



شیوه های برقراری ارتباط با مخاطبان در تربیت دینی کارکنان ناجا

پدیدآورده (ها) : حبیب زاده، اصحاب؛ عزیز کندی، محمد صادق
علوم تربیتی :: بصیرت و تربیت اسلامی :: بهار 1392، سال دهم - شماره 24 (علمی-
ترویجی/ISC)
از 23 تا 48

آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1043101>

دانلود شده توسط : کافی نت تخصصی نور
تاریخ دانلود : 20/05/1395

مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) جهت ارائه مجلات عرضه شده در پایگاه، مجوز لازم را از صاحبان مجلات، دریافت نموده است، بر این اساس همه حقوق مادی برآمده از ورود اطلاعات مقالات، مجلات و تألیفات موجود در پایگاه، متعلق به "مرکز نور" می باشد. بنابر این، هرگونه نشر و عرضه مقالات در قالب نوشتار و تصویر به صورت کاغذی و مانند آن، یا به صورت دیجیتال که حاصل و بر گرفته از این پایگاه باشد، نیازمند کسب مجوز لازم، از صاحبان مجلات و مرکز تحقیقات کامپیوتری علوم اسلامی (نور) می باشد و تخلف از آن موجب پیگرد قانونی است. به منظور کسب اطلاعات بیشتر به صفحه [فوائین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

www.noormags.ir

تاریخ دریافت: ۹۲/۳/۲

تاریخ پذیرش: ۹۲/۶/۱۹

شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان در تربیت دینی کارکنان ناجا

دکتر اصحاب حبیب‌زاده^۱

محمدصادق عزیزکندری^۲

چکیده

امروزه ارتباطات انسانی و شیوه‌های برقراری ارتباط از جایگاه ویژه‌ای در تمام حوزه حیات انسانی دارد. در حوزه تربیت دینی و آموزش مفاهیم و حیاتی نحوه برقراری ارتباطات جهت انتقال پیام به مخاطبان، نقش بسیار حائز اهمیت دارد. بنابراین، شناخت شیوه غالب ارتباطی، میزان اثربخشی تعاملات بین فردی و گروهی را افزایش می‌دهد. هدف تحقیق حاضر شناسایی شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان در تربیت دینی کارکنان ناجا است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی و به لحاظ روش توصیفی تبیینی از نوع پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کارکنان کلانتری‌های غرب تهران تشکیل می‌دهند. روش نمونه‌گیری، طبقه‌ای است که تعداد ۲۸۰ نفر بر اساس جدول مورگان انتخاب و مورد ارزیابی قرار گرفتند. ابزار گردآوری این پژوهش پرسشنامه استاندارد مهارت‌های ارتباطی و پرسشنامه محقق ساخته تربیت دینی است. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان بر تربیت دینی با ۶۲ درصد اثربخشی با ۹۹ درصد ضریب اطمینان در سطح ۰/۰۱ مورد تایید واقع گردید. همچنین شیوه احساسی با ۴۸ درصد و شیوه شنیداری با ۲۳ درصد و شیوه کلامی با ۴۸ درصد و شیوه غیر کلامی با ۵۸ درصد در سطح کمتر از ۰/۰۱ درصد مورد تایید واقع گردید. ضمن آنکه در بررسی مدل رگرسیونی از رگرسیون گام به گام استفاده گردید که در نهایت شیوه‌های غیر کلامی، احساسی و شنیداری توانستند با ۶۳ درصد، واریانس‌ها را تبیین کرده و بر تربیت دینی کارکنان ناجا اثرگذار باشند.

کلیدواژه‌ها: شیوه‌های ارتباطی، شیوه‌های شنیداری، شیوه‌های احساسی، ارتباط کلامی، ارتباط

غیر کلامی، تربیت دینی، کارکنان ناجا.

۱) استادیار علوم ارتباطات دانشگاه علوم انتظامی امین.

۲) کارشناس ارشد مدیریت فرماندهی. - درس: *مدیریت*

۱- مقدمه

ارتباطات انسانی را می‌توان مجموعه‌ای از فرآیندهای دقیق و زیرکانه دانست؛ هرچند این نوع ارتباط انباشته از صدها جزء ترکیبی (علایم، رمزها، معانی) است ولی مجموعه متنوعی از فرآیندها را تشکیل می‌دهد و انسان بر این اساس می‌تواند از ده‌ها روش مختلف، چه کلمات، ژست‌ها و حالات یا کارت‌های سوراخ‌دار و چه مکالمات خودمانی یا رسانه‌های گروهی و مخاطبان جهانی را به کار گیرد. هر وقت که مردم به نوعی، کنش متقابل داشته باشند در واقع با یکدیگر ارتباط برقرار می‌کنند. به عبارت دیگر، آنچه ارتباطات انسانی را از دیگر موجودات زنده متمایز و مشخص می‌سازد توانایی بسیار زیاد انسان‌ها در خلق و استفاده نمادها است. بر اساس این توانایی است که انسان‌ها مستقیماً و بی‌واسطه و یا غیرمستقیم و با واسطه، تجارب خود را با دیگران در میان می‌گذارند (فرهنگی، ۱۳۷۴: ۶). به عبارت دیگر ارتباطات، بیانگر فراگرد ایجاد معنی است. انسان‌ها از نمادها استفاده می‌کنند تا به دیگری ارتباط برقرار کرده و با این عمل منظور خود را به یکدیگر منتقل می‌کنند اما باید دانست که این نمادها موقعی معنی می‌یابند که بتوانند معنی مورد نظر را در ذهن مخاطب ایجاد کنند که لازمه این کار، وجود کدهای مشترک بین دو طرف ارتباط است. بنابراین ارتباط فقط انتقال پیام‌ها و نمادها نیست، بلکه ارتباط، شکل‌گیری معنی در ذهن است. معنی در درون ذهن انسان‌ها شکل می‌گیرد و آنچه بین آنها در هنگام برقراری ارتباط تبادل می‌شود تنها نمادها هستند. نمادهایی که به مخاطب انتقال داده می‌شود به این امید است که معنی مورد نظر فرستنده پیام را در ذهن مخاطب ایجاد کند (همانجا، ۱۳۷۴: ۱۲).

از طرفی سازمان‌ها امروزه نقش بسیار مهمی در زندگی انسان‌ها ایفا می‌کنند و مهم‌ترین عوامل سازمانی نیروی انسانی است. نیروی انسانی عامل پیچیده‌ای است که دارای انگیزه و نگرش‌های متفاوتی می‌باشد. این انگیزه‌ها و نگرش‌ها باید دائماً مورد بررسی قرار گیرند تا با توجه به نتایج این بررسی‌ها مدیران سیاست‌های لازم را در جهت بهبود

وضعیت موجود اعمال کنند (رئوفی، ۱۳۸۳: ۱۷).

گاهی ناتوانی کارکنان در برقراری ارتباط مناسب با سایر همکاران در محیط کار و یا وجود نگرش‌های منفی و بی‌انگیزگی در بین کارکنان سبب می‌شود که آنها قادر به انجام وظایف‌شان در حد مطلوب نباشند و در نهایت با کاهش بهره‌وری مواجه گردند (علاقه‌بند، ۱۳۸۷: ۴۵).

اهمیت ارتباطات تنها در مسائل درون‌سازمانی نیست و بر اساس تفکر سیستمی، در صورتی که کارکنان از وقایع و عکس‌العمل‌های محیط بی‌خبر بوده و بدون توجه به دنیای خارج سازمان عمل کنند، در واقع سازمان را به سمت یک سازمان بسته سوق می‌دهند. از دیدگاه سازمانی ارتباط یک امر ضروری است؛ زیرا اطلاعات را برای کارکنان فراهم آورده و موجب گسترش نگرش‌ها می‌گردد (حقیقی و همکاران، ۱۳۸۲: ۳۶).

یکی از جنبه‌های بسیار مهم در سازمان‌هایی که در فرهنگ ایدئولوژیک نقش‌آفرینی می‌کند، نحوه انتقال مفاهیم دینی به مخاطبان است که در این میان نقش ارتباطات انسانی امری انکارناپذیر می‌باشد. بنابراین، شناخت شیوه‌های مؤثر ارتباطی می‌تواند تا حدود زیادی به مدیران سازمان کمک کند تا پیام خود را با اثربخشی بالا به زیرمجموعه انتقال دهند.

