

الگوی تبلیغی امام موسی صدر
در تعامل با شیعیان لبنان

تألیف:

دکتر میثم فرخی

نمونه‌خانه

www.ketab.ir

سرشناسه: فرخی، میثم، ۱۳۶۵-

عنوان و نام پدیدآور: الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

تألیف میثم فرخی، نرگس دیده خانی

مشخصات نشر: تهران: دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه، انتشارات، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۱۴۶ص

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۰۳۲-۳-۲

موضوع: صدر، موسی، ۱۳۰۷ - دیدگاه درباره تبلیغات

موضوع: Sadr, Musa -- Views on propaganda

موضوع: شیعیان -- لبنان

Shiites - Lebanon موضوع:

موضوع: اسلام -- تبلیغات

Islam -- Missions موضوع:

شناسه افزوده: دیده خانی، نرگس، ۱۳۷۱

شناسه افزوده: دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه

رده بندی کنگره: BP ۲۳۳/۷

رده بندی دیویی: ۲۹۷/۴۸

شماره کتابشناسی ملی: ۵۸۲۹۱۲۳

انتشارات دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه

عنوان کتاب: الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

مولف: دکتر میثم فرخی، نرگس دیده خانی

ناشر: دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه

نوبت و سال انتشار: اول / ۱۳۹۸

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۲۳۰۰۰ تومان

حروف چینی، آماده سازی، صفحه آرایی: دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه

طراح جلد: حدیثه سادات حسینیان

لیتوگرافی و چاپ: نشر سپیدان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۰۳۲-۳-۲

نشانی: تهران - میدان بهارستان - ضلع شرقی مجلس - ابتدای خیابان مردم -

کوچه شهید ندایی پور - انتشارات دانشکده غیردولتی - غیرانتفاعی رفاه تلفن: ۳۵۰۷۴۲۵۰

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است

فهرست مطالب

.....	سخن ناشر	۹
.....	مقدمه	۱۱
.....	صلوات: مبانی نظری پژوهش	۱۵
.....	۱. تعریف تبلیغ	۱۵
.....	۱-۱. تفهیم تبلیغ اسلامی و پروپاگاندا	۱۷
.....	۱-۲. تعریف پژوهش حاضر از تبلیغ	۱۹
.....	۲. عناصر تبلیغ	۲۰
.....	۲-۱. پیام‌دهنده یا مبلغ	۲۰
.....	۲-۲. گیرنده پیام	۲۳
.....	۲-۳. پیام	۲۴
.....	۲-۴. ابزار تبلیغ	۲۵
.....	۲-۵. روش‌های تبلیغ اسلامی	۲۶
.....	۲-۵-۱. روش تبلیغ تدریجی	۲۶
.....	۲-۵-۲. روش تداعی معانی	۲۷
.....	۲-۵-۳. روش انذار و تبشیر	۲۹
.....	۲-۵-۴. روش نرمی و آسان‌گیری	۲۹
.....	۲-۵-۵. روش الگودهی و اسوه‌پروری	۳۱
.....	۲-۵-۶. روش القای طریق تفکر و تعقل	۳۲
.....	۲-۵-۷. روش تفکر و یادآوری	۳۲
.....	۲-۵-۸. روش تبلیغ عملی	۳۳
.....	۳. ویژگی‌های تبلیغ اسلامی	۳۴
.....	۳-۱. حکمت	۳۴

۳۵	۲-۳. موعظه.....
۳۶	۳-۳. جدال احسن.....
۳۷	۴. ارتباطات اقناعی.....
۴۰	۵. مخاطب‌شناسی و مفهوم مخاطب از دیدگاه علم ارتباطات.....
۴۳	۶. دسته‌بندی مخاطبان.....
۴۵	۷. جایگاه مخاطب‌شناسی در تبلیغ اسلامی.....
۴۶	جمع‌بندی ادبیات نظری پژوهش.....
۴۹	فصل دوم: روش پژوهش.....
۴۹	۱. روش گردآوری داده‌ها.....
۵۰	۲. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها.....
۵۰	۱-۲. تعریف تعادل منمونه.....
۵۱	۲-۲. مقایسه روش تحلیل نمونه با سایر روش‌ها.....
۵۴	۲-۳. مزایا و معایب تحلیل مضمون.....
۵۵	۲-۴. تعریف مضمون.....
۵۶	۲-۵. شبکه مضامین.....
۵۷	۲-۶. فرایند تحلیل مضمون.....
۵۸	۱-۲-۶. آشنا شدن با داده‌ها.....
۵۹	۲-۲-۶. ایجاد کدهای اولیه و کدگذاری.....
۵۹	۳-۲-۶. جستجو و شناخت مضامین.....
۶۰	۴-۲-۶. ترسیم شبکه مضامین.....
۶۱	۵-۲-۶. تحلیل شبکه مضامین.....
۶۱	۶-۲-۶. تدوین گزارش.....
۶۲	۳. معیارهای ارزیابی پژوهش.....
۶۳	فصل سوم: یافته‌های پژوهش.....
۶۳	۱. یافته‌های پژوهش.....
۸۶	۲. تشریح مضمون‌های فراگیر.....
۸۶	۲-۱. ویژگی‌های مبلغ در نگاه امام صدر.....
۸۶	۱-۲-۱. اخلاص.....
۸۸	۲-۱-۲. استقامت.....

