

## **The preaching methods of the Holy Qur'an with the emphasis of the analytical branch of the New Testament**

**Enayat Sharifi\***

**Mustafa Murshid Seluk\*\***

### **Abstract**

The aim of the present research is to describe the preaching methods of the Holy Qur'an with an analytical view of the New Testament. The present research tries to answer the basic question about this with a descriptive and analytical method, what are the similarities and differences between the Qur'an and the New Testament in preaching methods? The preaching methods of the Holy Quran and the New Testament are divided into cognitive, emotional and behavioral methods in a general division. Clarifying the world view and beliefs, increasing the knowledge and awareness of people in the society and wisdom are the most important cognitive methods and love and kindness, good preaching and warnings are the most important emotional methods and arguments for the best, creating duties and telling stories from They are the most important behavioral methods. The Qur'an and the New Testament are somewhat similar in cognitive methods in terms of beliefs, worldview in the field of prophecy and resurrection, as well as in the methods of increasing knowledge and wisdom, but they are fundamentally different in the field of monotheism, and in emotional methods; Affection and kindness, modeling and evangelism are fundamentally different, but they are somewhat similar in the field of

\* Associate Professor, Department of Islamic Studies, Allameh Tabataba'i University, Tehran  
(Corresponding Author), enayatsharifi@atu.ac.ir

\*\* Doctoral student of Rashneh School of Islamic Studies, majoring in theoretical foundations of  
Allameh Tabataba'i University, Tehran, solukmmk114yahoo.com

Date received: 01/12/2021, Date of acceptance: 22/02/2022



Copyright © 2018, This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.

preaching and in behavioral methods; Ahsan's argument and Farizazi are somewhat similar, but they are different in the way of telling stories.

**Keywords:** The preaching methods, Holy Qur'an, New Testament, preaching.

## روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر نگاه تحلیلی عهد جدید

عنایت شریفی\*

مصطفی مرشد سلوک\*\*

### چکیده

هدف پژوهش حاضر بیان روش های تبلیغی قرآن کریم با نگاه تحلیلی عهد جدید می باشد. پژوهش حاضر درصدد است با روش توصیفی و تحلیلی در این باره به این سؤال اساسی پاسخ دهد که شباهت ها و تفاوت های قرآن و عهد جدید در روش های تبلیغی کدامند؟ روش های تبلیغی قرآن کریم و عهد جدید در یک تقسیم بندی کلی به روش های شناختی، عاطفی و رفتاری تقسیم می شوند. تبیین جهان بینی و باورها، افزایش علم و آگاهی افراد جامعه و حکمت از مهم ترین روش های شناختی و محبت و مهرورزی، موعظه حسنه و انذار و تبشیر از مهم ترین روش های عاطفی و مجادله به احسن، فریضه سازی و قصه گویی از مهم ترین روش های رفتاری می باشند. قرآن و عهد جدید در روش های شناختی در بعد باورها و جهان بینی در زمینه نبوت و معاد و نیز در روش های علم افزایی و حکمت تاحدودی باهم شباهت دارند ولی در زمینه توحید با هم تفاوت اساسی دارند و در روش های عاطفی؛ محبت و مهرورزی، الگویی و تبشیر با هم تفاوت بنیادی دارند ولی در زمینه موعظه تا حدودی با هم شباهت دارند و در روش های رفتاری؛ مجادله احسن و فریضه سازی تاحدودی با شباهت دارند و در روش قصه گویی با تفاوت دارند.

\* دانشیار گروه معارف اسلامی دانشگاه علامه طباطبائی تهران (نویسنده مسئول)، enayatsharifi@atu.ac.ir

\*\* دانشجوی دکتری رشته مدرسی معارف اسلامی گرایش مبانی نظری دانشگاه علامه طباطبائی تهران، solukmmk114@yahoo.com

تاریخ دریافت ۱۴۰۰/۰۹/۱۰، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۲/۰۳



Copyright © 2018, This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International, which permits others to download this work, share it with others and Adapt the material for any purpose.

کلیدواژه‌ها: روش‌های تبلیغی، قرآن، عهد جدید، تبلیغ

## ۱. مقدمه

تبلیغ و ابلاغ پیام الهی بستری بنیادین و اساسی برای ترویج معارف دینی در ادیان توحیدی به ویژه در آئین اسلام و مسیحیت به شمار می‌رود به همین دلیل تبلیغ در دو کتاب مقدس؛ قرآن کریم و عهد جدید از اهمیت و جایگاه خاصی برخوردار است. در قرآن کریم تبلیغ با کلمات؛ بلاغ (احزاب، ۳۹)، انشاز (نازعات/۴۵، ص/۶۵، ق/۲)، تبشیر (مائده/۱۹، هود/۲، اعراف/۱۸۸)، ارشاد و هدایت (ص، ۲)، تخویف (اسراء/۵۹)، دعوت (نوح/۵)، امر به معروف و نهی از منکر (آل عمران/۱۱۰، ۱۰۴ و حج/۴۱) و توبه (۷۱ و ۱۱۲) آمده است که هر یک از آنها به بعدی از ابعاد تبلیغ اشاره دارند. همچنین در قرآن کریم آیات فراوانی وجود دارد که در آنها از سوی خداوند متعال، بر اهمیت مسأله تبلیغ تأکید شده است: «وَمَا كَانَ الْمُؤْمِنُونَ لِيَنْفِرُوا كَافَّةً فَلَوْلَا نَفَرَ مِنْ كُلِّ فِرْقَةٍ مِّنْهُمْ طَائِفَةٌ لِّيَتَفَقَّهُوا فِي الدِّينِ وَلِيُنذِرُوا قَوْمَهُمْ إِذَا رَجَعُوا إِلَيْهِمْ لَعَلَّهُمْ يَحْذَرُونَ» (توبه/۱۲۲)؛ شایسته نیست مؤمنان همگی (بسوی میدان جهاد) کوچ کنند؛ چرا از هر گروهی از آنان، طایفه‌ای کوچ نمی‌کند (و طایفه‌ای در مدینه بماند)، تا در دین (و معارف و احکام اسلام) آگاهی یابند و به هنگام بازگشت بسوی قوم خود، آنها را بیم دهند؟! شاید (از مخالفت فرمان پروردگار) بترسند، و خودداری کنند!»

در این آیه تفقه در دین، وظیفه برخی از افراد، جهت تبلیغ دین است و درآیه دیگر تبلیغ را وظیفه همیشگی انبیای الهی در طول تاریخ می‌داند:

الَّذِينَ يُبَلِّغُونَ رِسَالَاتِ اللَّهِ وَيَخْشَوْنَهُ وَلَا يَخْشَوْنَ أَحَدًا إِلَّا اللَّهَ وَكَفَى بِاللَّهِ حَسِيبًا (احزاب/۱۳۹)؛ (پیامبران) پیشین کسانی بودند که تبلیغ رسالت‌های الهی می‌کردند و (تنها) از او می‌ترسیدند، و از هیچ کس جز خدا بیم نداشتند؛ و همین بس که خداوند حسابگر (و پاداش‌دهنده اعمال آنها) است.

از سوی دیگر در عهد جدید فعالیت‌های حضرت عیسی (ع) و حواریان آن حضرت امری مشهود می‌باشد و عنوان بهترین منبع در تبلیغ دینی می‌باشد. براین اساس ضرورت اقتضا می‌کند در باره روش‌های تبلیغی دو کتاب مقدس، قرآن کریم و عهد جدید را باهم مقایسه نموده و شباهت‌ها و تفاوت‌های این دو کتاب مورد بررسی قرار گیرد.

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۵

تبلیغ دارای روش های مختلفی می باشد ولی به نظر می رسد که جامع ترین روش های تبلیغی را براساس آیه مبارکه: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ» (نحل / ۱۲۵)؛ با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت نما! و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن» را می توان به سه حیطه؛ شناختی، عاطفی و رفتاری تقسیم کرد زیرا که حکمت به بُعد شناختی اشاره دارد، موعظه با عواطف انسان سر و کار دارد و جدال احسن به ساحت رفتاری انسان نظر دارد. لذا این پژوهش در صدد است با روش توصیفی، تحلیلی و تطبیقی، روش های تبلیغی قرآن کریم و عهد جدید را در سه حیطه شناختی، عاطفی و رفتاری مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد و در این باره، به سؤالات ذیل پاسخ دهد:

۱. روش های تبلیغی شناختی قرآن کریم و عهد جدید کدامند؟

۲. روش های تبلیغی عاطفی قرآن کریم و عهد جدید کدامند؟

۳. روش های تبلیغی رفتاری قرآن کریم و عهد جدید کدامند؟

۴. شباهت ها و تفاوت های تبلیغی قرآن کریم و عهد جدید کدامند؟

در باره پیشینه این تحقیق تا کنون کتاب ها، مقالات، رساله ها و پایان نامه های مختلفی به رشته تحریر در آمده است از جمله: کتاب الدعوه الاسلامیه و وسائلها اثر احمد غلوش چاپ شده در دارالکتاب اللبنانی، کتاب الدعوه فی القرآن اثر سید محمد حسین فضل الله چاپ شده دارالملاک للطباعه و النشر در لبنان در سال ۱۴۱۸هـ و کتاب اسالیب الدعوه الی الله فی القرآن الکریم، اثر ابوالمجد سید نوفل، چاپ شده در مجله الجامعه الاسلامیه بالمدينه المنوره، کتاب تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث اثر محمد محمدی ری شهری چاپ شده سال ۱۳۹۴، کتاب پژوهشی در تبلیغ اثر محمدتقی رهبر و کتاب قرآن و تبلیغ اثر محسن قرائتی و رساله «اسوه های قرآنی و شیوه های تبلیغی آنان و مقایسه آنها با شیوه های شناخته شده تبلیغ در جهان امروز» نگاشته مصطفی عباسی مقدم، دفاع شده در دانشگاه تربیت مدرس (۱۳۷۶). پایان نامه «مقایسه روش های تبلیغی قرآن و عهدین» از محمدعلی ملایی اردستانی، دانشگاه کاشان (۱۳۹۲). مقاله «بررسی تطبیقی اصول و روش های تبلیغی در قرآن و عهد جدید اثر عباس همای و محسن زارعی چاپ شده در مجله پژوهش دینی شماره ۱۵ در سال ۱۳۸۶.

