله

دین مجموعه‌ی عقاید، اخلاق و قوانین عملی برای اداره‌ی فرد و جامعه‌ی انسانی است که به‌وسیله‌ی پیامبران از مبدأ الهی دریافت شده و به مردم ابلاغ می‌شود. تبلیغ دین یا همان رساندن دستورات و احکام الهی به مردم باید به‌گونه‌ای باشد که آنان اقناع گردیده، حجت بر ایشان تمام شود؛ از این رو باید روشمند، حکیمانه، عاقلانه و عالمانه و مطابق با موازین عقلانی و دلایل مقبول صورت گیرد.

خداوند متعال دعوت به دین حق را در چهارچوب حکمت و موعظه‌ی حسنه قرار داده و جدال احسن را برای دفع شبهات جدال گران و اقناع آنان مقرر ساخته است. رسول گرامی اسلام 6 در طول دوران رسالت و حیات تبلیغی خویش، در جهت آگاه‌سازی و اقناع مخاطبان خود تلاش کرد تغییر ویژه‌ای در باورها، عقاید، حالات و رفتار مردم ایجاد کند و در این راه از روش‌های گوناگونی استفاده کردند. آن حضرت با همه‌ی مردم و طبقات از اهل کتاب گرفته تا فقرا و تهیدستان به گفتگو می‌نشست تا بهترین امت‌ها را به وجود آورد و به‌راستی که در آن هدف موفق شد و امتی مسلمان به وجود آورد؛ اما نه با تکیه بر قومیت عرب که نوعی جاهلیت استو نه با نژاد پرستی یهود و نه با استعمار و تجاوز، بلکه با صداقت و خلق و خوی نیکو و بانیانی روان و گفتاری فهم‌پذیر و زبانی نرم.

سیره‌ی علمی و عملی پیامبر اکرم 6 در جهت اقناع مردم، بر آنان تجلی یافته و همگان شیفته‌ی ایشان شده بودند. واکنش بشریت در برابر تبلیغ و اقناع رسول خدا 6 پذیرش و تغییر نگرش و اقبال آنان به آیین اسلام بود.

روش‌های اقناعی نبی مکرم اسلام 6 می‌تواند به‌عنوان الگویی در تبلیغ اسلامی و تبلیغ در

اسلام قرار گیرد که در این رساله سعی شده با استفاده از روش مطالعه‌ی تاریخی، توصیفی به شناسایی و معرفی آن روش‌ها تا حد امکان پرداخته شود.

۱.۲. اهمیت و ضرورت

دین اسلام که مطابق با سرشت آدمی است و به‌وسیله‌ی آموزه‌های قرآن و سنت نبوی 6 و امامان معصوم: به مردم منتقل می‌شود، این توانایی را دارد که در عرصه‌های گوناگون مادی و معنوی، فردی و اجتماعی و دنیوی و اخروی، انسان‌ها را به سعادت رهنمون گردد. در دوران کنونی، با پیشرفت‌های سریع علوم در عرصه‌های مختلف فرهنگی و فناوری که به عصر اطلاعات و ارتباطات لقب یافته، از یک سو و درخشش اسلام ناب محمدی 6 و اوج‌گیری تفکر فرهنگی انقلاب اسلامی در سراسر جهان و ایجاد عرصه‌های جدید برای تعمیم و بسط ندای تعالیم آسمانی، از سوی دیگر، لزوم شناخت عمیق‌تر تبلیغ و اقناع و راهکارها و شیوه‌های آن را مضاعف می‌کند.

شناسایی و استخراج روش‌های اقناعی پیامبر اعظم 6 و به‌کارگیری آن در جهت تغییر نگرش مخاطبان و در نهایت هدایت جامعه، خصوصاً در عصر ارتباطات و با تنوع مخاطبان از اهمیت و ضرورت بسیار بالایی برخوردار است که الگوگیری از آن می‌تواند تأثیر بسزایی در عرصه‌ی تبلیغات دینی داشته باشد.

