

The Study of Audience Personality in the Communication Process of the Holy Prophet (PBUH)

Morteza Dadvar Alanaq¹

Mohammad Hossein Daneshkia²

Received: 18/08/2020

Accepted: 21/11/2020

Abstract

Achieving an ideal model of the communication conduct of the Holy Prophet depends on the logical analysis and understanding of the components, the elements, the effective variables, and the process undergone. Because the communication process, no matter how it is established, includes at least three elements: sender, message, and receiver (audience). All three elements have features that, if not considered, serve as barriers to communication, reducing the successful presentation and effectiveness of the message. In this regard, identifying the characteristics of the audience is of great importance, which is done in various fields and domains. The current study tries to identify the factors and characteristics that affect the audience's personality, the type of exposure to the prophetic message in the communication process by referring to historical data and adopting communication elements, using the documentary method and qualitative analysis approach. Getting affected by ethnic-tribal structure, influence of tribal mental idol, economic poverty, authority and domination, tribes' sheikhs and leaders, and influence of alliances and tribal ties in the communication process are among the personality traits of the audience in the era of the Prophet. The priority of cognitive structure, its requirements and challenges are also among the components and general personality traits of the audience that have always been considered by the Holy Prophet in the communication process.

Keywords

Prophetic lifestyle, communication process, audience studies, the age of Bi'tha, tribal mentality, cognitive structure.

1. PhD in Islamic History and Civilization, University of Islamic Sciences, Qom, Iran (Author in charge). mdadvar@guest.ut.ac.ir

2. Associate Professor, Department of Islamic History and Civilization, University of Islamic Sciences, Qom, Iran. daneshkia@maaref.ac.ir

شخصیت‌شناسی مخاطب در فرایند ارتباطی رسول اکرم صلی الله علیه و آله

مرتضی دادور آلاق^۱ محمدحسین دانشکیا^۲

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۲/۲۹ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۹/۰۱

چکیده

دستیابی به الگویی مطلوب از سیره ارتباطی رسول اکرم صلی الله علیه و آله در گرو تحلیل و فهم منطقی اجزاء، عناصر، متغیرهای مؤثر و فرایند طی شده است؛ چرا که فرایند ارتباط به هر شکلی که برقرار شود، حداقل سه عنصر را در بر می‌گیرد: فرستنده، پیام و گیرنده (مخاطب). هر سه عنصر ویژگی‌هایی دارد که اگر مورد توجه نباشد، به‌عنوان موانع ارتباط، از ارائه موفق پیام و تأثیرگذاری آن می‌کاهد. در این میان شناخت ویژگی‌های مخاطب از اهمیت بسزایی برخوردار است که در حوزه‌ها و قلمروهای گوناگونی انجام می‌پذیرد. نوشتار حاضر می‌کوشد با روش اسنادی و رویکرد تحلیل کیفی، با استناد به داده‌های تاریخی و اقتباس از عناصر ارتباطی، به شناسایی عوامل و ویژگی‌هایی بپردازد که با تأثیر در شخصیت مخاطب، نوع مواجهه وی با پیام نبوی را در فرایند ارتباطی تحت تأثیر قرار می‌دهد. تأثیرپذیری از ساختار قومی-قبیله‌ای، تأثیرپذیری از بت ذهنی قبیله، از فقر اقتصادی، از اقتدار و غلبه، از شیوخ و رؤسای قبایل، و تأثیرپذیری از پیمان‌ها و پیوندهای قبیله‌ای در فرایند ارتباطی، از جمله ویژگی‌های شخصیتی مخاطبان عصر نبوی است. اولویت ساختار شناختی، مقتضیات و چالش‌های آن نیز از جمله مؤلفه‌ها و ویژگی‌های شخصیتی عام مخاطبان بوده که همواره مورد اهتمام رسول اکرم صلی الله علیه و آله در فرایند ارتباطی قرار گرفته است.

کلیدواژه‌ها

سیره نبوی، فرایند ارتباطی، مخاطب‌شناسی، عصر بعثت، ذهنیت قبیله‌ای، ساختار شناختی.

۱. دکتری تاریخ و تمدن اسلامی دانشگاه معارف اسلامی، قم، ایران (نویسنده مسئول). mdadvar@guest.ut.ac.ir
۲. دانشیار گروه تاریخ و تمدن اسلامی دانشگاه معارف اسلامی، قم، ایران. daneshkia@maaref.ac.ir

* دادور آلاق، مرتضی؛ و دانشکیا، محمدحسین. (۱۳۹۹). شخصیت‌شناسی مخاطب در فرایند ارتباطی رسول اکرم صلی الله علیه و آله. فصلنامه اسلام و مطالعات اجتماعی، ۸(۳۰)، صص ۶۶-۹۳. Doi:10.22081/jiss.2020.57688.1652

۱. طرح مسئله

مخاطب و گیرنده پیام یکی از عناصر اصلی در هر فرایند ارتباطی است. برقراری یک ارتباط مؤثر، به عوامل متعددی بستگی دارد که آگاهی از مؤلفه‌ها و ویژگی‌های شخصیتی مخاطب از مهم‌ترین آنها است (محسنیان‌راد، ۱۳۹۰، ص ۳۹۳). به عبارتی مخاطبان پیام ویژگی‌ها و شاخصه‌هایی دارند که به صورت مستقیم یا غیرمستقیم می‌تواند دریافت موفق پیام و تأثیرپذیری از آن را تحت تأثیر قرار دهد. برخی از این ویژگی‌های شخصیتی می‌تواند میان عموم مخاطبان مشترک باشد، برخی نیز در طیف خاصی از مخاطبان (در شرایط زمانی و مکانی خاص) جریان داشته باشد.

این امر، یعنی تأثیر ویژگی‌های شخصیتی مخاطب در ایجاد ارتباط و انتقال پیام، در فرایند ارتباطی پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله و گیرندگان پیام آن حضرت نیز جریان دارد. از این رو نوشتار حاضر در صدد پاسخ به این مسئله است که ارتباط و انتقال پیام به مخاطب در فرایند ارتباطی رسول اکرم صلی الله علیه و آله تحت تأثیر چه متغیرها، شاخصه‌ها و مؤلفه‌های شخصیتی بوده است. بنابراین سعی شده تا در پژوهش حاضر، شخصیت مخاطبان آن حضرت و تأثیرپذیری آنان از عوامل مختلف در فرایند ارتباطی رسول اکرم صلی الله علیه و آله مورد مطالعه و بررسی قرار گیرد.

شخصیت مخاطبان پیام نبوی از زوایای مختلفی قابل بررسی است؛ همچون تأثیرپذیری از ساختار و قوای درونی، عوامل محیطی، اجتماعی، نیازهای زیستی، و روانی. شناخت شخصیت مخاطب در هر یک از این ابعاد و مؤلفه‌ها به تناسب، درصدد موفقیت در ارائه پیام را بالا می‌برد. در یک تقسیم‌بندی کلی ابعاد و مؤلفه‌های مذکور را می‌توان تحت دو عنوان ذیل پی‌گیری نمود:

- شخصیت‌شناسی عام (شناخت ویژگی‌های عام مخاطب)

- شخصیت‌شناسی خاص (شناخت ویژگی‌های خاص مخاطب؛ مختص یک طیف،

زمان و موقعیت).

هر دو طیف از ویژگی‌های شخصیتی در سیره پیامبر صلی الله علیه و آله مورد اهتمام بوده و در این پژوهش بررسی می‌گردد. لزوم بررسی هر دو طیف در سیره ارتباطی نبوی بدان جهت

است که اولاً پیامبر ﷺ خود در مقام رسالت و ارائه پیام، با طیفی از مخاطبان روبرو بود که تحت تأثیر شرائط عصری و نسلی خاص بودند، لذا شخصیت‌شناسی از مخاطب عصر نبوی ضرورت می‌یابد، ثانیاً رسول اکرم ﷺ برای کل بشریت (سبا، ۲۸) و برای همه اعصار (احزاب، ۴۰) برانگیخته شده و مخاطب اصلی آن حضرت «انسان» است، فارغ از زمان و مکان. از این حیث شخصیت‌شناسی از مخاطب عام نبوی و آگاهی از ویژگی‌های مشترک انسان‌ها ضرورت می‌یابد؛ به‌خصوص زمانی که بدانیم بخش غالبی از رسالت آن حضرت ناظر به اصول مشترک انسانی بوده است.

۲. پیشینه

اگرچه برخی، آثار سیره ارتباطی رسول اکرم ﷺ را بررسی کرده‌اند، لکن به‌صورت مستقل به شخصیت‌شناسی مخاطبان آن حضرت پرداخته‌اند. از اهم آثار مرتبط می‌توان به موارد ذیل اشاره نمود:

مقاله «تحلیلی بر سیره ارتباطات میان‌فردی پیامبر اکرم ﷺ» نوشته کریم خان محمدی، «شیوه‌های فرهنگی-ارتباطی پیامبر ﷺ در عهد مکی» نوشته محسن الویری، «ابزارها و شیوه‌های فرهنگی، ارتباطی پیامبر اعظم ﷺ» نوشته بهرام جبارلوی شبستری، و پایان‌نامه «شیوه‌های ارتباطی پیامبر اعظم ﷺ در دوران مکی» نگارش شکوفه شیربندی، و «مهارت‌های ارتباطی در سیره پیامبر اکرم ﷺ» نگارش محمد نادریان.

مهم‌ترین وجه اشتراک آثار فوق با پژوهش حاضر در اصل کاربست رویکرد ارتباطی است، لکن از وجوه متعددی با هم تمایز دارند؛ از جمله اینکه بررسی مؤلفه‌ها و ویژگی‌های شخصیتی مخاطب و تأثیر آن در فرایند ارتباط، یا اصلاً مدنظر آنها نبوده یا در حد اجمال فقط به‌عنوان گیرنده پیام مورد توجه قرار گرفته است.

