نشریه علمی مطالعات تفسیری
سال ۱۳، پاییز ۱۴۰۱، شماره ۵۱
مقاله علمی ـ پژوهشی
صفحات: ۶۶ ـ ۴۷

Scientific Journal
Commentary Studies
Vol. 13,Autumn 2022, No. 51
Scientific Research Article

بررسی تفسیری آیه تبلیغ با تکیه بر ارزیابی دیدگاه ناسازگاری سیاقی

سیده سعیده غروی*
فاطمه‌زهرا آل‌ابراهیم دهکردی**

چکیده

آیه تبلیغ که از آیات شاخص در موضوع ولایت است، در طول تاریخ معرکه آراء مفسران فریقین بوده است. برخلاف دیدگاه اکثر مفسران اهل سنت، دیدگاه اکثر مفسران شیعه حاکی از دلالت آیه بر ولایت امیرمؤمنان علی‌ﷺ است. البته روایات دال بر این معنا محدود در مصادر روایی شیعیان نیست و در برخی مصادر روایی اهل سنت نیز انعکاس یافته است. بر این پایه بعید نیست که اختلاف‌ها در مورد دلالت آیه، ریشه در امری غیر از روایات داشته باشد و آن چگونگی فهم ارتباط موجود میان آیه تبلیغ و آیات اهل کتاب است. فهم نادرست این ارتباط، زمینه طرح دیدگاه ناسازگاری سیاقی در استدلال به آیه تبلیغ بر ولایت امیرمؤمنانﷺ را فراهم نموده است. در این راستا نگاهی توصیفی ـ تحلیلی به دیدگاه و خاستگاه آن نشان می‌دهد: آیه تبلیغ خواه پیوستگی نزولی با آیات اهل کتاب داشته باشد و خواه نداشته باشد، با توجه به متوقف نبودن دلالت آیات اهل کتاب بر آیه تبلیغ و تغییر لحن در آیه تبلیغ، آیه‌ای معترضه است؛ همچنین آیه تبلیغ با دلالت بر ولایت امیرمؤمنانﷺ به حسب معنا با آیات اهل کتاب مرتبط است؛ روایات صادره از معصومانﷺ در خصوص آیه تبلیغ، کوششی هوشمندانه به منظور اثبات نادرستی دیدگاه ناسازگاری سیاقی بوده است.

واژگان کلیدی

آیه تبلیغ، تفسیر کلامی، ولایت امام علی‌ﷺ، قاعده سیاق.

---

*. دانشیار گروه علوم قرآن و حدیث دانشگاه قم. saeedehgharavi@yahoo.com
**. دانشجوی دکتری علوم قرآن و حدیث دانشگاه قم (نویسنده مسئول). fatemehzahra.aleebrahim@gmail.com
تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۴/۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۷/۲۲

طرح مسئله

از نمودهای همراهی قرآن و عترت، نزول شماری از آیات و سور قرآن کریم در شأن عترت و اشاره برخی از آنها به منزلت این بزرگواران است. مفسران در مقام تفسیر این بخش از کلام الهی تلاش‌های ارزنده‌ای داشته‌اند، اما به‌سان سایر مباحث اختلافی فریقین، این موضوع نیز در طول تاریخ معرکه آراء مفسران بوده است.

قرآن کریم در آیه تبلیغ می‌فرماید:

يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ وَإِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ. (مائده / ۶۷)

آیه تبلیغ از آیات شاخص در موضوع ولایت است که در مورد دلالت آن میان مفسران فریقین اختلاف نظر پیش آمده است.

بر پایه روایات دیدگاه اکثر مفسران شیعی حاکی از نزول آیه تبلیغ در باب تبلیغ حکم ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام است. (مفید، ۱۳۸۲: ۱۸۳ ـ ۱۸۲؛ طوسی، بی‌تا: ۳ / ۵۸۸؛ طبرسی، ۱۳۷۲: ۳ / ۳۴۴؛ رازی، ۱۴۰۸: ۷ / ۶۲؛ کاشانی، ۱۳۳۶: ۳ / ۲۸۴؛ طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۸؛ فضل الله، ۱۴۱۹: ۸ / ۲۶۶؛ سبزواری، ۱۴۱۹: ۱ / ۱۲۴؛ صادقی تهرانی، ۱۳۶۵: ۹ / ۱۰۶؛ مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۵ / ۴؛ مدرسی، ۱۴۱۹: ۲ / ۴۲۹؛ ثقفی، ۱۳۹۸: ۲ / ۲۴۳؛ حسینی، ۱۴۰۴: ۵ / ۷۲) به عقیده برخی از آنان نزول آیه در این مورد، پشتوانه سیاقی محکمی نیز دارد، زیرا با تعابیر آیه یعنی تبلیغ پیام نازل شده از جانب پروردگار، استلزام تبلیغ نشدن پیام با تبلیغ نشدن رسالت، احساس خوف پیامبرصلی‌الله‌علیه‌وآله از تبلیغ پیام و وعده عصمت در برابر مخالفان پیام هماهنگ است.

اما مفسران اهلِ‌سنت در خصوص مورد نزول آیه تبلیغ وجوه مختلفی را مطرح کرده‌اند. (به نقل از رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۴؛ رازی، ۱۴۲۰: ۱۲ / ۴۰۱ ـ ۴۰۰) برخی از آنان هنگام بحث سخنی از احتمال دلالت آیه بر ولایت امیرالمؤمنین‌علیه‌السلام به میان نیاورده‌اند (طبری، ۱۴۱۲: ۶ / ۲۰۰ ـ ۱۹۸؛ بروسوی، بی‌تا: ۲ / ۴۱۸ ـ ۴۱۷؛ ابن‌عاشور، بی‌تا: ۵ / ۱۵۷ ـ ۱۵۱؛ خطیب، بی‌تا: ۳ / ۱۱۴۱ ـ ۱۱۳۷) و برخی به رغم اشاره به این احتمال آن را کم‌اهمیت جلوه داده‌اند، (ثعلبی، ۱۴۲۲: ۴ / ۹۲؛ رازی، ۱۴۲۰: ۱۲ / ۴۰۱) چنان‌که فخر رازی در بحث از سبب نزول، این وجه را به‌عنوان آخرین وجه ذکر کرده است. (رازی، ۱۴۲۰: ۱۲ / ۴۰۱)

شاید بتوان چالش سیاقی دیدگاه شیعیان، یعنی ارتباط نداشتن آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام ـ با آیات اهل کتاب را دلیل بی‌توجهی یا کم‌توجهی برخی مفسران سنی به آن دانست.

وجود چنین چالشی همچنین زمینه طرح دیدگاه ناسازگاری سیاقی در استدلال به آیه تبلیغ بر ولایت امیر مؤمنان‌ﷺ را در اذهان برخی محققان اهلِ‌سنت فراهم آورده است. برخی ضمن اشاره به دیدگاه شیعیان درصدد انکار آن بر آمده‌اند (دروزه، ۱۳۸۳: ۹ / ۱۸۵؛ رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۶) و با تمسخر درباره ارائه چنین دیدگاهی از سوی شیعیان سخن گفته‌اند (آلوسی، ۱۴۱۵: ۳ / ۳۵۹) و حتی ادعای شیعیان مبنی بر دلالت آیه بر ولایت را با استناد به سیاق همین آیه زیر سؤال برده‌اند. (آلوسی، ۱۴۱۵: ۳ / ۳۶۳)

طبیعی است به موازات این چالش سیاقی، فضای متفاوت در برخی مصادر روایی اهلِ‌سنت مبنی بر دلالت آیه تبلیغ بر دعوت عموم مردم به توحید و نبوت، (سیوطی، ۱۴۰۴: ۲ / ۲۹۸) تبلیغ حکمی در خصوص اهل کتاب (طبری، ۱۴۱۲: ۶ / ۱۹۸) و غیره، مزید بر علت شود و با ایجاد ذهنیتی متفاوت برخی محققان اهلِ‌سنت را به ورطه بی‌اعتقادی به سازگاری سیاقی در استدلال به آیه بر ولایت امیر مؤمنان‌ﷺ بکشاند، تا آنجا که حتی برخی روایات موجود در مصادر روایی اهلِ‌سنت و مؤید دیدگاه شیعیان، (حسکانی، ۱۴۱۱: ۱ / ۲۵۶؛ سیوطی، ۱۴۰۴: ۲ / ۲۹۸) به‌رغم توثیق رجال سلسله اسناد در کتاب شریف ***الغدیر*** بر پایه موازین اهلِ‌سنت (امینی، ۱۳۹۷: ۱ / ۴۰۵ ـ ۴۰۱)، تاب مقاومت در برابر دیدگاه یادشده را نداشته باشد. لذا مسئله اصلی پژوهش حاضر، بررسی تفسیری آیه تبلیغ با تکیه بر ارزیابی دیدگاه ناسازگاری سیاقی است.