هدف اصلی پژوهش حاضر شناسایی و تبیین تأثیر شیوه‌های برقراری ارتباط (مهارت‌های ارتباطی) در تربیت دینی کارکنان سازمان ناجا است. برای شناخت شیوه‌های ارتباطات مؤثر دینی، نویسندگان در پی پاسخ به سؤالات ذیل هستند: آیا شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان می‌تواند بر تربیت دینی کارکنان ناجا نیز تأثیرگذار باشد؟ و کدامیک از مؤلفه‌های شیوه‌های برقراری ارتباط بیشترین تأثیر را در تربیت دینی دارد؟

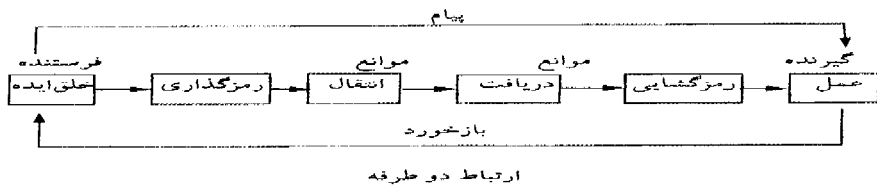
۲- مبانی نظری

ارتباطات مایه حیات هر سازمان آموزشی است، فرآیندی است که فرد، گروه و سازمان را به هم ربط می‌دهد. ارتباطات داده‌ها را از محیط به سازمان و ستاده‌ها را از سازمان به

محیط انتقال می‌دهد. همان‌طور که چستر بارنارد بیان می‌کند: «ارتباطات یک بخش مرکزی از سازمان را تصرف می‌کند زیرا ساختار، وسعت و حیظه سازمان تقریباً به‌طور کلی توسط شیوه‌های ارتباطی مشخص می‌شوند» یا آن‌گونه که دانیل کاتز و رابرت کان بیان می‌کند: «ارتباط عبارت است از جوهره سازمان» (سیادت و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳۶).

محوریت ارتباطات، برای کل حرفه مدیریت، موقعی آشکار می‌گردد که در نظر گرفته شود که مدیران چه مقدار زمان برای ارتباط برقرار کردن در سازمان صرف می‌کنند. نتایج دو پژوهش جداگانه در طیف گسترده‌ای از مدیران سازمان‌های مختلف نشان می‌دهد که مدیران ۸۰ درصد وقت خود را برای ارتباط با افراد و گروه‌ها تخصیص می‌دهند (سیادت و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳۶).

فرآیند ارتباط: فرآیند ارتباط شامل تبادل اطلاعات است بین یک فرستنده و یک گیرنده، نمودار (۱) نشان‌دهنده اجزای کلیدی فرآیند ارتباط است که دربرگیرنده یک مجموعه مراحل متوالی است. شامل: ایجاد پیام، رمزگذاری، انتقال دریافت، دریافت، رمزگشایی و عمل. به عبارت ساده‌تر، فرستنده ایده‌ای را به صورت پیام رمزگذاری می‌کند و آن را به گیرنده‌ای می‌فرستد که پیام را رمزگشایی کرده و بر اساس آن عمل می‌کند. موانع ارتباط می‌توانند در هر مرحله از فرآیند اتفاق افتند، لیکن بیشترین مانع بین مرحله انتقال و دریافت و نیز بین دریافت پیام و رمزگشایی اتفاق می‌افتد. با توجه به اینکه در مراحل فوق بازخوری وجود ندارد، لیکن برای انجام ارتباط مؤثر ضرورت دارد.



نمودار ۱: تصویر ارتباط دوطرفه (سیادت و همکاران، ۱۳۸۷: ۱۳۷)

مهارت‌های چهارگانه ارتباطات کلامی: مجموع روابطی را که از طریق گفتن و گفتگو

حاصل می‌شود از تباط کلامی می‌گویند. برای اینکه کارمند موفق باشد باید از کلمات با دقت استفاده کند. هر کلمه‌ای احساسات، عواطف خاص و عملکرد متفاوتی را در افراد برمی‌انگیزد. اگر کلمات درجا و مکان مناسب خود به کار برده شوند به سرعت برق بر جسم و روح افراد تأثیر می‌گذارند. بنابراین شایسته است در هنگام مواجهه با دیگران از به‌کارگیری کلمات منفی همچون: نمی‌توانم، غیر ممکن است، امکان ندارد، هرگز و... پرهیز شود. باید از نیروی کلمات و تأثیری که در دیگران دارند آگاه گردید.

کلمات در پیامی که به دیگری منتقل می‌گردد تأثیر فراوانی دارند. بنابراین از به‌کارگرفتن کلمات بر حسب عادات و بدون اندیشه خودداری کرد (یحیایی، ۱۳۸۱: ۵).

البته مطلب مهم این است که فرمان دادن یکی از برخوردهای محکوم به شکست است. برای این که سخنان نافذ و مؤثر واقع شود باید نظریات خود را با کلمات مناسب و در چارچوب مشخصی مطرح کرد، زیرا کلمات می‌توانند تأثیر مثبت داشته باشند و یا با ایجاد حالت تدافعی گفتگو را به بحث و جدل بکشانند. بیان الفاظ موزون و دلپذیر موجب می‌شود که شخص مقابل با متانت گوش فرا دهد حقایق را جمع‌بندی کند و به فکر حل مسئله باشد اما عبارات مغرضانه و کینه‌جویانه اغلب خشم فرد دیگر را برمی‌انگیزد و او را به جبهه‌گیری دعوت می‌کند و در نهایت روابط را به دشمنی و تعارض و نبرد می‌کشاند. یک کلمه باید دقیقاً مفهوم مورد نظر ما را دربرداشته باشد نه کمتر و نه بیشتر. به‌طور کلی، کلماتی را انتخاب باید کرد که دارای این ویژگی باشد: «صریح، کوتاه، دقیق، مؤدبانه، صحیح و پرمحتوا» (یحیایی، ۱۳۸۱: ۲۳).

برای درک مهارت‌های ارتباطی کلامی با چهار عنصر روبه‌رو می‌شویم (۱) شنیدن (مهارت شنیداری)؛ (۲) گفتن (مهارت کلامی)؛ (۳) خواندن (مهارت زبانی)؛ (۴) نوشتن (مهارت نوشتاری).

علایم کلامی: یکی از نشانه‌های اصلی خوب گوش دادن در تعاملات اجتماعی استفاده از علایم کلامی است. این علایم به‌صورت تصدیق، تحسین، انعکاس احساسات، تعبیر

و تفسیر کردن و در گفتار ما ظاهر می‌شود (کریس، ۱۳۷۹: ۳۸). بهره‌مندی از گفتار در تعاملات اجتماعی باید متعادل و متناسب با وضعیت و احوال شخص مقابل باشد؛ زیرا افراط و تفریط در گفتار یا پرسش سؤالات نابجا، باعث بی‌انگیزه شدن طرف مقابل به ادامه تعامل، از بین رفتن جو اعتماد و در نتیجه عدم کسب اطلاعات دریافتی کافی می‌شود.

علایم غیر کلامی: پیام‌های غیر کلامی هم ارادی هستند و هم غیر ارادی. مهم‌ترین مثال برای ارتباط غیر کلامی، بنیان چهره‌ای و اشاراتی بدنی، تن صدا و سکوت‌های بین کلمات است.

ارتباطات کلامی در نیروی پلیس: همان‌گونه که در سطور قبل اشاره شد زبان وسیله اجتماعی است که وقتی صحبت می‌کنیم واژه‌ها را بی‌هدف از دهان خارج نمی‌کنیم. بلکه مقصودمان ارتباط با دیگران و خطاب به آنهاست. صرفاً نمی‌کوشیم فرمان را بر زبان آوریم و بلند ادا کنیم. بلکه هدف‌مان این است بر کسی تأثیر بگذاریم. با صحبت کردن می‌خواهیم طرف مقابل‌مان مقصود ما را بفهمد و او نیز به سخنان‌مان گوش دهد تا مقصودمان را درک کند، آنچه می‌گوییم از گپ‌زدن‌های معمولی گرفته تا بازجویی‌های دادگاه و آنچه مخاطبان‌مان از صحبت ما درک می‌کنند هر دو از جمله فعالیت‌های اجتماعی اساسی است. ارتباط کلامی گسترده‌ترین نوع ارتباط است. ارتباط کلامی در هر جا از جمله در گفتگوهای غیررسمی در جریان انجام کار، در جلسه‌ها، گروه‌ها و کمیته‌ها و در سخنرانی‌ها و نمایش‌های رسمی تحقق می‌یابد. ارتباط شفاهی به دلیل آنکه علاوه بر کلمات، آهنگ، زیر و بم، سرعت و بلندی صدای گوینده را نیز دربرمی‌گیرد از قدرت خاصی برخوردار است. مقصود از ادای کلام، پرسیدن، قول دادن، پیشنهاد کردن، درخواست کردن، تشکر کردن، دستور دادن، تأکید کردن و غیره است. فعالیت‌های گفتاری را نمی‌توانیم در هر وضعیتی انجام دهیم، برای اینکه عملی گفتاری، بجا و به موقع باشد. بعضی شرایط باید برقرار باشد هماهنگی در هیچ کجا مهم‌تر از کاربرد زبان نیست. این اعتقاد وجود دارد که سخنگویان عموماً یا گفته‌هایشان مقصودی بیش از آنچه

عملاً بر زبان می‌آورند، دارند؛ به عبارت دیگر، در سخنان مفاهیم ضمنی زیادی به کار گرفته می‌شود ارتباط موفق هنگامی امکان پذیر می‌شود که فرستنده پیام خود را با گویش اصلی مورد استفاده مردم همان منطقه جغرافیایی، و یا گروه شغلی یا طبقه اجتماعی یا آموزشی سازگار کند (برکو و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۱۵).

