



پژوهش نامه تبلیغ و ارتباطات دینی

سال اول، شماره اول، بهار ۱۴۰۳

الگوی تبلیغی - ارتباطی حضرت ابراهیم علیه السلام

مهدی شفیق^۲

چکیده

فرستادگان الهی، مأمور به تبلیغ بوده‌اند و همواره راهنمایی بشریت را به عهده داشتند. از این رو، شایسته است که رفتار و گفتارهای شان را به‌عنوان الگوی مطلوب قرار داده شود و از شیوه‌های تبلیغی، پیام‌رسانان الهی؛ برای تعمیق و تبیین معارف دینی در جامعه به کار گرفته شود. در نوشته حاضر، از روش تفسیری و تحلیلی، استفاده شده است و هدف از این تحقیق، دستیابی به الگوی تبلیغی - ارتباطی حضرت ابراهیم علیه السلام است که او، یکی از فرستادگان الهی بوده است و در راستای تبیین دین الهی تلاش‌های فراوانی کرده است. از این جهت، شیوه‌های تبلیغی - ارتباطی ایشان، الگوی مناسبی برای طلاب و مبلغان است. استفاده از شیوه‌های تبلیغی و الگو قراردادن حضرت ابراهیم علیه السلام برای مبلغان، می‌تواند در چگونگی ارسال پیام و ارتباط با مخاطبان و بالا بردن سطح اطلاعات علمی و به‌روزرسانی پیام‌های تبلیغی، کمک کند. با این کار می‌تواند از اعتقادات و مقدسات دینی به شکل علمی و منطقی، دفاع کند. با توجه به شخصیت الگوی حضرت ابراهیم علیه السلام و جغرافیای زمانی و مکانی، دوره آغاز تبلیغی ایشان و ویژگی‌های آن دوره، مورد پژوهش قرار گرفته است و می‌توان آن حضرت را الگوی مناسبی؛ هدایت‌گری، توسعه فرهنگی، صلابت تبلیغی، امامت و پیشوایی، مبارزه با بدعت‌ها و خرافات زردایی از فرهنگ عمومی، به‌شمار آورد. تبیین این‌گونه مباحث، راجع به الگوی تبلیغی، ارتباطی، می‌تواند راه رسیدن به اهداف تبلیغی و ارتباط دقیق‌تر با مخاطبان را برای مبلغان، آسان‌تر کند. کلیدواژه: تبلیغ، الگو، ارتباطی، مبلغان و شیوه تبلیغی و حضرت ابراهیم علیه السلام.

۱. تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۹/۲۷

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۱۰/۲۳

۲. دانش‌آموخته سطح چهار جامعه المصطفی العالمیه و عضو انجمن تبلیغ و ارتباطات، مجتمع آموزش عالی علوم انسانی اسلامی. M.shafiq@gmail.com

شفیق، مهدی، الگوی تبلیغی - ارتباطی حضرت ابراهیم (ع)، پژوهش‌نامه تبلیغ و ارتباطات دینی، سال اول، شماره اول، بهار ۱۴۰۳، ص ۱۷۴-۱۵۳.

مقدمه

خداوند تبارک و تعالی پیامبرانی را به سوی انسان‌ها فرستاد؛ تا رسولان الهی، بشر را در مسیر درست زندگی قرار داده و در راه راست هدایت و راهنمایی کند؛ زیرا انسان، در هر زمانی و مکانی نیاز به تعلیم و تربیت دارد و بدون تعلیم و تربیت، نمی‌تواند زندگی سالم و مفید داشته باشد.

غرض از آفرینش به کمال رساندن انسان‌ها است؛ این غرض با فرستادگان الهی جهت راهنمای بشر، به سمت یکتاپرستی و کارهای نیک حاصل می‌گردد، بشر، بدون مبلغ و راهنما در دنیا به سمت مادیات، رفته و غرق در زینت‌هایی آن می‌گردد و معنویات را فراموش کرده، گرفتار نابهنجاری‌های اخلاقی می‌شود، نسبت به هم‌نوع خودش، ظلم و ستم روا می‌دارد، این‌گونه رفتار، در زندگی اجتماعی باعث کشمکش‌ها و درگیری‌های قومی، ملی و مذهبی، می‌گردد و آتش جنگ و نفاق را در میان جامعه بشری، شعله‌ور می‌سازد.

کسانی که از مال و ثروت بیشتر بهره‌مندند و نیروی جنگی بیشتری را در اختیار دارند و بدون توجه به کرامت انسان‌ها و جایگاه آن‌ها را با دیدگاه شخصی و مادی خویش ارزیابی می‌کند، دیگران، از روی ترس و اجبار، از او پیروی می‌کنند شکل گرفتن این نوع زندگی تمام آزادی‌های مدنی انسانی، بشر را به بند، می‌کشاند و هیچ فریادی از آن‌ها شنیده نمی‌شوند مگر این‌که با منافع، سرمایه‌دار سازگار باشند.

درحالی‌که این نوع زندگی مطلوب بشر و در شأن بندگان خدا نیست. پیامبران، برای ایجاد تغییر، در زندگی بشر و محیط سالم برای انسان‌ها و رساندن بشر، به زندگی مطلوب از طرف خداوند مأمور به انجام این کار، گردیدند.

ارسال پیام و بیان معارف الهی، برای مخاطبان، حکایت از فعالیت‌های تبلیغی برای سعادت دنیا و آخرت انسان‌ها دارد؛ یکی از فرستادگان الهی حضرت ابراهیم علیه السلام است که تلاش‌های فراوانی کرد تا مردم را به سوی یکتاپرستی، دعوت کند و شیوه‌های تبلیغی ایشان می‌تواند الگویی برای دیگران باشد، در جهان امروز، بررسی الگویی ارتباطی تبلیغی حضرت ابراهیم علیه السلام به این جهت است که تا مخاطبان، از پیام‌ها و قالب‌های ارائه‌شده آگاه



گردیده و استفاده کند.

معانی واژه‌های اصلی و کاربردی که در بررسی مباحث، نقش محوری را دارد، به صورت دقیق بیان می‌گردد؛ زیرا بدون معانی لغوی و اصطلاحی تبیین و تحلیل روی موضوع تحقیق، امکان‌پذیر نیست و یا این‌که پژوهشی ناقص و کاملی انجام نگرفته است. نوشته حاضر، با استفاده از روش: تفسیری و تحلیلی به این پرسش مهم که الگوی تبلیغی ارتباطی حضرت ابراهیم علیه السلام چیست؟ پاسخ می‌دهد.

در این تحقیق به مفاهیم اصلی را که مرتبط با موضوع است، پرداخته می‌شود تا موضوعات مطرح شده بار علمی خوبی را به همراه داشته باشد، برای ورود به پژوهش علمی این‌گونه مباحث، مقدماتی خواهد بود تا زمینه‌ی باشد برای پاسخ به سؤال اصلی تحقیق.

حضرت ابراهیم علیه السلام، اصالت خانوادگی موحد بودن را داراست و از سوی خداوند متعال، مأموریت یافت تا جامعه و مخاطبان زمان خویش را به یکتاپرستی دعوت کند، ایشان با یک الگوی تبلیغی مناسب قومش را از ظلم و فساد، برحذر داشت و فرصت تفکر و تأمل، برای کسانی که مورد خطاب آن حضرت بود، فراهم کرد؛ بنابراین، در این تحقیق به الگوی ارتباطی و تبلیغی ایشان اشاره می‌شود.