در بررسی پیشینه مطالعات پیرامون آیه تبلیغ، می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد:

الف) نجارزادگان، فتح الله، ۱۳۸۳ ش، «بررسی دیدگاه‌های فریقین درباره آیه تبلیغ»، ***پژوهشنامه حکمت و فلسفه اسلامی***، شماره ۹ ـ ۸، ص ۴۴ ـ ۲. در این مقاله دیدگاه‌های شیعیان و اهلِ‌سنت در خصوص آیه تبلیغ مطرح شده و دیدگاه‌های اهلِ‌سنت مورد نقد قرار گرفته و افزون بر استناد به روایات، تحلیل‌های درون‌متنی نیز صورت پذیرفته است.

ب) جلائیان اکبرنیا، علی، ۱۳۹۱ ش، ***ابلاغ ولایت اکمال رسالت***، مشهد، دانشگاه علوم اسلامی رضوی. در این کتاب برخی شبهات پیرامون آیه تبلیغ مورد نقد قرار گرفته است.

ج) رزاقی، هادی، ۱۳۹۲ ش، «نقد دیدگاه تفسیری فخر رازی، سیوطی، آلوسی و زحیلی در تفسیر آیه تبلیغ»، ***مطالعات تفسیری***، شماره ۱۶، ص ۴۰ ـ ۲۳. در این مقاله دیدگاه چهار مفسر سنی در تفسیر آیه تبلیغ مورد نقد قرار گرفته است.

د) اسماعیلی زاده، عباس و محبوبه غلامی، ۱۳۹۴ ش، «نقش سیاق در تفسیر آیه تبلیغ»، ***سراج منیر***، شماره ۲۱، ص ۱۶۱ ـ ۱۳۷. در این مقاله با تکیه بر سیاق، دلالت آیه تبلیغ بر ولایت امیر مؤمنان‌ﷺ ثابت شده است.

هـ) مؤمنی، عابدین و حامد ضیاءفر، ۱۳۹۷ ش، «واکاوی مفهومی و مصداقی آیه تبلیغ براساس دلالت سیاق»، ***مطالعات قرآن و حدیث***، شماره ۲۳، ص ۳۱۸ ـ ۲۹۷. در این مقاله انسجام معنایی آیات پیرامون آیه تبلیغ مورد تحلیل قرار گرفته و به‌عنوان دلیلی محکم بر ارتباط آیه با ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام قلمداد شده است.

و) بشیر، حسن، محسن رجبی و مرضیه تالی طبسی، ۱۳۹۹ ش، «تحلیل گفتمان آیه تبلیغ در خطبه غدیر به روش عملیاتی تحلیل گفتمان پدام»، ***مطالعات قرآن و حدیث***، شماره ۲، ص ۱۲۸ ـ ۱۰۷. در این مقاله آیه تبلیغ در خطبه غدیر به روش عملیاتی پدام در پنج فضای ساختاری، معنایی، ارتباطی، گفتمانی و فراگفتمانی بررسی شده است.

هر چند در این پژوهش‌ها چهار محور کلی مورد ارزیابی قرار گرفته است: الف) نقد دیدگاه‌ها و شبهات اهلِ‌سنت در خصوص آیه تبلیغ؛ ب) تبیین شکل استدلال شیعیان به آیه تبلیغ بر ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام؛ ج) تحلیل انسجام معنایی آیات پیرامون آیه تبلیغ؛ د) تحلیل گفتمان آیه تبلیغ در خطبه غدیر، لیکن از این زاویه به آیه پرداخته نشده است که چه برداشت‌هایی از دیدگاه ناسازگاری سیاقی و خاستگاه آن قابل ارائه است، چه نقدی بر هر یک از این برداشت‌ها وارد است و چه نظامی بر روایات صادره از معصومان‌علیهم‌السلام در خصوص آیه حکمفرما است.

به این منظور نویسنده درصدد است تا با روش توصیف و تحلیل و با تکیه بر جایگاه سیاق در تفسیر، در گام اول و دوم به تحلیل دو برداشت از دیدگاه و خاستگاه آن و در گام سوم به تحلیل نظام روایات صادره از معصومان‌علیهم‌السلام در خصوص آیه تبلیغ بپردازد، با این فرضیه که هر دو نگرش برداشت شده از دیدگاه و خاستگاه آن مخدوش است.

در این پژوهش تکیه بر تفاسیر مشهور فریقین با روش قرآن به قرآن بوده است، اما در عین حال از تفاسیری نیز که از گرایش‌هایی چون اجتماعی، تربیتی، کلامی و ادبی بهره برده‌اند، استفاده شده است.

تحلیل برداشت یکم از دیدگاه و خاستگاه آن

مفاد برداشت اول آن است که خاستگاه دیدگاه، اعتقاد به متصله بودن آیه تبلیغ باشد و در پی این اعتقاد، با ایجاد چالش سیاقی عدم ارتباط موضوعی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام ـ با آیات اهل کتاب، زمینه طرح دیدگاه یادشده فراهم شود. این نگرش مخدوش است، زیرا چنان‌که در این بخش خواهد آمد، آیه تبلیغ خواه پیوستگی نزولی با آیات اهل کتاب داشته باشد و خواه نداشته باشد، با توجه به متوقف نبودن دلالت آیات اهل کتاب بر آیه تبلیغ و تغییر لحن در آیه تبلیغ، آیه‌ای معترضه است و با

اثبات معترضه بودن آیه تبلیغ، لزوم ارتباط موضوعی با آیات اهل کتاب منتفی شده و صرف وجود ارتباط معنایی، هیچ نقطه مبهمی در این خصوص باقی نمی‌گذارد. اینک به منظور روشن شدن مطلب، وجوه انکار و وجوه اثبات معترضه بودن آیه تبلیغ مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

۱. تحلیل وجوه انکار معترضه بودن آیه تبلیغ

قائلان به متصله بودن آیه تبلیغ، در تبیین آن تعابیر مختلفی به‌کار برده‌اند. نمونه یکم کلام صاحب تفسیر ***المنار*** است که می‌نویسد:

> تلقی معنای خلافت از آیه تبلیغ، هیچ مناسبتی با سیاق محاجه با اهل کتاب ندارد و چنین برداشتی با بلاغت قرآن در تضاد است. (رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۶)

وی در خصوص مورد نزول آیه تبلیغ، ابتدا به یک تبادر ـ تبلیغ عمومی ـ و سپس به یک احتمال ـ پیامی در شأن اهل کتاب ـ اشاره می‌کند. (رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۷ ـ ۳۸۶)

نمونه دیگر کلام صاحب ***التفسیر الحدیث*** است که می‌نویسد:

> سیاق آیه قبل و بعد آیه تبلیغ دلالت بر این دارد که آیه پیامبرﷺ را مأمور به تبلیغ پیامی به اهل کتاب کرده است، اما روایات شیعیان با این سیاق هماهنگ نیست. (دروزه، ۱۳۸۳: ۹ / ۱۸۵)

چنان‌که ملاحظه می‌شود رشید رضا ـ بنا بر احتمال مطرح شده ـ و دروزه به پیوستگی موضوعی آیه تبلیغ با آیات اهل کتاب قائل شده‌اند و به معترضه بودن آیه و امکان دلالت آن بر ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام را زیر سؤال برده‌اند. باید از ایشان پرسید که وجه نفی این اعتراض چیست؟

الف) اگر وجه آن، این است که اعتقاد به معترضه بودن آیه تبلیغ و دلالت آن بر ولایت امیر مؤمنان‌علیه‌السلام نظم بدیع قرآن را مخدوش می‌سازد، باید دانست که این ویژگی برخی آیات قرآن است که به ظاهر خارج از نظم به نظر می‌رسند، اما درواقع بنا بر حکمت میان کلام واقع شده‌اند، چنان‌که رشید رضا در سوره هود در مورد آیه «أَمْ يَقُولُونَ افْتَرَاهُ قُلْ إِنِ افْتَرَيْتُهُ فَعَلَيَّ إِجْرَامِي وَأَنَا بَرِيءٌ مِمَّا تُجْرِمُونَ»، (هود / ۳۵) قول مقاتل مبنی بر معترضه بودن آیه را نسبت به اقوال قائلان به معترضه نبودن ارجح دانسته و حکمت این اعتراض را رد شبهه کذب داستان نوح و تشویق مخاطب بر استماع ادامه کلام قلمداد کرده است. (رشید رضا، ۱۹۹۰: ۱۲ / ۶۱ ـ ۶۰) اگر وجود اسلوب اعتراض در برخی آیات قرآن ازجمله آیه تبلیغ پذیرفته نشود، لازم می‌آید بر آن آیات، تفسیری همسو با کلام پیرامون آنها تحمیل شود که این امر موجب پنهان ماندن مراد خداوند می‌شود.