۹۱	۳-۱-۲. تواضع و فروتنی
۹۲	۴-۱-۲. عدالت طلبی
۹۶	۵-۱-۲. نظم و هماهنگی در تبلیغ
۹۸	۲-۲. شیوه‌های تبلیغ امام موسی صدر
۹۹	۱-۲-۲. تسامح و سهل‌گیری
۱۰۰	۲-۲-۲. الگوسازی
۱۰۳	۳-۲-۲. استفاده از دین در امور زندگی
۱۰۶	۴-۲-۲. تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت
۱۰۸	۵-۲. تبلیغ مبتنی بر فطرت
۱۱۰	۱-۳. بزار تبلیغی امام صدر
۱۱۰	۱-۳-۲. گفت‌وگو با تمام
۱۱۲	۲-۳-۲. سخنرانان
۱۱۳	۲-۴. هدف تبلیغ در نگاه امام صدر
۱۱۳	۱-۴-۲. پرورش اندام در راه کمال
۱۱۵	۲-۴-۲. معرفی صحیح امام
۱۱۷	۳-۴-۲. اصلاح محیط اجتماعی
۱۱۹	۲-۵. مخاطب‌شناسی در تبلیغ از نگاه امام صدر
۱۱۹	۱-۵-۲. شناخت مخاطب و آشنایی با نیازی روحی مخاطبان
۱۲۱	۲-۵-۲. اقناع و متقاعدسازی
۱۲۳	۳-۵-۲. آزادی مخاطبان در پرسش
۱۲۴	جمع‌بندی و نتیجه‌گیری
۱۳۷	منابع و مأخذ
۱۴۱	نمایه

فهرست جداول

۵۸	جدول ۱: فرایند گام به گام تحلیل مضمون و تحلیل شبکه مضامین
۶۴	جدول ۲: مضامین پایه
۸۱	جدول ۳: مضامین سازمان‌دهنده
۸۵	جدول ۴: مضامین فراگیر

مقدمه

مقوله تبلیغ، عنوان یکی از عناصر گسترش فرهنگ و اندیشه دینی همواره مورد توجه عالمان دین و اندیشمندان اسلامی بوده است. از منظر آموزه‌های اسلامی حفاظت و تبلیغ دین اسلام و معارف و ارزش‌های آن و جلوگیری از تحریف آن یکی از وظائف اصلی رهبر جامعه اسلامی است (جوادی آملی، ۱۳۸۱: ۲۴۳). رهبران انقلاب اسلامی نیز بارها در بیانات خود به اهمیت موضوع تبلیغ اسلامی پرداخته‌اند. امام خمینی (ره) در وصیت‌نامه الهی — سیاسی خود فصلی را در این باره اختصاص داده و در بخشی از صحبت‌های خود در اهمیت تبلیغ می‌فرماید: «مسئله 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. آن‌قدری که دشمنان ما از حربه تبلیغات استفاده می‌کنند از طریق دیگری نمی‌کنند و ما هم باید به مسئله تبلیغات بسیار اهمیت دهیم و از همه چیزهایی که هست، بیشتر به آن توجه کنیم» (صحیفه نور، ج ۱۸: ۳۷۳). شناخت شیوه‌های صحیح و کارآمد تبلیغ دین و نیز توصیف و تبیین الگوی تبلیغی مبلغان موفق و تأثیرگذار معاصر به ویژه در سطح رهبری جامعه اسلامی، به دلیل اشتراک شرایط فرهنگی و اجتماعی با زمان حال اهمیت دارد. بررسی شیوه عملکرد رهبران

اسلامی در زمینه تبلیغ دین می تواند جهت گیری کلی را در این زمینه مشخص کرده و پاسخگوی نیازهای تبلیغی جامعه باشد.

امام موسی صدر را می توان یکی از رهبران دینی موفق در زمینه تبلیغ اسلامی به شمار آورد. امام صدر در سال ۱۳۳۸ ه. ق به توصیه حضرات آیات عظام بروجردی، حکیم و شیخ مرتضی آل یاسین و همچنین بنا بر وصیت مرحوم آیت الله سید عبدالحسین شرف الدین، 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 محرومیت های اجتماعی و فرهنگی بودند و دود سید موسی صدر به لبنان در نیمه های دهه شصت، ایشان ناتوانی عام تملک رهبران سستی شیعه را در رویارویی با مشکلات ناشی از اصلاحات در لبنان، مساعده کرد؛ افزون بر آنکه پیوستن بسیاری از جوانان شیعه به سازمان های چپ گران لائیک را نیز با نگرانی شاهد بود (غریب، ۲۰۰۰: ۱۱۰-۱۱۲).