ولی به نظر می‌رسد هرچند آثاری فراوانی درباره روش‌های تبلیغی قرآن و عهد جدید به نگارش در آمده است. ولی اثر مستقل و درخور توجهی که به صورت جامع و کامل به این مسأله پرداخته باشد نگارش نیافته است. حتی مقاله «بررسی تطبیقی اصول و روش‌های تبلیغی قرآن و عهد جدید» فقط به شباهت‌ها آن‌هم خیلی سطحی و گذرا پرداخته است. از این رو این نوشتار در پی آن است که به صورت جامع روش‌های تبلیغی قرآن را با رویکرد تحلیلی و انتقادی مورد بررسی قرار دهد از این جهت روش‌های طرح شده در این نوشتار آشکارا جدید بودن کار و تحقیق را روشن می‌سازد.

## ۲. مفهوم شناسی

### ۱.۲ تبلیغ

واژه تبلیغ یا پروپاگاندا (propaganda) در لغت به معنای رساندن و رسانیدن می‌باشد (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲، ص ۴۸). و در اصطلاح، تبلیغ را گوناگون تعریف کرده‌اند: «دانشی که به وسیله ی آن کلیه ی تلاش های هنری در جهت ابلاغ محتوای اعتقادی و تشریحی و اخلاقی اسلام به مردم شناسایی می شود. (احمد غلوش، ۲۰۰۵، م، ص ۱۰). و در تعریفی دیگر تبلیغ چنین بیان شده است: رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او و بر سه عنصر اصلی پیام دهنده، پیام گیرنده و محتوای پیام مبتنی است.» (رهبر، ۱۳۷۱، ص ۸۰).

واژه تبلیغ در قرآن به کار نرفته است ولی فعل آن به صورت های: «بَلَّغْتَ» (مائده/۶۷)، «أُبَلِّغُكُمْ» (اعراف/۶۲)، «يُبَلِّغُونَ» (احزاب، ۲۹)، «بَلَّغْ» (مائده، ۶۷)، «إِيْلُغْنَ» (اسراء/۲۳) به کار رفته است. ولی واژه دعوت ارتباط معنایی نزدیکی با تبلیغ دارد با این تفاوت که در تبلیغ صرفاً به مخاطب رسانده می شود ولی در دعوت مخاطب در آن فراخوانده می شود که در آن نوعی تحریض و ترغیب وجود دارد که این معنا از تبلیغ استفاده نمی شود (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲، ص ۳۱۵)

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۷

## ۲.۲ روش

برخی از اهل لغت روش را با مفهوم "رفتن" مترادف می‌دانند (معین، ۱۳۹۰، ج ۲، ص ۱۶۹، خلف تبریزی، ۱۳۵۶، ج ۹۷، ۲) و برخی دیگر آن را مترادف "راه"، "شیوه" و "سبک" دانسته اند (دهخدا، ۱۳۷۳، ج ۸، ص ۱۰۹۰۴). در اصطلاح تعاریفات مختلفی از آن ارائه شده است. برخی دیگر آن را به معنای «چگونگی پیمودن راه» می‌دانند (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۱۷) عده ای دیگر روش را بیان‌گر شیوه دقیق نزدیک شدن به عالم برای فهم بهتر آن دانسته اند (سه‌یر، ۱۳۸۸، ص ۱۹) و برخی دیگر آن را به «به کیفیت انتقال انسان از وضعیت نامطلوب به وضعیت مطلوب» تعریف کرده اند (علی پور، ۱۳۹۸، ص ۸۵)

به نظر می‌رسد که این تعریف اخیر، تعریف جامعی باشد چراکه براساس این تعریف، روش پلی است که دو طرف آن وضعیت موجود و وضعیت مطلوب قرار دارد. روش شناس در فرآیندی در صدد رفع وضعیت نامطلوب می‌باشد.

در این نوشتار منظور از روش‌ها، چارچوب و قوانین کلی است که مبلّغ با عمل به آنها برای هدایت و رشد مخاطبان استفاده می‌کند

## ۳.۲ عهدین

کتاب مقدس مسیحیان دو بخش دارد: عهد عتیق و عهد جدید. علت این نام گذاری آن است که مسیحیان معتقدند خدای متعال با انسان دو پیمان دارد: یکی پیمان کهن به وسیله پیامبران پیش از حضرت عیسی (ع) و دیگری پیمان نو، توسط خدای متجلی یعنی عیسی مسیح که طرف آن همه انسان هستند (توفیقی، ۱۳۸۲، ص ۱۵۸)

تفاوت عهد عتیق و عهد جدید در این است که عهد عتیق احکام و شرایعی را پیش روی انسان می‌گذارد و مشتمل بر امر و نهی است ولی در عهد جدید این مسائل مطرح نیست بلکه اعتقاد بر این است که خداوند از روی محبت در لباس انسان ظاهر شد و پس از از مدت کوتاهی زندگی و رنج کشیدن در راه گناهان بشر مصلوب و کشته شد (همان، ۱۵۹-۱۶۰)

مجموع کتاب های عهد جدید و عهد عتیق ۶۶ کتاب است عهد عتیق ۳۹ کتاب است که از نظر موضوع به سه بخش تقسیم می‌شوند: ۱. بخش تاریخی که این بخش مشتمل بر ۱۷

کتاب است که ۵ کتاب آن تورات یا اسفار خمسه نامیده می شود که، شامل پنج کتاب پیدایش، خروج، لاویان، اعداد، تثنیه می باشد. در این بخش به شرح چگونگی خلقت آدم و پیامبران الهی تا ظهور و فوت حضرت موسی (ع) و فرامین ایشان می پردازد.

۲. حکمت، مناجات و شعر مشتمل بر ۵ کتاب است؛ کتاب ایوب، مزامیر، امثال سلیمان، جامعه غزل های سلیمان ۳. پیشگویی های انبیا این بخش مشتمل بر ۱۷ کتاب است همانند کتاب اشعیا، ارمیا، مراثی ارمیا حزقیال، دانیال ف هوشع و...

و عهد جدید دارای ۲۷ کتاب است که از لحاظ موضوع به چهار بخش تقسیم می شوند: ۱. اناجیل ۲. اعمال رسولان ۳. نامه ها ۴. مکاشفه و اناجیل مشتمل بر ۴ انجیل است، انجیل متی، مرقس، لوقا و یوحنا (همان، ۱۶۰-۱۶۱)

### ۳. روش های تبلیغی شناختی قرآن و عهد جدید

منظور از روش های شناختی روش هایی است که مبلغ می خواهد آگاهی ها و اطلاعات لازم برای مسایل دینی به مردم بدهد تا آنان با آگاهی و شناخت بیشتری به دین و مذهب گرایش پیدا کنند که مهم ترین آنها عبارتند:

#### ۱.۳ تبیین جهان بینی و باورها

تبلیغ زمانی در جامعه پایدار خواهد بود که باورها و اعتقادات در روح و جان افراد ریشه دوانیده باشد در غیر این صورت تلاش مبلغ در مخاطبان سطحی و ناپایدار خواهد بود. مهم ترین باورها و اعتقادات عبارتند از، توحید و یکتا پرستی، رسالت و نبوت و معاد می باشند که در اصطلاح به آنها، اصول دین و اعتقادات می گویند (مصباح یزدی، ۱۴۲۶ق، ج ۱، ص ۲۰)

#### ۱.۱.۳ توحید و یکتا پرستی

توحید، بنیادی ترین اصل اعتقادی در اسلام، به معنای یکتا و بی مانند و بی شریک دانستن خداوند است (اخلاص/ ۱-۴). توحید و یکتا پرستی افزون بر اینکه یک امر بدیهی و نظری است در عین حال برهان های متعددی در قرآن کریم برای اثبات آن ارائه شده است: «لَوْ



روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۹

كَانَ فِيهِمَا ءَالِهَةٌ إِلَّا اللَّهُ لَفَسَدَتَا (انبیاء / ۲۲) اگر در آنها (آسمان و زمین) جز خدا، خدایانی (دیگر) وجود داشت، قطعاً (زمین و آسمان) تباه می شد.