ب) اگر وجه آن، این است که اعتراض وجه مناسبت می‌طلبد که در این آیات موجود نیست، باید توجه داشت که آیات مرتبط با ولایت به صورت پراکنده در میان سایر آیات به گونه‌ای تنظیم شده‌اند که در عین رساندن پیام اصلی آیه، با محور اصلی سوره و آیات همجوار مرتبط باشند، هر چند این ارتباط در بدو امر مشهود نباشد (جلائیان، ۱۳۹۱: ۳۸). بر پایه دسته‌بندی روشمند آیات که روشی در مسیر کشف استدلالی غرض سور است، (خامه‌گر، ۱۳۹۶: ۱۰۱ ـ ۶۸) غرض جزئی آیات (۶۹ ـ ۵۹) سوره مائده، آماده‌سازی پیامبرﷺ و جامعه برای اقامه فرمانی الهی در برابر طغیان‌گری اهل کتاب قلمداد شده است، (جلائیان و انسان، ۱۳۹۸: ۳۱ ـ ۳۰) لذا می‌توان گفت آیات همجوار آیه تبلیغ با مسئله ولایت هماهنگ است، زیرا ولایت یکی از فرامین الهی است که اهل کتاب در طول تاریخ در برابر آن موضع‌گیری کردند. اهل کتاب نه تنها تعالیم انبیاء خود را مطابق با انتظار آنان محقق نکردند، بلکه در برابر اوصیاء انبیاء جانب اطاعت را رعایت نکرده و در حقیقت ولایت ایشان را نپذیرفتند. موضع‌گیری اهل کتاب در برابر ولایت به ولایت انبیاء خود و اوصیاء انبیاء خود محدود نشد. آنان پس از ظهور پیامبرﷺ ایشان را به رسمیت نشناختند و به تعبیر علامه مجلسی به پیامبرﷺ «جَحَدُوا بِعِلْمٍ» کفر ورزیدند (مجلسی، ۱۴۰۳: ۶۹ / ۹۲) و حتی قضیه تحویل قبله را مستمسکی علیه ایشان قرار داده و ادعا کردند که اطاعت از پیامبرﷺ مستحسن خرد و مطابق عقل نیست (طبرسی، بی‌تا: ۱ / ۱۳۴) و در پی آن در برابر ولایت وصی ایشان نیز موضع گرفتند. (مدرسی، ۱۴۱۹: ۲ / ۴۳۰) بر پایه این روش غرض اصلی سوره مائده، حفظ دین از رهگذر وفا به عهدهای الهی و هشدار نسبت به تغییر دین قلمداد شده است، (جلائیان و انسان، ۱۳۹۸: ۳۱ ـ ۳۰) لذا می‌توان گفت روند کلی سوره قابلیت‌پذیرش مسئله ولایت را دارد، زیرا ولایت یکی از عهدهای الهی است که التزام به آن موجبات حفظ دین را فراهم خواهد کرد. به‌عبارت دیگر خداوند که ولی بالذات انسان است، شریعتی را بنا نهاده و احکامی شریعتی (اعتقادی و عملی) را وضع کرده و به‌تدریج به مرحله کمال رسانده است، به گونه‌ای که پذیرش ولایت او مستلزم پایبندی به احکام شریعت بوده و موجب حفظ شریعت می‌شود. (ر.ک: طباطبایی، ۱۳۷۸: ۱۴۴ ـ ۱۴۲) همین‌گونه است نسبت به اولیاء الله که ولی بالعرض انسان و واضع احکام شریعت هستند و از یک‌سو علم و عصمت ایشان و از سوی دیگر پذیرش ولایت ایشان زمینه حفظ شریعت را فراهم می‌آورد. (ر.ک: حلی، ۱۴۱۳: ۳۶۳) البته در بخش دوم مقاله که برداشت دوم از دیدگاه و خاستگاه آن ارائه می‌شود، به تفصیل به وجوه مناسبت میان آیه تبلیغ و آیات اهل کتاب اشاره خواهد شد.

رشید رضا بر مبنای تبادر ادعایی خویش، زمان نزول آیه تبلیغ را اوایل اسلام و مورد نزول آیه را تبلیغ عمومی می‌داند. (رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۶) این دیدگاه به دلایلی قابل پذیرش نیست:

یک. سوره مائده مطابق با ترتیب نزول مشهور قرآن، جزو آخرین سور مدنی نازل شده است (معرفت، ۱۴۱۵: ۱ / ۱۳۸ ـ ۱۳۷؛ نکونام، ۱۳۸۰: ۱۴۵؛ موسوی، ۱۳۸۲: ۲ / ۷۱۹ به بعد) و قرار گرفتن آیه مکی در سوره مدنی هر چند ثبوتاً ممکن است، اما خلاف قاعده بوده و اثبات آن نیازمند دلیلی محکم است که موجود نیست؛

دو. در این دیدگاه معنایی برای عبارت «بَلِّغْ ما أُنْزِلَ إِلَیک مِنْ رَبِّک» متصور نیست، زیرا یکی از اغراض معرفه آمدن مسند الیه به شکل اسم موصول، تعظیم شأن آن است (هاشمی، ۱۳۸۱: ۱۰۸ ـ ۱۰۷) که در آیه تبلیغ مدنظر بوده است (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۹)؛

سه. در این دیدگاه معنایی برای عبارت «وَ إِنْ لَمْ تَفْعَلْ فَما بَلَّغْتَ رِسالَتَهُ» متصور نیست، زیرا استلزام تبلیغ نشدن پیام نازل شده با تبلیغ نشدن رسالت خداوند حکایت از آن دارد که حکم نازل شده، حکمی خاص است و اهمال در امر آن در حقیقت اهمال در امر سایر احکام بوده (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۶) و هم‌سنگ با محقق نشدن هدف رسالت خداوند است (مغنیه، ۱۴۲۴: ۳ / ۹۷)؛

چهار. در این دیدگاه معنایی برای عبارت «وَ اللَّهُ یعْصِمُک مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لا یهْدِي الْقَوْمَ الْکافِرِین» متصور نیست، زیرا وعده عصمت خداوند حاکی از آن است که گروهی کافر به مخالفت با پیام نازل شده همت می‌گمارند و خداوند پیامبرﷺ را از خطرات ناشی از تبلیغ آن حفاظت می‌کند. (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۶)

اما دروزه زمان نزول آیه تبلیغ را دوران قدرت اهل کتاب (دروزه، ۱۳۸۳: ۹ / ۱۸۵) و مورد نزول آیه را تبلیغ حکمی در خصوص اهل کتاب می‌داند (دروزه، ۱۳۸۳: ۹ / ۱۸۲). این دیدگاه نیز قابل پذیرش نیست، زیرا دوران قدرت اهل کتاب به اوایل هجرت بر می‌گردد، لذا حتی اگر گفته شود قرار گرفتن آیه تبلیغِ نازل شده در اوایل هجرت ـ به زعم مفسر ـ در سوره مدنی مائده خلاف قاعده نبوده و اثبات آن نیازمند دلیل نیست، اما به‌دلایل سیاقی که در نقد دیدگاه رشید رضا گذشت، این دیدگاه کماکان فاقد صحت موضوعی یعنی ناهماهنگ با سیاق آیه خواهد بود. درست است که در اوایل هجرت خطری بزرگ از ناحیه اهل کتاب متوجه دین بود، (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۲؛ صادقی تهرانی، ۱۳۶۵: ۹ / ۱۰۳؛ مکارم شیرازی، ۱۳۷۴: ۵ / ۴؛ جوادی، ۱۳۸۹: ۲۳ / ۲۷۲) اما پیامی در شأن اهل کتاب، خصوصیات سه‌گانه یاد شده در نقد دیدگاه رشید رضا یعنی عظمت در شأن، هم‌سنگی با رسالت و خطر در تبلیغ را ندارد.

۳. تحلیل وجوه اثبات معترضه بودن آیه تبلیغ

قائلان به معترضه بودن آیه تبلیغ، برخی بدون پرداختن به وجه مناسبت این اعتراض صرفاً معتقد شده‌اند

که این آیه به آیات اهل کتاب در ارائه مطلب متصل نیست، (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۳ ـ ۴۲؛ قرشی، ۱۳۷۷: ۳ / ۱۰۸) اما برخی دیگر به وجه مناسبت این اعتراض پرداخته و چنین آورده‌اند که علت احتفاف آیه تبلیغ به آیات مرتبط با اهل کتاب، انتظار ختم رسالت پیامبرﷺ از جانب اهل کتاب است (صادقی تهرانی، ۱۳۶۵: ۹ / ۱۰۳) و جایگاه آیه از اتهامات یهودیان علیه پیامبرﷺ در نصب امیر مؤمنانؑ حکایت دارد. (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۸ / ۲۶۶)

البته ممکن است گفته شود که اعتقاد به معترضه بودن آیه تبلیغ به مفسران شیعی اختصاص ندارد. به‌طور مثال رشید رضا در خصوص مورد نزول آیه تبلیغ، ابتدا به یک تبادر ـ تبلیغ عمومی ـ و سپس به یک احتمال ـ پیامی در شأن اهل کتاب ـ اشاره می‌کند. (رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۷ ـ ۳۸۶) بنا بر تبادر مطرح شده قاعدتاً بایست این مفسر به عدم‌پیوستگی موضوعی آیه تبلیغ با آیات اهل کتاب ـ معترضه بودن ـ قائل شده باشد، وگرنه اشکال ناسازگاری سیاقی بر دیدگاه مفسر وارد خواهد بود، زیرا مخاطبان تبلیغ عمومی در اوایل اسلام مشرکان مکه بودند و نه اهل کتاب. (جلائیان، ۱۳۹۱: ۳۸)

وجه مشترک مفسرانی از اهلِ‌سنت که چنین اعتقادی دارند، خطا در کشف دلالت آیه و حکمت اعتراض آن است. بر این پایه در بخش دوم مقاله لازم است تحلیل برداشت دوم از دیدگاه و خاستگاه آن ارائه شود تا به این ترتیب پاسخ این طرز نگرش داده شود که آیه تبلیغ به رغم معترضه بودن، با فرض دلالت بر ولایت امیر مؤمنانؑ، با آیات اهل کتاب ارتباط معنایی ندارد، لذا اساساً بر ولایت امیر مؤمنانؑ دلالت ندارد.

