

الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

میثم فرخی*

نرگس دیده‌خانی**

چکیده

هدف از این پژوهش، بررسی الگوی تبلیغی امام صدر در تعامل با شیعیان لبنان با بهره‌گیری از روش تحلیل مضمون است. برای گردآوری و شناسایی مضامین مرتبط با الگوی تبلیغی امام صدر، ابتدا مبانی نظری اندیشمندان اسلامی بررسی شد، سپس با مطالعه کامل کتاب «گام به گام با امام» (۱۲ جلدی)، مضمون‌های مرتبط استخراج و کدگذاری گردیده است.

بررسی مجموعه‌ی آثار و فعالیت‌های امام موسی صدر نشان می‌دهد، ایشان الگوی متفاوتی از تبلیغ دین ارائه می‌کند. امام، مبلغ را یک مُصلِح اجتماعی می‌داند و با تأکید بر توجه به عدالت‌طلبی از سوی مبلغان، آنان را بر استقامت در راه تبلیغ فرا می‌خواند. هدف مبلغ از دیدگاه وی، پرورش انسان در راه کمال است و نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی و تربیت انسان می‌داند. امام در تبلیغ خود، از دو ابزار سخنرانی و گفتگو بیش از ابزارهای دیگر بهره‌گرفته‌اند. ایشان در بُعد شیوه‌های تبلیغی، پنج شیوه‌ی: تسامح و سهل‌گیری، استفاده از دین در امور زندگی، تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت، تبلیغ مبتنی بر فطرت و الگوسازی را شیوه‌های مُرجح تبلیغی معرفی می‌کند. ایشان، خدمت به مردم را کارکرد اصلی ادیان می‌دانند و بر این باورند، تبلیغ دین از طریق خدمت‌رسانی به مردم و توجه به وضع معیشتی آنان می‌تواند در افزایش گرایش به دین موثر باشد؛ لذا در حوزه‌ی مخاطب‌شناسی، مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی را ضروری می‌داند.

کلیدواژه‌ها

تبلیغ، الگوی تبلیغی، امام موسی صدر، شیعیان لبنان.

مقدمه

تبلیغ دین، از موضوعاتی 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: ص ۲۴۳). بنابراین شیوه عملکرد رهبران اسلامی در زمینه تبلیغ دین، می‌تواند الگویی مطلوب از تبلیغ را فراروی پیروان و مبلغان نمایان سازد.

یکی از رهبران دینی موفق در زمینه تبلیغ، امام موسی صدر است. امام صدر در سال ۱۳۳۸ به توصیه حضرات آیات بروجردی، حکیم و شیخ مرتضی آل یاسین و هم‌چنین بنا بر وصیت مرحوم آیت‌الله سیدعبدالحسین شرف‌الدین، به عنوان جانشین ایشان برای هدایت شیعیان لبنان به آنجا رفت (احمدی، ۱۳۸۵: ص ۵). امام صدر، محرومیت‌زدایی از شیعیان و مقابله با تبعیض‌های مذهبی علیه آنان را محور برنامه‌های خود قرار داد. ایشان طی دو دهه فعالیت در لبنان، علاوه بر موفقیت در گرایش شیعیان لبنان به معارف اسلامی، توانست به عنوان یک رهبر دینی تأثیر به‌سزایی در جلوگیری از جنگ‌ها و منازعات داخلی و بهبود شرایط سیاسی و اجتماعی لبنان بگذارد؛ تا جایی که اقدامات سازنده او منشاء پیشرفت و تحولات گسترده‌ای در سال‌های بعد و تا کنون شده است.

اندیشه امام موسی صدر و شناخت الگوی تبلیغی ایشان می‌تواند برای جامعه کنونی راه‌گشا باشد؛ چراکه امروزه اندیشه‌های دینی مورد هجمه قرار گرفته و دشمنان اسلام تلاش می‌کنند با اسلام‌هراسی، مانع رشد اسلام و گرایش مردم به آن شوند. بر این اساس، بازنگری در چگونگی تبلیغ دین اسلام، یک ضرورت اساسی است و اندیشه‌ها و سیره تبلیغی امام صدر، شایسته مطالعه، بازخوانی و الگوبرداری است. پژوهش به دنبال پاسخ به این سؤال است که الگوی تبلیغی امام صدر در تعامل با شیعیان لبنان چگونه بوده است. سؤالات فرعی زیر، می‌تواند در دست‌یابی به پاسخ نهایی مورد توجه قرار گیرند:

۱. امام صدر به عنوان یک مبلغ اسلامی چه ویژگی‌هایی داشت؟

۲. هدف امام صدر از تبلیغ دینی چه بوده است؟

۳. ابزار تبلیغی امام صدر چه بوده است؟

۴. شیوه‌های تبلیغی امام صدر چه بوده است؟

۵. جایگاه مخاطب‌شناسی در الگوی تبلیغی امام صدر چگونه است؟

۱. پیشینه پژوهش

روش تبلیغی رهبران دینی، از موضوعاتی است که کم‌تر مورد پژوهش و ارزیابی قرار گرفته است. بررسی پیشینه پژوهش‌های صورت گرفته پیرامون شخصیت امام صدر، روشن می‌کند که عموم تحقیقات انجام‌شده به جنبه‌های سیاسی و اجتماعی شخصیت ایشان پرداخته اند و شیوه تبلیغی ایشان به عنوان یک مبلغ اسلامی مغفول مانده است. با این وجود، پیرامون شیوه تبلیغی رهبران دینی معاصر - از منظر ارتباطی - سه پژوهش زیر یافت شد:

۱. مروی (۱۳۷۹)، در پایان‌نامه خود با عنوان «شیوه‌های تبلیغی امام خمینی؛ در دوره‌های قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی»، به مطالعه شیوه‌های تبلیغی امام خمینی پرداخته است. در این پژوهش ابتدا با توجه به منابع اسلامی شیوه‌های تبلیغی در زمینه ساخت پیام به پنج‌گونه تقسیم شده است: ۱. شیوه‌های آگاهی‌دهنده عقلی و استدلالی ۲. شیوه‌های تأیید و موافقت و همفکری ۳. شیوه‌های دعوت و نصیحت ۴. شیوه‌های نهی و تحقیر و تهدید ۵. شیوه‌های احساسی و عاطفی و قلبی. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد؛ امام خمینی رسانه‌های نوشتاری را برای پیام‌های طولانی و رسانه‌های صوتی - تصویری را برای پیام‌های کوتاه مناسب و به کار گرفته‌اند.

۲. مادرشاهی (۱۳۹۳)، در پایان‌نامه خود با عنوان «گسترش تشیع در نیجریه: سبک رهبری و شیوه‌های تبلیغی شیخ ابراهیم زکزاکی»، به دنبال بررسی شیوه‌های تبلیغی «شیخ زکزاکی»؛ رهبر «جنبش اسلامی نیجریه» بوده است. ایشان از مصاحبه‌های نیمه‌استاندارد و نیز مصاحبه با متخصصان استفاده کرده است. نتیجه پژوهش از طریق تئوری‌سازی داده‌بنیاد به دست آمده است. شیوه‌های تبلیغی شیخ زکزاکی و تشکیلات جنبش اسلامی تحت رهبری ایشان، در قالب نمودار تبلیغ ارائه شده و به‌طور تفصیلی به بیان ابعاد مختلف فرایند تبلیغ؛ اعم از مقدمات، رویکرد، ماهیت،

محتوا، قالب‌ها، ویژگی‌های مبلغ و مراحل دعوت در جامعه نیجریه پرداخته شده است. عدم جداسازی و دیگر انگاشته‌نشدن مسلمانان غیر شیعه، از مهم‌ترین راهبردهای جنبش اسلامی نیجریه معرفی شده است.