اگرچه درباره انبیاء کتاب‌ها و مقالات فراوانی نوشته شده است و بیشتر آن راجع به داستان و قصص بوده است. ولی شیوه‌های تبلیغی انبیاء کمتر به صورت مستقل و مستقیم مورد بررسی قرار گرفته است و همین‌طور، شیوه‌های تبلیغی حضرت ابراهیم علیه السلام نیز، مورد تحقیق قرار نگرفته است.

فقدان یک تحقیق منسجم با روش تبلیغی ارتباطی، نوشتن این تحقیق با این عنوان قابل بررسی است. به‌ویژه در دنیای امروز که ارتباطات، حرف اول را می‌زند مردم و نسل جوان جامعه اسلامی با تبلیغات مسموم‌کننده موردتهاجم رسانه‌های بیگانه، قرار دارد، به این جهت بیان الگوی تبلیغی، حضرت ابراهیم علیه السلام، در شرایط کنونی می‌تواند، الگوی مناسب برای مقابله با تبلیغات دشمنان اسلام، مورد استفاده قرار بگیرد تا بعضی از آسیب‌هایی که از این ناحیه متوجه مسلمانان است، به مقابله برخاسته و از حریم مقدسات اسلامی به شیوه



مناسب، دفاع کرده و مانع آسیب‌های جدی که از این ناحیه وارد می‌شود، گرفته شود. از آنجایی که تحقیق مستقل، در این زمینه با این موضوع، صورت نگرفته است به این جهت بیان زوایای شخصیت حضرت ابراهیم علیه السلام با رویکرد ارتباطی - تبلیغی، ایجاب می‌کند که تحقیق در این راستا صورت گیرد. تا با شیوه‌های الگوی ارتباطی - تبلیغی، حضرت ابراهیم (ع) معرفت پیدا کرده و با مراجعه به منابع اندک مکتوب و موجود درباره زندگی و تبلیغ حضرت ابراهیم (ع) و با تولید اثر علمی در این زمینه خلأ موجود را جبران کنیم. بنابراین، تحقیق پیش‌رو از این جهت که مبارزه و تبلیغ حضرت ابراهیم علیه السلام را در چارچوب علمی ارتباطات و با اصطلاحات علم ارتباطات، در قالب پیام، ابزار پیام و مخاطبان، مورد بحث و بررسی قرار می‌دهد. جنبه نوآوری و جدید بودن آن را توجیه می‌کند.

چارچوب مفهومی

یکی از بخش‌های که رابطه ناگسستگی در حوزه مطالعات علمی با پژوهش دارد، بیان تعاریف مفاهیم مربوطه است که در واقع تعاریف مفاهیم موضوع، روان‌سازی و ورود، در مباحث موضوع پژوهش است.

۱. الگو (modle یا pattern)

الف) الگو در لغت به معانی گوناگونی به کار می‌رود: مدل، سرمشق، مقتدی، اسوه مثال و نمونه (دهخدا، بی تا: ۷۷)

ب) الگو در اصطلاح عبارت است از شکل گرفتن سازمانی و تجمع نمودن آگاهانه در یک مکان و جای از پیش تعیین شده تا به عنوان مدل، یا راهنمای عمل، در رفتارهای اجتماعی به کار آید. مدل‌سازی یا سرمشق‌گیری «Modeling» برنامه‌گزی‌شده برای الگوهای رفتاری بدنی و کلامی مشهود است، الگوی مورد نظر رفتاری برای تقلید و بررسی عملیاتی می‌شود.

واژه الگو را انسان‌شناسان، حداقل از سال ۱۸۷۱ به اصطلاح چندوجهی تولید و منتشر کرده‌اند. این روند به کارگیری جهت تفهیم و مفاهمه ادامه دارد. بر همین اساس از الگو، گاه در توجه به کیفیت‌های رفتاری، الگوهای آرمانی و گاه در توجه به اصول فرهنگ‌ها یاد شده



است. (کولب، گولد، ۱۳۹۲: ۹۱)

راجع به نسبت الگو و مدل باید گفت که اصطلاح انگلیسی «Pattern» توسط جامعه‌شناسان فرانسوی به صورت «Model» به کار گرفته می‌شود (روشه، ۱۳۷۹: ۴۴) در بسیاری از موارد جامعه‌شناسان، الگو و مدل را در یک معنی قرار داده و استفاده می‌کند. بعضی تفاوت‌های را در راستای به‌کارگیری این دو واژه مورد ارزیابی قرار داده و گفته‌اند که واژه «Model» دارای پیچیدگی مفهومی است «pattern» واژه «Pattern» اکثراً به ترمیم و ساختن رابطه بین عناصر یک واقعیت توجه دارد و مسئله آسان شده‌ای است که مسیر مهمی یک مجموعه اجتماعی و نسبت‌های موجود بین آن‌ها را مشخص می‌کند. (پرهام، ۱۳۴۹: ۲۰۵)

فرایند گزینش رسولان انتخابی خداوند از درون جامعه انسانی از آن‌روست که بتوانند سرمشق، برای امت‌ها باشند، چراکه مهم‌ترین و مؤثرترین بخش تبلیغ و دعوت پیامبران، دعوت‌های عملی آن‌ها است؛ که باید اسوه برای مخاطبان زمان خویش و نسل‌های که بعداً این سیره و الگورا مورد ارزیابی قرار می‌دهند باشد. (مکارم، ۱۳۷۴: ۲۶۳)

میزان اثرگذاری الگوهای عملی بر روحیه و کردار و رفتار انسان‌ها برای همگان، آشکاراست، چون با دیدن کارکرد و رفتار، الگوها و دستاوردهای مثبت و عینی آن، در زندگی فردی و اجتماعی انگیزه و تمایل برای پیروی از آن‌ها در افراد، به وجود می‌آید و فرد تلاش خواهد کرد که برای بهره‌مندی از آن دستاوردهای مثبت، خود را ملزم به پیروی از آن الگوها کند.

از سوی دیگر هرچه سن کم‌تر، باشد بیش‌تر تحت تأثیر الگوها قرار می‌گیرد، پس انتخاب الگوی مناسب، برای خود و فرزندان، بسیار مهم است. البته این بدان معنی نیست که الگوپذیری و الگوخواهی فقط در سنین پایین و تنها در دوران کودکی مورد نیاز است؛ بلکه این نیاز در هر سنی وجود دارد و حتی در میان افراد سال‌خورده برای بهتر سپری کردن این دوره از زندگی‌شان، به الگو و سرمشق، نیاز دارند، اما این نیاز، در بازه سنین ۱۷-۲۹ سال بیش‌تر نمایان است. می‌دانیم که گزینش فرستادگان خدا از میان انسان‌ها از آن‌روست



که می‌توانند الگوی تبلیغی برای مخاطبان، باشند؛ چراکه مهم‌ترین و مؤثرترین بخش تبلیغ و فراخوان پیامبران، ارتباط عملی آن‌ها است آن‌ها اسوه و الگوی تبلیغی نمونه برای انسان‌ها است. (مکارم، ۱۳۶۸: ۱۷)

۲. تبلیغ

الف) تعریف لغوی تبلیغ

تبلیغ در بیان لغت‌شناسان از ماده بلغ «بلغ الشيء يبلغ بلوغاً و بلاغاً» به معنای وصل و انتهی و ابلغه هو إبلاغاً و بلغه تبلیغاً. (ابن منظور، ۱۴۱۰: ۴۱۹)

واژه تبلیغ هرچند در لغت، مفهوم گسترده‌ای دارد. ولی مراد از آن در اینجا رساندن شرع و دین خدا به مردم است که در آیات متعدّد از وظایف اصلی پیامبران، شمرده شده است.