این آیه در قالب یک قیاس استثنایی، وجود دو و چند خدا در عالم را سبب تباهی و فساد عالم می داند. تقریر دقیق تر و فلسفی از آیه مذکور آن است که، جهان دارای نظامی واحد است و اگر دو یا چند خدا در جهان بود این نظام از بین می رفت (مصباح یزدی، ۱۳۹۳، ص ۹۱)

نمونه دیگر برای برهان عقلی این آیه است *أَمْ خُلِقُوا مِنْ غَيْرِ شَيْءٍ أَمْ هُمُ الْخَالِقُونَ أَمْ خَلَقُوا السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ بَلْ لَّا يُوقِنُونَ (طور / ۳۵-۳۶)*؛ آیا آنان بی هیچ مبدا فاعلی آفریده شده اند یا خود خالق خویشند؟ آیا آسمانها و زمین را آفریده اند؟ بلکه جویای یقین نیستند و اگر شواهد یقینی را فراهم ببینند، ایقان ندارند.

این آیات، دلایلی عقلی بر اثبات مبدا هستی و توحید آن است که برای تقریر آن باید به منابع تفسیری و کلامی مراجعه نمود (طباطبایی، ۱۴۰۷، ج ۱۹، ص ۲۹؛ جوادی آملی، ۱۳۹۳، ج ۲، ص ۶۱، سبحانی، ۱۳۸۳، ج ۱، ص ۱۵۳)

### ۲.۱.۳ رسالت و امامت

اعتقاد به رسالت دومین باور دینی که رکن دین داری به شمار می رود. نبوت و رسالت به معنای مقام ابلاغ وحی، در مرتبه ی اقل، اجرای فرامین الهی و در مراتب بالاتر، تبلیغ و نشر احکام خداوند؛ تربیت نفوس از طریق تعلیم است و رسول موظف به دعوت مردم به سوی خدا، ابلاغ فرامین الهی و تلاش برای رشد فکری فرهنگی است (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۱، ص ۴۴۰)

امامت نیز از جمله مباحث کلیدی اسلام است که از صدر اسلام تا کنون موافقان و مخالفان بسیاری داشته است؛ امامیه بر خلاف اهل سنت که با نگاه عادی و دنیوی، امامت را در حد یکی از شئون دنیوی، مردمی و مسأله ای حکومتی می بینند (اسکافی، ۱۳۷۴، ص ۴۳، ماوردی، ۱۲۸۳، ص ۵ و ...)

با نگاهی فراتر از شئون دنیوی، آن را امری الهی، آسمانی و تالی تلو نبوت، می دانند (مفید، ۱۴۱۳، ج ۱۰، ص ۳۹). بنابراین در اندیشه ی امامیه: امامت به معنای مقام راهبری و پیشوائی است که تحقق آن با تشکیل حکومتی الهی است و در صورت عدم امکان تحقق

حکومت، امام موظف به هدایت در اجرای عملی احکام خداوند و حفظ شریعت است که به اقتضای وسع در تبیین حقیقت و تعالی انسان‌ها کوشش می‌نماید (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۱، ص ۴۴۰).

### ۳.۱.۳ معاد

سومین باور و اصول دین، اعتقاد به معاد می‌باشد، معاد در اصطلاح عبارت است از باور به روز واپسین و حیات جاودان انسان پس از مرگ و نظام جزا و پاداش اعمال (شهید ثانی، ۱۳۰۴، ص ۶۴). اعتقاد به معاد نقش اساسی در نهادینه‌سازی اخلاق در روابط بین‌الملل دارد. چرا که اعتقاد به محاسبه دقیق و عادلانه در جهان آخرت سبب می‌شود که انسان خود را در انجام کارها آزاد نبیند و تقوا پیشه کند و دنبال گناه و نافرمانی نرود و به حقوق دیگران تعدی نکند و از هوای نفس متابعت نکند و بین آنان با عدالت رفتار کند.

هریک از این سه بخش دارای آثار و کارکردهای فراوانی در زندگی انسان‌ها دارند. وجه مشترک هر سه اعتقاد؛ توسعه نگرش، پیشگیری از بینش‌های انحرافی، انسجام، اخلاق‌مداری، آرامش، تعادل، هم‌افزایی و... در میان ملت‌ها می‌باشند و بی‌توجهی و رویگردانی به هر یک از اصول اعتقادات پیامدهای فراوانی از جمله؛ تنفر از یاد خدا (زمر/ ۴۵)، تحیر و سردرگمی (نحل/ ۴-۵)، هم‌قرینی و پیروی از شیطان (انعام/ ۱۱۳)، حبس اعمال، انحراف از صراط مستقیم (ملک/ ۶-۹) و... خواهد داشت.

بحث معاد و نبوت در عهد جدید شباهت زیادی با معاد و نبوت در قرآن دارد. همان گونه که معاد و قیامت در قرآن حتمی و ضروری است در عهد جدید نیز همین گونه است. همان اوصاف و ویژگی‌هایی که بهشت و جهنم در قرآن دارد تا حدود زیادی در عهد جدید نیز آمده است؛ از قبیل جاودانگی بهشت و جهنم، سوزندگی تحمل ناپذیر آتش جهنم، و همچنین تقسیم انسان‌ها به دو گروه صالحان و ناصالحان، سرانجام اخروی هر یک و... که در قرآن مطرح شده است در انجیل نیز مطرح است: «پس به اصحاب شمال خواهد گفت که ای ملاحظین از نزد من بروید در آتش ابدی که به جهت شیطان و سپاه وی مهیا شده است.» (متی/ ۲۳:۴۱).

پس هر گاه که دست تو، تو را بلغزاند قطعش نما، که به جهت تو بهتر است که بی دست داخل حیات شوی از آن که دو دست داشته وارد شوی در جهنم در آتشی که

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۱۱

خاموشی نپذیرد. جایی که کرم آنها نمی میرد و آتش خاموش نمی گردد. (مرقس/۱۰:  
۴۳ - ۴۴؛ متی / ۳۲/۱۲ و ۴۹/۱۳ - ۵۰، رؤیا یوحنا / ۱۴۱۱).

همین گونه در باب نبوت، قرآن و عهد جدید همسویی زیادی دارند؛ چون حضرت عیسی (ع) در مورد انبیا به تورات و سنت یهودی تکیه می کند، و این نشان می دهد که اولاً اصل نبوت و پیامبری در انجیل پذیرفته شده است، ولی در مسأله توحید، قرآن و عهد جدید باهم تفاوت بنیادی دارند چرا که از نظر قرآن ذات خدایتعالی بسیط محض و بی همتا می باشد (اخلاص/۲-۴). ولی عهد جدید با کاربست واژه های «اب، ابن و روح القدس» قائل به تثلیث می باشد (نامه اول پولس به قرنتیان، ۵: ۴-۵).

«لهذا بروید و تمامی قبائل را از شاگردان نمایید به غسل تعمید دادن آنها را به نام اب و ابن و روح القدس.» (متی/۲۰: ۱۹) و در جای دیگر می گوید: «تو پسر من می باشی و من امروز تو را تولید نموده ام...» (نامه پولس به عبرتیمان/۱). ولی در زمینه توحید و یکتا پرستی با هم تفاوت بنیادی دارند هرچند آراء گوناگون از سوی متکلمان مسیحی درباره تثلیث و پسر خدا خواندن عیسی مسیح (نبوت) شده است و عمده ادله مدافعان نظریه نبوت بر معجزات عیسی (ع)، بیانات کتاب مقدس و واقعه خارق العاده ولادت عیسی مسیح است. ولی قرآن کریم به شدت با این بینش مخالفت کرده و صاحبان این بینش را تکفیر کرده است: «و لا تقولوا ثلاثه» (نساء/۱۷۱) «لقد کفرالذین قالوا ان الله ثالث ثلاثة» مائده/۷۳ و مفسران افزون بر علاوه بر این که بر تنافی این اعتقاد با بدیهیات عقلی تأکید شده است در باب معجزات گفته اند که اگر معجزات عیسی (ع) بر الوهیت او دلالت داشته باشد، انبیای دیگر نیز که صاحب معجزه بوده اند، باید پسر خدا خوانده شوند و حال آن که مسیحیان این نسبت را نمی پذیرند. (قرطبی، ۱۳۶۴، ۶، ص ۲۳ و طباطبایی، ۱۴۰۷، ج ۶، ص ۲۴۰). و برخی از مفسران متأخر به استناد سه انجیل هم نگر (متی، لوقا و مرقس) که در آنها، برخلاف انجیل یوحنا، بر الوهیت عیسی تصریح یا تأکید نشده، گفته است که نسبت فرزندخواندگی از باب شرافت و تبرک است یا مراد آن است که اطاعت از عیسی (ع) به مثابه اطاعت از خداست. (رشیدرضا، ۱۳۹۵، ذیل آیه ۱۷۱ نساء) و برخی دیگر از مفسران اعتقاد به تثلیث متأثر از اعتقادات و اساطیر یونانی و رومی و مصری و حتی هندی بوده است. درباره تولد عیسی (ع)، بیان قرآن بر معجزه بودن آن صراحت دارد و با این همه

متضمن هیچ‌گونه نسبتی جز عبودیت و بنده الله بودن عیسی مسیح نیست (قرطبی، ۱۳۶۴، ج ۶، ص ۲۳، طباطبایی، ۱۴۰۷، ج ۶، ص ۲۴۲).