فارغ از اختلاف این مفسران در مورد وجه مناسبت این اعتراض، اصل معترضه بودن آیه تبلیغ با توجه به ارتباط دلالی آیات اهل کتاب از یک‌سو و روایات نزول آیه تبلیغ از سوی دیگر پذیرفتنی تلقی شده است، زیرا آن آیات در دلالت خود متوقف بر این آیه نیست (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۳ ـ ۴۲) و در روایات مربوط به نزول این آیه سخنی از آن آیات به میان نیامده است. (قرشی، ۱۳۷۷: ۳ / ۱۰۸)

به منظور روشن شدن مطلب، دو نکته مقدماتی، تفصیل نکات و داوری نهایی ارائه می‌شود:

نکته ۱: طبق اظهار نظر عالمان عرصه تفسیر، شرط تحقق سیاق معتبر، افزون بر پیوستگی در موضوع، (میبدی، ۱۳۸۵: ۲۹۹) پیوستگی در صدور کلام (معرفت، ۱۴۱۵: ۱ / ۲۸۰) است و ملاک اعتبار سیاق در چنین کلامی، معقول نبودن صدور جملات با معانی نامتناسب از گوینده دانا است. (بابایی، عزیزی‌کیا و روحانی‌راد، ۱۳۸۸: ۱۲۸)

در تأیید و تکمیل این نگاه می‌توان چنین گفت که اگر کلام پیوستگی صدوری داشته باشد، دو حالت متصور است:

الف) تمام جملات متصله هستند، به این معنا که ارتباط موضوعی دارند؛

ب) برخی جملات معترضه هستند، به این معنا که با سایر جملات ارتباط موضوعی ندارند، اما ارتباط معنایی دارند.

لذا گاه گوینده در یک مجلس کلامی ایراد می‌کند که مشتمل بر جملات متصله و معترضه است و بایست اعتبار سیاق را در این کلام بر پایه نوع جملات مورد ارزیابی قرار داد. در چنین کلامی برای جملات متصله، سیاق در کشف دلالت «معتبر» است (با توجه به وحدت سیاق، تعبیر سیاق به‌کار رفت) و برای جملات معترضه، سیاق کلام پیرامون در کشف حکمت اعتراض «معتبر» است (با توجه به عدم پیوستگی موضوعی و درنتیجه عدم وحدت سیاق، تعبیر سیاق کلام پیرامون به‌کار رفت).

بدیهی است در حالتِ پیوستگی صدور، ابتدا باید نوع جملات را به کمک قرائن تشخیص داد، سپس به کیفیت اعتبار سیاق حکم کرد. در صورت تشخیص ندادن نوع جملات، تمسک به سیاق با احتمال خطا مواجه خواهد بود، زیرا برای خواننده روشن نیست که در کدام جملات به سیاق برای کشف دلالت و در کدام جملات به سیاق کلام پیرامون برای کشف حکمت اعتراض ترتیب اثر دهد.

نکته ۲: عالمان عرصه تفسیر همچنین معتقدند در کلامی که پیوستگی در صدور ندارد، سیاق نامعتبر است، (بابایی، عزیزی‌کیا و روحانی‌راد، ۱۳۸۸: ۱۲۸) زیرا هر چند در چنین کلامی صدور جملات متعارض معقول نیست، اما صدور جملات نامتناسب محذوری ندارد.

در تأیید و تکمیل این نگاه می‌توان چنین گفت که اگر کلام پیوستگی صدوری نداشته باشد، سه حالت متصور است:

الف) تمام جملات متصله هستند، به این معنا که ارتباط موضوعی دارند؛

ب) برخی جملات معترضه هستند، به این معنا که با سایر جملات ارتباط موضوعی ندارند، اما ارتباط معنایی دارند؛

ج) برخی جملات منفصله هستند، به این معنا که با سایر جملات نه ارتباط موضوعی دارند و نه ارتباط معنایی.

لذا گاه گوینده در دو مجلس کلام خود را ایراد می‌کند، به‌گونه‌ای که برخی جملات مجلس دوم نسبت به جملات مجلس اول متصله، برخی معترضه و برخی منفصله است و بایست اعتبار سیاق را در این کلام بر پایه نوع جملات مورد ارزیابی قرار دارد. در چنین کلامی برای جملات متصله، سیاق کلام پیرامون در کشف دلالت «معتبر» است، برای جملات معترضه، سیاق کلام پیرامون در کشف حکمت اعتراض «معتبر» است و برای جملات منفصله، سیاق کلام پیرامون «نامعتبر» است (در هر سه حالت با

توجه به عدم پیوستگی صدوری و در نتیجه عدم وحدت سیاق، تعبیر سیاق کلام پیرامون به‌کار رفت؛ همان نوع کلامی که آقای بابایی از تأثیر آن به تأثیر قراین ناپیوسته یاد کرده است. (بابایی، عزیزی‌کیا و روحانی‌راد، ۱۳۸۸: ۱۲۹)

بدیهی است در حالتِ عدم پیوستگی صدور نیز، ابتدا باید نوع جملات را به کمک قرائن تشخیص داد، سپس به کیفیت اعتبار سیاق حکم کرد. در صورت تشخیص ندادن نوع جملات، تمسک به سیاق با احتمال خطا مواجه خواهد بود، زیرا برای خواننده روشن نیست که به سیاق کلام پیرامون در کدام جملات برای کشف دلالت و در کدام جملات برای کشف حکمت اعتراض ترتیب اثر دهد و در کدام جملات اصلاً ترتیب اثر ندهد.

حال با توجه به دیدگاه غالب مبنی بر توقیفی بودن ترتیب آیات و اعتقاد به وجود مناسبت در آیات، (زرکشی، ۱۴۱۰: ۱ / ۳۵۳؛ سیوطی، ۱۴۲۱: ۱ / ۲۱۴؛ معرفت، ۱۳۸۲: ۸۴؛ رامیار، ۱۳۶۹: ۵۷۴) احتمال منفصله بودن برخی آیات در بخشی از کلام وحی که پیوستگی صدوری ندارد، منتفی است و تنها دو حالت متصله بودن یا معترضه بودن متصور است.

بر پایه این مقدمات داوری نهایی نویسندگان در مورد آیه تبلیغ چنین است:

با تکیه بر این حقیقت که در روایات مربوط به نزول آیه تبلیغ بحثی از آیات اهل کتاب به میان نیست، احتمال دارد که آیه تبلیغ استقلال نزولی داشته باشد. (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۳؛ قرشی، ۱۳۷۷: ۳ / ۱۰۸) در این صورت از میان دو حالت متصله بودن یا معترضه بودن، با تکیه بر متوقف نبودن دلالت آیات اهل کتاب بر آیه تبلیغ و تغییر لحن در آیه تبلیغ، متصله بودن آیه منتفی شده و معترضه بودن آن ثابت می‌شود. البته حتی اگر نتوان با قاطعیت به نزول استقلالی آیه تبلیغ حکم کرد، آیه همچنان می‌تواند به‌عنوان آیه‌ای معترضه ایفای نقش کند، زیرا معترضه بودن یک جمله مستلزم صدور استقلالی آن نیست و چنان‌که در نکته اول توضیح داده شد، چه بسا گوینده در یک مجلس کلامی ایراد کند که مشتمل بر جملات متصله و معترضه باشد.

نباید از نظر دور داشت که با اثبات معترضه بودن آیه تبلیغ، می‌توان به سیاق آیات اهل کتاب برای کشف حکمت اعتراض ترتیب اثر داد که موضوع بحث در بخش آتی است.

تحلیل برداشت دوم از دیدگاه و خاستگاه آن

مفاد برداشت دوم آن است که خاستگاه دیدگاه، اعتقاد به معترضه بودن آیه تبلیغ باشد و در پی این اعتقاد، با ایجاد چالش سیاقی عدم‌ارتباط معنایی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام ـ با آیات

اهل کتاب، زمینه طرح دیدگاه یاد شده فراهم شود. این نگرش مخدوش است، زیرا چنان‌که در این بخش خواهد آمد، آیه تبلیغ هر چند آیه‌ای معترضه است، اما به حسب معنا به آیات اهل کتاب مرتبط است و وجوه مناسبت متعددی میان این آیات قابل شناسایی است. به عبارت دیگر می‌توان برخلاف عقیده قائلان به دیدگاه، به نوعی سازگاری سیاقی میان آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ و آیات اهل کتاب دست یافت. بر این پایه حتی اگر آیه تبلیغ استقلال نزولی داشته باشد، مراد از دستیابی به نوعی سازگاری سیاقی، کشف حکمت اعتراض آن و به تعبیر دیگر کشف وجه مناسبت اعتراض آن با تمسک به سیاق آیات اهل کتاب است. اینک به منظور روشن شدن مطلب، وجوه انکار و وجوه اثبات مناسبت آیه تبلیغ مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد.