۳. رباب صدر (۲۰۱۶)، مدیر مؤسسات امام صدر در لبنان در رساله دکتری خود با عنوان «الفلسفة فی الممارسة العملية مدخل الی قراءة الامام السید موسی الصدر» در دانشگاه لبنان به بررسی اندیشه‌های امام صدر پرداخته است. رساله دربردارنده یک مقدمه و شش فصل با عناوین: «خدا و ادیان»، «هستی و انسان»، «اخلاقیات در نگاه امام موسی صدر»، «ارتباط علم و دین»، «جامعه»، «وطن و جهان» است. محقق، در این رساله بر منحصربه‌فرد بودن سبک و روش امام صدر در جایگاه زعامت شیعیان تأکید کرده است.

۲. ادبیات نظری پژوهش

تعریف تبلیغ

«ابلاغ» در لغت، به معنی «رساندن» و «تبلیغ» به معنای «رسانندگی» است. اندیشمندان اسلامی تعاریف و رویکردهای مختلفی از تبلیغ دارند. در برخی از منابع، تبلیغ را یک فعالیت آموزشی دانسته‌اند. برخی با تأکید بر این که هدف تبلیغ، اقناع مخاطب است، تعاریف دیگری ارائه کردند. نکته مهم در تعاریف ذکر شده آن است که با «هدف پیام‌رسان، تنها ادای یک پیام نیست، بلکه مُبَلِّغ می‌کوشد؛ مخاطب خویش را قانع ساخته و به هدف مورد نظر مایل گرداند و احساس و گرایش او را برانگیزاند» (رهبر، ۱۳۷۱: ص ۸۰). مهم‌ترین ویژگی تبلیغ اسلامی برخلاف تبلیغ غیراسلامی، انگیزه الهی و تمایل به هدایت انسان‌ها در راه رشد و تکامل آن‌هاست. هم‌چنین در تبلیغ اسلامی، مُبَلِّغ از ابزار و وسایل نامشروع استفاده نمی‌کند. بر این اساس، تحقیق حاضر فرایند تبلیغ را چنین تعریف می‌کند: تبلیغ، فرایندی ارتباطی با استفاده از ابزار و شیوه‌های مشروع است که با رساندن پیام الهی سبب کمال و رشد انسانی می‌شود؛ بنابراین، محتوای تبلیغ نیز محتوایی معطوف به ارزش‌ها و هنجارهای الهی است.

عناصر تبلیغ

تبلیغ، از عناصری تشکیل می‌شود که مفهوم آن را عینیت می‌بخشند. این عناصر عبارت‌اند از: «پیام‌دهنده، گیرنده پیام، پیام تبلیغی و ابزار تبلیغ» که در ادامه به اختصار هر یک از آنها بیان می‌شود:

۱. پیام‌دهنده یا مُبَلِّغ

مُبلِّغ در اصطلاح و فهم عرفی، کسی است که عهده‌دار ارائه پیامی دینی در فرصت‌های مناسب برای تأثیرگذاری بر مخاطبان است (واسعی، ۱۳۸۶: ص ۳۹). می‌توان گفت؛ مُبلِّغ عامل بسیار مؤثر و جهت‌دهنده در امر دعوت و تبلیغ است. به همین دلیل، تربیت مبلغان، از اهمیت بالایی برخوردار است. شهید مطهری - از بزرگ‌ترین مبلغین دین اسلام - ویژگی‌های مُبلِّغ را «نصح و خلوص، پرهیز از تکلف، تواضع و فروتنی، رفق و نرمش، بشارت و انداز، صبر و استقامت» بر می‌شمارند (مطهری، ۱۳۸۷، ج ۱: ص ۲۱۲-۳۰۳).

۲. گیرنده پیام

عنصر دیگر تبلیغ، مخاطب و گیرنده پیام است. از آن نظر مبلغ به کار تبلیغاتی دست می‌زند که می‌خواهد دیگران را شریک افکار و معتقدات خود کند و گرنه، هیچ انگیزه و عاملی برای اظهار عقیده یا دعوت به مطلب مورد نظر وجود نخواهد داشت (رهبر، ۱۳۷۱: ص ۱۶۸). مخاطب از دیدگاه اسلام، موجودی مختار و دارای اندیشه آزاد است و تبلیغ، برای چنین انسانی صرفاً با هدف هدایت و روشنگری اوست. شناخت جریان‌های تبلیغی سالم و انتخاب خط‌مشی اسلامی را می‌توان تنها عامل تأمین‌کننده آزادی انتخاب و استقلال مخاطب دانست.

۳. پیام

سومین عنصر تبلیغ، پیام است. پیام، عبارت است از اعتقاد، اندیشه یا گرایشی که پیام‌دهنده، قصد انتقال آن را به پیام‌گیرنده دارد. پیام در تعابیر اسلامی همان «رسالت» است که پیام‌آوران الهی آن را ابلاغ نموده و مردم را به پذیرش آن فرا می‌خوانند (خندان، ۱۳۷۴: ص ۲۰۵).

در تبلیغ دینی، «پیام دینی» مد نظر است؛ به همین سبب، پیام مبلّغ باید برآمده از آموزه‌های دین و متعلق به معانی دینی باشد. علاوه بر این، پیام باید با موازین عقل و منطق زمان و نیازهای مخاطبان سازگار باشد و در عین پرباربودن، باید با احساسات عالی بشر و حوائج عینی، فردی، اجتماعی، مادی و معنوی نیز همراهی نماید (شریعتی سبزواری، ۱۳۷۹: ص ۲۲).

۴. ابزار تبلیغ

استفاده از ابزار در امر تبلیغ از دیدگاه اسلام، همانند خود تبلیغ در قالب اصل «مشروعیت» محدود و حدود آن نیز است. بنابراین، برای ترویج و تبلیغ اسلام صرفاً از ابزارهایی می‌توان کمک گرفت که مورد تأیید شرع باشد. در آموزه‌های اسلام ابزاری که قدرت تشخیص مخاطب را از بین ببرد و او را دستخوش احساس بی‌منطق کند، در تبلیغ اسلام جایگاهی ندارد. با توجه به آیات قرآن، احادیث و سیره معصومین : می‌توان به ابزارهای «عقل و وجدان، اسوه حسنه، سیره صالحان، داستان، تاریخ، شعر، پیک و نامه، سوگند» برای تبلیغ اسلام اشاره کرد.

جایگاه مخاطب‌شناسی در تبلیغات اسلامی

از منظر توحیدی، دو نوع دیدگاه نسبت به مخاطب وجود دارد: نگرش الهی (دینی) و نگرش غیرالهی (مادی). هر یک از این دو نگرش، اهداف خاصی را دنبال می‌کنند و به تبع آن اهداف، از ابزار خاصی نیز بهره می‌گیرند. نگرش مادی بر محور تأمین سود و سرمایه با بهره‌گیری از مخاطب استوار است. در نگرش دینی و اسلامی، برخلاف نگرش مادی، پایه و اساس تبلیغ، بهره‌گرفتن از مخاطب نیست، بلکه سودرساندن به اوست، با این تفاوت که سود و منفعت در این دیدگاه، معنای مادی خود را از دست می‌دهد و مفهومی الهی پیدا می‌کند که از آن با نام «هدایت» یاد می‌شود. بنابراین، اسلام مخاطب را عامل تأمین سرمایه نمی‌داند، بلکه او را مخلوقی نیازمند هدایت فرض می‌کند. هر مبلّغی برای این که در ارائه پیام، کارآمدتر عمل کند، ابتدا به شناسایی خصوصیات و خواسته‌های مخاطب می‌پردازد تا بر مبنای آن، از درست‌ترین شیوه تقسیم‌بندی استفاده کند (شرفی، ۱۳۸۷: ص ۲۰). اهمیت

مخاطب‌شناسی از آن‌جایی است که «ما در تبلیغ دست به‌گزینش می‌زنیم و ابتدا می‌اندیشیم که باید برای مردم متناسب با فهم آن‌ها، چه بگوییم. مسلم است که در تبلیغ، نمی‌توان تمامی دین را به یک‌باره به مخاطبان منتقل کرد. لذا این‌گزینش بسته به اینکه مخاطبان ما چه کسانی هستند، تفاوت می‌کند» (حاجی‌ابراهیم، ۱۳۸۵: ص ۳۶). نکته دیگر، توجه به نیاز مخاطب است؛ چنان‌که برخی آن را اساس مخاطب‌شناسی دانسته‌اند.

۳. روش پژوهش

برای پاسخ به سؤالات پژوهش، از روش تحلیل مضمون و شبکه مضامین استفاده می‌شود. تحلیل مضمون، جستجوی مضامینی است که برای توصیف پدیده مورد مطالعه مهم هستند و بنابراین نوعی بازشناسی الگوی درون داده‌ها است. شبکه مضامین نیز نقشه‌ای برای ترسیم و ساختاردهی این مضمون‌هاست. شبکه مضامین، بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (گدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان‌دهنده (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی در برگیرنده اصول حاکم بر متن به مثابه کل) را نظام‌مند می‌کنند؛ سپس این مضامین، به صورت نقشه‌های شبکه تارنما، رسم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح، همراه با روابط میان آن‌ها نشان داده می‌شود. (Attride-Stirling, 2010: p.385_405). روش گردآوری داده‌ها، روش کتابخانه‌ای است. مجموعه گفتارها، مصاحبه‌ها و مقالات امام صدر در مجموعه دوازده‌جلدی «گام‌به‌گام با امام» جمع‌آوری شده است.

۴. یافته‌های پژوهش

ابتدا مجموعه ۱۲ جلدی «گام‌به‌گام با امام» با دقت مطالعه شده و داده‌های مورد نیاز پژوهش فیش‌برداری شد. سپس داده‌ها در جدولی کدگذاری شده که در مجموع ۱۶۴ کد استخراج شد. در مرحله بعد، گدها تجزیه و تحلیل شده و مضمون‌های پایه از آن‌ها به دست آمد. نمونه‌ای از نحوه کدگذاری اولیه و استخراج مضامین پایه در جدول شماره ۱ آورده شده است. از آن‌جا که برخی از گدها شامل چند مضمون پایه‌ای بودند، تعداد

مضامین پایه‌ای در نهایت به ۲۰۳ مضمون رسید. سپس مضامین پایه‌ای مورد ارزیابی قرار گرفته و بر اساس مشابهت معنایی، مضامین دسته‌بندی شدند و در نتیجه، ۱۸ مضمون سازمان‌دهنده تدوین شد. خلاصه‌ای از مضامین پایه‌ای استخراج شده که این مضامین سازمان‌دهنده را تشکیل دادند، در جدول شماره ۲ نشان داده شده است. مضامین سازمان‌دهنده نیز با توجه به اهداف و سؤالات تحقیق به ۵ مضمون فراگیر منتهی شدند (جدول ۳) که در ادامه به تشریح آن پرداخته شده است.

جدول ۱: نمونه‌ای از جدول مضامین پایه

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
گفتگوی مطبوعاتی تاریخ ۱۹۶۱/۱۲/۲۲ ج ۱، ص ۲۴	ارتقای زندگی اجتماعی برای بهبود وضع دینی	فعالیت‌های دینی من، قبل از هر چیز، ارتقای زندگی اجتماعی مردم به‌طور عام و فرهنگ دینی مسلمین به‌طور خاص است. بر این باورم که تا وقتی زندگی اجتماعی مردم در این سطح است، وضع دینی آنان را نمی‌توان بهبود بخشید. از این‌رو، درصدد تأسیس مؤسسه‌ای اجتماعی در شهر صور هستم تا برای بیکاران اشتغال ایجاد کند، به نیازمندان یاری رساند، یتیمان را پناه دهد و با استفاده از شیوه‌های جدید به آنان حرفه و صنعت بیاموزد.	۱
گفتگوی مطبوعاتی تاریخ ۱۹۶۱/۱۲/۲۲ ج ۱، ص ۲۶	استفاده از شیوه تسامح در کنار نصیحت در ارتباط با جوانان	باید اعتراف کرد که جوانان آمال و آرزوهایی خاص خود را دارند. در عین حال، این بدان معنا نیست که در آرزوهای خود غرق شوند یا چندان افراط کنند که جسم و عقل‌شان در برابر حوادث بی‌اعتنا شوند. از این‌رو، در برخورد با جوانان، هم از شیوه تسامح استفاده می‌کنم و هم از نصیحت. من در مواجهه با جوانان، چشمی را باز می‌کنم و چشم دیگر را می‌بندم.	۲

ردیف	نکات کلیدی	مضامین پایه	منبع
۱-۳	باید به ابعاد فرهنگی و تمدنی اسلام در کنار آموزه‌های فقهی و اخلاقی آن توجه کرد. لازم است به مسائل پسران و دختران جوان و این آینده‌سازان کشور توجه داشت و همچنین، باید اسلام را به صورت برنامه و روشی برای ساختن جامعه‌ای خودکفا و عادل و توسعه‌یافته به آنان معرفی کرد. از نقش زن در جامعه نباید غفلت شود. باید به او توجه داشت و او را در جایگاه واقعی‌اش قرار داد و	معرفی اسلام به عنوان برنامه‌ای برای ساختن جامعه توسعه‌یافته	گفتگوی مطبوعاتی تاریخ ۱۹۷۰/۶/۸ ج ۲، ص ۳۹۷
۲-۳	ملاحظه‌کاری و احتیاط بی‌مورد را درباره‌ی آنان در امور تبلیغی اسلام کنار گذاشت. باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤال را مطرح کنند.	عدم ملاحظه‌کاری بی‌مورد درباره زنان در امور تبلیغی	تاریخ ۱۹۷۰/۶/۸ ج ۲، ص ۳۹۷
۳-۳	ملاحظه‌کاری و احتیاط بی‌مورد را درباره‌ی آنان در امور تبلیغی اسلام کنار گذاشت. باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤال را مطرح کنند.	از بین بردن تکلف میان مبلغ و مردم برای پاسخ‌گویی به سؤالات	
۴	درباره‌ی وظیفه‌ی علما، فکر می‌کنم همین که حقیقت ناب اسلام را برای مردم بیان کنند، کافی باشد. وقتی حقیقت اسلام با زبانی مناسب و نرم مطرح شود، خودِ جوامع و مسلمانان پیش از همگان درخواست خواهند یافت که درمان همه‌ی گرفتاری‌ها، مشکلات و عقب‌ماندگی‌های‌شان در اسلام است. بنابراین، وظیفه‌ی علما در زمان حاضر، ارائه‌ی درست و مخلصانه‌ی اسلام با قلب و زبان است.	ارائه‌ی درست و مخلصانه‌ی اسلام توسط علما	مقاله تاریخ ۱۹۷۳/۷/۲۰ ج ۳، ص ۲۶۸
۵	به خدا سوگند، آنانی که از روحانیان می‌خواهند عمامه و مسجدهای‌شان را حفظ کنند و از حد آن فراتر نروند، بازمانده‌ی همان کسانی هستند که در اروپا توطئه‌چیدند و مردم را بیرون راندند. همان‌ها که پروردگار خود را در کلیساها و در مساجد	محدود نکردن دین در مساجد	سخنرانی تاریخ ۱۹۷۵/۱/۲۰ ج ۵، ص ۱۴۷

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
		محبوس کردند و خواستند تا میدان برای آنان خالی بماند تا به طغیان و ستمگری و بازی با مصالح مردم بپردازند. نه، خدا هم در مسجد است، هم در بازار و هم در میدان جنگ. مردان خدا، بندگان خدا و مؤمنان به خدا نیز باید به همه این امور اهتمام ورزند، هر کسی بنا بر تخصص و شایستگی خود.	
سخنرانی تاریخ ۱۹۷۵/۷/۲۶ ج ۶، ص ۱۶۳	پشتیبانی و حمایت علمای دین از محرومان برای تحقق عدالت اجتماعی	توصیه به همه علمای دین در جهان اسلام و به همه مؤمنان و کسانی که آرزوی تحقق یافتن هدف‌های اسلامی را دارند، که به مقتضای اوضاع کشورشان، از محرومان و ستم‌دیدگان پشتیبانی کنند و دفاع از مسائل آنان را سرلوحه کارهای خود قرار دهند و برای تحقق عدالت مبارزه کنند؛ هر چند که نیاز به تاوان سنگین و فداکاری‌های بزرگ باشد.	۶
سخنرانی تاریخ ۱۹۷۷/۱۰/۲۳ ج ۸، ص ۴۰۲	تقویت بُعد معنوی و تهذیب نفس در مبلغان	رهبران مسئول در جهان اسلام نیازمند سه عنصر هستند: تقویت بُعد معنوی و تهذیب نفس در مبلغان؛ جهان امروز با وجود پیشرفت‌های مادی و بلکه به سبب همین پیشرفت، مشتاق صفای روحی و وارستگی از مادیات است و باید اعتراف کرد که ظاهر [زندگی] بسیاری از علمای دینی این گونه نیست. من نمی‌گویم عالم و مبلغ دینی باید بهره‌گیری از زندگی دنیا را رها کند؛ چرا که اسلام رهبانیت و گوشه‌نشینی را رد می‌کند... سخن من این است که رشد وضع مادی زندگی انسان باید همراه با رشد جنبه معنوی باشد تا منحرف نشود و این چیزی است که مصرانه خواستار آن هستیم.	۷

منبع	مضامین پایه	نکات کلیدی	ردیف
سخنرانی تاریخ ۱۹۶۹، ج ۱۰، ص ۱۱۹	توصیه جوانان به اصلاح محیط اجتماعی	جوانان گوش کنید! انسانی که تابع محیط و جامعه خود است و در برابر مُد - هر اندازه که ناپسند باشد - تسلیم است و جرئت حق گویی و راست گویی ندارد، شجاعت امر به معروف و نهی از منکر ندارد و از محیط خود می ترسد، چنین انسانی مغلوب محیط است و هیچ تأثیری در محیط نمی گذارد و تنها از آن تأثیر می پذیرد. چنین فردی، مرده حقیقی است. انسان زنده، آن است که در پیرامون خود تأثیر می گذارد و سازنده جامعه خویش است. وضع خانه و امت و محیط خود را اصلاح می کند یا به اصلاح آن کمک می کند و در آن تأثیر می گذارد. چنین انسانی بر دشمن خود چیره می شود و سرنوشت آنان را رقم می زند و اجازه نمی دهد دشمنانش سرنوشت او را تعیین کنند.	۸

جدول ۲: جدول مضامین سازمان دهنده

مضمون های سازمان دهنده	مضامین پایه	ردیف
اخلاص	داشتن اخلاص در عمل، اخلاص در دعوت، نیت خالصانه، تقویت بعد معنوی و تهذیب نفس در مبلغان، خدمت مخلصانه	۱
استقامت	ایستادگی در برابر موانع و مشکلات و حمله ها استقامت در برابر تهمت ها و تهدیدها پذیرفتن دشواری های دعوت طبیعی و سودمند بودن دشواری های دعوت یاری حق و تسلیم نشدن در برابر زور مقاومت و ایستادگی در راه حق	۲

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۳	عدالت‌طلبی	ارائه شعارهای اصیل درباره حق و عدالت عدالت‌طلبی در همه شکل‌های آن و در همه سطوح برقراری عدالت برای نیازمندان و اهتمام به امور محرومان برطرف کردن محرومیت و گسترش عدالت توجه به عدالت اجتماعی و اقتصادی تلاش علمای دین برای تحقق عدالت اجتماعی پشتیبانی و حمایت علمای دین از جنبش‌های عدالت اجتماعی
۴	تبلیغ مبتنی بر فطرت	دعوت مبتنی بر فطرت سازگاری دعوت اسلامی با فطرت بشر بنا نهاده شدن فطرت انسان‌ها بر پایه دین باور به امکان اصلاح همه انسان‌ها توجه به فطرت پاک انسان هماهنگی کامل دین و انسانیت
۵	تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت	دعوت به سوی تلاش برای بهبودی امور و اوضاع زندگی استفاده از ظرفیت سازندگی دین برای توسعه اجتماعی پیکار با جهل و فقر و عقب‌ماندگی و بی‌عدالتی اجتماعی برپایی بیمارستان‌ها و مؤسسات اجتماعی و حمایت از آن‌ها برپایی و فعال‌سازی جنبش‌ها و مؤسسات مربوط به زنان تاسیس مدرسه پرستاری برای تربیت پرستار متدین محبت و توجه به امور مردم و تلاش برای خدمت به مردم به حرکت درآوردن نیروها برای خدمت به جامعه و انسان
۶	استفاده از دین در امور زندگی	جلب اعتماد جوانان به توانمندی دین در انطباق با زندگی جدید محدودنکردن عبادت در مساجد توجه به جنبه‌های معنوی دین و همسازی آن با امور دنیایی

مضامین پایه	مضمون‌های سازمان‌دهنده	ردیف
<p>جدانکردن دین از زندگی و موثر نشان‌دادن تعالیم دینی در حیات انسان</p> <p>توانایی پاسخ‌گویی فقه شیعه به نیازهای بشر در قرن بیستم</p> <p>وارد کردن دین در زندگی روزمره</p> <p>معرفی اسلام به عنوان برنامه‌ای برای ساختن جامعه توسعه یافته</p> <p>وارد کردن دین به زندگی اجتماعی</p> <p>محدودنکردن اسلام در چارچوب مسجد و ایمان انتزاعی و عبادت</p>		
<p>ایجاد مرکز تربیت طلاب برای دعوت دینی</p> <p>عمل هماهنگ و منظم در تبلیغ</p> <p>کار منظم و کار دسته‌جمعی در تبلیغات</p> <p>نظم و هماهنگی در دعوت</p> <p>تبلیغ با عمل منظم و هماهنگ</p> <p>سازمان‌دهی، شرط اساسی برای موفقیت</p> <p>ایجاد تشکیلات تبلیغی شیعه</p> <p>بهره‌مندی از آمارهای دقیق و نو درباره مسلمانان و امور تربیتی آنان</p>	نظم و هماهنگی در تبلیغ	۷
<p>تواضع در دعوت، تواضع در نوع صحبت</p>	تواضع و فروتنی	۸
<p>دعوت به پیروی و الگوگیری از امیرالمؤمنین ۷ و پیامبر ۹</p> <p>افزایش معرفت و آگاهی در راه خدمت و تقویت اهداف امیرالمؤمنین ۷</p> <p>پیروی از امام در رفتار و تقویت دین</p> <p>حضرت زینب ۳ نمونه زن مجاهد و قهرمان</p> <p>الگوگیری از امام حسین ۷ در زندگی و جامعه</p> <p>الگوسازی از ائمه اطهار : برای دختران</p> <p>اصلاح زندگی با الگوگیری از امام حسین ۷</p>	الگوسازی	۹

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۱۰	گفتگو و تعامل	گفتگو و تبادل نظر ایجاد وحدت با گفتگو و تفاهم تلاش برای گفتگو دعوت علمای دین به هم‌گرایی و گفتگو گفتگوی سازنده عامل پیشرفت و سازندگی کشور
۱۱	تسامح و سهل‌گیری	استفاده از شیوه تسامح در کنار نصیحت در ارتباط با جوانان اسلام، دین مسامحه پرهیز از فشار و اجبار عدم ملاحظه‌کاری بی‌مورد درباره زنان در امور تبلیغی پرهیز از خشونت
۱۲	شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان	دسته‌بندی نکردن مخاطبان به دانا و نادان فهم شک‌ها و سؤال‌ها و اعتراض‌های مخاطب
۱۳	معرفی صحیح دین	معرفی صحیح اسلام اجرا و تفسیر صحیح و زنده از مبانی دینی معرفی درست و فراتر از چارچوب فعلی از دین ارائه درست و مخلصانه اسلام توسط علما توجه به اسلام حقیقی
۱۴	آزادی مخاطبان در پرسش	پاسخ‌گویی به سؤالات جوانان ورود علما در همه زمینه‌های اجتماعی و پاسخ‌گویی به سؤالات توجه علما به مشکلات موجود و ارائه جواب‌های کلی به مسائل زمانه از بین بردن تکلف میان مُبلِّغ و مردم برای پاسخ‌گویی به پرسش‌ها

ردیف	مضمون‌های سازمان‌دهنده	مضامین پایه
۱۵	روش سخنرانی	برگزاری جلسات سخنرانی سخنرانی در باشگاه و مدارس و دانشگاه
۱۶	اصلاح محیط اجتماعی	نقش دین در ذخیره نیروهای جوانان و جلوگیری از فساد و زیان پاک‌سازی کشور از عوامل فساد مبارزه با بی‌بندوباری و فساد وظیفه علمای دین و مصلحان جامعه ایجاد فضایی سالم و مناسب برای جوانان توجه به نقش دین در ایجاد نهضت‌های آزادی‌بخش و حمایت از آنها توصیه جوانان به اصلاح محیط اجتماعی
۱۷	پرورش انسان در راه کمال	ارتقا خانواده برای تکامل دینی و اخلاقی ایمان سبب رسیدن به کمال انسان‌سازی و تربیت انسان، وظیفه اصلی روحانیت پرورش انسان بر نامحدود بودن در کار و کارآمدی دعوت برای رسیدن به کمال تلاش برای تربیت و از نو ساختن انسان
۱۸	اقناع و متقاعدسازی	اهمیت اقناع روح مومنین متقاعدسازی عقلی و عاطفی اقناع‌سازی در اصول دین متقاعدسازی با دلیل و برهان و تجربه نیاز ایمان به دلیل و اقناع

جدول ۳: جدول مضامین فراگیر

مضمون‌های سازمان دهنده	مضمون‌های فراگیر	ردیف
اخلاص	ویژگی‌های مبلغ	۱
استقامت		
تواضع و فروتنی		
حق‌باوری و اعتقاد به امداد الهی		
نظم و هماهنگی در تبلیغ		
تسامح و سهل‌گیری	شیوه‌های تبلیغ	۲
الگوسازی		
استفاده از دین در امور زندگی		
تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت		
تبلیغ مبتنی بر فطرت		
گفتگو و تعامل	ابزار تبلیغ	۳
سخنرانی		
پرورش انسان در راه کمال	هدف تبلیغ	۴
معرفی صحیح دین		
اصلاح محیط اجتماعی		
شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان	مخاطب‌شناسی در تبلیغ	۵
اقناع و متقاعدسازی		
آزادی مخاطبان در پرسش		

تبیین مضمون‌های فراگیر و مضمون‌های سازمان دهنده آن‌ها

۱. ویژگی‌های مبلغ

۱-۱. اخلاص

از ویژگی‌های مهم مبلغ اسلامی از دیدگاه امام صدر، اخلاص فرد است. ایشان،

اخلاص را شرط اساسی هر دعوتی می‌دانند و معتقدند فعالیت‌هایی که با هدف اصلاح جامعه صورت می‌گیرد، باید با اخلاص کامل صورت گیرد تا اثرگذار باشد و هر چه اخلاص بیشتر باشد، قدرت اثرگذاری هم بیشتر می‌شود. ایشان تأکید می‌کنند برای این که مبلغان بتوانند اخلاص در تبلیغ را حفظ کنند، باید به رشد معنوی خود پردازند و البته تأکید می‌کنند که این به معنی گوشه‌نشینی نیست بلکه معتقدند که مبلغان برای جلوگیری از انحراف و کج‌روی در تبلیغات باید به رشد جنبه معنوی خود در کنار رشد وضع مادی توجه کنند.

۲-۱. استقامت

امام صدر، استقامت را عامل موثری برای نتیجه‌بخش بودن تبلیغ و دعوت اسلامی می‌داند؛ اگرچه دعوت اسلامی با دشواری‌هایی روبه‌رو است اما ایشان معتقدند این دشواری‌ها به سود دعوت و امری طبیعی است و فرد مُبَلِّغ باید در این راه استقامت و پایداری داشته باشد. ایشان، علاوه بر این که این دشواری‌ها را امری عادی و طبیعی می‌دانند، معتقدند اگر مبلغ به درستی حرکت خود باور داشته باشد، این دشواری‌ها سبب ارتقاء مقاومت و پایداری فرد می‌شود. امام صدر معتقدند؛ حق جویی و اصلاح باید با استقامت همراه باشد و مهم آن است که افراد نباید با امواج افکار عمومی که بر حق نیستند، همراه شوند بلکه باید در مقابل آن استقامت کنند و در این باره اشاره به کلامی از امیرالمومنین 7 بیان می‌کنند که نباید در این راه، از اقلیت بودن خود در برابر گروه مقابل بترسند.

۳-۱. تواضع و فروتنی

از برجسته‌ترین ویژگی‌های اخلاقی امام صدر به عنوان روحانی شیعه، تواضع و فروتنی ایشان است. برای نمونه، ایشان در پایان سخنرانی‌های خود درباره اسلام با این که به گونه‌ای جامع و شیوا به معرفی اسلام می‌پردازند، در نهایت تواضع بیان می‌کنند که نتوانستند حق مطلب را به جا بیاورند. آنچه از بررسی سخنرانی‌های ایشان به دست می‌آید، این است که لحن کلام امام صدر و رفتار ایشان با دیگران متواضعانه بوده است. تواضع و انصاف علمی امام موسی صدر نیز قابل توجه است. ایشان علی‌رغم فضل علمی هیچ‌گاه عقاید خود را به دیگران تحمیل نمی‌کردند.

۴-۱. عدالت‌طلبی

امام صدر، تحقق عدالت اجتماعی و بالابردن سطح اجتماعی محرومان را از وظایف و مسئولیت‌های عالمان دینی و مبلغان اسلامی می‌داند. ایشان معتقدند؛ تأثیر اندیشه‌های دینی و فردی ایشان بر جوانان در اثر فقدان عدالت اجتماعی و نبود فرصت‌های مناسب برای جوانان و نگرانی از آینده، بسیار محدود است. ایشان، فقدان عدالت اجتماعی را خطری بزرگ می‌دانند که اندیشه‌های دینی در اجتماع را تهدید می‌کند. بنابراین، امام صدر در راه تحقق عدالت اقتصادی و اجتماعی تلاش‌های بسیاری کردند و دغدغه‌های خود را در این زمینه در بیانیه‌ها، سخنرانی‌ها و مقالات مختلف تبیین کرده‌اند. از اقدامات عملی امام صدر برای تحقق عدالت اقتصادی و اجتماعی در لبنان می‌توان به تلاش برای مبارزه با فقر در شهر صور، تأسیس مدارس و کارگاه‌های فنی و اشتغال‌زایی برای جوانان، تأسیس جنبش محرومان و ده‌ها فعالیت دیگر از این دست اشاره کرد.

۴-۱. نظم و هماهنگی در تبلیغ

به اعتقاد امام صدر، اولین قدم در تبلیغ اسلامی، داشتن نظم و هماهنگی مبلغین است. به همین سبب یکی از انتقادات اساسی امام صدر به جریان تبلیغی زمان خود، فقدان نظم و هماهنگی در تبلیغ بود. ایشان، نبود یک سازماندهی منظم برای مبلغین را ضعف عمده تبلیغات اسلامی می‌دانستند و بر ایجاد یک تشکیلات منظم و هماهنگ برای تبلیغات تأکید داشتند. امام صدر با تشریح مشاهدات خود از فعالیت تبلیغی مسیحیان و اهل سنت در لبنان، عامل موفقیت این گروه‌ها را سازماندهی منظم می‌داند و تأکید دارند که شیعیان نیز باید هر چه سریع‌تر با ایجاد نظم و هماهنگی در تبلیغات عقب‌ماندگی خود را در این زمینه جبران کنند.

۲. شیوه‌های تبلیغ

۲-۱. تسامح و سهل‌گیری

امام صدر معتقدند که در تبلیغ اسلامی باید سخت‌گیری و محافظه‌کاری‌های بی‌مورد را

کنار گذاشت. ایشان معتقدند؛ روش آسان‌گیری تبلیغی، یک راه جایگزین برای اعمال نظر مُبلِّغ است. یعنی به جای آن که سخت‌گیری و شدت را مبنای ارتباط قرار دهد، نرمی و آسان‌گیری را مبنای قرار می‌دهد. در تبلیغات اسلامی که انسان مأمور به انجام تکلیف است و صرفاً به دنبال نتیجه نیست، این روش بیشتر لحاظ می‌شود. از نمونه‌های قابل توجه در فعالیت تبلیغی ایشان به روش تسامح، برخورد و تبلیغات ایشان با جوانان است. ایشان درباره مواجهه با جوانان با در نظر گرفتن شرایط و مقتضیات سنی آنان دست به تبلیغ می‌زنند و معتقدند در برخورد با جوانان، از شیوه تسامح و نصیحت استفاده می‌کنند.

۲-۲. الگوسازی

الگوسازی و اسوه‌پروری، از اصلی‌ترین روش‌های تبلیغ اسلامی توسط امام صدر بوده است. امام بر الگوبودن اهل‌بیت : تأکید داشتند و با تبیین ویژگی‌های ائمه اطهار، نمونه‌های انسان کامل را در منظر مخاطبان ترسیم کرده تا با اسوه قرار دادن آن‌ها، در مسیر تکامل گام بردارند. ایشان از ظرفیت‌های مراسمات دینی؛ شامل اعیاد و سوگواری‌ها استفاده می‌کردند و معتقد بودند که باید تلاش کنیم تا هرچه بیشتر در رفتار و اخلاق به پیشوایان دینی نزدیک شویم و آن‌ها را در دین‌داری الگوی خود قرار دهیم.

۲-۳. استفاده از دین در امور زندگی

امام صدر معتقد بودند؛ نباید دین را به اعمال عبادی در مساجد محدود کرد. ایشان بر اساس آموزه‌های دین اسلام - انجام هر فعالیت با نیت الهی را عبادت می‌داند - مردم را به بهره‌برداری از دین در امور عادی و روزمره زندگی خود فرامی‌خواند. ایشان با استفاده از این روش و وارد کردن دین در تمام شئون زندگی، مردم را به دین‌داری تشویق می‌کردند. امام صدر معتقد بودند؛ باید دین در زندگی دنیایی افراد نقش پررنگی داشته باشد و محدود در امور معنوی نشود. امام صدر به این نتیجه رسیده بودند که دین و مذهب باید در زندگی روزمره جوامع اسلامی وارد و عمل شود تا با ساماندهی آن، قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود را عملاً و با اقتدار نشان دهد.

۲-۴. تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت

امام صدر، خدمت به انسان را کارکرد اصلی ادیان می‌داند. ایشان باور داشتند؛ هیچ دعوتی نمی‌تواند بدون توجه به وضع معیشتی انسان به موفقیت دست یابد. از ویژگی‌های بارز امام صدر - که ایشان را از سایر رهبران دینی در لبنان متمایز می‌کرد - این بود که ایشان به‌طور جدی سعی در بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی سعی داشتند. هدف ایشان این بود که با استفاده از این روش، کارآمدی دین را در حل مشکلات برای مردم به‌ویژه قشر جوان نشان دهند و از این راه آنان را به دین‌داری و استفاده از ظرفیت‌های دین در پیشرفت جامعه تشویق کنند. امام صدر معتقد بودند؛ نه تنها عمل شخصی مبلّغ دینی باید نمایانگر صحت دعوت وی باشد، بلکه واقعیت‌های اجتماعی نیز باید تأییدکننده کارآمدبودن عمل مبلّغ باشد.

۲-۵. تبلیغ مبتنی بر فطرت

از دیگر روش‌های تبلیغی امام صدر، توجه به فطرت پاک انسان‌ها بود. ایشان دعوت دینی اسلامی را منطبق با فطرت بشر عنوان می‌کنند. بر همین اساس ایشان، همه مردم را برای پذیرش دعوت دینی آماده می‌دانند و معتقدند؛ اگر فطرت انسان‌ها را در امر تبلیغ مخاطب قرار دهیم، حتما نتیجه خواهیم گرفت؛ چنان‌چه شیوه انبیاء الهی و رمز پیروزی آنان نیز همین بوده است. هم‌چنین معتقدند مبتنی بر آموزه‌های اسلام، انسان‌ها همه خوب و بر فطرت پاک خلق شده‌اند. چه بسا منافع شخصی و فساد محیط از بروز آثار این فطرت جلوگیری می‌کند و انسان، مرتکب ظلم یا فساد می‌شود ولی حتی در همان حالت، فطرت وی او را به صلاح دعوت می‌کند.

۳. ابزار تبلیغ

۳-۱. گفتگو و تعامل

گفتگو و تعامل، از محوری‌ترین مبانی فکری و رفتاری امام صدر است که می‌توان از

آن به عنوان ابزار تبلیغی ایشان یاد کرد. امام صدر، همگرایی و گفتگو را مسئله‌ای می‌دانند که همه ادیان به آن فرمان داده‌اند و معتقدند؛ انسان باید در همگرایی دائمی با دیگران باشد. امام صدر، همگرایی و ارتباط و گفتگو را ابزار یادگیری و پیشرفت می‌دانند. ایشان معتقدند؛ گفتگو شیوه مناسب رسیدن به راه‌حلی برای برطرف کردن مشکلات است و بر این اساس، گفتگو در اسلام برای رسیدن به صلح است، به همین سبب، ایشان از همه ابعاد و ظرفیت‌های گفتگو بهره می‌بردند.

۲-۳. سخنرانی

سخنرانی و خطابه، از ابزارهای سنتی و رایج تبلیغ اسلامی است. امام صدر، همچون دیگر روحانیون شیعه از این ابزار استفاده می‌کردند، اما آنچه ایشان را از دیگر مبلغان متمایز می‌کرد، شیوه استفاده از این ابزار بود. ایشان جلسات سخنرانی خود را در یک مکان خاص، مانند مسجد محدود نمی‌کردند، بلکه در بسیاری از مکان‌هایی که در آن زمان، حضور یک روحانی شیعه در آن مرسوم نبود، مانند دانشگاه‌ها و باشگاه‌ها به سخنرانی می‌پرداختند. ویژگی دیگر سخنرانی‌های امام صدر، توجه به نیازهای مخاطب و پاسخ پرسش‌هایی است که برای مخاطب ایجاد می‌شود.

