



شیوه های برقراری ارتباط با مخاطبان در امر تربیت دینی

پدیدآورده (ها) : مسعودی، امید علی

علوم تربیتی :: بصیرت و تربیت اسلامی :: بهار 1390، سال هشتم - شماره 18

از 37 تا 56

آدرس ثابت : <http://www.noormags.ir/view/fa/articlepage/1043047>

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 دیجیتالی 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 [قوانین و مقررات](#) استفاده از پایگاه مجلات تخصصی نور مراجعه فرمائید.



پایگاه مجلات تخصصی نور

www.noormags.ir

شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان در امر تربیت دینی

امیدعلی مسعودی^۱

چکیده

تربیت دینی زمانی شکل می‌گیرد که امر دینی همچون پیامی به‌درستی از یاد دهنده به مخاطبان منتقل شود. در این مقاله ضمن ارائه تعاریفی برای «ارتباطات انسانی»، «ارتباطات اجتماعی» و «تربیت دینی»، شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان از منظر دین اسلام بررسی می‌شود. در این روش‌ها رسانه‌های جمعی نقشی انکارناپذیر دارند. لذا شناخت امکانات رسانه‌های جمعی سنتی و مدرن نیز در این راه ضروری است. از همه مهم‌تر در شرایط فعلی که به یمن رسانه‌های مدرن همچون اینترنت، حجم وسیعی از اطلاعات و داده‌های پردازش شده یا خام در گردش‌اند و جامعه اطلاعاتی بر چنین مبنایی تعریف می‌شود، انتقال پیام‌های دینی و به ویژه پیام‌هایی که به امر تربیت دینی می‌پردازند، اهمیتی دوچندان می‌یابد. بر این اساس، پرسش اصلی مقاله این است: شیوه‌های برقراری ارتباط در جامعه مبتنی بر اطلاعات برای تربیت دینی چگونه خواهد بود؟ از نظر دین اسلام روش‌های مختلفی برای ارتباط با افراد وجود دارد. این روش‌ها از جمله عبارت‌اند از: مناظره یا جدال احسن، سخنرانی و خطبه، نامه، تدریس، داستان، دعا و تلاوت قرآن که در دو قالب ارتباطات انسانی و ارتباطات جمعی تبیین پذیرند. بر این اساس راهکارهایی برای برقراری ارتباط با مخاطبان ارائه می‌شود.

کلیدواژه‌ها:

شیوه‌های تربیت دینی، ارتباطات جمعی، ارتباطات انسانی، رسانه‌های مدرن، شیوه‌های ارتباط.

۱. عضو هیئت علمی دانشگاه سوره و استاد مدعو دانشگاه علامه طباطبائی.

مقدمه

اگر دین را مجموعه‌ای از دستورات ابلاغ‌شده از سوی خداوند برای زندگی بشر بدانیم، اهمیت تربیت دینی را بیشتر می‌توانیم درک کنیم. وضعیت کنونی انسان در کشورهای توسعه‌یافته و تنهایی او در برابر قوانین بشری، میل انسان تنها و بی‌پناه را به قوانین الهی بیشتر کرده است. «اومانیسم» یا انسان‌مداری غرب که انسان را محور همه چیز قرار داده بود کار را به جایی کشاند که فرد یک نیچه فیلسوف معروف آلمانی فریاد اعتراض برآورد و گفت: در جامعه‌ای که خدا نباشد همه چیز آزاد است. جمله معروف او: «خدا مرده است»، دقیقاً ناظر بر همین مطلب است که غرب از تعالیم دینی فاصله گرفته است و تمامی مسائل نیز از همین دوری از خدا ناشی می‌شود. تا پیش از انقلاب اسلامی ایران و فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی، نگاه منفی احزاب چپ‌گرا و الحادی به دین و تبلیغات گسترده آن‌ها، نسل جوان را نسبت به دین و تربیت دینی بدبین کرده بود. اما با پیروزی انقلاب اسلامی و فروپاشی شوروی سابق، بسیاری از صاحب‌نظران، رویکردی دوباره به تأثیر مثبت آموزه‌های دینی و تحولات انقلابی در جوامع امروزی نشان دادند. اکنون تمایل بیشتری برای یادگیری آموزه‌های دینی در جوامع بشری احساس می‌شود. بسیاری از این صاحب‌نظران با توجه به شکل‌گیری جامعه اطلاعاتی و امکانات ارتباط الکترونیکی در میان افراد می‌پرسند: برقراری ارتباط با مخاطبان در امر تربیت دینی در جامعه اطلاعاتی با چه شیوه‌هایی امکان‌پذیر است؟

برای پاسخ به این پرسش ابتدا باید ببینیم مراد از تربیت دینی چیست؟

۱- تربیت دینی چیست؟

تربیت در زبان فارسی به معنای: «پروراندن»، «آداب و اخلاق را به کسی آموختن»، «تعلیم و پروردن کودک تا هنگام بالغ شدن» آمده است. در اصطلاح «تربیت» دارای دو معنی است؛ یکی عام و دیگری خاص.

۱-۱- تربیت دینی به معنی عام

این معنی شامل همه ابعاد تربیتی در یک بستر دینی می‌شود و می‌توان آن را با «تربیت دینی» مترادف دانست. مراد این است که جوان مسلمان به نحوی آموزش ببیند و تربیت شود که بالمآل شخصیت او با اهداف دینی مطرح شده در قرآن و روایات همسان باشد و در نهایت آن‌گونه شود که بتوان او را مسلمان به معنای واقعی کلمه دانست. در این اصطلاح، تربیت دینی

محدود به مسائل اعتقادی، معنوی یا اخلاقی نمی‌شود، بلکه رفتار و اندیشه آدمی را در سایر ابعاد فرهنگی، سیاسی، اقتصادی، اجتماعی، عاطفی و هیجانی نیز در بر می‌گیرد و در یک کلمه شخصیت انسان را پوشش می‌دهد. به نظر می‌رسد، بسیاری از نوشته‌های اسلامی موجود در باب تعلیم و تربیت که تحت عناوینی همچون تعلیم و تربیت در اسلام، تعلیم و تربیت اسلامی و اسلام و تعلیم و تربیت تدوین شده است، همین اصطلاح را دنبال نموده است (مطهری، ۱۳۸۷: ۵-۶).

۱-۲- تربیت دینی به معنی خاص

در این اصطلاح در بین همه ابعاد تربیتی، به «رشد معنوی و اعتقادی» توجه می‌شود و بدین وسیله سایر ابعاد تربیتی و حتی ابعادی همچون بعد اخلاقی از بحث خارج می‌شود. به منظور تمایز این بعد خاص تربیتی، آن را تربیت ایمانی یا معنوی نامیده‌اند. بر این اساس، دیگر نمی‌توان در تبیین تربیت دینی منابع اخلاقی را اصل قرار داد. آری اخلاق اسلامی چه در تعریف هدف و چه در راه رسیدن به آن از دین نشئت و کمک می‌گیرد، اما سخن این است که می‌توان مسائل تربیت دینی را از مسائل تربیت اخلاقی جدا و برای هر کدام باب مستقلی باز کرد. در این نوع آموزش و پرورش، شرایطی برای فرد متربی ایجاد می‌شود تا نگرش او نسبت به خود، جهان اطراف و خالق این جهان براساس آنچه خود می‌یابد و اقتضای فطرت اوست رشد کند و آنچه لازمه پیمودن این مسیر است فرا گیرد. به دیگر سخن، شرایطی برای متربی فراهم می‌آید تا ایمان او تقویت شود و جایگاه خود را در کل مجموعه هستی باز یابد (رفیعی، ۱۳۸۲: ۴۳).

