



دانشگاه سوره

دانشکده فرهنگ و ارتباطات

پایان نامه تحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی

عنوان پایان نامه

الگوی تبلیغی امام موسی صدر

در تعامل با شیعیان لبنان

استاد راهنما

جناب آقای دکتر میثم فرخی

استاد مشاور

جناب آقای دکتر سید مصطفی ملیحی

دانشجو

نرگس دیده‌خانی

نیم‌سال دوم سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



دانشگاه سوره

دانشکده فرهنگ و ارتباطات

پایان نامه تحصیلی در مقطع کارشناسی ارشد تبلیغ و ارتباطات فرهنگی

عنوان پایان نامه:

الگوی تبلیغی امام موسی صدر

در تعامل با شیعیان لبنان

استاد راهنما

جناب آقای دکتر میثم فرخی

استاد مشاور

جناب آقای دکتر سید مصطفی ملیحی

دانشجو

نرگس دیده‌خانی

نیم‌سال دوم سال تحصیلی ۹۷-۱۳۹۶

تقدیم به

امام موسی صدر

به امید روزی که رجعت می کند...

چکیده

توصیف و تبیین الگوی تبلیغی مبلغان موفق و تاثیرگذار معاصر به ویژه در سطح رهبری جامعه اسلامی به دلیل اشتراک شرایط فرهنگی و اجتماعی با زمان حال اهمیت دارد. با بررسی شیوه‌های تبلیغی ایشان می‌توان الگوهای مناسب برای پاسخ به نیازهای تبلیغی جامعه به دست‌آورد. تجربه امام صدر در لبنان با رویکرد جدید ایشان به امر تبلیغ نگرش جدیدی در تبلیغ دین به وجود آورد. تبیین ابعاد این تجربه تبلیغی می‌تواند نوید دهنده‌ی طراحی الگویی کارآمد از تبلیغ دین باشد. هدف از این پژوهش پاسخ به این پرسش اصلی است که الگوی تبلیغی امام صدر در تعامل با شیعیان لبنان چگونه بوده است. در این پژوهش از روش تحلیل مضمون استفاده شده است. برای گردآوری و شناسایی مضامین مرتبط با الگوی تبلیغی امام صدر ابتدا مبانی نظری و دیدگاه‌های مختلف اندیشمندان اسلامی بررسی شد، سپس با بررسی و مطالعه کامل دوره ۱۲ جلدی «گام به گام با امام» مضمون‌های مرتبط استخراج و کدگذاری گردیده‌است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که الگوی تبلیغی امام صدر در تعامل با شیعیان لبنان مبتنی بر ۵ مضمون غالب، ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده و ۲۰۳ مضمون پایه‌ای است. روابط میان این مضمون‌ها نیز در قالب شبکه مضامین ارائه شده است که می‌تواند به عنوان الگوی تبلیغی امام صدر شناخته شود. بررسی مجموعه‌ی سخنرانی‌ها، مقالات، پیام‌ها و فعالیت‌های امام موسی صدر نشان می‌دهد، ایشان الگوی متفاوتی از تبلیغ دین ارائه می‌کند. درباره ویژگی‌های مبلغ اسلامی از منظر امام صدر باید گفت ایشان مبلغ را یک مصلح اجتماعی می‌داند و با تاکید بر توجه به عدالت طلبی از سوی مبلغان، آنان را بر استقامت در راه تبلیغ فرامی‌خواند. هدف امام موسی صدر از تبلیغ دین را می‌توان پرورش انسان در راه کمال عنوان کرد. ایشان نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی و تربیت انسان می‌دانستند. ایشان برای رسیدن به اهداف تبلیغی خود از دو ابزار بیش از ابزارهای دیگر بهره می‌بردند که شامل ابزار سخنرانی و ابزار گفتگو می‌شود. ایشان بر ضرورت گفت‌وگو، در جامعه متکثر لبنان تاکید می‌کنند و ارتباط و گفتگو را ابزار پیشرفت و یادگیری می‌دانند. شیوه‌های تبلیغی امام صدر را می‌توان در ۵ روش کلی شامل تسامح و سهل‌گیری، استفاده از دین در امور زندگی، تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت، تبلیغ مبتنی بر فطرت و الگوسازی دسته‌بندی کرد. از دیگر ویژگی‌های برجسته امام موسی صدر در مخاطب‌شناسی در تبلیغات، مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی آنان بود.

واژه‌های کلیدی: تبلیغ، الگوی تبلیغی، امام موسی صدر، شیعیان لبنان

فهرست مطالب

فصل اول: کلیات پژوهش	۱
(۱-۱) مقدمه	۲
(۲-۱) بیان مسئله	۴
(۳-۱) اهمیت و ضرورت انجام پژوهش	۶
(۴-۱) اهداف پژوهش	۹
(۵-۱) پرسش‌های پژوهش	۹
(۶-۱) شرح واژه‌ها و اصطلاحات پژوهش	۱۰
فصل دوم: پیشینه و مبانی نظری پژوهش	۱۵
(۱-۲) پیشینه پژوهش	۱۶
(۲-۲) چهارچوب مفهومی پژوهش	۱۹
(۱-۲-۲) تعریف تبلیغ	۱۹
(۱-۲-۲-۱) تبلیغ در غرب	۲۰
(۲-۲-۲-۱) تبلیغ در اسلام	۲۱
(۳-۲-۲-۱) تعریف پژوهش حاضر از تبلیغ	۲۲
(۲-۲-۲) عناصر تبلیغ	۲۲
(۱-۲-۲-۲) پیام دهنده یا مبلغ	۲۳
(۲-۲-۲-۲) گیرنده پیام	۲۵
(۳-۲-۲-۲) پیام	۲۵
(۴-۲-۲-۲) ابزار تبلیغ	۲۶
(۵-۲-۲-۲) روش‌های تبلیغات اسلامی	۲۶
(۱-۵-۲-۲) روش تبلیغات تدریجی	۲۷
(۲-۵-۲-۲) روش تداعی معانی	۲۸
(۳-۵-۲-۲) روش انذار و تبشیر	۲۹
(۴-۵-۲-۲) روش نرمی و آسان‌گیری	۲۹
(۵-۵-۲-۲) روش الگودهی و اسوه پروری	۳۰

