

# Adapting the Pattern of Individual-educational (Cultural) Invitation to the Invitation of the Prophet (S) in Mecca<sup>1</sup>

‘Alī ‘Alī Muḥammadi<sup>\*</sup>

Majīd Kāfi<sup>\*\*</sup> Muḥammad Ḥasan Nādim<sup>\*\*\*</sup>

(Received: 07/10/2020; Accepted: 08/21/2020)

## Abstract

Among the important patterns of invitation are the individual-cultural pattern and social-structural pattern. According to the former, the invitation is more individual and the goal is to convey the message to each audience. In this psychological pattern, the audience is very influential in the effectiveness of the invitation, however, the type of social class and social structures are not considered. In this study, the invitation of the Prophet of Islam (S) in the era of Mecca is analyzed by the qualitative method of pattern matching. The research results show that it is not correct to be content with the individual aspects of the audience and ignore the social characteristics and patterns for a complete analysis. The invitation of the Prophet (S) in Mecca, although it was mostly individual, sometimes used the characteristics of a social pattern, for example in warning relatives and sending letter to *Najjāshī*. On the basis of this hypothesis, a two-dimensional pattern can be proposed for the Holy Prophet's (S) invitation in Mecca. In this paper, using the pattern matching method, we try to identify the criteria and characteristics of the invitation pattern, and then adapt them to the Prophet's invitation method during Mecca and also after his advent there in order to see based on what kind of invitation pattern (i.e. individual, cultural or social-structural), his invitation in Mecca can be explained and analyzed.

**Keywords:** Invitation Pattern, Individual-educational Pattern, Cultural Reform, Structural Change, Prophet of Islam.

---

1. taken from: ‘Alī ‘Alī Muḥammadi, "Analysis of the Principles and Strategies of the Holy Prophet's Invitation (S) based on Psychological and Sociological Patterns", 2020, PhD Thesis, Supervisor: Majīd Kāfi, Faculty of Shiite Studies, University of Religions and Denominations, Qom, Iran.

\* PhD Student in Shiite Studies, University of Religions and Denominations, Qom, Iran (Corresponding Author), edu.alimohammadi@yahoo.com.

\*\* Assistant Professor, Hawzah and University Research Institute, Qom, Iran, mkafi@rihu.ac.ir.

\*\*\* Associate Professor of Shiite Studies, University of Religions and Denominations, Qom, Iran, nadem@urd.ac.ir.

## تطبیق الگوی دعوت فردی تربیتی (فرهنگی) بر دعوت پیامبر ﷺ در مکه<sup>۱</sup>

علی علی محمدی\* مجید کافی\*\* محمدحسن نادم\*\*\*

[تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۴/۲۰ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۰۵/۳۱]

### چکیده

از الگوهای مهم دعوت، الگوی فردی فرهنگی و اجتماعی ساختاری است. در الگوی اول، دعوت بیشتر جنبه فردی دارد و هدف، رساندن پیام به هر یک از مخاطبان است. در این الگوی روان‌شناختی، مخاطب در اثرپذیری دعوت بسیار تأثیرگذار است، اما به نوع طبقه اجتماعی و ساختارهای اجتماعی توجهی نمی‌شود. در این پژوهش، دعوت پیامبر اسلام ﷺ در دوران مکه با روش کیفی تطبیق الگو تحلیل می‌شود. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بسنده کردن به جنبه‌های فردی مخاطبان و بی‌توجهی به شاخصه‌ها و مدل‌های اجتماعی برای تحلیل کامل، صحیح نیست. دعوت پیامبر ﷺ در مکه به رغم آنکه بیشتر جنبه فردی داشت، اما گاهی، مثلاً در انذار خویشاوندان و ارسال نامه به نجاشی، شاخصه‌های مدل اجتماعی را به خدمت می‌گرفت. بر اساس این فرضیه می‌توان برای دعوت پیامبر اکرم ﷺ در مکه مدلی دوبعدی مطرح کرد. در این تحقیق، با استفاده از روش تطبیق الگو، درصد شناخت معیارها و شاخصه‌های مدل دعوت و تطبیق آن بر سیره و روش دعوت پیامبر اسلام ﷺ در دوران مکه و پس از بعثت هستیم تا بینیم نوع دعوت ایشان در مکه بر اساس چه نوع مدل دعوتی (فردی فرهنگی یا اجتماعی ساختاری) تبیین و تحلیل می‌شود.

**کلیدواژه‌ها:** الگوی دعوت، الگوی فردی تربیتی، اصلاح فرهنگی، تغییر ساختاری، پیامبر اسلام.

۱. برگرفته از: علی علی محمدی، تحلیل اصول و راهکارهای دعوت پیامبر اکرم ﷺ بر اساس مدل‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی، رساله دکتری، استاد راهنما: مجید کافی، علی غلامی دهقی، دانشکده شیعه‌شناسی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران، ۱۳۹۹.

\* دانشجوی دکتری شیعه‌شناسی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران (نویسنده مسئول)  
edu.alimohammadi@yahoo.com

\*\* استادیار گروه جامعه‌شناسی، پژوهشگاه حوزه و دانشگاه، قم، ایران mkafi@rihu.ac.ir

\*\*\* دانشیار گروه شیعه‌شناسی، دانشگاه ادیان و مذاهب، قم، ایران nadem@urd.ac.ir

## مقدمه

درباره دعوت و تبلیغ دو رویکرد وجود دارد که بر اساس هرم اجتماعی شکل گرفته‌اند. اگر دعوت و تبلیغ از رأس هرم شروع شود جنبه ساختاری اجتماعی (جامعه‌شناختی) دارد و اگر از پایین و قاعده هرم شروع شود جنبه فردی تربیتی (روان‌شناختی) خواهد داشت. اختلاف میان این دو مدل دعوت، بر اساس نقطه آغاز است. غالب دعوت‌کنندگان و مصلحان سیاسی اجتماعی دعوت خود را بر اساس همین دو مدل بنا کرده‌اند (کافی، ۱۳۸۹: ۴۷).

**مدل اول: دعوت و اصلاح فرهنگی و تربیتی (روان‌شناختی)؛** در این مدل دعوت از پایین هرم اجتماعی شروع می‌شود. به باور این گروه، اصلاح فرهنگی و تربیتی سرانجام به اصلاح و تغییر حکومت منجر خواهد شد.

**مدل دوم: دعوت و اصلاح ساختاری و سیاسی (جامعه‌شناختی)** (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۴۷)؛ در این مدل آغاز دعوت از بالای هرم اجتماعی صورت می‌گیرد. بر اساس باور این گروه، با هدف قراردادن رأس هرم سیاسی می‌توان به خواسته‌های خود رسید و در پرتو این حمله، حکومت و صاحبان قدرت را سرنگون کرد و با به دست آوردن قدرت و حکومت در جامعه تغییر و تحول ایجاد کرد (همان: ۴۵).

بر همین اساس، تفاوت این دو نظریه در این است که در مدل اول تغییرات باید به افراد کف هرم جامعه (اصلاح فرهنگی و تربیتی) متوجه شود و دعوت را باید از آنها آغاز کرد. اما بر اساس نظر دوم، تغییرات در سطح نظام سیاسی انجام می‌شود. از این‌رو باید تمامی سعی و تلاش را متوجه تغییرات سیاسی و ساختاری جامعه و حاکمان کرد.

در نگاه اول به نظر می‌رسد دعوت پیامبر ﷺ در مکه بیشتر با رویکرد فردی و روان‌شناختی بود؛ برخلاف دوران دعوت مدینه که از رویکرد فردی، متوجه رویکرد اجتماعی و ساختاری شدند. ضمن اینکه اصلاح درونی و فردی انسان‌ها عامل اساسی و مقدمه برای انجام هر گونه اصلاح اجتماعی است.

با توجه به تفاوت روش‌ها و الگوهای دعوت و ناکارآمدی برخی از آنها و نیز برداشت متفاوت، بلکه متضاد برخی مصلحان از سیره رسول خدا ﷺ بازخوانی دقیق از سیره و دعوت آن حضرت ضروری است. از این‌رو با توجه به شاخصه‌ها و معیارهای الگوی فردی تربیتی (روان‌شناختی) دعوت و تطبیق و استخراج نمونه‌های تاریخی این مدل

دعوت از سیره پیامبر ﷺ در مکه، می‌توان الگوی مناسب و معتبری برای دعوت، تبلیغ و اصلاح جامعه مطرح کرد. در مقاله پیش رو در پی پاسخ به این پرسش‌ها هستیم که: الگوی تطبیق‌پذیر بر دعوت پیامبر ﷺ در دوران بعثت، فردی تربیتی و روان‌شناختی است یا ساختاری اجتماعی و جامعه‌شناختی؟ از سوی دیگر، با چه الگویی می‌توان تحلیلی دقیق‌تر از دعوت آن حضرت در دوران بعثت مطرح کرد؟

با توجه به آنکه سیره تبلیغی و دعوت پیامبر ﷺ در مکه، به صورت فردی و روان‌شناسانه بود و آن حضرت با توجه به زمان و مکان، و نوع مخاطبانش، روش خاصی را برای دعوت و تبلیغ برمی‌گزید، ضرورت این کار مشخص می‌شود. از همین رو لازم است پژوهش میان‌رشته‌ای بین تاریخ، جامعه‌شناسی و روان‌شناسی، با رویکرد دعوت فردی صورت پذیرد تا در پرتو این مطالعه، الگو، معیارها و شاخصه‌هایی که در دعوت و تبلیغ ضروری است، استخراج شود.

درباره سیره دعوت و تبلیغ پیامبر ﷺ پژوهش‌هایی به صورت عام یا خاص نگاشته شده است، از جمله:

۱. تفسیر موضوعی، شناخت و تحلیل سیره تبلیغی پیامبر اعظم ﷺ (رفیعی، ۱۳۹۴)؛ این کتاب برای دوره کارشناسی ارشد در رشته تفسیر و علوم قرآنی و طبعاً در راستای اهداف خاص جامعه المصطفی و به صورت درس است. مؤلف در این کتاب به دنبال شناخت و تحلیل سیره تبلیغی پیامبر ﷺ در چهارده درس با موضوعات متنوع و مختلفی با عنوان‌های «نبایدها در سیره تبلیغی پیامبر»، «موانع تبلیغی»، «بهره‌گیری از ظرفیت‌های تبلیغی»، «شیوه‌های تبلیغی»، «گونه‌های تبلیغی»، با روش تحلیلی توصیفی است. وی با توجه به گزاره‌های تاریخی، ذیل هر درس و متناسب با همان درس شاخصه‌هایی را تبیین، توصیف و تحلیل می‌کند.