بعضی از فلاسفه تعلیم و تربیت چون «امانوئل کانت» مشکل تعریف تربیت را به مشکل بودن ماهیت تربیت ربط می‌دهند و معتقدند: برخلاف آنچه مردم تصور می‌کنند، تعلیم و تربیت از بزرگ‌ترین و دشوارترین مسائل مبتلا به انسان است. او در بین ابداعات بشر دو مورد را از بقیه مشکل تر می‌داند، هنر مملکت‌داری یعنی حکومت، و هنر تعلیم و تربیت. وی معتقد است، مردم هنوز درباره معنای واقعی این دو اختلاف نظر دارند (کانت، ۱۳۶۳: ۱۱). برخی دیگر از فلاسفه تعلیم و تربیت در تعریف «تربیت» و «آموزش و پرورش» با مشکل مواجه شده‌اند تا جایی که افراد صاحب‌نظری مانند پیترز^۱ معتقدند: فلاسفه جدید، تلاش در راه ارائه تعریف از «تربیت» و «آموزش و پرورش» را رها یا به حداقل تعریف یعنی تعریف فرضی بسنده کرده‌اند.

امیل دورکیم^۲ جامعه‌شناس معروف فرانسوی، تعلیم و تربیت را نظریه‌ای علمی می‌داند،

1. R.S. Pcters

2. Emile Durkheim

که با استفاده از داده‌های علوم دیگر نظیر روان‌شناسی و جامعه‌شناسی به ارزیابی نظام‌ها و روش‌های تربیتی می‌پردازد و به این طریق عمل مربیان را توضیح می‌دهد و هدایت می‌کند (شکوهی، ۱۳۸۵: ۵۸). به اعتقاد برخی دیگر از صاحب‌نظران، تربیت فعالیتی است مداوم، جامع (توجه به همه آنچه برای به کمال رسیدن انسان لازم است، همه ابعاد وجودی و نیازهای فردی، اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی انسان) و همگانی (فرد فرد جامعه) و برای رشد و تعالی و تکامل انسان و غنای فرهنگی و تعالی جامعه. تربیت نیازی است مستقل و وابسته، نهایی و واسطه‌ای، تربیت هم هدف است و هم وسیله، زیربنای اجتماع و غایت است و مقصود است. (فیوضات، ۱۳۷۴: ۲۱).

۳-۱- تربیت دینی (بررسی امکان و ماهیت)

در جوامع دینی راه و روش زندگی را احکام دینی هدایت می‌کند. در واقع دین راه و روش زندگی کردن است. طبق محفوظ‌ترین متن الهی و براساس عملکرد پویاترین پیام‌آور الهی و خاندان و یاران صدیق ایشان، دین نه تنها به پرستش و نیایش محض محدود نیست، بلکه چنان وسیع و فراگیر است که هیچ امر کوچک و بزرگی را بی‌برنامه و بررسی رها نکرده است. در بیان قرآن، دین به معنی برنامه و نظام کامل و فراگیری است که از یک‌سو بیان‌کننده وجود فرمانروا و فریادرس مطلق است که بر اجزا و اعضای پیدا و پنهان هستی احاطه همه‌جانبه دارد و از سوی دیگر نشان‌دهنده فرمان‌پذیری و بندگی پناه‌جویی است که وجود، فرمان، قدرت و احاطه آن فرمانروا را پذیرفته است. آنچه میان این دو طرف موجود (فرمانروا و فریادرس — فرمان‌پذیر) را پر می‌کند، قوانین، اصول، مبانی و برنامه‌هایی است که فرمانروا و فریادرس مطلق طراحی و ارائه کرده است تا موجود فرمان‌پذیر و فرمانبر براساس آنها عمل کند و ضمن برآورده کردن نیازهای خود در این دنیا، انتظار دریافت ثواب در آخرت را نیز داشته باشد. بدیهی است که اجرا نشدن این برنامه‌ها، علاوه بر پدید آوردن مشکلاتی در این دنیا، عقاب و عذاب اخروی را نیز به همراه دارد (ویسی، ۱۳۸۵: ۴۴-۴۶).

واضح است که این نحوه تلقی از دین، نه تنها منفعلانه و حاشیه‌ای نیست، بلکه نشان می‌دهد که دین عین فعالیت و کنشگری است و بیش از آنکه پیروان خود را به آینده (آخرت) پرتاب کند، می‌کوشد با برنامه‌های واقع‌گرایانه و عینی، امور آنان را در همین دنیا مدیریت کند. بدیهی است در این نحوه تلقی، پرستش و نیایش نیز نه تنها آخرت‌گرایانه و غیرعینی تفسیر نمی‌شوند، بلکه به مثابه ابزارها و امکاناتی برای نیل فرد متدین به اهداف و مقاصد دین به کار گرفته می‌شوند.

بنابراین، هرگاه کلمه یا عبارتی با دین — به معنای قرآنی آن — ترکیب شود، عملاً و عیناً نشان می‌دهد که دین می‌کوشد بخش‌هایی از تعالیم خود را در این زمینه به ظهور برساند. طبیعی است که در این صورت این ترکیب جدید (مثلاً تربیت دینی) حاوی پیام جدید و بیانگر الگوی نوین و متفاوتی است که تاکنون در عرصه مورد نظر (تربیت) یا درک نشده یا چنانکه باید و شاید از ظرفیت‌ها و قابلیت‌های آن بهره گرفته نشده است. لذا بحث از تربیت دینی، بحث از امری محال و ممتنع نیست؛ چراکه از زمان‌های بسیار دور در تاریخ فکر و فلسفه بشری، امر تربیت در بستر نظام‌های دینی — اعم از الهی و بشرساخته — وجود داشته است. برای نمونه، می‌توان از مفاهیمی نظیر اصول تربیت و مذهب هندو در وداها، اوپنیشدها، بهگودگیتا^۱ سخن گفت. در آیین بودایی نیز به طرق مختلف امور مربوط به تربیت شرح و بیان شده‌اند. در سایر ادیان و مکاتب هندی نیز به این مسائل به نحو خاصی توجه شده است (نک: مایر، ۱۳۵۰: ۳۷-۶۵).

از این رو، با توجه به سابقه طولانی ارتباط دین و تربیت و وجود بذره‌های پرثمر دینی در زمین حاصلخیز تربیت، بحث از تربیت دینی، نه تنها امری زاید نیست، بلکه معقول، منطقی و حتی ضروری است، یا حداقل می‌توان گفت: امکان تأسیس الگویی تربیتی براساس آموزه‌های دینی وجود دارد و این امر نه تنها از روی جهت‌گیری‌های فرهنگی و تمدنی مربوط به دوران معاصر و صرفاً بر مبنای نوعی مواجهه با نظام‌ها و الگوهای تربیتی غربی و غیردینی، بلکه براساس حقایق و مسلمات موجود در متون دینی، از جمله قرآن مجید و سنت، صحیح است. با وضعیتی که امروزه بر جهان صنعتی حاکم است، انسان‌ها بیش از گذشته به دین و آموزه‌های دینی نیازمند شده‌اند. از سوی دیگر، تحولاتی که در برقراری ارتباطات بیشتر مردم در جامعه به یمن رسانه‌های مدرن حاصل شده، امکانات بهتری برای آموزش و تربیت دینی در جامعه فراهم آورده است.

