

عنوان مقاله:

واکاوی مفهومی و مصداقی آیه تبلیغ بر اساس دلالت سیاق

محل انتشار:

دوفصلنامه مطالعات قرآن و حدیث، دوره 12، شماره 1 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

عابدین مومنی - دانشیار گروه فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه تهران

حامد ضیاءفر - دانشجوی دکتری فقه و مبانی حقوق اسلامی دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

دانشمندان شیعه بر اساس سیاق درونی آیه تبلیغ (مائده: 67) و با تاکید بر روایات صحیحی که ذیل این آیه در کتب روایی فریقین وجود دارد، ولایت امیرمومنان علی(ع) را پس از پیامبر گرامی اسلام(ص) نتیجه گرفته‌اند. در مقابل تفاسیر اهل سنت در تمام دوره‌ها با تکیه بر دلایلی که در صدر آنها توجه به سیاق آیات قرار دارد، از پذیرش این استدلال سر باز زده‌اند. برخی دانشمندان شیعه در مقام پاسخ به این شبهه ادعا می‌کنند که میان آیه تبلیغ و آیات قبل و بعد آن ارتباط معنایی وجود ندارد و لذا این سیاق آیات، از حجیت ساقط است. این پژوهش نشان می‌دهد انسجام معنایی آیات قبل و بعد از آیه تبلیغ، نه تنها تضادی با ارتباط این آیه با ولایت امیر مومنان علی(ع) ندارد، بلکه خود دلیلی محکم بر وجود چنین ارتباطی است. همچنین با توجه به دلالت سیاق، می‌توان به معنای ولایت نیز در همین آیات دست یافت. در این آیات تعبیر ما آنزل در ارتباط با مفهوم ولایت به کار رفته و از جاری شدن ولایت خدا بر رسولش و برخی مومنان خاص صحبت شده است. در تمام این سیاق، قوم یهود و اعتقاد باطل آنان به عنوان اصلی‌ترین دشمنان ولایت معرفی می‌شوند.

کلمات کلیدی:

ولایت، آیه تبلیغ، انسجام معنایی آیات، غدیر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/871487>