۱.۳. سؤالات تحقیق

سؤال اصلی:

سیره‌ی پیامبر 6 در اقناع مخاطبان چگونه بوده است؟

سؤالات فرعی:

۱ - اهمیت و جایگاه مخاطبان و اقناع آنان در منابع اسلامی چیست؟

۲ - گونه‌شناسی مخاطبان پیامبر اسلام 6 و روش‌های آن حضرت در ارتباط و اقناع آنان کدام‌اند؟

۳ - اصول و مبانی اقناع در سیره‌ی پیامبر 6 کدام‌اند؟

۱.۴. فرضیات تحقیق

باتوجه به اکتشافی و کتابخانه‌ای بودن تحقیق، فرضیه ندارد.

۱.۴. بحث‌های تحقیق

هر چند سیره‌شناسی پیشینه‌ای دیرینه دارد و در خصوص سیره‌ی پیامبر اکرم 6 کتب و مقالات فراوان و از زوایای گوناگونی تدوین شده و همچنین درباره‌ی سیره‌ی تبلیغی پیامبر 6 نیز به‌طور خاص کتب و مقالات ارزشمندی مانند روش‌های تبلیغی پیامبر 6 (سید غلامحسین حسینی بلخایی)،

سیره تبلیغی پیامبر اعظم در توحید و معاد (ناصر رفیعی، مجله طلوع، شماره 138520)، سیره تبلیغی پیامبر (محمد توحیدی)، سیره تبلیغی پیامبر اکرم [درآمدی بر سیاست تبلیغی اسلام در عصر ارتباطات] (ترجمه اصغر افتخاری) و ... نگاشته شده است و لیکن رساله به‌طور ویژه وبه‌منظور شناسایی و استخراج روشهای اقناعی پیامبر اکرم 6 نگاشته میشود.

۱.۵. روش و مراحل تحقیق

روش در این تحقیق؛ تاریخی، توصیفی و تحلیلی است و گردآوری اطلاعات بر اساس روش کتابخانه‌ای است. در ابتدا و برای شناخت تعریف اقناع و مبانی آن، ارتباط و عناصر آن، تبلیغ و ارکان آن، منابعی در این خصوص مورد بررسی قرار گرفت و سپس با مراجعه به کتاب‌های سیره شناسی، تاریخ اسلام و پیام‌گونه‌شناسی مخاطبان در عصر پیامبر 6 مورد توجه قرار گرفته، روش‌های اقناعی در سیره‌ی عملی آن حضرت شناسایی و استخراج گردید. استخراج کلید واژه‌ها یا جستجو در فهرس موضوعی و معاجم لفظی، بررسی منابع طبقه‌بندی اطلاعات جمع‌آوری شده و... نیز از لوازم و مراحل تحقیق به‌شمار می‌رود.

۱.۶. نتایج علمی و عملی تحقیق

یکی از سؤالاتی که در سیره‌ی تبلیغی - ارتباطی پیامبر اکرم 6 وجود دارد، پیرامون سیره‌ی اقناعیان حضرت در برخورد با مخاطب است. از جمله نتایج علمی این پایان‌نامه کشف سیره‌ی اقناعی رسول خدا 6 و گونه‌ها و روشهای ارتباطی آن حضرت است که می‌تواند مورد استفاده‌ی تمام نهادها و سازمان‌های تبلیغی، فرهنگی به‌ویژه مبلغان دینی قرار گیرد که به‌نوعی در زمینه‌ی ارتباط دینی و تبلیغ مؤثر دین و اقناع مخاطب تلاش می‌کنند.

۲. فصل دوم: تعریف مفاهیم

۲.۱. مفهوم شناسی سیره

۲.۱.۱. معنای لغوی سیره

واژه‌ی «سیره» اسم مصدر «سیر» است. «سین و یاء و راء» ریشه‌ای است که بر گذشتن و روان شدن و حرکت کردن دلالت می‌کند،^۱ و نیز به معنای رفتن و سیر کردن در زمین است.^۲ سه حرف «سین و یاء و راء» به صورت «سیر» هم حرکت در روز و هم حرکت در شب را معنا می‌دهد، در حالی که به صورت «سری» تنها حرکت در شب را افاده می‌نماید،^۳ چنان که در آیه‌ی نخست سوره‌ی اسراء در معنای اخیر آمده است.