تبلیغ در زبان فارسی برابر واژه «آوازه‌گری» است که ظاهراً اولین بار، ملک‌الشعراى بهار آن را در مقابل واژه «propaganda» به‌کاربرده و آن را معادل واژه عربی تبلیغ دانسته است، ولی این کاربرد، با اقبال روبه‌رو نشده است.

نوعی کم‌توجهی در نام‌گذاری برای واژگان غیرفارسی باعث شده تا کلمه «تبلیغ یا تبلیغات» در فارسی برابر با چهار اصطلاح غیر هم‌جنس عربی: اعلام، دعایه، دعوت و اعلان و سه اصطلاح متفاوت انگلیسی «propaganda» و «mission» و «Advertising» استفاده شود. (دهخدا، ۱۳۳۷: ۳۴)

ب) تعریف اصطلاحی تبلیغ

برای اولین بار، تبلیغ مصطلح، در امورات دینی قابل کاربرد بود و بعدازآن در حوزه‌های مختلف، راه پیدا کرد و در مطالعات خارج از فضای دین، بیش‌تر اصطلاح جمع آن (تبلیغات) بکار برده می‌شود، ارائه تعریف مورد وفاق از تبلیغ کاری دشواری است؛ زیرا موارد مشترک از تعاریف موجود است؛ تبلیغ، رساندن داشته‌های اطلاعاتی به مخاطب، به‌منظور اقناع و برانگیختن احساسات طرف، به نفع، یا به خاطر مخالفت با یک موضوع است، تبلیغ به معنای تبلیغات دینی و تقریباً معادل: دعوت است که معمولاً با اصطلاحاتی



چون موعظه و خطابه هم معناست. (خندان، ۱۳۷۴: ۱۷)

۳. الگوی ارتباطی

در جهان پر از تبلیغات امروز، فرستنده پیام، در تکاپوی آن است که ادراک مشترکی از یک پیام برای هر گیرنده، پیامی به دست آورد، بنابراین هدف ارتباطات، دستیابی به اقدام هماهنگ بین پیام‌دهنده و گیرنده پیام، است. این بدین معناست که مفهومی که از درون فردی برخاسته است به میان دیگران راه یافته و توسط دیگران، برداشت، می‌شود؛ یعنی در واقع ارتباطات، برخی از مفاهیم و تفکرات و معانی و یا به عبارت بهتر پیام‌ها را به دیگران، تفهیم می‌کند. براین اساس، ارتباطات را انتقال مفاهیم و یا انتقال نشانه‌ها و نیز انتقال و یا تبادل پیام‌ها می‌دانند. (فرهنگی، ۱۳۷۳: ۴۲)

منظور از برقراری ارتباطات، می‌تواند انجام عملیات هماهنگ، مشارکت در اطلاعات و بیان احساسات و عواطف، باشد. ارتباطات از عناصر اولیه مدیریت است. مدیران باید در سطوح مختلف با اشخاص، خواه زیردست، خواه بالادست و یا هم‌تراز خود ارتباط برقرار کنند، نحوه ارتباط مدیریت با کسانی که برای او کار می‌کنند، ممکن است، مهم‌ترین ضرورت باشد. برخی از تعاریف ارتباطات را می‌توان به شرح زیر برشمرد:

۱) نیلسون و پیرسون از ارتباطات این معنی را ارائه نموده‌اند: ارتباطات، فراگرد تفهیم و تفاهم و تشریک مساعی است. (عباس زاده، ۱۳۷۳: ۵۷)

در این تعریف سه نکته نهفته است:

الف) ارتباطات یک فراگرد است.

ب) ارتباطات، تفهیم معناست.

ج) ارتباطات، تشریک معناست.

۲) ارتباطات به گونه‌ای وسیع و گسترده، تجارب مشترك تعریف شده است. (فرهنگی،

۱۳۷۳: ۴۵)

ارتباطات از واژه لاتین کومی و نبر آمده که به معنای مشترک (عموم) است. به‌طورکلی می‌توان چنین گفت که ارتباطات، در بسیاری از فعالیت‌های سازمانی



وجود دارد و مهم‌تر این‌که ارتباط، فرایندی است که فعالیت‌های فردی و گروهی و مراوده‌ها برای افزایش اثربخشی از طریق آن هماهنگ می‌شود.

ارتباطات، به‌عنوان یک فرایند، شامل اطلاعاتی است که از طریق علائم و نشانه‌ها ارسال و یا دریافت می‌شود. این اطلاعات، شامل کلمات، حرکات غیرکلامی، نگرش‌ها و حالات، است. به عبارت ساده چنین گفته می‌شود که ارتباطات، دربردارنده این است که چه می‌گوید؟ به چه طریقی می‌گوید؟ برای چه کسی و با چه درجه‌ای از تأثیر پیام می‌فرستد. (حکیم آرا، ۱۳۸۴: ۲۰۵)

ب) مفهوم الگوی ارتباطی - تبلیغی

باید بررسی شود که حضرت ابراهیم علیه السلام چگونه، الگوی مناسب، برای خداپرستان و قوم خویش، در راه رسیدن به کمال و توحید و یکتاپرستی قرارگرفته است.

در الگو و سرمشق قرار گرفتن حضرت ابراهیم علیه السلام شخصیت معنوی و الهی، او را حتماً در نظر گرفت؛ زیرا زندگی انسانی و چهره‌خدایی ایشان و رفتار ارتباطی، همراه با رحمت و شفقت و توجه کردن به سرنوشت انسان‌ها او را بهترین هادی و رهبر و الگوی تبلیغی، برای مخاطبان، قرار داده است.

شخصیت وجودی یک انسان رستگار که تمام فضایل اخلاقی را دارا است و از تمام بدی‌ها و ناهنجاری‌های اخلاقی مبرا است. در کنار معنویت از دانش و علم و آگاهی لازم، نسبت به جهان هستی برخوردار، بوده است و استعداد و هوش ذکاوت خدادادی را ارج نهاده و از آن برای آزادی بشر، از قیدوبند شهوت و هوسرانی استفاده کردند.

در آیات الهی وقتی توجه نماییم می‌بینیم که حضرت ابراهیم علیه السلام به‌عنوان الگوی مناسب در موضوعات تبلیغ که ارتباط بسیار قوی با معارف الهی دارد معرفی شده است.

با این بیان متوجه می‌شویم که حضرت ابراهیم علیه السلام با رسالت که به عهده داشته و از طرف خداوند مأمور به انجام ابلاغ پیام وحی به مخاطبان، گردیده است، دارای الگوی ارتباطی و تبلیغی است. ایشان به‌عنوان مبلغ وحی و فرستنده برای رساندن پیامش، ارتباط، با مخاطبان برقرار می‌کرد که بیشتر، ارتباط کلامی داشتن؛ به عبارتی کانال که در این ارتباط



نقش اساسی را ایفا می‌کرد، کانال کلامی است به صورت مستقیم یا غیرمستقیم ارسال می‌شد.

باتوجه به مفاهیم ذکرشده مراد از چارچوب مفهومی این است که ارتباط و تبلیغ در شرایط کنونی برای مبلغان یک امر ضروری برای ارسال پیام الهی به مخاطبان جهانی است. به همین منظور بررسی الگوی تبلیغی حضرت ابراهیم علیه السلام یکی از نیازمندی‌های ارتباطی، بین افراد، در جامعه صنعتی امروز است.

ارسال پیام حضرت ابراهیم علیه السلام برای مخاطبان، سیر منطقی دارد که باید مورد بررسی قرار گیرد و پیام ایشان را در قالب علم ارتباطات، با تحلیل الگوی ارتباطی تبلیغی در نظر داشته باشیم، انسان‌ها به الگوها دقت می‌کند و آنچه با عقل و فطرتشان، همخوانی دارد و بروزتر، باشد به آن تمایل پیدا می‌کند. در امر تبلیغ داشتن ارتباط، با دیگران گام اصلی به حساب می‌آید.