بنابراین جنبه نو و ایده اصلی این پژوهش نسبت به آثار پیشین، علاوه بر شخصیت‌شناسی مخاطب و مؤلفه‌ها و متغیرهای مؤثر بر آن در سیره پژوهی ارتباطی، اهتمام به «ساختار و فرایند ساخت» در مخاطب، و نقش و جایگاه آن در فرایند ارتباطی است. به بیان دیگر، اگرچه رویکرد ارتباطی در سیره پژوهی به کار گرفته شده، اما توجه

به شخصیت‌شناسی مخاطب به‌ویژه کاربرست «رویکرد شناختی»^۱ در شخصیت‌شناسی، از سوی دیگران و پژوهش‌های پیشین مورد توجه و اهتمام نبوده است. لذا پژوهش حاضر ضمن شناسایی ویژگی‌های شخصیتی و زمینه‌ها و متغیرهای مؤثر بر آن، عنایت و تمرکز ویژه‌ای بر «ساختار و فرایند شناخت» در مخاطب خواهد داشت و نیز بر عواملی که ذهنیت، نگرش و نوع تصمیم‌گیری آنان را جهت می‌دهد.

۳. مفهوم‌شناسی

۳-۱. فرایند ارتباط

ارتباط عبارت است از انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه در گیرنده پیام مشابهت معنی با معنی موردنظر فرستنده پیام ایجاد شود (محسنیان‌راد، ۱۳۹۰، ص ۵۷). ارتباط، برخی از مفاهیم، تفکرات و معانی و یا به‌عبارتی پیام‌ها را به دیگران و یا میان عموم گسترش می‌دهد (فرهنگی، ۱۳۸۲، ص ۶).

۳-۲. مخاطب‌شناسی

ارتباط به هر شکلی که برقرار شود، حداقل سه عنصر را در بر می‌گیرد: فرستنده، پیام، گیرنده (مخاطب). هر سه عنصر ویژگی‌هایی دارد که اگر موردتوجه نباشد، به‌عنوان موانع ارتباط، از تأثیرگذاری آن می‌کاهد. شناخت ویژگی‌های مخاطب، در ابعاد گوناگونی انجام می‌پذیرد (محسنیان‌راد، ۱۳۹۶، صص ۳۲۷-۳۶۹)، لذا باید از جنبه‌های مختلف به شناسایی مخاطب همت گماشت و بر اساس نتایج شناخت و متناسب با آن جهت برقراری ارتباط مؤثر اقدام نمود. بنابراین منظور از شخصیت‌شناسی مخاطب در نوشتار حاضر بررسی عوامل و ویژگی‌هایی است که در ساخت شخصیت وی مؤثر بوده و نوع مواجهه آن را در فرایند ارتباطی تحت تأثیر قرار می‌دهد.

۱. منظور از «رویکرد شناختی» در پژوهش، توجه به «ساختار و فرایند شناخت» در مخاطب و نیز شناسایی و تمرکز بر عوامل، زمینه‌ها و مؤلفه‌هایی است که به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم، فرایند شناخت، پذیرش، گرایش، انتخاب و... را تحت تأثیر قرار داده و جهت می‌دهند.

۳-۳. ساختار شناختی

منظور از ساختار شناختی، مجموعه‌ای از عناصر و قوا در وجود انسان است که به‌عنوان ابزار و منابع شناخت مطرح هستند، و ساحتی برای بروز کارکردهایی مانند ادراک، معناسازی، ارزیابی و تصمیم‌گیری در مورد یک عمل، انتخاب، داوری و اموری از این قبیل است (محمدی نجم، ۱۳۸۷، ص ۱۴۲). بنابراین عرصه‌ای است که افکار آدمی در آن شکل گرفته، تثبیت و تعمیق می‌یابد. لذا ساختار و حوزه شناخت هدف اصلی جهت تأثیرگذاری بوده و پرداختن به آن حائز اهمیت است.

۴. شخصیت‌شناسی عام مخاطبان

در شخصیت‌شناسی عام، ویژگی‌ها و مؤلفه‌های متعددی از وجوه مشترک مخاطبان می‌تواند ارزیابی گردد. انسان بما هو انسان در فرایند دریافت پیام تحت تأثیر عوامل و ویژگی‌های متعددی است که اهتمام به شناخت و رعایت آنها در برقراری ارتباط موفق بسیار حائز اهمیت است. رویکردهای مختلفی نیز برای دسته‌بندی عوامل و ویژگی‌های مذکور می‌توان به کار گرفت. به‌طور کلی این ویژگی‌ها ناظر به دو ساحت مادی و معنوی انسان است. به نظر می‌رسد فرمایش امام صادق علیه السلام در این زمینه معیار مناسبی برای دسته‌بندی عوامل مذکور باشد که به‌نحو اختصار و کاربردی، ضمن عناوین پنج‌گانه‌ای بیان شده است. طبق فرمایش آن حضرت انسان همواره تحت تأثیر پنج عامل است که اگر هر کدام از آنها تامین نگردد، گرفتار بوده و فکر و روح متعادلی نخواهد داشت: سلامتی، امنیت، درآمد مناسب، ارتباطات با محبت و هماهنگی (همچون ارتباط با همسر، فرزند، دوست و همکاری که اهل خیر و درستی باشد)، و آرامش روحی که اگر این پنج‌گانه حاصل گردد بقیه عوامل نیز فراهم می‌شوند (شیخ حر عاملی، ۱۴۰۹ق، صص ۵۱-۵۲).

برخی از عناوین پنج‌گانه، ناظر به ساحت مادی و برخی دیگر ناظر به ساحت معنوی انسان است. باید توجه داشت که هر یک از عوامل مذکور، مقوله‌های متعددی^۱ را در بر

۱. به‌عنوان مثال: «نیاز به احترام» و «نیاز به مهرورزی» از ویژگی‌های عام مخاطب است که ذیل عامل «ارتباطات با محبت و هماهنگی» قرار گرفته و رسول اکرم صلی الله علیه و آله در فرایند ارتباط همواره بر تامین آن اهتمام داشتند.

می‌گیرد که تفصیل آنها هدف این نوشتار نیست و در آثاری که سیره ارتباطی معصومان علیهم‌السلام را بررسی کرده‌اند مورد توجه بوده است. از این رو در نوشتار حاضر بر ویژگی و عاملی از ابعاد معنوی انسان تمرکز می‌شود که در بررسی سیره ارتباطی معصومان علیهم‌السلام اهتمام شایسته‌ای بدان نشده است؛ یعنی تمرکز بر «ابعاد و ساختار شناختی» مخاطب که ناظر بر ساحت معنوی انسان است. شاید مهم‌ترین ملاحظه در این زمینه، تأمل در فلسفه بعثت انبیا و توجه به هدف آنان از برقراری ارتباط باشد. البته دقت در ماهیت پیام نبوی نیز مؤید همین مطلب است.

امیرالمؤمنین امام علی علیه‌السلام درباره فلسفه بعثت انبیا می‌فرماید: «... وَاضْطَفَى سُبْحَانَہٗ مِنْ وَٰلِدِہٖ اَنْبِیَاءَ اَخَذَ عَلٰی الْوَحٰی مِیثَاقَهُمْ وَعَلٰی تَبْلِیغِ الرِّسَالَةِ اَمَانَتَهُمْ لَمَّا بَدَّلَ اَكْثَرُ خَلْقِہٖ عَهْدَ اللّٰهِ اِلَيْهِمْ فَجَهِلُوا حَقَّہٗ وَ اتَّخَذُوا الْاِنْتِدَادَ مَعَهُ وَ اجْتَالَتْهُمُ الشَّیَاطِیْنُ عَنْ مَعْرِفَتِہٖ وَ اقْتَطَعَتْهُمُ عَنْ عِبَادَتِہٖ فَبَعَثَ فِیْہِمُ رُسُلَہٗ وَ وَاْتَرَ اِلَيْهِمْ اَنْبِیَاءَہٗ لَیَسْتَاذُوْہُمْ مِیثَاقَ فِطْرَتِہٖ وَ یُذْکَرُوْہُمْ مَنْسِیَّ نِعْمَتِہٖ وَ یَحْتَجُّوْا عَلَیْہِمُ بِالْتَّبْلِیغِ وَ یُیَسِّرُوْا لَہُمْ دَفَائِنَ الْعُقُوْلِ وَ یُرُوْہُمْ اٰیَاتِ الْمَقْدِرَةِ...» (نهج البلاغه، خ ۱).

چند فراز از فرمایش امام علی علیه‌السلام در بحث حاضر محوریت دارد؛ اولاً آن حضرت چالش اصلی جامعه را در انحراف از مسیر، جهل و شرک به خدا معرفی می‌کند، یعنی بروز مشکل شناختی و اعتقادی. ثانیاً راه حل آن را نیز سرمایه‌گذاری و فعالیت در حوزه شناخت و ادراک جامعه بیان می‌کند. استخدام تعابیری چون استیدای میثاق فطرت، تذکر نعمت منسی، احتجاج به تبلیغ و برانگیختن دفائن عقول که از مسائل اساسی حوزه شناخت هستند، بر این امر تصریح دارد. طبق این تعابیر، مخاطب اصیل، فرازمانی و فرامکانی انبیا، فطرت، عقل و بُعد شناختی انسان است. بنابراین کارویژه آنان نیز از برقراری ارتباط، معرفت‌بخشی و دست‌یابی به مخاطب متعقل و خردورز بوده است.

توجه به ماهیت پیام انبیا علیهم‌السلام نیز اولویت «ساختار شناختی» مخاطب را تأیید می‌کند؛ چرا که پیامبران برای هدایت و سامان‌دهی شناخت و دست‌یابی به مخاطب متعقل، تلاش‌های خود را از اصلاح در حوزه عقیده و باور شروع کرده‌اند که خود از مقوله‌های محوری در «ساختار و حوزه شناخت» است. همه منابعی که تاریخ و سیره پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآلہ‌وآلہ‌وسلم را

در دو دوره مکه و مدینه ثبت کرده‌اند اتفاق نظر دارند که نخستین ایجاد ارتباط و اقدامات پیامبرانه حضرت (بعد از بعثت) ناظر به حوزه اندیشه و باور جامعه بوده است. یعقوبی می‌آورد: «رسول خدا سه سال در مکه امر رسالت خود را پوشیده می‌داشت و به یگانگی و پرستش خدای عز و جل و اقرار به پیامبری خویش دعوت می‌نمود... سپس... دعوت خود را علنی ساخت و گفت: "انی رسول الله أدعوکم الی عبادة الله وحده و ترک عبادة الاصنام..."» (یعقوبی، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۳۷۹).