۲. روان‌شناسی و تبلیغات: با تأکید بر تبلیغ دینی (کاویانی و غروی، ۱۳۹۸)؛ این کتاب دانش تبلیغات را به عنوان یکی از زیرمجموعه‌های «ارتباطات» و «روان‌شناسی اجتماعی» می‌کاود و با تدوین ساختاری مبتنی بر ارکان تبلیغات، به آن دسته از قانون‌های روان‌شناسی که در تبلیغات کاربرد دارند، اشاره می‌کند. نویسندگان کوشیده‌اند کاربرد روان‌شناسی در تبلیغات را با بیانی ساده و روان، همراه با استحکام علمی و بیان

دیدگاه‌های دینی بررسی و تحلیل کنند. زیرا به نظر آنها، به‌کارگیری این قانونمندی‌ها، بسیاری از محدودیت‌ها را شناسایی، پیش‌بینی و کنترل می‌کند.

این اثر در ده فصل به ترتیب منطقی، مبتنی بر ارکان پیام‌رسانی (ابزار، پیام‌دهنده، پیام‌گیرنده و پیام) تدوین شده است. در کتاب فوق، دیدگاه دینی محل عنایت بوده است. از این‌رو در لابه‌لای مباحث، به دیدگاه‌های دینی اشاره شده است. مؤلف فصل پایانی آن را به بحث درباره «مدل اسلامی تبلیغات» اختصاص داده که کاری جدید است. روش نویسنده در نگارش این اثر توصیفی تحلیلی است.

### ۳. روان‌شناسی تبلیغ (داوودی و حسینی‌زاده، ۱۳۹۰)

تبلیغ و پیام‌رسانی یکی از موضوع‌های مهم در دانش روان‌شناسی اجتماعی است. پیش از آن، در قرآن هم به آن توجه بسیار شده است. از جمله موضوع‌هایی که از زمان ارسطو بدان پرداخته‌اند بحث متقاعدسازی است که توجه روزافزون روان‌شناسان اجتماعی را به خود جلب کرده است. در فرآیند تبلیغ و متقاعدسازی، عوامل مختلفی همچون منبع ارسال پیام، محتوای پیام، چگونگی ارسال آن و اوضاع و احوال مخاطبان دخالت دارد. از این‌رو در تبلیغات اسلامی لازم است به صورت سازمانی به این مقوله توجه شود. زیرا تبلیغ به صورت سازمانی اثربخشی بیشتری دارد.

با نگاهی به تغییر و تحولات جامعه می‌توان گفت یکی از واقعیت‌های انکارناپذیر، تبلیغ و پیام‌رسانی است. این مقوله از آن جهت اهمیت دارد که از طریق آن، همواره باورها، ارزش‌ها و رفتارهای افراد شکل می‌گیرد و در نتیجه، سرنوشت جامعه در جهت دلخواه مبلغان دگرگون و تثبیت می‌شود. قرآن کریم نیز به آن توجه داشته است. زیرا این کتاب آسمانی برای هدایت انسان‌ها، نه تنها بر تبلیغ تأکید کرده، بلکه در آیات متعددی، پیامبران را به عنوان مبلغان دین الهی معرفی کرده و مأموریت اصلی‌شان را تبلیغ دانسته است.

در اثر مذکور نویسندگان کوشیده‌اند مفهوم «تبلیغ متقاعدسازی» را توضیح دهند و بر اساس روان‌شناسی اجتماعی، عوامل متقاعدسازی را با نگاهی به منابع اسلامی شرح دهند. آنها از روش توصیفی تحلیلی و تاریخی بهره برده‌اند.

در این زمینه مقالاتی نیز نگاشته شده است، از جمله «راهکارهای تبلیغی پیامبر اعظم

ﷺ (نگارش، ۱۳۸۵). در این مقاله نویسنده با روش توصیفی، در پی پاسخ به این پرسش است که: پیامبر چگونه توانست قلوب و دل‌های مردم را جذب کند؟ مؤلف در بررسی خود به این نتیجه رسیده است که پیامبر ﷺ با استفاده از راهکارهای خاص تبلیغی با رویکرد پیامبرانه توانست قلوب مردم را جذب کند.

با بررسی انجام‌شده در پیشینه این موضوع، کتاب یا مقاله‌ای که بر مبنای مدل فردی‌تربیتی و روان‌شناسی دعوت و تطبیق بر سیره مکی آن حضرت نگاشته شده باشد نیافتیم. وجه تمایز این نوشتار از سایر تحقیقات، در همین الگوی روان‌شناختی است. در این نوشته در پی راه‌یابی به روشی هستیم که پیامبر اسلام ﷺ در ابلاغ رسالتش به کار بست و توانست نتیجه بسیار مطلوب و قطعی بگیرد (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۲۰).

### مفهوم «دعوت» و ابعاد آن

«دعوت» (Invitation) عبارت است از فراخواندن به سوی امری، به منظور رسیدن به هدفی خاص. دعوت و فراخوان، مصادیق متعددی دارد (دهخدا، ۱۳۷۲: ج۷). دعوت، نوعی علم است و تعریف‌های متعددی دارد که از نظر تعیین دقیق معنای دعوت، و نوع نگرش به آن با هم اختلاف دارند. می‌توان علم دعوت را این‌گونه تعریف کرد: مجموعه قواعد و اصولی که برای رساندن، تعلیم و التزام مردم به اسلام از آن استفاده می‌شود (ابوالفتح البیانونی، ۱۳۸۸). ابعاد دعوت می‌تواند شعاع، تأثیر متفاوت و میزان دوام مختلفی داشته باشد. دعوت‌هایی که در همه ابعاد پیشروی داشته، سطح بسیار وسیعی را اشغال کرده و قرن‌های متمادی در کمال اقتدار حکومت کرده و تا اعماق روح بشر ریشه دوانده است. این دعوت‌ها مخصوص سلسله پیامبران الهی است (مطهری، ۱۳۸۵: ۱۴). شعاع دعوت پیامبر ﷺ چنین خصوصیتی داشته است. او با به‌کارگیری روشی مطلوب و معقول توانست راه نیک‌بختی و رستگاری را برای انسان امروز بگشاید. حال انسان مختار است که بدان روی آورد یا از آن روی‌گردان باشد؛ «أنا هدیناه السبیل اما شاکرا و اما کفورا» (انسان: ۳)؛ «ما به او راه را نشان دادیم، خواه سپاس‌گزار باشد یا ناسپاس».

### مفهوم «روش»

روش‌شناسی (Methodology) یا دانش روش‌ها، رشته‌ای است که هدف از آن تعمق در باب

فرآیندهای عقلانی اندیشه منظم است. این دانش به تعبیه مفاهیم اساسی و ابزار عقلانی‌ای می‌پردازد که روش برای وصول به هدف باید به کار گیرد (بیرو، ۱۳۶۶).

## مدل‌های دعوت

«مدل» (model) از ریشه لاتینی modelk و به معنای اندازه است. مدل به ما کمک می‌کند به متن و درون پدیده‌هایی که نمی‌توانیم مستقیماً آنها را ببینیم هدایت شویم. در واقع، مدل جزئی کوچک یا بازسازی کوچکی از یک چیز بزرگ است که از لحاظ کارکرد با شیء واقعی یکسان است (گرچی و برخورداری، ۱۳۸۸: ۳۳). به دیگر سخن، واژه «مدل» تقریباً مترادف با «الگو» است و در مباحث جامعه‌شناسی به کار می‌رود. بر این اساس، مدل‌سازی (modeling) یکی از روش‌های تثبیت یا تغییر رفتارها و هنجارها به شمار می‌رود. بنا بر فرهنگ علوم رفتاری، هدف‌سازی یا سرمشق‌سازی یکی از فنون رفتاردرمانی است که برای تغییر و تعدیل رفتار در ضمن یادگیری و با فرصت و امکان دادن به فرد به کار می‌رود که از کسی تقلید کند.

برای بررسی و تحلیل پدیده‌های اجتماعی مدل‌های گوناگونی از جمله «مدل روان‌شناختی»، «مدل جامعه‌شناختی»، «مدل ارتباطی» و «مدل تربیتی» وجود دارد که هر کدام معیارها و شاخصه‌های خاص خود را دارند. در تحقیق پیش رو بر مدل روان‌شناسی تأکید کرده، و بر اساس آن سیره پیامبر ﷺ را تحلیل کرده‌ایم.

در «مدل روان‌شناسی دعوت»، فرد، محور دعوت واقع می‌شود و شخص دعوت‌کننده به صورت فردی و چهره به چهره درصدد دعوت تک‌تک مخاطبان برمی‌آید. در این مدل که معمولاً سرآغاز هر دعوتی است، شخص دعوت‌کننده با توجه به شاخصه‌ها و معیارهای مد نظرش، در صدد جذب مخاطبان برمی‌آید. برخی از مهم‌ترین شاخصه‌ها و ویژگی‌های دعوت فردی تربیتی یا مدل روان‌شناختی عبارت‌اند از: مخفی بودن دعوت، نوع آموزه‌ها و کلی بودن مناسک و احکام؛ تعلق مخاطبان به طبقات پایین جامعه؛ جذب افراد اندک در دعوت فردی؛ توجه به نوع آموزه‌ها؛ مهیا کردن مقدمات؛ شناسایی افراد و ... طبق رویکرد فردی و روان‌شناختی، مشکلات نظام اجتماعی سیاسی، از «فرهنگ اجتماعی» جامعه، یعنی گرایش‌های غیررسمی و باورها و شیوه‌های رفتار اجتماعی و فرهنگی که در

میان مردم جامعه حاکم است، ناشی می‌شود. در این رویکرد، مشکلات اجتماعی حاصل شکست نهادهای تربیتی جامعه تلقی می‌شود.<sup>۱</sup> در این دیدگاه، اصلاح فکری فرهنگی و تعلیم و تربیت، عامل اساسی و قطعی هر گونه اصلاح نظام سیاسی و ساختار اجتماعی است. این دعوت نقطه مقابل دعوت جامعه‌شناختی است که در این نوع مدل، گروه و جمعیت، مخاطب دعوت قرار می‌گیرند.

در این رویکرد بیشتر به اصلاح فردی می‌پردازند و اصلاح فردی را راهکار مناسبی برای به دست آوردن اصلاح اجتماعی می‌دانند و معتقدند تا دگرگونی در درون افراد جامعه رخ ندهد نمی‌توان به دگرگونی پایدار و اساسی در آن جامعه امید بست (کافی، ۱۳۸۹: ۹۸).

رویکرد فردی و روان‌شناختی، در واقع، نوعی از اصلاح فرهنگی و تربیتی (اصلاح از پایین هرم اجتماعی) تلقی می‌شود. طرفداران اصلاح فرهنگی و تربیتی حامی و طرفدار دعوت مستقیم مردم و اصلاح جامعه از قاعده هرم اجتماعی هستند. به نظر مصلحان فرهنگی و تربیتی، اصلاح فرهنگی و تربیتی سرانجام به اصلاح ساختاری و اجتماعی و توزیع سلطه و قدرت منتهی می‌شود. در این رویکرد، اصلاح اجتماعی با اصلاح افراد جامعه و ایجاد این اوصاف در نفس آنها تحقق می‌یابد؛ و این دقیقاً همان اصلاح از پایین و قاعده هرم اجتماعی و اصلاح فرهنگی است.