۱. شخصیت الگویی حضرت ابراهیم علیه السلام

ابراهیم علیه السلام نزد پیروان ادیان سه‌گانه یهود و مسیحیت و اسلام دارای جایگاهی والا است. سراسر زندگی آن حضرت، تلاش و فداکاری در راه پروردگار خود بود؛ و وی از جنبه اخلاص و فداکاری در راه عشق به خدا الگویی زنده برای همه آیندگان است، چنانکه جایگاه والا و برجسته آن حضرت، نهفته در مقام ابوالانبیایی وی بود، دین مبین اسلام همان دین ابراهیم علیه السلام است. (نحل: ۱۲۳)

ابراهیم علیه السلام دارای آن‌چنان جایگاهی است، که قرآن او را پدر اعراب (حج: ۷۸) و پدر پیامبران پس از او خوانده است (انعام: ۸۶، ۸۴) و نیز به خلیل‌الله و خلیل‌الرحمن؛ دوست خدا ملقب گردیده است.

آزر عموی ابراهیم (ع) بود. ولی ابراهیم علیه السلام به خاطر سرپرستی آزر، او را پدر می‌نامید. وی تصمیم گرفت نخست آزر را به خداپرستی دعوت کند از این رو با آزر به گفتگو پرداخت، چنانکه در قرآن می‌فرماید: هنگامی که ابراهیم علیه السلام به پدرش عمویش آزر گفت: ای پدر، چرا؟ بت بی‌جان که چشم و گوش ندارد و هیچ رفع نیازی از تو نمی‌کند می‌پرستی؟



ای پدر! علمی را به من آموخته‌اند که تو از آن بهره‌ای نداری؛ پس از من پیروی کن تا تو را به راه راست هدایت کنم.

ای پدر! هرگز شیطان را نپرست، چراکه شیطان نسبت به خدای رحمان سخت نافرمان است.

ای پدر! من از تو بیمناک هستم که عذاب خداوند رحمان، بر تو فرارسد و یار و یاور شیطان باشی.

آزر گفت: ای ابراهیم! مگر تو از خدایان من روگردان شده‌ای؟ اگر از مخالفت بت‌ها دست برداری، تو را سنگسار خواهیم کرد و اکنون برای مدتی طولانی از من دور شو.

ابراهیم علیه السلام در پاسخ گفت: تو به سلامت باشی، من از خدا برای آمرزش می‌خواهم، که خدایم درباره من بسیار مهربان است، من از شما و بت‌های که به جای خدا می‌پرستید، دوری می‌گزینم و خدای یکتارا می‌خوانم و امیدوارم مرا از لطف خویش محروم نگرداند.» (مریم: ۴۱) ابراهیم علیه السلام از تهدید و هشدار آزر ترسید و با توکل به خداوند به‌طور مکرر، او را به سوی خدا دعوت کرده و از بت‌ها برحذر داشت، ولی نتیجه‌ای نبخشید و برای او روشن شد که آزر دشمن خداست، لذا از او بی‌زاری جست. (توبه: ۱۱۴)

آوازه مخالفت ابراهیم علیه السلام با بت‌پرستی در همه جا پیچیده و به‌عنوان یک حادثه بزرگ در رأس اخبار قرار گرفت.

نمرود پادشاه عصر دستور داد تا ابراهیم علیه السلام را نزد او حاضر کنند. ابراهیم علیه السلام را آوردند. نمرود گفت: «خدای تو کیست؟» ابراهیم علیه السلام گفت: خدای من کسی است که زنده گرداند و بمیراند، یعنی مرگ و زندگی به دست اوست.

۱.۱. موحد بودن: ﴿إِنِّي وَجَّهْتُ وَجْهِيَ لِلَّذِي فَطَرَ السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضَ حَنِيفًا وَمَا

أَنَا مِنَ الْمُشْرِكِينَ﴾ (انعام: ۷۹) حنیف از حنف به معنای اعراض از گمراهی و میل به استقامت است. جمله وجهت وجهی کنایه از این است که من با عبادت خود تنها

به‌سوی خداوند روی می‌آورم (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۳۶۷)



۱/۲. رشید: ﴿وَلَقَدْ آتَيْنَا إِبْرَاهِيمَ رُشْدَهُ مِنْ قَبْلُ وَكُنَّا بِهِ عَالِمِينَ﴾ (انبیاء ۵۱) در حقیقت پیش از آن به ابراهیم رشد فکری اش را دادیم و ما به شایستگی او دانا بودیم. این آیه بیانگر این است که حضرت ابراهیم علیه السلام صلابت تبلیغی و شایستگی ارسال پیام الهی را به مخاطبان، در خودش ایجاد کرده بود.

۱/۳. امام: ﴿وَإِذِ ابْتَلَىٰ إِبْرَاهِيمَ رَبُّهُ بِكَلِمَاتٍ فَأَتَمَّهُنَّ قَالَ إِنِّي جَاعِلُكَ لِلنَّاسِ إِمَامًا﴾؛ چون ابراهیم را پروردگارش با کلماتی بیازمود و وی آن همه را به انجام رسانید خدا به او فرمود من تورا پیشوای مردم قراردادم ابتلی از ریشه (بلی) به معنای کهنه شدن است و امتحان را از آن جهت ابتلی گویند که گویی امتحان شده را از کثرت امتحان کهنه می‌کند. (شریفانی، ۱۳۷۸: ۱۵۶)

۲. جغرافیای زمانی و مکانی حضرت ابراهیم علیه السلام

نام مبارك حضرت ابراهیم علیه السلام در بیست و پنج سوره قرآن، حداقل شصت و نه بار تکرار شده است. (بنانی، ۱۳۶۴: ۴) راجع به این پیامبر و حالات گوناگون او از کودکی تا شیخوخیت قریب صد و نود و پنج آیه و نیز سوره‌ای مستقل به نام او در قرآن وجود دارد.

ابراهیم علیه السلام نامی است سریانی به نام «أَبُ رَحِيم» بوده یعنی پدر مهربان، سپس «حاء» آن به «هاء» تبدیل گردیده و بعضی گویند معنی ابراهیم از «بَرِّي مِنَ الْأَصْنَام» و «هَامَ إِلِي رَبِّهِ» است، یعنی از بت‌ها دوری می‌جسته و به خداوند خویش گرویده است. (محقق، ۱۳۶۴: ۸)

آن حضرت سه هزار و سیصد و بیست و سه سال پس از هبوط حضرت آدم (علی) به دنیا آمد.

