



دریافت: ۱۴۰۳-۱۱-۲۴  
 بازنگری: ۱۴۰۴-۰۳-۱۴  
 پذیرش: ۱۴۰۴-۰۴-۰۵  
 انتشار آنلاین: ۱۴۰۴-۰۷-۱۹

<https://doi.org/10.22034/jksl.2025.504653.1434>



محمدحسین ناظمی اشنی<sup>\*۱</sup>



زاهده رحمانیان<sup>۲</sup>



مقاله: پژوهشی

### چکیده

قرآن کریم منبع غنی برای افزایش سطح کمی و کیفی مهارت های ارتباطی و بهبود ارتباطات کلامی میان فردی در راستای ساماندهی، بهسازی و پیشگیری از آسیب ها و ناهنجاری های جامعه است. آنچه که شیوه های مهارت ارتباطی پیامبران را اهمیت می دهد، تأثیر این مهارت در انتقال مفاهیم دینی است. بدین سبب این مقاله در پی پاسخ به این پرسش است که «تأثیر مهارت های ارتباطی در انتقال مفاهیم دینی از نظر قرآن و روایات چگونه است؟» در این تحقیق روش پژوهش به صورت توصیفی تحلیلی محتوایی است. یافته ها نشان می دهند که مهارت های ارتباطی، به ویژه صحبت کردن و گوش دادن فعال، نقش کلیدی در تعاملات انسانی و انتقال مؤثر پیام های دینی دارند. قرآن و روایات بر اهمیت گفتار کریمانه، ادب در کلام و تأثیر مثبت حالات چهره در ایجاد ارتباطات مؤثر تأکید کرده اند. الگوهای قرآنی مانند پیامبران و امامان، با استفاده از روش های متنوع ارتباطی (استدلال منطقی، مهربانی، انذار و تشویق) و ارائه الگوهای عملی، نقش مؤثری در تربیت و هدایت جامعه ایفا کرده اند. این پژوهش نشان می دهد که مهارت های ارتباطی مؤثر نه تنها به بهبود روابط فردی و اجتماعی کمک می کنند، بلکه در انتقال مفاهیم دینی و هدایت انسان ها به سوی سعادت دنیوی و اخروی نیز نقش اساسی دارند. فاصله گرفتن از این الگوها می تواند به نابسامانی های اجتماعی منجر شود، درحالی که بازگشت به این اصول می تواند ایمان، اخلاق و روابط سالم را در جامعه تقویت کند.

واژگان کلیدی: اسوه های قرآنی، الگوی ارتباطی، مهارت های ارتباطی، تبلیغ دین، انتقال مفاهیم دینی.

### استناد به مقاله:

ناظمی اشنی، محمدحسین؛ رحمانیان، زاهده. (سال). شناخت و جایگاه مهارت های ارتباطی اسوه های دینی. فصلنامه قرآن، فرهنگ و تمدن، دوره (شماره)، ۰۰-۰۰.

Doi: <https://doi.org/10.22034/jksl.2025.504653.1434>

۱. استادیار گروه آموزش الهیات، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران. (نویسنده مسئول)

۲. استادیار گروه آموزش روانشناسی و مشاوره، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