طبق این گزارش، نخستین مسئله‌ای که رسول اکرم صلی الله علیه و آله مخاطبان را بدان فرا خوانده‌اند، مسئله توحید بوده که از سنخ باور و از مقولات عقل نظری است و در حوزه شناخت و اندیشه قرار می‌گیرد (شرف‌الدین، ۱۳۹۷، ص ۵۵). از دیگر سو در صورت توجه به این نکته که هر رفتاری از سوی فرد و جامعه برآیند و ثمره دو بُعد وجودی انسان است، یکی بُعد شناختی مانند حوزه اندیشه و تعقل، و دیگری بُعد عاطفی مثل میل، رغبت و هیجان (بستانی، ۱۳۷۲، صص ۱۹-۲۰)، بیشتر به اهمیت آن واقف خواهیم شد. از این دو بُعد نیز بُعد شناختی مقدم بر بُعد دیگر بوده و در اولویت قرار می‌گیرد.

توجه به بُعد شناختی انسان و ورود به عرصه عملیات شناختی در فرایند ارتباط، مقوله‌ای است که بشر امروزی (به‌ویژه قدرت‌های جهانی) در چند دهه اخیر به اهمیت آن پی برده و با تمام توان سعی می‌کنند آمال خود را با استفاده از این راهکار محقق سازند. این در حالی است که طبق گزارش‌های تاریخی و متون دینی، پیامبران به خصوص نبی اعظم صلی الله علیه و آله در طی قرون گذشته پایه و اساس اقدامات خود را توجه به بُعد شناختی انسان قرار داده‌اند.

بنابر آنچه بیان شد و طبق آیه شریفه «وَمَا أَرْسَلْنَاكَ إِلَّا كَافَّةً لِّلنَّاسِ...» (سبا، ۲۸)، رسول خدا صلی الله علیه و آله برای توجیه دعوت خود، انسان طبیعی را مخاطب پیام قرار داده است؛ زیرا چنین فردی با نهاد خدادادی خود صلاحیت دریافت و فهم پیام ایشان را دارد، اما تأثیر مطلوب پیام در وجود مخاطب و رساندن آن به مقام انسانیت و تعقل، در صورتی تحقق می‌یابد که ضمن آگاهی از مراتب وجودی انسان، موانعی از درون و بیرون وی ایجاد اختلال ننماید. حال سؤال اساسی این است که چه ساحتی در وجود انسان مسئول دریافت و فهم صحیح پیام است و چه موانعی در این بین، ایجاد اختلال می‌نماید؟

هر پیامی که از سوی فرستنده ارسال و مخاطب آن را دریافت می‌نماید در حوزه شناخت انسان قرار می‌گیرد. مسئول اصلی در حوزه شناخت انسان نیز «نفس» است. نفس انسان بسته به اینکه در چه شأنی ظهور نماید، گاهی عقل است، گاهی قلب و گاهی حسی از حواس (جوادی آملی، ۱۳۹۰، ص ۳۰۳). فرمایش امام علی علیه السلام در فلسفه بعثت انبیا مبنی بر برانگیختن عقول انسان‌ها، دقیقاً ناظر بر همین مطلب است. یعنی پیامبر صلی الله علیه و آله بنا دارد تا انسان را از پایین‌ترین شئون نفس به عالی‌ترین شئون نفس، یعنی رتبه تعقل برساند.

این «نفس» در آیات و روایات متعددی مورد خطاب خدا و توصیف پیغمبرش قرار گرفته است؛ گاهی ترغیب و تشویق شده: «يَا أَيُّهَا النَّفْسُ الْمُطْمَئِنَّةُ ارْجِعِي إِلَىٰ رَبِّكِ رَاضِيَةً مَرْضِيَةً...» (فجر، ۲۷-۲۸)، «وَأَمَّا مَنْ خَافَ مَقَامَ رَبِّهِ وَنَهَى النَّفْسَ عَنِ الْهَوَىٰ» (نازعات، ۴۰) و گاهی توصیف شده: «أَعْرِفْكُمْ بِنَفْسِهِ أَعْرِفْكُمْ بِرَبِّهِ» (شیخ حر عاملی، بی‌تا، ص ۹۵) و «أَعْدَىٰ عَدُوِّكَ نَفْسُكَ الَّتِي بَيْنَ جَنَبَيْكَ» (محمدی ری شهری و دیگران، ۱۳۸۷، ج ۷، ص ۴۱۸). این تعابیر هر یک ناظر به شئون مختلفی از نفس است که در آن ظهور می‌کند.

«نفس» یا همان مسئول حوزه شناخت، از چند نوع ابزار و قوه ادراکی برخوردار است که در یک تقسیم‌بندی کلی عبارت‌اند از: حس، خیال، وهم، عقل و قلب. از نظر گاه قرآنی، شناخت نیز از سه طریق حس، عقل و شهود (قلب) انجام می‌گیرد (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۵، ص ۵۰۹). در این میان شناخت قلبی در توان خواص بوده و فقط در مورد معصومان علیهم السلام احتمال خطا ندارد. راه حس نیز مستقل نبوده و بدون استعانت از قانون عقلی افاده تصدیق نمی‌کند (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۵، صص ۳۱۳-۳۱۵). بنابراین معتبرترین شناختی که انسان غیر معصوم (غیر خواص) توان دستیابی بدان را دارد، شناخت عقلی است. با دقت در این مطلب، ابعاد دیگری از حکمت بیان امام علیه السلام در معرفی «برانگیختن عقول» به‌عنوان کارویژه انبیا روشن می‌گردد.

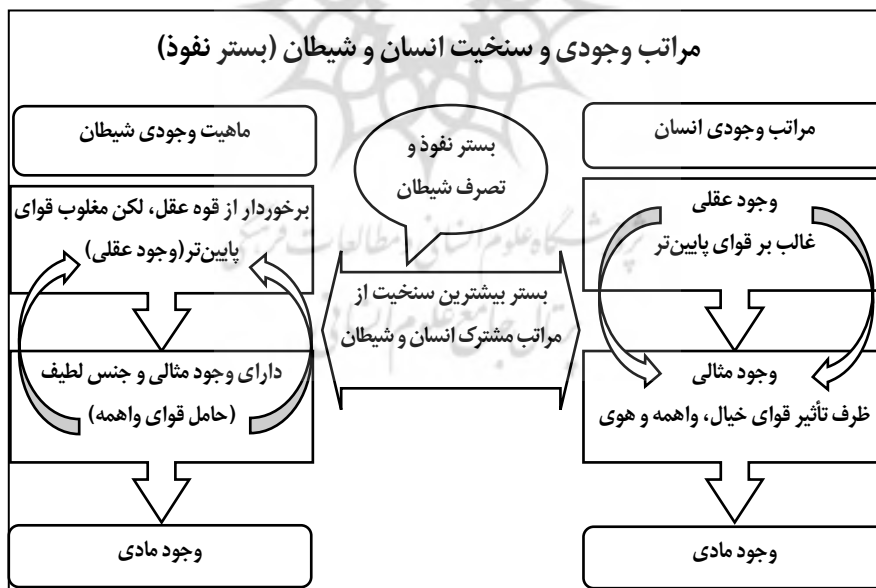
راه‌های شناخت انسان در واقع به لحاظ عوالم سه‌گانه وجودی انسان، یعنی عالم طبیعت (محسوسات)، عالم مثال (متخیلات)، و عالم معقولات است (صدرالدین شیرازی، ۱۳۸۳، ص ۴۴۷). به عبارتی انسان حقیقتی است که این عوالم بالقوه در او جمع هستند (واسعی، ۱۳۹۰، صص ۹-۴۵) و همچنان که در هر یک از مراتب وجودی دارای قوای شناختی

است، نیز دارای یک سری قوای غیرشناختی است. به عنوان مثال، چنان که «قوه عاقله» در رأس قوای ادراکی قرار دارد، در برابر آن قوه‌ای به نام «هوی» می‌تواند سایر قوای حیوانی را رهبری نماید؛ چنان که امام علی علیه السلام عقل را فرمانده لشکر رحمان، و هوای نفس را فرمانده لشکر شیطان معرفی می‌کند که هر یک نفس را به سوی خود می‌کشاند (آمدی، بی‌تا، ص ۱۱۹). همچنین علم را تأییدکننده عقل، و هوای نفس را تزیین‌کننده شهوت معرفی می‌کند که نفس میان این دو، مورد تنازع قرار می‌گیرد (آمدی، بی‌تا، صص ۱۱۹، ۴۳۴).

نکته حائز اهمیت در این زمینه، ارتباط دوسویه قوای شناختی با هم و نیز تأثیر و تأثر از قوای غیرشناختی است (فرامرز قراملکی و ناسخیان، ۱۳۹۵، صص ۱۹-۴۱؛ عزیزاده، ۱۳۹۶، صص ۶۷-۹۲). از این رو در فرایند ارائه پیام و معرفت‌بخشی، علاوه بر رعایت ارتباط و هماهنگی میان قوای شناختی، باید به تأثیرات دیگر قوای موجود در وجود انسان بر فرایند شناخت عنایت داشت. از سوی دیگر وجود انسان وجودی جدای از عالم هستی نیست و همواره در تأثیر و تاثر از عالم بیرون است. لذا ضروری است تا عوامل و موانع خارج از وجود انسان نیز در این فرایند مدنظر قرار گیرد. یکی از بارزترین موانع بیرونی، شیطان است که در آیه «وَلَقَدْ أَضَلَّ مِنْكُمْ جِبَلًا كَثِيرًا أَفَلَمْ تَكُونُوا تَعْقِلُونَ؟» و [او] گروهی انبوه از میان شما را سخت گمراه کرد آیا تعقل نمی‌کردید» به عنوان عامل اصلی در گمراهی مردم معرفی شده است (یس، ۶۲).