ارتباطات غیر کلامی در ناجا: بر اساس مطالعات انجام شده مشخص گردید که ارتباطات غیر کلامی شامل کلیه ارتباطاتی است که افراد را به یکدیگر مرتبط می‌کند ولی جنبه کلامی و یا مکاتبه‌ای ندارد؛ حرکات فیزیکی، زبان حرکات بدن از این نوع ارتباطات می‌باشد (برکو و همکاران، ۱۳۸۴: ۱۱۷). ارتباطات غیر کلامی بسته به بافت ارتباط، اهداف مختلفی را برآورده می‌سازد و می‌تواند به طور کامل جایگزین گفتار شود و علاوه بر آن حالات عاطفی را نیز نشان دهد رفتارهای غیر کلامی گاهی مغایر پیام کلامی هستند مانند: سرخ شدن، عرق کردن در هنگام یک گفتگو یا یک دروغ، رفتارهای غیر کلامی گاهی به تفهیم و توصیف پیام شفاهی کمک می‌کنند و یا تأکید ما را بر بخش‌های کلامی افزایش می‌دهند؛ از انواع رفتارهای غیر کلامی می‌توان به حرکت بدن، ژست‌ها، تکان دادن سر، نگاه خیره، حالات چهره، مجاورت و ... اشاره کرد. ارتباط چهره‌به‌چهره در دریافت پیام، بستگی به عواملی نظیر ۵۵ درصد ظاهر شخص، ۳۸ درصد صدای شخص، ۷ درصد پیام شخص دارد. اشخاص از طریق پیام‌های غیر کلامی خود سرنخ‌های زیادی را به ما می‌دهند یا نشانه‌هایی را در مورد هیجانات، خواسته‌ها، مقاصد، شخصیت و حتی پایگاه اجتماعی بروز می‌دهند.

نوع برخورد پلیس با مردم ونحوه برقراری ارتباط غیر کلامی موجب افزایش ضریب احساس امنیت در مردم می‌گردد. افزایش مهارت‌های غیر کلامی پلیس موجب عمق بخشیدن به روابط اجتماعی پلیس و کنترل محیط می‌شود.

مهم‌ترین عنصر ارتباط غیر کلامی پلیس، لباس فرم، نحوه پوشیدن آن و تجهیزاتی است که همراه آن می‌باشد (دعاگویان، ۱۳۸۴: ۱۲۰). بسیاری از قضاوت‌های ما در مورد

دیگران به میزان زیادی تحت تأثیر ظاهر آنها به‌ویژه لباس و شیوه استفاده از آن است. تغییرات مربوط به لباس پلیس تأثیر زیادی در انتقال پیام‌ها بر جای خواهد گذاشت که به تعدادی از آنها اشاره می‌شود. مأموران انتظامی از طریق لباس فرم، بدون صحبت کردن پیام‌های زیادی را منتقل می‌کنند.

جدول ۱: خلاصه انواع ارتباطات همراه با مصادیق پلیسی

نوع ارتباط اصلی	ارتباطات فرعی	مصادیق پلیسی
کلامی	آهنگ، نثر و بی، وسعت و بلندی صدای گوینده، ادای کلام، پرسیدن، قول دادن، پیشنهاد کردن، درخواست کردن، تشکر کردن، دستور دادن، تأکید کردن	لحن خشک و خشن پلیس راهنمایی همراه با تذکر در رعایت قوانین برای راننده خودروی متخلف حامل این معنی است که در صورت تکرار این تخلف، جرمه خواهد شد
غیر کلامی	لباس‌های فرم کهنه، رنگ و رو رفته، پارچه و نامرتب کفش‌های فرسوده، عینک‌های آفتابی براف، خودروهایی کثیف و فرارنده، بسته نگهدارنده دستند و سلاح کتوری، دستکش‌های ظریف، جرمی و سیاه، مأموران جاق «داشتن زینت یا موهایی بلند آشفته، داشتن انگشترهای متعدد، ناخن‌های بلند و رنگ کرده، آدامس جویدن، بازی کردن با بانوم، زه زخمه خواندن در حائل انجام وظیفه، سیگار کشیدن یا چیزی خوردن در خودروی پلیس	حضور کارکنان ورزیده و با قدرت بدنی بالای پلیس نگاه و بزه همراه با تجهیزات ضد شورش و لباس خاصشان برای دانشجویان معترض به غذای دانشگاه که در مقابل سالن غذاخوری دانشگاه تجمع نموده اند به این معنی است که در صورتی که ناراضی و اعتراض منتهی خود را به خارج از دانشگاه منتقل نمایند با این پلیس مواجه خواهند شد

جدول ۱: خلاصه انواع ارتباطات همراه با مصادیق پلیسی

تربیت دینی: گرچه توجه به فلسفه تربیت، پیشینه ای تاریخی به قدمت خود تربیت دارد و هر مربی و نظام تربیتی به‌گونه ای دیدگاه‌های زیربنایی و فلسفی این حوزه معرفتی را نیز به بحث گرفته است، ولی جداسازی فلسفه تربیت از روش تربیتی همچنان فلسفه سایر علوم،

گذشته چندان درازی ندارد. تعریف‌هایی که برای (فلسفه تربیت) ارائه شده‌اند، به صورت روشن و تا حدودی هم‌صدا، پیوند بایدهای نظام اخلاقی را با مباحث کلی و فلسفی تردیدناپذیر می‌دانند، از آن جمله گفته‌اند: عناصری که تشکیل دهنده یک نظام تربیتی هستند و به صورت نظام‌دار و منطقی با هم ارتباط دارند، در حقیقت برآمده و متأثر از پرسش‌ها و بحث‌های کلی‌اند که ماهیت فلسفی و وجود شناختی دارند و از چستی انسان (موضوع تربیت) و ارزش‌های انسانی (محتوای قابل انتقال به تربیت‌شونده) که دو عنصر اساسی در نظام تربیتی می‌باشند، سخن می‌گویند (شفیلد، ۱۳۷۵: ۱۴).

هاروی سیگل می‌نویسد: «مقصود فلسفی بودن فرد در ارتباط با آموزش و پرورش ... یعنی به دست آوردن یک احساس معنی، هدف و تعهد شخصی رضایت‌بخش برای هدایت فعالیت‌های او به عنوان یک مربی» (هیر و پرتلی، ۱۳۷۴: ۴۶، به نقل از باقری: ۱۳۹۰). بدون شک برای ارتباط انسان با جهان خارج ابزاری لازم است که آنها را ابزار شناخت می‌خوانند، و مهم‌تر از همه چشم و گوش برای دیدن و شنیدن، و زبان برای سؤال کردن است، و به همین جهت در آیه:

صَمُّ بُكُمْ عُمَىٰ فَهَمْ لَا يَفْقَهُونَ (البقره: ۱۷۱)

بعد از آنکه این افراد را به خاطر عدم استفاده از ابزار شناخت به افراد کر و لال و نابینا تشبیه می‌کند با ذکر «فاء تفریع» که برای نتیجه‌گیری است بلافاصله می‌گوید: «بنابراین آنها چیزی نمی‌فهمند».

به این ترتیب قرآن گواهی می‌دهد که اساسی‌ترین پایه علوم و دانش‌ها چشم و گوش و زبان است، چشم و گوش برای درک کردن مستقیم و زبان برای ایجاد رابطه با دیگران و کسب علوم آنها.

در فلسفه نیز این حقیقت ثابت شده که حتی علوم غیرحسی، در آغاز، از علوم حسی سرچشمه می‌گیرد، و این بحث دامنه داری است که اینجا جای شرح آن نیست.