۳۱ روش الفاز طریق تفکر و تعقل (۶-۵-۲-۲)
۳۱ روش تفکر و یادآوری (۷-۵-۲-۲)
۳۲ روش تبلیغ عملی (۸-۵-۲-۲)
۳۲ ویژگی‌های تبلیغات اسلامی (۳-۲-۲)
۳۳ حکمت (۱-۳-۲-۲)
۳۳ موعظه (۲-۳-۲-۲)
۳۴ جدال احسن (۳-۳-۲-۲)
۳۴ ارتباطات اقناعی (۴-۲-۲)
۳۵ اقناع و نگرش (۱-۴-۲-۲)
۳۷ عوامل تأثیر اقناع (۲-۴-۲-۲)
۳۸ مراحل پذیرش در فرایند اقناع (۳-۴-۲-۲)
۳۹ مخاطب شناسی و مفهوم مخاطب از دیدگاه علم ارتباطات (۵-۲-۲)
۳۹ گونه‌های مختلف مخاطبان (۶-۲-۲)
۴۱ دسته‌بندی مخاطبان (۷-۲-۲)
۴۲ جایگاه مخاطب شناسی در تبلیغات اسلامی (۸-۲-۲)
۴۳ جمع بندی (۹-۲-۲)
۴۵ فصل سوم: روش تحقیق
۴۶ مقدمه (۱-۳)
۴۶ روش‌های گردآوری داده‌ها (۲-۳)
۴۷ روش تجزیه و تحلیل داده‌ها (۳-۳)
۴۷ تعریف تحلیل مضمون (۱-۳-۳)
۴۸ مقایسه روش تحلیل مضمون با سایر روش‌ها (۲-۳-۳)
۴۹ مزایا و معایب تحلیل مضمون (۳-۳-۳)
۵۰ تعریف مضمون (۴-۳-۳)
۵۱ روش‌های تحلیلی تحلیل مضمون (۵-۳-۳)
۵۲ فرایند تحلیل مضمون (۶-۳-۳)

۵۳	جدول ۱: فرایند گام به گام تحلیل مضمون و تحلیل شبکه مضامین.....
۵۶	۴-۳) معیارهای ارزیابی پژوهش.....
۵۷	فصل چهارم: تجزیه و تحلیل داده‌ها.....
۵۸	۴-۱) مقدمه.....
۵۸	۴-۲) جمع‌آوری داده‌ها.....
۵۹	جدول ۲: مضامین پایه.....
۱۴۹	جدول ۳: مضامین سازمان دهنده.....
۱۵۲	جدول ۴: مضامین فراگیر.....
۱۵۳	۴-۵) تشریح مضمون‌های فراگیر.....
۱۵۳	۴-۵-۱) ویژگی‌های مبلغ.....
۱۵۳	۴-۵-۱-۱) اخلاص.....
۱۵۴	۴-۵-۱-۲) استقامت.....
۱۵۶	۴-۵-۱-۳) تواضع و فروتنی.....
۱۵۷	۴-۵-۱-۴) عدالت طلبی.....
۱۵۹	۴-۵-۱-۵) نظم و هماهنگی در تبلیغ.....
۱۶۱	۴-۵-۲) شیوه‌های تبلیغ.....
۱۶۱	۴-۵-۲-۱) تسامح و سهل‌گیری.....
۱۶۲	۴-۵-۲-۲) الگوسازی.....
۱۶۳	۴-۵-۲-۳) استفاده از دین در امور زندگی.....
۱۶۴	۴-۵-۲-۴) تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت.....
۱۶۵	۴-۵-۲-۵) تبلیغ مبتنی بر فطرت.....
۱۶۶	۴-۵-۳) ابزار تبلیغ.....
۱۶۶	۴-۵-۳-۱) گفتگو و تعامل.....
۱۶۷	۴-۵-۳-۲) سخنرانی.....
۱۶۷	۴-۵-۴) هدف تبلیغ.....
۱۶۷	۴-۵-۴-۱) پرورش انسان در راه کمال.....

۱۶۹ معرفی صحیح دین (۲-۴-۵-۴)
۱۷۰ اصلاح محیط اجتماعی (۳-۴-۵-۴)
۱۷۱ مخاطب شناسی در تبلیغ (۵-۵-۴)
۱۷۱ شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان (۱-۵-۵-۴)
۱۷۲ اقناع و متقاعد سازی (۲-۵-۵-۴)
۱۷۳ آزادی مخاطبان در پرسش (۳-۵-۵-۴)
۱۷۴ شبکه مضامین (۶-۴)
۱۷۵ فصل پنجم: نتیجه‌گیری
۱۷۶ (۱-۵) مقدمه
۱۷۶ (۲-۵) پاسخ به پرسش‌های پژوهش
۱۷۶ (۱-۲-۵) پاسخ به پرسش اصلی
۱۷۷ (۲-۲-۵) پاسخ به پرسش‌های فرعی
۱۸۳ (۳-۵) محدودیت‌های پژوهش
۱۸۳ (۴-۵) ارائه پیشنهادات
۱۸۴ منابع پژوهش

فهرست جداول

۵۳ جدول ۱: فرایند گام به گام تحلیل مضمون و تحلیل شبکه مضامین
۵۹ جدول ۲: مضامین پایه
۱۴۹ جدول ۳: مضامین سازمان دهنده
۱۵۲ جدول ۴: مضامین فراگیر