در این شرایط امام موسی صدر، محرومیت زدایی از شیعیان و مقابله با تبعیض های مذهبی علیه آنان را محور برنامه ایشان قرار دادند. ایشان طی دو دهه فعالیت خود در لبنان، علاوه بر اینکه در گراب و شیعیان لبنان به معارف اسلامی موفق بود، توانست به عنوان یک رهبر دینی تأثیر بسزایی در جلوگیری از جنگ ها و منازعات داخلی و بهبود شرایط سیاسی و اجتماعی لبنان بگذارد. تا جایی که اقدامات سازنده ایشان، منشأ پیشرفت و تحولات گسترده ای در سال های بعد و تاکنون شده است.

آیت الله سید موسی صدر برای حل این مشکلات، همزمان با آغاز فعالیت های گسترده دینی و فرهنگی خود در مناطق شیعه نشین لبنان، مطالعات عمیقی به منظور ریشه یابی عوامل عقب ماندگی اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی شیعیان لبنان به اجرا گذارد (غریب، ۱۳۸۵: ۱۵). 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 چندین‌ساله 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.

با نگاهی به فعالیت‌های امام موسی صدر به عنوان یک رهبر دینی تأثیرگذار به نظر می‌رسد که ایشان فهم عمیقی از اهمیت و جایگاه تبلیغ دینی دارند. 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 جمله تأثیرگذار در پذیرش دعوت به معارف دین است. ایشان معتقد بود که فقر فرهنگی ارتباط تنگاتنگی با فقر اقتصادی دارد. همچنان که این دو بی‌ارتباط 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 چاره‌اندیشی کرد. (باذری، ۱۳۸۱: ۵۶).

در مجموع می‌توان گفت اندیشه امام موسی صدر و شناخت الگوی تبلیغی ایشان می‌تواند برای جامعه کنونی راه‌گشا باشد. چرا که امروزه با گسترش رسانه‌های جمعی اندیشه‌های دینی بیش از پیش مورد هجوم قرار گرفته است و دشمنان اسلام تلاش می‌کنند با اسلام‌هراسی کاذب به اسلام کاهش یابد. بنابراین نیاز به بازنگری در چگونگی تبلیغ دین احساس می‌شود. اندیشه‌های امام موسی صدر از این جهت شایسته بررسی و تکوین‌پذیری است.

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، پابندی بیشتری به دین نشان دهند. بررسی و تبیین ابعاد این تجربه می‌تواند نویددهنده طراحی الگویی کارآمد از تبلیغ دین باشد. در این پژوهش محقق با بررسی سخنرانی‌ها، مقالات، مصاحبه‌های امام موسی صدر به دنبال الگوی تاریخی ایشان به عنوان یک مجتهد و مبلغ دینی موفق و تأثیرگذار بر یک جامعه متکثر فرهنگی و در تعامل با شیعیان لبنان می‌باشد.

کتاب حاضر مشتمل بر چهار فصل است. در فصل اول با عنوان «مبانی نظری پژوهش» بررسی تعریف تبلیغ و عناصر و روش‌ها و ویژگی‌های آن پرداخته شده است. همچنین با توجه به اینکه موضوع تبلیغ دینی را می‌توان از منظر علوم ارتباطات بررسی کرد به نظریاتی مانند اقناع و مخاطب‌شناسی نیز اشاره شده است. فصل دوم با عنوان «روش پژوهش» به طور مختصر به معرفی روش بکار گرفته شده در این پژوهش (روش تحلیل مضمون) می‌پردازد و از نحوه بکارگیری این روش در پژوهش حاضر توضیحاتی ارائه شده است. در فصل سوم نیز با عنوان «بافته‌ها» پژوهش داده‌های کیفی جمع‌آوری شده از مطالعه مجموعه ۱۲ جلدی «گام به گام با امام» با استفاده از روش تحلیل مضمون مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. پس از طی فرایند تحلیل مضمون، ۵ مضمون فراگیر با عنوان «ریزگی‌های مبلغ»، «شیوه‌های تبلیغ»، «ابزار تبلیغ»، «هدف تبلیغ» و «مخاطب‌شناسی در تبلیغ» تشریح شده است. در نهایت فصل چهارم با عنوان «جمع‌بندی و نتیجه‌گیری» تحلیل نهایی از داده‌ها ارائه شده است و مضامین به دست آمده در قالب شبکه مضامین ارائه شده است که می‌تواند به عنوان الگوی تبلیغی امام موسی صدر شناخته شود.