در قرآن نیز به همین ابزار شناخت اشاره می‌شود آنجا که می‌فرماید:

ثُمَّ سَوَّاهُ وَ نَفَخَ فِيهِ مِنْ رُوحِهِ وَ جَعَلَ لَكُمُ السَّمْعَ وَ الْأَبْصَارَ وَ الْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ
(سجده: ۹)

بعد اندام او را موزون ساخت و از روح خویش در وی دمید و برای شما گوش‌ها و چشم‌ها و دل‌ها قرار داد، اما کمتر شکر نعمت‌های او را بجای می‌آورید (مطهری، ۱۳۷۷: ۵۱).

در سوره مؤمنون آیه ۷۸ نیز می‌فرماید:

وَ هُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَ الْأَبْصَارَ وَ الْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ.

او کسی است که برای شما گوش و چشم و قلب (عقل) ایجاد کرد، اما کمتر شکر او را بجا می‌آورید.

البته قرآن به ابزار دیگری هم قائل است. یکی دیگر از آن ابزارها ابزار دل است، دل به اصطلاح عرفانی نه اصطلاح قرآنی. قرآن هم گاهی به این معنا اطلاق می‌کند، ولی این اصطلاح خاص، اصطلاح عرفا است. قرآن نمی‌گوید فقط حس و عقل، دل هیچ و همچنین نمی‌گوید که همه اش دل، و عقل هیچ، چون قلمروهای اینها را از یکدیگر جدا می‌داند. قلمروها و موضوعات فرق می‌کند. برای اینکه خودت را بشناسی، می‌گوید تزکیه نفس کن. هیچ روان‌شناس و روان‌کاوی نمی‌تواند به اعماق ضمیر انسان آن مقدار (آشنا شود) که تزکیه و تصفیه نفس، انسان را به خودش آشنا می‌کند، با تزکیه و تصفیه نفس، یک سلسله حکمت‌های الهی، راه و سلوک را به انسان نشان می‌دهد و غبارها را از جلوی چشم انسان برمی‌گیرد (مطهری، ۱۳۷۷: ۵۴).

بر این اساس به بیان برخی از جلوه‌های بارزترین اصول تربیتی در سیره معصومین (ع) می‌پردازیم:

اصل ابراز عاطفی: مهرورزی از زیباترین آموزه‌های اخلاقی است که نقش سازنده و مؤثری را برای گرایش انسان‌ها به یکدیگر ایفا می‌کند و در بسیاری از موارد ارتباطات

را صمیمی تر کرده و آتش کینه‌ها و اختلافات را خاموش می‌سازد. امام علی (ع) در این زمینه می‌فرماید: «دل‌های مردم رمنده است هر که به آنها محبت ورزند به او رو می‌آورند» (عاملی، ۱۳۷۲: ۱۵۵). مطابق سخن امام علی (ع) محبت و مهرورزی افراد به یکدیگر، هم روحیه سخت و خشن آنان را تعدیل می‌کند و هم رابطه قلبی عمیقی را در بین‌شان به وجود می‌آورد. این رابطه موجب می‌شود در تمامی مراحل زندگی و فراز و نشیب‌های آن، شریک و پشتیبان و فریادرس هم بوده و در برابر گرفتاری‌ها و دشواری‌ها محکم و استوار بایستند در برقراری ارتباط، محبت کردن و ابراز علاقه می‌تواند از ما چهره‌ای محبوب در نظر دیگران بسازد.

اصل احترام متقابل: واژه احترام به معنای ارج‌گذاری و پذیرفتن فردیت و حفظ حریم شخصی و انسانی افراد است (قربانی، ۱۳۸۴: ۱۰۷). رعایت این اصل زندگی اجتماعی را زیبا و دوست داشتنی می‌کند و موجب ازدیاد مهر و محبت مردم نسبت به همدیگر می‌شود. حضرت علی (ع) در لزوم حفظ احترام دیگران در روابط بین فردی می‌فرماید: «کسی که مردم را بزرگ شمارد، مردم نیز او را بزرگ دانند و هر که مردم را تحقیر کند هرگز مردم بزرگش نشمارند» (عاملی، ۱۳۷۲: ۱۵۰). یعنی همان‌گونه که در پی حفظ احترام و شخصیت خود هستیم باید این اصل را در مورد دیگران رعایت کنیم. اگر فردی متوقع باشد تا دیگران احترامش کنند ولی او نسبت به مردم چنین نباشد توقع بی‌جا و اشتباهی است و هرگز به مقصود خود نخواهد رسید.

اصل خیرخواهی: یکی از اصولی که به برقراری و بهبود روابط ما با دیگران کمک می‌کند داشتن حس خیرخواهی و حسن‌ظن به آنان است. اگر یک فرد مسلمان نسبت به برادر ایمانی خود، دوستدار و خواهان حالت و کیفیتی نباشد که خود احساس علاقه می‌کند چنین مسلمانی از لحاظ ایمانی نقص و کمبود دارد و از خلق و خوی و راه و رسم اهل دین بسیار به دور است و در روابط بین فردی با مشکل روبه‌رو خواهد شد. از دیدگاه معصومین (ع) روابط اجتماعی انسان‌ها در مرحله اندیشه و نیز در مرحله عمل، باید بر

خیرخواهی مبتنی باشد؛ بدین معنا که مسلمانان باید صفحه اندیشه و نیت و عمل خود را نسبت به برادران دینی خود نیکو و زیبا گردانند، دوستی و سعادت آنها در سر پیروراند و از نقشه‌کشی و توطئه چینی بر ضرر آنان پرهیزند این همان صبغه و رنگ الهی است که امیرالمومنین (ع) می‌فرماید: «إِنَّ اللَّهَ سُبْحَانَهُ يُحِبُّ أَنْ تَكُونَ نِيَّةَ الْإِنْسَانِ لِلنَّاسِ حَمِيْلَةً» (کلینی، ۱۳۵۱: ۲۰۸). وقتی خیرخواه دیگران باشیم به هیچ عنوان عملی را که بر ضد منافع آنان است انجام نمی‌دهیم. از آنچه درباره ما می‌گویند و انجام می‌دهند کینه به دل نمی‌گیریم؛ همواره نسبت به آنان خوش‌بین هستیم (مجلسی: ۱۳۸۱، ۱۷۵). امام صادق (ع) می‌فرماید: «بر شما باد به خیرخواهی خلاق که هیچ عمل نزد خدا بهتر از این نیست» (مجلسی، ۱۳۸۱: ۲۵۸).

اصل مدارا: یکی از کاربردی‌ترین اصول در برخورد‌های اجتماعی، سازش و مدارا با دیگران است. مدارا در لغت به معنای ملاحظت و نرمی و احتیاط به‌کار رفته است. مدارا با دیگران موجب جلب محبت آنان و در نتیجه محبوبیت و تداوم ارتباط می‌گردد. در روایات و احادیث نیز بر رفق و مدارا بسیار تأکید شده و رفق و مدارا مایه زینت کارها شمرده شده است (محمدی ری‌شهری، ۱۳۷۰: ۱۵۶). امام موسی‌بن‌جعفر (ع) نیز در اهمیت این روش و کاربرد آن در ارتباط بین فردی به مردم سفارش می‌فرماید: «با مردم مدارا کنید تا عمل شما نزد آنها بزرگ و قربه شود» (کلینی ۱۳۵۱: ۱۷۰). به گفته ایشان هر حرف و عملی که با نرمی و ملاحظت همراه باشد راحت‌تر پذیرفته می‌شود و هر چند کوچک و ناچیز باشد در نظر دیگران با ارزش و والا جلوه می‌کند. مدارا و سازش با مردم علاوه بر بهبود، چنان جایگاهی دارد که رسول خدا آن را نصف ایمان می‌داند. چنان‌که امام صادق (ع) به نقل از ایشان می‌فرماید: «سازگاری با مردم نصف ایمان است و نرمی با آنها نصف زندگی است» (عاملی، ۱۳۷۲: ۱۴۸).

اصل صداقت: «صداقت» می‌تواند سه قسم ابهام داشته باشد: ابهام در زبان و لفظ، ابهام در ذهن و معنی، ابهام در خارج و مصداق. شرح‌اللفظ یا پرسش از معنای لفظ، (المامقانی، ۱۳۸۱: ۹۱) ابهام زبانی و اشتراک لفظی را از بین می‌برد. تعریف (بحارالانوار، ۱۳۸۳:

۱۹۶) ابهام مفهومی و تصویری را دفع می‌کند. تحلیل مفهومی (پاکتچی، ۱۳۷۵: ۱۹، به نقل از صادقی، ۱۳۸۸) و تحلیل گزاره‌ای (آمدی، ۱۳۷۳: ۴۱ به نقل از صادقی، ۱۳۸۸) هم را رافع ابهام زبانی و هم برطرف‌کننده ابهام ذهنی است؛ ملاک تمایز (خونجی، ۱۳۴۵: ۱۳ به نقل از صادقی، ۱۳۸۸) نیز ابهام مصداقی را برطرف می‌کند (شیخ اشراق، ۱۳۶۷: ۶۱ به نقل از صادقی، ۱۳۸۸).