در تبیین فلسفه بعثت گذشت که شیطان نیرویی در مقابل انبیا علیهم السلام معرفی شد؛ یعنی حوزه شناخت انسان همچون میدان جنگ است که همواره دو نیروی معارض در آن وجود دارد؛ یکی پیامبر صلی الله علیه و آله و دیگری شیطان و جنود وی. رسول اکرم صلی الله علیه و آله در میان اصحاب بر حضور مستمر شیطان در این میدان تأکید کرده و می‌فرماید: «ما منکم أحد الا وله شیطان» (ابن ابی‌جمهور، ۱۴۰۵ق، ج ۴، ص ۹۷؛ ابن حنبل، ۱۴۲۱ق، ج ۴۱، ص ۳۴۲). تعبیر قرآن از زبان شیطان با وضوح بیشتری صحنه این نبرد را ترسیم می‌کند: «قَالَ فَبِعِزَّتِكَ لاَ غَويَنَهُم اِجْمَعينَ الاَ عِبَادِكَ مِنْهُمِ الْمُخْلِصينَ» (ص، ۸۳) و «قَالَ فَمَا أَغَويَتِنِي لاَ فَعَدَنَّ لَهُمِ صِرَاطَكَ المُسْتَقِيمَ ثُمَّ لاَ تَيتَهُمُ مِنْ بَينِ أَيْدِيهِمْ وَمِنْ خَلْفِهِمْ وَعَنْ أَيْمَانِهِمْ وَعَنْ شَمَائِلِهِمْ وَلاَ تَجِدُ أَكْثَرَهُمْ شَاكِرِينَ» (اعراف، ۱۶-۱۷).

پیامبر اکرم ﷺ کارکرد ضد معرفتی شیاطین را تبیین کرده و می‌فرماید: «لَوْ لَا أَنَّ الشَّيَاطِينَ يَحُومُونَ عَلَى قُلُوبِ بَنِي آدَمَ لَنَظَرُوا إِلَى الْمَلَكَوَتِ» (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۶۰، ص ۳۳۲). طبق این گزارش پیامبر ﷺ گردش شیطان بر گرد قلوب مؤمنان را مانع از شناخت حقیقت معرفی می‌کند. آن حضرت در روایتی دیگر به ویژگی تصرف شیطان بر فرایند کسب شناخت انسان نیز اشاره می‌کنند: «إِنَّ الشَّيْطَانَ يَجْرِي مِنْ ابْنِ آدَمَ مَجْرَى الدَّمِ فَضَيِّقُوا مَجَارِيَهُ بِالْجُوعِ!» (قضای، ۱۴۳۱، ج ۲، ص ۱۱۳؛ مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۶۰، ص ۳۳۲). این تعبیر حکایت از شدت و گستره نفوذ مهاجم در این نبرد شناختی دارد. عملیات وی در گمراه‌سازی انسان نیز با اختلال در حوزه شناخت انسان صورت می‌پذیرد و به نظر می‌رسد ماهیت وجودی و مراتب سنخیتی که شیطان با انسان دارد مهم‌ترین عامل در موفقیت وی باشد. بیشترین سنخیت شیطان با انسان در رتبه مثال است که در بردارنده قوای واهمه و خیال است. این قوا نیز سرمنشأ دخالت شیطان در وجود انسان است.



از آنجا که فرایند شناخت در عموم انسان‌ها از مجاری حس، خیال و وهم گذر کرده و در نهایت با نیروی عقل، معلوم آنها تحصیل می‌گردد، شیطان در این مسیر و از طریق قوای وهم و خیال در فرایند شناخت اختلال ایجاد می‌کند. همچنین شیطان با وساطت عوامل غیر معرفتی نیز این فرایند را مختل می‌کند (اسراء، ۶۴؛ مائده، ۹۰). با این توضیح، ابعاد فلسفه بعثت انبیا در برانگیختن عقول بشری و نیز نقش و کارکرد شیطان در مقهور ساختن نیروی عقل نمایان می‌گردد. بنابر آنچه بیان گشت، اهتمام به بُعد شناختی مخاطب در فرایند ارتباطی در آموزه‌های اسلامی و سیره نبوی روشن می‌گردد. پس از شخصیت‌شناسی عام مخاطب، در ادامه به شخصیت‌شناسی خاص مخاطبان نبوی در عصر بعثت می‌پردازیم.

۵. شخصیت‌شناسی خاص مخاطبان (مخاطب مقارن بعثت)

با عنایت به اینکه بخش اعظم اقدامات رسول اکرم صلی الله علیه و آله در موقعیت زمانی و مکانی معین و با مخاطبان مشخصی صورت گرفته و هر مخاطبی با توجه به شرایط زمانی، مکانی، محیطی، فرهنگی و اجتماعی می‌تواند تحت تأثیر عوامل خاصی قرار گیرد، بعد از تأملی که در ویژگی پایه و مشترک (عام) مخاطبان داشتیم، در ادامه ویژگی‌های مخاطبان مقارن بعثت را بررسی می‌کنیم. با شناخت شخصیت و خصوصیات آنان در بستر زمانی و مکانی مذکور است که تحلیل اقدامات نبوی در فرایند ارائه پیام و مواجهه با مخاطبان مقدور می‌گردد. طبیعی است که شخصیت مخاطبان عصر نبوی تحت تأثیر مولفه‌های متعدد فکری، فرهنگی، قبیله‌ای، محیطی و... شکل گرفته باشد و در نتیجه تحت تأثیر عوامل متعدد و گوناگونی نیز در فرایند ارتباطی رسول خدا صلی الله علیه و آله قرار گیرد. از این رو سعی می‌شود اهم عوامل مؤثر در این میان استخراج گردد؛ عواملی که در فرایند جذب و تأثیرگذاری، مورد عنایت و توجه رسول اکرم صلی الله علیه و آله نیز قرار گرفته‌اند.

منابع قرآنی، روایی و تاریخی، اطلاعاتی از ویژگی‌های شناختی، اخلاقی، رفتاری و... مخاطبان پیامبر صلی الله علیه و آله در اختیار گذاشته‌اند. البته پرداختن به همه آنها نه ضرورت دارد و نه هدف این بحث است، بلکه از چند آیه کوتاه اما غنی می‌توان بر ابعاد موضوع واقف

شد. قرآن در توصیف مهم‌ترین حوزه‌های عقیدتی، فکری و تصمیم‌گیری دوران مذکور، از اصطلاح «جاهلیت» استفاده می‌کند (آل عمران، ۱۵۴؛ مائده، ۵۰؛ فتح، ۲۶؛ احزاب، ۳۳).
 پاره‌ای از مظاهر شاخص جاهلیت که در قرآن به آنها تصریح یا اشاره شده، عبارت‌اند از: شرک، نیکی‌نکردن به والدین، کشتن فرزندان از بیم فقر (انعام، ۱۵۱)، زنا (اسراء، ۳۲)، زنده‌به‌گور کردن دختران (تکویر، ۸)، می‌گساری (بقره، ۲۱۹؛ مائده، ۹۰-۹۱)، رباخواری (بقره، ۲۷۵-۲۷۶)، تحقیر زن (نحل، ۵۸-۵۹)، قمار (میسر) و آزام. این افکار و اعمال همگی از موارد مورد توصیه شیطان معرفی شده است که به‌عنوان مهم‌ترین مانع بیرونی شناخت از وی یاد کردیم (مائده، ۹۰).

امام علی علیه السلام نیز در توصیف وضعیت مذکور می‌فرمایند: «از یک سو، فتنه‌های شیاطین و وسوسه‌های هواپرستان، رشته‌های ایمان و اعتقاد و معارف دینی را پاره کرده بود و از سوی دیگر، نابسامانی سراسر جامعه را فرا گرفته و آتش اختلافات از هر سو زبانه می‌کشید...» (نهج البلاغه، خ ۲).

توصیف مذکور از حوزه‌های فکری، اخلاقی، و هنجاری مخاطبان در دوره مقارن بعثت، حکایت از این دارد که فرایند شناخت آنها از اساس دچار اختلال گشته و قوه عاقله آنها مغلوب قوه هوی شده بود؛ به گونه‌ای که شخصیت آنها به‌طور کلی مخالف شخصیت مورد نظر اسلام شکل گرفته و در حوزه‌های مذکور بر خلاف اسلام عمل می‌کردند. یعنی نه تنها از ویژگی مثبتی در تسهیل پذیرش پیام برخوردار نبودند، بلکه بر عکس با موانع متعددی روبرو بودند؛ موانعی که یا از درون ساختار شناختی ایجاد اختلال می‌کرد و یا از بیرون و با وسائط متعدد.

رسول خدا صلی الله علیه و آله در ارائه و تثبیت پیام خود، این موارد را با عنایت به نقش، درصد تأثیر و تناسب آن با پیام و هدف خویش، سنجیده و اقدام مناسب را در زدودن آن انجام داده‌اند. مثلاً اگر مانع‌زدایی دفعی، پذیرش پیام را مختل می‌نمود، آن حضرت با روش تدریج عمل می‌کردند. جریان منع تدریجی شرب خمر - که مردم بدان تعلق خاطر داشتند - از این قبیل است (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۲، صص ۲۹۰-۲۹۱)، در حالی که شرب خمر یکی از تعطیل‌کننده‌های قوای ادراکی است. البته راهکار تدریج در سیره نبوی بسته به

ماهیت اعتقادی، ارزشی، هنجاری (فقهی)، اخلاقی و... دنبال و عملیاتی می‌شد. مثلاً عملکرد ایشان در حوزه عقاید (توحید و شرک) با حوزه هنجارهای فقهی متفاوت بود. آن حضرت تدریج را در پذیرش اصل توحید به کار بسته و درخواست نمایندگان قبیله ثقیف مبنی بر بقای بت بزرگ آنان برای یک سال دیگر را رد کردند (ابن هشام، بی‌تا، ج ۲، صص ۵۳۹-۵۴۰).

در شخصیت‌شناسی خاص مخاطبان فارغ از آنچه بیان شد - به نظر می‌رسد برخی از عوامل زمینه‌ای همچون ساختار سیاسی و اجتماعی حاکم بر آن دوره، نقش و اهمیت بسزایی در ساخت شخصیت آنان داشته و نحوه تعاملات آنان را جهت می‌داد. یعنی بافت قبیله‌ای و فقدان وحدت اجتماعی و نبود قانونی واحد در میان اعراب، پیامدهای متعددی را برای جامعه مذکور ایجاد کرده بود. در این میان، تأثیرپذیری از شش مؤلفه ناظر به بحث حاضر، یعنی شخصیت‌شناسی خاص مخاطبان ارزیابی شد که قابل تأمل و مهم به نظر می‌آیند. مؤلفه‌های مذکور عبارت‌اند از: ۱. تأثیرپذیری از ساختار قومی - قبیله‌ای، ۲. تأثیرپذیری از بت ذهنی قبیله، ۳. تأثیرپذیری از فقر اقتصادی، ۴. تأثیرپذیری از اقتدار و غلبه، ۵. تأثیرپذیری از شیوخ و رؤسای قبایل، و ۶. تأثیرپذیری از پیمان‌ها و پیوندهای قبیله‌ای. در ادامه به تشریح مؤلفه‌های شش‌گانه مذکور خواهیم پرداخت که از اهم عوامل و مؤلفه‌هایی هستند که به‌نوعی در شکل‌گیری شخصیت مخاطبان نبوی مؤثر بوده‌اند.