طرفداران این رویکرد بیشتر شبیه نوعی جمعیت تبلیغی عمل می‌کنند که به صورت فردی به دعوت مشغول‌اند. بنابراین، اصلاح اجتماعی امکان ندارد، مگر با تعلیم و تربیت صحیح، و نهضت اصلاح فرهنگی در جامعه. جامعه‌پذیرکردن صحیح مردم یکی دیگر از راهکارهای مصلحان برای اصلاح امور اجتماعی در این رویکرد است. جامعه‌پذیرکردن مبتنی بر تربیت و تکامل شخصیت (اصلاح باورها و بینش‌ها، اصلاح عواطف و احساسات و اصلاح رفتارهایی) است که بر اثر تربیت اکتسابی و آموزشی حاصل می‌شود.

تعلیم و تربیت صحیح ← تربیت و تکامل شخصیت ← اصلاح وضعیت اجتماعی

بر همین اساس و با پذیرش این مدعا، باید دانست که هر گاه ملتی با تربیت نیکو پرورش یابد، تمام طبقات و اصنافش بر حسب قانون تناسب طبیعی، به یکبارگی با هم نشو و نمو می‌یابند و به سوی خوش‌بختی و ترقی پیش می‌روند (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۴۹).



این مقاله بر اساس روش «الگوی تطبیق» تدوین شده است. تطبیق الگو ابزاری قدرتمند برای نشان دادن ضعف نظریه است که در سطح خرد و کلان کاربرد دارد. درباره تطبیق الگو، دو رویکرد متفاوت وجود دارد. برخی معتقدند تطبیق الگو قدرت تبیین نظریه را باطل می‌کند. در مقابل، برخی معتقدند تطبیق الگو ادعای تعمیم‌پذیری نظریه را ابطال می‌کند و به قدرت تبیین آن آسیبی نمی‌رساند. پژوهشگران تاریخ اجتماعی و جامعه‌شناسان تاریخی دست به آزمون این فرضیات می‌زنند تا الگوی پیش‌بینی شده را ارزیابی کنند، و با مشاهدات ناشی از نمونه‌های خاص انطباق دهند. این انطباق مدل‌ها و الگوهای عام بر مصادیق را «الگوی تطبیق» می‌نامند. محققان با استفاده از تکنیک تطبیق می‌توانند بُرد تعمیم‌دهی نتایج تحقیقات مقایسه‌ای پیش‌بینی‌های نظری را در پرتو مطالعات خاص ارزیابی کنند (کافی و علی‌عسکری، ۱۳۹۴: ۱۵۱).

در این نوشتار درصدد شناخت معیارها و شاخصه‌های مدل دعوت و تطبیق آن بر سیره و روش دعوت پیامبر اسلام ﷺ از بُعد روان‌شناختی و مدل دعوت فردی در مکه هستیم. بر اساس پژوهشی که در سیره مکی پیامبر ﷺ صورت گرفت، آن حضرت در دوره سیزده‌ساله (مکه) شش نوع جمعیت را مخاطب دعوت خود قرار داد و در این کار موفق بود. همین موفقیت باعث شد نوع دعوت خود را در مرحله بعدی از حالت فردی به حالت اجتماعی تبدیل کند و در مدینه، ظرف مدت کوتاهی با استفاده از همین الگوی جامعه‌شناختی بزرگ‌ترین پادشاهان آن زمان را مخاطب دعوتش قرار دهد.

### مخاطب‌شناسی و تأثیر آن بر دعوت

یکی از امور مؤثر در موفقیت یا شکست دعوت، شناسایی مخاطبان دعوت است. پیامبر اسلام ﷺ نیز با توجه به همین نکته و سرمایه‌گذاری بر آنها موفق شد در مدت کوتاهی دعوت خود را به دعوتی جهانی تبدیل کند. دعوت پنهانی پیامبر ﷺ سه سال<sup>۱</sup> و همراه با ترس و وحشت از مشرکان مکه بود. آن حضرت با تکیه بر افراد و به صورت فردی دعوت خود را آغاز کرد. گویا ایشان معتقد بود اگر افراد جامعه به اسلام تمایل پیدا کنند و افراد و کف هرم جامعه اصلاح، تربیت و هدایت شوند، زمینه برای آشکارکردن دعوت و تبدیل آن به دعوت اجتماعی فراهم می‌شود.

واضح است که هر دعوتی ابتدا برای ریشه‌دواندن، قوی‌شدن و جذب پیروان بیشتر، باید از دعوت فردی آغاز شود. حال با توجه به سیره پیامبر ﷺ آن حضرت چه کسانی را مخاطب قرار داد که با وجود کارشکنی‌ها و اذیت و آزار مشرکان مکه توانست دعوت خود را از نابودی نجات دهد و چند سال بعد آن را به یکی از موفق‌ترین دعوت‌ها تبدیل کند؟ مخاطبان الگوی دعوت فردی تربیتی (روان‌شناختی) پیامبر با توجه به سیره حضرت عبارت‌اند از:

### الف. مخاطبان کف هرم اجتماعی

غالب جوامع بشری گرفتار در طبقات اجتماعی است و دارای افراد فقیر و ثروتمند است. به دیگر سخن، جوامع را می‌توان به صورت هرم ترسیم کرد. گروه‌هایی مانند حاکمان، اصناف، اشراف و ... در بالای هرم اجتماع قرار دارند و مردم در پایین هرم اجتماعی. در چنین جوامعی اگر بنا است دعوت و تبلیغ یا اصلاحی صورت پذیرد، طبیعتاً یکی از گزینه‌های مهم در مخاطب‌یابی، همین افراد کف هرم اجتماع هستند و شخص دعوت‌کننده بسیار راحت‌تر می‌تواند آنها را جذب یا اصلاح کند. از گروه‌های کف هرم جامعه می‌توان به افراد ذیل اشاره کرد:

#### ۱. زنان

زنان و کنیزان از جمله گروه‌های کف هرم اجتماع بودند که در معرض ظلم و تعدی قرار گرفتند. حال شخص دعوت‌کننده اگر هنگام دعوت بر این گروه‌ها تمرکز کند، به طریق اولی دعوتش با موفقیت روبه‌رو می‌شود و پیروان بیشتری پیدا می‌کند. در جاهلیت و در شهر مکه نیز همین گروه‌ها وجود داشتند. بسیاری از زنان از حقوق ابتدایی‌شان محروم بودند، تا جایی که در برخی از قبایل مکه به دنیا آوردن فرزند دختر جرم و مایه شرم و ننگ بود و بیشتر بادیه‌نشین‌ها این‌گونه بودند. در تاریخ گزارش شده است که قیس بن عاصم تمیمی از جمله کسانی است که هشت دختر خود را در زمان جاهلیت زنده‌به‌گور کرد (طبرانی، بی‌تا: ۳۳۷/۱۸؛ قرطبی، ۱۳۶۴: ۲۳۳/۱۹؛ ابن حجر عسقلانی، ۱۴۱۵: ۳۶۸/۵). این نوع رفتار ناهنجار در میان مردم نمود کامل داشت و به گونه‌ای رشد کرده و عمومی شده بود که حتی به ادبیات و اشعار عرب نیز راه یافت و اشعاری این‌گونه درباره

تولد نوزاد دختر سرودند:

لابی بنت یرجی بقاءها  
فبیت یغظیها و بعل یصونها  
ثلاثة اصهار اذا ذکر الصهر  
و قبر یواریهما و خیر هم القبر

«هر پدری که دختری داشته و بخواهد او را نگه دارد، هر گاه به یاد داماد می‌افتد، سه داماد در نظرش جلوه می‌کند: یکی خانه‌ای که پنهانش کند؛ دومی شوهری که نگهش دارد و سومی قبری که ببوشاندش. بهترین این سه، قبر است» (قیروانی، بی‌تا: ۵۲۹/۲).

در چنین فرهنگی نه تنها فرزندان دختر در معرض ستم واقع می‌شدند، بلکه حتی مادران و زنان دخترزا نیز باید تحقیر و خواری را تحمل می‌کردند. در تاریخ نمونه‌های متعددی از این نوع نفرت‌ها و مواجهه‌ها با زن دخترزا گزارش شده است، از جمله وقتی یکی از اعراب جاهلی متوجه شد همسرش دختر به دنیا آورده، از شدت ناراحتی خانه را ترک کرد و به خانه همسایه پناه برد. همسرش در پاسخ به رفتار او چنین شعری خواند:

مالابی حمزة لا یأتینا  
یظلل فی البیت الذی یلینا  
غضبنا الان لد البنینا  
تالله ما ذلک فی ایدینا

«اباحمه را چه شده که به خانه همسایه رفته و به سراغ ما نمی‌آید. او از این عصبانی است که ما پسر به دنیا نیاورده‌ایم. به خدا سوگند که این امر در دست ما نیست» (جاحظ، ۱۳۷۴: ۱۰۸ و ۵۸۱؛ زمخشری، ۱۴۰۷: ۴۸۲/۳؛ قرطبی، ۱۳۶۴: ۷۰/۱۶).

این حال و روز زنان آزاده بود. در چنین جامعه‌ای نیز کنیزان فراوانی زندگی می‌کردند که در نگاه مالکانشان، کالای تجاری بودند. یکی از مهم‌ترین راه‌های کسب درآمد مجبور کردن آنها به فحشا و زنا بود. صاحبان کنیزان مشخص می‌کردند که فلان کنیز باید فلان مقدار پول از راه زنا و فحشا کسب کند! این فرهنگ غلط با مخالفت صریح قرآن مواجه شد (قمی، ۱۳۶۳: ۱۰۲/۲؛ فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۳۱۴/۱۶).

نزد برخی قبایل جاهلیت، زن موجودی شوم شمرده می‌شد. از همین روی ضرب‌المثل «مرأة مشومة و عقری حلقى؛ زن شوم است و قوم خود را زمین‌گیر و ریشه‌کن می‌کند» رواج داشت (میدانی و تراویده، ۱۳۹۴: ۴۹۹/۱؛ فراهیدی، ۱۴۰۹: ۱۵۲/۱؛ حربی، ۱۴۰۵: ۱۰۰۰/۳). در بحث ارث نیز تحت ستم واقع می‌شدند و نه تنها ارث نمی‌بردند

(ابن اثیر، ۱۴۱۵: ۴۱۸/۵؛ ابن حجر عسقلانی، ۱۴۱۵: ۶۹/۸)، بلکه حتی خودشان به ارث برده می‌شدند که در اصطلاح به این نوع نکاح، نکاح ضیون (ازدواج موروثی و نکاح با زن پدر) یا مقت (طبرسی، ۱۴۲۷: ۳۹/۳؛ نک: طوسی، ۱۴۱۳: ۱۴۹/۳) گفته می‌شد (نک: علی، ۱۴۲۲: ۵۳۴؛ قرطبی، ۱۳۶۴: ۱۰۴/۵؛ ابن منظور، ۱۴۱۴: ۲۵۴/۱۳).

