

عنوان مقاله:

بررسی تطبیقی شان نزول آیه تبلیغ در منابع تفسیری شیعه و اهل سنت

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات تفسیری آلاء الرحمن، دوره 2، شماره 5 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسندگان:

زهرا لطفی افین - دانش پژوه سطح 4، تفسیر تطبیقی، جامع‌الزهران

سید حسین شفیعی دارابی - استادیار گروه تفسیر و علوم قرآن، جامع‌المصطفی

خلاصه مقاله:

درک عمیق و دقیق مفاهیم قرآن، مستلزم آگاهی از شان نزول آیات آن است. آیه ی تبلیغ (مانده: 67) از جمله آیاتی است که در تفسیر و تاویل آن، شان نزول نقشی محوری ایفا می کند. این پژوهش با رویکردی توصیفی - تحلیلی، به بررسی دیدگاه مفسران شیعه و سنی در خصوص شان نزول این آیه و ارتباط آن با واقعه غدیر خم می پردازد. یافته های تحقیق نشان می دهد که اکثریت قریب به اتفاق مفسران شیعه و گروه قابل توجهی از مفسران اهل سنت، شان نزول آیه ی تبلیغ را مرتبط با واقعه ی غدیر و ابلاغ خلافت و امامت حضرت علی(ع) توسط پیامبر اکرم(ص) می دانند. این همخوانی، هم با قرائن درونی آیه، از جمله تاکید ویژه بر «بلاغ» و وابستگی اتمام رسالت نبوی به ابلاغ امامت امام علی(ع)، و هم با قرائن بیرونی مانند روایات معتبر از هر دو مذهب شیعه و سنی سازگار است. با این حال، برخی از مفسران اهل سنت، با تمرکز صرف بر بخشی از آیه (حفاظت جان پیامبر از سوی خداوند) و عدم توجه به انسجام معنایی کل آیه، ارتباط آن را با واقعه غدیر انکار می کنند.

کلمات کلیدی:

امام علی(ع)، امامت، آیه تبلیغ، تفاسیر فریقین، خلافت، شان نزول، غدیر خم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/2027142>