فصل اول: کلیات پژوهش

۱-۱) مقدمه

لبنان جامعه‌ای چند قومیتی و چند فرهنگی است که شیعیان آن تا سال‌ها از طوایف ضعیف و محروم محسوب می‌شدند. میزان فقر و محرومیت شیعیان تا جایی بود که به منطقه سکونت آنان پیرامون شهر بیروت، کمربند فقر (حزام البؤس) گفته می‌شد. شیعیان لبنان در جامعه فرقه‌ای طایفه‌ای این کشور، همواره در قیاس با سایر طوایف از صحنه قدرت به دور بوده، نسبت به جمعیت خود، سهم ناچیزی از قدرت را دارا بودند. (فرازی و طاهری، ۱۳۸۷: ۲۳۳) مجموعه این مشکلات سبب شده بود جوانان شیعی که به دنبال مخالفت با وضع موجود و دستیابی به رفاه و رشد اقتصادی بودند، ریشه مشکلات خود را دین و شیعه بودن بدانند و به کمونیزم و سایر سازمان‌های افراطی عربی گرایش یابند. شهید چمران با بیان مشاهدات و تجربیات خود در لبنان در این باره می‌گویند: «در لبنان می‌بینید کسانی که به دین حمله می‌کنند همین شیعیان محرومی هستند که این عقده‌ها و حقارت‌ها سبب شده که دست به دامان کمونیزم بزنند و فرهنگ و دین خودشان را با این شدت سبانه بکوبند و راه نجات خویش را مبارزه با دین و این رسالت یافتند.» (چمران، ۱۳۶۲: ۲۶-۲۷)

با ورود سید موسی صدر به لبنان در نیمه‌های دهه شصت، وی ناتوانی و عدم تمایل رهبران سنتی شیعه را در رویارویی با مشکلات ناشی از اصلاحات در لبنان مشاهده کرد؛ افزون بر آنکه پیوستن بسیاری از جوانان شیعه به سازمان‌های چپ‌گرای لائیک را نیز با نگرانی شاهد بود. (غریب، ۲۰۰۰: ۱۱۰ - ۱۱۲) امام موسی صدر با درک جامعه لبنان و موقعیت شیعیان، در صدد تقویت طایفه شیعه در میان سایر طوایف لبنانی و فراهم نمودن ابزارهای قدرت برای آن‌ها برآمد. تلاش‌های ایشان جهت ارتقای جایگاه شیعیان لبنان در مقام یک روحانی شیعه تنها در حیطه فعالیت‌های مستقیم دعوت و تبلیغ دین متوقف نماند.

آیت الله سید موسی صدر برای حل این مشکلات، همزمان با آغاز فعالیت‌های گسترده دینی و فرهنگی خود در مناطق شیعه‌نشین لبنان، مطالعات عمیقی به منظور ریشه‌یابی عوامل عقب‌ماندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شیعیان لبنان به اجرا گذارد و حاصل این مطالعات، برنامه‌هایی بود که در راستای سیاست محرومیت‌زدایی، طراحی و اجرا شد. وی پس از تجدید سازمان جمعیت خیریه «البر و الاحسان»، با تنظیم برنامه‌ای فوری جهت تأمین نیازهای مالی خانواده‌های بی‌بضاعت و راه‌اندازی ده‌ها جمعیت خیریه، مؤسسه‌ای فرهنگی و آموزش حرفه‌ای در لبنان راه‌اندازی کرد که حاصل آن کسب اشتغال و خودکفایی اقتصادی بسیاری از خانواده‌های بی‌بضاعت، کاهش درصد بی‌سوادی، رشد فرهنگ عمومی و به اجرا درآمدن پروژه‌های عمرانی در مناطق محروم آن کشور بود (غریبه، ۱۳۸۵: ۱۵)

ایشان به منظور تقویت جایگاه داخلی شیعیان در جامعه لبنان، «مجلس اعلائی شیعه» را تأسیس نمود. در تاریخ ۲۳ می ۱۹۶۹ ایشان به ریاست این مجلس انتخاب شد و با اعطای لقب «امام» به وی، رسماً به عنوان رهبر طایفه

شیعیان لبنان انتخاب شد (شرف الدین، ۱۹۹۶: ۱۳۱)، امام صدر بعد از این انتخاب بیانیه‌ای خطاب به مردم لبنان منتشر کردند و همه طوایف را به وحدت و همکاری برای نجات لبنان از بحران و درگیری فراخواندند. ایشان در بخشی از بیانیه هدف از تشکیل این مجلس را اینگونه بیان می‌کنند: «این مجلس برای این به وجود نیامده که جایگزینی برای مسئولین در سطوح مختلف باشد و وظایف آن‌ها را انجام دهد. بلکه تأسیس شده تا اعضای خود را برای ایفای نقشی مثبت برای خدمت به مردم بسیج کند و ایمان و آگاهی و اخلاص آنان را فزونی بخشد و در همه سطوح ارتقاء دهد. مجلس برای این تأسیس شده که به مثابه نیروی داخلی و اهرمی قدرتمند باشد، نصیحت کند، بیدار باشد، بازخواست کند، شکاف‌ها را پر کند، مانع اهمال و سستی باشد و جلوی جدایی و تفرقه را بگیرد.»

امام صدر با جدیت و تلاش خود، اهدافی را از تأسیس این مجلس دنبال می‌کرد که مهم‌ترین آن‌ها عبارتند از: ۱- موضع‌گیری کامل اسلامی از نظر فکری، علمی، مبارزه و جهاد؛ ۲- تنظیم شئون طایفه‌ای شیعیان و بهسازی اجتماعی و اقتصادی آنان؛ ۳- اقدام اساسی جهت عدم تفرقه میان مسلمانان و سعی فراوان به منظور وصول به وحدت کامل؛ ۴- همکاری با همه طوایف مذهبی لبنان و کوشش برای حفظ وحدت کشور؛ ۵- توجه و مراقبت نسبت به مسئولیت‌های ملی و وطنی و حفاظت از استقلال و آزادی لبنان و پاسداری از سرزمین، مرزها و حدود کشور؛ ۶- مبارزه‌ای پیگیر با جهل، فقر، تخلفات، ستم اجتماعی و فساد اخلاقی و... (حجتی کرمانی، ۱۳۶۴: ۲۲) بدین ترتیب پس از مطرح شدن امام موسی صدر به عنوان رهبر شیعیان، روحانیون لبنان برای نخستین بار دارای جایگاهی بلندمرتبه و ارزشمند در میان اقشار مختلف طایفه شیعه شدند و ابزاری قانونی برای فعالیت‌های تشکیلاتی در اختیار آنان قرار گرفت. (اسداللهی، ۱۳۷۹: ۳۲)