در جامعه جزیره‌العرب زنان حتی در نکاح اختیاری نداشتند و زن به عنوان کالا مبادله می‌شد. نه تنها در نکاح که حتی در طلاق نیز زنان حق اظهارنظر نداشتند (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۷۹). این نوع نگاه‌ها به زن در جامعه، به عنوان بغضی فروخته سال‌های سال در میان زنان بود و منتظر فرصتی بودند تا خود را از این ستم و ظلمی که به آنها می‌شد نجات دهند. از آنجا که پیامبر ﷺ نیز در چنین جامعه‌ای زندگی می‌کرد، به‌وضوح شاهد این ظلم و ستم‌ها بر زنان بود. لذا یکی از مخاطبان اصلی پیامبر، چه در دوران سه سال دعوت مخفیانه و چه در ده سال دعوت آشکار، زنان، اعم از آزاده و کنیزان، بودند، از جمله شمار فراوانی از زنان قبایل اشراف و بزرگان قریش همچون اسماء بنت عمیس (ابن سعد، ۱۳۷۶: ۲۸۰/۸؛ ابن اثیر، ۱۴۱۵: ۳۹۵/۵؛ ابن حجر عسقلانی، ۱۴۱۵: ۱۵/۸)، اسماء بنت مخربه (ابن سعد، ۱۳۷۶: ۳۰۰/۸)، فاطمه بنت خطاب (همان: ۲۶۷/۸؛ طبرانی، بی‌تا: ۳۶۳/۲۴؛ ابن عبدالبر، ۱۴۱۳: ۹۸۷/۳؛ قمی، ۱۳۷۶: ۱۲۱/۱)، لبابه بنت حارث (ابن عبدالبر، ۱۴۱۳: ۱۹۰/۴؛ باجی، ۱۳۷۱: ۲۱۰/۱؛ الجوزی، ۱۴۱۸: ۴۴۵/۴؛ ابن اثیر، ۱۴۱۵: ۵۳۹/۵؛ مزی، ۱۴۰۰: ۲۹۷/۲۵؛ ذهبی، ۱۴۲۷: ۴۴۰/۳)، ام‌سلمه (ابن سعد، ۱۳۷۶: ۳۳۹/۸) و دیگران که اسلام آوردند.

## ۲. کنیزان و غلامان

این افراد در چنین جامعه‌ای پُرشمار بودند و به سبب همین طبقه پایین و منزلت پستی که جامعه برایشان رقم زده بود، از این منزلت و جایگاه پست در رنج و عذاب بودند و به دنبال راهی برای رهایی از این وضعیت اسفبار می‌گشتند. واضح است که اگر کنیزان و غلامان ندا و دعوتی می‌شنیدند که برای چنین طبقه دون اجتماعی، فرد یا افرادی حق و حقوقی قائل می‌شدند، طبیعتاً از لحاظ روان‌شناختی به چنین دعوتی، باسرعت، پاسخ مثبت می‌دادند.

پیامبر اسلام ﷺ با شناخت از وضعیت نابسامان روانی این قشر آنها را به اسلام دعوت کرد، به طوری که در دوره مخفیانه دعوت در مکه قریب به چهل نفر از آنها ایمان

آوردند که شماری از آنها را کنیزان و غلامان تشکیل می‌دادند، از جمله سمیه، یاسر، عمار و ... (ابن‌سعد، ۱۳۷۶: ۲۶۴/۸؛ طبرانی، بی‌تا: ۳۰۳/۲۴).

### ۳. برده‌ها

هرچند برای فهم «الگوی دعوت» باید سیره، رفتار، کنش و عمل پیامبر ﷺ در مکه، در مواجهه با دیگرانی لحاظ شود که به دارالاسلام وارد می‌شدند، اما باید توجه داشت که بردگان در اصل به عنوان کالایی از دیگر مناطق همچون حبشه به جزیره‌العرب آورده می‌شدند و در آنجا به فروش می‌رسیدند. لذا برای تحلیل دعوت، توجه به این طبقه کف جامعه که به دارالاسلام آورده شده بودند باید بررسی شود. دیگر نکته مهم آنکه قبل از مبعوث شدن پیامبر ﷺ، اساساً دارالاسلام و دارالکفر معنایی نداشت و حتی در دورانی که آن حضرت در مکه بودند، آنجا دارالکفر بود که آن حضرت دعوتش را از آنجا آغاز کرد. در واقع، دارالاسلام زمانی تحقق داشت که ایشان به مدینه مهاجرت کرد (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۸۵).

در هر صورت، بردگان از طبقه کف هرم جامعه بودند که تحت ظلم و ستم واقع می‌شدند. لذا یکی از بهترین گزینه‌ها برای دعوت پیامبر اسلام ﷺ به حساب می‌آمدند. در عصر جاهلیت، نظام برده‌داری به گونه‌ای تنظیم شده بود که نه‌تنها بردگان، بلکه هر آنچه به دست می‌آوردند و حتی فرزندان آنها نیز جزء اموال مالک و صاحب‌اختیار آنها بود. بردگان در چنین جامعه‌ای که دائماً با تحقیر و ستم مواجه بودند، توان مخالفت مدنی نداشتند و نهایتاً می‌توانستند به اربابشان اعتراض کنند که در این صورت نیز با شکنجه و مجازات مواجه می‌شدند. از نظر اجتماعی، هیچ‌گونه قدرت و توانایی‌ای نداشتند. لذا هنگامی که پیامبر ﷺ دعوت خود را آشکار کرد و فرمود: «انی بعثت الی الاسود والابيض والاحمر» (مفید، ۱۴۱۴: ۱۷۵؛ ابن‌فقال، ۱۳۶۶: ۵۲؛ ابن‌ابی‌الحدید، بی‌تا: ۵۴/۵)، همین پیام دعوت باعث شد شماری از بردگان از همان ابتدا دعوت پیامبر ﷺ را بپذیرند و تا پای جان استقامت کنند.

بردگان و کنیزان کف هرم اجتماع مکه، نه قوم و قبیله و قدرتی داشتند تا از آنها حمایت کنند، نه از نظر اجتماعی مقام و موقعیت بالایی داشتند. لذا اگر کسی آنها را به حق و احقاق حقوقشان دعوت، و از آنها پشتیبانی می‌کرد، این طیف افراد نیز از جان و دل برای به ثمر نشستن آن می‌کوشیدند.

### ب. مخاطبان صاحب نفوذ و قدرت و ثروت: قاعده هرم

دعوت، تبلیغ و اصلاح برای آنکه موفق شود و به ثمر بنشیند، نیازمند توجه به امور مختلف در حوزه‌های گوناگون است که هر کدام نباشد دعوت با مشکل مواجه می‌شود. در بحث مخاطب‌شناسی تکیه بر یک گونه مخاطب، دعوت را با مشکل مواجه می‌کند. لذا باید مخاطبان گوناگون از مردم مختلف اجتماع دعوت شوند. شخص دعوت‌کننده، همان‌گونه که به کف هرم اجتماع نظر دارد، باید درصدد باشد تا از ثروتمندان و قدرتمندان و کسانی که در اجتماع از موقعیت خوبی برخوردارند نیز مخاطب جذب کند، چراکه مال و موقعیت اجتماعی برای شروع دعوت، نهادینه‌کردن و توسعه آن بسیار مهم است.

سیره پیامبر ﷺ نشان می‌دهد که ایشان در نوع مخاطب‌شناسی و افرادی که در دوران مکی به اسلام دعوت کرد به همین نکات توجه داشت و بخشی از هدفش را برای جذب افراد متمول و دارای نفوذ و موقعیت اجتماعی در مکه قرار داد، چراکه جذب افراد ثروتمند و متمول و صاحب قدرت مانند جذب ام‌حبیبه دختر ابوسفیان، مصعب بن عمیر از خانواده‌ای بسیار ثروتمند، ابوجندل پسر سهیل بن عمرو، خالد بن سعید بن عاص (بلاذری، ۱۴۰۰: ۱۰/۱۱) و مانند اینها برای پشتوانه دعوت، لازم و ضروری بود. یکی از نمونه‌های بارز صاحبان نفوذ و قدرت و ثروت، حضرت خدیجه کبری (ع) بود. وی همسر پیامبر ﷺ و اولین نفر از زنان بود که آن حضرت را تصدیق کرد و ایمان آورد (ابن‌مغازلی، ۱۴۲۶: ۳۵۰؛ طبری، ۱۴۰۸: ۳۴/۲؛ ابن‌حبان، ۱۳۹۵: ۴۵/۱؛ دولاپی، ۱۴۰۷: ۴۷؛ ابن‌ابی‌شیبہ، ۱۳۲۶: ۳۲۸/۸؛ ابن‌اثیر، ۱۴۱۵: ۴۳۵/۵) و قبل از وجوب نماز از دنیا رفت (ابن‌ابی‌شیبہ، ۱۳۲۶: ۳۲۸/۸). او زنی تاجر، باشرافت و دارای مال و ثروت فراوان بود. مردانی را اجیر کرده بود تا با اموالش تجارت کنند (دولاپی، ۱۴۰۷: ۴۷). دعوت و جذب خدیجه به اسلام، از لحاظ روان‌شناختی در اولویت بود، خصوصاً با توجه به آنکه حضرت خدیجه در مکه نه‌تنها دارای مال و ثروت فراوان، بلکه صاحب شخصیت والا و محترم برای بزرگان مکه و قریش به شمار می‌آمد. اموال او بسیار به اسلام و مسلمانان سود رساند، همان‌گونه که پیامبر ﷺ فرمود: «هیچ مالی همانند مال خدیجه به [دعوت] من نفع نرساند» (طوسی، ۱۴۱۴: ۴۶۸؛ عاملی، ۱۴۲۶: ۱۸۸/۴) یا اینکه سبط بن جوزی، خدیجه را دستیار صادق پیامبر ﷺ معرفی کرده است (ابن‌جوزی، ۲۰۲۰: ۲۷۲).