1. Vedas

2. Upanishads

3. Bhagavad-Gita

۲- شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان

از نظر دین اسلام، روش‌های مختلفی برای برقراری ارتباط با افراد وجود دارد؛ از جمله این روش‌ها عبارت‌اند از: مناظره یا جدال احسن، سخنرانی و خطابه، نامه، تدریس، داستان، دعا، تلاوت قرآن، نگاه محبت‌آمیز، کلام خوب و نرم، نیکی کردن، هدیه دادن، مشاوره و حل مشکل طرف مقابل، فیلم، عکس و رسانه. این شیوه‌های ارتباطی را می‌توان در دو دسته از انواع ارتباطات انسانی و ارتباطات اجتماعی تقسیم کرد و توضیح داد.

۲-۱- ارتباطات انسانی

اگر ارتباط را آن‌گونه که دیوید برلو، استاد دانشگاه ایالتی میشیگان آمریکا، تعریف کرده است در نظر گیریم، یعنی: «فراگرد انتقال پیام از سوی فرستنده برای گیرنده، مشروط بر آنکه درگیرنده پیام، مشابهت معنی با معنی مورد نظر فرستنده پیام ایجاد شود» (محسنیان راد، ۱۳۶۹: ۹۲، به نقل از: Berlo, ۱۹۶۰)، انتقال معنی به دو صورت در ارتباط میان انسان‌ها انجام می‌شود:

۲-۱-۱- ارتباطات کلامی.

۲-۱-۲- ارتباطات غیر کلامی.

هر چند گفته می‌شود ارتباط کلامی شامل هرگونه گفتاری است که با نوشتن یا حرف زدن و در کل با کلام ایجاد می‌شود و ارتباط غیر کلامی ارتباطی است که بدون نوشتن و حرف زدن و فقط با رفتارهای غیر کلامی مانند سکوت، لبخند، اخم، حرکات بدنی و... به وجود می‌آید، اختلاف بین ارتباط کلامی و غیر کلامی به سادگی مقایسه گفتار و رفتار نیست. «مثلاً صحبت کردن نیز خود آمیخته با عناصر غیر کلامی چون تن صدا، سکوت‌های بین جمله‌ها و غیره است. برای شناخت این تفاوت ارجح است به جای آنکه به کانال‌های ارتباط با فرستنده و گیرنده توجه کنیم و بر اساس این عناصر فراگرد ارتباط، تفکیک را انجام دهیم به رمز توجه کنیم» (همانجا: ۲۴۷). با وجود این واقعی‌ترین نمونه برای ارتباط کلامی، زبان نوشتاری و گفتاری است و بهترین نمونه برای ارتباط غیر کلامی هم بیان چهره‌ای و اشارات بدنی است و به همین خاطر ارتباط غیر کلامی را زبان بدن هم ترجمه کرده‌اند.

۲-۲- ارتباطات اجتماعی

برخلاف ارتباطات انسانی، در ارتباطات جمعی به دلیل زیاد بودن مخاطبان برای انتقال معنی و ارسال پیام از وسایل ارتباط جمعی مانند رادیو-تلویزیون، مطبوعات، اینترنت و... استفاده می‌کنند. در این نوع از ارتباطات مخاطبان اغلب فرستنده را نمی‌بینند و او را نمی‌شناسند.

حرکات غیر کلامی همدیگر را مثل ارتباطات انسانی که حضوری و چهره به چهره است نمی‌بینند و ...

اکنون با توجه به دسته‌بندی انواع ارتباط، شیوه‌های برقراری ارتباط با مخاطبان دینی را برمی‌شماریم:

۲-۳- ارتباطات انسانی با مخاطبان

در ارتباطات انسانی می‌توان از ارتباطات کلامی و غیر کلامی توأمان استفاده کرد؛ به همین دلیل، این شیوه ارتباطی بهترین شیوه در انتقال معنی است، هر چند هزینه بیشتری نیز دربردارد. چون گرد آوردن افراد در یک مکان و در یک زمان اغلب وقت‌گیر و مشکل است.

۲-۳-۱- مناظره یا جدال احسن

تربیت دینی از دعوت به دینداری شروع می‌شود. قرآن کریم می‌فرماید: «ادْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمَةِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجَادِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ...» (النحل: ۱۲۵)؛ یعنی ای پیامبر (ص) مردم را به راه خداوند با «حکمت» و «تصحیح نیکو» دعوت کن و با آنان به بهترین شیوه ممکن به گفتگو بپرداز!

آیه فوق به نحوه اثرگذاری مطلوب بر مخاطبان دعوت دینی از دیدگاه خداوند متعال اشاره دارد (سپنجی، ۱۳۸۷: ۶۹).

بر اساس این آیه از جمله راه‌های دعوت انبیای الهی به توحید و خداپرستی، در همه دوران‌ها، روش مجادله بوده است. در مجادله که قرآن آن را جدال احسن می‌نامد، پیامبران از عاطفه، احترام انسانی، روشنگری، استدلال منطقی، قاطعیت، توکل و ایمان برخوردار بوده‌اند. یکی از محققان می‌نویسد: «قرآن کریم در چند موضع، ضمن بیان آیات مربوط به ماجرای انبیا به موارد بحث و جدل و مناظره آنها با قومشان اشاره می‌کند که با رعایت ادب، احترام، حق‌گویی و استدلال متین و قاطع به مناظره با مخالفان می‌پرداختند و این همان جدال احسن است که در فرهنگ قرآنی بدان توصیه شده است» (حسینی میرصفی، ۱۳۸۷: ۷۰).

ذکر مثالی از جدال احسن حضرت امام رضا(ع) با دانشمندی مسیحی برای نشان دادن تأثیرگذاری این روش کفایت می‌کند به این صورت که، «در یک جلسه مناظره علمی، که دانشمندان مذاهب مختلف حضور داشتند، امام رضا(ع) در مقابل دانشمند مسیحی که معتقد بود حضرت مسیح(ع) فرزند خداست، از شیوه جدال احسن استفاده کرد؛ به این صورت که فرمود: حضرت عیسی(ع) همه صفاتش خوب بود فقط یک نقص داشت و آن اینکه به عبادت

علاقه‌ای نداشت. دانشمند مسیحی گفت: این چه سخنی است؟! او عبادتش از همه مردم بیشتر بود. امام رضا (ع) فرمود: پس اگر عبادت می‌کرد بنده خدا بود نه فرزند خدا؛ زیرا عبادت یعنی بندگی خدا!» (قرائنی، ۱۳۸۵: ۱۶ به نقل از منتهی‌الآمال).

۲-۳-۲- سخنرانی و خطابه

ایراد خطبه و سخنرانی از جمله شیوه‌های متقاعد سازی مخاطبان و جذبشان در ادیان الهی به ویژه در دین مبین اسلام به شمار می‌آید. این شیوه از دیدگاه دین اهمیت زیادی دارد. با استمداد از قرآن کریم در سوره الرحمن، آیات ۱ تا ۴ در می‌یابیم که خداوند پس از ذکر خلقت انسان به نعمت «بیان» که مهم ترین رکن سخنرانی است اشاره فرموده‌اند که: «الرَّحْمَنُ، عَلَّمَ الْقُرْآنَ، خَلَقَ الْإِنْسَانَ، عَلَّمَهُ الْبَيَانَ» (الرحمن: ۱-۴) یعنی خداوند رحمان قرآن را یاد داد، انسان را آفرید و به وی بیان را آموخت.