اهل لغت در توضیح معنای آن گفته‌اند: «سیره» طریقه، هیئت و حالت است،^۴ و نیز آن را سنت، مذهب، روش، رفتار، راه و رسم، سلوک و طریقه معنا کرده‌اند و از «سیره‌ی فرد» به صحیفه‌ی اعمال او و کیفیت سلوک میان مردم تعبیر کرده‌اند.^۵ راغب اصفهانی درباره‌ی این واژه می‌نویسد: «سیره، حالت و روشی است که انسان و غیر انسان، نهاد و وجودشان بر آن قرار دارد، خواه غریزی و خواه اکتسابی باشد، چنان که گفته می‌شود فلانی سیره و روش نیکو یا

۱. ابوالحسین احمد بن فارسی بن زکریا، معجم مقاییس اللغة، به تحقیق و ضبط عبدالسلام محمد هارون، مصر، ج 3، ص 120.

۲. جمال الدین محمد بن مکرم ابن منظور، لسان العرب، نسقه و علق علیه و وضع فهارسته علی شیری، بیروت، 1408 ق، ج 6، ص 553.

۳. ابو عبدالرحمن الخلیل بن احمد فرایدی، کتاب العین، تحقیق مهدی المخزومی، قم، مؤسسه دارالهجره، ج 7، ص 291.

۴. فخرالدین بن محمد الطریحی، مجمع البحرین، طهران، المکتبه المرتضویه، 1365 ش، ج 3، ص 340.

۵. جار الله محمود بن عمر الزمخشری، اساس البلاغه، تحقیق عبدالرحیم، بیروت، دار المعرفه، ص 226.

سیره و روش زشت دارد»^۱. با توجه به آن چه اهل لغت گفته‌اند می‌توان «سیره» را نوع رفتار و سبک رفتار و طریقه‌ی زندگی معنا کرد.

۲.۱.۲. پیشینه‌ی کاربرد اصطلاحی واژه‌ی سیره

سیره هنگامی که به‌عنوان یک رشته از مباحث تاریخی، موضوع بحث مورخان قرار گرفت، آن چیزی را که باید در بر می‌گرفت، شامل نگشت. مورخان‌ی که در احوال پیامبر اسلام 6 کتاب نوشتند، عنوان تاریخ خود را «سیرة النبی» گذاشتند شاید نخستین رشته‌ی تاریخی که مورد توجه و نظر مسلمانان قرار گرفت همین «علم السیرة» باشد^۲. محتمل است که آنان می‌خواستند سبک رفتار یا رفتارشناسی پیامبر را بیان کنند، اما به‌صرف رفتار قناعت کرده‌اند^۳. آنان «سیره» را به معنای شرح وقایع زندگی رسول خدا 6 به کار بردند: «حوادث پیش از بعثت، بعثت و حوادث پس از آن و جنگ‌های پیامبر».

واژه‌ی «سیره» در مفهوم اصطلاحی آن در قالب شرح احوال و تاریخ زندگی پیامبر 6 شکل گرفت و شایسته است به‌عنوان «رفتارشناسی» و «روش‌شناسی» و «سبک زندگی» مورد عنایت جدی قرار بگیرد.

۲.۱.۳. سیره‌شناسی

سیره‌شناسی در معنای حقیقی آن به معنای رفتارشناسی و سبک‌شناسی است و در واقع شناخت اصول و قواعدی است که یک فرد صاحب اصول و قواعد در رفتار و کردار خود دارد. سیره در این معنا از جنس منطق عملی است، یعنی همان‌گونه که اصول و قواعدی وجود دارد که رعایت آن تفکر را به سامان می‌رساند، اصول و قواعدی وجود دارد که رفتار و عملکرد را سامان می‌دهد؛ آن‌ها معیارهای نظری است و این‌ها معیارهای عملی.

از این رو «سیره» عبارت است از مجموعه اصولی عملی، کلی، ثابت و مشخصی که

می‌تواند راهنمای عمل و جهت‌دهنده به رفتار، کردار و معیار زندگی باشد.

سیره تبلیغی و اقناعی رسول خدا 6 نیز دارای اصول و قواعدی علمی و عملی است، یعنی آن حضرت در حیات تبلیغی خود و در عرصه‌های مختلف، در اقناع مخاطب بر اساس اصولی معین رفتار کرده‌اند و این اصولو قواعد می‌تواند الگو و معیاری برای تبلیغ دین باشد.