امام صدر با هدف ایجاد عدالت و مساوات برای همگان در جنوب لبنان و سایر نقاط این کشور، معتقد بود باید بدون هیچ تمایزی بین طوایف لبنانی و تنها با تکیه بر ملیت لبنانی، به دنبال رفع محرومیت از جامعه باشیم؛ لذا در این راستا «حرکت المحرومین» را تأسیس کرد تا ضمن برقراری توازن بین طوایف مختلف لبنان، محرومیت را از کل جامعه لبنان بزدايد. (حیدر، ۱۹۹۵: ۴۹ - ۵۰)

مجموعه این فعالیت‌ها سبب قدرتمند شدن شیعیان و ایجاد و حفظ همبستگی و اتحاد بین آن‌ها شد. تجربه امام صدر در لبنان با رویکرد جدید ایشان به امر تبلیغ و دعوت دینی نگرش جدیدی به دین و نقش علمای دین به وجود آورد. فعالیت‌های امام صدر سبب شد شیعیان و خاصه جوانان شیعه با شناخت هویت دینی خود و قابلیت‌های دین در بهبود و ارتقا جایگاه اجتماعی خود، پایبندی بیشتری به دین نشان دهند. بررسی و تبیین ابعاد این تجربه می‌تواند نوید دهنده‌ی طراحی الگویی کارآمد از تبلیغ دین باشد.

۱-۲) بیان مسئله

روش‌های تبلیغ یکی از مهم‌ترین موضوعات علم ارتباطات و اصول علم تبلیغ می‌باشد. روش در کنار چهار عامل دیگر یعنی مبلغ، مخاطب، هدف و ابزار، ارکان تبلیغ را شکل می‌دهد. توجه به این ارکان و دست‌یابی به یک الگوی تبلیغی از آن جهت اهمیت می‌یابد که این عوامل تا حد زیادی در موفقیت مبلغ در زمینه‌های تبلیغ تاثیرگذارند. اتخاذ روش و ابزار درست یکی از این عوامل حساس و مهم است که مجموعه تلاش‌های مبلغ را به نتیجه‌ی مطلوب می‌رساند.

استفاده‌ی مبلغ از سیاست‌های تبلیغی و شیوه‌های ارائه شده به گونه‌های مختلف شکل می‌گیرد. تبلیغ یک کار هنرمندانه است و مبلغ اگر هنر تبلیغ را نداند، در کار خویش موفق نخواهد بود. شناخت تاکتیک‌ها برای مبلغ یک اصل ضروری است. در واقع می‌توان گفت تفاوت میان مبلغان از آن جهت است که از چه تاکتیک و ابزار و شیوه‌ای کمک گیرند. (عباسی مقدم، ۱۳۷۹: ۱۲۱)

روش‌ها و ابزارهای تبلیغی گوناگون تاثیر متفاوتی در کار مبلغ می‌گذارد و انتخاب روش‌های اشتباه می‌تواند او را از دستیابی به هدف خود بازدارد. به همین دلیل چگونگی شناخت روش‌ها و راه‌گزینش آن‌ها از دغدغه‌های مبلغان و سازمان‌های تبلیغی چه با مسئولیت‌های محدود و چه با حیطه‌های کاری وسیع می‌باشد. بنابراین مبلغ از همان آغاز قبول مسئولیت انجام تبلیغ، باید به دنبال انتخاب بهترین و مناسب‌ترین روش و ابزار تبلیغ باشد.

استفاده از روش‌ها و ابزار از جمله مسائلی است که در بحث‌های تبلیغاتی همواره مورد توجه قرار گرفته است و در مباحث اسلامی نیز به آن اهتمام فراوان شده است. به عبارت دیگر تبلیغ دین از جمله مسائلی است که همواره مورد توجه رهبران و اندیشمندان دینی جوامع اسلامی بوده است. از منظر آموزه‌های اسلامی حفاظت و تبلیغ دین اسلام و معارف و ارزش‌های آن و جلوگیری از تحریف آن یکی از وظایف اصلی رهبر جامعه اسلامی است. (جوادی آملی، ۱۳۸۱: ۲۴۳) بنابراین شیوه عملکرد رهبران اسلامی در زمینه تبلیغ دین می‌تواند جهت‌گیری کلی را در این زمینه مشخص کند.

یکی از رهبران دینی موفق در زمینه تبلیغ، امام موسی صدر است. امام موسی صدر در سال ۱۳۳۸ به توصیه حضرات آیات بروجردی، حکیم و شیخ مرتضی آل یاسین و همچنین بنا بر وصیت مرحوم آیت‌الله سید عبدالحسین شرف‌الدین، به عنوان جانشین ایشان برای هدایت شیعیان لبنان به آنجا رفت (احمدی، ۱۳۸۵: ۵) تا پیش از ورود امام صدر به لبنان، شیعیان این کشور گرفتار فقر و دیگر محرومیت‌های اجتماعی و فرهنگی بودند. علاوه بر این روحانیون سنتی شیعه لبنان در برابر این مشکلات نقش منفعلانه‌ای داشتند. همین امور هم سبب شده بود تا جوانان شیعه با ناامیدی از بهبود شرایط شیعیان به سازمان‌های چپ‌گرای لائیک تمایل پیدا کنند.

در این شرایط امام موسی صدر، محرومیت زدایی از شیعیان و مقابله با تبعیض‌های مذهبی علیه آنان را محور برنامه‌هایشان قرار دادند. ایشان طی دو دهه فعالیت خود در لبنان، علاوه بر اینکه در گرایش شیعیان لبنان به معارف اسلامی موفق بود، توانست به عنوان یک رهبر دینی تاثیر بسزایی در جلوگیری از جنگ‌ها و منازعات داخلی و بهبود شرایط سیاسی و اجتماعی لبنان بگذارد. تا جاییکه اقدامات سازنده‌ی او منشاء پیشرفت و تحولات گسترده‌ای در سال‌های بعد و تا کنون شده است.