حضرت امام علی (ع) نیز می‌فرماید: «اگر انسان زبان گویا نداشت، چیزی جز تصویری ممثل یا حیوانی متروک و مهممل نبود» (شیخ صدوق، ۱۳۶۲: ۴۲۴).

با توجه به اهمیت بیان و سخنرانی لازم است دعوت کنندگان به دین مبین اسلام، اصول سخنرانی را به خوبی بیاموزند و در عمل به کار ببرند (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۷۷). سخنرانی و خطابه از جنس ارتباطات شفاهی و کلامی است که باید با ارتباطات غیر کلامی، توأمان برای جذب مخاطبان به کار بسته شود.

۲-۳-۳- تدریس قرآن

در اقرب الموارد آمده است: «تدریس به معنای درس دادن کتاب است» (الخوری، ۱۳۷۴: ۱۹۳). تفاوت تدریس با تعلیم در این است که تعلیم، هرگونه یاد دادن را شامل می‌شود ولی تدریس به تعلیماتی گفته می‌شود که از روی کتاب و دفتر باشد (مکارم شیرازی، ۱۳۶۸: ۴۸۲). تدریس قرآن کریم از شیوه‌های مؤثر برای دعوت به دین مبین اسلام و تربیت دینی است. رسول گرامی نیز در حدیثی فرمود: «اگر زندگی سعادت‌مندانه می‌خواهید، قرآن را مطالعه کنید.» (مجلسی، بی‌تا: ۱۹/۴۵). آموختن شیوه‌های تدریس همچون شیوه وعظ و خطابه می‌تواند مدرس را در انتقال مفاهیم کتاب به مخاطبان یاری دهد. فن اداره کلاس، تفهیم آسان، پرسش و پاسخ و ... از جمله فنون تدریس برشمرده می‌شوند.

۲-۳-۴- داستان‌گویی شفاهی

قرآن کریم با قصص آموزنده آن، بهترین نمونه برای انتقال مفاهیم از طریق داستان‌گویی و برقراری ارتباط به صورت غیر مستقیم است.

به گفته یکی از مبلغان امور دینی: «قرآن که کتاب دعوت، تربیت و انسان سازی است به این شیوه عنایت داشته و داستان‌های فراوانی را از افراد و امتی صالح و ناصالح آورده است که عدد آن‌ها به ۲۶۸ قصه می‌رسد.» (قرائتی، ۱۴۱۵: ۲۱) از این رو مدرسان و مبلغان دینی بر خود فرض می‌دانند فن داستان‌سرایی و قصه‌گویی را بیاموزند و داستان‌ها را به زبان روز بیان کنند. باید به خاطر داشت که قصه‌های قرآن و روایات، بهترین‌ها برای این شیوه ارتباطی هستند (نگارش و همکاران، ۱۳۸۳: ۱۸۱).

۲-۳-۵- دعا

توجه دادن انسان‌ها به خدا از راه دعا و استمداد از او یکی از راه‌های برقراری و تحکیم پایه‌های اعتقادی و روحی مردم و مخاطبان است.

نگارنده به یاد می‌آورد که در اواخر دوران ستم‌شاهی و در دهه ۱۳۵۰ شمسی، در ایران؛ مبلغان دینی به دلیل محدودیت‌ها و سانسور حاکم نمی‌توانستند آشکارا نسبت به وضع موجود افشاگری کنند، اعتراض خود را در قالب دعا‌های پایان سخنرانی خود به مخاطبان تفهیم می‌کردند. ضمناً «این شیوه در قرآن مجید به کار رفته و در آیات متعدد، خداوند متعال به پیامبرش دستور داده است که برخی امور مهم را در قالب دعا از خداوند بخواهد» (همانجا: ۱۸۱).

برای مثال در قرآن کریم بر دعا برای افزونی دانش تأکید شده است: «وَقُلْ رَبِّ زِدْنِي عِلْمًا» (طه: ۱۱۴) یعنی بگو خدایا دانش مرا زیاد گردان. حالا اگر این دعا در مجلسی خوانده شود که عده‌ای بی دانش حضور داشته باشند، مخاطبان به پیام دعاگو پی می‌برند.

۲-۳-۶- تلاوت قرآن کریم

منظور از تلاوت قرآن کریم، ابلاغ پیام دین از راه خواندن قرآن و جذب مخاطبان است. چه «نقش فرهنگی و ارتباطی قرآن از وجوه مختلف قابل تأمل و بررسی است؛ زیرا هم، هویت‌بخش به جامعه اسلامی و مصدر و غایت تبلیغ دینی به شمار می‌آید و هم به عنوان یک ابزار ارتباطی مکتوب، آثار و کارکردهای متعدد و کارایی را از خود بر جای می‌نهد» (نظری مقدم، ۱۳۸۹: ۳۸). تشکیل جلسات قرائت قرآن، علاوه بر شکل‌گیری مجلس قرآنی که هسته‌های مطالعاتی را برای ترویج فرهنگ قرآنی در پی دارد، تأثیر جاذبه‌های لفظی و زیبایی‌های لسانی قرآن بر قدرت بیان قاریان می‌افزاید و از نظر محتوا نیز که به «حقانیت» تعبیر می‌شود، می‌توانند در تربیت مخاطبان بسیار مؤثر عمل کنند. در تاریخ آمده است که:

«مصعب بن عمیر به عنوان نماینده تبلیغی پیامبر (ص) در یثرب، از قرآن کریم به بهترین وجه

برای جذب مخاطبان به سوی پیام اسلامی استفاده می‌کرد؛ همچنین نباید فراموش کرد که بیشترین ابزار دعوت در مدینه، قرائت قرآن بوده است. به همین دلیل، مصعب بن عمیر را مقرر می‌خواندند» (هیثمی، ۱۳۶۲: ۴۲).

اهمیت قرائت قرآن و استماع آیات الهی آن قدر زیاد است که گفته می‌شود: «فَتِحَتِ الْمَدِينَةُ بِالْقُرْآنِ»؛ یعنی شهر مدینه با قرائت قرآن فتح شد!

۲-۳-۷- خوش‌رویی و رفتار نیک

در احادیث اسلامی خوش‌رویی از صفات انسان‌های مؤمن است و مؤمنین سختی‌ها و دشواری‌ها را در دل خود می‌گذارند و خوشی‌هایشان را با مردم تقسیم می‌کنند. نگاه محبت‌آمیز، کلام خوب و نرم، لبخند زدن، صلۀ ارحام، کمک به نیازمندان، هدیه دادن و ... حتی خوش‌قولی و راستگویی و امانت‌داری که از جمله صفات پیامبر اسلام (ص) به شمار می‌آید در جذب مخاطبان دوران جاهلیت بسیار مؤثر بوده است و امروزه نیز در همهٔ جوامع از عوامل مؤثر در انتقال معنی به شمار می‌آید.