اصل تواضع: تواضع از ماده وضع در اصل به معنی فرو نهادن است. نراقی در تعریف تواضع می‌گوید: تواضع عبارت است از شکسته نفسی که نگذارد آدمی خود را بالاتر از دیگری ببیند و لازمه آن کردار و گفتار چندی است که دلالت بر تعظیم دیگران و اکرام ایشان می‌کند (معراج السعادة: ۳۰۰، به نقل از صادقی، ۱۳۸۸). داشتن تواضع در روابط بین فردی یکی از اصول مهم و اساسی می‌باشد فردی که فاقد تواضع و فروتنی است خود را برتر و بالاتر از دیگران دانسته دچار کبر و غرور می‌شود و همین غرور موجب تنفر دیگران از او می‌گردد. یکی از مهم‌ترین سیره‌های رفتاری معصومین (ع)، رفتار متواضعانه و پرهیز شدید از هرگونه کردار تکبرآمیز و مغرورانه بوده است. پیامبر اکرم (ص) تکبر را نشانه بی‌اعتنایی به حق و تحقیر مردم می‌داند (پاینده، ۱۳۷۷: ۶۱).

اصل اعتدال: اعتدال همان‌گونه که از نامش پیداست، به معنای پیمودن و گزینش راه میانه و وسط و بی‌میلی به دو طرف افراط و تفریط می‌باشد (محمدی ری‌شهری، ۱۳۷۰: ۴۸۹). بی‌گمان زیاده‌روی و کوتاهی که از آن به افراط و تفریط یاد می‌شود از نظر بیشتر مردم امری ناپسند و زشت است که به شخصیت فرد و روابطش با دیگران آسیب می‌زند؛ از این رو، همواره سفارش می‌شود که از زیاده‌روی و کوتاهی کردن در هر کاری پرهیز شود که این سفارش یک حکم عقلانی محسوب می‌شود. در زبان فارسی از آن به اعتدال یاد می‌شود که برگرفته از عدل است. امام علی (ع) میانه‌روها را بهترین مردم می‌داند «خَيْرُ هَذِهِ الْأُمَّةِ النَّمَطُ الْأَوْسَطُ» (مجلسی، ۱۳۸۱: ۴۱).

اصل پرهیز از تجسس در زندگی دیگران: همواره تجسس در زندگی دیگران نوعی

بی‌حرمتی به آنان و امری نکوهیده و مذموم بوده است که مردم از آن نهی می‌شدند. خداوند در سوره حجرات آیه ۲۱، اهل ایمان را به دوری جستن از تجسس در احوال مردم تشویق می‌کند تا در نتیجه آن روابط اجتماعی اسلام سالم‌تر و جامعه فاضله اسلام، انسانی‌تر شود در سنت معصومین(ع) نیز بارها به مردم توصیه کرده است که از انجام چنین عملی بپرهیزند تا در روابطشان با دیگران خللی وارد نشود. همانند این حدیث از امام صادق(ع) که می‌فرماید: «از درون مردم کاوش و جستجو مکن که بی‌رفیق و دوست بمانی» (کلینی، ۱۳۸۷: ۴۶۹). دخالت کردن در مسائل خصوصی دیگران موجب تنفر آنان گردیده آنها را سمت قطع ارتباط با ما سوق خواهد داد تا مجال کمتری برای دخالت در زندگی‌شان داشته باشیم. رعایت این اصل به قدری حائز اهمیت است که رسول اکرم(ص) می‌فرماید: «کسی که فضول نباشد اسلامش نیکوست» (پابنده، ۱۳۷۷: ۷۴۱). ایشان برای نشان دادن اهمیت چنین موضوعی در ارتباط بین فردی، یک عمل اخلاقی را به یک عمل اعتقادی، پیوند می‌زنند. پیروی از این اصل در برخوردهای ارتباطی نشانه ارزش و احترامی است که برای آنان و مسائل خصوصی‌شان قائلیم و همین امر موجب حسن اعتماد آنان به ما و تمایل آنان به برقراری و دوام ارتباط خواهد گردید.

اصل حمایت و حفظ آبروی دیگران: اسلام برای حفظ آبرو و حرمت و شخصیت مؤمنان اهمیت زیادی قائل است و آبروی مؤمن را برابر با خون وی می‌داند تا آنجا که هم به خود مؤمنان دستور می‌دهد که آبروی خود را حفظ کنند و هم به دیگران می‌فرماید که آبروی مؤمنان را حفظ کنند. در حدیثی از پیامبر اکرم(ص) آمده است: «قُوا بِأَمْوَالِكُمْ عَنْ أَعْرَاضِكُمْ» یعنی، آبرویتان را به وسیله اموالتان حفظ کنید.

اصل حفظ اسرار دیگران: امام صادق(ع) در لزوم حفظ اسرار دیگران فرمود: «مجلس‌ها امانت‌اند و کسی حق ندارد کلام محرمانه رفیق خود را بدون اجازه او فاش کند» (کلینی، ۱۳۸۷: ۴۸۰). اگر ما در برابر آنچه به ما گفته می‌شود راز نگهدار نباشیم، نمی‌توانیم ارتباط صمیمانه با دیگری برقرار کنیم، چرا که وی از ترس اینکه مبادا گفته‌هایش فاش

شود از صحبت و معاشرت با ما خودداری می‌کند؛ چه بسا فاش شدن اسرار و گفته‌های وی پیامدهایی چون قطع ارتباط دیگران با وی را به همراه می‌آورد و او برای تلافی و پیشگیری از آسیب‌های احتمالی دیگری که ممکن است از جانب ما برایش پیش آید، ارتباطش را با ما قطع کند و این در حالی است که رعایت این اصل موجب می‌شود ما فردی امین و مورد اعتماد در نظر وی باشیم و ارتباطی صمیمی با ما برقرار سازد (مجلسی، ۱۳۶۴: ۲۰۸). هشام بن سالم می‌گوید امام صادق (ع) فرمود: «وعده‌ای که مؤمن به برادر دینی خود می‌دهد نوعی نذر است که وفا کردن به آن لازم است جز اینکه کفاره ندارد و هر کس از وعده‌ای که داده تخلف کند با خدا مخالفت کرده و خود را در معرض خشم پروردگار قرار داده است» (کلینی، ۱۳۸۷: ۳۶۴).

اصل وفای به عهد: وفای به عهد و پیمان که یکی از فرایض و از جمله آداب معاشرت و حسن سلوک با مردم به‌شمار می‌رود، باید همیشه مورد توجه سالک‌الی‌الله باشد. در قرآن مجید و روایات اسلامی به این امر فوق‌العاده اهمیت داده شده است.

اصل پرهیز از عیب‌جویی: افراد عیب‌جو از همه کس انتقاد می‌کنند و همواره نقاط منفی را برمی‌شمرند، گویی خود را برای پیدا کردن عیب و نقص دیگران وقف کرده‌اند این افراد در برابر پیشنهاد یا نظر اصلاحی دیگران مخالفت می‌کنند یا آن را مورد تردید قرار می‌دهند و از خود نظر و رأی می‌دهند و مبالغه و گزافه‌گویی را به بالاترین حد می‌رسانند. چنین افرادی همواره منفور دیگران هستند و جایی در قلب دیگران ندارند. بی‌تردید افراد عیب‌جو نه تنها زندگی خود را تباه می‌سازند بلکه اسباب نگرانی دیگران را نیز فراهم می‌کنند و موجب پیدایش بی‌اعتمادی، ناامنی، فضای شک و تردید، تضعیف روحیه دیگران و مانند آن می‌شوند. کسی که در پی عیوب مسلمین باشد از نظر مسلمانی و دینی گرفتار سقوط است و از ولایت خدا بیرون رفته، در ولایت شیطان قرار می‌گیرد. رسول خدا در توصیه به کسی که این عمل را انجام می‌دهد می‌فرماید: «در پی عیب‌ها و لغزش‌های مسلمانان نباشد، چرا که هرکس در پی شمارش و یافتن عیب‌های مسلمانان

باشد، خدا هم پی جوی عیب او خواهد شد و هر که را خدا را پی عیوبش افتد رسوایش می‌سازد گرچه در خانه‌اش باشد» (کلینی، ۱۳۸۷: ۵۸).