### ج. مخاطبان بومی و غیربومی

یکی دیگر از شاخصه‌های مؤثر در موفقیت هر دعوتی آن است که شخص دعوت‌کننده فقط به جذب مردم یک شهر یا منطقه و به اصطلاح فقط به جذب افراد بومی اکتفا نکند، بلکه برای آنکه پیام دعوت خود را به خارج از مرزهای منطقه برساند، با دعوت افراد غیربومی، حوزه دعوت روان‌شناختی را گسترش دهد. هر کدام از افراد بومی و غیربومی ظرفیت‌هایی دارند که دیگران فاقد آنند. دعوت از بومیان بسیار کم‌هزینه‌تر، کم‌خطرتر و راحت‌تر از دعوت از غیربومیان است، چراکه فرد دعوت‌کننده از عقاید و باورها، شخصیت، خلق و خو، قبیله و طایفه بومیان آگاه‌تر از غیربومیانی است که هیچ شناختی از آنها ندارد. لذا دعوت‌کننده باید در ابتدای دعوت دنبال کسانی برود که دارای ظرفیت لازم و حق‌پذیر، و عاری از عناد، جهل و تعصب باشند. بسیاری از افرادی که در مکه دعوت پیامبر ﷺ را پاسخ دادند از افراد بومی بودند. به همین دلیل هم شمارشان به مراتب بیشتر از غیربومیان بود. علاوه بر دعوت از بومیان، پیامبر ﷺ کوشید در دعوت فردی و فرهنگی، افراد غیربومی را نیز جذب کند. مکه شهری تجاری بود. هر ساله و در فصول مختلف سال از جاهای مختلفی برای تجارت و حج به مکه می‌آمدند. از نظر روان‌شناختی، توجه به این گروه خارجی و یافتن انسان‌هایی که اهلیت پذیرفتن دعوت را داشته باشند در پیشبرد اهداف دعوت کمک فراوانی می‌کند. شماری از مخاطبان دعوت آن حضرت در مکه در زمره این افراد بودند. پیامبر ﷺ می‌کوشید غیربومیان را نیز به اسلام دعوت کند که در این میان شماری اسلام را پذیرفتند، از جمله:

۱. **صهیب بن سنان رومی**؛ وی از جمله کسانی بود که در همان سه سال دعوت پنهانی در خانه ارقم، که محل اجتماع و رفت و آمد بود (بلاذری، ۱۴۰۰: ۱۵۸/۱؛ ابن‌جوزی، ۱۴۱۲: ۱۵۵/۵؛ ابن‌عبدالبر، ۱۴۱۳: ۷۲۸/۲)، همراه عمار به خانه ارقم نزد پیامبر ﷺ رفت و اسلام آورد (ابن‌سعد، ۱۳۷۶: ۲۲۷/۳؛ ابن‌عبدالبر، ۱۴۱۳: ۷۲۸/۲؛ ابن‌عساکر، ۱۴۱۵: ۲۱۹/۲۴).

۲. **سوید بن صامت**؛ وی در همان اول بعثت برای گزاردن حج جاهلی به مکه آمد. پیامبر ﷺ در بازار ذی‌المجاز مکه او را ملاقات، و به توحید و اسلام دعوت کرد. سوید در پاسخ به پیامبر گفت: «لا أبعد ما جئت به؛ چیزی را که ادعا می‌کنی بعید نمی‌بینم». بعد از حج به سوی قومش در مدینه بازگشت. وی در درگیری میان اوس و خزرج، که قبل از

نبرد بعث رخ داد، کشته شد (رازی، ۱۲۷۱: ۲۳۳/۴؛ مقدسی، ۱۴۲۸: ۶۶؛ ابن‌عبدالبر، ۱۴۱۳: ۶۷۷/۲؛ ابن‌اثیر، ۱۴۱۵: ۳۷۸/۲). با تأمل درباره دعوت سوید نکات ذیل استفاده می‌شود (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۹۰):

**الف. شخصیت‌شناسی؛** در همان ابتدای بعثت و سه سال دعوت مخفیانه این‌گونه نبود که پیامبر ﷺ کناری بنشیند و به عبادت مشغول باشد یا تمام تمرکزش را متوجه هدایت مردم مکه کند، بلکه با شناختی که از قبایل و اشخاص و میزان تأثیرپذیری‌شان داشت، سراغ افرادی می‌رفت که از نظر اجتماعی اقتصادی یا سیاسی دارای نفوذ و اعتبار بودند. به سوید لقب «الکامل» داده بودند. زیرا وی از نظر پوست، شعر، نسب و شرف کامل بود (طبری، ۱۴۰۸: ۸۴/۲؛ طبری، ۱۴۱۲: ۴۷/۴؛ ابن‌اثیر، بی‌تا: ۹۴/۲؛ ابن‌کنیر، ۱۴۲۰: ۱۷۳/۲). پیامبر به دنبال دعوت شخصیت‌های محوری و مهم بود.

**ب. دعوت به اسلام از ابتدای بعثت؛** برخی همچون ابن‌عبدالبر تصریح دارند که وقتی سوید برای حج به مکه آمد و پیامبر ﷺ را که تازه مبعوث شده بود دید، حضرت وی را به اسلام دعوت کرد (ابن‌عبدالبر، ۱۴۱۳: ۳۶/۱). گرچه دعوت در دوران سه‌ساله مخفیانه بود اما در همان سال‌ها هم پیامبر می‌کوشید پیام دعوتش را به مخاطبان و علاقه‌مندانش، حتی به خارج از مکه، نیز برساند.

**ج. پیش‌زمینه‌ها؛** از نظر روان‌شناختی، شناخت و توجه به پیشینه دینی و اعتقادی افراد در دعوت و تبلیغ بسیار مهم است. زیرا تبلیغ، زمانی مؤثر و کارآمد است که مخاطب‌شناسی به صورت کامل انجام پذیرد. در داستان سوید بن صامت نیز پیشینه اعتقادی سوید، کمک مؤثری در تبلیغ بود و دست‌کم سبب شد وی قرآن را اجمالاً بپذیرد. اطلاع‌یافتن بزرگانی چون سوید از دعوت پیامبر ﷺ در مدینه و انتشار آن برای ادامه مأموریت آن حضرت در آینده بسیار مهم بود.

**د. گسترش قلمرو دعوت؛** دیگر نکته مهم در روان‌شناسی دعوت این است که در دعوت فردی و اجتماعی نباید مرز جغرافیایی ملاک باشد؛ سیاست پیامبر ﷺ از همان ابتدا گسترش قلمرو دعوت از مکه به سایر شهرها بود. ظاهراً انتخاب سوید و اینکه وی اهل مدینه بود نیز یکی از معیارهای ایشان در انتخاب وی بود که هدفمندان و هوشمندانه دنبال می‌کرد. زیرا اگر سوید اسلام را می‌پذیرفت، رسول خدا ﷺ یارانی در



مدینه پیدا می‌کرد و این از جهات مختلف برای پیشرفت اسلام مهم و مؤثر بود.

### ۳. ابوذر غفاری

ابوذر چهارمین یا پنجمین شخصی بود که به دعوت پیامبر ﷺ پاسخ مثبت داد (ابن‌سعد، ۱۳۷۶: ۲۲۴/۴؛ ابن‌عبدالبر، ۱۴۱۳: ۲۵۲/۱؛ خطیب تبریزی، بی‌تا: ۵۹؛ ابن‌کتیر، ۱۴۰۸: ۴۵/۳؛ امین، ۱۴۰۳: ۲۲۷/۴). در شیوه و نوع دعوت از وی<sup>۳</sup> آمده است که پیامبر مستقیماً از او دعوت نکرد و سلمان فارسی نیز همین‌طور بود. آنها خودشان دنبال یافتن حقیقت بودند، برخلاف دیگران که پیامبر اکرم ﷺ دنبال جذبشان بود. ابوذر وقتی شنید کسی در مکه ادعای نبوت کرده، برادرش را برای تحقیق و شنیدن سخنان وی فرستاد. برادرش بعد از ورود به مکه و شنیدن سخنان پیامبر اسلام ﷺ نزد ابوذر بازگشت و این‌گونه پیامبر را توصیف کرد: «او امر به معروف و نهی از منکر می‌کند و به مکارم اخلاق دستور می‌دهد». ابوذر بعد از شنیدن این سخنان، خود راهی مکه شد و بعد از شنیدن دعوت پیامبر ﷺ فوراً اسلام آورد. سپس حضرت به ابوذر فرمود: «به سوی قوم خود بازگرد تا پیام من به تو برسد». اما ابوذر گفت: «بعد از آنکه با صدای بلند در مسجدالحرام فریاد کنم: اَشْهَدُ أَنْ لَا إِلَهَ إِلَّا اللَّهُ وَأَنَّ مُحَمَّدًا عَبْدُهُ وَرَسُولُهُ، به محل خود باز خواهم گشت». مشرکان قریش با شنیدن این صدای ابوذر به وی دشنام دادند و بر وی حمله بردند، او را ضرب و شتم کردند. عباس عموی پیامبر ﷺ، مشرکان را از این کار منع کرد و گفت: «کاروان تجاری شما از کنار قبیله غفار عبور می‌کند و اگر به ابوذر هجمه برید امنیت کاروان‌های تجارستان با مشکل مواجه می‌شود» (ابن‌سعد، ۱۳۷۶: ۲۲۵/۴؛ بخاری، ۱۴۲۵: ۲۴۱/۴؛ طبرانی، ۱۳۸۷: ۱۰۹/۳؛ ابونعیم اصفهانی، ۱۴۱۲: ۱۲۸۸/۴). در داستان اسلام آوردن ابوذر غفاری چند نکته در خور توجه است (علی‌محمدی، ۱۳۹۹: ۹):

الف. محتوا و پیام دعوت پیامبر ﷺ بر اساس مکارم اخلاق و امر به معروف و نهی از منکر بود. دعوتی موفق می‌شود که دعوت‌کننده آگاهی کامل از روان‌شناسی و مخاطب‌شناسی جامعه داشته باشد و بر اساس همان شناختی که دارد، محتوای دعوت خود را تنظیم کند. انحطاط اخلاقی در جزیره‌العرب به اوج خود رسیده بود. از لحاظ روان‌شناختی، دعوت در جامعه‌ای مؤثر و کارساز می‌شود که آن جامعه بر مکارم اخلاق و امر به نیکی و نهی از بدی‌ها استوار شده، و مردم از منکرات و بدی‌ها به

ستوه آمده باشند. دعوت پیامبر ﷺ در چنین جامعه‌ای صورت پذیرفت.

ب. وقتی ابوذر خود سخنان آن حضرت را شنید و اسلام آورد، کسب تکلیف کرد که چه کند. پیامبر ﷺ در پاسخ به وی فرمود: «به محل خود باز گرد تا پیامم به تو برسد». این دستور رسول خدا ﷺ برای آن بود که، اولاً، ابوذر از گزند دشمنان در امان بماند و هر زمان که دعوت آن حضرت آشکار شد به مکه باز گردد؛ ثانیاً، در میان قوم خویش اسلام را ترویج کند.

ج. عباس بن عبدالمطلب از کتک‌زدن ابوذر جلوگیری کرد. چون می‌دانست اگر ابوذر تحت آزار و اذیت قرار گیرد امنیت کاروان تجاری قریش به شام، که از محله ابوذر می‌گذشت، به خطر می‌افتد و این خود تهدیدی بالقوه برای کاروان‌های تجاری بود. پیامبر ﷺ با دعوت و جذب ابوذر به اسلام، در همان ابتدای دعوتش چنان هوشمندانه عمل کرد که کاروان‌های تجاری قریش در معرض تهدید قرار گرفت و این یعنی نهایت دوراندیشی و برنامه‌ریزی و انتخاب سیاست بجا و دقیق نمونه‌ها و مخاطبان دعوت.