### ۲.۳ افزایش سطح علم و آگاهی افراد

آگاهی بخشی ملّت‌ها در ابعاد مختلف زندگی گامی مهمی در درونی سازی ارزش‌ها از منظر قرآن کریم می‌باشد چراکه این عامل سبب بیدارسازی ملّت‌ها شده، ابتدا آنها از نگرانی نجات می‌یابند و آنگاه به صراط مستقیم و در مسیر فطرت بازمی‌گردند. به عبارت دیگر از رذائل اخلاقی پیراسته و به فضایل اخلاقی آراسته می‌شوند (کلینی، ۱۳۸۸، ج ۲، ص ۲۳)

قرآن کریم، در روش تبلیغی خود، سعی نموده است برای ازبین بردن جهل و نادانی انسان‌ها، سطح علم و آگاهی را افزایش دهد و بینش‌ها و آگاهی‌های افراد در ابعاد؛ حقیقت هستی و خدا (یوسف/۱۸۰، نحل/۷۸، انفال/۲۲، آل عمران/۱۹۰-۱۰۱) انسان (سجده/۷-۹، مائده/۱۰۵)، نظام هستی (آل عمران/۱۹۰-۱۹۱، مرگ و عالم پس از آن (مؤمنون/۱۰۰، غافر/۱۱، نساء/۹۳ و ۱۹۳، آل عمران/۱۶۹-۱۷۰، بقره، ۱۵۴) را ایجاد نماید.

در عهد جدید نیز در این باره تأکید شده است :

حضرت عیسی (ع) در ابتدای رسالتش دوازده شاگرد برای خود برگزید و به اتفاق آنها به شهرهای مختلف یهود سفر کرد و ایشان را در خلوت، تعلیم داد. این دوازده نفر «حواریون» یا رسولان (متی/۲/۱۰) نامیده می‌شوند حضرت عیسی (ع) در میانه رسالت چهار ساله خود، این دوازده نفر را برای شفای بیماران به شهرهای یهود «فرستاد» تا خدا خواندن آن حضرت، از زبان مردم بیفتد (متی/۱۰، مرقس/۶، لوقا/۱۰). وقتی مردم دیدند که معجزات عیسی (ع) از شاگردان او نیز صادر می‌شود از عقاید کفرآمیز در خصوص آن حضرت دست برداشتند. وقتی حواریون به نزد عیسی (ع) برگشتند آن حضرت سخنی به این معنی گفت که شما توانستید شیطان را مخدول کنید (لوقا/۱۰/۱۸) مأموریت حواریون این بود که شاهدان اعمال و سخنان عیسی (ع) باشند (انجیل لوقا/۲۴/۴۹) و اعمال رسولان (۸/۱) تا بعد از رفتن آن حضرت، مردم را به درستی تعلیم دهند. و حواریون نیز چنین کردند و علی‌رغم مخالفت کاهنان یهود، در معبد حاضر می‌شدند و مردم را تعلیم می‌دادند

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۱۳

(اعمال ۴/ ۲۰). در موارد دیگری مطالب در باره تعلیم و آگاهی بخش به حواریون و مردم مشاهده می شود (ر.ک: متی/ ۱۹ و ۶۰، ۴۱: ۶۹، ۲۱)

### ۳.۳. حکمت

«حکمت» در امر هدایت و تبلیغ یکی از اصول ارزشمندی است که قرآن کریم در کنار «موعظه» و «مجادله» مورد توجه قرار داده است: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ» (نحل/ ۱۲۵)؛ با حکمت و اندرز نیکو، به راه پروردگارت دعوت نما! و با آنها به روشی که نیکوتر است، استدلال و مناظره کن» حکمت "به معنی علم و دانش و منطق و استدلال است، و در اصل به معنی منع آمده و از آنجا که علم و دانش و منطق و استدلال مانع از فساد و انحراف است به آن حکمت گفته می شود (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۱۱، ۴۵۵). در میان مفسران درباره حقیقت حکمت، دو دیدگاه وجود دارد: مشهور مفسران حکمت را به معنای حجت، معرفت، کلام صواب و سخن استوار گرفته اند. و بر این باورند که حکمت ناظر به محتواست یعنی سخنی است که بر اساس دلیل، برهان و مبانی منطقی و معقول باشد. (زمخشری، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۶۴۴، طباطبایی، ۱۴۰۷، ج ۱۲، ص ۳۷۱، مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۱۱، ص ۴۵۵). برخی دیگر از مفسران از جمله سید قطب حکمت را ناظر به محتوا ندانسته اند، بلکه ناظر به شیوه تبلیغ می دانند بدین معنی که در راه دعوت و تبلیغ باید راه حکمت را پیمود و هر چیزی را سر جای خود نهاده و مقتضیات را منظور داشت و مطابق با مقتضای حال عمل کرد (سید قطب، ۱۴۱۲ ج ۵ ص ۲۹۲) به نظر می رسد، بین دو دیدگاه منافاتی وجود ندارد و شامل حکمت در محتوا و نیز برهان و حکمت در شیوه تبلیغ و حکمت در رعایت حال مخاطبین و مقتضای حال است زیرا آیات فراوانی (یس/ ۲، یونس/ ۲، زخرف/ ۴، ه بقره/ ۱۵۱، آل عمران/ ۵۸ و جمعه/ ۲) «حکمت و حکیم» را از اوصاف قرآن بیان نموده اند: از این مطلب استفاده می شود که حکمت قرآن منحصر به براهین منطقی و فلسفی نیست، بلکه عمومیت دارد و شامل هر دو قسم از حکمت - حکمت به معنای برهان و استدلال و حکمت در رعایت حال مخاطبین و مقتضای حال - می باشد. بر این اساس، روش های «برهان و استدلال» و «رعایت مقتضای حال» برای اصل حکمت پیشنهاد می گردد:

### ۱.۳.۳ روش «برهان و استدلال»

این روش از روش‌هایی است که قرآن کریم در شیوه تبلیغی خود به کار برده و براهین منطقی علمی در سطوح مختلف برای مسائل گوناگونی آورده است و در موارد فراوانی مخالفان را دعوت به اقامه برهان و استدلال نموده است: «قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ» (بقره/۱۱۱، انبیاء/۲۴، نمل/۶۴ و ...). ای پیامبر! بگو اگر راست می‌گویید، برهانتان را بیاورید. در مواردی هم به شبهات کفار، منافقین و اهل کتاب پرداخته و با براهین فلسفی به آنها پاسخ داده است؛ چنانکه درباره وجود خداوند می‌فرماید: «أَمْ خُلِقُوا مِنْ غَيْرِ شَيْءٍ أَمْ هُمُ الْخَالِقُونَ» (طور، ۳۵-). آیا آنها بی هیچ آفریده شده‌اند، یا خود خالق خویشند؟! این عبارت کوتاه در حقیقت اشاره به برهان معروف علیت است که در فلسفه و کلام برای اثبات وجود خداوند آمده است (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ۲۲، ص ۴۵۲ - ۴۵۴). و گاهی نیز با بیان فلسفه و چرایی احکام، انسان‌ها را برای عمل به احکام آماده می‌سازد چنانکه نماز را یاد خدا، موجب دوری از منکرات و انحرافات اخلاقی و اجتماعی بیان می‌کند: «وَأَقِمِ الصَّلَاةَ إِنَّ الصَّلَاةَ تَنْهَى عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَلَذِكْرِ اللَّهِ أَكْبَرُ» (عنکبوت/۴۵)؛ نماز را پیادار که نماز انسان را از زشتی‌ها و گناه باز می‌دارد و یاد خدا بزرگتر است. و حکمت روزه را فلاح و رستگاری از زندان طبیعت و مادیت و غرائز حیوانی می‌شمرد: «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا كُتِبَ عَلَيْكُمُ الصِّيَامُ كَمَا كُتِبَ عَلَى الَّذِينَ مِن قَبْلِكُمْ لَعَلَّكُمْ تَتَّقُونَ» (بقره/۱۸۳)؛ روزه بر شما نوشته شده، همان‌گونه که به کسانی که قبل از شما بودند، نوشته شده شاید پرهیزگار شوید. و فلسفه زکات و صدقات را طهارت مال، طهارت جسم و روح و تزکیه نفس در سایه بذل، ایثار و ... می‌داند: «خُذْ مِنْ أَمْوَالِهِمْ صَدَقَةً تُطَهِّرُهُمْ وَتُزَكِّيهِمْ بِهَا» (بقره/۱۰۳)، از اموال آنها صدقه‌ای (زکاتی) بگیر (تا به وسیله آن) آنها را پاک‌سازی و پرورش دهی»