ارتباطات بین فردی از مؤلفه‌های اساسی زندگی انسان از بدو تولد تا مرگ است، اما افراد زمان کمی را صرف بهبود این روابط می‌کنند. رشد توانمندی‌های انسان و تداوم حیات اجتماعی در گرو افزایش کیفیت روابط بین فردی است (مهدوی و سجادی، ۱۴۰۱، ص ۳۶). قرآن کریم به موضوع ارتباطات، به ویژه ارتباطات کلامی، اهمیت ویژه‌ای داده است<sup>۱</sup> (الرحمن/ ۴-۱). این موضوع در ادیان ابراهیمی، به خصوص اسلام، جایگاه محوری دارد. ارتباطات کلامی نقش حیاتی در کاهش ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی ایفا می‌کند، به ویژه در عصر حاضر که دنیا به «دنیای ارتباطات» تبدیل شده است. ارتباطات کلامی میان فردی از اهمیت بالایی برخوردار است و بیشتر وقت انسان‌ها در طول روز صرف ارتباطات گفتاری (گوش دادن و سخن گفتن) می‌شود (فرهنگی، ۱۴۰۲، ص ۲۱). مهارت‌های ارتباطی ابزارهای ضروری برای زندگی سالم و سازنده هستند که به افراد کمک می‌کنند تا با دیگران تعامل مثبت و سازنده داشته باشند و نقش خود را در جامعه به خوبی ایفا کنند، بدون اینکه به خود یا دیگران آسیب برسانند (علوی‌زاده، ۱۴۰۱، ص ۱۴). این مهارت‌ها از منظر روایات شامل ایجاد ارتباط (مانند سلام کردن، خوش‌رویی، گوش دادن فعال و هدیه دادن) و حفظ ارتباط (مانند صداقت، اظهار محبت، رعایت انصاف و رازداری) هستند (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۷۵، ص ۹۶). همچنین، ارتباط با خدا از طریق دعا، نماز و وحی<sup>۲</sup>، (الأعراف/ ۲۰۵) و ارتباط با دیگران با رعایت اصولی مانند صداقت، همدلی و تواضع توصیه شده است<sup>۳</sup> (الشوری/ ۵۱). بعلاوه، روایات بر اهمیت تشکر، وفای به عهد و رفتار محبت‌آمیز در استحکام روابط از میان مهارت‌های ارتباطی تأکید کرده‌اند (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۷۵، ص ۹۶). آموزش مهارت‌های ارتباطی با رویکرد دینی می‌تواند به بهبود تعاملات اجتماعی و انجام متعادل حقوق و وظایف کمک کند (مهدوی و سجادی، ۱۴۱، ص ۴۲). لذا، قرآن با تأکید بر اهمیت ارتباطات بین فردی، به ویژه ارتباطات کلامی، آن را زیربنای رشد انسانی و حیات اجتماعی می‌داند. در عصر ارتباطات که کیفیت تعاملات انسانی نقش مهمی در کاهش آسیب‌های فردی و اجتماعی دارد، الگوهای رفتاری پیامبران قرآنی - از جمله صداقت، همدلی، تواضع، وفای به عهد، سلام کردن، خوش‌رویی و گوش دادن فعال - به‌عنوان شیوه‌هایی عملی برای تقویت روابط سالم مطرح می‌شوند. این الگوها با تلفیق ارتباط با خدا و انسان‌ها، تعادلی میان وظایف فردی و اجتماعی ایجاد می‌کنند. بنابراین، آموزش این مهارت‌ها با رویکردی مبتنی بر آموزه‌های قرآنی، پاسخی مؤثر به چالش‌های ارتباطی جهان معاصر است و می‌تواند به استحکام اجتماعی و انتقال مؤثرتر مفاهیم دینی بینجامد.

قرآن بر اهمیت بلاغت، فصاحت و سازگاری گفتار با شرایط مخاطب نیز تأکید دارد (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۱۱، ص ۱۷۴۷۳). در سیره معصومان (ع) و قرآن کریم، مهارت‌های ارتباطی به‌ویژه در قالب آداب معاشرت و ارتباطات کلامی<sup>۴</sup> مورد توجه قرار گرفته‌اند (شریفی، ۱۳۹۶). زبان، مهم‌ترین ابزار تعامل اجتماعی، وجه تمایز انسان از دیگر حیوانات است و فهم ماهیت آن به فهم ماهیت انسان کمک می‌کند (باطنی، ۱۴۰۰، ص ۵۲۷). در تفکر اسلامی، زبان و زبان‌شناسی اهمیت ویژه‌ای دارند، زیرا قرآن به‌عنوان کتاب آسمانی، از اعجاز زبانی و بیانی برخوردار است. قرآن نه تنها ارتباط کلامی را از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی معرفی می‌کند، بلکه خود نیز حاصل ارتباط کلامی بین خداوند و پیامبر اکرم (ص) است<sup>۵</sup> (الرحمن/ ۴-۱). قرآن کریم به‌عنوان منبع وحیانی، اصول و روش‌های ارتباطات کلامی را به‌طور گسترده بیان نموده است و بر اهمیت آن در کاهش مشکلات فردی و اجتماعی تأکید کرده است (علق/ ۱؛ قلم، ۷۱).