۵-۱. تأثیرپذیری از ساختار قومی - قبیله‌ای

ساختار قومی و قبیله‌ای، با محوریت ارکانی همچون «نَسَب»، «عَصَب» و «حَسَب» شکل گرفته است (علی، ۱۳۹۱، ج ۴، ص ۳۱۳). در نتیجه ساحت‌های گوناگون جامعه با محوریت خون و همبستگی درون‌قبیله‌ای سامان می‌یابد و به تبع آن برقراری هر نوع تعامل و ارتباط در چنین جامعه‌ای بدون شناخت، اهتمام و عنایت به ارکان و عناصر مذکور مقدور نبوده و به نتیجه مطلوب نمی‌رسد.

در نظام اجتماعی قبیله‌ای، ارتباط تنگاتنگی میان افزایش منازعات اجتماعی با

افزایش همبستگی درون گروهی و ایجاد حدود و ثغور میان گروهی وجود دارد. در همین راستا است که هم‌پیمانی در سطح جامعه قبیله‌ای ضرورت می‌یابد و روابط فی‌مابین تعریف و تنظیم می‌گردد. از پیامدهای فکری و معنوی چنین شرایطی اسیر شدن افراد در درون این حدود و ثغور نفوذناپذیر است که امکان هر نوع گفت‌وگو و تبادل افکار را سلب نموده و در نتیجه انسداد دریچه‌های فهم و معرفت را به دنبال می‌آورد. به عبارتی نظام فکری و فرهنگی آنان از جمله نظام باورها و ارزش‌ها متناسب با مقتضیات قبیله شکل می‌گیرد.

با عنایت به ویژگی‌های مذکور است که می‌توان رویارویی پیچیده و به‌حسب ظاهر متناقض اقوام و قبایل مختلف مقارن بعثت را با نبی اعظم صلی الله علیه و آله و پیام ارائه‌شده از سوی ایشان تحلیل و درک نمود و حتی زمینه لازم برای فهم دگرگونی و تغییرات فکری و فرهنگی غیرمنتظره بعد از رحلت رسول خدا صلی الله علیه و آله را فراهم ساخت. به بیان دقیق‌تر عصر بعثت و ویژگی‌های آن بهترین آینه‌ای است که می‌تواند منش و کنش اعتقادی و اجتماعی آنان را انعکاس دهد و منطق فهم تحولات بعدی را روشن سازد.

مقارن بعثت، نظام و حاکمیتی تحت قانون واحد وجود نداشت و تعاملات اجتماعی نیز بر مبنای مقتضیات قبیله‌ای صورت می‌گرفت. البته وضعیت جغرافیایی و آب‌وهوایی عربستان در شکل‌گیری چنین ساختاری بی‌تأثیر نبود؛ به نحوی که تحقق بستر لازم برای تشکیل دولت متمرکز را با مشکل مواجه می‌نمود (علی، ۱۳۹۱، ج ۴، ص ۲۸۰). قبایل حاضر در شبه‌جزیره، از نظر نسب به قحطان، عدنان و قضاعه می‌رسیدند که هر کدام دارای شاخه‌هایی بودند. از این میان اعراب قحطانی در جنوب جزیره زندگی می‌کردند (ابن‌خلدون، ۱۳۶۳، ج ۱، صص ۲۸۶-۲۹۵). اعراب عدنانی نیز قبایل و تیره‌هایی را شامل می‌شدند که مضریان از جمله آنها بودند و در حجاز سکونت داشتند (شهیدی، ۱۳۸۰، صص ۶۹-۷۰).

قریش از تیره مضریان بود و نسب آنها با واسطه به فهر می‌رسید. از نام‌های مشهور در مراحل پایانی این سلسله بنو عبدمناف بن قصی بن کلاب است (ابن‌خلدون، ۱۳۶۳، ج ۱، ص ۳۸۳). عبدمناف پسرنی داشت به نام‌های مطلب، نوفل، ابو عمرو، عبدشمس و هاشم (یعقوبی، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۳۱۱) که رسول اکرم صلی الله علیه و آله فرزند عبدالله فرزند عبدالمطلب فرزند هاشم است.

ارتباطات و تعاملات اجتماعی عرب در عصر بعثت، دقیقاً در چارچوب منطق و فرهنگ قبیله‌ای تنظیم می‌شد. در این میان قریش در مرکزیت این ساختار قرار گرفته و از گستره نفوذ بیشتری برخوردار بود. قریش این سروری را مدیون قصی بود که قبایل پراکنده قریش را جمع نمود و در مرکزیت مکه مستقر ساخت. وی چهار پسر به نام‌های عبدالدار، عبدمناف، عبدالعزی و عبدقصی داشت. قصی ریاست مکه را به عبدالدار داد و او نیز وظایف سروری را برای فرزندانش به ارث گذاشت. تنش میان بنوعبدالدار و بنوعبدمناف که با مرگ وی، بر سر سروری مکه آغاز شده بود، با تقسیم مناصب میان آنان به صلح انجامید (یعقوبی، ۱۳۷۱، ج ۱، ص ۳۷۴). با این حال این تنش و رقابت بعدها در میان بنی‌هاشم و بنی‌امیه ادامه یافت (طبری، ۱۳۷۵، ج ۳، صص ۸۰۱-۸۰۳) و ضمن اینکه بعد از بعثت، تأثیرات عمیقی در فرایند دعوت و ابلاغ پیام رسالت بر جای گذاشت، تحولات بسیاری را نیز در بستر تاریخ در پی داشت؛ به گونه‌ای که می‌توان تفکر قبیله‌گرایانه بنی‌امیه را بنیان اصلی بسیاری از کج‌اندیشی‌های اعتقادی در تاریخ اسلام دانست.

۵-۲. تأثیرپذیری از بُت‌دهنی قبیله در عرصه دینی و اعتقادی

ساختار قبیله‌ای شبه‌جزیره، تأثیر و کارکرد پیچیده‌ای در ارتباط با توسعه و تضییق تفکر دینی و یا دایره نفوذ پیام نبوی در میان قبایل داشته است. بخشی از شخصیت‌شناسی مخاطبان خاص رسول خدا ﷺ در عصر بعثت، در گرو ذهنیت‌شناسی قبایل، یعنی شناخت بت‌های ذهنی و تصورات قالبی قبیله در عصر مذکور است که در این صورت چگونگی مواجهه قبایل عرب با اسلام و مسلمانان نخستین، قابل فهم گشته و در نتیجه روشن خواهد شد که قبیله‌اندیشی با عقاید و باورهای دینی چه نسبتی دارد و چه چالشی را در مسیر گسترش پیام نبوی ایجاد می‌نمود.

ساختار اجتماعی قبیله‌محور، به‌ویژه در جامعه جاهلی حجاز که همراه با خون‌ریزی و نفرت‌های تاریخی همراه بوده، بستری نامناسب برای رویش و زایش اندیشه‌ها و مانعی در مسیر نمایان‌ساختن گنجینه‌های عقول انسانی به حساب می‌آمد. تفکر عقلانی و ایمان عاقلانه، احتیاج به تجربه فضای اجتماعی مناسب دارد. در فضای اجتماعی‌ای که

گروه‌های قومی در حصار قبیله محدود می‌شوند، فرصت تبادل افکار را از دست داده و زمینه‌ای برای تجربیات جدید نمی‌یابند. از این رو انسان اسیر در بافت قبیله، متأثر از تلقینات قبیله، دارای ذهنیت بسته قبیله‌ای گشته و نه تنها در مدار قبیله می‌اندیشد که اساساً داده‌های معرفتی فراتر از ذهنیت قبیله را نمی‌تواند درک و تصور نماید.

ذهنیت قبیله‌ای فرایند شناخت و تصمیم‌گیری را تحت تأثیر قرار داده و به تبع آن با ساماندهی رفتارهای قبیله‌مداران، شخصیتی محبوس برای انسان می‌سازد و جهالت اجتماعی را در متن تفکر و عواطف انسان وارد می‌نماید. از این رو در جامعه قبیله‌منش، قضاوت و داوری در ارتباط با حوادث و پدیده‌های اجتماعی بر مبنای استدلال و شواهد صورت نگرفته و با معیار کشش‌ها و گرایش‌های قبیله‌ای انجام می‌شود. به عبارتی این ساختار به چرخه تولید جهالت اجتماعی منتهی گشته و افراد قبل از اینکه در بستر تعقل و اندیشه زندگی کنند، بر مبنای توجیحات ساختار قبیله اقلان گشته و عمل می‌نمایند.

در ساختار قبیله‌ای، مدیریت فضای فکری - فرهنگی قبیله توسط رئیس قبیله انجام می‌شود. اگرچه در ساختار قبیله نیز مراتب متعددی از قدرت تعریف می‌شود، لکن رئیس قبیله در رأس هرم قدرت قرار داشت (علی، ۱۳۹۱، ج ۴، ص ۵۴۶). بر این اساس، این رئیس قبیله بود که اجازه می‌داد افراد چه نوع پیامی بپذیرند، چگونه فکر کنند و به کدام دسته از ارزش‌ها ملتزم گردند. ذهنیت رئیس قبیله نیز بیشترین تناسب را با ارزش‌های قبیله داشته و او در واقع ذهنیت خود را از باورهای رایج در قبیله می‌گیرد و متناسب با ارزش‌های قبیله عمل می‌کند، و در این چرخه بسته معرفتی، منطق عقلانی از کار افتاده، و تقلید در ذهنیت قبیله مستحکم می‌گردد. از جمله پیامدهای آن جلوگیری از ارائه و طرح تفکراتی است که با معیار قبیله متبوع مغایر باشد. چنان‌که مشرکان انگشت خویش را در گوش می‌گذاشتند تا کلام الهی را نشنوند (نوح، ۷) و به قبایل خویش دستور می‌دادند تا از شنیدن قرآن دوری گزیده و با ایجاد هیاهو، مانع شنیدن دیگران گردند (فصلت، ۲۶).