### نتیجه

در این پژوهش به دنبال پاسخ به این پرسش بودیم که الگوی روان‌شناختی دعوت و مخاطب‌شناسی آن با محوریت دعوت پیامبر ﷺ در مکه چه تأثیری در پیروزی یا شکست دعوت دارد. بر اساس آنچه بیان شد و با توجه به گزارش‌های تاریخی و نیز در نظر گرفتن ابعاد روان‌شناختی و مخاطب‌شناختی راجع به مردم مکه، می‌توان گفت الگوی دعوت پیامبر ﷺ در سه سال دعوت مخفیانه در مکه، الگوی روان‌شناختی محض بود. آن حضرت در این سه سال بدون آنکه دعوتش را آشکار کند، کاملاً مخفیانه و به دور از اهانت و جسارت به مشرکان و بت‌هایشان، بر اساس دعوت به مکارم اخلاق و تشویق به عقل‌گرایی، دعوتش را آغاز کرد تا اینکه به دستور خدا مأمور شد دعوتش را آشکار کند. بر همین اساس ده سال در مکه دعوت آشکار انجام داد. در این ده سال دعوت، رویکرد غالب دعوت، بر اساس همان الگوی فردی بود، هرچند در برخی موقعیت‌ها شاخصه‌هایی از دعوت اجتماعی نیز به کار برده می‌شد.

تطبيق الگوی دعوت فردی تربیتی (فرهنگی) بر دعوت پیامبر ﷺ در مکه / ۲۵

در الگوی روان‌شناختی، شناخت مخاطبان و توجه به خواست‌ها و تمایلاتشان بسیار اهمیت دارد. لذا پیامبر ﷺ مخاطبان خود را از گروه‌های مختلف برگزید، از زنان و بردگان گرفته تا مکیان و غیرمکیان و ثروتمندان. به همین دلیل، دعوتش علی‌رغم کارشکنی، تهدیدها، شکنجه‌ها و مجازات‌های سنگین موفق شد.

با توجه به آنچه گذشت، یکی از مهم‌ترین عوامل موفقیت دعوت پیامبر ﷺ توجه به نوع مخاطبان و دعوت مخاطبان گوناگون از گروه‌ها و طبقات مختلف جامعه بود؛ اینها نکاتی است که هر دعوت فردی تربیتی، برای موفقیت، نیازمند توجه به آن است.

## پی‌نوشت‌ها

۱. نظریه‌پردازان برجسته سیاسی از مصلحان نظام تربیتی نیز بودند. کتاب جمهور افلاطون همان‌قدر که رساله‌ای در باب سیاست است، رساله‌ای در باب تعلیم و تربیت نیز هست. لاک در کتاب تفکراتی درباره تعلیم و تربیت، و روسو در کتاب *امیل*، به تفصیل درباره نظام تربیتی بحث می‌کنند (اسپریگنز، ۱۳۸۹: ۱۱۱).

۲. هرچند بزرگانی از شیعه همچون شیخ صدوق، شیخ طوسی و ابن‌شهرآشوب ضمن بیان روایتی از امام صادق علیه السلام معتقدند دعوت پنهانی پنج سال طول کشید (صدوق، ۱۴۰۵: ۲۴۴؛ طوسی، ۱۳۸۷: ۳۳۲؛ ابن‌شهرآشوب، بی‌تا: ۱۵۰/۱)، اما این قول در معرض تردید است که در جای خود باید بررسی شود و ظاهراً گزارش سه سال دعوت مخفیانه صحیح است. افزون بر آنکه قائلان به پنج سال دعوت مخفیانه، گزارش سه سال دعوت پنهانی را نیز ذکر کرده‌اند (صدوق، ۱۴۰۵: ۳۴۴؛ طوسی، ۱۳۸۷: ۳۳۳؛ ابن‌شهرآشوب، بی‌تا: ۴۰/۱).

۳. در برخی کتب نقل شده است که اسلام ابوذر در نتیجه سخنانی بود که گرگی به او گفت (صدوق، ۱۴۱۷: ۵۶۷؛ ابن‌فقال، ۱۳۶۶: ۳۷۸؛ مجلسی، ۱۳۹۸: ۳۹۳/۲۲)، حال آنکه این مطلب افزون بر آنکه عقل‌ستیز است، با توجه به منابع دست اول، اصول و قواعد پژوهشی در تاریخ، و تعارض با گزارش دیگری که از بزرگان در متن نقل شد، اعتباری ندارد.

## منابع

- قرآن کریم (۱۳۸۴). ترجمه: آیت الله مشکینی، قم: دارالهادی، چاپ سوم.
- ابن ابی الحدید (بی تا). شرح نهج البلاغه، تحقیق: محمد ابوالفضل ابراهیم، بی جا: دار احیاء الکتب العربیة.
- ابن ابی شیبہ (۱۳۲۶). المصنف، حیدرآباد دکن: بی نا.
- ابن اثیر، ابوالحسن علی بن ابی الکریم (۱۹۹۴/۱۴۱۵). أسد الغابة فی معرفة الصحابة، بیروت: دار الکتب العلمیة، الطبعة الأولى.
- ابن اثیر، علی (بی تا). الکامل فی التاریخ، بیروت: دار صادر.
- ابن الجوزی، ابوالفرج عبد الرحمن بن علی (۱۹۹۷/۱۴۱۸). کشف المشکل من حدیث الصحیحین، الرياض: دار النشر.
- ابن بابویه قمی (صدوق)، محمد ابن علی (۱۴۰۵). کمال الدین و تمام النعمة، تصحیح و تعلیق: علی اکبر الغفاری، قم: مؤسسة النشر الاسلامی التابعة لجماعة المدرسين.
- ابن بابویه قمی (صدوق)، محمد ابن علی (۱۴۱۷). الامالی، قم: مؤسسة البعثة.
- ابن جوزی، عبد الرحمن (۱۴۱۲). المنتظم فی تاریخ الامم والملوک، تحقیق: محمد عبد القادر و مصطفی عبد القادر، بیروت: دار الکتب العلمیة.
- ابن جوزی، یوسف بن قزاوغلی (۲۰۲۰). تذکرة الخواص، محقق: تقی زاده، بی جا: المجمع العالمی لاهل البيت (علیهم السلام).
- ابن حبان، محمد (۱۹۷۵/۱۳۹۵). الثقات، تحقیق: السید شرف الدین احمد، بی جا: دار الفکر، الطبعة الأولى.
- ابن حجر عسقلانی، احمد (۱۴۱۵). الإصابة فی تمییز الصحابة، بیروت: دار الکتب العلمیة.
- ابن سعد، محمد (۱۹۵۷/۱۳۷۶). الطبقات الكبرى، بی جا: دار الکتب العلمیة، منشورات محمد علی بیضون.
- ابن شهر آشوب، محمد (بی تا). مناقب آل ابی طالب، قم: علامه.
- ابن عبد البر، یوسف (۱۴۱۳). الاستیعاب فی معرفة الأصحاب، تحقیق: علی محمد، بیروت: دار الجیل.
- ابن عساکر، علی بن حسن (۱۴۱۵). تاریخ مدینة دمشق، بیروت: دار الفکر.
- ابن فتال محمد بن حسن (۱۳۶۶). روضة الواعظین، تهران: نی، چاپ اول.
- ابن کثیر، اسماعیل (۱۴۰۸). البداية والنهاية، تحقیق: علی شیری، بیروت: دار احیاء التراث العربی.
- ابن کثیر، اسماعیل (۱۴۲۰). السیرة النبویة، تحقیق: محمد المعتصم، بیروت: دار الکتب العربی، الطبعة الثانية.
- ابن مغزالی، علی (۱۴۲۶). مناقب علی بن ابی طالب (علیهم السلام)، بی جا: سبط النبی.
- ابن منظور، محمد بن مکرم (۱۴۱۴). لسان العرب، بیروت: دار صادر، الطبعة الثالثة.
- ابن حجر عسقلانی، احمد بن علی (۱۴۱۵). الإصابة فی تمییز الصحابة، بیروت: دار الکتب العلمیة، الطبعة الأولى.
- ابوالفتح البیانونی، محمد (۱۳۸۸). درآمدی بر علم دعوت، ترجمه: عبدالرحمن زمان پور، تهران: احسان.

- ابونعيم اصفهاني، عبدالله ابن احمد (۱۴۱۲). *دلائل النبوة*، بيروت: دار الفنايس، الطبعة الثالثة.
- اسپريگنز، تامس (۱۳۸۹). *فهم نظريه سياسى*، تهران: آگه، چاپ دوم.
- امين، سيد محسن (۱۴۰۳). *اعيان الشيعية*، بيروت: دار التعارف.
- باجى، سليمان بن خلف (۱۳۷۱). *التعديل والتجريح*، حيدرآباد دكن: مطبعة مجلس دائرة المعارف العثمانية.
- البخارى، محمد بن اسماعيل (۱۴۲۵). *التاريخ الكبير*، بيروت: دار ابن حزم.
- البلاذرى، أحمد بن يحيى (۱۹۸۰/۱۴۰۰). *انساب الاشراف*، بيروت: مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى.
- بيرو، آلن (۱۳۶۶). *فرهنگ علوم اجتماعى*، ترجمه: باقر ساروخانى، تهران: كيهان.
- جاحظ، عمر بن بحر (۱۳۷۴). *البيان والتبيين*، بيروت: دار العراق، الطبعة الاولى.
- حربى، ابراهيم بن اسحاق (۱۴۰۵). *غريب الحديث*، تحقيق: سليمان ابراهيم، محمد العابر، جده: دار المدنة، الطبعة الاولى.
- خطيب تبريزى، محمد بن عبدالله (بى تا). *الإكمال فى أسماء الرجال*، تعليق: أبى أسد الله بن الحافظ محمد عبد الله الأنصارى، بى جا: مؤسسة أهل البيت ﷺ.
- داوودى، محمد؛ حسينى زاده، على (۱۳۹۰). *روان شناسى تبليغ*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- دولابى، محمد بن احمد (۱۴۰۷). *الذرية الطاهرة*، قم: چاپ محمدجواد حسينى جلالى.
- دهخدا، على اكبر (۱۳۷۲). *فرهنگ دهخدا*، تهران: مؤسسه لغت نامه دهخدا.
- ذهبى، أبو عبد الله محمد بن أحمد (۱۴۲۷). *سير اعلام النبلاء*، القاهرة: دار الحديث.
- رازى، ابن ابى حاتم (۱۹۵۲/۱۲۷۱). *الجرح والتعديل*، بيروت: دار إحياء التراث العربى، الطبعة الأولى.
- رفيعى، ناصر (۱۳۹۴). *شناخت و تحليل سيره تبليغى پیامبر اعظم ﷺ*، قم: مركز بين المللى ترجمه و نشر المصطفى.
- زمخشري، محمود بن عمر (۱۴۰۷). *الكشاف عن حقائق التنزيل*، بيروت: دار الكتاب العربى.
- طبرانى، سليمان بن احمد (۱۳۸۷). *المعجم الاوسط*، قم: مؤسسه فرهنگى و اطلاع رسانى تبيان.
- طبرانى، سليمان بن احمد (بى تا). *المعجم الكبير*، بيروت: دار إحياء التراث العربى.
- طبرسى، فضل بن حسن (۲۰۰۶/۱۴۲۷). *مجمع البيان*، ترجمه: احمد بهشتى، بيروت: دار المرتضى.
- طبرى، محمد بن جرير (۱۴۰۸). *تاريخ الرسل والملوك*، تاريخ الطبرى، بيروت: دار الكتب العلمية.
- طبرى، محمد بن جرير (۱۴۱۲). *جامع البيان عن تأويل آى القرآن*، بيروت: دار الفكر.
- طوسى، محمد بن حسن (۱۳۸۷). *الغيبة*، ترجمه: مجتبى عزيزى، قم: مسجد جمكران.
- طوسى، محمد بن حسن (۱۴۱۳). *التبيان*، قم: مؤسسة النشر الاسلامى جماعة المدرسين فى الحوزة العلمية بقم.
- طوسى، محمد بن حسن (۱۴۱۴). *الامالى*، قم: دار الثقافة.
- عاملى، جعفر مرتضى (۱۴۲۶). *الصحيح من سيرة النبى*، بيروت: دار السيرة.