۱. الرَّحْمَنُ (۱) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (۲) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)

۲. وَادْكُرْ رَبَّكَ فِي نَفْسِكَ تَضَرُّعًا وَخِيفَةً وَدُونَ الْجَهْرِ مِنَ الْقَوْلِ بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ وَلَا تَكُنْ مِنَ الْغَافِلِينَ (۲۰۵)

۳. وَمَا كَانَ لَيْسَ أَنْ يَكَلِّمَهُ اللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِي بِلَايِهِ مَا يَشَاءُ إِنَّهُ عَلِيمٌ حَكِيمٌ (۵۱)

۵. الرَّحْمَنُ (۱) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (۲) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)

۶. اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

۷. ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

همچنین ارتباطات کلامی، به‌ویژه در دنیای امروز که به عصر ارتباطات معروف است، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و بیشتر وقت انسان‌ها در تعاملات گفتاری صرف می‌شود (فرهنگی، ۱۴۰۲، ص ۲۱). قرآن با شروع آیات خود به ارتباط کلامی<sup>۱</sup> (الرحمن/ ۴-۱) و تأکید بر ابزارهایی مانند قلم، اهمیت این موضوع را نشان می‌دهد (قلم، ۱). بررسی روش‌های ارتباط کلامی در قرآن می‌تواند در تبلیغات دینی و بهبود ارتباطات انسانی مؤثر باشد (علق/ ۲؛ قلم، ۳۱). آیات قرآن الگوهایی برای ارتباطات کلامی میان فردی ارائه می‌دهند و گزارش‌های زیادی از تعاملات کلامی پیامبران با دوستان و دشمنانشان در قرآن آمده است (احزاب/ ۲۱؛ ممتحنه/ ۴ و ۶). این گزارش‌ها و آداب قرآنی سخن گفتن در موقعیت‌های مختلف، منبعی غنی برای بهبود مهارت‌های ارتباطی و کاهش آسیب‌های اجتماعی هستند (علوی‌زاده، ۱۴۰۱، ص ۲۷). لذا، مهارت‌های ارتباطی کلامی نه تنها در ایجاد روابط، بلکه در حفظ و تقویت آن‌ها نیز نقش حیاتی دارند و برای ترویج مهارت‌های ارتباطی و تعیین نظامی مناسب، باید به دستورات الهی توجه کرد. بعلاوه، بررسی الگوهای ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی از آن‌رو اهمیت دارد که قرآن، زبان را نه تنها ابزار اصلی تعامل اجتماعی، بلکه عامل تمایز انسان و واسطه دریافت وحی معرفی می‌کند. با تأکید بر عناصری مانند بلاغت، فصاحت، و تطبیق گفتار با شرایط مخاطب، قرآن نمونه‌هایی عملی از ارتباطات پیامبران ارائه می‌دهد که بر اصولی چون صداقت، رعایت شأن مخاطب و استفاده هدفمند از ابزارهایی مانند قلم استوارند. این الگوها، به‌ویژه در دنیای امروز که ارتباطات نقش محوری در زندگی فردی و اجتماعی دارند، می‌توانند به کاهش آسیب‌های ارتباطی، ارتقای تبلیغ دینی و بهبود تعاملات انسانی کمک کنند. در نتیجه، تحلیل این الگوها نه فقط به فهم عمیق‌تر دین می‌انجامد، بلکه امکان طراحی نظام ارتباطی مؤثری بر پایه آموزه‌های قرآنی برای پاسخ به نیازهای ارتباطی معاصر را نیز فراهم می‌سازد.

همچنین قرآن الگوهای ارتباطی پیامبران را به‌عنوان اسوه‌های انسانی و سرمشق‌های رفتاری و اخلاقی ارائه می‌کند و بر تأثیر مهارت‌های ارتباطی آنان در انتقال مفاهیم دینی تأکید می‌نماید (احزاب/ ۲۱؛ ممتحنه/ ۴ و ۶)؛ همان‌طور که رسالت اصلی پیامبران الهی، ابلاغ پیام الهی به بهترین شیوه ممکن بوده است (مانده/ ۸۶۷). آنان از ابزارها و شیوه‌های مختلف، از جمله زبان حرکات و اشارات، برای انتقال مؤثر مفاهیم دینی استفاده کرده‌اند (فرهنگی، ۱۴۰۲، ص ۳۲)؛ لذا از منظر دینی، رعایت اصول ارتباطات کلامی می‌تواند به بهبود تعاملات اجتماعی و انتقال مؤثر مفاهیم دینی کمک کند. بعلاوه، قرآن کریم با معرفی پیامبران به‌عنوان الگوهای رفتاری و اخلاقی، بر اهمیت مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیرکلامی آنان در انتقال مؤثر پیام الهی تأکید می‌کند. این اسوه‌ها با بهره‌گیری از اصولی چون بلاغت، فصاحت، تناسب گفتار با شرایط مخاطب و استفاده از ابزارهای متنوع ارتباطی، نقش مهمی در هدایت دینی و اجتماعی ایفا کرده‌اند. از آنجا که رسالت اصلی پیامبران، ابلاغ دقیق و مؤثر وحی بوده، تحلیل شیوه‌های ارتباطی آنان می‌تواند ضمن تعمیق فهم دینی، راهکارهایی عملی برای بهبود تعاملات اجتماعی در دنیای معاصر ارائه دهد. این الگوها با تأکید بر صداقت، انعطاف‌پذیری و توجه به نیازهای مخاطب، زمینه‌ساز کاهش سوء تفاهم، تقویت همبستگی اجتماعی و ارتقای اثربخشی تبلیغ دینی بر پایه اصول قرآنی اند. در