۱. تحلیل وجوه انکار مناسبت آیه تبلیغ

تتبع در تفاسیر شیعیان نشان می‌دهد که اعتقاد به مناسبت نداشتن آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب، مختص به برخی اهلِ‌سنت نیست و در کلام برخی مفسران شیعی نیز قابل بازیابی است. به‌طور مثال می‌توان به قول مفسری استناد کرد که معتقد است آیه به‌رغم جای گرفتن در میان آیات ذم اهل کتاب، مرتبط با آن آیات نیست به‌ناچار بایست نزول استقلالی آن را پذیرفت (قرشی، ۱۳۷۷: ۳ / ۱۰۸) و یا در قول مفسری تأمل کرد که معتقد است اگر فرض شود آیه متصل به آیات قبل و بعد، در سیاقی واحد در خصوص اهل کتاب است، معنای آن مأمور کردن پیامبر صلی الله علیه و آله به تبلیغ پیام نازل شده در خصوص اهل کتاب می‌شود که سیاق آیه با این فرض سازگاری ندارد، لذا تردیدی باقی نمی‌ماند که آیه با آیات قبل و بعد در سیاق مشارکت نداشته و به این آیات در ارائه مطلب متصل نیست. (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۴۳ ـ ۴۲) این دو مفسر به عدم‌پیوستگی موضوعی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب قائل شده و هیچ اشاره‌ای به وجود مناسبت معنایی نیز نداشته‌اند.

نباید از نظر دور داشت که تفاوتی اساسی میان اعتقاد این دو گروه از مفسران این دو فرقه وجود دارد. مفسران شیعی به رغم اعتقاد به عدم مناسبت، دلالت آیه تبلیغ بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام را پذیرفته‌اند، اما مفسران اهلِ‌سنت دلالت آیه بر ولایت را به عللی چند ازجمله همین عدم مناسبت انکار کرده‌اند.

چنان‌که ملاحظه می‌شود برخلاف برداشت اول از دیدگاه و خاستگاه آن که مفسر با اعتقاد به متصله بودن آیه تبلیغ، در پی ارتباط موضوعی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب است و آن را نمی‌یابد، در برداشت دوم مفسر با اعتقاد به معترضه بودن آیه تبلیغ، در پی ارتباط معنایی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب است و آن را نمی‌یابد. به این

ترتیب وجه انکار مناسبت آیه تبلیغ نیازمند تحلیل خاصی نیست، اما ذکر یک نکته در این باب ضروری است. نیافتن ارتباط معنایی میان آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ و آیات اهل کتاب، بر وجود نداشتن چنین ارتباطی دلالت ندارد و تفصیل مطلب در مباحث آتی خواهد آمد.

۲. تحلیل وجوه اثبات مناسبت آیه تبلیغ

در برابر اعتقاد برخی مفسران فریقین به مناسبت نداشتن آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب، برخی از مفسران شیعی حکم به وجود مناسبت داده‌اند. به‌طور مثال می‌توان به قول مفسری اشاره کرد که علت احتفاف آیه تبلیغ به آیات مرتبط با اهل کتاب را انتظار ختم رسالت پیامبر صلی الله علیه و آله از جانب اهل کتاب به حساب آورده است (صادقی تهرانی، ۱۳۶۵: ۹ / ۱۰۳) و یا از قول مفسری یاد کرد که جایگاه آیه تبلیغ را حاکی از اتهامات یهودیان علیه پیامبر صلی الله علیه و آله در نصب امیر مؤمنان علیه السلام دانسته است. (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۸ / ۲۶۶)

اولین تبلور اعجاز ادبی قرآن در گزینش و چینش خاص واژه‌ها است. (معرفت، ۱۴۱۵: ۵ / ۹؛ عرفان، ۱۳۷۹: ۴۶) این چینش از ویژگی‌هایی چون استواری (عدم‌ضعف تألیف)، خوش ادایی (عدم‌تنافر کلمات به هنگام ادا)، روشنی (عدم‌پیچیدگی)، تنکیت (وجود نکاتی حکیمانه) و توقیفیت (وجود نظامی وحیانی) برخوردار است (عرفان، ۱۳۷۹: ۷۰) که بر همین مبنا علم تناسب شکل گرفته است. (سیوطی، ۱۴۲۱: ۲ / ۲۱۷) نکته حائز اهمیت در مبحث تناسب آن است که در مواجهه با آیه‌ای از آیات قرآن نخست سؤال شود که آیا این آیه مکمل آیات سابق است، یا استقلال دارد ـ استقلال موضوعی ـ و اگر استقلال دارد، میان این آیه با آیات سابق چه وجه مناسبتی قابل شناسایی است. (سیوطی، ۱۴۲۱: ۲ / ۲۱۷)

بر پایه مباحثی که در بخش اول گذشت، آیه تبلیغ آیه‌ای معترضه است، لذا با تمسک به سیاق آیات اهل کتاب می‌توان حکمت اعتراض آن را کشف کرد.

تحلیل معنایی فقرات آیات (۶۸ ـ ۶۶) سوره مائده، مؤید این نکته است که در این آیات چینشی هدفمند وجود دارد، چنان‌که برخی علما به این نکته اشاره‌ای موجز داشته‌اند (ر.ک: جلائیان، ۱۳۹۱: ۴۰ ـ ۳۹) این ادعا پنج مقدمه دارد:

مقدمه نخست: آیه پیش از آیه تبلیغ (مائده / ۶۶) از عاقبت اهل کتاب؛ یعنی بهره‌مندی از نعم مادی و معنوی در فرض اقامه تورات، انجیل و پیام نازل شده بر آنان سخن می‌گوید و آیه پس از آیه تبلیغ (مائده / ۶۸) به این مسئله اشاره می‌کند که اهل کتاب تا زمانی که تورات، انجیل و پیام نازل شده بر آنان را اقامه نکرده‌اند، بر هیچ آیین بر حقی نیستند.

مقدمه دوم: با توجه به استعمال عبارت «وَمَا أُنْزِلَ إِلَيْهِمْ مِنْ رَبِّهِمْ» در آیه ۶۶ و عبارت «مَا أُنْزِلَ

إِلَيْكُمْ مِنْ رَبِّكُمْ» در آیه ۶۸ پس از اشاره به تورات و انجیل، این دو عبارت ناظر به مسئله‌ای غیر از کتب آسمانی اهل کتاب هستند. (طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۳۸)

مقدمه سوم: این دو آیه از یک‌سو در امتداد مفهومی آیاتی نازل شده‌اند که در مقام تحذیر از پذیرش ولایت اولیای غیر الهی ـ اهل کتاب ـ (مائده / ۵۱) و ترغیب به پذیرش ولایت خداوند و اولیای الهی ـ معصومان علیهم‌السلام ـ (مائده: / ۵۵) و عواقب هر دو انتخاب هستند و از سوی دیگر آیه تبلیغ را احاطه کرده‌اند که دلالت بر ولایت امیرالمؤمنین علیه‌السلام دارد و بر پایه این سیر مفهومی، دو عبارت یاد شده در مقدمه دوم ناظر به مسئله ولایت هستند. (مؤمنی و ضیاءفر، ۱۳۹۷: ۳۱۵ ـ ۳۰۴)

مقدمه چهارم: آیه ۶۸ پس از بیان این اصل که اهل کتاب تا زمانی که تورات، انجیل و پیام نازل شده بر آنان را اقامه نکرده‌اند، بر هیچ آیین بر حقی نیستند، به این مطلب اشاره دارد که «مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ» بر طغیان و کفر بسیاری از اهل کتاب می‌افزاید، لذا دو عبارت یادشده در مقدمه دوم ناظر به مرتبه‌ای از ولایت هستند که تکامل یافته آن در آیه تبلیغ با عبارت «مَا أُنْزِلَ إِلَيْكَ مِنْ رَبِّكَ» مطرح شده است و آیه ۶۸ از این حقیقت پرده بر می‌دارد که اهل کتاب که سابقاً در برابر ولایت خداوند و پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله طاغی و کافر بوده‌اند، با نزول ولایت امیرالمؤمنین علیه‌السلام بر طغیان و کفرشان افزوده شده است. (مؤمنی و ضیاءفر، ۱۳۹۷: ۳۰۵)

مقدمه پنجم: آیه تبلیغ به رابطه تنگاتنگ میان پذیرش ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام و نیل به هدف رسالت اشاره دارد و وجه آن این است که سعادت منوط به ایمان و رکن مهم ایمان ولایت است که با انتفای این رکن، علت معلول منتفی و دستگاه رسالت لغو می‌شود. (طیب، ۱۳۷۸: ۴ / ۴۲۵)

از مجموع این مقدمات می‌توان نتیجه گرفت که در این آیات چینشی هدفمند وجود دارد و هدف خداوند از این چینش، معطوف کردن توجه انسان به نقش امام علیه‌السلام در تنعم به نعمت‌های مادی و معنوی و تدین به دین مرضی الهی بوده است. به عبارت دیگر این چینش حکایت از آن دارد که امام علیه‌السلام مصباح هدایتی است که در معیت کتاب آسمانی، انسان را در مسیر تنعم و تدین حقیقی قرار می‌دهد.