علی، جواد (۲۰۰۱/۱۴۲۲). *المفصل فی تاریخ العرب قبل الاسلام*، بی‌جا: دار الساقی، الطبعة الرابعة. علی محمدی، علی (۱۳۹۹). تحلیل اصول و راهکارهای دعوت پیامبر اکرم ﷺ بر اساس مدل‌های روان‌شناختی و جامعه‌شناختی، رساله دکتری شیعه‌شناسی، استاد راهنما: مجید کافی، قم: دانشگاه ادیان و مذاهب.

فراهیدی، خلیل بن احمد (۱۴۰۹). *العین*، تحقیق: مهدی مخزومی و ابراهیم سامرایی، بی‌جا: دار الهجرة، الطبعة الثانية.

فضل‌الله، سید محمدحسین (۱۴۱۹). *من وحی القرآن*، بیروت: دار الملائک.

قرطبی، محمد بن احمد (۱۳۶۴). *الجامع لاحکام القرآن*، تهران: ناصر خسرو.

قمی، عباس بن محمدرضا (۱۳۷۶). *فیض القادیر*، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.

قمی، علی بن ابراهیم (۱۳۶۳). *تفسیر قمی*، بی‌جا: دار الکتاب.

فیروانی، ابراهیم بن علی (بی‌تا). *زهر الآداب و ثمر الالباب*، بیروت: دار الجیل.

کافی، مجید (۱۳۸۹). *تغییرات اجتماعی در اندیشه سید جمال‌الدین اسدآبادی*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

کافی، مجید؛ علی عسکری، سعیدرضا (۱۳۹۴). *جامعه‌شناسی تاریخی: مفاهیم، نظریه‌ها، نقد و بررسی*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

کاویانی، محمد؛ غروی، سید محمد (۱۳۹۸). *روان‌شناسی و تبلیغات: با تأکید بر تبلیغ دینی*، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.

گرگی، ابراهیم؛ برخوردار، سجاد (۱۳۸۸). *مبانی روش تحقیق در علوم اجتماعی*، تهران: ثالث، چاپ اول.

مجلسی، محمد باقر (۱۳۹۸). *بحار الانوار*، طهران: مکتبه الاسلامیه، الطبعة الثالثة.

المزی، یوسف بن عبدالرحمن (۱۹۸۰/۱۴۰۰). *تهذیب الکمال*، بیروت: مؤسسة الرسالة، الطبعة الأولى.

مطهری، مرتضی (۱۳۸۵). *سیری در سیره نبوی*، تهران: صدرا، چاپ سی و ششم.

مفید، محمد بن محمد (۱۴۱۳). *اوائیل المقالات فی المذاهب والمختارات*، قم: المؤتمر العالمی لالقیة الشیخ المفید، الطبعة الأولى.

مفید، محمد بن محمد (۱۴۱۴). *اوائیل المقالات*، تحقیق: ابراهیم الأنصاری، بیروت: دار المفید للطباعة والنشر والتوزیع، الطبعة الثانية.

مقدسی، یوسف بن یحیی (۱۴۲۸). *عقد الدرر فی أخبار المنتظر*، قم: مسجد جمکران، چاپ سوم.

میدانی، احمد بن محمد؛ تراویده، مصطفی (۱۳۹۴). *مجمع الامثال*، بی‌جا: عصر زندگی.

نگارش، حمید (۱۳۹۱). «راهکارهای تبلیغی پیامبر اعظم ﷺ»، در: *حبل المتین*، پیش شماره اول.

## References

- The Holy Qurān, 2005. Transalted by Āyatullāh Mishkīnī, Qom: Dār al-Hādī, Third Edition.
- ‘Alī Muḥammadī, ‘Alī. 2020. *Taḥlīl-i Uṣūl wa Rāhkārḥāyi Da‘wat-i Payāmbār-i Akram (S) Barasās-i Mudil-hāyi Rawānshinākhtī wa Jāmi‘ishinākhtī (Analysis of the Principles and Strategies of the Holy Prophet's Invitation (S) based on Psychological and Sociological Patterns)*, PhD Thesis, Supervisor: Majīd Kāfī, Qom: University of Religions and Denominations. [in Farsi]
- ‘Alī, Jawād. 2001. *Al-Mufaṣṣal fī Tārīkh al-‘Arab Qabl al-Islām (Detailed in the History of Arabia before Islam)*, n.p: Dār al-Sāqī, Fourth Edition. [in Arabic]
- ‘Āmilī, Ja‘far Murtiḍā. 2005. *Al-Ṣaḥīḥ min Sīrah al-Nabī (The Truth about the Biography of the Prophet)*, Beirut: Dār al-Sīrah. [in Arabic]
- Abu al-Faḥ al-Bayānūnī, Muḥammad. 2009. *Dar Āmadī bar ‘Ilm-i Da‘wat (An Introduction to the Science of Invitation)*, Translated by ‘Abd al-Raḥmān Zamānpūr, Tehran: Iḥsān. [in Farsi]
- Abū Na‘īm Iṣfahānī, ‘Abdullāh ibn Aḥmad. 1991. *Dalā‘il al-Nubuwwah (The Proofs of Prophecy)*, Beirut: Dār al-Nafā‘is, Third Edition. [in Arabic]
- Al-Balāzurī, Aḥmad ibn Yaḥā. 1980. *Ansāb al-Ashraf (The Lineage of Nobles)*, Beirut: Mu‘assisah al-Risālah, First Edition. [in Arabic]
- Al-Bukhārī, Muḥammad ibn Ismā‘īl. 2004. *Al-Tārīkh al-Kabīr (The Great History)*, Beirut: Dār ibn Ḥazm. [in Arabic]
- Al-Mizzī, Yūsuf ibn ‘Abd al-Raḥmān. 1980. *Tahdhīb al-Kamāl*, Beirut: Mu‘assisah al-Risālah, First Edition. [in Arabic]
- Amīn, Siyyid Muḥsin. 1983. *A‘yān al-Shī‘ah (Shia Luminaries)*, Beirut: Dār al-Ta‘āruf. [in Arabic]
- Bājī, Suliyman ibn Khalaf. 1992. *Al-Ta‘dīl wa al-Tajrīḥ (Praise and Condemnation)*, Ḥiydar Ābād Dakan: The Ottoman Encyclopedia Council Press. [in Arabic]
- Biro, Allen. 1987. *Farhang-i ‘Ulūm-i Ijtimā‘ī (The Dictionary of Social Sciences)*, Translated by Bāqir Sārūkhānī, Tehran: Kiyhā. [in Farsi]
- Dāwūdī, Muḥammad; Ḥusaynizādīh, ‘Alī. 2011. *Rawānshināsī-yi Tablīgh (Psychology of Propagation)*, Qom: Hawzah and University Research Institute. [in Farsi]

- Dhahabī, Abū ‘Abdullāh Muḥammad ibn Aḥmad. 2006. *Siyar A‘lām al-Nubalā (The Lives of Noble Figures)*, Cairo: Dār al-Ḥadīth. [in Arabic]
- Dihkhudā, ‘Alī Akbar. 1993. *Farhang-i Dihkhudā (Dihkhudā Dictionary)*, Tehran: Dihkhudā Dictionary Institute. [in Farsi]
- Dūlābī, Muḥammad ibn Aḥmad. 1986. *Al-Dhurrīyah al-Ṭāhirah (Immaculate Offspring)*, Qom: Publication of Muḥammad Jawād Ḥusīnī Jalālī. [in Arabic]
- Faḍlullāh, Siyyid Muḥammad Ḥusīn. 1998. *Min Waḥy al-Qurān (Of Qurān Revelation)*, Beirut: Dār al-Milāk. [in Arabic]
- Farāhīdī, Khalīl ibn Aḥmad. 1988. *Al-‘Iyn*, Researched by Mahdī Makhzūmī and Ibrāhīm Sāmīrāyī, n.p: Dār al-Hijrah, Second Edition. [in Arabic]
- Gurjī, Ibrāhīm; Barkhurdāi, Sajjād. 2009. *Mabānī-yi Rawish-i Taḥqīq dar ‘Ulūm-i Ijtīmā‘ī (Fundamentals of Research Methods in Social Sciences)*, Tehran: Thālith, First Edition. [in Farsi]
- Ḥarbī, Ibrāhīm ibn Ishāq. 1984. *Qarīb al-Ḥadīth (Strange Narrations)*, Researched by Sulīymān Ibrāhīm, Muḥammad al-‘Ābir, Jeddah: Dār al-Mudnah, First Edition. [in Arabic]
- Ibn ‘Abd al-Birr, Yūsuf. 1992. *Al-Istī‘āb fī Ma‘rifah al-Aṣḥāb (Acquisition of the knowledge on the Companions)*, Researched by ‘Alī Muḥammad, Beirut: Dār al-Jabal. [in Arabic]
- Ibn ‘Asākīr, ‘Alī ibn Ḥasan. 1994. *Tārīkh Madīnah Dimashq (History of the City of Damascus)*, Beirut: Dār al-Fikr. [in Arabic]
- Ibn Abī al-Ḥadīd. n.d. *Sharḥ Nahj al-Balāghah*, Researched by Muḥammad Abu al-Faḍl Ibrāhīm, n.p: Dār Iḥyā’ al-Kutub al-‘Arabīyah. [in Arabic]
- Ibn Abī Shiybah. 1947. *Al-Muṣannif*, Ḥīydar Ābād Dakan: n.pub. [in Arabic]
- Ibn al-Juzī, Abū al-Faraj ‘Abd al-Rahmān ibn ‘Alī. 1997. *Kashf al-Mushkil min Ḥadīth al-Ṣaḥīḥayn (Clarification of Difficult Narrations in the Two Authentic Books)*, Al-Rīyāḍ: Dār al-Nashr. [in Arabic]
- Ibn Athīr, ‘Alī. n.d. *Al-Kāmil fī al-Tārīkh (The Completion of History)*, Beirut: Dār Ṣādir. [in Arabic]
- Ibn Athīr, Abū al-Ḥasan ‘Alī ibn Abī al-Karam. 1994. *Usd al-Ghābah fī Ma‘rifah al-Ṣaḥābah*, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah, First Edition. [in Arabic]