۱. الرَّحْمَنُ (۱) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (۲) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)

۲. اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

۳. ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ

۴. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

۵. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدَهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأبيه لَآ سَتُغْفِرَنَّ لَكَ وَ مَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴) لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَ الْيَوْمَ الْآخِرَ وَ مَنْ يَتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (۶)

۶. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

۷. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدَهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأبيه لَآ سَتُغْفِرَنَّ لَكَ وَ مَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴) لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَ الْيَوْمَ الْآخِرَ وَ مَنْ يَتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (۶)

۸. يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَّغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصِمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنَّ اللَّهَ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ

همین راستا، پژوهش حاضر با هدف طراحی نظام ارتباطی برگرفته از این سرمشق‌ها، به دنبال کاهش آسیب‌های ارتباطی و بهبود انتقال هدفمند مفاهیم دینی در جامعه است. به همین دلیل هدف از این پژوهش شناخت الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی و نقش آن در انتقال مفاهیم دینی است.

### پیشینه پژوهش

ادبیات پژوهشی نشان‌دهنده تمایل زیاد پژوهشگران به بررسی مهارت‌های ارتباطی، به‌ویژه از منظر اسلامی است. کوهستانی، رضوی دوست، حسین موسوی، و زارعی (۱۴۰۱) در پژوهشی نشان داد امام حسن عسکری (ع) با ایجاد شبکه‌های ارتباطی مؤثر، شیعیان را هدایت می‌کردند. مهارت‌هایی مانند تواضع، بخشش و صبر از جمله اصول ارتباطی ایشان بود. مطالعه علوی زاده (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که دنیادوستی مبلغان می‌تواند به کاهش اثرگذاری تبلیغات دینی و حتی انحراف مردم از دین منجر شود. واعظی، طوفان فرد، و سعادت‌مند (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به تحلیل مفهوم گفتگو و پرسشگری در آموزه‌های حضرت علی (ع) پرداخته و نشان می‌دهد که گفتگو و پرسشگری در اسلام به عنوان ابزاری برای آگاهی‌بخشی و انتقال دانش مورد تأکید قرار گرفته است. مطالعه بهجت پور و احمدی پرتو (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که قرآن با رویکردی تدریجی و کل‌نگر، به تغییر ساختارهای ذهنی و عینی جامعه برای بهبود جایگاه زنان اقدام کرده است. پژوهش نظریگی و فلاح‌زاده (۱۴۰۰) نشان داد امام حسن عسکری (ع) در دوران امامت خود با چالش «باور به امامت» مواجه بود و برای حل این مشکل از الگوی «تبلیغ کانونی» استفاده کرد. این الگو شامل هفت گام بود: کنترل بیت امامت در سامرا، استفاده از ظرفیت تبلیغی خلیفه عباسی، ارائه کرامات، ترمیم شبکه تبلیغاتی، اعلام راهبرد تبلیغی، بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغی و نظارت بر اجرا. این اقدامات منجر به یکپارچگی جامعه امامیه در پذیرش امامت ایشان شد. در مطالعه شریفی، خوانین‌زاده و خلعتبری لیماسی (۱۳۹۶) روش‌های تبلیغی امام رضا (ع) را بر اساس آیه ۱۲۵ سوره نحل بررسی شد و نشان دادند که ایشان از روش‌های شناختی (تقویت آگاهی مردم از طریق تبیین مبانی اسلام، استفاده از برهان و استدلال، و تأکید بر خردورزی)، عاطفی (به‌کارگیری عواطف مانند محبت، تکریم شخصیت، موعظه و مخاطب‌شناسی) و رفتاری (تغییر رفتارهای نامناسب و تثبیت رفتارهای مطلوب از طریق ارائه الگو، خطابه، مجادله به احسن، امر به معروف و نهی از منکر، تقیه، سفر به مراکز علمی و تربیت شاگردان) برای تبلیغ اسلام و مذهب شیعه استفاده می‌کردند. پژوهش شریفی (۱۳۹۶) بر اساس آموزه‌های قرآنی، مهم‌ترین مهارت‌های رفتاری (مانند اعتمادآفرینی، تعاون، تواضع، مدارا، عفو و احسان) و مهارت‌های کلامی (مانند سلام، سخن شایسته و پرهیز از سخنان زشت) را بررسی کرد. همچنین، مهارت‌های غیرکلامی مانند مهارت‌های چهره‌ای، ارتباط چشمی، گریستن و خندیدن نیز مورد تأکید قرار گرفتند. عباسی مقدم (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «مقایسه شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی چهره‌های قرآنی با روش‌های تبلیغ امروزی»، به مقایسه مهارت‌های ارتباطی پیامبران و معصومان (ع) با روش‌های مدرن تبلیغ پرداخته است.