### ۲.۳.۳ مخاطب شناسی

با دقت در روش‌های تبلیغی قرآن کریم نمونه‌های فراوانی را می‌بایم که با مردم به اندازه عقل‌شان سخن گفته و روش مخاطب شناسی را رعایت کرده است. همانند؛ آیاتی که در مکه نازل شده است فقط خطوط کلی جهان بینی، توحید و مسایل اخلاقی را مطرح کرده و به احکام دشوار فرا نخوانده است و بسیاری از احکام دشوار بعد از هجرت رسول

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۱۵

خدا(ص) از مکه به مدینه نازل شده یعنی وقتی فکرها واندیشه ها عوض شد و جهان بینی الحادی به جهان بینی توحیدی تبدیل شد آنگاه به احکام سخت و دشوار فرا خواند(جوادی آملی ، ۷:۸، ۱۳۷۱-۹). یا آیات مربوط به حرمت شراب و قمار با توجه به شیوه مخاطب شناسی و رعایت مقتضای حال، نازل شده است. که در چند مرحله، شراب را حرام می نماید(ر.ک:نحل/۶۷، بقره/۲۱۹/نساء/۴۳،مائده/۹۱.و شریفی ، ۱۳۹۰ ، ۲۶۰).

### ۳.۳.۳ به کارگیری قدرت تعقل و خردورزی

عقل والاترین گوهر وجود آدمی و منشأ صلاح و سامان و خیر و خوبی است. از این رو بیشترین روش تبلیغی باید در این جهت باشد که این گوهر والا به درستی شکوفا گردد. در آیات ۱۷ و ۱۸ سوره زمر می خوانیم «فَبَشِّرْ عِبَادِ الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ؛ بندگان من را نوید بده، آنان که سخنان را استماع می کنند و بعد از نیکوترین آنها پیروی می کنند، آنها را هدایت یافتگان خدا و آنانند صاحبان عقل».

حکمت در عهد جدید در معانی مختلفی همانند؛ تبلیغ دین، قدرت بیان و استدلال در مباحث الهیاتی به کار رفته است. چنانکه حضرت عیسی (ع) به شاگردان خود در انجام مأموریت در تبلیغ ملکوت خداوند چنین سفارش می کند «مثل مار هوشیار(حکیم) باشید و مثل کبوتر بی آزار (متی / ۱۰:۱۶) در این کلام حکمت با تبلیغ و بشارت منجی گره خورده است. نیز گفته شده است که حواری حکیم باید در تبلیغ هوشیار، محتاط و دانا باشد (متی / ۱۰: ۲۶)

و نیز حکمت در لوقا به معنای قدرت بیان و استدلال در مباحث الهیاتی آمده است و نیز آمده است که از طرف خود عیسی (ع) به شاگردانش بخشیده می شود ، هوشیاری و آماده بودن برای ظهور از دیگر معانی حکیم است. عیسی (ع) در نمونه دیگر از تفاوت حکیم و غیر حکیم (شریر) اشاره کرد و با اصطلاح غلام حکیم و غلام شریر تفاوت حکمت و حماقت را در انجام درست رسالت و مأموریت شاگردان بیان می کند: شاگرد بایست ایمان داران را تقویت کنند و برای ظهور دوباره مسیح هوشیار و آماده باشند(متی/۲۴:۴۵-۴۷) ولی غلامان احمق از چنین حکمی غفلت می کنند و آن حماقتی است که ثمره آن بدی

و ظلم است و عذاب و رنج در پی خ. اهد داشت (متی/۴۸:۲۴-۵۱ و متی / ۱۲-۲۵).  
لوقا، ۴۲، ۱۳۲).

بنابراین درک و تبیین نبوت و نیز فهم و آمادگی برای ظهور، نیازمند حکمت است.

#### ۴. روش های تبلیغی عاطفی قرآن و عهد جدید

مراد از روش های عاطفی، روش هایی است که مبلغ می خواهد با کاربست آنها از عواطف و گرایش های روحی و روانی افراد جهت هدایت افراد و رشد مطلوب شان استفاده نماید. قرآن کریم با استفاده از این روش ها توانست به تبلیغ دین و هدایت افراد بپردازد که مهم ترین آنها عبارتند از:

#### ۱.۴ محبت و مهرورزی

یکی از بهترین و مؤثرین روش های تبلیغی، اظهار محبت به مخاطب است. محبت سر منشأ تربیت نفس ها و نرم شدن دل های سخت است، زیرا با هیچ چیز دیگر مانند محبت نمی توان در دل آدمیان را برد و دل ایشان را به دست آورد و آنان را از سرکشی و نادرستی و پلیدی باز داشت و به بندگی و راستی و درستی واداشت. محبت عامل مهمی در سلامت روحی و اعتدال روانی انسان است. استواری شخصیت و سلامت رفتار آدمی تا اندازه زیادی به محبتی بستگی دارد که در زندگی می بیند. (حکیم، ۱۴۱۷، ص ۱۲۳)

قرآن کریم وقتی از پیامبران الهی یاد می کند آن ها را « برادر» قوم شان معرفی می کند. از جمله درباره حضرت هود(ع) می فرماید « وَإِلَىٰ عَادٍ أَخَاهُمْ هُودًا (اعراف/۶۵)؛ ما به سوی قوم عاد برادرشان هود را فرستادیم.»

خداوند خود در موضع تبلیغ، این روش را به کار بسته است. نمونه ای از این گونه اظهار محبت را در باره ی موسی (ع) ملاحظه می کنیم:

«وَأَلْقَيْتُ عَلَيْكَ مَحَبَّةً مِّنِّي وَلِتُصْنَعَ عَلَىٰ عَيْنِي (طه / ۳۹) و من محبت خویش را شامل

حال تو کردم تا تحت نظر من ساخته شوی.»

در عهد جدید به کارگیری روش محبت و مهرورزی بسیار تأکید شده است. چنانچه در مورد همسایه چنین آمده است: «به محبت یکدیگر نگاه کنید، یعنی در این که همسایه خود



روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۱۷

را چون خویشتن محبت نما(غلاطیان/ ۱۳:۵-۱۴). و نیز در باره دشمنان بسیار تأکید شده است «شنیده اید که گفته شده است همسایه خود را محبت نمایید و بادشمن خود عداوت کن اما به شما می گویم که دشمنان خود را محبت نمایید و برای لعن کنندگان خود برکت بطلبید (متی / ۴۳:۵-۴۴)

## ۲.۴ موعظه حسنه

موعظه عبارت است از سفارش به تقوا و ترغیب به طاعت ها و پرهیز از گناهان و برحذر داشتن از این که کسی فریب دنیا خورده و به زر و زیور آن دل نبندد» (طریحی، ۱۳۶۲ ج ۶: ۲۹)

واعظ در درجه اول خداوند است: «إِنَّ اللَّهَ نِعْمًا يَعِظُكُمْ بِهِ» (نساء، آیه ۵۸)؛ خداوند پند و اندرزهای خوب به شما می دهد. و سپس این منصب را به رسول مکرمش (ص) نسبت می دهد: «قُلْ إِنَّمَا أَعْظُمُكُمْ بِوَاحِدَةٍ (سبأ/ ۴۶)؛ بگو ای پیامبر! شما را تنها به یک چیز اندرز می دهم». «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ (نحل/ ۱۲۸)؛ با حکمت و پند نیکو مردم را به سوی پروردگارت بخوان». خداوند سبحان قرآن کریم را به عنوان موعظه الهی معرفی کرده است: «يَا أَيُّهَا النَّاسُ قَدْ جَاءَكُمْ مَوْعِظَةٌ مِّن رَّبِّكُمْ وَشِفَاءٌ لِّمَا فِي الصُّدُورِ وَهُدًى وَرَحْمَةٌ لِّلْمُؤْمِنِينَ (يونس / ۵۷)؛ ای مردم! اندرزی از سوی پروردگارتان برای شما آمده است و درمانی برای آنچه در سینه هاست و هدایت و رحمتی است برای مؤمنان». «هَذَا بَيَانٌ لِّلنَّاسِ وَهُدًى وَمَوْعِظَةٌ لِّلْمُتَّقِينَ (آل عمران/ ۱۳۸)؛ این بیانی است برای [عموم] مردم هدایت و اندرزی است برای پرهیزگاران». و زمانی هم که می خواهد حکم شرعی را بیان کند، ابتدا در قالب نصیحت و موعظه، زیان ها و فایده ها را مقایسه نموده و آنگاه حکم شرعی و جواب یا حرمت را بیان می کند. چنانکه درباره حرمت شراب و قمار، روش موعظه ای را بکار برده است ( طباطبایی، ۱۴۰۷، ج ۶: ۱۲۲). در بسیاری از آیات انسان ها را دعوت به تفکر و تعقل نموده است و از این طریق درباره امور گوناگون از قبیل توحید، نبوت، معاد و ... پند و اندرز می دهد و از خواب غفلت بیدارشان می کند: «\* قُلْ إِنَّمَا أَعْظُمُكُمْ بِوَاحِدَةٍ أَنْ تَقُومُوا لِلَّهِ مَشْنَى وَفُرَادَى ثُمَّ تَتَفَكَّرُوا مَا بِصَاحِبِكُمْ مِّن جِنَّةٍ إِنْ هُوَ إِلَّا نَذِيرٌ لَّكُمْ بَيْنَ يَدَيْ عَذَابٍ شَدِيدٍ (سبأ/ ۴۶)؛ بگو من به شما فقط