امام موسی صدر در جایگاه روحانی شیعه همواره درصدد معرفی اسلام و ارتقای سطح دینی مردم بود. ایشان در زمان حضور در ایران برای امر تبلیغ به برخی شهرها از جمله شهرهای شمالی کشور می‌رفتند. اما پس از هجرت به لبنان با توجه به ساختار فرقه‌ای لبنان و وضعیت دینی شیعیان، شیوه‌ای خاص در امر معرفی اسلام و تشیع در پیش می‌گیرند. ارتقای سطح اجتماعی و دینی، مبارزه با جهل و فقر و فساد از طریق ساماندهی و ایجاد نهادهای اجتماعی و فرهنگی از اصلی‌ترین فعالیت‌های ایشان بود. نتیجه تلاش‌های چندین ساله‌ی ایشان، هم ارتقای سطح دینی شیعیان و هم همگرایی شیعیان با اهل سنت و مسیحیان است. امام صدر در معرفی دین چندان مورد توجه پیروان دیگر ادیان قرار می‌گیرند که بارها به جوامع دینی اهل سنت و مسیحیان دعوت می‌شوند.

امام موسی صدر را می‌توان از جمله رهبران دینی تاثیرگذاری دانست که فهم عمیقی از اهمیت و جایگاه تبلیغ دارند. با نگاهی به فعالیت‌های امام صدر می‌توان فهمید که تبلیغ دین از دغدغه‌های جدی ایشان بوده است. امام موسی صدر رسالت دینی خود را تنها در توجه به امور عبادی محدود نمی‌کردند و معتقد بودند بهبود شرایط اجتماعی و رفع نیازهای مادی مردم از عوامل تاثیر گذار در پذیرش دعوت به معارف دین است. ایشان معتقد بود که فقر فرهنگی ارتباط تنگاتنگی با فقر اقتصادی دارد. همچنان که این دو بی ارتباط با مسائل سیاسی، نظامی، اخلاقی و اعتقادی نیز نمی‌توانند باشند. بنابراین باید همه اینها در کنار هم ارزیابی شده، برای هر کدام به طور همزمان و در کنار هم چاره اندیشی کرد. (اباذری، ۱۳۸۱: ۵۶) همچنان که در یکی از سخنرانی‌های خود اشاره می‌کنند، «دعوت اگر صحیح و توأم با عمل نباشد و وضع اجتماعی دعوت‌کننده یا هم‌مذهبان او بد باشد، کم‌اثر خواهد بود. اصولاً یکی از بزرگ‌ترین دلایل‌ها برای بطلان ادعای دعوت‌کننده، همان وضع اجتماعی اوست.» (صدر، ۱۳۹۴: ۵۵) در واقع امام صدر معتقد بودند بهبود شرایط اجتماعی و کمک به رفع نیازهای دنیایی مردم سبب موثری برای دعوت، که مورد تجربه ایشان قرار گرفته است.

جامعه لبنان یک جامعه متکثر فرهنگی و قومی است. مسئله‌ای که نوع تجربه امام موسی صدر را از سایرین متمایز می‌کند این است که ایشان با ورود به این جامعه چند فرهنگی توانستند مرجعیت اجتماعی و فرهنگی ایجاد کنند. روش امام موسی صدر در تعامل با شیعیان و مذاهب دیگر چنان برتری داشت که دیگر نهادها و اقوام و مذاهب با گرایش‌های متفاوت، امام موسی صدر را به عنوان محور می‌شناختند. آن‌ها امام صدر را سمبل وحدت ملی، چهره

ای فراطایفه‌ای و رهبری امین می دانستند. (کمالیان و رنجبر کرمانی، ۱۳۷۷: ۳۰۶) هوشمندی و توانایی امام موسی صدر موجب شد ایشان در جامعه قومیتی لبنان نفوذ کافی پیدا کند و با اتکا به اندیشه گفت‌وگو و توانمندی ویژه خود توانست موجب ارتقا ساختارهای اجتماعی و دینی شود. تجربه امام موسی صدر در لبنان یک الگوی عملی است و نه فقط یک الگوی نظری. چراکه ایشان توانستند از ارزش‌های اسلام و تشیع دفاع کند و هم توانستند تمام مذاهب و طیف‌های گوناگون فرهنگی و فکری مختلف لبنان را تحت تأثیر قرار دهد.

در مجموع می‌توان گفت اندیشه امام موسی صدر و شناخت الگوی تبلیغی ایشان می‌تواند برای جامعه کنونی راه‌گشا باشد. چرا که اندیشه‌های دینی مورد هجمه قرار گرفته است و دشمنان اسلام تلاش می‌کنند با اسلام هراسی گرایش به اسلام کاهش یابد. بنابراین نیاز به بازنگری در چگونگی تبلیغ دین احساس می‌شود. اندیشه‌های امام موسی صدر از این جهت شایسته بررسی و الگوبرداری است. اندیشه‌های تبلیغی ایشان می‌تواند در دستیابی به یک الگوی تبلیغی موفق و آزموده شده مورد توجه قرار گیرد. در این پژوهش محقق با بررسی سخنرانی‌ها، مقالات، مصاحبه‌های امام موسی صدر به دنبال الگوی تبلیغی ایشان به عنوان یک مجتهد و مبلغ دینی موفق و تاثیرگذار بر یک جامعه متکثر فرهنگی و در تعامل با شیعیان لبنان می‌باشد.

۱-۳) اهمیت و ضرورت انجام پژوهش

ادیان الهی از جمله دین اسلام یک دین تبلیغی است و قرآن کریم در آیات بسیاری به امر تبلیغ و وظیفه‌ی تبلیغی حضرت رسول (ص) اشاره کرده است. با نگاهی به سیره ائمه نیز در می‌یابیم که ایشان به مسئله‌ی تبلیغ توجه تام داشته‌اند. با این همه وظیفه تبلیغ محدود به پیامبر اکرم و ائمه اطهار (ع) نبوده و به عنوان تکلیفی بر عموم امت اسلام به ویژه رهبران و عالمان دینی است. به همین جهت پرداختن به مقوله تبلیغ به عنوان یکی از عناصر گسترش فرهنگ و اندیشه دینی همواره مورد توجه علمای دین و اندیشمندان اسلامی بوده است.