اهل تاریخ نام پدر ابراهیم علیه السلام را تارح (با حاء و خاء) نوشته‌اند (همان) و نام مادرش «اویفا» دختر آذر، (مکارم، ۱۳۶۸: ۴۹) و برخی نام وی را «نونا» فرزند کریتا بن کرثی (محللاتی، ۱۳۶۹، ۱۶۲) گروه سوم «رقیه» دختر لاجح می‌دانند (کلینی، ۱۳۶۴: ۳۷۰)

ابراهیم علیه السلام دومین پیامبر اولوالعزم است، که دارای شریعت و کتاب مستقل بوده، دعوت جهانی داشته، او حدود هزار سال پس از حضرت نوح علیه السلام ظهور کرد و سلسله نسب



او تا نوح را چنین نوشته‌اند: «ابراهیم بن تارخ بن ناحور بن سروح بن رعو بن فالج بن عابر بن شالح بن ارفکشاذ بننوح ابراهیم علیه السلام هنوز متولد نشده بود که پدرش از دنیا رفت و آزر عموی ابراهیم علیه السلام سرپرستی او را به عهده گرفت. از این رو ابراهیم علیه السلام او را به‌عنوان پدر می‌خواند. (مجلسی، ۱۴۰۳: ۴۵)

این پیامبر بزرگ در شهر «اور» از شهرهای بابل به دنیا آمد و سرانجام در سن صد و هفتاد و پنج سالگی فوت کرد. او را در باغ عفرون بن صرصر، پهلوئی قبر ساره دفن کردند و اکنون مدفن او شهر الخلیل (در کشور فلسطین) نام دارد (نیشابوری، ۱۳۸۲: ۳۰۹)

ولادت ابراهیم علیه السلام در دوران «نمرود بن کنعان بن کوش بن حام بن نوح» بوده است. نمرود علاوه بر بابل، بر سایر نقاط جهان نیز حکومت می‌کرد، چنانکه امام صادق علیه السلام فرمود: چهار نفر بر سراسر زمین سلطنت کردند، دو نفر از آن‌ها از مؤمنان به سلیمان بن داوود و ذوالقرنین علیه السلام و دو نفر از آن‌ها از کافران به نام نمرود و بخت‌النصر بودند (مجلسی، پیشین، ۳۶)

در عصر ابراهیم علیه السلام علاوه بر بت‌پرستی، پرستیدن ستاره و ماه و خورشید هم وجود داشته (انعام: ۷۹) «بابلیان خدایان زیادی داشتند به این ترتیب که هر شهری خدای داشت که نگاهبان آن بود و شهرهای بزرگ و روستاها، خدایان کوچک‌تری داشتند که آن‌ها را پرستیده و به آنان اظهار علاقه می‌کردند.

هرچند به‌طور رسمی، همه در مقابل خدای بزرگ‌ترشان کرنش می‌کردند، ولی پس از آن که روشن شد، خدایان کوچک جلوه و یا صفات خدایان بزرگ‌ترند. رفته‌رفته تعداد خدایان اندک شد و بدین‌سان «مردوک» عنوان خدای بابل را، که بزرگ خدایان بابل بود، گرفت.

پادشاهان، نیاز شدیدی به آموزش و بخشش خدایان داشتند، از این رو، برای آن‌ها پرستش‌گاه و معبد ساخته و اثاثیه و خوراک و شراب برایشان تهیه می‌کردند» (دورانت، ۱۳۷۸: ۲۱۱) در زمان تولد ابراهیم علیه السلام منجمان به «نمرود بن کنعان» خبر دادند: به‌زودی پسری متولد می‌گردد که حکومت تو را به هم می‌ریزد و سبب نابودی و از بین رفتن عزت و شوکت



تو می‌گردد!

نمرود که ادعای خدایی می‌کرد و با استفاده از جهالت مردم، بر آنان حکومت مطلقه داشت، از شنیدن این خبر تکان خورده و به خود پیچید و سؤال نمود: در کجا پدید می‌آید؟ گفتند: در همین بابل عراق.

نمرود برای پیشگیری از این خطر قطعی دستور داد که: زنان را از شوهرانشان جدا سازند و به‌طور کلی آمیزش زن و مرد را قدغن کرد و برای زنان باردار نیز مأموران و قابله‌ها را گماشتند که مواظب آنان باشند و جنس نوزاد را گزارش کرده و چنانچه پسر بوده و به قتل برسانند. (مجلسی، پیشین، ۴۱)

کنترل شدید در همه‌جا اجرا گردید. جلادان نمرود، همه‌جا را زیر نظر داشتند، نوزادهای پسر را می‌کشتند. کار به‌جایی رسید که به نوشته بعضی از تاریخ‌نویسان هفتادوهفت تا صد هزار نوزاد کشته شد. (سپهر، ۱۳۸۵: ۱۶۰)

مادر ابراهیم علیه السلام بارها توسط مأموران و قابله‌های نمرودی، مورد آزمایش و معاینه قرار گرفت، ولی آن‌ها نفهمیدند که او باردار است و این از آن جهت بود که خداوند رحم مادر ابراهیم علیه السلام را به‌گونه‌ای قرار داده بود که نشانه بارداری آشکار نبود. (طبری، ۱۳۵۱: ۱۶۴)

خداوند این وجود با برکت را در رحم مادر از چشم بد اندیشان مصون داشت تا این‌که دوران زایمان فرارسید در آن زمان قانونی در میان مردم رواج داشت که زنان در هنگام قاعدگی به بیرون شهر می‌رفتند و پس از پایان آن، به شهر بازمی‌گشتند.

مادر ابراهیم علیه السلام تصمیم گرفت به بهانه این رسم و قانون از شهر بیرون رود و در آنجا دور از دید مردم، شاهد تولد نوزادش باشد، همین تصمیم اجرا شد، مادر از شهر خارج گردید، به غاری در اطراف شهر پناه آورد و در انتظار قدوم خلیل‌الله علیه السلام ثانیه‌شماری می‌کرد، نخستین روز ذی‌الحجه فرارسید و خلیل‌الله علیه السلام با قدوم خود دنیا را منور و آیین توحیدی را قوت، بخشید.

مادرش چند روزی در کنار او نشست و از ترس مأموران نمرود نتوانست وی را به منزل منتقل کند، سرانجام برای حفظ او تصمیم گرفت او را در پارچه‌ای پیچیده و درون همان غار



بگذارد و برای حفظ او از گزند جانوران، در غار را با سنگ‌هایی مسدود کرد و به شهر بازگشت.

او به قدرت الهی انگشت ابهامش را می‌مکید و از همان طریق تغذیه می‌کرد و به اندازه چندین برابر دیگران رشد می‌کرد! مادر هم، چند روز یک‌بار مخفیانه به دیدن فرزندش می‌رفت و به او شیر می‌داد و نوازش می‌کرد. به این ترتیب، این مادر و پسر، در آن دوران وحشتناک با تحمل مشقت‌ها و رنج‌های گوناگون، به زندگی خود ادامه دادند تا اینکه او دوران کودکی را پشت سر گذاشت و به سن سیزده سالگی رسید.

یک روز دامن مادر را گرفت و از او خواست که وی را به خانه ببرد، ولی مادر نگران بود و از خطر نمرودیان ایمن نبود. از این رو، گفت: نوردیده! صبر کن تا در این باره با سرپرست (آزر) مشورت کنم و راه‌های انتقال به خانه را بررسی کنم، اگر مصلحت شد، می‌آیم و تو را به شهر می‌برم.