صالح و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «تاب‌آوری روانی مسلمانان در پاندمی» و مطالعه بر روی خانواده‌های مسلمان در سولواوسی جنوبی نشان می‌دهد اعمال مذهبی (مانند تلاوت قرآن، الگوبرداری از پیامبر) به افزایش تاب‌آوری روانی در پاندمی کمک کرده است. این فعالیت‌ها تعاملات خانوادگی را بهبود بخشیده و حل تعارضات را تسهیل کرده‌اند. روسلی، اسناییاتی و راملی (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «مدیریت چالش‌های چندفرهنگی در آنچه با رویکرد ارتباطات اسلامی» نشان می‌دهد که استفاده از اصول اسلامی (مانند تسامح، اخوت اسلامی و شورا) در برنامه‌های تبادل فرهنگی، به کاهش تنش‌های بین ساکنان و مهاجران کمک کرده است. زبان مشترک دینی به‌عنوان پایه‌ای برای تقویت احترام متقابل عمل می‌کند. حسین، علی و خورشید (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «نقش دین در ساختن شخصیت از دیدگاه اسلامی» نشان دادند که آموزه‌های اسلامی مبتنی بر قرآن و حدیث، نقش محوری در شکل‌گیری شخصیت افراد از طریق تقویت ارزش‌هایی مانند عدالت، صداقت و تواضع دارند. نهادهای مذهبی، خانواده و جامعه با استفاده از

مکانیسم‌هایی مانند الگوسازی و آموزش، به پرورش اخلاق کمک می‌کنند. چالش‌های مدرن (مانند تضاد ارزش‌های سنتی و مدرن) نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بلخی و جلیلی (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «داستان‌های قرآنی: اهداف، ویژگی‌ها و حکمت تکرار» اهداف داستان‌های قرآنی (آموزشی، اخلاقی و تبلیغی) و ویژگی‌های منحصر به فرد آن‌ها (الهی بودن، واقع‌گرایی و تعادل) را بررسی می‌کند. حکمت تکرار داستان‌ها در قالب ۱۶ مورد تحلیل شده است، از جمله تأکید بر پیام‌های کلیدی، تطبیق با مخاطبان مختلف و تقویت یادآوری آموزه‌ها.

به‌طور کلی پیشینه پژوهشی، ضرورت بررسی نقش الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی را از جنبه‌های نظری، دینی و اجتماعی تقویت می‌کند. بر اساس آیات قرآن و سیره معصومان (ع)، پیامبران به‌عنوان الگوهای برتر ارتباطی معرفی شده‌اند که با مهارت‌های کلامی و غیرکلامی، پیام الهی را متناسب با مخاطبان و شرایط انتقال داده‌اند. این الگوها بیانگر یک نظام ارتباطی هدفمندند که هم به محتوای پیام (مانند صداقت و توحیدمحوری) و هم به روش انتقال آن (مانند انعطاف‌پذیری و توجه به مخاطب) توجه دارند. در جهان امروز که به دهکده‌ای ارتباط محور تبدیل شده، این الگوها می‌توانند راهکارهایی عملی برای کاهش آسیب‌های ارتباطی و ارتقای انتقال مفاهیم دینی فراهم آورند. مقاله حاضر، با تمرکز بر الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی، در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان از شیوه‌های ارتباطی پیامبران برای پاسخ‌گویی به نیازهای ارتباطی جوامع معاصر بهره گرفت. این پیشینه، چارچوب نظری پژوهش را شکل می‌دهد، چراکه مبانی دینی، ضرورت اجتماعی و چشم‌انداز روش‌شناختی آن را به‌طور منسجم تبیین می‌کند و تلاشی است برای ایجاد پیوندی میان آموزه‌های وحیانی و چالش‌های ارتباطی امروز.

پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش الگوهای ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی دارای نوآوری‌هایی است که آن را از پژوهش‌های مشابه متمایز می‌کند. نخست، مقاله با ساختاردهی یک «نظام ارتباطی قرآنی» بر اساس مدل‌های کلاسیک ارتباطی (همچون مدل شانون-ویور و لاسول)، ارتباط پیامبران را به‌صورت یکپارچه و هدفمند بازسازی کرده و عناصر ارتباطی همچون فرستنده، پیام، کانال، بازخورد و زمینه را از متون دینی استخراج و تحلیل نموده است. دوم، با تلفیق نظریه‌های مدرن ارتباطی مانند اقتناع، سازگاری ارتباطی و تحلیل چندسطحی پیام با مفاهیم قرآنی، ارتباطات انبیاء از منظر علمی و بین‌رشته‌ای تحلیل شده است. به‌ویژه نحوه استدلال منطقی، انذار و تبشیر یا سازگاری گفتار پیامبران با شرایط فرهنگی مخاطبان، با اصول ارتباط اقتناعی تطبیق داده شده است. سوم، این مقاله به‌صورت نوآورانه مهارت‌های ارتباطی غیرکلامی را نیز در نظر گرفته و نقش عناصری چون لحن، نگاه، حالات چهره، زبان بدن و اشارات را در تعاملات قرآنی بررسی کرده است؛ حوزه‌ای که در مطالعات دینی کمتر به آن پرداخته شده است. چهارم، استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی با بهره‌گیری از نرم‌افزاری مانند MAXQDA و تحلیل گفتمان، سطح علمی پژوهش را ارتقا داده و آن را از توصیف ساده متون به تحلیل نظام‌مند و لایه‌مند مفاهیم ارتباطی رسانده است. پنجم، مقاله تبلیغ دینی را نه صرفاً انتقال پیام بلکه یک فرآیند ارتباطی تعاملی و چندسویه می‌داند که نیازمند شناخت دقیق مخاطب، بازخورد، و مرحله‌بندی پیام است؛ رویکردی هم‌راستا با دیدگاه‌های نوین در ارتباطات دینی. در نهایت، با ارائه چارچوبی عملی برای آموزش مهارت‌های ارتباطی دینی، پیشنهادهایی در حوزه طراحی برنامه‌های آموزشی، تربیت مبلغان و تولید محتوای رسانه‌ای ارائه شده است. این رویکرد نوآورانه از آنجا که مهارت‌های ارتباطی را نه تنها از جنبه اجتماعی، بلکه از منظر دینی و معنوی نیز مورد بررسی قرار داده، به‌ویژه در زمینه دین‌شناسی و روانشناسی اجتماعی نوآوری دارد. این پژوهش با ارائه الگویی نظام‌مند و قرآن‌بنیان، هم در حوزه آکادمیک و هم در طراحی برنامه‌های آموزشی مبلغان، بهینه‌سازی رسانه‌های دینی و حل چالش‌های ارتباطی امروز کاربرد دارد. لذا با توجه به خلاء پژوهشی مطالعه حاضر درصدد پاسخگویی به این سوال است که: بر اساس آیات قرآن و سیره معصومان (ع)، مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم

دینی کدامند؟ تفاوت‌ها و شباهت‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی با شیوه‌های ارتباطی رایج در عصر حاضر چیست؟ الگوهای قرآنی در سازگاری گفتار با شرایط مخاطب (فرهنگ، موقعیت، و سطح درک) چه اصولی را ارائه می‌دهند؟ مهارت‌های کلامی و غیرکلامی (مانند زبان حرکات، اشارات، و بلاغت) در تعاملات پیامبران با مخاطبان، چگونه به انتقال مؤثر مفاهیم دینی کمک کرده است؟