۲-۳-۸- آیین‌ها و مناسک دینی

کسانی که به حج مشرف شده‌اند می‌دانند که تک‌تک اعمال حج از نیت تا احرام بستن، طواف کعبه، سعی صفا و مروه، نماز، بیتوته در عرفات، عبور از مزدلفه، بیتوته در منا، قربانی کردن، رجم شیطان و ... همه و همه در جمع زائران انجام می‌شود و ارتباطات انسانی رنگ ارتباطات اجتماعی می‌گیرد، زیرا نیت امری فردی است و از ارتباط انسان با خودش شروع می‌شود و سپس با ارتباط انسان با خدا ادامه می‌یابد و در ادامه نیت‌ها در جمع به عمل تبدیل می‌شوند. پس بی‌دلیل نیست که مناسک حج را دانشگاه عظیم سیاسی - عبادی می‌نامند. دانشگاهی که ارتباطات انسانی و اجتماعی در آن به بهترین نحو ممکن شکل می‌گیرد و معنی انتقال می‌یابد.

علاوه بر این روش‌ها می‌توان از بهره‌برداری تبلیغی و آموزشی آیین‌های جمعی مانند عزاداری‌های مذهبی به ویژه سوگواری‌های ایام شهادت حضرت امام حسین (ع) در برقراری ارتباط با مخاطب دینی یاد کرد.

استفاده از نمادهای فرهنگی و ارتباطی که با حضور مخاطبان و به شکل ارتباط انسانی صورت می‌گیرد، مانند: حضور در مسجد و محراب، نماز جماعت و قرائت، اذان که انتقال معنی برای حضور در جمع است، اقامه که ادامه حضور و پیوستن به صفوف منظم نمازگزاران می‌باشد، منبر مکانی برای بهتر شنیدن و ارتباط کلامی و غیر کلامی، نام‌ها و نشانه‌های دینی و ... نیز از جمله

شيوه‌هایی است که در ارتباط به کار بسته می‌شوند و چون اغلب افراد با شيوه‌های کاربردی آنها در ایران آشنا هستند، فقط به ذکر عناوینشان بسنده کردیم.

۲-۴- ارتباطات اجتماعی و رسانه‌ها

رشد شگفت‌آور رسانه‌های ارتباطی در جهان امروز تردیدی بر جای نگذاشته است که رسانه‌های جمعی در برقراری ارتباطات میان انسان‌ها نقشی انکارناپذیر دارند. پس شناخت رسانه‌های جمعی سنتی و مدرن نیز در این راه ضروری است. از همه مهم‌تر در شرایط فعلی که به یمن رسانه‌های مدرن همچون اینترنت حجم وسیعی از اطلاعات و داده‌های پردازش شده یا خام در گردش می‌باشد و جامعه اطلاعاتی بر چنین مبنایی تعریف می‌شود؛ انتقال پیام‌های دینی و به ویژه پیام‌هایی که به امر تربیت دینی می‌پردازند، اهمیتی دوچندان می‌یابد.

یکی از روان‌شناسان معاصر درباره اهمیت وسایل ارتباط جمعی معتقد است: «انسان از همان آغاز برای برقراری ارتباط و رساندن پیام خود به دیگران، شيوه‌های گوناگونی را به کار برده است؛ از اشارات، کلمات و اشاره‌های رمزی اولیه گرفته، تا استفاده از پیشرفته و پیچیده‌ترین وسایل ارتباطی مدرن امروزی. رسانه‌ها و وسایل ارتباط جمعی که در طول تاریخ دارای سرعت بسیار کند و ناچیزی بوده‌اند، در عصر حاضر تحول چشمگیری یافته‌اند. پیدایش فن سینما در ابتدای قرن بیستم، ظهور رسانه‌های بی‌سیم نظیر رادیو و تلویزیون، تولید و انتشار نوارهای ویدئویی و راهیابی آن به خانه‌ها در دهه‌های آخر قرن گذشته و از همه مهم‌تر همگانی شدن و امکان دسترسی آسان همگان بدان‌ها و هم اکنون پدیده شگفت‌انگیز ماهواره و شبکه‌های اینترنت، از مظاهر تحول این صنعت، در عصر حاضر بوده است، که انسان تمام آنها را برای رسیدن به مقاصد مختلفی نظیر اطلاع‌رسانی، تعلیم و تربیت، اندیشه‌پروری (فرهنگ‌سازی) هدایت و راهنمایی، افزایش آگاهی‌های اجتماعی و... به کار گرفته و می‌گیرد. البته در همه این اهداف نیز هدف‌های تربیتی نهفته است» (افروز، ۱۳۸۹: ۱).

امروزه، عمده‌ترین نقشی که وسایل ارتباط جمعی برعهده دارند، عبارت‌اند از: فرهنگ‌سازی، آموزش، اطلاع‌رسانی و ایجاد مشارکت اجتماعی (دادگران، ۱۳۸۳: ۱۰۶).

انواع گوناگون وسایل ارتباط جمعی از رادیو گرفته تا تلویزیون و مطبوعات و حتی رسانه‌های جدیدی مانند اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، جزئی از زندگی بشر امروز شده‌اند.

از نظر افروز، چگونگی پذیرش و استقبال مردم و نیز اثرپذیری هر کدام از آنها از این ابزار و وسایل متفاوت است؛ زیرا استقبال مردم، متأثر از عوامل گوناگونی نظیر اندوخته‌ها و یافته‌های

فرد، دیدگاه‌ها، اعتقادات و ارزش‌ها و ... است.

به کارگیری هر چه بهتر رسانه‌ها همواره منافع و فواید زیادی در زمینه کمک به رشد صحیح و سالم افراد و نیز سازگاری او با جامعه و تحول و پیشرفت صحیح آن جامعه به سوی کمال مطلوب، داشته است.

نظر به اینکه از طرفی حوزه‌های معرفتی و علمی بسیار وسیع هستند و با سرعت چشمگیری در زمینه‌های مختلف پیشرفت می‌کنند. و به کارگیری صرف روش‌های تقلیدی و نقل و انتقال معارف توسط نظام رسمی تعلیم و تربیت، مؤثر نیست و بر تمام ابعاد و جوانب امر پوشش کافی ندارد و از طرف دیگر، استفاده و بهره‌بردن از دستگاه‌های اطلاع‌رسانی و رسانه‌های گروهی آسان است و توان بالا و امکانات وسیعی برای انتشار بین گروه‌های مختلف مردم دارد، بنابراین کمک گرفتن از دستگاه‌های اطلاع‌رسانی و رسانه‌ها برای تحکیم به فرایند تعلیم و تربیت و تعمیق آن در زمینه‌های مختلف و حوزه‌های علمی، فنی و ادبی در خارج از مدرسه بیش از پیش ضروری است. پیام‌هایی که با رسانه‌ها رد و بدل می‌شود در ابعاد مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، نظامی، و فرهنگی و ... است. مخاطبان این پیام‌ها افراد و گروه‌هایی در سطوح مختلف فرهنگی، اقتصادی، و اجتماعی‌اند که گاه در مسافت‌های طولانی و دور از هم در سراسر جهان پراکنده‌اند (افروز، ۱۳۸۹: ۳).

وظایف رسانه‌ها از نظر افروز عبارت است از: یاددهی و یادگیری، اندیشه‌پروری، هدایت و راهنمایی، افزایش آگاهی‌های اجتماعی و رشد اجتماعی در ابعاد مختلف. (همانجا)
چنان‌که گفته شد، تمام سعی و تلاش رسانه‌های جمعی، رسیدن به اهداف و مقاصد است که در عین حال، هر کدام به نحوی صبغه تربیتی دارند؛ زیرا این رسانه‌ها در اموری نظیر رشد شخصیت افراد در ابعاد مختلف، ایجاد ارتباط بین افراد و جامعه، کمک به افراد در فرایند سازگاری با جهان متغیر پیرامون و... دخالت دارند.