تا اینکه در یکی از دیدارها در حالی که هوا رو به تاریکی می‌رفت، ابراهیم علیه السلام را از غار بیرون برده و با خود به خانه آورد، ولی ابراهیم علیه السلام از دیدن ستارگان و ماه و فردایش از دیدن خورشید، خداشناسی و توحید را در عالم آن روز، ترسیم کرد و گفت: همه این‌ها دلیل خداشناسی است و نشان می‌دهد که آفریدگاری این اجرام آسمانی را پدید آورده است، قرآن مجید آن لحظه را در چند آیه بازگو می‌کند. (انعام: ۷۴)

۳. آغاز ارتباط تبلیغی

خداوند متعال با مبعوث ساختن ابراهیم علیه السلام بر بندگان خود منت نهاد که به وی اندیشه و درایت عطا فرمود و او را به مسیر ایمان و اعتقاد به پروردگار یکتای ایمن بخش رهنمون ساخت: «ما وسیله‌ی رشد ابراهیم را از قبل به او داده و از شایستگی او آگاه بودیم.» (انبیاء: ۵۱)

حضرت ابراهیم علیه السلام عزم کرد تا قوم خود را از یاهوها و خرافاتی که بدان اعتقاد داشتند رهایی، بخشد. او قوم خود را پند داد و از آنچه به آن مبتلا بودند نهی کرد. ولی آنان دعوت او را اجابت نکردند: «آن هنگام به پدرش آزر و قومش گفت: این مجسمه‌های بی‌روح



چیست؟ که شما همواره آن‌ها را پرستش می‌کنید! گفتند: ما پدران خود را دیدیم که آن‌ها را عبادت می‌کنند. گفت: مسلماً هم شما و هم پدرانتان، در گمراهی آشکاری بوده‌اند.» (انبیاء: ۵۲)

ابراهیم علیه السلام در این اندیشه بود که قوم خود را از پرستش بت‌ها آزاد کند. از این‌رو راه تعقل و هدایت را برای آنان بازگو نمود و به آن‌ها یادآور شد که آنچه انجام می‌دهند از گمراهی و جهل نشئت گرفته و با فطرت انسانی در تضاد است. فطرتی که بر پایه‌ی توحید و ایمان به این‌که خداوند خود آفریننده مخلوقات است و اوست که اطمینان و سعادت می‌بخشد، پی‌ریزی شده است.

او به آنان یادآور شد، شخصی که بت‌ها را خدای خود قرار دهد و به آن‌ها امید ببندد راه درستی را برنگزیده است و بر حق نیست؛ زیرا خداوند به‌تنهایی شفابخش است و اوست که زنده می‌کند و می‌میراند و روزی می‌بخشد و از گناهان او درمی‌گذرد: «او همان کسی است که مرا آفریده است و پیوسته راهنماییم می‌کند و او همان است که مرا غذا می‌دهد و سیراب می‌نماید و هنگامی که بیمار شوم مرا شفا می‌دهد و او کسی است که مرا می‌میراند و سپس زنده می‌کند و او که امیدوارم، گناهم را در روز جزا ببخشد. (شعرا: ۷۸)

۴. ارتباط تبلیغی حضرت ابراهیم علیه السلام

۴-۱. ارتباط همراه با هدایت‌گری

احترام به افکار عمومی در حکومت‌ها و جریان‌ها، امری انکارناپذیر است، به‌گونه‌ای که افکار عمومی در تصمیم‌گیری دولتمردان و ایجاد یا گسترش فعالیت‌های فرهنگی - تبلیغی، نقشی مهم و اساسی دارند. هراندازه که نقش هدایت‌گری، در جامعه بالاتر باشد، قدرت و عزت بیشتری را برای اهل آن جامعه به همراه دارد، ولی اگر مردم از لحاظ هدایت‌گری، ناآگاه و نسبت به امور دین و دنیا بی‌تفاوت باشند، جامعه و دولت‌مردان با مشکل روبه‌رو می‌شوند. خداوند نیز به عنصر هدایت‌گری و بیداری مردم توجه ویژه‌ای کرده است. (سجده: ۲۴، نحل: ۴۴)

هر پیامبری در هرکجا که برانگیخته می‌شود، با فرهنگ مردم همان سرزمین آشناست و



به زبان خودشان، با آن‌ها ارتباط، برقرار، می‌کند که این آشنایی سبب شناخت صحیح و متقابل از زبان و فرهنگ و هدف‌های آن پیامبر، در نزد مردم است. این هم‌زبانی میان پیامبر و امت، لازمه درمان دردهای فرهنگی و اجتماعی جامعه و تنظیم روابط اجتماعی افراد است؛ بنابراین، خداوند در آغاز سوره ابراهیم، تفاهم و هم‌زبانی را از ویژگی مهم انبیاء بیان می‌کند: «ما هیچ پیامبری را جز به زبان قومش نفرستادیم تا [حقایق را] برای مردم آشکار سازد.» (ابراهیم: ۴) در خاستگاه رسالت حضرت ابراهیم علیه السلام عنصر بیداری فطرت مردم و روشن ساختن راه و مسیر سعادت، از امور مورد توجه آن حضرت بود و راز تحول و تغییر اجتماعی را درون انسان‌ها جست‌وجو می‌کرد؛ بنابراین، برای ایجاد تغییر و تحول در جامعه، به آگاه کردن مردم و نشان دادن نقاط ضعف آن‌ها و ترسیم یک نظام مطلوب مطابق با فطرت و نیازهای مادی و معنوی انسان پرداخت. حضرت با هدایت عقلی و روشنگری در مسیر مصالح و مفاسد عام انسانی، انسان‌ها را به زندگی سعادت‌مندانه‌ای که در لوای توحید محقق می‌شود، رهنمون می‌سازد. راه و رسم همه پیامبران در دعوت و ارشاد به سوی خداوند متعال، بر پایه ادب و احترام و بیدار ساختن فطرت‌ها بوده است. حضرت ابراهیم نیز در همه مراحل ارتباط با مخاطبان و ارسال پیام برای دعوت به یکتاپرستی و بیزاری از شرک و بت‌پرستی، الگوی ارتباطی - تبلیغی؛ برای تمام انسان‌ها در جامعه صنعتی امروز است.

ارتباط هدایت‌گرانه حضرت ابراهیم علیه السلام به شیوه‌های گوناگون در راهنمایی و ارشاد بت‌پرستان به راه حق بر پایه اصل خیرخواهی است. بت پرستان بابل به تأثیر اجرام آسمانی و بت‌ها در زندگی و سرنوشت خود اعتقاد داشتند. آن‌ها منکر وجود خداوند خالق آسمان‌ها و زمین نبودند، بلکه بت‌ها را به‌عنوان شفیع درگاه الهی، در عبادت خداوند شریک قرار می‌دادند. حضرت ابراهیم علیه السلام با روش جدال احسن با تکیه بر خالقیت که مورد قبول همه مشرکان بود، شرک در ربوبیت را رد کرد که البته قصد حضرت از بیان این سخنان، در واقع آن بود که حقیقت و حقارت بت‌ها را برای قومش مشخص سازد. در این میان، افرادی که افکارشان به جمود کشیده شده بود، پس از انکار حقیقت، به مناظره و مخاصمه با حضرت ابراهیم علیه السلام پرداختند ولی او با ارسال پیام‌های اخلاقی و ارتباط سازنده، راه را به آنان،



نشان می داد. (آملی، ۱۳۷۴: ۸۴)

در مکتب‌های ساخته فکر ناقص بشر قاصر، جز زورگویی، قلدری و تخاصم، ارتباط دیگری وجود ندارد و این در پیام کتاب الهی از خصلت‌های اهل جهنم است. (روحانی، ۱۳۸۱: ۱۲)

عده‌ای هم آن طرف افتاده‌اند و می‌گویند اگر سیلی به صورت‌تان زدند، آن طرف صورت را هم جلو بیاورید تا بزنند و این فکر غلط و انحرافی را به بعضی انبیاء الله - نعوذبالله - نسبت داده‌اند و از این راه، عده زیادی را اغفال و گمراه ساخته‌اند و این هم از نظر اسلام مذموم است و اسلام انظلام را کمتر از ظلم نمی‌داند. (همان)