۳- فرضیه‌های تحقیق

۱. شیوه ارتباط با مخاطبان (مهارت‌های ارتباطی) در تربیت دینی کارکنان ناجا نقش دارد.
۲. بین مهارت احساسی (بازخور) و تربیت دینی کارکنان ناجا رابطه وجود دارد.
۳. بین مهارت شنیداری و تربیت دینی کارکنان ناجا رابطه وجود دارد.
۴. بین مهارت زبانی و تربیت دینی کارکنان رابطه وجود دارد.
۵. بین مهارت غیرکلامی و تربیت دینی کارکنان رابطه وجود دارد.



نمودار ۲: مدل مفهومی پژوهش

۴- روش‌شناسی تحقیق

تحقیقات علمی بر اساس دو مبنا یعنی هدف و ماهیت روش تقسیم‌بندی می‌شود (حافظنیا، ۱۳۸۱: ۵۰). پژوهش حاضر از نظر هدف، کاربردی و از نظر گردآوری داده‌ها توصیفی از نوع پیمایشی است. واحد تحلیل این تحقیق فرد است. جامعه آماری این

پژوهش را کلیه کارکنان سرکلانتری پنجم تهران بزرگ در سال ۱۳۹۱ تشکیل می‌دهند. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای استفاده می‌گردد و سپس از بین کارکنان به شیوه تصادفی و متناسب بر اساس حجم نمونه، تعداد آزمودنی‌های مورد نظر انتخاب و بر اساس جدول حجم نمونه مورگان محاسبه شده که برابر با ۲۴۸ نفر است که محقق ۲۷۰ پرسشنامه را بین پاسخگویان توزیع کرده است. برای تدوین ادبیات موضوع و مباحث نظری تحقیق، جمع‌آوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای و بررسی اسنادی اقدام گردید و برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز جهت آزمون فرضیات از تکنیک پرسشنامه به منظور سنجش اظهارات پاسخ‌گویان استفاده گردید. در این تحقیق محققان برای بررسی روایی سازه‌ای پرسشنامه، موفق نشد پرسشنامه مشابه پیدا کند بنابراین از طریق مشورت با اساتید راهنما و مشاور و کارشناسان این حوزه به تنظیم پرسشنامه کرد تا به روایی صوری و ظاهری پرسشنامه دست یابد. به منظور بررسی پایایی و اعتبار پرسشنامه از طریق آزمون مجدد اقدام می‌شود به طوری که پرسشنامه بر روی ۳۰ نفر در مرحله پایلوت اجرا و سپس در این تحقیق برای تعیین اعتبار پرسشنامه از روش ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است که یک روش اعتباریابی است و همسانی درونی آزمون را ارزیابی می‌کند و نشان می‌دهد که سؤالات آزمون تا چه اندازه توانایی دارند تا خصیصه‌ای واحد را اندازه‌گیری کنند. اطلاعات به دست آمده از طریق آزمون آماری (آلفای کرونباخ) مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که میزان آلفای محاسبه شده برابر با ۸۸ درصد بوده است که لحاظ علمی مورد تأیید می‌باشد.

جدول ۱: ضریب آلفای کرونباخ متغیرهای تحقیق

متغیرها	آلفای کرونباخ
مهارت احساسی	۰/۸۲
مهارت شیداری	۰/۸۱
مهارت کلامی	۰/۸۲
مهارت غیر کلامی	۰/۸۹
تربیت دینی	۰/۹۶
مهارت های ارتباطی	۰/۸۸

۵- یافته‌ها

یافته‌های توصیفی نشان می‌دهد که ۸۷/۹ درصد پاسخگویان را مردان تشکیل می‌دهند، همچنین به لحاظ سنی ۴۸ درصد پاسخگویان در گروه سنی ۲۶-۳۰ سال قرار دارند و به جهت تحصیلات نیز ۴۱/۵ درصد دارای مدرک تحصیلی لیسانس می‌باشند.

در بررسی وضعیت مهارت احساسی پاسخگویان مشخص گردید که ۵۷/۷ درصد از پاسخگویان از مهارت احساسی مناسبی برخوردار می‌باشند. همچنین در بررسی مهارت شنیداری نیز ۵۱/۶ درصد در وضعیت مطلوبی قرار دارند. ضمن آنکه در بررسی مهارت کلامی نیز ۶۱/۷ درصد در وضعیت قابل قبول قرار دارند. همچنین در بررسی مهارت‌های غیرکلامی پاسخگویان مشخص گردید که ۷۷/۸ درصد آنان در وضعیت کاملاً مناسبی قرار دارند.

در بررسی میزان تسلط به مهارت‌های ارتباطی با توجه به تمامی مؤلفه‌های آن به صورت کلی نیز مشخص گردید که ۷۵/۸ درصد پاسخگویان به این اصول آشنایی دارند. ضمن آنکه به لحاظ تربیت دینی نیز ۸۹/۹ درصد پاسخگویان نیز از تربیت دینی مطلوبی برخوردارند.

در بررسی گویه‌های تربیت دینی نیز مشخص گردید که بیشترین میانگین پاسخ‌های داده شده مربوط به گویه اصل وفای به عهد و حسن سلوک با مردم با ۴/۲۷ درصد و کمترین مربوط به مقدم دانستن تغییر بینش بر تغییر منش که میانگین ۳/۸۳ درصد را به خود اختصاص داده است، که بیانگر آن است که کارکنان حسن سلوک و وفای به عهد را سرلوحه امور کاری خود قرار داده‌اند.

- شیوه ارتباط با مخاطبان (مهارت های ارتباطی) در تربیت دینی کارکنان ناجا نقش دارد.

جدول ۲: تاثیر شیوه ارتباط با مخاطبان (مهارت های ارتباطی) در تربیت دینی کارکنان ناجا

تربیت دینی	مهارت ارتباطی		
۰/۶۳۰**	۱	همبستگی اسپریمن	مهارت های ارتباطی
۰/۰۰۰	۰	سطح معنی داری	
۲۴۸	۲۴۸	جمع	
۱	۰/۶۳۰**	همبستگی اسپریمن	تربیت دینی
۰	۰/۰۰۰	سطح معنی داری	
۲۴۸	۲۴۸	جمع	

همان گونه که ملاحظه می گردد به جهت بررسی ضریب همبستگی بین دو متغیر، در آمار ناپارامتریک از آزمون اسپریمن استفاده گردید؛ نتیجه بیانگر آن است که مهارت های ارتباطی (متغیر مستقل) بر تربیت دینی (متغیر وابسته) با دامنه ۰/۶۳ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰ که به جهت کوچک تر بودن از ۰/۰۵ با ۹۹ درصد ضریب اطمینان مورد تأیید واقع می گردد ضمن آنکه جهت اثرگذاری، مستقیم می باشد اما اینکه این اثرگذاری بین دو متغیر آیا به صورت واقعی می باشد یا تصادفی از آزمون خی دو استفاده گردید:

آزمون	درجه آزادی	ارزش محاسبه شده	سطح معنی داری
خی دو	۵۵۲	۳۲۳۶/۷۲	۰/۰۰۰۱

همان گونه که ملاحظه می گردد خی دو حاصله از آزمون با درجه آزادی ۵۵۲ و ارزش محاسبه شده ۳۲۳۶/۷۲ و سطح معنی داری ۰/۰۰۰۱ به جهت کوچک تر بودن از ۰/۰۵ مورد تأیید می گردد به عبارت دیگر، این آزمون تأیید کرده است که شیوه های ارتباط با مخاطبان و اثر آن بر تربیت دینی کارکنان ناجا یک رابطه واقعی بوده و تصادفی نمی باشد.

جدول ۳. پیش بینی اثرگذاری هر یک از شیوه های ارتباطی بر تربیت دینی کارکنان ناجا از طریق آزمون رگرسیون

R ^۲		R	مدل
۰/۶۳		۰/۷۹	رگرسیون
سطح معناداری	t	بتای استاندارد	شیوه ها
۰/۰۰۰	۴/۲۷	۰/۲۹۷	احساسی
۰/۰۰۰	۵/۱۲	۰/۲۲۵	شنیداری
۰/۱۰۱	۱/۶۴	۰/۱۰۲	کلامی
۰/۰۰۰	۶/۹۱	۰/۳۵۸	غیر کلامی

همان گونه که ملاحظه می گردد مدل رگرسیون با ضریب $R^2 = 0/63$ بیانگر آن است که در مجموع شیوه های ارتباطی به اندازه ۶۳ درصد اثرگذاری بر تربیت دینی کارکنان ناجا را به دنبال خواهند داشت؛ اما در بررسی یک به یک متغیرهای مورد بحث مشخص گردید که مهارت غیرکلامی با بتا استاندارد ۰/۳۵ بیشترین اثرگذاری را بر تربیت دینی کارکنان ناجا خواهد گذاشت. به عبارت دیگر، هر یک واحد تغییر در متغیر غیرکلامی به اندازه ۳۵ درصد اثرگذاری و تبیین واریانس ها را منجر خواهد شد. بنابراین، متغیری همچون مهارت غیرکلامی بیشترین اثرگذاری را بر تربیت دینی کارکنان ناجا داشته است.