- Ibn Bābiwayh Qumi (Ṣadūq), Muḥammad ibn ‘Alī. 1984. *Kamāl al-Dīn wa Tamām al-Ni‘mah (Completion of Religion and Perfection of Grace)*, Edited by ‘Alī Akbar al-Ghaffārī, Qom: Islamic Publications Office Affiliated with Qom Seminary Teachers Association. [in Arabic]
- Ibn Bābiwayh Qumi (Ṣadūq), Muḥammad ibn ‘Alī. 1996. *Al-Amālī*, Qom: Mu’assisah al-Bi‘thah. [in Arabic]
- Ibn Fattāl, Muḥammad ibn Ḥsan. 1987. *Ruḍah al-Wā‘izīn (Garden of Preachers)*, Tehran: Niy, First Edition. [in Farsi]
- Ibn Ḥabbān, Muḥammad. 1975. *Al-Thiqāt (The Trustworthy)*, Researched by Al-Siyyid Sharaf al-Dīn Aḥmad, n.p: Dār al-Fikr, First Edition. [in Arabic]
- Ibn Hajar ‘Asqalānī, Aḥmad. 1994. *Al-Iṣābah fī Tamīz al-Ṣahābah*, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah. [in Arabic]
- Ibn Juzī, ‘Abd al-Raḥmān. 1991. *Al-Muntaẓam fī Tārīkh al-Umam wa al-Mulūk (The Compilation on the History of Nations and Kings)*, Researched by Muḥammad ‘Abd al-Qādir and Muṣṭafā ‘Abd al-Qādir, Beirut: Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah. [in Arabic]
- Ibn Juzī, Yūsuf ibn Qazāwughlī. 2020. *Tadhkirah al-Khawāṣ (Reminder of Nobles)*, Researched by Taqīzādīh, n.p: The World Assembly for the Household of the Prophet (AS). [in Arabic]
- Ibn Kathīr, Ismā‘īl. 1987. *Al-Bidāyah wa al-Nihāyah (The Beginning and the End)*, Researched by ‘Alī Shīrī, Beirut: Dār Iḥyā’ al-Turāth al-‘Arabī. [in Arabic]
- Ibn Kathīr, Ismā‘īl. 1999. *Al-Sīrah al-Nabawīyah (Prophetic Biography)*, Researched by Muḥammad al-Mu‘taṣam, Beirut: Dār al-Kitāb al-‘Arabī, Second Edition. [in Arabic]
- Ibn Maghāzilī, ‘Alī. 2005. *Manāqib ‘Alī ibn Abī Ṭālib (AS) (Virtues of ‘Alī ibn Abī Ṭālib)*, n.p: Sibṭ al-Nabī (The Grandson of the Prophet). [in Arabic]
- Ibn Manzūr, Muḥammad ibn Mukarram. 2005. *Lisān al-‘Arab*, Qom: Dār Ṣādir, Third Edition. [in Arabic]
- Ibn Sa‘d, Muḥammad. 1957. *Al-Ṭabaqāt al-Kubrā*, n.p: Dār al-Kutub al-‘Ilmīyah, Manshūrāt Muḥammad ‘Alī Biyḍūn. [in Arabic]
- Ibn Shahr Āshūb, Muḥammad. n.d. *Manāqib Āl Abī Ṭālib (Virtues of ‘Alī ibn Abī Ṭālib)*, Qom: ‘Allāmah. [in Arabic]

- Jāhīz, ‘Umar ibn Baḥr. 1995. *Al-Bayān wa al-Tabayīn (Statement and Clarification)*, Beirut: Dār al-‘Irāq, First Edition. [in Arabic]
- Kāfi, Majīd. 2010. *Taghīrāt-i Ijtimā’ī dar Andīshi-yi Siyyid Jamāl al-Dīn Asad Ābādī (Social changes in the thought of Siyyid Jamāl al-Dīn Asad Ābādī)*, Qom: Hawzah and University Research Institute. [in Farsi]
- Kāfi, Majīd; ‘Alī ‘Askarī, Sa‘īd Riḍā. 2015, *Jāmi ‘ishināsī-yi Tārīkhī: Mafāhīm, Naẓariyī-hā, Naqd wa Barrisī (Historical Sociology: Concepts, Theories, Critique and Review)*, Qom: Hawzah and University Research Institute. [in Farsi]
- Kāwīyānī, Muḥammad; Gharawī, Siyyid Muḥammad. 2013. *Rawānshināsī wa Tablīghāt ba Ta’kī bar Tablīgh-i Dīnī (Psychology and Propagation with an Emphasis on Religious Propagation)*, Qom: Hawzah and University Research Institute, Fifth Edition. [in Farsi]
- Kāwīyānī, Muḥammad; Gharawī, Siyyid Muḥammad. 2019. *Rawānshināsī wa Tablīghāt ba Ta’kī bar Tablīgh-i Dīnī (Psychology and Propagation with an Emphasis on Religious Propagation)*, Qom: Hawzah and University Research Institute. [in Farsi]
- Khaṭīb Tabrīzī, Muḥammad ibn ‘Abdullāh. n.d. *Al-Ikamāl fī Asmā’ al-Rijāl (Completion in the Names of Men)*, Annotated by Abī Asadullāh ibn al-Ḥāfīz Muḥammad ‘Abdullāh al-Anṣārī, n.p: Mu’assisah Āl al-bayt (The Prophet’s Household Institute). [in Arabic]
- Majlisī, Muḥammad Bāqir. 2019. *Bihār al-Anwār (Seas of Lights)*, Tehran: Maktabah al-Islāmīyah, Third Edition. [in Arabic]
- Miydānī, Aḥmad ibn Muḥammad; Tarāwīdih, Muṣṭafā. 2015. *Majma‘ al-Amthāl (Complex of Proverbs)*, n.p: ‘Aṣr Zindigī. [in Arabic]
- Mufīd, Muḥammad ibn Muḥammad. 1992. *Awā’il al-Maqālāt fī al-Madhāhib wa al-Mukhtārāt (Early Statements on Doctrines and Anthologies)*, Qom: Al-Mu’tamar al-‘Ālamī li Alfīyah al-Shiykh al-Mufīd, First Edition. [in Arabic]
- Mufīd, Muḥammad ibn Muḥammad. 1993. *Awā’il al-Maqālāt (Early Statements)*, Researched by Ibrāhīm al-Anṣārī, Beirut: Dār al-Mufīd lil Ṭabā‘ah wa al-Nashr wa al-Tuzī‘, Second Edition. [in Arabic]
- Muqaddasī, Yūsuf ibn Yahyā. 2007. *‘Aqd al-Durar fī Akhbār al-Muntaẓar*, Qom:

- Jamkarān Mosque, Third Edition. [in Arabci]
- Muṭahharī, Murtiḏā. 2006. *Siyrī dar Sīrih-yi Nabawī (A Journey through the Prophetic Conduct)*, Tehran: Ṣadrā, Thirty Six Edition. [in Farsi]
- Nigārish, Ḥamīd. 2012. "Rāhkār-hāyi Tablīghī-yi Payāmbār A'zam (S) (Propagation Strategies of the Great Prophet)". In: *Ḥabl al-Matīn*, First Pre-issue.
- Qīrwānī, Ibrāhīm ibn 'Alī. n.d. *Zahr al-Ādāb wa Thamar al-Albāb (Blossom of Etiquette and Fruits of the Intellectuals)*, Beirut: Dār al-Jabal. [in Arabic]
- Qummī, 'Abbās ibn Muḥammad Riḏā. 1997. *Fiyḏ al-Ghadīr*, Qom: Islamic Propaganda Office. [in Arabic]
- Qummī, 'Alī ibn Ibrāhīm. 1984. *Tafsīr Qummī*, n.p.: Dār al-Kitāb. [in Arabic]
- Qurṭubī, Muḥammad ibn Aḥmad. 1985. *Al-Jāmi' li Aḥkām al-Qurān (The Collection of Qurānic Rules)*, Tehran: Nāṣir Khusru. [in Arabic]
- Rafī'ī, Nāṣir. 2015. *Shinākht wa Taḥlīl-i Sīrih-yi Tablīghī-yi Payāmbār-i A'zam (S) (Recognition and Analysis of the Prophet's Invitation Method)*, Qom: Al-Muṣṭafā International Translation and Publishing Center. [in Farsi]
- Rāzī, Ibn Abī Ḥātam. 1952. *Al-Jarḥ wa al-Ta'dīl (Condemnation and Praise)*, Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī, First Edition. [in Arabic]
- Spragens, Thomas. 2010. *Fahm-i Naẓarīyah-yi Sīyāsī (Understanding Political Theory)*, Tehran: Āgah, Second Edition. [in Farsi]
- Ṭabarānī, Sulīymān ibn Aḥmad. 2008. *Al-Mu'jam al-Awsaṭ (Medium Dictionary)*, Qom: Tibyān Cultural and Information Institute. [in Arabic]
- Ṭabarānī, Sulīymān ibn Aḥmad. n.d. *Al-Mu'jam al-Kabīr*, Beirut: Dār Iḥyā' al-Turāth al-'Arabī. [in Arabic]
- Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr. 1987. *Tārīkh al-Rusul wa al-Mulūk: Tārīkh Ṭabarī (History of the Apostles and Kings: Ṭabarī History)*, Beirut: Dār al-Kutub al-'Ilmīyah. [in Arabic]
- Ṭabarī, Muḥammad ibn Jarīr. 1991. *Jāmi' al-Bayān 'an Ta'wīl Āyi al-Qurān (Comprehensive Statement on the Interpretation of Qurānic Verses)*, Beirut: Dār al-Fikr. [in Arabic]
- Ṭabarsī, Faḏl ibn Ḥasan. 2006. *Majma' al-Bayān*, Translated by Aḥmad Bihishtī, Beirut: Dār al-Murtiḏā. [in Arabic]

- Ṭūsī, Muḥammad ibn Ḥasan. 1992. *Al-Tibyān (Clarification)*, Qom: Islamic Publications Office Affiliated with Qom Seminary Teachers Association. [in Arabic]
- Ṭūsī, Muḥammad ibn Ḥasan. 1993. *Al-Amālī*, Qom: Dār al-Thaqāfah. [in Arabic]
- Ṭūsī, Muḥammad ibn Ḥasan. 2008. *Al-Ghaybah (Occultation)*, Translated by Mujtabā ‘Azīzī, Qom: Jamkarān Mosque. [in Farsi]
- Zamakhsharī, Maḥmūd ibn ‘Umar. 1986. *Al-Kashshāf ‘an Ḥaqā’iq al-Tanzīl (Discovering the Facts of Revelation)*, Beirut: Dār al-Kitāb al-‘Arabī. [in Arabic]