### روش تحقیق

در این تحقیق، روش پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی-محتوایی است. در حیطه توصیفی، پژوهش با هدف تبیین ویژگی‌ها و مؤلفه‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی، به توصیف نظاممند شیوه‌های کلامی و غیرکلامی پیامبران در قرآن و منابع مرتبط می‌پردازد. این بخش شامل شناسایی آیات، روایات، و گزاره‌های مرتبط با مهارت‌های ارتباطی در متون دینی است. در رویکرد تحلیلی، پس از گردآوری داده‌ها، پژوهش به کشف روابط علی و معنایی بین مؤلفه‌های الگوی ارتباطی (مانند بلاغت، انعطاف در گفتار، توجه به مخاطب) و موفقیت در انتقال مفاهیم دینی می‌پردازد. به عنوان مثال، تحلیل می‌کند که چگونه سازگاری گفتار پیامبران با شرایط فرهنگی مخاطبان، در پذیرش پیام الهی تأثیرگذار بوده است. در رویکرد محتوایی، با تمرکز بر متن قرآن و تفاسیر، محتوای آیات مربوط به تعاملات پیامبران (مانند داستان حضرت ابراهیم، موسی، یا محمد(ص)) از منظر زبان‌شناسی و ارتباطات بررسی می‌شود. این بخش شامل استخراج مضامین ارتباطی (همدلی، صداقت، استفاده از استعاره) از آیات است. برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای، اسنادی و فیش‌برداری از کتب، مجلات و سایت‌های تخصصی اینترنتی استفاده شده است. در روش کتابخانه‌ای از منابع اولیه (مراجعه به قرآن کریم، تفاسیر معتبر (مانند المیزان، نمونه)، و کتب حدیثی (بحارالانوار، اصول کافی) برای استخراج آیات و روایات مرتبط با مهارت‌های ارتباطی پیامبران) و منابع ثانویه (استفاده از مقالات علمی، کتب تخصصی ارتباطات دینی، و مطالعات میان‌رشته‌ای (الهیات-ارتباطات) برای استناد به نظریه‌های موجود-در فهرست منابع آمده است استفاده شده است. در روش اسنادی، تحلیل اسناد تاریخی و سیره‌نامه‌ها (مانند سیره ابن هشام) جهت بررسی تطبیقی شیوه‌های ارتباطی پیامبران در بافتار تاریخی-فرهنگی عصر نزول انجام شد. در روش فیش‌برداری، ثبت نظاممند داده‌ها در قالب دسته‌بندی موضوعی (مثلاً «استفاده از قیاس در گفتار پیامبران»، «تأثیر زبان بدن در انتقال مفاهیم») و کدگذاری محتوایی (برچسب‌زنی مفاهیم کلیدی مانند «هماهنگی گفتار با مخاطب») انجام گردید. جستجوی کلیدواژه‌های «مهارت‌های ارتباطی»، «ارتباط کلامی»، «تبلیغ»، «انتقال مفاهیم دینی»، «قرآن» و «پیامبران» در این منابع انجام و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری و تحلیل شده است.

در این پژوهش از روش نمونه‌گیری هدفمند و نظام‌مند با تمرکز بر نمونه‌های معنادار و مرتبط استفاده شده است. این رویکرد با بهره‌گیری از ترکیب نمونه‌گیری لایه‌ای و معیار محور، به جای پوشش سطحی همه متون، بر بخش‌هایی تمرکز می‌کند که غنای ارتباطی بالایی دارند. در نمونه‌گیری لایه‌ای، منابع به سه لایه تقسیم می‌شوند: داستان‌های کلیدی پیامبران در قرآن، روایات معتبر از منابع اصلی، و آیات صریح مربوط به مهارت‌های ارتباطی. از هر لایه، ۳۰٪ واحدها به صورت تصادفی انتخاب می‌شوند. در نمونه‌گیری معیار محور نیز، آیات و روایاتی انتخاب می‌شوند که دارای ویژگی‌هایی مانند تعامل گفتاری مستقیم، تطبیق سخن با موقعیت مخاطب و اشاره به ابزارهای غیرکلامی باشند. برای تحلیل کیفی عمیق، حجم نمونه هدفمند به صورت محدود اما متمرکز در نظر گرفته شده: حدود ۴۵-۵۰ آیه و ۶۰ روایت از منابع اصلی، و سه تفسیر معتبر از جمله المیزان، نمونه و نور. این حجم نمونه ضمن حفظ کفایت آماری، امکان تحلیل دقیق‌تری از داده‌های ارتباطی فراهم می‌کند (جدول ۱).