امام خمینی (ره) به عنوان یک عالم برجسته دینی همیشه اهمیت این موضوع را در بیاناتشان تاکید می‌کردند. اهمیت تبلیغ دین نزد امام خمینی به حدی بود که در وصیتنامه الهی - سیاسی خود فصلی را در این باره اختصاص داده‌اند. ایشان در بخشی از صحبت‌های خود در اهمیت تبلیغ می‌فرمایند: «مسأله تبلیغات یکی از مسائل بسیار مهمی است که شاید در رأس بیشتر از امور واقع بشود. تبلیغات مسئله‌ای است پر اهمیت و حساس، یعنی دنیا با تبلیغات حرکت می‌کند. آن قدری که دشمنان ما از حربه تبلیغات استفاده می‌کنند از طریق دیگری نمی‌کنند. و ما هم باید به مسأله تبلیغات بسیار اهمیت دهیم و از همه چیزهایی که هست، بیشتر به آن توجه کنیم.» (صحیفه نور، ج ۱۸: ۳۷۳)

همچنین مقام معظم رهبری در باب ضرورت انجام تبلیغ به عنوان یک کار اصلی و حقیقی و لازمه قطعی علم و دین می‌فرمایند: «تبلیغ دین مسأله بسیار مهمی است که بدون تردید امروز در جامعه و زندگی ملت ایران نقش

برجسته‌ای را ایفا می‌کند و مسئولان و دست‌اندرکاران امر تبلیغ دین باید این سنت پایدار جامعه شیعی را مورد توجه ویژه‌ای قرار دهند.» (بیانات ۱۰/۲۷/۷۴) شهید مطهری یکی از اندیشمندان اسلامی است که در زمینه تبلیغات دینی فعالیت‌های گسترده‌ای داشته‌اند. امر تبلیغ در دیدگاه شهید مطهری از چنان مرحله والایی برخوردار است که می‌گویند: «مقام تبلیغ اسلام، رساندن پیام اسلام به عموم مردم، معرفی و شناساندن اسلام به صورت یک مکتب از مرجعیت کمتر نیست.» (مطهری، ۱۳۸۷: ۳۴۷)

در کنار اهمیت موضوع تبلیغ مسئله قابل توجه این است که با گسترش تکنولوژی‌های ارتباطی حجم عظیم تبلیغات علیه دین و هجمه‌های مداوم به دین و مقدسات الهی توسط رسانه‌های جمعی ذهن مخاطبین را هدف می‌گیرند. یکی از عوامل گریز از دین، تبلیغات دروغین و توطئه‌های دشمنان است. دشمنان دین با نقشه‌ها و راه‌های گوناگون، تصویری نادرست و ناقص از دین ارائه می‌دهند. آنان با ترفندهای گوناگون، مردم را از گرایش به اسلام باز می‌دارند و به القای شبهه‌ها، دروغ‌ها، تهمت‌ها، و بیان مسائل غیر واقعی می‌پردازند و از غفلت و ناآگاهی مخاطبان خود بهره جسته، موانع بزرگ در راه گرویدن به دین ایجاد می‌کنند. این شیوه از صدر اسلام تاکنون وجود داشته و برای همیشه هم خواهد بود. (شکوهی، ۱۳۸۵: ۱۶۱) بنابراین شناخت شیوه‌های صحیح و کارآمد تبلیغ دین و بررسی رویکرد مبلغان موفق در این زمینه، جهت مقابله با این هجمه‌ها ضروری به نظر می‌رسد. توصیف و تبیین الگوی تبلیغی مبلغان موفق و تاثیرگذار معاصر به ویژه در سطح رهبری جامعه اسلامی به دلیل اشتراک شرایط فرهنگی و اجتماعی با زمان حال اهمیت دارد. با بررسی شیوه‌های تبلیغی ایشان می‌توان الگوهای مناسب برای پاسخ به نیازهای تبلیغی جامعه به دست آورد.

امام موسی صدر از جمله رهبران دینی است که می‌توان از ایشان به عنوان یک الگوی موفق در برقراری رابطه تاثیر گذار روحانیت بر جامعه در زمان معاصر یاد کرد. شخصیتی که در جهان اسلام و تشیع منشا تحولات بزرگ شدند که تا امروز شاهد همان تغییرات هستیم. شخصیت برجسته امام صدر همواره مورد توجه علما و دانشمندان جهان اسلام و همچنین دیگر مذاهب بوده است. امام خمینی (ره) که ارتباط ویژه‌ای با امام صدر داشتند، در طول سالیان حضور امام صدر در لبنان با تمجید فعالیت‌های امام صدر، ایشان را مورد حمایت خود قرار می‌دادند. رهبر معظم انقلاب اسلامی نیز با اشاره به همین رابطه و تاثیر امام موسی صدر بر شیعیان لبنان بیان می‌کنند «بخشی از خدمات بزرگی که آن عالم مبتکر و پر نشاط در مدتی نزدیک به بیست سال در صحنه اجتماعی و سیاسی لبنان به شیعه و به لبنان تقدیم کرد، وحدت و هویت بخشیدن به شیعه لبنان و ایجاد همزیستی و احترام متقابل میان پیروان ادیان و طوایف سیاسی در آن کشور از سوئی، و صراحت در معرفی رژیم غاصب صهیونیست به عنوان شر مطلق و اعلام حرمت همکاری با آن از سوی دیگر، و بالاخره ابراز ارادت و صمیمیت نسبت به رهبر انقلاب و بنیانگذار جمهوری اسلامی ایران، چه در عرصه فرهنگی و نوشتاری و چه با همکاری با عناصر مبارز ایرانی، در مدتی طولانی از این عالم بزرگواری که فرزند حوزه علمیه قم و بازمانده یکی از خاندان‌های بزرگ علمی در جهان