تحقیقات جدید نشان‌دهنده این امر است که تمام افراد - چه کوچک و چه بزرگ - در برابر محصولات تولیدی رسانه‌ها متفعل و متأثر محض نیستند، بلکه این محصولات پس از اینکه مخاطبان عاقل آن را دریافت کردند و بر اساس اندوخته‌های ذهنی آنان به یک فهم و درک و معرفت تبدیل می‌شود. بنابراین انسان به کمک اعتقادات، گرایش‌ها، ارزش‌ها و دیدگاه‌های خاصی که دارد، این محصولات رسانه‌ای را بررسی و تجزیه و تحلیل می‌کند و در نهایت به فهم جدید عقلانی می‌رسد که جهت‌دهنده رفتار اوست. اما از آنجا که به هر حال، رسانه‌های جمعی

بر مخاطبان بخصوص کودکان، نوجوانان و جوانان تأثیرات انکار ناپذیری دارد، همیشه با تأثیرات سوء نیز همراه است و بیم آن می‌رود که بر تأثیرات مثبت در بیشتر موارد غلبه یابد؛ مثلاً:

الف. زیاده‌روی در نقل اخبار و بیان حوادث و ... به افسردگی روحی و ناراحتی‌ها و حساسیت‌های عصبی منجر می‌شود.

ب. اعتماد بر اخبار و نیز تحلیل و تفسیرهای رسانه‌ها، قدرت نقد و تحلیل و بررسی و تحقیق را از افراد می‌گیرد.

ج. استفاده از این ابزار برای جایگزینی افکار و ارزش‌های انحرافی، زمینه‌ساز انحراف‌های اعتقادی، اخلاقی و اجتماعی است.

بنابراین، تأثیرگذاری رسانه‌ها بر افراد انکارناپذیر و حتمی است. از طرف دیگر، روش‌های تقلیدی تدریس در مدارس که انتقال دانش و معلومات و پس گرفتن آن در ایام امتحانات می‌باشد، به تنهایی برای تغییرات و تحولات مورد نظر اجتماع کافی نیست.

علاوه بر این، دستیابی جهانیان به تمام جهان به وسیله رسانه‌های گروهی و تبدیل تمام جهان به یک دهکده جهانی، مسؤولیت سازمان‌ها و مؤسسه‌های آموزشی و تربیتی و دولت‌ها را بیش از گذشته کرده است؛ زیرا این مراکز و مؤسسه‌ها نقش بسیار مهمی در امر تشکیل و سازندگی شخصیت انسانی افراد و تحقق رسالت مدرسه و اهداف آن دارند.

امروزه دیگر برای متولیان این امر ثابت شده است که رسانه‌های جمعی علاوه بر آنکه وسیله سرگرمی و تفریح مردم‌اند، ابزاری برای آموزش و پرورش، فکر و اندیشه و تحول و تکامل جامعه محسوب می‌شوند و از این جهت بسیار حایز اهمیت‌اند. به همین سبب نقش مهمی در تعلیم و تربیت اندیشه نسل حاضر به‌خصوص نسل جوان ایفا می‌کنند از این رو، امروزه این ابزار و وسایل همچون رادیو و تلویزیون، از لوازم ضروری زندگی اجتماعی شده است.

این لوازم زندگی مردم را، با رویدادهایی پیوند می‌دهند که در زندگی روزانه اهمیت دارند. رسانه‌ها برای مردم میدانی را فراهم می‌کنند که آنان بتوانند در آن افکارشان را در زمینه مسائلی که بر زندگی روزانه‌شان تأثیر می‌گذارد مبادله کنند و سبب می‌شوند تا مردم درک عمیق‌تری از خود، محیط و نهادهایشان پیدا کنند. رسانه‌ها تعلیم‌دهندگانی‌اند که ادعای معلمی ندارند.

گوش دادن به رادیو هیچ آداب و ترتیبی نمی‌خواهد. این رسانه از مخاطبان خود انتظار ندارد که دوزانو و مؤدب در مقابلش بنشینند و به او نگاه کنند تا مطلبی را فراگیرند؛ بلکه در تمام شبانه‌روز و در هر مکانی و برای همه اقشار بخصوص نوجوانان و جوانان مطالب بسیار متنوع و جذاب ارائه می‌دهد.

تلویزیون، این جعبه جادویی قرن بیستم، از جهت جذابیت‌های ظاهری و سرگرم کردن تماشاچی‌ان، گوی سبقت را از دیگر رسانه‌ها ربوده است، به حدی که کمتر بیننده‌ای از میان برنامه‌های تلویزیون دست به انتخاب بزند، بلکه این تلویزیون است که برنامه‌های جذاب خود را بر بینندگان تحمیل کند.

جمع شدن عناصر صوتی و تصویری و نیز حرکتی در تلویزیون، جذابیت این وسیله را در نظر آنها دارای جذابیت دوچندان کرده است و خود انگیزه نیرومندی است تا کودکان و نوجوانان وقت زیادی را صرف نشستن پای آن کنند.

روزنامه‌ها، مجلات و حتی کتاب‌ها، با چاپ مطالب بسیار متنوع و رنگ‌آمیزی‌های جذاب و داستان‌های شگفت‌انگیز مخاطبان را به خود جذب می‌کنند (همانجا: ۴).

۲-۴-۱- انتشار جمعی پیام

انتشار پیام برای تعداد زیادی از مخاطبان از دیرباز مورد توجه فرستندگان پیام بوده است. پیامبر اسلام (ص) در عصری که وسایل ارتباط جمعی به صورت امروزی‌اش وجود نداشت، با نوشتن نامه به امپراطوری‌های آن زمان، پیام اسلام را به درون دربارها و پس از آن به درون قلب‌ها رساند. نوشتن نامه، یکی از مهمترین شیوه‌های کلامی ارتباط پیامبر اسلام (ص) با رهبران دیگر جوامع به شمار می‌رفت.

پیامبر (ص) شیوه مکتوب را یکی از روش‌های ارتباطی حتی در مکه معظمه می‌دانستند، لذا و در ماجرای هجرت مسلمانان به مدینه، نامه ای به نجاشی پادشاه حبشه نوشتند (خرمشاهی، ۱۳۷۶: ۴۱)، اما از این شیوه ارتباطی در عهد مدنی و در زمانی که ایشان در مدینه بودند و پس از صلح حدیبیه بیشتر بهره برده می‌شد. بی‌شک نامه پیامبر (ص) به نجاشی در مکه معظمه و حضور مسلمانان در حبشه، در گسترش اسلام مؤثر بود و نیز به مسلمانان کمک کرد تا از یک بحران جدی که در آن برهه از زمان گرفتار شده بودند، رهایی یابند.

فراموش نکنیم شیوه ارتباطی از طریق نامه، موجب به رسمیت شناخته شدن موجودیت اسلام از سوی مخاطبان نامه می‌شد. روزی که پیامبر (ص) از حملات قریش مطمئن شد، با فرستادن نامه و اعزام مبلغان و سفیران، ندای خود را به گوش جهانیان رساند (سبحانی، ۱۳۶۷: ۴۰۸). امکان اندیشیدن پس از مطالعه نامه و داشتن فرصت بیشتر برای درک محتوای آن از جمله ویژگی‌های این روش ارتباطی است. به گفته محقق: «نامه موجب برقراری یک ارتباط عمیق میان فرستنده و گیرنده می‌شود؛ زیرا مخاطب ضمن احساس تشخص، با

مطالعه آن فرصت بیشتری دارد تا در ارتباط با محتوای آن بیندیشد. لذا ارتباطات مکتوب در نوع خود می‌توانست یکی از کارآمدترین و اثرگذارترین شیوه‌های ارتباطی در حوزه فرامرزی اسلام باشد» (نظری مقدم، ۱۳۸۹: ۶۹).