مطالبی که بیان گشت به‌روشنی گویای این واقعیت معرفت‌شناختی است که پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله برای ارائه پیام و نفوذ در ذهنیت بسته قبایل عرب، با چه دشواری‌ها و

چالش‌هایی مواجه بوده‌اند. با این نگاه است که می‌توان دعوت رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ از خویشان نزدیک (شعراء، ۲۱۴) را در آغاز دعوت عمومی، توجیه و تحلیل نمود؛ یعنی ذهنیت بسته قبیله‌ای از یک سو و نفوذمندی قریش در میان سایر قبایل از سوی دیگر، می‌توانسته مناسب‌ترین مسیر و بستر لازم برای ورود در ذهنیت دیگر قبایل را فراهم سازد.

داده‌های تاریخی نیز بیانگر این است که خاستگاه اصلی مقاومت قریش در برابر اسلام، ذهنیت قبیله‌ای آنها بوده است. سران قریش دین را قبیله‌ای فهم کرده و در نتیجه، پذیرش پیام نبوی و تأیید رسالت ایشان را حاکمیت بنی‌هاشم تصور می‌نمودند. سروری پیامبر صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ در ذهنیت آنان به معنای صعود بنی‌هاشم به رأس هرم سروری بود و این همان چیزی بود که بنی‌امیه و هم‌پیمانان آنان را در برابر رسول خدا صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قرار می‌داد (جبری، ۱۳۸۴، صص ۱۳۸-۱۳۹).

شخصیت جامعه مقارن بعثت به نحوی شکل گرفته که منطق و معیار قبیله بر منطق و معیار عقیده ارجحیت و غلبه دارد. بت‌پرستی اساساً باوری است که اگر هم بر بنیان قبیله ایجاد نشده باشد، بی‌شک در بستر و چارچوب قبیله‌گرایی پرورش یافته است. یعنی همان‌گونه که تنش و تفرقه اصل اولیه در روابط قبیله‌ای به شمار می‌آید، تعدد خدایگان نیز اصل تلقی می‌گردد و بر همین اساس هر قبیله بتی برای خویش اختصاص می‌دهد (کلبی، ۱۳۶۴، ص ۹ به بعد). در همین جهت است که وقتی رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ با ارائه پیام خویش مشرکان را به توحید می‌خواند، مشرکان ضمن واکنشی شدید، می‌گویند که محمد صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ می‌خواهد همه خدایان را یکی کند (طبری، ۱۳۷۵، ج ۳، ص ۸۷۰).

به هر حال بت ذهنی قبیله، همواره به عنوان متغیری منفی در فرایند ارتباطی رسول اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ عمل می‌کرد. از جمله پیامدهای استمرار آن را حتی بعد از فتح مکه نیز می‌توان مشاهده نمود. پس از فتح مکه، قبایلی که در انتظار نشسته بودند تا سرنوشت قریش با اسلام روشن گردد، با پیروزی جبهه اسلام، به صورت قبیله‌ای به اسلام پیوستند. نکته حائز اهمیت در اینجا این است که آنها با نگرش سیاسی و با تفسیر قبیله‌ای از دین، و بر مبنای پیمانی که قبایل با حاکمان سیاسی می‌بستند با اسلام هماهنگ گردیدند. بدین

جهت است که قرآن از ذهنیت پنهان و نگرش قبیله‌ای آنها پرده برداشته و می‌فرماید: «قَالَتِ الْأَعْرَابُ آمَنَّا قُلْ لَمْ نُؤْمِنُوا وَلَكِنْ قُولُوا أَسْلَمْنَا وَلَمَّا يَدْخُلِ الْإِيمَانُ فِي قُلُوبِكُمْ؛ اعراب گفتند: ایمان آوردیم، بگو ایمان نیاورده‌اید لیکن بگوئید اسلام آوردیم و هنوز در دل‌های شما ایمان داخل نشده است و اگر از خدا و رسولش اطاعت کنید چیزی از پاداش کارهای شما را فروگذار نمی‌کند، خدا آمرزنده مهربان است» (حجرات، ۱۴).

زمان زیادی از ورود قبیله‌ای اعراب به ویژه اسلام آوردن دسته‌جمعی قریش نگذشته بود که نه تنها تعصبات خفته در میان جامعه اسلامی بیدار گشت، بلکه روحیه دنیاگرایی و تجارت‌پیشگی قریشی نیز در متن مناسبات اجتماعی وارد شد.

۵-۳. تأثیرپذیری از فقر و پیامدهای اجتماعی-روانی آن

ساکنان سرزمین‌های خشک به مقتضای شرایط جغرافیایی، تحمل مشکلات زندگی بادیه‌نشینی، کسب معیشت، و احياناً جنگ به منظور تصاحب چراگاه و منابع طبیعی، به صورت گروهی کوچک زندگی می‌کردند. به‌طور کلی اعراب شبه‌جزیره، چه بادیه‌نشینان و چه شهرنشینان، زندگی را به‌سختی سپری می‌کردند. آنها مجبور بودند در مقابل سختی ناشی از اوضاع و احوال نامساعد محیط مقاومت کنند. غارت و چپاول از مشخصات ثابت آنان بود و هر گاه قبیله‌ای دشمنی نمی‌یافت تا آن را غارت کند، از شدت فقر و گرسنگی به قبایل غیردشمن حمله می‌برد. مسائلی از قبیل ظلم و جور، اسارت زنان و کودکان، قتل و کشتار و زنده‌به‌گور کردن دختران، اموری بود که اجتماع آن روز عرب از آن رنج می‌برد. زندگی در پست‌ترین منزل‌ها و برخورداری از آب و غذای ناگوار از دیگر ویژگی‌های آنان بود (نهج‌البلاغه، خ ۲۶).

این وضعیت باعث ایجاد خصلتی روانی در آنها شده بود. تحمل مشکلات و سختی‌ها آنها را با تجربه کرده بود. این ویژگی، تحمل سختی‌ها، می‌توانست همچون متغییری مثبت و تسهیل‌کننده در گسترش اسلام و تحول اجتماعی نقشی اساسی ایفا کند؛ چرا که یکی از موانع عمده در مقابل تحولات اجتماعی جوامع، فشار و محاصره اقتصادی بعد از آن است. اگر افراد جامعه انقلابی رفاه‌زده یا جامعه مرفه باشد و اعضای جامعه به

مشکلات بعد از دگرگونی اجتماعی آشنایی و عادت نداشته باشند، انقلاب آنان دستخوش نابسامانی‌های فراوانی خواهد شد. از آنجا که اعراب جاهلی تحت آن شرایط سخت و اوضاع و احوال جغرافیایی خاص و با حداقل امکانات اولیه حیات زندگی می‌کردند و به آن عادت داشتند، می‌توانستند فشارهای اقتصادی از جمله محاصره اقتصادی شعب ابی‌طالب را که لازمه انقلاب و تحول اجتماعی-فرهنگی اسلام بود تحمل کنند. از دیگر سو وقتی طبقه تهیدست جامعه شبه‌جزیره شرایط اقتصادی و اجتماعی قبل از اسلام را با آموزه‌هایی که پیام نبوی به آنان ارائه می‌کرد مقایسه می‌کردند، طبیعی بود که پیام نبوی برای آنان جذابیت داشته باشد.

تاریخ نیز به‌روشنی این واقعیت را نشان می‌دهد که در سال‌های نخستین دعوت رسول اکرم ﷺ دسته‌ای از تهی‌دستان، بردگان و طبقه متوسط جامعه به دین اسلام گرایش پیدا کردند، اما ثروتمندان و سران قبایل که صاحبان ثروت نیز بودند در برابر پیامبر ﷺ ایستادند. نکته حائز اهمیت این است که همین طبقه محروم علاوه بر رغبت بیشتر به پیام نبوی، در برابر فشارها و شکنجه‌های مشرکان نیز استقامت داشتند. بنابراین فقر معیشتی و سختی شرایط زندگی، عاملی زمینه‌ساز برای پذیرش پیام نبوی از سوی بخشی از مخاطبان آن حضرت بوده است که اغلب از طبقات محروم جامعه بودند.

۵-۴. تأثیرپذیری از اقتدار و غلبه

«الْحَقُّ لِمَنْ غَلَبَ» انگاره‌ای است که در نتیجه رواج نزاع و خشونت‌های میان قبایل در ذهنیت مخاطب آن روز ایجاد شده، نوع رفتار و تعامل آنان را جهت می‌داد و برنامه‌های آنان را ترسیم می‌نمود. گرچه نقش و تأثیر این عامل در میان طیف‌های مختلف از قبایل اعراب می‌تواند متفاوت باشد، اما بی‌شک در زمره چند عامل اصلی و عمده انقیاد در برابر دیگری به شمار می‌رفت. جواد علی نقش این مؤلفه را چنین بیان می‌کند: «ولا یعرف الأعرابی شیئاً غیر القوة ولا یخضع إلا لسلطانها. وبموجب هذه النظرة بنی أصول الحق والعدل، وما یتبعهما من حقوق» (علی، ۱۳۹۱، ج ۴، ص ۲۹۶). خداوند متعال با استخدام واژه تسلیم درباره طیفی از مخاطبان رسول اکرم ﷺ به این حقیقت تصریح

می‌کند: «قَالَتِ الْأَعْرَابُ ءَأَمَّا قُلْ لَمْ تُؤْمِنُوا وَلَكِنْ قَوْلُوا أَسْلَمْنَا لَمَّا يَدْخُلِ الْإِيْمَنُ فِى قُلُوبِكُمْ...» (حجرات، ۱۴). این ویژگی در شخصیت مخاطبان عصر بعثت به عنوان متغیری منفی در ارائه موفق پیام نبوی به حساب می‌آید و تنها با اقتدار پیام‌رسان بود که مانع مذکور بر طرف و پذیرش پیام از سوی چنین مخاطبانی فراهم می‌گشت. این امر را می‌توان در جریان فتح مکه و گسترش پیام نبوی در میان اعراب به روشنی مشاهده نمود (ابن‌اثیر، ۱۳۸۵، ج ۲، صص ۲۸۶-۲۸۷).