تشیع است، شخصیتی همه جانبه پدید آورده بود و چنین بود که امام راحل بزرگوار ما دلبستگی و تکریم خود به این شخصیت معزز را از اوایل پیروزی انقلاب با بیانات گوناگون ابراز داشتند.» (بیانات: ۱۳۸۷/۳/۸)

آیت الله جوادی آملی با اشاره به تفکر امام موسی صدر به اهمیت توجه به حل مسائل روز مسلمانان می‌فرماید «امام موسی صدر معتقد بود که باید دروس حوزوی را به اندازه‌ای خواند که احکام شرعی مشخص شود و باید در کنار درس خواندن، طرحی جامع ارائه و به دنبال آن حرکت کنیم. دست کم در کنار این درس و بحث، مسائل مستحدثه را ارزیابی و شناسایی و احتیاج روز مراکز علمی و مردم مسلمان را برآورده کنیم و به پرسش‌های آن‌ها پاسخ دهیم یا در بخش‌های نظری دیگر طرح مخصوصی ارائه کنیم.» (بندعلی: ۱۳۹۱، ۱۸۸)

آیت الله محمد ابراهیم جناتی نیز شیوه‌های تبلیغی امام صدر را متناسب با زمان و مکان تبلیغ می‌دانند و بیان می‌کنند «به اعتقاد من، شیوه تبلیغی ایشان واقعاً کم‌نظیر بود. شیوه‌های تبلیغی نیز درست همانند شیوه‌های اجتهاد در طول اعصار تکامل پیدا کرده‌اند... امام موسی مخاطبین خود را می‌شناخت و می‌دانست که با چه شیوه‌ای صحبت کند. روش تبلیغ ایشان متناسب با زمان و مکان بود... تبلیغ شیوه خاص می‌خواهد... امام موسی تمام تبلیغاتشان و تمام برخوردهایشان و تمام اجتماعاتشان مطابق با شرایط زمان و مکان بود و به همین علت هم طبیعی بود که پیشرفت کند.» (خسروشاهی: ۱۳۷۵: ۳۶۸)

شهید سید محمد باقر صدر معتقد بودند کسی که با تحولات جدید و اوضاع زمان آشنا نباشد مجتهد نیست. ایشان تاکید داشتند که «این روش آقا موسی است که مصلحت اسلام را در بردارد» و «ایشان پنجره مرجعیت شیعه به جهان خارج است» از نظر ایشان امام موسی صدر اذکای فقهای معاصر و در مسائل مستحدثه است یعنی باهوش‌ترین فقیه معاصر در مسائل روز است. (طباطبایی: ۱۳۹۲، ۱۶۰)

ویژگی‌هایی که بزرگان جهان اسلام درباره فعالیت‌های دینی اثر گذار ایشان بیان کرده اند، اهمیت پرداختن به اندیشه‌های دینی و تبلیغی امام موسی صدر را روشن می‌کند. کارنامه عملکرد امام صدر و تلاش ایشان در شکل دهی نشریات دینی و اجتماعی و همچنین ایجاد تشکلهای همچون مجلس اعلای شیعیان و تلاش برای تاسیس مدارس علمی و ارج نهادن به عرصه‌های علمی و تحقیقاتی این مطلب را به خوبی اثبات می‌کند. از این منظر امام صدر می‌تواند الگوی بسیار خوبی برای روحانیت امروز در تمامی ابعاد باشد. (فرخیان ۱۳۸۵: ۳۰) نتایج این پژوهش می‌تواند با ارائه الگوی تبلیغی امام صدر، نهادها و مبلغان دینی را در امر تبلیغ دین و گسترش معارف اسلامی یاری رساند و در برنامه ریزی‌ها و خط مشی گذاری‌ها در این زمینه به کار گرفته شود.

۴-۱) اهداف پژوهش

۱-۴-۱) هدف اصلی

شناسایی الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

۲-۴-۱) اهداف فرعی

شناسایی ویژگی‌های شخصیتی امام موسی صدر به عنوان یک مبلغ اسلامی

شناسایی اهداف امام موسی صدر از تبلیغ دینی

شناسایی ابزار تبلیغی امام موسی صدر

شناسایی شیوه‌های تبلیغی امام موسی صدر

شناسایی جایگاه مخاطب شناسی در الگوی تبلیغی امام موسی

۵-۱) پرسش‌های پژوهش

۱-۵-۱) پرسش اصلی

الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان چگونه بوده است؟

۲-۵-۱) پرسش‌های فرعی

امام موسی صدر به عنوان یک مبلغ اسلامی چه ویژگی‌هایی داشتند؟

اهداف امام موسی صدر از تبلیغ دینی چه بوده است؟

ابزار تبلیغی امام موسی صدر چه بوده است؟

شیوه‌های تبلیغی امام موسی صدر چه بوده است؟

مخاطب شناسی در الگوی تبلیغی امام موسی صدر چه جایگاهی دارد؟

۱-۶) شرح واژه‌ها و اصطلاحات پژوهش

۱-۶-۱) الگو (Pattern)

واژه «Pattern» به معنای؛ الگو، مدل، انگاره، شکل و نمونه، قالب، طرح، منوال و نقش در نظر گرفته شده است. معنای اصطلاحی این واژه در معانی متعددی به کار رفته است در تعریفی ساده از الگو می‌توان گفت الگو یا مدل، نمایش نظری و ساده شده از جهان واقعی می‌باشد. (سورین و تانکارد، ۱۳۸۶: ۶۵) به تعبیر دیگر الگو تبیینی کوتاه، آگاهانه و نمودار گون از یک چیز یا واقعیت است که در صدد بازنمایی عناصر اصلی هر ساختار یا فرآیند و بررسی روابط بین این عناصر است. (مک کو ایل و ویندال، ۱۳۸۸: ۳)

هرچند مدل و الگو بیشتر در علوم فنی مورد توجه واقع می‌شود، اما پس از رونق علوم انسانی و اجتماعی، طرح الگو و انگاره‌ها در حوزه این علوم گسترش یافته است. از الگو، گاه در توجه به کیفیت‌های رفتاری، الگوهای آرمانی و رفتاری و گاه در توجه به اصول فرهنگ‌ها یاد شده است. (گولد، ۱۳۷۶: ۹۱)