۲-۴. ارتباط همراه با توسعه فرهنگی

تحول فرهنگی که سبب تغییر و تحول در نهادها ارزش‌ها، گرایش‌ها و روش‌های یک فرهنگ و جامعه می‌شود، جریانی است که در نتیجه برخورد با فرهنگ دیگری، به وجود می‌آید. از آنجاکه فرهنگ بن‌مایه کنش‌های اجتماعی و سیاسی است فرهنگ‌سازی عامل اصلی دگرگونی‌ها و جنبش‌های اجتماعی و فکری به شمار می‌آید که بیشتر به‌وسیله رهبران فرهمند آغاز می‌شود؛ زیرا آن‌ها قادرند پیروان فراوانی را به‌سوی جنبش خویش سوق دهند. در این باره پیشگامان تغییرات اساسی و بنیادی فکری و اجتماعی، پیامبران الهی و توحیدی هستند که به دلیل پدیدآوردن فرهنگ و تمدن در میان جوامع انسانی خدمتی بس عظیم به بشریت کرده‌اند. (صدر، بی تا: ۲۴۳)

پیامبران الهی بر اساس تعالیم الهی و حیات‌بخش خود و به سبب شناخت خویش از جهان، تاریخ، انسان و جامعه آگاهی جامع و کاملی از افکار، اندیشه‌ها اعتقادات و گرایش‌ها و آداب و رسوم اجتماعی آن‌ها داشتند. از این رو در مسیر هدایت انسان‌ها و تحول در زندگی آنان، با هر آنچه مانع تکامل آنان بود مانند شرک، نادانی ظلم، فساد، آدم‌کشی، تحقیر انسان و زنان، سلطه‌جویی و آداب و رسوم نادرست و خرافی مبارزه کردند و راه را برای حرکت و تحول انسان‌ها هموار ساختند. (مطهری، ۱۳۷۵: ۱۶۶) ابراهیم خلیل، از مهم‌ترین و اثرگذارترین پیامبرانی است که سهمی بسزا در توسعه فرهنگی بشریت داشته



است به گونه‌ی که خداوند سیره و سنت این پیامبر بزرگ را اسوه و سرمشق مسلمانان معرفی می‌کند. (ممتحنه: ۴)

زمانی که جاهلان عهد ابراهیم علیه السلام که به سبب تمسک به بزرگان خود و تقلید از آنان (انبیاء: ۵۳) و نیز ادله واهی به ماده و حس گرایش داشتند و از درون خود غافل و غرق در گمراهی بودند (انبیاء: ۵۴) و ابراهیم علیه السلام به جهاد فرهنگی و بیداری مردم پرداخت. برای مثال، می‌توان به این حرکت مهم حضرت اشاره کرد: ابراهیم با خود گفت: شاید اجرای يك صحنه نمایشی آنان را هشیار کند؛ در يك روز عید که همه مردم از شهر خارج شده و به گشت‌وگذار و تفریح رفته بودند، ابراهیم وارد بت‌خانه شد، تبر را به دست گرفت و همه بت‌ها را شکست و تنها بت بزرگ را سالم گذارد و تبر را بر دوش آن نهاد و از بتکده خارج شد. پس آنگاه که مردم از مراسم و تفریح بازگشتند و به سوی بت‌های خود رفتند، آن‌ها را شکسته یافتند. پس از جستجو، دریافتند این کار را ابراهیم انجام داده است. از این‌رو، از ابراهیم علیه السلام بازجویی کردند. ابراهیم در پاسخ آنان گفت: بت بزرگ دست به چنین کاری زده است! منظور ابراهیم از این سخن، در واقع آن بود که می‌پنداشت شاید آن‌ها به خود آیند و بنگرند بت که از سخن گفتن ناتوان است و فهم و شعوری ندارد و نمی‌تواند زبانی را از خود دور سازد یا به دیگران آسیبی برساند، چگونه می‌تواند خدای هستی باشد؟ ولی این صحنه هم ذهن بسته آنان را بیدار نساخت و تقلید کورکورانه از پدران نادان خود را بر اندیشه ترجیح دادند. (انبیاء: ۵۷)

برای تغییر يك جامعه، ابتدا باید به سراغ افراد آن جامعه رفت و ساختارهای منتهی به شخصیت را تغییر داد؛ زیرا در غیر این صورت، تغییر ساختارهای سیاسی و اجتماعی جامعه امکان‌ناپذیر است. در واقع باید گفت زمینه‌های درونی افراد جامعه سبب انحطاط یا تعالی جامعه می‌شود. از این‌رو، باید ریشه توسعه و پیشرفت و عقب‌ماندگی مادی و معنوی جامعه را در افراد همان جامعه مشاهده کرد. (صدر، پیشین، ۱۹۳) يك جامعه استبدادزده به نوع افراد آن جامعه وابسته است، به گونه‌ای که برای رفع استبداد باید نوع نگرش و بینش افراد جامعه را تغییر داد و به تربیت اخلاقی و سیاسی آن‌ها پرداخت تا انسان‌های توانمند با قدرت



تحلیل و استدلال و شناخت حق از باطل، برمدار حق طلبی گرد هم آیند و سعادت خود و جامعه را محقق سازند. الگوی ارتباطی، تبلیغی، توسعه فرهنگی، سیاسی، حضرت ابراهیم علیه السلام در راستای تربیت اخلاقی و سیاسی مردم بوده است؛ زیرا آن حضرت نیز با جامعه استبدادزده و شرک‌آلودی روبه‌رو بود که در نوع نگرش و بینش افراد جامعه ریشه داشت؛ بنابراین، درصدد تربیت مردم جامعه برآمد. محورهای الگوی ارتباطی، تبلیغی، توسعه فرهنگی، که حضرت برای تربیت فرهنگ سالم، در نظر گرفته بود، عبارت‌اند از:

یک: ارتباط توسعه فرهنگی، همراه با نفی شخصیت‌پرستی. (آملی، ۱۳۷۹: ۷۱)

دو: ارتباط گسترش فرهنگ خداآوری و نفی جهل و تقلید و تقویت خردورزی.

(همان)

سه: ارتباط فراگیر شدن اخلاق و تقویت اصول اخلاقی در جامعه. (مریم: ۴۱-۵۰)

چهار: ارتباط تعمیم آزادی از یوغ ظلم و ستم. (بقره: ۱۲۵)

نتیجه‌گیری

یافته‌های تحقیق حاضر، نشان، می‌دهد، در پاسخ به سؤالی اصلی (الگوی تبلیغی ارتباطی حضرت ابراهیم علیه السلام چیست؟) این الگوها وجود داشته است: الگوی تبلیغی - ارتباطی توحیدی با مخاطبان، در راستای یکتاپرستی، الگوی صلابت تبلیغی - ارتباطی، با مخاطبان، با رشد فکری پیام‌دهنده همراه بوده است. الگوی تبلیغی - ارتباطی امام بودن از منظر پیشوا قرارگرفتن، الگوی نمونه و بی‌بدیل است. الگوی همراه با هدایتگری برای مخاطبان. الگوی حذف خرافات. الگوی توسعه فرهنگی، برای مخاطبان.

در امر تبلیغ، نحوه ارتباط برقرار نمودن با سایرین و مخاطبان بسیار مسئله ضروری و حیاتی است؛ زیرا ارتباط برقرار کردن با پشتوانه علمی و عملی، الگوی تبلیغی - ارتباطی می‌تواند نقش اساسی در فعالیت‌های تبلیغی داشته باشد و فعالیت‌ها را سازمان‌دهی کند، در گسترش و دامنه فعالیت‌های که برای رسالت تبلیغی انجام می‌گیرد، باید، مبلغ، توان پخش و نشر و اشاعه پیام را به صورت مطلوب، در نظر بگیرد.