جدول ۴: تحلیل رگرسیون کام به کام برای پیش بینی تربیت دینی از طریق مهارت های ارتباطی

م	پیش بینی کننده	مدل	مجموع مجاورت	درجه آزادی	میانگین مجاورت	F	سطح معناداری	ضرایب رگرسیونی (B)	R	R ^۲
اول	رگرسیون	رگرسیون	۱۵۷۵۹/۵۲	۱	۱۵۷۵۹/۵۲	۳۳۳/۸۹	۰/۰۰۰		۰/۶۹	۰/۶۸
		ناقصه	۱۶۵۰/۳۲۷	۲۴۶	۶۷۰/۹					
	غیر کلامی									
دوم	رگرسیون	رگرسیون	۱۹۲۲۰	۲	۹۶۱۰	۱۸۰/۵۰	۰/۰۰۰		۰/۷۷	۰/۵۹
		ناقصه	۱۲۰۴۳/۸۶	۲۴۵	۵۲/۲۴					
	غیر کلامی									
سوم	رگرسیون	رگرسیون	۲۰۴۸۱/۳۳	۳	۶۸۲۶/۰۷	۱۴۱/۳۲	۰/۰۰۰		۰/۸۹	۰/۶۳
		ناقصه	۱۱۸۷۵/۶۳	۲۴۴	۴۸۳/۰					
	غیر کلامی									
	شنیداری									

آنچنان که جدول فوق نشان می‌دهد در اولین گام، شیوه غیر کلامی وارد معادله رگرسیون پیش‌بینی شده است. در اولین گام مقدار بحرانی ($F = 234/89$) با درجات آزادی (۲۴۶ و ۱) از مقدار بحرانی جدول آماری بزرگ‌تر است. رگرسیون به‌دست آمده در سطح (۰/۰۱) معنی‌دار است. ضریب رگرسیونی استاندارد شیوه غیر کلامی ($\beta = 0/79$) به‌دست آمده است که با همبستگی ($R = 0/79$)، ۴۸ درصد از واریانس تربیت دینی را تبیین کرده است. در گام دوم، شیوه احساسی با ضریب استاندارد رگرسیونی ($\beta = 0/42$) وارد معادله رگرسیون پیش‌بینی شده است. مقدار بحرانی ($F = 180/50$) با درجات آزادی (۲۴۵ و ۲) از مقدار بحرانی جدول آماری بزرگ‌تر است در نتیجه رگرسیون به‌دست آمده در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. با ورود شیوه احساسی همبستگی چند متغیری به ($R = 0/77$)، افزایش یافته است و درصد تبیین به ۵۹ درصد افزایش پیدا کرده است. در گام سوم شیوه شنیداری وارد معادله رگرسیون پیش‌بینی شده است. مقدار بحرانی ($F = 141/32$) با درجات آزادی (۳ و ۲۴۴) از مقدار بحرانی جدول آمار بزرگ‌تر است و در نتیجه رگرسیون به‌دست آمده در سطح ۰/۰۱ معنی‌دار است. ضریب رگرسیونی شیوه شنیداری ($\beta = 0/79$) است که ضریب همبستگی چند متغیری را به ($R = 0/79$)، افزایش داده است و درصد تبیین را به ۶۳ درصد رسانده است. این در حالی است که شیوه کلامی توان لازم برای قرار گرفتن در معادله رگرسیون را به‌دست نیاورده است.

۶- نتیجه‌گیری

امروزه به جهت وجود پیچیدگی در روابط اجتماعی، نوع ارتباطات انسانی از اهمیت مهمی برخوردار است، زیرا انسان‌ها با انتخاب نوع ارتباط با مخاطب خویش، منویات درونی خود را بازگو کرده و به‌گونه‌ای قبل از اینکه هر گونه سخنی به میان آورند با استفاده از انواع مهارت‌های ارتباطی، جو موجود فی‌مابین را تعیین می‌کنند. امروزه پلیس نیز به جهت رسالتی که بر عهده دارد مجبور به پیروی کردن از این قواعد و استفاده از

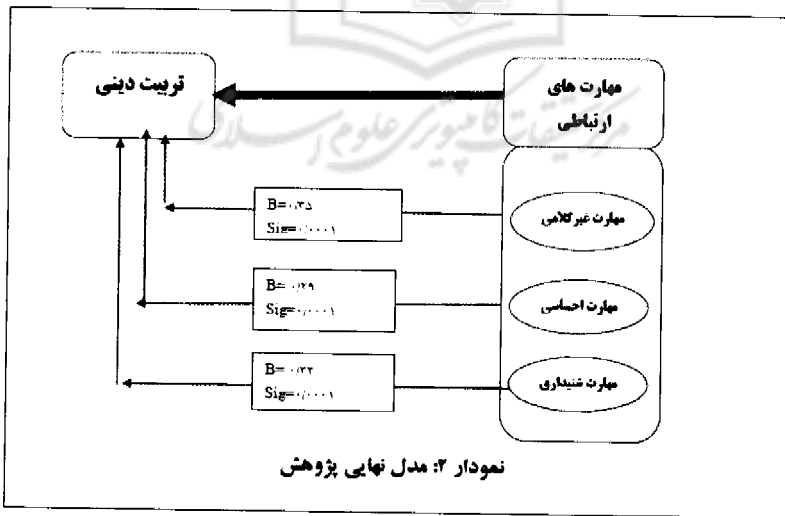
آنها در انجام مأموریت‌های خویش است، زیرا همواره این‌گونه نخواهد بود که مراجعین به ادارات پلیس را مجرمین و بزهدکاران تشکیل دهند؛ بلکه اغلب کسانی که به ادارات پلیس مراجعه می‌کنند، افرادی از جامعه هستند که به نوعی حقوقشان پایمال شده و به جهت بازخواهی حق خویش به مأموران پلیس مراجعه می‌کنند، بنابراین، با توجه به وضعیت روحی و روانی افراد فوق به جهت ظلم وارده، رسالت ایجاب می‌کند که استراتژی رفتاری خود را به‌گونه‌ای تبیین کند تا در مقابل چنین مخاطبانی که معمولاً عصبی، تندخو و غیرطبیعی می‌باشند با ابزار ارتباطی مناسب، با آنها برخورد کرده، به‌گونه‌ای که نوعی امیدواری به جهت رعایت عدالت در حق آنان موجبات آرامش‌شان را فراهم می‌کند و از طرفی دیگر در مقابله با افراد بزهدکار و مجرم باید استراتژی ویژه و متناسب با آنان را اتخاذ کرد به‌نحوی که با استفاده از تکنیک‌های ارتباطی، به‌گونه‌ای عمل گردد که بدون آنکه برخوردی فیزیکی انجام پذیرد، مجرمین و بزهدکاران از قاطعیت پلیس در برخورد قانونی با آنان اطمینان کامل پیدا کرده و راهی به جز تسلیم شدن و اعتراف به بزه انتسابی را در پیش نگیرند. با این حال، این امر امکان پذیر نخواهد شد مگر اینکه نیروی پلیس آموزش‌های مناسب و مطالعات لازم را در خصوص شناخت دقیق و هر چه بیشتر مهارت‌های ارتباطی پیدا کرده و با تمرین و تکرار آن، به عنوان یکی از شاخصه‌های رفتاری خویش در وجود خود نهادینه کند.

از آنجایی که داده‌های به‌دست آمده با آزمون اسمرینوف مورد محاسبه قرار گرفته و غیر پارامتریک بودن آن محرز گردید، جهت بررسی فرضیه‌های پژوهش از آزمون‌های آماری ناپارامتریک استفاده گردید.

در فرضیه اصلی که بیان می‌دارد: شیوه ارتباط با مخاطبان (مهارت‌های ارتباطی) در تربیت دینی کارکنان ناجا نقش دارد. که با بررسی‌های به عمل آمده توسط آزمون ضریب همبستگی اسپرمن، مشخص گردید که این همبستگی در سطح معنی‌داری $0/001$ با ۹۹ درصد ضریب اطمینان، معنی‌دار می‌باشد مضافاً اینکه دامنه اثرگذاری برابر با

۶۲ درصد است که از اثرگذاری مطلوب و مستقیمی برخوردار می‌باشد. ضمن آنکه با استفاده از آزمون خی مشخص گردید که این همبستگی تصادفی نبوده و واقعی می‌باشد که بیانگر قبول فرض محقق می‌باشد. با نتایج به دست آمده از تحقیق یدالهی (۱۳۸۳) و رزاقی (۱۳۸۲) همسو می‌باشد.