اما سایر وجوه مناسبت میان آیه تبلیغ و آیات اهل کتاب عبارتند از:

الف) انتظار ختم رسالت پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله از جانب اهل کتاب: علت احتفاف آیه تبلیغ به آیات مرتبط با اهل کتاب این است که همین اهل کتاب بودند که از ختم حیات پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله، ختم رسالت ایشان را انتظار می‌کشیدند و بیش از مشرکان در متوقف کردن این رسالت تلاش می‌کردند و کینه توز ولی امر بعد از پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله بودند. (صادقی تهرانی، ۱۳۶۵: ۹ / ۱۰۳)

ب) اتهام‌ها علیه پیامبر صلی‌الله‌علیه‌وآله از جانب اهل کتاب: جایگاه آیه تبلیغ از اتهام‌های یهودیان علیه

پیامبرﷺ در نصب امیر مؤمنان‌ؑ حکایت دارد و خداوند به ایشان وعده عصمت از این اتهام‌ها را داده است، لذا مسئله عصمت هماهنگ با امر خطیری است که خداوند تبلیغش را از پیامبرﷺ خواسته است، نه با خط عام رسالت ایشان. (فضل‌الله، ۱۴۱۹: ۸ / ۲۶۶؛ نیز ر.ک: امینی، ۱۳۹۷: ۱ / ۲۲۷ ـ ۲۲۶)

ج) نپذیرفتن ولی امر مسلمانان از جانب اهل کتاب: قرار گرفتن آیه تبلیغ در میان آیات مرتبط با اهل کتاب به این حقیقت اشاره دارد که هر چند قضیه ولایت امیر مؤمنان‌ؑ به مسلمانان اختصاص نداشت و بر جمیع اهل کتب آسمانی واجب بود که تعالیم رسالت‌های آسمانی را با یکدیگر تطبیق دهند تا مَثل آنان مَثل کسانی نباشد که هیچ رسالتی نداشته‌اند، اما بسیاری از اهل کتاب به این قضیه کفر ورزیده و در برابر آن طغیان کردند. (مدرسی، ۱۴۱۹: ۲ / ۴۳۰)

د) اعلام انتقال ولایت به مسلمانان از اهل کتاب: آیه تبلیغ در امتداد مفهومی آیات پیشین نازل شده است که در مقام تحذیر از پذیرش ولایت اولیای غیر الهی ازجمله اهل کتاب و ترغیب به پذیرش ولایت خداوند و اولیای الهی هستند، لذا نوعی اعلام استقلال از اهل کتاب و انتقال ولایت از آنان به مسلمانان به حساب می‌آید. (فقهی‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۰۹)

هـ) مقایسه وضعیت مسلمانان و اهل کتاب: شأن آیه تبلیغ را می‌توان ایجاد مقایسه میان وضعیت مسلمانان و اهل کتاب تلقی کرد، به این بیان که اگر امت بعد از پیامبرﷺ بی‌رهبر بمانند، به سرنوشتی بدتر از سرنوشت اهل کتاب دچار خواهند شد. (فقهی‌زاده، ۱۳۷۴: ۱۰۹)

و) بطلان شخصی دانستن امر ولایت از جانب اهل کتاب: ازجمله عقاید یهودیان که در آیه ۶۴ سوره مائده با عبارت «يَدُ اللَّهِ مَغْلُولَةٌ» از آن یاد شده است، تصرف نداشتن خداوند در امور عالم بوده است که پاسخ این عقیده باطل با عبارت «بَلْ يداهُ مَبْسُوطَتانِ» داده شده است. (ابن‌بابویه، ۱۴۰۳: ۱۸؛ طباطبایی، ۱۴۱۷: ۶ / ۳۳ ـ ۳۲) از طرفی برخی یهودیان امر ولایت را امری شخصی تلقی کرده و در صدد بودند به منصب جانشینی پیامبرﷺ دست یابند. (مؤمنی و ضیاءفر، ۱۳۹۷: ۳۱۴) حال ذکر آیه تبلیغ در میان آیات مرتبط با اهل کتاب می‌تواند به این مطلب اشاره داشته باشد که برخلاف عقیده یهودیان امر ولایت امری الهی و در حقیقت استمرار ولایت خداوند است که مورد انکار یهودیان قرار گرفته بود.

ز) تحذیر مسلمانان از مشابهت رفتاری با اهل کتاب: در طول تاریخ رفتار مسلمانان بر رفتار اهل کتاب قابل تطبیق بوده است، چنان‌که در برخی روایات به این مشابهت رفتاری اشاره شده است. (ر.ک: ابن‌بابویه، ۱۳۷۸: ۲ / ۲۰۱ و ۱۳۹۵: ۲ / ۵۷۶؛ خویی، بی‌تا: ۲۲۱) بر این اساس قرار گرفتن آیه تبلیغ در میان آیات مرتبط با اهل کتاب می‌تواند تعریضی باشد بر مسلمانان به این‌که مبادا مانند اهل کتاب باشند و با اکتفا به اقامه کتاب آسمانی از اقامه ولایت ولی سر باز زنند.

تحلیل نظام روایات صادره از معصومان علیهم‌السلام در خصوص آیه تبلیغ

هر چند رسالت نویسنده در این پژوهش ورود به منازعه علمی روایی با اهلِ‌سنت نیست، لیکن نویسنده در این گام درصدد است تا بعد از عبور از دیدگاه و خاستگاه آن، توجه مخاطب را به یک نکته روایی معطوف سازد. به این منظور ابتدا موضع‌گیری مفسران اهلِ‌سنت در برابر روایات مبنی بر نزول آیه تبلیغ در باب ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام به اختصار مطرح شده و سپس نظام این روایات مورد ارزیابی قرار می‌گیرد.

برخی مفسران اهلِ‌سنت روایات مبنی بر نزول آیه تبلیغ در باب ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام را ضعیف دانسته‌اند (آلوسی، ۱۴۱۵: ۳ / ۳۶۱ ـ ۳۶۰) و از موضوعات شیعه قلمداد کرده (رشید رضا، ۱۹۹۰: ۶ / ۳۸۶) و معتقد شده‌اند که این روایات بر فرض صحت دلالت بر خلافت ندارد، بلکه دلالت بر فضل و علو منزلت امیر مؤمنان علیه‌السلام دارد (آلوسی، ۱۴۱۵: ۳ / ۳۶۳؛ دروزه، ۱۳۸۳: ۹ / ۱۸۶) و به این منظور که به عناد با امیر مؤمنان علیه‌السلام متهم نشوند، به چنین تعبیری روی آورده‌اند:

> محبت، احترام و رعایت اهلِ‌بیت رسول‌الله صلی‌الله‌علیه‌وآله امری واجب بر جمیع مسلمانان است، ولو این حدیث روایت نشده باشد. (دروزه، ۱۳۸۳: ۹ / ۱۸۷ ـ ۱۸۵)

در پاسخ به این مفسران باید گفت:

الف) در روایات شیعیان در خصوص زمان و مورد نزول آیه تبلیغ، به نزول آیه در روز دهم ذی‌الحجه سال دهم هجری در باب حکم ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام (کلینی، ۱۴۰۷: ۱ / ۲۹۰ ـ ۲۹۱؛ حویزی، ۱۴۱۵: ۱ / ۶۵۲۱ ـ ۶۵۱) و روز هجدهم ذی‌الحجه سال دهم هجری در باب حکم ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام (قمی، ۱۳۶۳: ۱ / ۱۷۴ ـ ۱۷۳) اشاره شده است. حال خواه آیه تعدد نزول داشته باشد و خواه روز دهم نازل و روز هجدهم بیان شده باشد، این مسئله منافاتی با دلالت آیه بر ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام نخواهد داشت. به علاوه با توجه به مضمون برخی روایات ازجمله روایت چهارم باب «مَا نَصَّ اللَّهُ عَزَّ وَ جَلَّ وَ رَسُولُهُ عَلَى الأَئِمَّه علیهم‌السلام وَاحِداً فَوَاحِداً» از کتاب ***الکافی***، (کلینی، ۱۴۰۷: ۱ / ۲۸۹) معنای عبارت «ما أُنْزِلَ إِلَیک» به دو صورت قابل برداشت است: ۱. تبلیغ حکم ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام؛ ۲. تبلیغ آیه ولایت و تفسیر ولایت اولی الامر علیهم‌السلام. بدیهی است که این دو معنا در یک راستا هستند، لذا برداشت دوم منافاتی با دلالت آیه بر ولایت امیر مؤمنان علیه‌السلام نخواهد داشت.