۵-۵. تأثیرپذیری از شیوخ و رؤسای قبایل

در موارد نخستین پیرامون ساختار قبیله‌ای حاکم بر جامعه شبه‌جزیره سخن گفته شد که مانع از تمرکز قدرت در وجود یک نهاد، سازمان و یا گروه شده بود. از این رو در بحث حاضر تأکید بر نقش ویژه رئیس قبیله و برجسته‌ساختن جایگاه وی در امور از جمله فرهنگ‌پذیری یا فرهنگ‌گریزی است. به هر حال پیامد ساخت قبیله‌ای، پخش قدرت در میان شیوخ و رؤسای قبایل بود، چرا که معرّف و نماینده هر قبیله، شیخ آن قبیله بود که ریاست و پیشوایی قبیله را بر عهده داشت. ابن‌خلدون در مقایسه قبیله با شهرهای بزرگ، قبیله را همچون دولتی کوچک توصیف کرده که از ملزومات آن برخوردار بوده، با این تفاوت که نهاد قدرت در قبیله رئیس قبیله است؛ لذا افراد صرفاً در برابر رئیس قبیله خویش پاسخگو بودند، نه شخص، گروه و یا نهاد دیگری (ابن‌خلدون، ۱۳۷۵، ج ۱، صص ۲۴۰-۲۴۱).

این نوع از ترکیب سیاسی-اجتماعی باعث بروز و پیدایش حقوق، ویژگی‌ها و خصوصیاتى در میان رئیس و افراد قبیله می‌گشت (علی، ۱۳۹۱، ج ۵، ص ۲۵۳ به بعد). مهم‌ترین حق برای رئیس قبیله، حق تسلیم، خضوع و اطاعت افراد و اعضای قبیله از وی بود. خصوصیتی که برای افراد قبیله به بار می‌آورد، شکل‌گیری طرز تفکر و اندیشه آنان همسو با رؤسای قبایل بود. به عبارتی طرز تفکر و اندیشه رئیس و یا نهایتاً شورای قبیله، طرز تفکر و اندیشه همه اعضای قبیله محسوب می‌شد. چنین ساختاری نقش و قدرت بی‌بدیلی برای رئیس قبیله در ایجاد زمینه برای فرهنگ‌پذیری یا فرهنگ‌گریزی گروهی

را فراهم می‌نمود. پذیرش پیام نبوی از سوی جمعی از قبیله خزاعه به تبعیت از رئیس قبیله (حارث)، از نمونه‌های تأثیرگذاری چنین عاملی است (ابن‌هشام، ۱۳۷۵، ج ۲، صص ۱۹۹-۲۰۰).

۵-۶. تأثیرپذیری از پیمان‌ها و پیوندهای قبیله‌ای (حلف)

منظور، بستن پیمان و معاهده برای اتفاق، پشتیبانی و مساعدت طرفین در مورد امری از امور است (علی، ۱۳۹۱، ج ۴، ص ۳۷۰). حلف و بستن پیمان ضمن برخورداری از شأن و جایگاه خطیر و مؤثر در حیات اجتماعی مقارن بعثت، دارای حرمت، قداست و وجه دینی نیز بوده است.

انعقاد هر پیمانی، خود اتحاد و ائتلاف‌هایی را در پی داشته و زمینه‌ساز جهت‌گیری‌های جانب‌دارانه و یا ستیزه‌جویانه می‌گردید. این قبیل پیمان‌ها با انگیزه‌های متعددی شکل می‌گرفت که از تأمین و پوشش امنیتی گرفته تا امور اقتصادی، نظامی، استیفای حق، ایجاد نظم و... را شامل می‌شد (علی، ۱۳۹۱، ج ۴، صص ۳۷۱-۳۷۲).

آنچه برای ما در این بحث مهم است، بسترسازی چنین پیمان‌هایی برای پذیرش، تقویت و یا توسعه دامنه نفوذ در عرصه‌های مختلف است. یعنی اگر یک مدیر فکری و پیام‌رسان می‌توانست با تعداد بیشتری از قبایل، چنین پیمان‌ها و پیوندهایی برقرار نماید، دامنه نفوذ وی و به تبع آن دامنه نفوذ پیام وی گسترش می‌یافت. به عبارتی مقوله احلاف (پیمان‌ها) در عصر بعثت در کنار کارکردهای گوناگون، می‌توانسته همچون عاملی در پذیرش و توسعه فرهنگی و یا تقابل فرهنگی عمل نماید. به هر حال رواج مقوله احلاف و کارکرد مؤثر آن در میان اعراب، مولفه‌ای محوری از آن در ذهنیت جامعه ایجاد کرده بود.

مباحثی که تاکنون مطرح شد در دو قسمت مخاطب‌شناسی عام با محوریت ساختار شناختی و عوامل مؤثر بر آن، و مخاطب‌شناسی خاص در عصر نبوی بررسی گشت، و تا حد امکان عواملی که در ناحیه مخاطب، اشراف بر آنها می‌توانست در فرایند ارتباط مورد توجه و بهره‌برداری قرار گیرد ذکر گردید. بی‌شک آشنایی با ساختار شناختی انسان و عوامل درونی و بیرونی مؤثر بر آن از یک سو و شخصیت‌شناسی خاص مخاطبان پیامبر ﷺ از سوی دیگر، تأثیر بسزایی در تحلیل فرایند ارتباطی و نحوه ارائه پیام نبوی خواهد داشت.

نتیجه گیری

دستیابی به شناخت مطلوب از مخاطب در هر یک از ابعاد آن، به تناسب، میزان موفقیت در ارائه پیام را بالا می‌برد. تأمل در فرایند ارتباطی رسول اکرم صلی الله علیه و آله و نوع تعامل آن حضرت با مخاطب بیانگر این است که هر دو گونه از مخاطب‌شناسی عام و خاص در سیره آن حضرت رواج داشته و عملیاتی گشته است. البته به جهت خاتمیت رسالت و عمومیت مخاطبان آن حضرت، عنایت به ویژگی عام مخاطبان در اولویت قرار گرفته است. با عنایت به اینکه «برانگیختن عقول انسان‌ها» از اهداف راهبردی در برقراری ارتباط و ارائه پیام در سیره نبوی بوده، توجه و تأکید بر حوزه شناخت از میان ویژگی‌های عام مخاطبان از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار بوده است. عمق، گستره و استمرار تأثیر پیام نبوی در طول تاریخ نیز مؤید این امر است. بر این اساس، یک پیام‌رسان به هر اندازه شناخت بیشتر و دقیق‌تری از ابعاد و ساختار شناختی انسان داشته باشد تأثیر پیام وی به همان اندازه از عمق، گستره و استمرار بیشتری برخوردار خواهد بود. فرایند ارتباط و ارائه پیام به هر مقدار در سطح کلان‌تری صورت گیرد، اهمیت شناخت ویژگی عام مخاطبان نیز افزون‌تر می‌شود. آگاهی از ویژگی‌های خاص مخاطبان نیز در اولویت بعدی قرار می‌گیرد. رسول اکرم صلی الله علیه و آله در این عرصه به ویژگی‌های شخصیتی مخاطبان معاصر خویش عنایت داشته و اقدامات خود را متناظر با آن انجام داده‌اند. بررسی به عمل آمده در این زمینه بیان‌گر این است که ویژگی‌های شخصیتی مخاطبان معاصر رسول خدا صلی الله علیه و آله اغلب تحت تأثیر آداب و رسوم قبیله‌ای، شرایط اجتماعی و موقعیت جغرافیایی آن دوره بوده است.

بر این اساس، پیام‌رسان نباید مخاطب و گیرنده فکر را جدای از موقعیت، شرایط، کنش‌های اجتماعی و مقتضیات زمانی و مکانی در نظر بگیرد، بلکه در عین برخورداری از مخاطب‌شناسی عام، برای دستیابی به شناخت ویژگی‌های خاص آنان نیز تلاش نماید؛ به‌خصوص زمانی که در سطوح خرد به ارائه پیام و تأثیرگذاری می‌پردازد.

فهرست منابع

* قرآن کریم.

* نهج البلاغه.

۱. ابن ابی جمهور، محمد. (۱۴۰۵ق). عوالی اللثالی العزیزیه فی الأحادیث الدینیة (محقق: مجتبی عراقی، ج ۴). قم: دار سید الشهداء للنشر.
۲. ابن اثیر، عزالدین أبوالحسن علی بن ابی‌الکرم. (۱۳۸۵). الکامل فی التاریخ (ج ۲). بیروت: دار صادر و دار بیروت.
۳. ابن حنبل، أحمد بن محمد. (۱۴۲۱ق). مسند احمد بن حنبل (محقق: محمد رضوان عرقسوسی و دیگران، ج ۴۱). بیروت: مؤسسة الرسالة.
۴. ابن خلدون، عبدالرحمن بن محمد. (۱۳۷۵). مقدمه تاریخ ابن خلدون (مترجم: محمد پروین گنابادی، ج ۱). تهران: علمی و فرهنگی.
۵. ابن خلدون، عبدالرحمن. (۱۳۶۳). العبر: تاریخ ابن خلدون (مترجم: عبدالحمید آیتی، ج ۱). تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
۶. ابن هشام، عبدالملک الحمیری. (۱۳۷۵). السیرة النبویة (مترجم: سید هاشم رسولی محلاتی، ج ۲). تهران: کتابچی.
۷. ابن هشام، عبدالملک. (بی تا). السیرة النبویة (محقق: مصطفی السقا و ابراهیم الأبیاری و عبدالحفیظ شلیبی، ج ۲). بیروت: دار المعرفة.
۸. آمدی، عبدالواحد. (بی تا). غرر الحکم و درر الکلم (محقق: مهدی رجایی). قم: دار الکتاب الاسلامی.
۹. بستانی، محمود. (۱۳۷۲). اسلام و روان‌شناسی (مترجم: محمود هوشم). مشهد: آستان قدس رضوی.
۱۰. جابری، محمد عابد. (۱۳۸۴). عقل سیاسی در اسلام (مترجم: عبدالرضا سواری). تهران: گام نو.