جهت بررسی اینکه ابعاد مختلف مهارت‌های ارتباطی تا چه میزان می‌توانند تربیت دینی کارکنان ناجا را پیش‌بینی کنند از آزمون رگرسیون گام‌به‌گام استفاده گردید که در مرحله اول مدل رگرسیونی شیوه غیرکلامی با اثرگذاری ۴۸ درصد وارد معادله رگرسیونی گردید. در گام دوم شیوه احساسی وارد شد که با ۱۱ درصد افزایش اثرگذاری، مجموع را به ۵۹ درصد افزایش داد؛ و در نهایت در گام سوم با ورود شیوه شنیداری، اثرگذاری مدل با ۴ درصد افزایش به ۶۳ درصد رسید که موجب تبیین واریانس‌ها در این زمینه گردید. نکته حائز اهمیت اینکه شیوه کلامی نتوانست اثری بر شکل مدل ارائه شده بگذارد. نتایج به دست آمده از آزمون رگرسیونی به شکل زیر بر روی مدل آورده شده است.



همان‌گونه که ملاحظه می‌گردد بیشترین اثرگذاری در بین مؤلفه‌های مورد مطالعه بر

تربیت دینی مربوط به مهارت غیرکلامی می‌باشد که بنا استاندارد آن ۳۵ درصد می‌باشد. به عبارت دیگر، هر یک واحد تغییر در افزایش مهارت‌های غیرکلامی موجبات ۳۵ درصد ارتقای در تربیت دینی کارکنان خواهد شد.

۷- پیشنهادها

۱- براساس به‌کارگیری شیوه‌های برقراری ارتباط و نحوه صحیح ایجاد ارتباط انسانی و اسلامی و توجه به پیچیدگی‌های موجود، حقوق و مزایا به کارکنان پرداخت گردد.
۲- سازمان نیروی انتظامی باید علاوه بر تأمین معیشت کارکنان خود، بایستی آموزش‌های مطلوبی را در خصوص نحوه ایجاد ارتباطات انسانی و اسلامی کارکنان و مراجعین و ارتقای تربیت دینی آنان را ارائه دهند.

۳- با توجه به نتایج حاصله از پژوهش و تأثیرگذاری مهارت‌های ارتباطی بر تربیت دینی، برنامه‌ریزان آموزشی در خصوص تقویت شیوه‌های برقراری ارتباط خصوصاً مؤلفه‌های احساسی، شنیداری، زبانی، نوشتاری و مهارت‌های غیرکلامی باید آموزش‌های لازم را جهت کارکنان خویش در نظر گرفته و به جهت حفظ و ارتقای این مؤلفه‌ها باید جهت استفاده از تجربیات دیگر سازمان‌های داخل و خارج کشور اقدامات لازم را به‌عمل آورند.
۴- از آنجایی که فن بیان به عنوان عاملی مهم در انتقال مفاهیم و خواسته‌ها در ارتباطات اجتماعی محسوب می‌گردد، از این رو، پیشنهاد می‌گردد که با تهیه فیلم‌های آموزشی و تشویق کارکنان به مطالعه هر چه بیشتر مطالب، دامنه لغات آنان را افزایش داده و بدین نحو مهارت‌های زبانی آنان نیز ارتقاء یابد.

۵- مهارت‌های غیرکلامی می‌تواند به مؤثرترین شیوه ارتباطی منتج گردد بنابراین، با توجه به اهمیت این نوع مهارت پیشنهاد می‌گردد که مباحث علمی در این خصوص به کارکنان در دوره‌های بلندمدت و کوتاه‌مدت آموزش داده شود، همچنین یگان‌هایی از ناجا هم چون ادارات آگاهی، گذرنامه، راهنمایی و رانندگی و ... که ارتباط بیشتری با

مخاطبان و آحاد جامعه دارند به گونه‌ای آموزش داده شوند که بهترین استفاده را از این مهارت در جهت حفظ و ارتقای تربیت دینی خود داشته باشند. با توجه به تحقیق حاضر مشخص گردید مهارت‌های ارتباطی می‌تواند در افزایش تربیت دینی کارکنان ناجا امری اثرگذار محسوب گردد.

۸- منابع

۱. باقری، شهین (۱۳۹۰). بررسی مهارت‌های ارتباطی مدیران مدارس دخترانه منطقه ۹ آموزش و پرورش شهر تهران و رابطه آن با هوش هیجانی و سلامت سازمانی، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، تهران: دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات.
۲. برکو، ری ام و همکاران (۱۳۸۶). مدیریت ارتباطات، ترجمه سید محمد اعرابی و داود ایزدی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی. تاریخ انتشار اثر به زبان اصلی، ۱۹۹۸.
۳. پاینده، ابوالقاسم (۱۳۷۷). نهج الفصاحه، تهران: انتشارات جاویدان.
۴. حافظ‌نیا، محمدرضا (۱۳۸۱). مقدمه‌ای بر روش تحقیق در علوم انسانی، تهران: انتشارات سمت.
۵. حقیقی، محمدعلی و همکاران (۱۳۸۲). مدیریت رفتار سازمانی، تهران: انتشارات ترمه، چاپ دوم.
۶. دعاگویان، داود (۱۳۸۴). تعامل پلیس و مردم، تهران: مؤسسه انتشاراتی جهان جام‌جم.
۷. رئوفی، محمدحسین (۱۳۸۳). مدیریت عمومی و آموزشی، مشهد: انتشارات روان مهر، چاپ دوم.
۸. سیادت، سید علی؛ سیروسی، علیرضا؛ رستمی، سعید (۱۳۸۷). بررسی مهارت‌های ارتباطی با هوش هیجانی دانشجویان دانشگاه اصفهان، فصلنامه داخلی گروه روان‌شناسی دانشگاه اصفهان، سال هشتم، شماره ۳۲.
۹. شفیلد، هری (۱۳۷۵). کلیات فلسفه آموزش و پرورش، تهران: نشر قطره.



۱۰. صادقی، منصوره سادات (۱۳۸۸). بررسی رابطه بین روش تربیت دینی با تصور از خدا در دانشجویان، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید بهشتی.
۱۱. عاملی، حر (۱۴۱۶ق). وسائل الشیعه، قم: انتشارات آل‌البیت.
۱۲. علاقه‌بند، علی (۱۳۷۸). مبانی نظری و اصول مدیریت آموزشی، چاپ یازدهم، تهران: نشر روان.
۱۳. فرهنگی، علی‌اکبر (۱۳۷۴). ارتباطات انسانی، تهران: انتشارات ترمه.
۱۴. قربانی، نیما (۱۳۸۴). سبک‌ها و مهارت‌های ارتباطی، تهران: انتشارات تبلور.
۱۵. کلینی، محمدبن یعقوب (۱۳۵۱). اصول کافی، به ترجمه و شرح سیدجواد مصطفوی، بی‌جا.
۱۶. کول، کریس (۱۳۷۹). کلید طلایی ارتباطات، ترجمه محمدرضا آل‌یاسین، تهران: هامون.
۱۷. هس، کارن ام؛ میلر، لیندا (۱۳۸۲). پلیس در اجتماع راهبردهایی برای قرن بیست و یکم ترجمه رضا کلهر، تهران: دانشگاه علوم انتظامی.
۱۸. المامقانی، عبدالله (۱۳۵۲). تنقیح المقال فی احوال الرجال، نجف: مطبعة الحیدریة.
۱۹. مجلسی (۱۳۸۳). بحار الانوار، تهران: المطبعة الاسلامیة.
۲۰. (۱۳۸۱). بحار الانوار، قم: انتشارات نورالقلم.
۲۱. محمدی ری‌شهری، محمد (۱۳۷۰). گفتگوی تمدن‌ها در قرآن و حدیث، ترجمه محمدعلی سلطانی، قم: دارالحدیث.
۲۲. مطهری، مرتضی (۱۳۸۳). انسان در قرآن، تهران: انتشارات صدرا.
۲۳. _____ (۱۳۷۷). مجموعه آثار جلد ۶، تهران: انتشارات صدرا.
۲۴. _____ (۱۳۷۷). مجموعه آثار جلد ۳، تهران: انتشارات صدرا.