ب) در روایات اهلِ‌سنت در خصوص زمان نزول آیه تبلیغ، علاوه بر اوایل اسلام، (سیوطی، ۱۴۰۴: ۲ / ۲۹۸) به ایام ذی الحجه سال دهم هجری (حسکانی، ۱۴۱۱: ۱ / ۲۵۶؛ سیوطی، ۱۴۰۴: ۲ / ۲۹۸) نیز

اشاره شده است و در خصوص مورد نزول آیه، علاوه بر دعوت عموم مردم به توحید و نبوت، (سیوطی، ۱۴۰۴: ۲ / ۲۹۸) تبلیغ حکمی در خصوص اهل کتاب (طبری، ۱۴۱۲: ۶ / ۱۹۸) و غیره، به تبلیغ حکم ولایت امیر مؤمنان(ع) (حسکانی، ۱۴۱۱: ۱ / ۲۴۹؛ سیوطی، ۱۴۰۴: ۲ / ۲۹۸) نیز اشاره شده است. به این ترتیب می‌توان گفت که روایات مبنی بر نزول آیه در ایام ذی‌الحجه سال دهم هجری در باب حکم ولایت امیر مؤمنان(ع) مختص به شیعیان نیست و در برخی مصادر روایی اهلِ‌سنت منعکس شده است.

بر پایه پژوهش‌های نویسنده روایات صادره از معصومان(ع) در خصوص آیه تبلیغ، فراتر از کارکرد تفسیری، کارکردی تاریخی دارند. این ادعا چهار مقدمه دارد:

مقدمه نخست: معصومان(ع) در روایات تفسیری، به گونه‌های مختلف ازجمله تفسیر، (حویزی، ۱۴۱۵: ۱ / ۵۰۱) تأویل، (حویزی، ۱۴۱۵: ۱ / ۶۱۹) تطبیق تفسیری (حویزی، ۱۴۱۵: ۲ / ۴۷۶) و تطبیق تأویلی، (حویزی، ۱۴۱۵: ۳ / ۴۹۲) پیوندشان با قرآن را منعکس کرده‌اند.

مقدمه دوم: معصومان(ع) حجج بالغه خداوند: «**نَحْنُ الْحُجَّه الْبَالِغَه عَلَي مَنْ دُونَ السَّمَاءِ وَ مَنْ فَوْقَ الأَرْضِ**» (کلینی: ۱۴۰۷: ۱ / ۱۹۲) و شرکای قرآن: «**عِبَادَ الرَّحْمَنِ وَ شُرَكاءَ الْقرآن وَ مَنْهَجَ الْإِيمَان**» (مجلسی، ۱۴۰۳: ۹۹ / ۱۶۳) بوده‌اند.

مقدمه سوم: صدور غیرنظام‌مند روایات تفسیری مبین پیوند معصومان(ع) با قرآن، از معصومان(ع) به‌عنوان حجج بالغه خداوند و شرکای قرآن، امری دور از ذهن است. به‌طور مثال صدور برخی روایات از معصومان(ع) به قصد شناساندن مبانی ایدئولوژیک شیعه بوده است.

مقدمه چهارم: استنباط‌های تفسیری مفسرانی که قائل به نزول آیه تبلیغ در خصوص اهل کتاب (مقاتل، ۱۴۲۳: ۱ / ۴۹۲ ـ ۴۹۱؛ طبری، ۱۴۱۲: ۶ / ۱۹۸) یا مطلق پیام‌های نازل شده الهی (زمخشری، ۱۴۰۷: ۱ / ۶۵۸؛ آلوسی، ۱۴۱۵: ۳ / ۳۵۵) بوده‌اند، حاکی از اعتقادی دیرینه و رایج مبنی بر ناسازگاری سیاقی در استدلال به آیه بر ولایت امیر مؤمنان(ع) است.

از مجموع این مقدمات می‌توان نتیجه گرفت که در منظومه روایات تفسیری مبین پیوند معصومان(ع) با قرآن، روایات صادره از معصومان(ع) در خصوص آیه تبلیغ، کوششی هوشمندانه به منظور اثبات نادرستی دیدگاه ناسازگاری سیاقی در استدلال به آیه بر ولایت امیر مؤمنان(ع) بوده است.

نتیجه

اختلاف نظر مفسران اهلِ‌سنت با مفسران شیعی در مورد دلالت آیه تبلیغ، ریشه در امری غیر از روایات دارد و آن چگونگی فهم ارتباط موجود میان آیه تبلیغ و آیات اهل کتاب است. فهم نادرست این ارتباط،

زمینه طرح دیدگاه ناسازگاری سیاقی در استدلال به آیه تبلیغ بر ولایت امیر مؤمنـان علیه السلام را فـراهم آورده است. در این پژوهش با تکیه بر جایگاه سیاق در تفسیر و با تحلیلی درون‌متنی، نادرستی این دیدگاه ثابت شده و بر پایه بررسی‌های صورت گرفته نتایج زیر به دست آمده است:

۱. میان آیه تبلیغ و آیات اهل کتاب، وحدت سیاق حاکم نیست، اما سازگاری سیاق حاکم است. ظهور سیاقی از ضعیف‌ترین ظهورات است و توانایی آن در کشف مراد خداوند از یک آیه از حد قرینه فراتر نمی‌رود، اما در عین حال تفسیر مفسر از آن آیه نباید با معنای ظهور یافته از سیاق مخالفت داشته باشد.

۲. اگر خاستگاه دیدگاه، اعتقاد به متصله بودن آیه تبلیغ و چالش سیاقی، حکم به عدم‌ارتباط موضوعی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب باشد، چنین نگرشی مخدوش است. آیه تبلیغ خواه پیوستگی نزولی با آیات اهل کتاب داشته باشد و خواه نداشته باشد، با توجه به متوقف نبودن دلالت آیات اهل کتاب بر آیه تبلیغ و تغییر لحن در آیه تبلیغ، آیه‌ای معترضه است، لذا خاستگاه دیدگاه مخدوش است. با مخدوش شدن خاستگاه دیدگاه، خود دیدگاه نیز مخدوش می‌شود، زیرا با اثبات معترضه بودن آیه تبلیغ، لزوم ارتباط موضوعی با آیات اهل کتاب منتفی شده و صرف وجود ارتباط معنایی، هیچ نقطه مبهمی در این خصوص باقی نمی‌گذارد.

۳. اگر خاستگاه دیدگاه، اعتقاد به معترضه بودن آیه تبلیغ و چالش سیاقی، حکم به عدم ارتباط معنایی آیه تبلیغ ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ با آیات اهل کتاب باشد، چنین نگرشی مخدوش است. آیه تبلیغ هر چند آیه‌ای معترضه است، اما به حسب معنا به آیات اهل کتاب مرتبط است و وجوه مناسبت متعددی میان این آیات قابل شناسایی است. یکی از این وجوه اشاره به این مطلب است که برخلاف عقیده یهودیان امر ولایت امری الهی و در حقیقت استمرار ولایت خداوند است که مورد انکار یهودیان قرار گرفته بود.

۴. به تناسب اثبات معترضه بودن آیه تبلیغ و مرتبط بودن آن ـ با دلالت بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام ـ به حسب معنا به آیات اهل کتاب، دیدگاه یادشده به کلی رنگ می‌بازد و نظریه دلالت آیه تبلیغ بر ولایت امیر مؤمنان علیه السلام که بر پایه روایات استوار بود، اعتبار می‌یابد.

۵. روایات صادره از معصومان علیهم السلام در خصوص آیه تبلیغ، فراتر از کارکرد تفسیری، کارکردی تاریخی دارند. در منظومه روایات تفسیری مبین پیوند معصومان علیهم السلام با قرآن، روایات صادره از معصومان علیهم السلام در خصوص این آیه، کوششی هوشمندانه به منظور اثبات نادرستی دیدگاه ناسازگاری سیاقی در استدلال به آیه بر ولایت امیرالمؤمنین علیه السلام بوده است.