۱. ابوالقاسم الحسین بن محمد بن الراغب الاصفهانی، *المفردات فی غریب القرآن*، تحقیق صفوان عدنان داوودی، قم، طلیعة النور، 1429 ق، ص 433.

۲. رک: صادق آیینه‌وند، *علم تاریخ در گستره‌ی تمدن اسلامی*، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، 1377 ش، ج 1، ص 249.

۳. رک: مرتضی مطهری، *سیری در سیره نبوی*، تهران، انتشارات صدرا، 1368، ص 12 - 13.

۴. ابن هشام، *عبدالملک، السیره النبویه*، ترجمه هاشم رسولی محلاتی، تهران، دارالکتب الاسلامیه، 1366، ج 1 مقدمه ص 15.

۲.۱.۴. اهمیت و ضرورت پرداختن به سیره

بهمنظور تبیین این مسئله لازم است به جایگاه و اهمیت بحث و نیاز انسان به نمونه و اسوه پرداخته شود. آیهی 21 سوره احزاب پیامبر اکرم 6 را یک اسوهی حسنه‌ی تامّ و تمام معرفی می‌کند:

«لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَنْ كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهُ كَثِيرًا» هر آینه شما را در [خصلت‌ها و روش] رسول خدا 6 نمونه و سرمشقی نیکو و پسندیده است برای کسی که به خدا و روز بازپسین امید دارد و خدای را بسیار یاد می‌کند.

یعنی پیامبر برای مسلمانان منبع، معدن و مرکزی است که می‌توانند کلیه‌ی اعمال، رفتار و وظایف خود را از این منبع و معدن استخراج کنند^۱، خود را در همه‌ی امور منطبق با آن حضرت بسازند؛ و این امری ثابت و همیشگی است و یکی از احکام رسالت آن حضرت و ایمان مسلمانان این است که ایشان به پیامبر تأسری کنند، هم به گفتارش و هم به رفتارش^۲. معرفی پیامبر به عنوان «اسوهی حسنه» در واقع بیان بزرگ‌ترین تفاوت میان مکتب انبیاء و غیر آن است، زیرا مکتب انبیا از خصوصیت عملی بودن و به عینیت توجه داشتن برخوردار است. در مکتب انبیا نمونه‌ای برای پیروی عملی ارائه می‌شود، نمونه‌ای که روش‌های عملی او در کلّه‌ی شئون فردی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و... قابل دستیابی و پیروی عملی و عمل از جانب پیروان مکتب است. این موضوع در دین اسلام، شاخص‌تر، جدی‌تر و روشن‌تر مطرح است، زیرا اسلام آخرین دین الهی است و لازم است امّت، نمونه‌ای تمام عیار و قابل پیروی برای همه‌ی زمان‌ها، در هر اوضاع و احوالی داشته باشند. با توجه به این مشاهده می‌شود که امیرمؤمنان 7، پیامبر 6 را به عنوان نمونه‌ای کافی معرفی می‌کند و می‌فرماید:

«وَلَقَدْ كَانَ فِي رَسُولِ اللَّهِ 6 كَافٍ لَكَ فَيَا أُسُوَّةَ» پیروی کردن از رفتار رسول خدا و الگو گزینی از پیامبر برای شما کافی است.

بدین ترتیب با ارائه‌ی یک نمونه‌ی جامع و کامل در همه‌ی وجوه و در عینیت امور، مسلمانان مأمور اقتدای مطلق به آن وجود گرامی‌اند و کسی که پا در جای پای او گذارد، محبوب‌ترین بندگان نزد حضرت حق است؛ و این همان بیان کلام خداوند است که فرمود:

«قُلْ إِنْ كُنْتُمْ تُحِبُّونَ اللَّهَ فَاتَّبِعُونِي يُحْبِبْكُمُ اللَّهُ»^۴ بگو: اگر خدا را دوست

۱. ر. ک: مصطفی دلشاد تهرانی، سیره نبوی (منطق عملی)، تهران، انتشارات دریا، ج 1، ص 23-24.
۲. ر. ک: سید محمد حسین طباطبایی، المیزان فی تفسیر القرآن، قم، دفتر انتشارات اسلامی، ج 16، ص 288.
۳. نهج البلاغه، ترجمه محمد دشتی، قم، مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امیرالمؤمنین، 1383، خطبه 160، ص 280.
۴. قرآن، آل عمران/ 31.