درباره رابطه الگو و مدل باید گفت که اصطلاح انگلیسی «Pattern» توسط جامعه‌شناسان فرانسوی به شکل «Model» به کار گرفته می‌شود و در بسیاری از موارد و طبق نظر اکثر جامعه‌شناسان این دو واژه در یک معنی به کار می‌رود. (روشه، ۱۳۷۹: ۴۴) برخی بین این دو تفاوت‌هایی را قایل شده و گفته‌اند که واژه «Model» کمی پیچیده‌تر از واژه «Pattern» است. واژه «Pattern» بیشتر به "ساخت و روابط بین عناصر یک واقعیت" توجه دارد و طرح ساده شده‌ای است که خطوط اساسی یک مجموعه اجتماعی و نسبت‌های موجود بین آن‌ها را مشخص می‌کند. (مندارس و گورویچ، ۱۳۸۴: ۳۷۰) واژه «Pattern» برای ساده‌تر و قابل فهم کردن پدیده‌ها، به تنظیم عناصر آن پدیده و ایجاد نظمی در آن‌ها، می‌پردازد و آن‌را به شکل یک طرح منطقی و یک پیکره در می‌آورد. (توسلی، ۱۳۶۹: ۱۴۰) به نوعی یک ابزار توصیف‌کننده است.

کارکرد الگو عبارت است از کوشش برای ساده‌تر کردن و آسان‌تر فهماندن واقعیت از طریق تنظیم عناصر و وارد کردن نظمی در آن‌ها؛ مثلاً می‌توان طرح منطقی روابطی را که بین برخی از عناصر یک سیستم وجود دارد، به شکل یک پیکره درآورد. به نظر لوی اشتراوس (۱۹۰۸-۲۰۰۹)، الگو، باید دارای سه خصوصیت عمده باشد:

۱) ساخت مشخصات یک نظام را نمایش می‌دهد و از عناصر متعددی تشکیل یافته که تغییر در هر یک از این عناصر، باعث تغییر در سایر اجزا می‌شود.

۲) برای هر الگوی مفروضی باید امکان ترتیب دادن سلسله تغییراتی باشد؛ که منتج به گروهی از الگوهای از همان نوع شود. بدین ترتیب خصوصیات بالا امکان این پیش‌بینی را به ما می‌دهد که بدانیم هرگاه یک یا چند عنصر الگو دچار تغییرات مشخصی شوند، الگو، چگونه واکنش نشان خواهد داد.

۳) الگو باید چنان ساخته شود که بلافاصله تمام پدیده‌های مشاهده‌شده را قابل فهم سازد. از سوی دیگر تعریف الگوها باید صریح و جامع باشد تا عملیات ریاضی روی آن‌ها امکان‌پذیر شود؛ ساخت الگوها نیز به هیچ وجه نباید پیچیده باشد. (توسلی، ۱۳۶۹، ص ۱۴۲)

۱-۶-۲) تبلیغ

تبلیغ در لغت از ریشه بَلَّغَ به معنی رسیدن و تبلیغ از باب تفعیل به معنی رساندن چیزی است. اما در اصطلاح: تبلیغ، رساندن مجموعه اطلاعاتی به مخاطب به منظور اقناع و برانگیختن احساسات او به سود یا بر ضد یک موضوع است. تبلیغ واژه عربی است که معادل واژه «Propaganda» انگلیسی قرار دارد و هم‌چنین در عربی معادل‌های دیگری هم دارد از قبیل اعلام، دعایه، دعوت، اعلان و... و در زبان فارسی برخی واژه «آوازه‌گری» را معادل واژه عربی تبلیغ دانسته‌اند. ظاهراً نخستین بار ملک الشعرای بهار آن را در برابر «Propaganda» به کار برد ولی این کاربرد با اقبال روبرو نشده است. واژه تبلیغ در قرآن به کار نرفته است ولی مشتقات دیگر آن به وفور مورد استفاده قرار گرفته است، و هم‌چنین آن واژه‌ها هیچ‌گاه به معنی اصطلاح تبلیغ یعنی آنچه که امروزه از «تبلیغ» مستفاد می‌شود نیامده است بلکه همواره به معنی لغوی خود به کار رفته است. (حداد عادل، ۱۳۸۱: ۴۴۸)

تبلیغ به معنای آوازه‌گری یا به اصطلاح پروپاگاندا «Propaganda» با ارشاد که معادل غربی آن «Indoctrination» است، تفاوت دارد. ارشاد جریانی است که مفاهیم روش و منظمی به مردم می‌دهد، ولی آوازه‌گری جریانی است که مفاهیم روشن و تاریک را با یکدیگر می‌آمیزد و به وجهی خوشایند در می‌آورد و به مردم عرضه می‌کند. ارشاد منجر به شناخت ادراکی می‌شود. ولی هدف آوازه‌گری انگیختن عواطف و آماده کردن مردم برای قبول عقاید معین است. آوازه‌گری انگیختن عواطف و آماده کردن مردم برای قبول عقاید معین است. آوازه‌گری به وسیله‌ی آمیختن حقیقت با دروغ، نمودها را به صورتی جلوه می‌دهد که باعث تمکین مردم به خواسته‌های او می‌شود. آوازه‌گر از تلقین‌پذیری انسان سود می‌جوید و نیت خود را به مردم تحمل می‌کند. (اگ برن، نیم کوف، ۱۳۸۱: ۱۴۸)

۱-۶-۳) دعوت

واژه دعوت از ریشه (دَعَوَ) نیز به معنی فراخواندن است. دعوت حرکتی مستمر در راه بررسی شیوه‌ها و برترین و نزدیکترین راهها به هدایت مردم می‌باشد همچنین تلاشی در زمینه سوق دادن افکار و عقایدشان به جبهه فکری و عقیدتی دعوت است در حالیکه در تمام حالات و موقعیت‌ها در هر زمینه با مبدأ اسلام هماهنگی دارد و برترین راه برای پیمودن طریق خیر و نیکویی است (فضل الله، ۱۳۵۹: ۸۷).