منابع و مآخذ

الف) کتاب‌ها

- ***قرآن کریم***، ترجمه محمدمهدی فولادوند، ١٤١٥ ق، تهران، دار القرآن الکریم.
- آلوسی، سید محمود، ١٤١٥ ق، ***روح المعانی فی تفسیر القرآن العظیم و السبع المثانی***، تحقیق علی عبدالباری عطیه، بیروت، دار الکتب العلمیة.
- ابن‌بابویه، محمد، ۱۳۷۸ ق، ***عیون أخبار الرضا***ﷺ، تهران، جهان.
- ابن‌بابویه، محمد بن علی، ۱۳۹۵ ق، ***کمال الدین و تمام النعمة***، تهران، اسلامیه، چ ۲.
- ابن‌بابویه، محمد بن علی، ١٤٠٣ ق، ***معانی الأخبار***، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
- ابن‌عاشور، محمدطاهر، بی‌تا، ***التحریر و التنویر***، بیروت، مؤسسة التاریخ.
- امینی، عبدالحسین، ۱۳۹۷ ق، ***الغدیر فی الکتاب و السنة و الادب***، بیروت، دار الکتاب العربی، چ ٤.
- بابایی، علی‌اکبر، غلامعلی عزیزی‌کیا و مجتبی روحانی‌راد، ۱۳۸۸ ش، ***روش‌شناسی تفسیر قرآن***، تهران، سمت، چ ٤.
- بروسوی، اسماعیل، بی‌تا، ***تفسیر روح البیان***، بیروت، دار الفکر.
- ثعلبی نیشابوری، احمد، ١٤٢٢ ق، ***الکشف و البیان عن تفسیر القرآن***، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- ثقفی تهرانی، محمد، ۱۳۹۸ ق، ***تفسیر روان جاوید***، تهران، برهان، چ ۳.
- جلائیان اکبرنیا، علی، ۱۳۹۱ ش، ***ابلاغ ولایت اکمال رسالت***، مشهد، دانشگاه علوم اسلامی رضوی، چ ۳.
- جوادی آملی، عبدالله، ۱۳۸۹ ش، ***تسنیم***، تحقیق احمد قدسی، قم، اسراء، چ ٥.
- حسکانی، عبیدالله، ١٤١١ ق، ***شواهد التنزیل لقواعد التفضیل***، تهران، مجمع احیاء الثقافه الاسلامیه.
- حسینی همدانی، سید محمد، ١٤٠٤ ق، ***انوار درخشان***، تهران، کتابفروشی لطفی.
- حلی، حسن، ١٤١٣ ق، ***کشف المراد فی شرح تجرید الاعتقاد***، تحقیق حسن حسن زاده آملی، قم، مؤسسة النشر الاسلامی، چ ٤.
- حویزی، عبدعلی بن جمعه، ١٤١٥ ق، ***تفسیر نور الثقلین***، قم، اسماعیلیان، چ ٤.
- خامه گر، محمد، ۱۳۹٦ ش، ***اصول و قواعد کشف استدلالی غرض سوره‌های قرآن***، قم، پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی.
- خطیب، عبدالکریم، بی‌تا، ***التفسیر القرآنی للقرآن***، بیروت، دار الفکر العربی.
- خویی، سید ابوالقاسم، بی‌تا، ***البیان فی تفسیر القرآن***، قم، مؤسسه احیاء آثار الامام الخویی.
- دروزه، محمدعزة، ۱۳۸۳ ق، ***التفسیر الحدیث***، قاهره، دار احیاء الکتب العربیه، چ ۲.

- رازی، ابوالفتوح حسین، ۱٤۰۸ ق، ***روض الجنان و روح الجنان فی تفسیر القرآن***، مشهد، بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
- رازی، فخرالدین محمد بن عمر، ۱٤۲۰ ق، ***مفاتیح الغیب***، بیروت، دار احیاء التراث العربی، چ ۳.
- رامیار، محمود، ۱۳٦۹ ش، ***تاریخ قرآن***، تهران، امیر کبیر، چ ۳.
- رشید رضا، محمد، ۱۹۹۰ م، ***تفسیر القرآن الحکیم***، مصر، الهیئه المصریة العامة للکتاب.
- زرکشی، محمد، ۱٤۱۰ ق، ***البرهان فی علوم القرآن***، بیروت، دار المعرفة.
- زمخشری، جارالله محمود بن عمر، ۱٤۰۷ ق، ***الکشاف عن حقائق غوامض التنزیل و عیون الأقاویل فی وجوه التأویل***، بیروت، دار الکتاب العربی، چ ۳.
- سبزواری نجفی، محمد، ۱٤۱۹ ق، ***ارشاد الاذهان الی تفسیر القرآن***، بیروت، دار التعارف.
- سیوطی، جلال الدین، ۱٤۰٤ ق، ***الدر المنثور فی التفسیر بالمأثور***، قم، کتابخانه آیة الله مرعشی نجفی.
- سیوطی، جلال الدین، ۱٤۲۱ ق، ***الاتقان فی علوم القرآن***، بیروت، دار الکتاب العربی، چ ۲.
- صادقی تهرانی، محمد، ۱۳٦۵ ش، ***الفرقان فی تفسیر القرآن بالقرآن و السنه***، قم، فرهنگ اسلامی، چ ۲.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱٤۱۷ ق، ***المیزان فی تفسیر القرآن***، قم، دفتر انتشارات اسلامی، چ ۵.
- طباطبایی، سید محمدحسین، ۱۳۷۸ ش، ***شیعه در اسلام***، قم، دفتر نشر اسلامی، چ ۱۳.
- طبرسی، احمد، بی‌تا، ***الاحتجاج علی اهل اللجاج***، تهران، مرتضوی.
- طبرسی، فضل بن حسن، ۱۳۷۲ ش، ***مجمع البیان لعلوم القرآن***، تهران، ناصر خسرو، چ ۳.
- طبری، محمد، ۱٤۱۲ ق، ***جامع البیان فی تأویل آی القرآن***، بیروت، دار المعرفة.
- طوسی، محمد بن حسن، بی‌تا، ***التبیان فی تفسیر القرآن***، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- طیب، سید عبدالحسین، ۱۳۷۸ ش، ***اطیب البیان فی تفسیر القرآن***، تهران، اسلام، چ ۲.
- عرفان، حسن، ۱۳۷۹ ش، ***اعجاز در قرآن کریم***، تهران، دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی.
- عیاشی، محمد بن مسعود، ۱۳۸۰ ق، ***کتاب التفسیر***، تحقیق سیدهاشم رسولی محلاتی، تهران، چاپخانه علمیه.
- فاکر میبدی، محمد، ۱۳۸۵ ش، ***قواعد التفسیر لدی الشیعة و السنة***، تهران، المجمع العالمی للتقریب بین المذاهب الاسلامیة.
- فضل‌الله، سید محمدحسین، ۱٤۱۹ ق، ***تفسیر من وحی القرآن***، بیروت، دار الملاک، چ ۲.
- فقهی‌زاده، عبدالهادی، ۱۳۷٤ ش، ***پژوهشی در نظم قرآن***، تهران، جهاد دانشگاهی.
- قرشی، سید علی‌اکبر، ۱۳۷۷ ش، ***تفسیر احسن الحدیث***، تهران، بنیاد بعثت، چ ۳.

- قمی، علی بن ابراهیم، ۱۳٦۳ ش، ***تفسیر القمی***، تحقیق طیب موسوی جزایری، قم، دارالکتاب، چ ۳.
- کاشانی، فتح الله، ۱۳۳٦ ش، ***منهج الصادقین فی الزام المخالفین***، تهران، کتابفروشی محمدحسن علمی، چ ۳.
- کلینی، محمد بن یعقوب، ۱٤۰۷ ق، ***الکافی***، تهران، دار الکتب الاسلامیة، چ ٤.
- مجلسی، محمدباقر، ۱٤۰۳ ق، ***بحار الانوار الجامه لدرر أخبار الأئمه الأطهار***علیهم‌السلام، بیروت، دار احیاء التراث العربی، چ ۲.
- مدرسی، سید محمدتقی، ۱٤۱۹ ق، ***من هدی القرآن***، تهران، دار محبی الحسین علیه‌السلام.
- معرفت، محمدهادی، ۱۳۸۲ ش، ***تاریخ قرآن***، تهران، سمت، چ ۵.
- معرفت، محمدهادی، ۱٤۱۵ ق، ***التمهید فی علوم القرآن***، قم، مؤسسة النشر الاسلامی، چ ۲.
- مغنیه، محمدجواد، ۱٤۲٤ ق، ***تفسیر الکاشف***، تهران، دار الکتب الاسلامیه.
- مفید، محمد بن محمد، ۱۳۸۲ ش، ***تفسیر القرآن المجید***، تحقیق سید محمدعلی ایازی، قم، بوستان کتاب.
- مقاتل بن سلیمان، ۱٤۲۳ ق، ***تفسیر مقاتل بن سلیمان***، بیروت، دار احیاء التراث العربی.
- مکارم شیرازی، ناصر و همکاران، ۱۳۷٤ ش، ***تفسیر نمونه***، تهران، دار الکتب الاسلامیة.
- موسوی دارابی، سید علی، ۱۳۸۲ ش، ***نصوص فی علوم القرآن***، مشهد، بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
- نکونام، جعفر، ۱۳۸۰ ش، ***درآمدی بر تاریخ‌گذاری قرآن***، تهران، هستی نما.
- هاشمی، احمد، ۱۳۸۱ ش، ***جواهر البلاغة فی المعانی و البیان و البدیع***، قم، مرکز مدیریت حوزه علمیه قم.

ب) مقاله‌ها

- جلائیان اکبرنیا، علی و محمدامین انسان، ۱۳۹۸ ش، «پژوهشی در سیاق سوره مائده از طریق نظم فراخطی»، ***مشکوة***، ش ۱٤۳، ص ۵۲ ـ ۲۳، مشهد، بنیاد پژوهش‌های اسلامی آستان قدس رضوی.
- مؤمنی، عابدین و حامد ضیاءفر، ۱۳۹۷ ش، «واکاوی مفهومی و مصداقی آیه تبلیغ براساس دلالت سیاق»، ***مطالعات قرآن و حدیث***، ش ۲۳، ص ۳۱۸ ـ ۲۹۷، تهران، دانشگاه امام صادق علیه‌السلام.