یک نصیحت می‌کنم و آن این که برای خدا، دو به دو، یا تنها بایستید و بیندیشید که پیام‌آور شما دستخوش جنون نشده است و از عذاب سخت‌شما را بر حذر می‌دارد». در عهد جدید نیز به موعظه تأکید شده است طبق نقلی حضرت عیسی همواره نسبت به تبلیغ امور دینی پیروان خویش را تشویق نموده است: «پس دوازده شاگرد خود را طلبد. به ایشان قوت و قدرت بر جمیع دیوها و شفادادن امراض، عطا نمود و ایشان را فرستاد تا به ملکوت خدا موعظه کنند و مریضان را صحت بخشند» (لوقا/ ۹: ۱-۲)

در انجیل لوقا چنین می‌خوانیم: «... او (عیسی) در هر شهری و دهی گشته، موعظه می‌نمود و به ملکوت خدا بشارت می‌داد و آن دوازده با وی بودند» (لوقا، ۸: ۱)

### ۳.۴ روش تبشیر و انذار

واژه شناسان و همچنین عالمان تفسیر، «انذار» را بیم دادن و آنچه مردم را در مورد عواقب سوء رفتارشان آگاه می‌سازد، و «تبشیر» را آگاهی دادن یا نوید دادن مردم نسبت به پاداش و پیامدهای خوشایند رفتار تعریف می‌کنند (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲)، ص ۴۸؛ طبرسی، ۱۳۷۲، ج ۱، ص ۴۲؛ طباطبایی، ۱۴۰۷، ج ۲، ص ۱۲۷).

قرآن کریم در وصف انبیای الهی می‌فرماید: «فَبَعَثَ اللَّهُ النَّبِيِّينَ مُبَشِّرِينَ وَ مُنْذِرِينَ (بقره، ۲۱۳)؛ خداوند پیامبران را نویددهنده و بیم دهنده برانگیخت». و نیز می‌فرماید: «وَمَا نُرْسِلُ الْمُرْسَلِينَ إِلَّا مُبَشِّرِينَ وَ مُنْذِرِينَ (بقره ۲۳۱)؛ ما انبیا را نفرستادیم، مگر در حالی که نویددهنده و بیم دهنده بودند»

در این آیه، واژه «مبشرین» پیش از «منذرین» آمده است؛ زیرا تبشیر بسان پیشگیری از بیماری است، در حالی که انذار همانند درمان بیماری پس از وقوع آن است. بی تردید همیشه، تبشیر و پیشگیری قبل از درمان ایفای نقش می‌کند. (فخرالدین رازی، ۱۴۲۰ق، ج ۶، ص ۱۴)

روش انذار آنچنان اهمیت دارد که خدایتعالی، پیامبر(ص) را منذر معرفی کرده است (رعد/۷).

در عهد جدید نیز بشارت کاربرد فراوان دارد و اساس کار مسیح (ع) را تبشیر می‌داند: «خوش به حال مسکینان در روح، زیرا ملکوت آسمان از آن ایشان است، خوش به

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۱۹

حال ماتمیان زیرا ایشان تسلی خواهند شد» (متی/۵: ۳-۵). در جای دیگر آمده است: «پس زبردست زورآور خدا فروتنی نمائید تا شما را در وقت معین سرافراز نماید» (اول پطرس/۶۵). در انجیل مرقس آمده است: «بشارت می داد در مجمع های ایشان در تمام جلیل» (مرقس /۴: ۱)

و نیز از روش انذار هم در عهد جدید در موارد متعددی استفاده شده است از جمله: «وای بر شما ای دولتمردان، زیرا که تسلی خود را یافته اید وای بر شما ای سیرشدگان، زیرا که گرسنه خواهید شد. وای بر شما که الان خندانید، زیرا که ماتم و گریه خواهید کرد» (لوقا/۲۵: ۶ و ۲۶)

#### ۴.۴ الگویی

یکی از روش های تبلیغی، که از نظر روانی می تواند تأثیر زیادی داشته باشد، روش اسوه سازی و معرفی الگوی خوب و بد است. این روش در قرآن کریم، مورد استفاده قرار گرفته است؛ گاهی صریحاً حضرت محمد (ص) و حضرت ابراهیم (ع) را به عنوان بهترین الگوها معرفی می کند:

"لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ (احزاب / ۲۱)؛ مسلماً برای شما در زندگی رسول خدا سرمشق نیکویی بود"

و درباره حضرت ابراهیم (ع) می فرماید: «قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ (ممتحنه / ۴)؛ برای شما سرمشق خوبی در زندگی ابراهیم و کسانی که با او بودند وجود داشت»

و گاهی نیز بدون چنین تصریحی، اسوه های دیگر همانند؛ حضرت ایوب (ع) (انبیا/۸۲)، حضرت یونس (انبیا/۸۳) را معرفی می کند.

در عهد جدید این روش نیز مورد استفاده قرار گرفته است که فقط حضرت عیسی (ع) بهترین الگو به مردم معرفی کرده است: «سرمشق شما مسیح است که در راه شما زحمت کشیده، پس را او را ادامه دهید (اول پطرس/۲: ۲۱)

## ۵. روش های تبلیغی رفتاری قرآن و عهد جدید

روش های رفتاری، روش هایی هستند که مستقیماً با رفتار مخاطبان سر و کار دارد و مبلّغ می خواهد با استفاده از این روش ها، ضمن تغییر و اصلاح رفتارهای نامناسب، رفتارهای مطلوب را در وی ایجاد و تثبیت نماید. مهم ترین روش های تبلیغی رفتاری در قرآن کریم عبارتند از:

### ۱.۵ مجادله به احسن

مجادله در لغت به معنای پیچاندن طناب است و سپس به پیچاندن طرف مقابل و گفتگو برای غلبه بر او به کار رفته است. به عبارت دیگر، سخن گفتن از طریق نزاع و غلبه جویی را مجادله گویند (راغب اصفهانی، ۱۴۱۲، ص ۷۸). از موارد استعمال لفظ جدال به خوبی استفاده می شود که دارای مفهوم وسیعی است که هر نوع بحث و گفتگوی طرفین را شامل می شود خواه به حق باشد یا باطل. مجادله بر سه قسم است:

۱. مجادله ی احسن ۲. مجادله ی حسن ۳. مجادله غیر حسن (بد)

از آنجا که اساس شیوه تبلیغی قرآن «بلاغ مبین»، واقع نگری و حقیقت نگری است، مجادله به غیر حسن را تجویز ننموده و شیوه مجادله احسن و مجادله حسن را به کار برده است. قرآن کریم با روش های ذیل اصل مجادله به احسن را در شیوه تبلیغی خود به کار برده است:

### ۱.۱.۵ روش مناظره (بحث آزاد)

یکی از روش های تبلیغی رهبران و پیامبران الهی در برخورد با مخالفان، بحث آزاد و منطقی بوده است که نمونه بارز آن گفتگوی حضرت ابراهیم (ع) و دلایل دندان شکن او در برابر «نمرود» است و نیز احتجاج حضرت موسی (ع) در برابر «فرعون» که قرآن این گفتگو و مناظره را در آیه ۴۷ تا ۵۴ سوره عنکبوت بیان کرده است (مکارم شیرازی و همکاران، ۱۳۷۴، ج ۱۶، ص ۳۰۰).

### ۲.۱.۵ روش همراهی

گاهی برای روشن شدن حقیقت و رسیدن به هدف باید در ظاهر تسلیم طرف مقابل شد و اندک اندک ذهن او را برای قبول آن آماده ساخت. اگر مبلغ بخواهد در ابتدا بدون آمادگی مخاطب وی را به سوی حقیقت فراخواند، ممکن است با عکس العمل مواجه شود. بر این اساس، قرآن در مجادلات خود، روش همراهی را به کار برده است که نمونه بارز آن در مجادلات حضرت ابراهیم (ع) با ستاره پرستان است که در آغاز با آنها همراهی می‌کند و سرانجام عقیده خود را بیان کند و پیام خویش را اعلام می‌کند (آل عمران/ ۷۸ - ۷۶)

### ۳.۱.۵ روش مقایسه‌ای

در این روش مبلغ نوعی فرضیه سازی می‌کند و برای رسیدن به هدف، راه‌هایی را در مجادله پیشنهاد می‌کند و انتخاب یکی از این راه‌ها را به مخاطب خویش واگذار می‌کند و چون مخاطب با فکر و اختیار خویش یکی از راه‌ها را بر می‌گزیند، دلیل گوینده آسان‌تر و راحت‌تر در او اثر می‌بخشد. قرآن کریم از این روش بسیار استفاده نموده است: «يَا صَاحِبِ السُّجُنِ ءَ أَرْبَابٌ مُتَفَرِّقُونَ خَيْرٌ أَمْ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ (یوسف/ ۳۹)؛ ای هم بندیهایی من آیا خدایان متعدد بهتر است یا خدای یگانه قهار». در این آیه بین یگانگی خدا و تعدد خدایان دروغین مقایسه شده و توحید را اثبات می‌نماید. «وَمَا يَسْتَوِي الْأَعْمَىٰ وَالْبَصِيرُ وَلَا الظُّلُمَاتُ وَلَا النُّورُ وَلَا الظُّلُّ وَلَا الْحُرُورُ (فاطر/ ۱۹-۲۱)؛ و هرگز (کافر تاریکدل) کور و (مؤمن روشن روان) بینا، یکسان نیستند و هیچ ظلمتی با نور مساوی نخواهد بود و هرگز آفتاب و سایه هم‌رتبه نباشند». در این آیه بین تاریکی‌ها و نور، و مقام کافر و مؤمن مقایسه شده است.