یکی از پیام‌رسانان الهی حضرت ابراهیم علیه السلام است که با توان علمی و عملی، الگوی



تبلیغی - ارتباطی که از سرچشمه فیض الهی نشئت می‌گرفت پیام‌ها و رسالت خویش را باظرافت تمام، به قومش می‌رساند و با روش‌های گوناگون جامعه انسانی آن روزگار را مورد خطاب قرارداد تا آن‌ها را از گمراهی و ستم برهاند و یکتاپرستی را جایگزینی پرستش خورشید و ماه و ستارگان و آنچه ساخته و پرداخته و سازنده دست بشر بود به‌کند.

باتوجه به انجام رسالت ایشان (ابراهیم) و فعالیت‌های تبلیغی ایشان و نحوه ارتباط او با قومش و پیام‌ها و قالب‌های پیام و ابزار که مورد استفاده قرار گرفتند، ایشان الگوی مناسب تبلیغی و ارتباطی برای مبلغان در دنیای امروز است.

شخصیت علمی و ایمانی ابراهیم علیه السلام در هیچ شرایطی اجازه نداد که نسبت به انجام وظیفه تبلیغی کمترین و کوچک‌ترین اهمال و سستی را از خود نشان بدهد. در تمام مراحل زندگی تلاش نمود تا پیام خویش که همانا دعوت به توحید پرستی بود به شکل مناسب به گوش مخاطبان، برساند و این کار را در چارچوب ارزش‌های اخلاقی به‌پیش بردند.



۱. ابن منظور، (۱۴۱۰)، لسان العرب، بیروت، دار صادر.
۲. جوادی آملی، (۱۳۷۹)، تفسیر موضوعی قرآن، قم، اسراء.
۳. جوادی آملی، (۱۳۷۴)، تفسیر موضوعی قرآن، قم، اسراء.
۴. گولد، جولیس و کولب، ویلیام، (۱۳۹۲)، فرهنگ علوم اجتماعی، ترجمه باقر پرهام، تهران، مازیار.
۵. حکیم آراء، محمدعلی، (۱۳۸۴)، ارتباطات متقاعدگرایانه در تبلیغ، تهران، سمت.
۶. خندان، محسن، (۱۳۷۴)، تبلیغ اسلامی و دانش ارتباطات اجتماعی، تهران.
۷. دهخدا، علی اکبر، (۱۳۳۷)، لغت نامه، تهران، دانشگاه تهران.
۸. روحانی، سید حمید، (۱۳۸۱)، نهضت خمینی (دفتر اول)، تهران، عروج.
۹. روشه، گی، (۱۳۶۷)، کنش اجتماعی، ترجمه هما زنجانی زاده، مشهد، دانشگاه فردوسی مشهد.
۱۰. سپهر، محمدتقی بن محمدعلی، (۱۳۸۵)، نسخ التواریخ پیامبران، قم، جامعه مدرسین.
۱۱. شریفانی، محمد، (۱۳۸۷)، تحلیل قصص، قم، نشر المصطفی.
۱۲. صدر، سید محمدباقر، (بی تا)، سنت های تاریخ در قرآن، تهران، روزبه.
۱۳. طباطبایی، سید محمدحسین، (۱۳۷۴)، تفسیر المیزان، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
۱۴. طبری محمد بن جریر، (۱۳۵۱)، تاریخ طبری، تهران، بنگاه ترجمه و نشر کتاب.
۱۵. فرهنگی، علی اکبر، (۱۳۷۳)، مبانی ارتباطات انسانی، تهران، موسسه تهران تایمز.
۱۶. قرشی بنایی، علی اکبر، (۱۳۶۴)، قاموس قرآن، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۱۷. کلینی، محمد بن یعقوب، (۱۳۶۴)، روضه کافی، تهران، علمیه اسلامیه.
۱۸. مجلسی، محمدباقر، (۱۴۰۳)، بحار الانوار، نشر بیروت.
۱۹. مطهری، مرتضی، (۱۳۷۵)، مجموعه آثار، ج ۳، تهران، صدرا.
۲۰. مکارم شیرازی، ناصر، (۱۳۶۸)، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۲۱. مکارم شیرازی، ناصر، (۱۳۶۸)، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۲۲. مکارم شیرازی، ناصر، (۱۳۷۴)، تفسیر نمونه، تهران، دارالکتب الاسلامیه.
۲۳. مندراس، هانری و گورویچ، ژرژ، (۱۳۸۴)، مبانی جامعه شناسی، ترجمه باقر پرهام،



تهران، امیرکبیر.

۲۴. میسکل، سیسل و هوی، وین، (۱۳۷۳)، مدیریت آموزشی، ترجمه میرمحمدعباس -
زاده، ارومیه، دانشگاه ارومیه.

۲۵. نیشابوری، ابراهیم بن منصور، (۱۳۸۲)، قصص قرآن، تهران، انتشارات علمی و
فرهنگی.

۲۶. ویل دورانت، (۱۳۷۸)، تاریخ تمدن، تهران، انتشارات علمی فرهنگی.



پژوهش‌نامه تبیین و ارتقاءات پژوهشی، سال اول، شماره اول، بهار ۱۴۰۳





Development of a questionnaire for evaluating successful Promoter and assessing its validity and reliability^۱

Najibullah Noori^۲ & Seyyed Kazem Manavi^۳

Abstract

The aim of the present research was to develop a questionnaire for evaluating successful Religious Promoter and to measure its validity and reliability. For this purpose, a questionnaire derived from the assessment form for speakers of the "Daftare Tablighate Havzeh Elmieh Qom (DTQ)" was created after content approval by experts, comprising a ۲۰-item questionnaire with a five-point Likert scale ranging from "very low" to "very high." The statistical population of this study consisted of the promoters of the DTQ. From this population, ۱۸۰ individuals were purposefully selected, including ۵۰ participants from public speaking training classes and ۱۳۰ from other promoters. The findings of the current research indicate that the successful promoter evaluation questionnaire has a suitable internal consistency (reliability); the overall Cronbach's alpha for the questionnaire was ۰.۹۲, the alpha for the first half was ۰.۸۵, the alpha for the second half was ۰.۸۶, the correlation between the two forms was ۰.۷۷, the Guttman coefficient was ۰.۸۷, and the Spearman-Brown coefficient was also ۰.۸۷. Additionally, concurrent validity was assessed through correlation with the components of emotional intelligence by Bar-On, revealing that the total score of the successful promoter questionnaire had a significant and positive correlation ranging from ۰.۲۶ to ۰.۴۸ with all fifteen components of emotional intelligence, and the correlation with the total emotional intelligence score was ۰.۵۶. Construct validity was demonstrated through exploratory factor analysis, which showed that the items loaded on five factors with eigenvalues greater than ۱, explaining ۵۹% of the total variance. The five components identified were: ۱. Audience comprehension, ۲. Management ability, ۳. Ethical characteristics, ۴. Communication skills, and ۵. Systematic promoting, with the questionnaire items showing suitable factor loadings on these five components. In conclusion, the findings were elaborated upon and compared with similar findings.

Key words: entrepreneurship, jihadist groups, intellectual system, Supreme. Leader position.

^۱. Date Received: ۱۴۰۲/۰۹/۱۲ Date of approval: ۱۴۰۲/۱۱/۰۱

^۲. Ph.D. in psychology and associate researcher of Al-Mustafa International Research Institute (corresponding author)
Noori۱۳۵۱@gmail.com.

^۳. Master's degree in Islamic counseling (level ۳ fields) Moshavere.eslami@gmail.com.

Noori, Najibullah; Manavi, Seyyed Kazem, (۱۴۰۲), Compilation of a Questionnaire for the Evaluation of Successful Evangelists and Evaluation of Its Validity and Reliability, Research Journal of Religious Propaganda and Communication, Year 1, Issue 1, Spring 1402, pp. ۵-۲۰.