۱۱. جوادی آملی، عبدالله. (۱۳۹۰). معرفت‌شناسی در قرآن (چاپ هفتم). قم: نشر اسراء.
۱۲. شرف‌الدین، سید حسین. (۱۳۹۷). ارزش‌های اجتماعی از منظر قرآن کریم. تهران: پژوهشگاه فرهنگ و اندیشه اسلامی.
۱۳. شهیدی، سید جعفر. (۱۳۸۰). قیام حسین علیه السلام. تهران: دفتر نشر فرهنگ اسلامی.
۱۴. شیخ حر عاملی، محمد بن حسن. (بی‌تا). الجواهر السنیه فی الاحادیث القدسیه. بیروت: مؤسسه الاعلمی للمطبوعات.
۱۵. شیخ حر عاملی، محمد بن حسن. (۱۴۰۹ق). تفصیل وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه. وسائل الشیعه (محقق: مؤسسه آل‌البت علیهم السلام، ج ۲۰). قم: مؤسسه آل‌البت علیهم السلام.
۱۶. صدرالدین شیرازی، محمد بن ابراهیم. (۱۳۸۳). الشواهد الربوبیه (مترجم: جواد مصلح). تهران: سروش.
۱۷. صدرالمتألهین، محمد بن ابراهیم. (۱۳۶۳). مفاتیح الغیب. تهران: مؤسسه مطالعات و تحقیقات فرهنگی.
۱۸. طباطبایی، سید محمدحسین. (۱۳۷۴). تفسیر المیزان (مترجم: سید محمدباقر موسوی همدانی، ج ۵). قم: دفتر انتشارات اسلامی جامعه مدرسین حوزه علمیه قم.
۱۹. طبری، محمد بن جریر. (۱۳۷۵). تاریخ طبری (مترجم: ابوالقاسم پاینده، ج ۳). تهران: اساطیر.
۲۰. علی، جواد. (۱۳۹۱). المفصل فی تاریخ العرب قبل الاسلام (ج ۴، ۵). بغداد: مکتبه النهضة.
۲۱. علیزاده، مهدی. (۱۳۹۶). تبیین برهم‌کنشی عناصر شناختی، هیجانی و ارادی در فرایند تصمیم‌گیری انسان در پرتو آموزه‌های اسلامی. دوفصلنامه علمی-پژوهشی انسان‌پژوهی دینی، ۱۴(۳۷)، صص ۶۷-۹۲.
۲۲. فرامرز قراملکی، احد؛ و ناسخیان، علی اکبر. (۱۳۹۵). قدرت انگاره. تهران: مجنون.
۲۳. فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۸۲). ارتباطات انسانی. تهران: خدمات فرهنگی رسا.
۲۴. قضاعی، محمد بن سلامه. (۱۴۳۱ق). مسند الشهاب (محقق: حمدی عبدالحمید سلفی، ج ۲). دمشق: دارالرساله العالمیه.

۲۵. کلیبی، ابوالمنذر هشام بن محمد. (۱۳۶۴). کتاب الأضنام (افست، محقق: احمد زکی باشا). تهران: نشر نو.
۲۶. مجلسی، محمدباقر. (۱۴۰۳ق). بحار الأنوار (محقق: جمعی از محققان، ج ۶۰). بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۲۷. محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۹۰). ارتباط‌شناسی (چاپ یازدهم). تهران: سروش.
۲۸. محسنیان‌راد، مهدی. (۱۳۹۶). ارتباط‌شناسی (چاپ هجدهم، ویراست دوم). تهران: سروش.
۲۹. محمدی ری‌شهری، محمد؛ و دیگران. (۱۳۸۷). حکمت‌نامه پیامبر اعظم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ (مترجم: گروه مترجمان، ج ۷). قم: موسسه علمی فرهنگی دارالحدیث.
۳۰. محمدی نجم، سید حسین. (۱۳۸۷). جنگ شناختی؛ بُعد پنجم جنگ. تهران: مرکز آینده‌پژوهی علوم و فناوری دفاعی و مؤسسه آموزشی و تحقیقاتی صنایع دفاعی.
۳۱. واسعی، صفیه. (۱۳۹۰). ارتباط مراتب وجود با مراتب ادراک از نظر ملاصدرا. جستارهایی در فلسفه و کلام، ۴۳(۸۶)، صص ۹-۴۵.
۳۲. یعقوبی، احمد بن ابی‌یعقوب بن واضح. (۱۳۷۱). تاریخ یعقوبی (مترجم: محمدابراهیم آیتی، ج ۱). تهران: انتشارات علمی و فرهنگی.

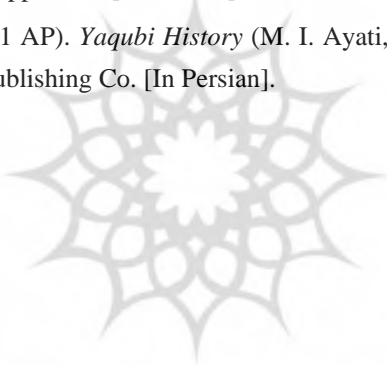
پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

References

- * Holy Quran.
- * Nah al-Balagha.
- 1. al-Hurr al-amili. (1409 AH). *Details of Wasa'il al-Shi'a* (Aal al-Bayt Institute, Ed., Vol. 20). Qom: Aal al-Bayt Institute. [In Arabic].
- 2. al-Hurr al-amili. (n.d.). *al-Jawahir al-saniyya fi l-ahadith al-qudsiyya*. Beirut: al-A'lami li-l-Matbu'at. [In Arabic].
- 3. Ali, J. (1391 AP). *Detailed in the history of Arabia before Islam* (Vol. 5). Baghdad: Maktab al-Nahda. [In Arabic].
- 4. Alizadeh, M. (1396 AP). An Explanation of Interaction of Cognitive, Emotional and Volitional Elements in Human Decision-Making Process in the Light of Islamic Teachings. *Religious Anthropology*, 14(37), pp. 67-92. [In Persian].
- 5. Amedi, A. W. (n.d.). *Ghurar al-Hikam wa Durar al-Kalim* (M. Rajaei, Ed.). Qom: Dar al-Kitab al-Islami. [In Persian].
- 6. Bostani, M. (1372 AP). *Islam and Psychology* (M. Hoveishem, Trans.). Mashhad: Astan Quds Razavi. [In Persian].
- 7. Faramarz Qaramaleki, A., & Nasekhiyan, A. A. (1395 AP). *The power of imagination*. Tehran: Majnoun. [In Persian].
- 8. Farhangi, A. A. (1382 AP). *Human relations*. Tehran: Rasa Cultural Services. [In Persian].
- 9. Ibn Abi Jumah, M. (1405 AH). *Awali al-Laali al-'Aziziyyah fi l-Ahadith ad-Diniyyah* (M. al-Iraqi, Ed., Vol. 4). Qom: Dar Sayyid al-Shuhada for publishing. [In Arabic].
- 10. Ibn Athir. (1385 AP). *Complete in history* (Vol. 2). Beirut: Dar Sader. [In Arabic].
- 11. Ibn Hanbal, A. (1421 AH). *Musnad of Ahmad Ibn Hanbal* (M. R. Arqususi, Ed., Vol. 41). Beirut: al-Risalah Foundation. [In Arabic].
- 12. Ibn Hisham, A. (n.d.). *The biography of the Prophet* (M. al-Saqqa, I. al-Abiyari, & A. H. Shalabi, Eds., Vol. 2). Beirut: Dar al-Ma'rifah. [In Arabic].

13. Ibn Hisham. (1375 AP). *As-Sīrah an-Nabawiyah* (S. H. Rasouli, Trans., Vol. 2). Tehran: Ketabchi. [In Persian].
14. Ibn Khaldun. (1363 AP). *Kitab al-'Ibar* (A. H. Ayati, Trans., Vol. 1). Tehran: Institute of Cultural Studies and Research. [In Persian].
15. Ibn Khaldun. (1375 AP). *Introduction to the history of Ibn Khaldun* (M. P. Gonabadi, Trans., Vol. 1). Tehran: Elmi Farhangi Publishing Co. [In Persian].
16. Jaberī, M. A. (2005). *Political Wisdom in Islam* (A. Savari, Trans.). Tehran: Gam-e No. [In Persian].
17. Javadi Amoli, A. (1390 AP). *Epistemology in the Qur'an* (7th ed.). Qom: Esra. [In Persian].
18. Kalbi, A. M. (1364 AP). *Kitab al-Asnam* (A. Zaki Basha, Ed.). Tehran: Nashr-e No. [In Arabic].
19. Majlesi, M. B. (1403 AH). *Bihar al-Anwar* (Vol. 60). Beirut: Dar al-Ihya al-Turath al-Arabi. [In Arabic].
20. Mohammadi Najm, S. H. (1387 AP). *Cognitive warfare; the fifth dimension of the war*. Tehran: Defense Science and Technology Future Research Center and Defense Industries Educational and Research Institute. [In Persian].
21. Mohammadi Reishahri, M. (1387 AP). *The Wisdom of the Great Prophet (PBUH)* (Group of Translators, Trans., Vol. 7). Qom: Dar al-Hadith Scientific and Cultural Institute. [In Persian].
22. Mohsenianrad, Mehdi. (1390 AP). *Communicology* (17th ed.). Tehran: Soroush. [In Persian].
23. Mohsenianrad, Mehdi. (1396 AP). *Communicology* (18th ed.). Tehran: Soroush. [In Persian].
24. Mulla Sadra. (1363 AP). *Mafatih al-Ghayb*. Tehran: Institute of Cultural Studies and Research. [In Arabic].
25. Mulla Sadra. (2004). *The Evidence of Godliness* (J. Mosleh, Trans.). Tehran: Soroush. [In Persian].
26. Qazaei, M. (1431 AH). *Musnad al-Shahab* (H. Abdul Hamid Salafi, Ed., Vol. 2). Damascus: International Post Office.

27. Shahidi, S. J. (1380 AP). *Hussein (PBUH) Uprising*. Tehran: Islamic Culture Publishing Office. [In Persian].
28. Sharafuddin, S. H. (1397 AP). *Social values from the perspective of the Holy Quran*. Tehran: Institute for Islamic Culture and Thought. [In Persian].
29. Tabari, M. (1375 AP). *History of Tabari* (A. Payendeh, Trans., Vol. 3). Tehran: Asatir. [In Persian].
30. Tabatabaei, S. M. H. (1374 AP). *al-Mizan fi Tafsir al-Qur'an* (S. M. B. Mousavi Hamedani, Trans., Vol. 5). Qom: Islamic Publications Office of Qom Seminary Teachers Association. [In Persian].
31. Vasei, S. (1390 AP). Relationship between the levels of existence and the levels of perception according to Mulla Sadra. *Researches in philosophy and theology*, 43(86), pp. 9-45. [In Persian].
32. Ya'qubi, A. (1371 AP). *Ya'qubi History* (M. I. Ayati, Trans., Vol. 1). Tehran: Elmi Farhangi Publishing Co. [In Persian].



پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی