



Journal of Islamic Propagation

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

Methods of Obtaining Effective Communication in Propagation of Religion

Zahra Eftekhari*

Mohammad Hossein Afshari**

Abstract

Considering important skills in religion propagation can be the basis for the effectiveness of these types of activities. Lack of using these skills properly can give the propagators the belief that the people of this age have run away from religion. While in most cases, this false belief originates from the lack of proper application of the necessary skills in the matter of religion propagation. One of the very important skills that is the foundation and basic of propagation and it is necessary for religion propagators to learn it properly and use it in propagation is "effective communication skill" which consists of two skills "the art of listening" and "the art of speaking". In this article, after explaining the terms of skills, life skills, skills of communication and propagation, the components of effective communication have been explained. Finally, this article aims to express the methods of acquiring effective communication skills, which are separately focused on the steps of acquiring this skill, and the harms of not using it are mentioned. This article has been authored using the document method (library) with the aim of strengthening the effective communication skills of religion propagation.

Keywords

Life skills, effective communication, art of listening, art of speaking, religion propagation.

* Level Three (M.A), Al-Zahra University. zahef1370@gmail.com

** Level Four of (PhD) Islamic Seminary of Qom and M.A in counseling and psychology. mohajerha@yahoo.com



شیوه‌های کسب ارتباط مؤثر در تبلیغ دین

* زهرا افتخاری

** محمدحسین افشاری

چکیده

توجه به مهارت‌های مهم در امر تبلیغ دین، می‌تواند زمینه‌ساز اثربخشی این نوع از فعالیت‌ها باشد. عدم به‌کارگیری درست این مهارت‌ها، می‌تواند این باور را به مبلغان دهد که مردم این عصر از دین‌گریزان شده‌اند؛ درحالی‌که در اغلب موارد، این باور نادرست، نشئت گرفته از عدم به‌کارگیری درست مهارت‌های لازم در امر تبلیغ دین است.

یکی از مهارت‌های بسیار مهم که به‌گونه‌ای شالوده و اساس شکل‌گیری تبلیغ بوده و لازم است مبلغان دینی آن را به‌درستی آموخته و در تبلیغ به کار بگیرند، «مهارت ارتباط مؤثر» است که خود از دو مهارت «هنر گوش دادن» و «هنر سخن گفتن» تشکیل شده است.

در این نوشتار، پس از تبیین واژگان مهارت، مهارت‌های زندگی، مهارت‌های ارتباطی و تبلیغ، به تبیین مؤلفه‌های شکل‌دهنده ارتباط مؤثر پرداخته شده است. در نهایت، آنچه هدف این نوشتار است، بیان شیوه‌های کسب مهارت ارتباط مؤثر است که به طور جداگانه به بیان گام‌های کسب این مهارت توجه شده و از آسیب‌های عدم به‌کارگیری آن نیز سخن به میان آورده شده است. این مقاله، به روش اسنادی (کتابخانه) و با هدف تقویت مهارت ارتباط مؤثر مبلغان دینی تدوین گشته است.

کلیدواژگان: مهارت‌های زندگی، ارتباط مؤثر، هنر گوش دادن، هنر سخن گفتن، تبلیغ دین.

* سطح ۳ جامعه الزهراء (ع): zahef1370@gmail.com

** سطح ۴ حوزه علمیه قم و کارشناس ارشد مشاوره و روانشناسی: mohajerha@yahoo.com

مقدمه

به اذعان اندیشمندان حوزه علوم اجتماعی، امروزه برای زیست درست در دنیایی که پیچیدگی‌های بسیاری با آن عجین شده، لازم است مهارت‌هایی را به کار گرفت که یاریگر انسان در رفع تعارض‌ها و رسیدن به آرامش و سعادت باشد. از این روی، عقل حکم می‌کند برای داشتن یک زندگی مناسب، مهارت‌هایی را که بدان نیازمند هستیم، بیاموزیم.

برخی از این مهارت‌ها به جهت حرفه یا شغلی که فرد انتخاب کرده، دارای اهمیتی دوچندان است؛ به عنوان مثال، مهارت‌های ارتباط مؤثر که یکی از مهارت‌های مهم در زندگی است، برای فردی که شغل و حرفه‌اش به طور خاص مرتبط با دیگران است و ارتباط با مخاطب، جزء جدانشدنی آن است، نیاز شدیدتری بدان احساس می‌شود.

در این میان، ضرورت دانستن این نوع از مهارت‌ها (مهارت‌های ارتباطی) برای مبلغان دینی امر مضاعفی است؛ چراکه یک تبلیغ اثربخش، زمانی تحقق پیدا می‌کند که ارتباط خوب میان او و گیرنده پیام دینی تحقق یابد.

چه بسیار مبلغانی که به لحاظ دانشی دارای سطح قابل توجهی از دانش هستند، ولی به دلیل اینکه به لحاظ مهارتی، مجهز به این ابزار نیستند، نتوانستند در امر تبلیغ موفق شوند و گاه این عدم موفقیت را از بی‌دینی و به معنای دیگر، دین‌گریزی مردم دانسته‌اند. از همین رو، لازم است مهارت ارتباط مؤثر که یکی از ده مهارت^۱ مهم در زندگی است، به درستی آموخته شود. نکته‌ای که در این میان قابل توجه است، اکتسابی بودن این مهارت‌هاست. برخی پندارشان بر این است که این مهارت‌ها، ذاتی است و توان یادگیری او بر دیگرانی که خالی از این مهارت‌ها هستند، امکان‌پذیر نمی‌باشد؛ حال آنکه این، یک برداشت نادرست است و می‌توان به راحتی این مهارت‌ها را یاد گرفت و در میدان عمل، پس از انجام تمارینی، آنها را به کار گرفت و بر اثربخشی فعالیت‌های تبلیغی خود افزود.

۱. مهارت‌های دهگانه زندگی، عبارت‌اند از: مهارت حل مسئله (Problem-solving skills)؛ مهارت تصمیم‌گیری (Decision making skills)؛ مهارت خودآگاهی (Self-awareness skills)؛ مهارت تفکر انتقادی (Critical thinking skills)؛ مهارت تفکر خلاق (Creative thinking skills)؛ مهارت برقراری ارتباط مؤثر (Effective communication skills)؛ مهارت همدلی کردن (Empathy skills)؛ مهارت تنظیم هیجان (Emotion regulation skills)؛ مهارت مقابله با استرس (Coping with stress skill).

پژوهش حاضر، در جهت پاسخگویی به این پرسش است که شیوه‌های ارتباط مؤثر در تبلیغ دینی به چه صورتی است؟ چه ضرورتی بر یادگیری مهارت ارتباط مؤثر وجود دارد؟ مؤلفه‌های شکل‌دهنده به یک ارتباط مؤثر در تبلیغ دینی چیست؟ چه گام‌هایی را برای رسیدن به این مهارت باید به دست آورد؟ این پژوهش، به صورت توصیفی - تحلیل با جمع‌آوری اطلاعات مكتوب (روش اسنادی) نگاشته شده است.

در باره مهارت‌های ارتباط مؤثر، به طور خاص می‌توان این موضوع را در تولیدات علم روان‌شناسی مشاهده کرد و پایه‌های این نوشتار نیز بر اساس همین علم تدوین گردیده است. در خصوص پیشینه بحث، مقاله‌ای با عنوان: «راهبردهای ارتباطی در تبلیغ دین» (پگاه حوزه، ۱۳۸۸، ش ۶۰) یافت شد که البته به تبیین شیوه‌های علمی این مهارت در امر تبلیغ نپرداخته است.

تبیین مفاهیم

۱. مهارت

«مهارت» در لغت، به معنای چیرگی (proficiency)، صلاحیت (competence) و متخصص شدن (expertise) به‌کاررفته است (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۱). صاحب‌نظران مختلف، مهارت را کاربست عملی یک دانش در حدّ چیرگی و با کمترین اشتباه می‌دانند (معافی، ۱۳۸۹، ص ۳۱). مهارت، اگرچه در عمل، رفتاری است که هر فرد، در تقابل مؤثر با یک مشکل و یا رفت یک نیاز در موقعیت‌های زمانی و یا مکانی از خودش نشان می‌دهد، اما یادگیرنده نیازمند شناخت آن رفتار و داشتن نگرش مثبت نسبت به انجام آن است که اگر این‌گونه نباشد، صورت تضمینی برای انجام یافتن صحیح آن رفتار وجود نخواهد داشت.

آنچه در اینجا به طور خاص مدنظر است، مهارت‌های زندگی است. تعاریف متعددی از مهارت‌های زندگی شده است. در تعریفی ساده، می‌توان مهارت‌های زندگی را این‌گونه تعریف کرد: «مهارت زندگی، آن نوع از مهارت‌ها و توانایی‌هایی است که موجب شکل‌گیری رفتارهای مثبت و سازگارانه در فرد می‌شود و برای رسیدن به موفقیت و شادکامی در زندگی روزمره و عادی، مورد نیاز است» (ادیب، ۱۳۸۲، ص ۲۴).

سازمان بهداشت جهانی (WHO) در سال ۱۹۹۴ میلادی، مهارت‌های زندگی را این‌گونه تعریف کرده است: «توانایی‌های روانی - اجتماعی برای رفتاری انطباقی و مؤثر که افراد را قادر

می‌سازد تا به طور اثربخش با مقتضیات و چالش‌های زندگی روزمره مقابله کنند و با آموزش این مهارت‌ها، باعث حفاظت از حقوق افراد، رشد آنها و جلوگیری از معضلات اجتماعی می‌شود.»

از جمله کارکردهای مهارت زندگی، این است که فرد را قادر می‌سازد تا طبق علایق خود عمل کند، برای خواسته‌های خویش بدون اضطراب ایستادگی کرده و احساسات صادقانه خود را ابراز کند و در نهایت، می‌تواند از حقوق شخصی خویش بدون نادیده گرفتن حقوق دیگران استفاده کند (تورنر، ۲۰۱۴، ص ۳۶۹).

در یک تقسیم‌بندی، مهارت‌های زندگی را می‌توان در چهار دسته قرار داد:

- الف. مهارت‌های متمرکز بر شخص: مهارت خودآگاهی و مهارت اعتمادبه‌نفس.
- ب. مهارت‌های متمرکز بر هیجان: مهارت‌های کنترل خشم، مهارت غلبه بر خلق منفی و مهارت مدیریت استرس.
- ج. مهارت‌های متمرکز بر ذهن و شناخت: مهارت حل مسئله، مهارت تفکر خلاق و مهارت تفکر نقاد.
- د. مهارت‌های متمرکز بر روابط: مهارت ارتباط مؤثر، مهارت قاطعیت و مهارت مذاکره و حل تعارض.

۲. ارتباط

ارتباطات، فرایندی از انتقال اطلاعات و ادراک عمومی از یک شخص به شخص دیگر است (کیتون، ۲۰۱۱، ص ۳۵) و ما هر لحظه و همه‌جا، در حال برقراری ارتباط با دیگران هستیم (اون، ۱۳۷۷، ص ۲۰)؛ به‌عنوان نمونه، با همکاران خود سخن می‌گوییم، جواب یک پیام را در فضای مجازی یا ایمیل‌های رسیده می‌دهیم و یا به خویشاوندان خود زنگ می‌زنیم.

برخی بر آن هستند که نمی‌توان برای ارتباط تعریفی را ارائه کرد که اتفاق همگان بر آن باشد (فاطمی راد، ۱۳۹۵، ص ۱۱) و علت را جوان بودن علم ارتباطات می‌دانند (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۳۹)؛ اما تئودور کلونگر، علت تعریف‌ناپذیری ارتباطات را در مباحث علمی و پژوهشی، ناشی از این امر می‌داند که فعل «Communicate to» به معنای «ارتباط برقرار کردن»، در واژگان عام به‌خوبی جا افتاده است. بنابراین، ارائه تعریف علمی از آن، به‌راحتی امکان‌پذیر نخواهد بود (لیتل جان، ۱۳۸۴، ص ۳۵).

علاوه بر این علل، می‌توان گفت ارتباط به‌موجب تداخل در علوم مختلف، محل پذیرش تعاریفی صنفی شده است؛ از جمله اینکه در علوم ارتباطات اجتماعی، واژه «ارتباط» در معنای انتشار، انتقال اطلاعات و اندیشه‌ها، ایجاد همبستگی‌های اجتماعی و اشتراکات فکری است. از دیدگاه علم روان‌شناسی نیز ارتباط، «فراگردی است حاوی تمام شرایطی که متضمن انتقال معنا باشد» (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۴۵). همچنین، در علم نشانه‌شناسی و مردم‌شناسی آمده است که ارتباطات، معنا را برای چرخش در سطح اجتماع به وجود می‌آورند یا ساختار می‌بخشند (فیاض، ۱۳۸۹، ص ۳۴۰).

مطالعه در باره ارتباط انسانی، تاریخ دیرینه و بلندمرتبه‌ای دارد و برخی پیشینه این علم بنیادی را به یونان و روم باستان می‌رسانند (میلر، ۱۳۸۰، ص ۱۷). امروزه مطالعاتی به طور خاص، مرتبط با ارتباطات و تبلیغات به‌صورت یک علم مستقل، در دانشگاه‌ها مورد مطالعه قرار می‌گیرد.

۳. مهارت‌های ارتباطی

مهارت‌های ارتباطی، به‌منزله آن دسته از مهارت‌هایی هستند که به‌واسطه آنها افراد می‌توانند درگیر تعامل‌های بین‌فردی و فرایند ارتباط شوند؛ فرایندی که افراد در طی آن، اطلاعات، افکار و احساسات خود را از طریق مبادله کلامی و غیرکلامی با یکدیگر در میان می‌گذارند (اعتمادی، ۱۳۹۴، ص ۱۴۴). کسب این مهارت به ما می‌آموزد که برای درک موقعیت دیگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهیم و چگونه دیگران را از احساس و نیازهای خود آگاه نماییم تا ضمن به‌دست آوردن خواسته‌های خود، طرف مقابل نیز احساس رضایت نماید.

وقتی می‌توان گفت این مهارت به‌درستی به کار گرفته شده که معنا و مفهومی که در ذهن فرستنده است و قصد ارسال آن را دارد (معنای موردنظر یا منظور)، با آنچه گیرنده از آن دریافت می‌کند و از خود نشان می‌دهد (معنای مورد مشاهده یا مشهود)، یکی باشد (فرهنگی، ۱۳۸۰، ص ۲۵). اگر فرستنده و گیرنده پیام قرار است آنها را به‌دقت به رمز در آورند و گیرنده پیام قرار است آنها را به‌دقت به رمز در آورند و رمز را کشف کنند، باید از علایم مشترکی با شیوه‌های مشابه آگاه باشند (محسنیان راد، ۱۳۸۹، ص ۲۰).

در مهارت ارتباط مؤثر با دیگران، می‌خواهیم شیوه صحیح ارتباط کلامی و غیرکلامی را بیاموزیم تا بتوانیم نظرها، عقاید، خواسته‌ها، نیازها و هیجان‌های خود را به طور صحیح ابراز

کرده و به هنگام نیاز از دیگران درخواست کمک و راهنمایی کنیم. ضعف در مهارت‌های اجتماعی، منشأ بسیاری از آسیب‌هاست.

بر اساس تعاریف بیان‌شده، می‌توان دو سطح در یک ارتباط را بیان کرد: ارتباط کلامی و ارتباط غیرکلامی (فاطمه الغریبایی، ۱۳۸۹، ص ۲۰). از جمله اجزای ارتباط می‌توان به محتوای کلام، توجه به ابعاد فرهنگی و خرده فرهنگی، چگونگی شروع کردن، زمان‌بندی ارتباط کلامی، ملاحظات موقعیتی، چگونگی جمع‌بندی و ختم ارتباط، تن صدا، آهنگ صدا، تماس چشمی، حالات چهره، ژست‌ها و حالات بدنی اشاره کرد (فاطمی راد، ۱۳۹۵، ص ۱۹-۱۷).

۴. تبلیغ دین

واژه «تبلیغ»، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ» به معنای رساندن چیزی به دیگری است (ابن‌منظور، ۱۴۱۴، ج ۸، ص ۴۱۹) و «مبلغ دین»، کسی است که با همه توان، تلاش می‌کند تا مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی که اندیشه و دل مخاطب است، برساند (محمدی ری‌شهری، ۱۳۹۲، ج ۱۵، ص ۷). معمولاً کاربرد این واژه در فضای فرهنگی ایران، محدود به فعالیت‌های طلاب و روحانیون حوزه‌های علمیه می‌شود. همان‌طور که جان اسپوزیتو در دانشنامه اسلام آکسفورد نیز اشاره می‌کند، تبلیغ یک واژه قابل جایگزین با «دعوت» (تبلیغ، یک ایمان و عقیده) است که در کاربردهای جدید و نوین آن به کار می‌رود (امیری، ۱۳۹۷، ص ۲۳۸).

شبوه کسب ارتباط مؤثر در تبلیغ دین

مؤلفه‌های ارتباط مؤثر

در یک ارتباط، سه مؤلفه اصلی وجود دارد که به آن ارتباط شکل می‌دهد:

۱. پیام؛

۲. گوینده (فرستنده پیام)؛

۳. شنونده (گیرنده پیام) (فاطمه معین الغریبایی، ۱۳۸۹، ص ۱۸).

در مورد ویژگی‌های یک پیام خوب، آنچه مهم است، پیدایش صحیح هر سه مؤلفه است تا بتوان گفت این پیام، یک پیام کامل و به‌درستی شکل گرفته است. اگر پیام مدنظر ارسال‌کننده، از سوی گیرنده به طور کامل دریافت شود، آن را می‌توان یک «ارتباط مؤثر» به شمار آورد؛ به عبارت دیگر، شاخصه مؤثر بودن یک ارتباط، تفاهم (دریافت مشترک) است.

از سوی دیگر، می‌توان گفت، اگر یک پیام به‌درستی از سوی گیرنده آن دریافت نشود، یک ارتباط غیر مؤثر بوده است (همان، ص ۱۵). سوءتفاهم، نارضایتی از ارتباط، احساس تنهایی و تعارض در میان افراد یک خانواده و یا جامعه، از بین رفتن اعتماد به نفس و درماندگی فرد در طول زمان به علت عدم توان ارتباط با دیگران، و کاهش توانایی فرد در مقابله با مشکلات زندگی، از جمله آسیب‌های یک ارتباط غیر مؤثر است (فاطمی راد، ۱۳۹۵، ص ۱۰).

نکته دیگر، آن است که در امر ارتباط، شناخت تیپ ادراکی مخاطب نیز دارای اهمیت است. به لحاظ تیپ ادراکی، اشخاص به افراد بصری، سمعی، لمسی، سلطه‌جو، حسابگر و سازگار تقسیم می‌شوند که برای آشنایی این تیپ‌ها می‌توان به کتاب‌های روان‌شناسی مراجعه کرد (سیدا، ۱۳۸۵، ص ۲۸-۳۳).

با یک نگاه میدانی به فعالیت‌های تبلیغی‌ای که در ایام مناسبی و غیر مناسبی اتفاق می‌افتد، می‌توان این آسیب را در فعالیت‌های تبلیغی‌ای که به صورت چهره‌به‌چهره یا بر سر منابر و جلسات سخنرانی صورت می‌گیرد، شاهد این بود که به علت ضعف در یکی از این مؤلفه‌ها، پیام به طور ناقص یا غیر صحیح به مخاطب انتقال پیدا کرده است و آن هدفی که از امر تبلیغ انتظار می‌رود، یعنی تعمیق باورهای دینی، اتفاق نمی‌افتد.

فردی که می‌خواهد در امر تبلیغ دینی موفق باشد، باید این مهارت را به‌درستی بیاموزد، با مؤلفه‌های آن آشنا شود و با تمارینی که در ادامه خواهد آمد، این مهارت را به‌درستی در خود و فعالیت‌های تبلیغی، نهادینه نماید.

مهارت‌های شکل‌دهنده ارتباط مؤثر

دو مهارت کلیدی در شکل‌دهی به یک ارتباط مؤثر نقش دارند. این دو مهارت، عبارت‌اند از:

الف. مهارت شنیدن (هنر گوش‌دادن)؛

ب. مهارت گفتن (هنر سخن‌گفتن).

در کنار هم بودن این دو مهارت، می‌تواند به شکل‌گیری مهارت کلان‌تر «ارتباط مؤثر» منجر شود.

الف. مهارت گوش‌دادن (هنر گوش‌دادن)

به‌گونه‌ای می‌توان این‌گونه بیان داشت که گوش‌دادن، پیش‌نیاز یک ارتباط مؤثر است و آن را می‌توان یکی از دشوارترین رفتارهایی دانست که انسان بدان احتیاج دارد.

رانکین، یکی از پژوهشگران پیش‌گام علم ارتباطات، در مطالعه‌ای به این نتیجه می‌رسد که ۴۵ درصد از مسیر شکل‌گیری ارتباط میان افراد و نیز کسب اطلاعات، از طریق گوش دادن است (کریمی، ۱۳۸۴، ص ۱۱۳).

برای ارتباط صحیح با دیگران، گام نخست، درک طرف مقابل است که این امر، با گوش سپردن به سخنان او حاصل می‌شود. این درک شدن، وابسته به آن است که هرآنچه او در ذهن دارد، به‌درستی شنیده شود تا بتوان با دنیایی که او در ذهن خود ساخته، آشنا شد.

انواع گوش دادن

می‌توان گوش دادن را بر سه گونه دانست:

۱. گوش دادن فعال: ^۱ گوش‌دانی است که شنونده، به‌طور کامل، دل در گرو سخنان گوینده دارد و اصل تمرکز او بر کلام گوینده است. عرب‌زبانان، به این‌گونه گوش‌دادن، استماع می‌گویند و نشان از آن دارد که شنونده به‌خوبی خود را در معرض کلام گوینده قرار داده است (معلوف، ۲۰۰۰، ص ۷۰۰).

نکته مهم آنکه هر گوش‌دادن فعالی، به فهم درست منجر نمی‌شود؛ چراکه ممکن است با وجود آنکه شنونده به‌خوبی گوش می‌دهد، ولی سخنان گوینده، فراتر از فهم او باشد و یا آنکه گوینده نتواند به‌خوبی آنچه را در ذهن دارد، بر سر زبان آورده و در مقام انتقال آن کلام باشد. از همین روی، در کنار مهارت گوش‌دادن، مهارت سخن‌گفتن نیز به میان آورده می‌شود که در این نوشتار به آن نیز خواهیم پرداخت.

۲. گوش‌دادن منفعل (کاذب): ^۲ گوش‌دانی است که مخاطب پیام، توجهی به گفتارهای گوینده ندارد. این نوع از گوش‌دادن، می‌تواند به علل مختلفی روی دهد. بی‌علاقگی به موضوع یا نفرت از گوینده، دو دلیل عمده در پیدایی این موضوع است. مبلّغی که به موضوع مناسب با سن مخاطب، جنس، مسائل و یا علایق او نپردازد، نمی‌تواند مخاطب خود را جذب کرده و از او خواهان همراهی باشد.

یکی دیگر از علل شایع در عدم گوش‌دادن، می‌تواند عدم‌پذیرش مبلّغ از سوی مخاطبان

1. active listening.

2. Passive listening.

باشد. عدم احاطه علمی کامل به موضوع، رفتارهای نامناسب مبلّغ در هنگام حضور در جلسه، اجباری بودن حضور مخاطبان در پای منبر و یا جلسه، نامناسب بودن فضای سخنرانی (به لحاظ شرایط آب‌وهوایی)، طولانی بودن جلسه، عدم به‌کارگیری درست وسایل صوتی و... می‌تواند از عمده علل شایع در همراهی نکردن مخاطبان و مستمعان باشد.

در روایات، به این‌گونه از گوش دادن اشاره شده است. در روایتی امام علی علیه السلام می‌فرماید: «ما کُلُّ ذِي قَلْبٍ بَلِيبٍ، و لا کُلُّ ذِي سَمْعٍ بِسَمِيعٍ، و لا کُلُّ نَاطِرٍ بِبَصِيرٍ (نهج البلاغه، خطبه ۸۸)؛ نه هرکه دلی دارد، خردمند است و نه هرکه گوش‌ی دارد، شنواست و نه هرکه چشمی دارد، بیناست.» در روایات دیگر، امیر مؤمنان، علی علیه السلام در مذمت مردم کوفه و عدم گوش دادن ایشان به سخنانشان که باید نتیجه‌اش اطاعت از آن حضرت باشد، این‌گونه می‌فرماید: «یا أَهْلَ الْكُوفَةِ، مُنِيتُ مِنْكُمْ بِثَلَاثٍ و اثْنَتَيْنِ: ضُمُّ دَوُوْ أَسْمَاعٍ، و بُكْمُ دَوُوْ كَلَامٍ، و عُمِّي دَوُوْ أَبْصَارٍ، لا أَحْرَاؤُ صِدْقٍ عِنْدَ اللَّقَاءِ، و لا إِخْوَانُ ثِقَّةٍ عِنْدَ الْبَلَاءِ (همان، خطبه ۹۷)؛ ای کوفیان! من به سه خصلت [که در شما هست] و دو خصلت [که اصلاً در شما نیست]، گرفتار شده‌ام: با اینکه گوش دارید، کر هستید و با اینکه سخن می‌گویید، گنگید و با اینکه چشم دارید، کورید [و اما آن دو خصلت که ندارید:] نه هنگام رویارویی با دشمن آزادگانی با صداقت هستید و نه به گاه سختی و بلا، برادرانی مورد اعتماد می‌باشید.»

۳. گوش دادن انتخابی: ^۱ در این نوع گوش دادن، فرد فقط به بخشی از صحبت‌های دیگری گوش می‌دهد. گوش دادن انتخابی، نه تنها به موضوع گفت‌وگو، بلکه به گوینده بستگی دارد (تیلور، ۱۳۹۹، ص ۶۶).

اصول گوش دادن فعال

برای تحقق گوش دادن فعال، لازم است به اصولی توجه کرد. این اصول، عبارت‌اند از:

اصل اول:

بکوشید در هنگام گوش کردن، قصدتان مثبت باشد. قصد مثبت می‌تواند یکی از این موارد باشد: قصد فهمیدن، جهت کمک کردن، به قصد یادگیری باشد و یا به قصد لذت بردن. این چهار مورد می‌تواند زمینه‌ساز یک گوش کردن فعال باشد.

1. selective listening.

هر قصدی غیر از این مقاصد چهارگانه، ما را به یک گوش دادن غیرفعال می‌کشاند. از همین روی، اولین اصل در گوش دادن فعال، آن است که قصدتان را از گوش کردن، یک قصد مثبت قرار دهید. اگر قصدی در یک گوش دادن باشد و موانعی هم در این بین نباشد، یک گوش دادن فعال شکل می‌گیرد. امام علی علیه السلام می‌فرماید: «عَوِّذُ أذُنِكَ حُسْنَ الْإِسْتِمَاعِ (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰، ح ۶۲۳۴)؛ گوش خود را به خوب شنیدن عادت بده.»

برخی از مبلغان، قبل از گوش دادن درست به سؤال افراد، سعی می‌کنند جوابی را که در ذهن دارند، برای سؤال‌کننده بازگو کنند که این می‌تواند خطاهایی را به همراه داشته باشد. یکی از آسیب‌های آن، این است که شاید خود سؤال‌کننده همه ابعادی را که شما می‌خواهید به پاسخ آن بپردازید، نیاز نداشته باشد یا آنکه بخشی از جواب آن را خود می‌داند و نیاز به تأیید آن جواب از سوی شما دارد. از همین روی، لازم است در هنگام مواجهه با سؤال دیگران، به خوبی به سؤال ایشان گوش داده شده و زوایای آن پرسش به درستی مشخص گردد.

لازمه یک پاسخ درست، خوب گوش دادن به سؤال دیگران است. در روایتی از امام علی علیه السلام نقل شده که ایشان می‌فرماید: «إِنَّمَا الْبَصِيرُ مَنْ سَمِعَ فَفَكَّرَ وَنَظَرَ فَأَبْصَرَ وَانْتَفَعَ بِالْعِبَرِ (نهج البلاغه، خطبه ۱۵۳)؛ آگاه کسی است که بشنود، فکر کند و بنگرد. سپس، بصیرت یابد و از عبرت‌ها بهره گیرد.»

اگر مبلغی این فرصت را به گوینده بدهد که او با یک آرامشی سؤال خود را مطرح کند، می‌تواند شاهد یک ارتباط مؤثر میان او و خود باشد.

از جمله موانع گوش دادن مبلغان دینی را می‌توان این موارد دانست: ذهن خوانی (گوش دادن فرایم به جای پیام)، مرور ذهنی پاسخ، گوش دادن انتخابی، نصیحت کردن، منحرف کردن بحث، یکی به دو کردن، حق جانب بودن، ساکت کردن.

در سنت یاران پیامبر صلی الله علیه و آله این گونه آمده است: «مَنْ تَكَلَّمَ، أَنْصَتُوا لَهُ حَتَّى يَفْرَغَ (طبرسی، ۱۳۷۰، ص ۱۵؛ طباطبایی، ۱۳۶۶، ص ۱۸)؛ کسی که سخن می‌گفت، به او گوش می‌دادند، تا سخنش به پایان برسد.» این رفتار در مجالست با دیگران، حاصل آموزه‌های پیامبر اسلام صلی الله علیه و آله است؛ چراکه خود آن حضرت، عملاً چنین بود و با رفتار خویش به آنان این گونه درس آموخته بود.

در باره سیره علمی امام رضا علیه السلام نیز از ابراهیم بن عباس این گونه آمده است که: «وَمَا رَأَيْتُ

قَطَعَ عَلَى أَحَدٍ كَلَامَهُ حَتَّى يَفْرَغَ مِنْهُ (مجلسی، ۱۴۰۳، ج ۴۹، ص ۹۰)؛ آن حضرت را هرگز ندیدم که سخن کسی را قطع کند؛ مگر آنکه آن شخص از سخن خویش فارغ شود.»

اصل دوم:

کوشش کنید تا پرتکرارترین موانع ذهنی خود به هنگام گوش کردن را تشخیص دهید و خنثا نمایید. یکی از تمرین‌های خوب در این مورد، تهیه جدول «پایش موقعیت‌های ارتباطی» است. برای تهیه این جدول، دو ستون کشیده و در بخشی از این ستون، موقعیت‌های ارتباطی و در بخش دیگر، موانع گوش دادن در آن موقعیت را ثبت می‌کنید. بعد از گذشت مدت زمانی، پی می‌برید که کدامیک از این موانع، پرتکرارترین موارد بوده و بعد از آن، به اصلاح آن مانع اقدام کنید.

اصل سوم:

پس از اتمام پیام یا واحد پیام‌گوینده از «بازگویی» استفاده کنید. برای تمرین آن، می‌توانید از تکنیک «نقل قول» (paraphrasing) استفاده نمایید. نقل قول، یک مهارت مهم زبانی و آکادمیک است و وقتی انجام می‌شود که شما نظراتی که خوانده‌اید یا شنیده‌اید را با استفاده از جمله‌بندی و کلمات خودتان بیان کنید. برای تمرین، لازم است که شما یک متن را بخوانید و مفهوم آن را با کلمات خودتان بیان نمایید.

کاری که شما باید به‌عنوان یک شنونده خوب انجام دهید، آن است که مفهوم را به‌درستی درک کنید و با زبان خودتان، آن‌گونه که برای گوینده نیز قابل فهم باشد، بیان کنید. این روش، در مقابل تکنیک «خلاصه کردن» (summarising) است که شما فقط نکات مهم متن و یا سخنان طرف مقابل را بیان می‌کنید. پس، توجه داشته باشید که نباید خلاصه کنید؛ بلکه باید با زبان گوینده و مطابق با فهم او، بازگویی کنید.

بازگویی سخنان گوینده، چند مزیت را به همراه دارد:

* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا موانع ذهنی گوش دادن را خنثا کند.
* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا برداشت غلط خود را در ابتدای ارتباط، شناسایی و اصلاح کند.

* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا هدیه‌ای به نام شنیده‌شدن را به گوینده ببخشد.

* بازگویی به شنونده این امکان را می‌دهد تا به تسهیل فرایند ارتباط کمک کند.

چهار نوع بازگویی وجود دارد:

۱. بازگو کردن عین عبارات یا گفته‌های گوینده (پیام‌های طولانی): در اینجا مبلغ می‌تواند کلامی را که از دیگری شنیده است، برای او به طور مفصل بازگو کند. از جمله مزیت‌های این گونه بازگویی، آن است که گوینده سخن، این برداشت را می‌کند که مبلغ به درستی به سخنان او توجه کرده است و برای او ارزش قائل است؛ اما باید به این نکته توجه کرد که استفاده از این شیوه، زمانی کارآمد است که مبلغ وقت کافی برای این ارتباط داشته باشد؛ وگرنه استفاده از این شیوه، کارایی ندارد.

۲. بازگو کردن احساسات گوینده (پیام‌های کوتاه): در این شیوه، مبلغ دینی پس از اتمام کلام شخص، به بیان احساسات گوینده می‌پردازد؛ به‌عنوان نمونه، «از صحبت‌هایی که کردید، مشخص هست خیلی خوشحال‌اید که این اتفاق خوب در زندگی دوستان افتاد» و یا اینکه «ناراحت هستید از اینکه نتوانستید این کار خیر را انجام دهید.»

۳. بازگو کردن منظور گوینده (پیام‌های کوتاه): برای بازگو کردن منظور، کافی است پس از اتمام سخن، به بیان کلی منظور گوینده از سخن پرداخت؛ برای نمونه، «پس، منظور شما این هست که اگر این اتفاق نمی‌افتاد، شما هم به ادامه تحصیل می‌پرداختید؟» این گونه بازگو کردن، می‌تواند در قالب سؤال مطرح شود.

۴. خلاصه‌گویی (پیام‌های طولانی): که ترکیبی از سه نوع بازگویی ذکر شده است.

اصل چهارم:

پس از بازگویی، اقدام به شفاف‌سازی (clarification) ماهیت پیام گوینده، از طریق «روشن‌سازی» می‌کنید. از طریق روشن‌سازی، دو چیز مشخص می‌شود:

الف. روشن کردن ماهیت مشکل؛

ب. روشن کردن علت مسئله.

تنها ابزار مبلغ در این مورد، پرسیدن سؤال است؛ اما باید به این نکته توجه کرد که هر سؤالی، به شفاف‌سازی منجر نمی‌شود. برخی از سؤالات، ممکن است فضا را پیچیده و غبارآلود کند. پس، باید در این مورد، مبلغ دینی به دو امر توجه نشان دهد: نخست آنکه باید بر موضوعی که می‌خواهد ورود کند، تسلط داشته باشد و دوم آنکه قصد سؤال‌کننده، مثبت باشد؛ یعنی به قصد فهم بیشتر، یادگیری بهتر و یا همدلی صورت بگیرد.

اصل پنجم:

به دنبال روشن شدن پیام گوینده، بازخورد (feedback) بگیرید. بازخورد پاسخ‌های آشکار شنونده، به مطالبی است که از گوینده خبر آن را شنیده است (میلر، ۱۳۸۰، ص ۷۶). این بازخورد، باید صادقانه، فوری و حمایت‌گرانه^۱ باشد.

اصل ششم:

برای آنکه گوش دادن کاملی شکل بگیرد، باید از ابزاری به نام «زبان بدن» نیز بهره بگیرید. برای تحقق این امر، مبلغ باید چند عمل را انجام داد:

۱. روبه‌روی گوینده بنشینید و اندکی به طرف وی متمایل شوید.
۲. به گوینده نگاه کنید و تماس چشمی خود را حفظ نمایید.
۳. سرتان را تکان دهید و به طور متناوب، از کلمات تأییدی همچون «بله» و «آری» استفاده کنید.
۴. بکوشید تا چهره شما انعکاسی از احساسات گوینده باشد.
۵. فعالانه از تمامی موانع توجه، دوری کنید.

ب. هنر سخن گفتن

از مهارت‌هایی که هرکسی بدان نیاز دارد، مهارت سخن گفتن است. نعمت سخن گفتن، از جمله نعمت‌های الهی است که به انسان داده شده و به‌گونه‌ای یکی از شاخصه‌های تمایز انسان از غیرانسان، نعمت سخن گفتن است (طباطبایی، ۱۳۹۴، ج ۱۹، ص ۹۵). خدای متعال بعد از خلقت پُر راز و رمز انسان، فوراً به نعمت و عظمت «بیان» اشاره می‌کند و می‌فرماید: «الرَّحْمَنُ، عَلَّمَ الْقُرْآنَ، خَلَقَ الْإِنْسَانَ، عَلَّمَهُ الْبَيَانَ» (الرحمن، آیه ۱-۴)؛ به نام خدا که رحمتش بی‌اندازه است و مهربانی‌اش همیشگی، قرآن را تعلیم داد، انسان را آفرید و به او بیان آموخت. در معنای لغوی بیان، به هر چیز بین و آشکارکننده، بیان گفته می‌شود (نجار، ۱۹۸۹، ج ۱، ص ۸۰). با توجه به این معنا، نه فقط نطق و سخن، بلکه خط و انواع استدلال‌های عقلی و منطقی که بیانگر مسائل مختلف و پیچیده است، همگی در مفهوم بیان جمع است؛ هر چند آنچه در این نوشتار، منظور از بیان کردن، همان سخن گفتن است.

۱. منظور از حمایت‌گرانه، آن است که عزت نفس شخص نباید آسیب ببیند.

حقیقت سخن گفتن، از پیچیده‌ترین اعمال انسان است. اگر نقش بیان در تکامل و پیشرفت زندگی انسان‌ها و پیدایش و ترقی تمدن‌ها را در نظر بگیریم، اذعان خواهیم کرد که اگر این نعمت بزرگ نبود، انسان هرگز نمی‌توانست تجربیات و علوم خود را به‌سادگی از نسلی به نسل دیگر منتقل سازد.

امر تبلیغ دین هم به گونه بسیاری با سخن گفتن عجین شده است و به‌گونه‌ای دیگر، اگر سخن گفتن را از تبلیغ جدا کنیم، گویی بنیان آن را از بین برده‌ایم.

برای فهم بهتر مهم بودن این مهارت، کافی است به دعای موسی عَلَيْهِ السَّلَام توجه کنیم که از خدای متعال بعد از طلب شرح صدر و آسانی کار رسالت، باز شدن گره از زبان خود را می‌خواهد: «وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي، يَفْقَهُوا قَوْلِي (طه، آیه ۲۷-۲۸)؛ و گره از زبانش بگشاید؛ تا سخن مرا به طور عمیق بفهمند.» در این آیات، موسی عَلَيْهِ السَّلَام از خداوند می‌خواهد که «گره از زبانش» بگشاید؛ یعنی موانع فهم سخن او را برطرف سازد تا بتواند آن‌چنان فصیح و بلیغ سخن بگوید که هر شنونده‌ای به‌راحتی و عمیقاً سخنان او را درک کند. اینکه برخی از مفسران گفته‌اند که موسی در کودکی زبانش سوخته بود و در سخن گفتن، گرفتگی داشت و درخواست او مربوط به این مطلب بوده، مورد قبول برخی از مفسران نیست (مکارم شیرازی، ۱۳۷۳، ج ۱۳، ص ۱۸۷).

بر اساس تفسیر سوره نور، این دو آیه بیانگر سه نکته بسیار مهم است:

الف. نشان می‌دهد که ساده‌گویی و بیان روان، کمال است؛ «وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي».

ب. در هدایت و بسیج کردن مردم و روحیه دادن به نیروها و ارباب و تضعیف روحیه

طاغوت، زبان گویا بسیار مهم است؛ «وَاحْلُلْ عُقْدَةً مِّنْ لِّسَانِي»

ج. اصل، فهمیدن مردم است؛ نه اصطلاحات زیبا؛ «يَفْقَهُوا قَوْلِي» شرط موفقیت در

تبلیغ، آن است که مردم حرف مبلّغ را خوب بفهمند (قرآنی، ۱۳۷۵، ج ۵، ص ۳۳۵).

با بیانی که گذشت، مشخص شد که نمی‌توان برای «سخن گفتن» بدیلی قرار داد؛ گرچه

امروزه تصویر و رسانه، نقش خاصی را در ارتباط میان افراد ایفا می‌کند؛ ولی منبر و سخنرانی،

دارای جایگاه خاصی در میان انواع تبلیغات دینی است.

کارکردهای سخن گفتن

۱. یکی از راه‌های انتقال احساسات میان انسان‌ها، زبان است. انسان‌ها با سخن گفتن،

احساسات خویش را با دیگری در میان می‌گذارند؛ از جمله، دلخوری خود و شادی‌ای را که در

دل دارند، با کلماتی قابل فهم برای دیگری بیان می‌کنند.

۲. زبان و سخن گفتن، راهی برای بیان نیازهاست. در اوایل کودکی، این امر با زبان بدن هست. کودک با گریه به دیگران می‌فهماند که نیاز به خوراک دارد و یا مایل به توجه بیشتری از سوی دیگران است؛ اما وقتی سنّی از او می‌گذرد، نیازها تنوع پیدا می‌کند و اینجاست که دیگر زبان بدن، کفایت این امر را نمی‌کند. از همین روی، زبان، بهترین وسیله برای بیان این نیازهاست.

۳. زبان، راهی برای رسیدن به خواسته‌هایی است که در طول زمان تغییر می‌کند.

۴. زبان، وسیله‌ای است که با آن می‌توان خط‌قرمزها و دغدغه‌ها را برای دیگران بیان کرد. اینها بخشی از کارکردهایی است که سخن گفتن برای انسان به همراه دارد و بحث در این باره، بیشتر از این مواردی است که در اینجا بیان شد.

باید به این نکته اشاره کرد که نیک سخن گفتن، بخشی از نیازی است که مبلّغ باید به دنبال کسب مهارتش باشد. بخش دیگر آن، سخن نیک است که لازمه آن، این است که منبعی که سخن از آن نقل می‌شود، منبعی معتبر و قابل اطمینان باشد. سخنی باشد که نیک باشد و از سر جهالت نباشد.

سخن سنجیده گفتن، از صفات پسندیده انسان است و در مقابل بیهوده‌گویی و هرزه‌درآیی به کار می‌رود (تهوری، ۱۳۹۲، ص ۵). در اصل، سخن سنجیده، سخنی است که مقدمات آن از عقل سرچشمه گرفته باشد و باعث ارجمندی متکلم گردد (قاسمی، ۱۳۸۹، ص ۴). در آیه ۹ سوره نساء، خدای متعال انسان را به تقوای الهی و سخن گفتن استوار امر می‌کند؛ «فَلْيَتَّقُوا اللَّهَ وَلْيَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا» همچنین در سوره احزاب آیه ۷۰، خدای متعال از اهل ایمان خواسته است که خداترس باشند و سخن حق و صواب بگویند؛ «يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا». این امر، نشان از آن دارد که برای رسیدن به ایمان حقیقی، لازم است که در کنار داشتن تقوای الهی، کلامی حق مدار داشت.

مراحل پیام‌رسانی کامل

بدیهی است که اگر کارکردهای گفتن به درستی صورت نگیرد و خواسته‌ها، احساس‌ها و نیازها به درستی بیان نشود، پیام‌رسانی یک امر ناقصی خواهد بود. برای اینکه یک پیام‌رسانی توسط مبلّغ به صورت کامل صورت بگیرد، باید به نکاتی توجه کرد. نکاتی که در ادامه آورده شده، در دو قالب سخنرانی و نیز گفت‌وگوی چهره‌به‌چهره دارای کارکرد است. این نکات، عبارت‌اند از:

۱. زمان و مکانی برای گفت‌وگو و یا سخنرانی انتخاب شود که شنونده سخنان، آمادگی گوش دادن فعال را به سخنان گوینده داشته باشد. سخنرانی در فضای گرم و یا یک فضای سرد، نمی‌تواند به یک ارتباط مؤثر منجر شود. همچنین است، اگر جلسه سخنرانی در ساعات پایانی شب و یا در انتهای یک جلسه باشد. از همین روی، لازم است که سخنران با هماهنگی مدیران برگزاری جلسه، زمان مناسبی را برای سخنرانی انتخاب کند.
۲. لازم است سخنران، ذهن خود را از آنچه باعث می‌شود تمرکزش بر روی موضوع با خدشه روبه‌رو شود، دور نماید. سعی کند با آرامش خاصی در جلسه حضور یابد و برای حل مشکلات و دغدغه‌های خود، زمانی را در خارج از جلسه سخنرانی اختصاص دهد. یکی از بهترین تکنیک‌ها، آن است که این افکار رهن را در کاغذی یادداشت کرده تا بعد از جلسه سخنرانی، بدان‌ها پردازد.
۳. برای ورود به بحث، سعی شود مقدمه‌ای خوبی آماده شود تا بدان وسیله، با ایجاد انگیزه، توجه مخاطبان را بیشتر به خود جلب کند. داستان‌های مستند و واقعی، از جمله راه‌های ورود خوب به موضوع است که در هر گروه سنی، این شیوه دارای کارآمدی بسیار است.
۴. سعی شود صحبت‌ها شمرده‌شمرده باشد و مهم در سخن آن باشد که گوینده بخواهد به‌گونه‌ای سخن خود را به شنونده انتقال دهد که او به‌درستی آن را فهم کند. شمرده سخن گفتن، به‌گونه‌ای که کلمات به‌وضوح توسط شنونده درک شود، یاریگر وضوح پیام است. عدم توجه به این امر (شمرده‌شمرده سخن گفتن)، می‌تواند این باور را به شنونده انتقال دهد که گوینده سخن، دارای اضطراب است و یا اینکه اعتمادبه‌نفس او پایین است.
۵. در هنگام سخن گفتن، به تَن صدای خود توجه داشته باشد. تن صدا، نشان‌دهنده هیجانات گوینده است. باید توجه شود که در کجای سخن لازم است از صدای بلند، و در کجای سخن لازم است از صدای پایین استفاده کرد.
۶. به زبان بدن خویش توجه داشته باشد. نکته‌ای که در این میان هست و خود نیاز به نگاشتن یک پژوهش مجزاست، نقش زبان بدن در کنار این دو مهارت است. برخی از روان‌شناسان بر این باورند که انسان‌ها ۶۵ درصد عقاید و احساسات خود را بدون به‌کارگیری کلمات با دیگران در میان می‌گذارند (رایت، ۱۳۸۷، ص ۳۱).
۷. جمع‌بندی درستی از گفت‌وگو توسط مبلغ در انتهای صحبت یا سخنرانی صورت گیرد.

۸. سعی شود برای گفت‌وگو و یا سخنرانی زمان‌بندی کرد و با به انتها رسیدن زمان گفت‌وگو، صحبت را به پایان رساند. توجه به این نکات هشت‌گانه، می‌تواند بر اثربخشی ارتباط میان مبلغ دینی و مخاطب او بیفزاید.

نتیجه

توجه به هر ابزاری که می‌تواند یاریگر امر تبلیغ دین باشد، امری ضروری است. مهارت ارتباط مؤثر، یکی از همان ابزارهایی است که دارای کارکردهای فراوانی در امر تبلیغ دین است که اگر به‌خوبی از آن استفاده نشود و یا مورد غفلت واقع شود، تبلیغ دین شکل نمی‌گیرد. در ذیل مهارت ارتباط مؤثر، دو مهارت بسیار مهم هست که هر دوی ایشان، دارای اهمیت بوده و نمی‌تواند جایگزین دیگری شود. این دو مهارت، عبارت‌اند از «هنر گوش‌دادن» و «هنر سخن‌گفتن» که هر دو، از جمله مهارت‌های اکتسابی است که با برخی از تمارین و فعالیت‌های عملی می‌توان بدان دست یافت. برای کسب مهارت گوش‌دادن فعال، لازم است یک مبلغ به شش اصل اساسی توجه کند که مهم‌ترین آنها، گوش‌دادن به قصد فهمیدن کلام مخاطب است. در هنر سخن‌گفتن نیز بیان شد که مبلغ باید به دو مطلب بسیار مهم توجه کند: چه بگوید و چگونه بگوید. با توجه به پاسخ این دو سؤال، باید محتوا و قالب ارتباطی خویش را مشخص نماید. از همین روی، ضروری است همه مبلغان دینی با یادگیری درست این مهارت‌ها، آنها را در عرصه تبلیغ دین به کار گرفته و بر اثربخشی فعالیت‌های تبلیغی خود بیفزایند. بررسی شیوه‌های ارتباط مؤثر مبلغ دینی در رسانه‌ها و به‌طور خاص، فضای مجازی و نیز آموختن دیگر مهارت‌های زندگی، همچون حل تعارض‌ها، می‌تواند از جمله کارهای پژوهشی مرتبط با این موضوع باشند.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. نهج البلاغه.
۳. ابن منظور، محمد بن مكرم، ۱۴۱۴ق، لسان العرب، تصحيح: جمال الدين ميردامادي، بيروت، دارالفكر للطباعة والنشر والتوزيع.
۴. اديب، يوسف، ۱۳۸۲، «طراحی الگوی مناسب برنامه درسی و نوآوری های آموزشی»، سازمان پژوهش و برنامه ریزی آموزشی، شماره ۳.
۵. اعتمادی، عذرا، ۱۳۹۴، «بررسی رابطه مهارت های ارتباطی با صمیمیت زناشویی»، پژوهش های علوم شناختی رفتاری، شماره ۲.
۶. امیری، مجتبی، ۱۳۹۷، «برآوردی از پیامدهای روندهای دین داری در آینده تبلیغ دین»، مطالعات فرهنگ - ارتباطات، شماره ۴۵.
۷. اون، هارچی و کریستین، ساندرز و دیکسون، دیوید، ۱۳۷۷، مهارت های اجتماعی در ارتباطات بین فردی، مترجم: خشایار بیگی و مهرداد فیروزبخت، تهران، رشد.
۸. تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد، ۱۴۱۰ ق، غررالحکم و دررالکلم، تصحيح: سيد مهدی رجایی، قم، دار الکتب اسلامی.
۹. تهوری، نرگس، ۱۳۹۲، «تحلیل درون مایه های تربیتی در بهارستان جامی»، ماهنامه معرفت، شماره ۱۹۱.
۱۰. تیلور، شربی و تسلر، آلیسون، ۱۳۹۹، ارتباط کلید موفقیت شما، مترجمان: سید نادر آزاد صفت و فریبا قلعه نویی، تهران، ارجمند.
۱۱. رایت، آندره، ۱۳۸۷، ارتباط موفقیت آمیز با دیگران، مترجم: بهناز پیاده، تهران، شباهنگ.
۱۲. سیدا، محمد، ۱۳۸۵، ۱۲ گام ارتباط مؤثر، تهران، مادر.
۱۳. شریفی، عنایت الله، ۱۳۹۶، «مهارت های ارتباطی در قرآن»، پژوهش نامه معارف قرآنی، شماره ۳۰.
۱۴. طباطبایی، سید محمد حسین، ۱۳۹۴ق، المیزان فی تفسیر القرآن، لبنان، مطبعة التجارية.
۱۵. _____، وفقهی، محمد هادی، ۱۳۶۶، سنن النبی ﷺ، تهران، کتاب فروشی اسلامیة.
۱۶. طبرسی، حسن بن فضل، ۱۳۷۰، مکارم الأخلاق، قم، الشریف الرضی.

۱۷. فاطمی راد، محمدحسن و صابری فرد، لیلا و ناقل، صدیقه، ۱۳۹۵، روان‌شناسی ارتباط مؤثر، تهران، واینا.
۱۸. فرهنگی، علی‌اکبر، ۱۳۸۰، ارتباطات انسانی، تهران، خدمات فرهنگی رسا.
۱۹. فیاض، ابراهیم، ۱۳۸۹، تعامل دین فرهنگ و ارتباطات، تهران، شرکت چاپ و نشر بین‌الملل.
۲۰. قاسمی، رضا، ۱۳۸۹، «بازتاب مضامین اخلاقی کلام امام علی علیه السلام در شعر سعدی شیرازی»، فصلنامه اخلاق، شماره ۱۹.
۲۱. قرائتی، محسن، ۱۳۷۵، تفسیر نور، قم، مؤسسه در راه حق.
۲۲. کریمی، حسین، ۱۳۸۴، «هنر گوش‌دادن در ارتباطات» معرفت، شماره ۹۲.
۲۳. لیتل جان، استیفن، ۱۳۸۴، نظریه‌های ارتباط، مترجم: مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی، تهران، جنگل.
۲۴. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الانوار، تصحیح: جمعی از محققان، بیروت، دار احیای التراث العربی.
۲۵. محسنیان راد، مهدی، ۱۳۸۲، ارتباط‌شناسی، تهران، نبوی.
۲۶. _____، ۱۳۸۹، ارتباط‌شناسی، ارتباط انسانی، میان‌فردی، گروهی و جمعی، تهران، سروش.
۲۷. محمدی ری‌شهری، محمد، ۱۳۹۲، دانشنامه قرآن و حدیث، قم، دار الحدیث.
۲۸. معافی، محمود، ۱۳۸۹، «آموزش آداب و مهارت‌های زندگی»، رشد معلم، شماره ۲۴۸.
۲۹. معلوف، لوئیس، ۲۰۰۰، المنجد فی اللغة العربیة المعاصر، بیروت، دار المشرق.
۳۰. معین‌الغربائی، فاطمه، ۱۳۸۹، راهکارهایی برای بهبود روابط بین‌فردی، تهران، قطره.
۳۱. مکارم شیرازی، ناصر و دیگران، ۱۳۷۳، تفسیر نمونه، تهران، دار الکتب الإسلامیه.
۳۲. میلر، جرالدر، ۱۳۸۰، ارتباط کلامی، مترجم: علی ذکاوتی، تهران، سروش.
۳۳. نجار، محمدعلی، ۱۹۸۹م، المعجم الوسیط، استانبول، دار الدعوة.
34. Keyton, j. 2011. Communication and organization culture: A key to understanding workexperince. Thousand Oaks, CA: Sage.
35. Turner.N.E., Macdnald, J., & Somerest. 2014. "M. Life skills, mathematical reasoning and critical thinking: a curriculum for the prevention of problem gambling". Journal Gamble Stud 3.