در علم ارتباطات نیز در کنار ارتباطات شفاهی و کلامی به ارتباطات نوشتاری و مکتوب مانند نامه، کتاب و... از دیرباز اهمیت داده‌اند. امروزه نیز رسانه‌های جمعی سنتی و مدرن از طریق نوشتار در انتقال اطلاعات می‌کوشند.

۲-۴-۲- رسانه‌های مدرن و شیوه‌های ارتباط با مخاطبان

رسانه‌های مدرن امکانات مناسبی را برای معلمان دینی و علاقه‌مندان به مباحث دینی فراهم کرده‌اند. اگر روزی از روزگاران پیشین فردی از افراد جامعه برای یافتن پاسخی برای پرسش دینی‌اش از یک روحانی مجبور بود به شهرهای مذهبی برود و پرسش‌اش را به عالمی دینی عرضه کند و پاسخ بگیرد، امروزه وبسایت‌های علماء و فقهای دینی آماده‌اند تا بدون رعایت فاصله جغرافیایی و فاصله زمانی، به صورت آنلاین (روی خط) پاسخگوی مراجعان باشند. اکنون به جای نامه نوشتن یا ارسال تلگراف می‌توان از امکانات ایمیل استفاده کرد. از سوی دیگر، ده‌ها وبلاگ و وبسایت دینی در شبانه‌روز به مباحث دینی پرداخته و مستقیم یا غیرمستقیم به تربیت دینی کاربران خود می‌پردازند.

از همه مهم‌تر شبکه‌های اجتماعی مانند «فیس بوک» و «مایکرو بلاگ‌هایی مانند» «توییتر» امکانات گسترده‌ای را برای برقراری ارتباط با دوستان و آشنایان ایجاد کرده‌اند. از طریق این شبکه‌ها می‌توان مطالب دینی را چه به صورت متن، عکس، فیلم یا نوار صوتی (پادکست) برای علاقه‌مندان ارسال کرد.

همچنین با پیدایش فناوری‌های جدیدی چون «ماهواره، تلفن سیار و اینترنت» و هم‌امیزی آنها، اکنون دنیا شاهد تولد رسانه‌های تعاملی است؛ یعنی رسانه‌هایی که مخاطبان آنها تنها بیننده یا شنونده صرف پیام‌ها نیستند، بلکه مخاطبان می‌توانند در ارتباطی دوسویه، واکنش نشان دهند و در نقش فرستنده‌های فعال و نه مخاطبی منفعل وارد صحنه تولید پیام و معنی شوند.

پیدایش شبکه‌تارگستر جهانی اینترنت امکانات روزافزونی را در اختیار کاربران ارتباطات رایانه‌ای قرار داده است. امکاناتی از قبیل وبسایت‌ها، وبلاگ‌ها، پادکست‌ها، شبکه‌های اجتماعی، وب‌کم‌ها یا همان سایت‌های تصویری و... از میان چنین امکاناتی، وبلاگ‌ها به دلیل تبدیل یک وسیله ارتباط جمعی به وسیله‌ای فردی و شخصی، با استقبال شتابنده و وصف‌ناپذیر کاربران اینترنت روبه‌رو شد.

تأثیر وبلاگ‌ها در اینترنت، تا اندازه‌ای بود که استفن دی کوپر^۱ دانشیار ارتباطات دانشگاه مارشال آمریکا، وبلاگ نویسان را رکن پنجم دموکراسی خواند و کتابی را نیز با همین عنوان منتشر کرد (کوپر، ۲۰۰۶). دانشگاه بیرمنگهام انگلیس نیز با راه‌اندازی دوره کارشناسی ارشد وبلاگ‌نویسی از سال ۲۰۰۹ میلادی خبر داد و با یک تبلیغ موقت بر روی وبسایت دانشگاه به معرفی دوره پرداخت: «این دوره فوق لیسانس ۴۰۰۰ پوندی در زمینه رسانه‌های اجتماعی است و طی این دوره به شرکت‌کنندگان در مورد چگونگی ساخت وبلاگ و پادکست، آموزش‌های کاربردی و تئوری حرفه‌ای آموزش داده می‌شود. این دوره یک‌ساله در دانشگاه بیرمنگهام سیتی^۲ برگزار می‌شود و سایت‌های شبکه‌های اجتماعی را ابزارهای برقراری ارتباط و بازاریابی در نظر می‌گیرد.» (گیگانیوز، ۱۳۸۸: ۱).

سایت «پرشین بلاگ»، تعریف «وبلاگ» را این‌گونه ارائه کرده است: «وبلاگ محیطی است که به کاربران اینترنتی، امکان انتشار ایده‌ها و دیدگاه‌های خود همانند یک روزنامه‌نگار را می‌دهد. یک وبلاگ‌نویس، ذهنیات خود پیرامون مسائل مورد علاقه‌اش را در محیط وب بیان می‌کند. بدون اینکه این ایده‌ها به طور کامل بررسی شده باشند یا مثلاً از لحاظ دستوری یا زیبایی جمله‌ها در حد عالی باشند. عاملی که باعث محبوبیت و رشد سریع پدیده وبلاگ در میان کاربران اینترنت شده نیز راحتی استفاده از این ابزار است. با استفاده از سیستم‌های موجود در وبلاگ، بدون نیاز به صرف وقت و هزینه برای طراحی کامل یک سایت اختصاصی و تنها با پرکردن چند فرم تحت وب می‌توان شروع به نوشتن مطالب در قالب یک سایت اختصاصی کرد.» (عاکفیان، ۱۳۸۶: ۸).

وبلاگ‌ها، میکروبلوگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی امکانات زیادی را برای توسعه روابط انسانی و به دنبال آن شیوه‌های جدیدی برای برقراری ارتباط با مخاطبان و تربیت آنها به وجود آورده‌اند (مسعودی، ۱۳۸۸: ۲).

1. Stephen D. Cooper

2. City Birmingham

۳- نتیجه‌گیری

تربیت دینی، پروراندن انسان‌ها برای زندگی بهتر بر اساس قوانین الهی است. امروزه با پیدایش وسایل ارتباطات مدرن امکانات تازه‌ای برای برقراری ارتباط و تبادل اطلاعات میان انسان‌ها در جوامع فراهم آمده است. برای برقراری ارتباط با مخاطبان به روش‌های گوناگون در امر تربیت دینی باید با شیوه‌های دعوت و جذب مخاطب از منظر دین آشنا شد: مناظره یا جدال احسن، سخنرانی و خطابه، نامه، تدریس، داستان، دعا، خوش‌رویی و قرائت قرآن از جمله این شیوه‌هاست که در دو بعد انسانی و جمعی تحقق می‌یابند. ارتباطات مدرن و جدید (وب‌سایت‌ها، وبلاگ‌ها، میکرو بلاگ‌ها و شبکه‌های اجتماعی) نیز می‌توانند به کار اطلاع‌رسانی و ارتباط با مخاطبان کمک کنند. بنابراین رسانه‌های مدرن، شیوه‌های جدیدی از ارتباط با مخاطبان را به ما نشان می‌دهند. این شیوه‌ها علاوه بر افزایش کیفیت و سرعت در انتقال پیام، کاهش بسیار هزینه‌ها را نیز به دنبال دارند. شاید به همین دلیل است که امروزه در حوزه‌های علمیه، بسیاری از علما و فقهای بزرگ دینی ترجیح می‌دهند همراه با شیوه‌های سنتی از شیوه‌های مدرن برقراری ارتباط با مخاطبان نیز سود برند.