۴. هدف تبلیغ

۱-۴. پرورش انسان در راه کمال

امام صدر، ایمان به ارزش‌ها را راهی برای همبستگی، تعامل و اتحاد میان مردم و گروه‌ها می‌دانستند و معتقدند؛ دعوت و تبلیغ برای رسیدن انسان به کمال و پرورش استعدادهای اوست. امام صدر، نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی، رویاندن ارزش‌ها در نفس، تربیت انسان و ایجاد همبستگی و کارآمدی در مردم می‌دانند. از منظر ایشان روحانیون از نقش اصلی خود به خواست جامعه فاصله گرفته است. امام صدر، اسلام را کارخانه آدم‌سازی معرفی می‌کند که بشر را از عمق قلبش تا صورتی‌ترین حرکاتش تربیت می‌کند و او را به صورت جدیدی درمی‌آورد. ایشان به روشنی، تبلیغ دین را به عنوان

مقوله‌ای آموزشی رد می‌کنند و آن را موضوعی تربیتی می‌داند که در پی انسان‌سازی، رشد و تعالی انسان است.

۲-۴. معرفی صحیح دین

از دیگر دغدغه‌های امام صدر، معرفی صحیح و کامل دین است. ایشان باور داشتند اگر مبلغان و علمای دینی بتوانند حقیقت اسلام را به مردم معرفی کنند، خواهند دید که آمادگی پذیرش دین از سوی مردم بسیار بالا خواهد بود. امام صدر، علما را به پاسخ‌گویی نیازها و سؤالات مردم فرامی‌خواندند و معتقد بودند؛ علما و مبلغان دینی باید دین را درست معرفی کنند، به گونه‌ای که فراتر از چارچوب فعلی دین باشد. هم‌چنین توجه داشتند که با اجرای دین صحیح و تفسیر صحیح و زنده از مبانی دینی، اصلاح جامعه ممکن خواهد بود. باید دست مردم را در سختی‌ها بگیریم و هدایت کنیم. باید نظر خود را در هر زمینه‌ای اظهار کنیم و به هر سؤالی پاسخ دهیم.

۳-۴. اصلاح محیط اجتماعی

اصلاح محیط اجتماعی و پاکسازی آن از عوامل فساد از اهداف تبلیغی امام صدر به عنوان رهبر شیعیان بوده است. ایشان این امر را بر دوش مصلحان و عالمان دینی می‌دانستند. توجه ایشان به این مسئله تا جایی است که بیان می‌کنند که پاکسازی جامعه از عوامل فساد امری ضروری است که هرگز چیزی به اهمیت آن نمی‌رسد. امام صدر بیان می‌کنند که بدون ایجاد فضایی که عموم مردم به خصوص جوانان بتوانند در آن زندگی سالم و امکاناتی در حد کفایت داشته باشند، نمی‌توان جامعه را درمان کرد و جلوی فساد را گرفت.

۵. مخاطب‌شناسی در تبلیغ

۱-۵. شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی مخاطبان

امام صدر در روش خود به خوبی نشان می‌دهد که منطق گفتگو باید همراه با

«مخاطب‌شناسی» باشد. ایشان با شناخت درست از مخاطب روش‌های مختلفی را در مواجهه با افراد مختلف در پیش می‌گیرد. از ویژگی‌های برجسته امام صدر در تبلیغات مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت واقعی از نیازهای مردم بود. نزدیکی ایشان با عموم مردم سبب شده بود که ایشان درک درستی از مسائل و نیازهای مخاطب داشته باشد و بتواند تبلیغات خود را در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای روز مخاطب به انجام برساند. ایشان معتقد بودند در صورتی که معرفی صحیح دین با توجه به احتیاجات روحی مردم انجام شود تبلیغات نتیجه می‌دهد و همه طبقات، دعوت را می‌پذیرند.

۵-۲. اقناع و متقاعدسازی

امام صدر به عنوان یک مبلغ اسلامی متوجه بودند که تبلیغ باید به گونه‌ای باشد که در نظام باورهای مخاطب اثر بگذارد و این امر کار ساده‌ای نیست. ایشان باور داشتند که نظام باورهای یک انسان فقط بُعد معرفتی ندارد و سلسله‌ای از عوامل غیر معرفتی هم در تشکیل نظام باورهای انسان‌ها دخالت دارد. امام صدر امر و نهی کردن مخاطب برای تربیت را ساده‌ترین شیوه می‌دانند و معتقدند که این شیوه تأثیری محدود دارد و گاه با پیچیدگی‌ها و مسائل سلبی روبه‌رو می‌شود، به‌ویژه وقتی از خشونت استفاده می‌شود. ایشان شیوه برتر را این می‌دانند که مبلغ راه‌ها و ابزارهای متقاعدسازی را به کار بگیرد و بکوشد در عقل و دل فردی که در پی تربیت آن است، تأثیر بگذارد تا او را به هدف متقاعد کند و او را دوست بدارد تا بتواند به خود جذبش کند.

۵-۳. آزادی مخاطبان در پرسش

امام صدر از نگاه مخاطبان به مسائل نگاه می‌کردند؛ به گونه‌ای که مخاطب احساس کند نیازهای آن‌ها مورد توجه است. ایشان در مواجهه با مردم و به‌خصوص جوانان با محبت و همدلی به سخنان آنان گوش می‌دادند. امام صدر معتقد بودند باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤالی را مطرح کنند و مبلغان نیز باید نظر خود را در هر زمینه‌ای اظهار کند و به هر پرسشی که از جانب مخاطب مطرح می‌شود، پاسخ دهد.



شبکه مضمون‌های مرتبط با الگوی تبلیغی امام موسی صدر در تعامل با شیعیان لبنان

نتیجه‌گیری

بررسی مجموعه سخنرانی‌ها، مقالات، پیام‌ها و فعالیت‌های امام صدر نشان می‌دهد، ایشان الگوی متفاوتی از تبلیغ دین ارائه می‌کند. نگرش ایشان به تبلیغات فراتر از بیان آموزه‌های دینی و دعوت مردم به انجام دستورات دینی است. امام صدر به دنبال اثبات کارآمدی دین در حل مسائل روز و پیشرفت زندگی مادی است و بر این باور است که دین الهی برای زندگی و در خدمت انسان معنا می‌یابد. به همین سبب ایشان رسالت تبلیغی خود را بر بهبود شرایط اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی استوار می‌کند و آن را زمینه‌ای برای گرایش مردم به دین می‌داند چرا که در نظر ایشان در سطحی پایین از زندگی مادی، امکان رشد معنوی فراهم نیست.

از سخنرانی‌ها و درس‌گفتارهای تفسیری امام صدر چنین برداشت می‌شود که ایشان مبلغ را یک مصلح اجتماعی می‌دانند. در نگاه امام صدر تبلیغ اسلامی به دعوت مردم به انجام امور عبادی و موعظه بر منبر مساجد محدود نمی‌شود بلکه یک مبلغ اسلامی باید با حضور بی‌واسطه در بین مردم و شناخت نیازها و آگاهی از مشکلات معیشتی آنان در پی حل این مشکلات و ارتقا زندگی مادی آنان باشد. امام صدر به عنوان یک روحانی شیعه متصف به اخلاق اسلامی و دینی است که موارد بسیاری را شامل می‌شود اما مولفه‌های اخلاقی که ایشان را به عنوان یک مبلغ اسلامی در امر تبلیغ یاری می‌رساند اخلاص، استقامت، تواضع و عدالت طلبی است. ویژگی دیگر ایشان که به عنوان یک مبلغ اسلامی بسیار بر آن تأکید داشتند داشتن نظم و هماهنگی مبلغین در تبلیغات است.