### ۴.۱.۵ روش پرسش و پاسخ

یکی از روش‌های تبلیغ، پرسش و پاسخ است و قرآن کریم در بسیاری از موارد برای اثبات حقایق مهمی نظیر توحید، نفی شرک، معاد و ... در شیوه تبلیغی خود این روش را به کار برده است که بهترین نمونه آن حدیثی است که امام صادق (ع) به آن اشاره کرده و می‌فرماید: «مجادله به احسن همانند مطلبی است که در آخر سوره یس در مورد منکران معاد آمده است: هنگامی که استخوان پوسیده را در مقابل پیامبر (ص) آوردند و سؤال کردند که چه کسی قدرت زنده کردن آن را دارد؟ در پاسخ فرمودند: «قُلْ يَحْيِيهَا الَّذِي أَنشَأَهَا أَوَّلَ

مَرَّةً وَ هُوَ بِكُلِّ خَلْقٍ عَلِيمٌ (یس، ۷۹)؛ همان خدایی که روز نخست آن را آفریده، دوباره زنده می‌کند (عروسی حویزی، ۱۴۱۵ق، ج ۴: ۳۹۴) عهد جدید نیز از جدال غیر احسن نهی می‌نماید. می‌خوانیم: «با هیچ کس جر و بحث نکنید تا آنجا که ممکن است با مردم در صلح و صفا به سر برید». (رومان / ۱۲: ۱۸) در کتابی دیگر آمده است: و کسی که قبول نکند قول شما را و نشنود کلام شما را بیرون آی از خانه یا شهر و بیفشانید گرد را از پاهای خود. (متی / ۱۰: ۲۶) ناگفته نماند گرچه حضرت عیسی (ع) از جدال احسن در روش‌های تبلیغی خود استقبال نموده ولیکن در موارد فراوانی در عهد جدید قصه‌های مجادلات حضرت مسیح با فریسیان نیز ذکر شده است. (ر.ک: متی / ۱۵: ۴۵)

## ۲.۵ فریضه‌سازی

خدای سبحان برای سپردن وظیفه به انسان‌ها ایشان را به انجام واجبات و فرایضی ملزم کرده است. این فریضه‌ها دارای قلمروی بسیار وسیعی است که تمامی ابعاد زندگی فردی و اجتماعی انسان را شامل می‌گردد همانند: نماز (بقره / ۴۳)، روزه (بقره / ۱۸۳)، جهاد (مائده / ۳۵) امر به معروف و نهی از منکر (آل عمران / ۱۰۴)، قصاص (بقره / ۱۷۸) ی، زکات (توبه / ۶۰) و.....

ولی در عهد جدید در زمینه فرضیه و شریعت باید از دو زاویه سخن گفت، نخست از زبان حضرت عیسی (ع)، دیگر از زبان رسولان. از زبان حضرت عیسی (ع)، آنحضرت تابع شریعت تورات بوده و به شریعت پایبند بوده و عمل می‌کرده است و به دیگران نیز سفارش به شریعت می‌کرده است: «کسی که عمل می‌کند برای رضای پدر من که در آسمان‌هاست داخل می‌شود در ملکوت آسمان‌ها.» (متی / ۷: ۱۴) یا پیرامون نماز و روزه از لسان مبارک حضرت عیسی (ع) چنین نقل شده است: «هرگاه نماز می‌گذارید پس نباشید همچون ریاکاران لیکن روزه بدار برای پدر خود که پنهان است.» (متی / ۶: ۲۵) به دنبال امتثال همین فریضه‌هاست که آدمیان مسیر سعادت را پیدا کرده و دنبال می‌نمایند.

ولی از زبان رسولان از جمله پولس که مسیحیت امروز از آن تأثیر پذیرند. معتقدند که شریعت در دین مسیح وجود ندارد و بآمدن مسیح دوران شریعت به پایان رسیده است (ر.ک: نامه به گلتیان / ۷-۸ و ۱۳)

### ۳.۵ قصه گویی

داستان سرایی و قصه گویی یکی از عناصر مهم قرآنی است و خداوند بسیاری از آموزه‌های تربیتی و اخلاقی را در قالب آن بیان کرده است. نام بسیاری از سوره‌های قرآن نیز از عناصر داستان‌هایی گرفته شده است که براساس اتفاقات تاریخی به وجود آمده‌اند. در تقسیم بندی سوره‌های قرآن براساس محتوا و مضمون، سوره‌های تاریخی بخش مهمی از قرآن را تشکیل می‌دهند، سوره‌هایی که در باره‌ی اتفاقات تاریخی و سرگذشت پیشینیان سخن می‌گویند. اهمیت داستان سرایی و قصه گویی آنقدر بالا است که حتی خداوند در قرآن کریم از آن به عنوان یکی از عوامل مهم در تربیت افراد از آن یاد می‌کند که چگونه قصه و داستان می‌تواند به عنوان یکی از عوامل مهم در تربیت افراد از آن استفاده کرد به همین دلیل است که در قرآن خداوند قصه ها و داستان های زیادی از پیامبران خود را آورده است تا افراد از آنها عبرت بگیرند .

روش قصه گویی در عهد جدید نیز کاربرد داشته است و حضرت عیسی (ع) بسیاری از تعالیم را در قالب قصه برای مردم بیان می‌کرده است. در جاهایی از عهد جدید، داستان حضرت دواد (ع)، سلیمان (ع)، یونس (ع)، نوح (ع) توسط حضرت عیسی (ع) بیان شده است (ر.ک: متی / ۱۲: ۳۳، ۳۶ و ۲۴: ۷۹ و ۱۲: ۱۲، ۱۳ و ۱۴)

### ۶. شباهت ها و تفاوت‌های روش‌های تبلیغی قرآن و عهد جدید

نگاهی به آیات قرآن و اناجیل اربعه معلوم می‌کند که هم جهات موافق و هم تفاوت میان روش‌های تبلیغی قرآن و عهد جدید وجود دارد.

#### ۱.۶ شباهت ها و تفاوت ها در روش های شناختی

۱. قرآن کریم و عهد جدید در روش شناختی؛ تبیین باورها و اعتقادات در ابعاد؛ نبوت و معاد با هم شباهت دارند ولی در زمینه توحید با هم تفاوت بنیادی دارند. و نیز در روش‌های، افزایش سطح علم و آگاهی افراد جامعه و حکمت تا حدودی با هم شباهت دارند

### ۲.۶ شباهت ها و تفاوت ها در روش های عاطفی

قرآن کریم و عهد جدید در روش های عاطفی محبت و مهرورزی، الگویی و تبشیر و انذار با هم تفاوت بنیادی دارند. چرا که عهد جدید محبت و مهرورزی را با رویکرد افراطی و در زمینه الگویی و تبشیر فقط حضرت عیسی (ع) را به عنوان الگو و مبشر معرفی می کند در حالی که قرآن کریم محبت و مهرورزی را با رویکردی اعتدالی و در زمینه الگویی و بشارت تمام انبیا را به عنوان الگو و مبشر معرفی می کند