۴- پیشنهادها

راهکارهای زیر بر اساس انواع ارتباطات انسانی و اجتماعی و ظرفیت پیام‌های دینی و شیوه‌های انتقال آنها برای برقراری ارتباط مؤثر با مخاطبان دینی، ارائه می‌شوند:

- ۱-۴ استفاده از شیوه‌های برقراری ارتباط با استفاده از قرآن کریم و احادیث معتبر.
- ۲-۴ شناخت ارتباطات انسانی و جمعی و به کار بردن آنها در ارتباطات براساس نیاز مخاطبان.
- ۳-۴ استفاده از ظرفیت ارتباطی آیین‌ها و مناسک دینی برای برقراری ارتباط با مخاطبان.
- ۴-۴ استفاده از رسانه‌های جدیدمانند وبلاگ، وب‌سایت و شبکه‌های اجتماعی برای برقراری ارتباط با مخاطبان جوان.
- ۵-۴ معرفی وبلاگ‌های دینی و وب‌سایت‌های مؤثر در آموزش و تبلیغ دین مبین اسلام به جامعه برای بهره‌برداری هرچه بیشتر.
- ۶-۴ معرفی وب‌سایت‌ها و پورتال‌های آیات عظام و مراجع تقلید برای رجوع مخاطبان دینی به آنها.
- ۷-۴ مهمترین راهکار، تلفیق انواع ارتباطات با یکدیگر برای کامل کردن فرایند ارتباط است.

استفاده از رسانه‌های جدید در مناسک و آیین‌ها یا پخش و عطف و خطابه در رادیو تلویزیون و اینترنت یا به صورت سی.دی، از جمله این راهکارهاست.

کتاب‌شناسی

- ۱- ابوصالح، محب‌الدین (۲۰۰۱). مقدار بالجن، عبدالرحمن النحلای دراسات فی التریبه الإسلامیه. بی‌جا، بی‌نا.
- ۲- افروز، غلامعلی (۱۳۸۹). «بررسی نقش رسانه‌ها در تربیت جوانان» در: <http://maroofyaran.net/?persian=content&categoryID=104&nodeID=16>
- ۳- الخوری، سعید (۱۳۷۴). اقرب الموارد، تهران: نشر دارالاسوه.
- ۴- حسینی میرصفی، سیده فاطمه (۱۳۸۷). شیوه مناظرات انبیاء و امام صادق (ع)، چاپ دوم، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی، شرکت چاپ و نشر بین الملل.
- ۵- خرمشاهی، بهاء‌الدین و انصاری، مسعود (۱۳۷۶). پیام پیامبر، چاپ اول، تهران: منفرد.
- ۶- دادگران، سید محمد (۱۳۸۳). مبانی ارتباطات جمعی، تهران: فیروزه.
- ۷- رفیعی، بهروز (۱۳۸۲). کتاب‌شناسی توصیفی و موضوعی تعلیم و تربیت در اسلام، بی‌جا، بی‌نا.
- ۸- سبحانی، جعفر (۱۳۶۷). فروغ ابدیت، تهران: سازمان تبلیغات اسلامی.
- ۹- سپنجی، امیر عبدالرضا (۱۳۸۷). «دین و نظریات تاثیر رسانه؛ کنکاشی در متون موقر اسلامی و نظریات رسانه‌ای»، در نامه صادق، سال پانزدهم، شماره ۱، بهار و تابستان.
- ۱۰- شکوهی، غلام‌حسین (۱۳۷۵). مبانی و اصول آپ. مشهد: آستان قدس رضوی.
- ۱۱- شفیلد، هری (بی‌تا). کلیات فلسفه آموزش و پرورش، ترجمه دکتر سرمد، بی‌جا، بی‌نا.
- ۱۲- شیخ صدوق، ابو جعفر محمد بن علی (۱۳۶۲). امالی، ترجمه کمره‌ای، تهران: نشر کتابخانه اسلامی.
- ۱۳- عاکفیان، نسترن (۱۳۸۶). «وبلاگ می‌نویسم؛ پس هستم!»، کلیک ضمیمه روزنامه جام جم، شماره ۱۵۰، یکشنبه ۱۴ مرداد ۱۳۸۶، سال هشتم، ضمیمه شماره ۲۰۶۵.
- ۱۴- فیوضات، یحیی (۱۳۷۴). مبانی برنامه‌ریزی آموزشی، تهران: مؤسسه نشر ویرایش.
- ۱۵- قرائتی، محسن (۱۴۱۵ق). القرآن والتبلیغ، قم: مؤسسه النشر الاسلامی (جامعه مدرسین).
- ۱۶- کانت، امانوئل (۱۳۶۳). تعلیم و تربیت، ترجمه غلام‌حسین شکوهی، دانشگاه تهران.

۱۷- گیگانیز (۱۳۸۸). «دوره تخصصی وبلاگ نویسی در دانشگاه بیرمنگام انگلیس برگزار می‌شود». در:

<http://www.wwww.Giganews.ir.pages.ir/news-277.html>, 2007/06/06.

۱۸- مایر، فردریک (۱۳۵۰). تاریخ فلسفه تربیتی، ترجمه علی اصغر فیاض. تهران: بنگاه ترجمه و نشر کتاب.

۱۹- مجلسی، محمدباقر (بی تا). بحار الانوار، بیروت: موسسه الوفا.

۲۰- محسنیان راد، مهدی (۱۳۶۹). ارتباط‌شناسی: ارتباطات انسانی (میان فردی، گروهی، جمعی)، تهران: سروش.

۲۱- مسعودی، امیدعلی (۱۳۸۸). تحلیل محتوای وبلاگ‌های دینی در ایران، تهران: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.

۲۲- مطهری، مرتضی (۱۳۸۷). تعلیم و تربیت در اسلام، تهران: صدرا.

۲۳- مکارم، ناصر و همکاران (۱۳۶۸). تفسیر نمونه، قم: دارالکتب الاسلامیه.

۲۴- نظری مقدم، جواد (۱۳۸۹). شیوه‌های فرهنگی - ارتباطی پیامبر (ص) در عهد مدنی، مشهد: به نشر

۲۵- نگارش، حمید و همکاران (۱۳۸۹). تبلیغ دین از منظر دین، قم: زمزم هدایت.

۲۶- ویسی، زاهد (پاییز ۱۳۸۵). «دین‌ورزی عوام و پیامدهای آن (بررسی بنیادها، نمادها و پیامدهای آن)»، فصلنامه کتاب نقد، ش ۴۰.

۲۷- هیثمی، علی بن ابی بکر (۱۳۶۲). مجمع الزوائد و منبع الفوائد، بی جا: دارالکتب العربی.

28- Berlo, David, (1960), The Process of Communication, Michigan State

University, New York: Rinehart and Winston.

29- Cooper, Stephen D., (2006), Watching The Watchdog: Bloggers and the fifth Estate.

Spokane, WA: Marquette Books, LLC.



مرکز تحقیقات کامپیوتر علوم اسلامی