هدف امام صدر و آنچه به دنبال دست‌یابی به آن از طریق تبلیغ دین بودند، بر سه محور: پرورش انسان در راه کمال، معرفی صحیح دین و اصلاح محیط اجتماعی استوار است. امام صدر نقش اصیل عالم دین را انسان‌سازی، رویاندن ارزش‌ها در نفس، تربیت انسان و ایجاد همبستگی اجتماعی می‌دانستند. بررسی عملکرد امام صدر نشان می‌دهد ایشان از دو ابزار بیش از ابزارهای دیگر برای رسیدن به اهداف تبلیغی خود بهره می‌بردند که شامل سخنرانی و گفتگو می‌شود. سخنرانی، متداول‌ترین ابزار در تبلیغ دین است اما امام صدر از این ابزار به شکل رایج آن استفاده نمی‌کرد. ایشان با بیان مسائل روز مردم و توجه به نیاز فکری مخاطبان در سخنرانی‌های خود، سبب توجه عموم مردم و به خصوص جوانان به سخنرانی‌های خود می‌شدند. نکته دیگر آنکه مکان و زمان سخنرانی نیز در مساجد و مراسمات دینی محدود نمی‌شد بلکه ایشان با حضور در میان مردم در مکان‌هایی مانند دانشگاه و حتی مکان‌های ورزشی به ایراد سخنرانی می‌پرداختند.

گفتگو و تعامل با مخاطبان نیز ابزاری است که امام صدر به آن توجه ویژه داشتند. ایشان بر ضرورت گفتگو، در جامعه متکثر لبنان تأکید می‌کنند و ارتباط و گفتگو را ابزار پیشرفت و یادگیری می‌دانند. امام صدر بیان می‌کنند که رسیدگی به خواسته‌های سیاسی و اجتماعی و پرداختن به سازندگی و پیشرفت کشور، تنها از طریق گفتگوی سازنده امکان‌پذیر خواهد بود. امام صدر به دلیل باورمندی به ارزش انسان و احترام به کرامت انسان‌ها، اساس ارتباط گفتگو محور را همراه با ادب می‌دانند. ایشان با اشاره به

آموزه‌های اسلامی در باب تکریم گفتار انسان‌ها، بیان می‌کنند که اسلام کلام سنجیده و پسندیده و قول سدید را کلید بهره‌مندی از خیر و خوبی و دفع زشتی و شر به شمار می‌آورد.

شیوه‌های تبلیغی امام صدر را می‌توان در پنج روش کلی دسته‌بندی کرد: تسامح و سهل‌گیری، استفاده از دین در امور زندگی، تبلیغ عملی مبتنی بر خدمت، تبلیغ مبتنی بر فطرت و الگوسازی. شناخت مخاطب و آشنایی با نیازهای روحی آنان از ویژگی‌های بارز الگوی تبلیغی امام صدر است. امام صدر با شناخت درست از مخاطب روش‌های مختلفی را در مواجهه با افراد مختلف در پیش می‌گرفتند. از ویژگی‌های برجسته امام صدر در تبلیغات، مطالعه میدانی مسائل اجتماعی و شناخت واقعی از نیازهای مردم بود. نزدیکی امام صدر با عموم مردم سبب شده بود که ایشان درک درستی از مسائل و نیازهای مخاطب داشته باشد و بتواند تبلیغات خود را در جهت پاسخ‌گویی به نیازهای روز مخاطب به انجام برساند. امام صدر احتیاجات روحی خاص مخاطبان خود را در نظر می‌گرفتند. بحث‌های امام صدر با توجه به احتیاجات روحی مخاطبان مطرح می‌شود. ایشان با واقع بینی به شرایط روحی و جسمی مخاطبان می‌نگرد و با دقت مشکلات آنان را مطالعه کرده و درصدد حل آن برمی‌آیند.

امام صدر بیان می‌کند که ملاک مبلغ برای تبلیغ دین نباید خوشامد مخاطب باشد و اگر چنین باشد، شرک است و مبلغ باید حقیقت دین را آن‌گونه که هست تبلیغ کند. در کنار این موضوع، ایشان معتقدند: در تبلیغ باید شرایط روحی مخاطبان و هم‌چنین شرایط زمانی را در نظر گرفت. ویژگی دیگر الگوی تبلیغی ایشان تلاش برای اقناع مخاطب و متقاعدساختن اوست. به همین جهت به آزادی مخاطب در بحث و پرسش نیز اهمیت ویژه‌ای می‌دادند. امام صدر معتقد بود باید تکلف میان مبلغ اسلام و مردم برداشته شود تا آنان بتوانند هر سؤالی را مطرح کنند و مبلغان نیز باید نظر خود را در هر زمینه‌ای اظهار کنند و به هر سؤالی که از جانب مخاطب مطرح می‌شود پاسخ دهند. ایشان تلاش می‌کردند سؤال‌ها و اعتراض‌های مخاطب را بفهمند و راه‌حل عملی برای مشکلات ارائه کنند.

کتابنامه

۱. احمدی، بهزاد (۱۳۸۵)، «شیعیان لبنان و توسعه نفوذ اجتماعی»، پگاه حوزه، ش ۱۹۰.
 ۲. جوادی آملی، عبدالله (۱۳۸۱)، ولایت فقیه، ولایت فقاها و عدالت، قم: نشر اسراء.
 ۳. حاجی ابراهیم، رضا (۱۳۸۵)، انسان مدرن و تبلیغ دین، قم: معاونت پژوهشی حوزه علمیه قم، دفتر طلاب جوان.
 ۴. رهبر، محمدتقی (۱۳۷۱)، پژوهشی در تبلیغ، قم: انتشارات بوستان کتاب.
 ۵. شرفی، علیرضا و دیگران (۱۳۸۷)، درسنامه اصول ارتباطات و مخاطب‌شناسی، تهران: انتشارات نهضت.
 ۶. شریعتی سبزواری، محمدباقر (۱۳۷۹)، رسالت تبلیغ، در مجموعه مقالات همایش نقش آموزش در تبلیغ دین، قم: دفتر تبلیغات اسلامی.
 ۷. صدر، رباب (۲۰۱۶)، الفلسفة فی الممارسة العملية مدخل الی قراءة الامام السید موسی الصدر، الدكتوراه، الجامعة اللبنانية.
 ۸. ضاهر، یعقوب (۱۳۹۶)، گام به گام با امام، ج ۱-۱۲، ترجمه: گروه مترجمان مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امام موسی صدر، تهران: مؤسسه فرهنگی تحقیقاتی امام موسی صدر.
 ۹. مادرشاهی، حسین (۱۳۹۳)، گسترش تشیع در نیجریه: سبک رهبری و شیوه‌های تبلیغی آقای شیخ ابراهیم زکزاکی، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی، دانشگاه امام صادق ۷.
 ۱۰. مروی، ابوالفضل (۱۳۷۹)، شیوه‌های تبلیغی امام خمینی در دوره‌های قبل و بعد از پیروزی انقلاب اسلامی، کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه علامه طباطبایی.
 ۱۱. مطهری، مرتضی (۱۳۸۷)، حماسه حسینی، ج ۱، تهران: انتشارات صدرا.
 ۱۲. واسعی، علیرضا و محمد شمس‌الدین دینانی (۱۳۸۶)، درآمدی بر روش‌های تبلیغی ائمه، قم: پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی، پژوهشکده تاریخ و سیره اهل بیت .:
13. Attride-Stirling, J. (2001), "Thematic Networks: An Analytic Tool for Qualitative Research", *Qualitative Research*, Vol. 1, No. 3, p. 385-405.