### ۳.۶ شباهت ها و تفاوت ها در روش های رفتاری

قرآن و عهد جدید در روش های رفتاری؛ فریضه سازی و مجادله احسن تا حدودی با هم شباهت دارند چرا که اساس و پایه تبلیغ در قرآن مجید شریعت و احکام شرعی می باشد و در این مورد تأکید فراوان دارد و در عهد جدید هرچند از زبان رسولان پایبند به شریعت نبوده اند ولی از زبان حضرت عیسی (ع)، آنحضرت تابع شریعت تورات بوده و به شریعت پایبند بوده و عمل می کرده است و به دیگران نیز سفارش به شریعت می کرده است و لی در زمین قصه گویی باهم تفاوت اساسی دارند گزارش قرآن از روش های تبلیغی گزینشی و با هدف است به این معنا که هر روش تبلیغی ناظر به صحنه ای خاص از یک جریان مهم تاریخی است ولیکن روش تبلیغی عهد جدید پر از اطلاع گویی و تفصیلی است و کوشش شده است تا همه جریان نقل و گزارش شود. این تفاوت در رویکرد باعث می شود که قرآن در گزارش روش های تبلیغی به صورت کلی سخن گوید ولیکن عهد جدید بالعکس به جزئیات حوادث و ریز و درشت آن، چه سودمند و چه بی فایده پرداخته است. برای نمونه بهشت آدم از لحاظ جغرافیایی نیز مشخص شده و درخت ممنوعه نیز به آن اشاره شده است که درخت معرفت به خوبی و بدی است. (همان، فصل دوم/ ۹-۱۸). ولیکن در قرآن ارائه این جریان بدین شکل نیست و در هر دو مورد به صورت گزینشی و کلی و تفصیلی به آن اشاره نشده است: «وَقُلْنَا يَا آدَمُ اسْكُنْ أَنْتَ وَزَوْجُكَ الْجَنَّةَ وَكُلَا مِنْهَا رَغَدًا حَيْثُ شِئْتُمَا وَلَا تَقْرَبَا هَذِهِ الشَّجَرَةَ فَتَكُونَا مِنَ الظَّالِمِينَ» (بقره/۳۵)



## ۷. بحث و نتیجه گیری

روش های تبلیغی قرآن کریم و عهد جدید در یک تقسیم بندی کلی به روش های تبلیغی؛ شناختی، عاطفی و رفتاری تقسیم می شوند تبیین جهان بینی و باورها، افزایش علم و آگاهی افراد جامعه و حکمت از مهم ترین روش های شناختی و محبت و مهرورزی، موعظه حسنه و انذار و تبشیر از مهم ترین روش های عاطفی و مجادله به احسن، فریضه سازی و قصه گویی از مهم ترین روش های رفتاری روش های تبلیغی قرآن و عهد جدید می باشند.

۲. قرآن و عهد جدید در روش شناختی باورها و اعتقادات در زمینه نبوت و معاد تا حدودی با هم شباهت دارند ولی در زمینه توحید و یکتا پرستی با هم تفاوت بنیادی دارند چراکه عهد جدید تثلیث (اب، ابن و روح القدس) را بیان می کند و قرآن کریم ذات خدا یکی می داند و با تثلیث به شدت مخالفت می کند. و نیز در روش های شناختی حکمت و علم افزایی تا حدودی با هم شباهت دارند.

۳. قرآن کریم و عهد جدید در روش های عاطفی؛ محبت، الگویی و تبشیر باهم تفاوت بنیادی دارند. عهد جدید محبت و مهرورزی را با رویکرد افراطی و در زمینه الگویی و تبشیر فقط حضرت عیسی (ع) را به عنوان الگو و مبشر معرفی می کند در حالی که قرآن کریم محبت و مهرورزی را با رویکردی اعتدالی و در زمینه الگویی و بشارت تمام انبیا را به عنوان الگو و مبشر معرفی می کند. ولی در روش موعظه تا حدودی با هم شباهت دارند

۴. قرآن و عهد جدید در روش های رفتاری؛ مجادله احسن و فریضه سازی تا حدودی با هم شباهت دارند ولی در زمینه قصه گویی تا حدودی با هم تفاوت اساسی دارند...

## کتابنامه

- قرآن کریم، ترجمه مکارم شیرازی، ناصر، (۱۳۸۰). تهران: دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی، کتاب مقدس، ترجمه فاضل خان همدانی (۱۳۸۰)، تهران، اساطیر
- ابولمجد، سید نوفل (بی تا)، اسالیب الدعوه فی القرآن الکریم، مدینه منوره، مجله الجامعه الاسلامیه بالمدينه المنوره
- احمد غلوش، احمد (۲۰۰۵م)، الدعوه الاسلامیه و وسائلها، قاهره، مؤسسه الرساله، ۲۰۰۵ م

- اسکافی، محمدبن عبدالله (۱۳۷۴)، الموازنه و المعیار، تحقیق محمد باقر محمودی، تهران، نشر نی، توفیقی، حسین (۱۳۸۲)، آشنایی با ادیان بزرگ، تهران سمت
- حکیم، محمد باقر (۱۴۱۷ هـ)، علوم القرآن، قم، مجمع الفکر الاسلامی، جوادی آملی، عبدالله (۱۳۹۰)، تفسیر انسان به انسان، قم، اسراء
- \_\_\_\_\_ (۱۳۹۳ش)، توحید در قرآن (تفسیر موضوعی قرآن) چاپ هفتم، قم، نشر اسراء،
- \_\_\_\_\_ (۱۳۷۱)، مجله معرفت، شماره ۷، ص ۸
- خلف تبریزی، محمد حسین، (۱۳۵۶)، برهان قاطع، تهران، امیرکبیر
- دهخدا، علی اکبر، (۱۳۷۳)، لغت نامه دهخدا، چاپ دوم، تهران، دانشگاه تهران
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد، (۱۴۱۲ق)، المفردات فی غریب القرآن، تحقیق عدنان داودی، چاپ اول، دمشق بیروت، دارالعلم الشامیه
- رشید رضا، محمد، تفسیر القرآن الکریم (التفسیر المنار) بیروت، دارالمعرفه، ۱۹۹۵م
- رهبر، محمد تقی (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، تهران، مرکز چاپ و نشر سازمان تبلیغات اسلامی
- زمخشری، محمود بن عمر (۱۴۰۷ق)، الکشاف، چاپ سوم، دارالکتاب العربی، بیروت-لبنان، سبحانی، جعفر (۱۳۸۳ش)، منشور جاوید (تفسیر موضوعی قرآن) قم، مؤسسه امام صادق (ع)، زمستان ۱۳۸۳ش
- سیدبن قطب ابراهیم شاذلی (۱۴۲۲ق)، فی الظلال القرآن، چاپ دوازدهم، بیروت- قاهره
- سهیر، آندره، (۱۳۸۸)، روش در علوم اجتماعی، رویکرد رئالیستی، ترجمه عماد افروغ، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
- شریفی، عنایت الله (۱۳۹۰)، اخلاق قرآنی، چاپ اول، قم، مؤسسه انتشارات هجرت
- شهید ثانی، زین الدین (۱۳۰۴ق)، حقائق الایمان، چ سنگی، قم، کتابخانه آیت الله مرعشی
- طباطبایی، سید محمد حسین (۱۴۰۷ق)، المیزان فی تفسیر القرآن، چاپ پنجم، قم، انتشارات جامعه ی مدرسین حوزه علمیه قم،
- طبرسی، فضل بن حسن (۱۳۷۲ش)، مجمع البیان فی تفسیر القرآن، تحقیق محمد جواد بلاغی، چاپ سوم، تهران، انتشارات ناصر خسرو
- طریحی، فخرالدین محمد. (۱۳۷۵). مجمع البحرین. چاپ سوم. تهران: مرتضوی.
- عروسی حویزی، عبد علی بن جمعه (۱۴۱۵ق)، تفسیر نورالثقلین، تحقیق سید هاشم رسولی محلاتی، چاپ چهارم، قم، انتشارات اسماعیلیان
- علی پور، محمد صادق (۱۳۹۸)، معرفت فلسفی، سال هفدهم، شماره دوم، ۶۶

روش های تبلیغی قرآن کریم با تأکید بر ... (عنایت شریفی و مصطفی مرشد سلوک) ۲۷

فخرالدین رازی، محمد بن عمر (۱۴۲۰ق)، مفاتیح الغیب (تفسیر الکبیر)، چاپ سوم، دار احیاء التراث العربی، بیروت،

فضل الله، سید محمد حسین (۱۴۱۸هـ)، الدعوه فی القرآن، لبنان، دارالملاک للطباعه و النشر

قرطبی، محمد بن احمد (۱۳۶۴ق)، الجامع لاحکام القرآن، تهران، ناصر خسرو

کلینی، محمد بن یعقوب (۱۴۰۷ هـ ق)، الکافی، تهران. انتشارات دارالکتاب اسلامیه،

مارودی، ابو الحسن علی بن محمد بن حبیب (۱۲۸۳)، الاحکام السلطانیه، ترجمه حسین صابری، تهران، انتشارات علمی و فرهنگی

محمدری شهری، محمد، (۱۳۹۴)، تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث، ترجمه علی نصیری، چاپ چهارم، قم، مؤسسه علمی و فرهنگی دارالحدیث

مصباح یزدی، محمد تقی (۱۳۹۳ش)، خداشناسی در قرآن، قم، موسسه آموزشی امام خمینی، چاپ سوم،

مصباح یزدی، محمد تقی (۱۴۲۶ق)، دروس فی العقیده الاسلامیه، لبنان، جمعیه المتعارف الاسلامیه الثقافیه

معین، محمد، فرهنگ معین (۱۳۹۰ش)، چاپ ۱۲، تهران، سرایش

مفید، محمد بن محمد (۱۴۱۳ق)، الإفصاح فی الإمامه، قم: کنگره شیخ مفید

مکارم شیرازی و همکاران (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، چاپ اول، دارالکتب الاسلامیه، تهران،