جدول ۱- حجم نمونه

منبع	حجم کل واحدهای مرتبط	حجم نمونه هدفمند	نمونه‌ها
آیات قرآن	حدود ۱۵۰ آیه	۴۵-۵۰ آیه	داستان‌های موسی و فرعون (طه: ۴۴-۵۵)، خطبه‌های نهج البلاغه
روایات	حدود ۲۰۰ روایت	۶۰ روایت	روایات باب «آداب معاشره» در اصول کافی
تفاسیر معتبر	۵ تفسیر	۳ تفسیر	المیزان، تفسیر نمونه، تفسیر نور

ابزارها و معیارهای تحلیل شامل استفاده از ابزارهایی مانند MAXQDA برای سازماندهی داده‌ها، ایجاد شبکه‌های معنایی، و شناسایی الگوهای تکرارشونده، روش تفسیر متن از طریق بهره‌گیری از هرمنوتیک قرآنی برای فهم لایه‌های معنایی آیات مرتبط با ارتباطات و تحلیل مقایسه‌ای از طریق مقایسه الگوهای ارتباطی پیامبران با نظریه‌های مدرن ارتباطات (مانند نظریه سازگاری ارتباطی) برای یافتن نقاط اشتراک و افتراق انجام شد. اعتبارسنجی پژوهش به شیوه روایی محتوایی (تطابق داده‌های استخراج‌شده با آیات قرآن و منابع معتبر تفسیری)، پایایی (استفاده از روش مثلث‌سازی (ترکیب داده‌های کتابخانه‌ای، اسنادی، و تحلیل محتوا) برای اطمینان از عینیت نتایج) و بازبینی خبرگان (ارائه یافته‌ها به اساتید حوزه ارتباطات دینی و دریافت بازخورد برای اصلاح تحلیل‌ها) تایید شد. این روش پژوهش با ترکیب روش‌های کیفی (تحلیل محتوا) و منابع دینی-تاریخی، امکان کشف الگوهای ارتباطی نهفته در متون مقدس را فراهم می‌کند. همچنین، رویکرد میان‌رشته‌ای آن (ترکیب الهیات و ارتباطات) به پژوهش عمق نظری و کاربردی می‌بخشد.

#### مبانی نظری

#### ۱-۴- بخش اول: کلیات

#### ۱-۱-۴- ارتباط کلامی

ارتباط کلامی یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین اشکال ارتباطی در زندگی انسان است که شامل صحبت کردن و گوش دادن می‌شود. این دو مهارت مکمل یکدیگرند و در موقعیت‌های مختلف، افراد نقش گوینده و شنونده را به طور متناوب ایفا می‌کنند. مهارت‌های ارتباط کلامی عبارت‌اند از: ۱. صحبت کردن: شامل استفاده از کلمات مناسب، جذاب و قابل فهم برای انتقال پیام است. انتخاب کلمات درست می‌تواند احساسات و عواطف مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. ۲. گوش دادن: یک مهارت حیاتی است که نیازمند توجه فعال و همدلی با گوینده است. گوش دادن واقعی به معنای درک دقیق پیام و مشارکت در فرآیند ارتباط است (محسنیان راد، ۱۴۰۱، ص ۲۶). انواع ارتباط شامل: الف- کلامی: از طریق گفتار و نوشتار. ب- غیرکلامی: شامل زبان بدن، اشارات و رفتارها می‌شود. ارتباط بین فردی به تعاملات بین دو یا چند نفر اشاره دارد و شامل گفتگو، مذاکره و تبادل اطلاعات است. این نوع ارتباط پویا و هدفمند است و بر اساس اعتماد و هم‌گرایی شکل می‌گیرد (فرهنگی، ۱۴۰۲، ص ۳۱). ارتباطات بین فردی نقش مهمی در سلامت روان و کیفیت زندگی افراد دارد (مهدوی و سجادی، ۱۴۰۱، ص ۹). از چالش‌های ارتباطی می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱- برخی مدیران و افراد در مهارت‌های شنیداری و گوش دادن فعال دچار مشکل هستند. ۲- استفاده نادرست از کلمات می‌تواند به تعارض و دشمنی منجر شود (کوهستانی و همکاران، ۱۴۰۱، ص ۳۴). در نتیجه ارتباط کلامی و غیرکلامی به عنوان ابزارهای اصلی تعاملات انسانی، نقش کلیدی در ایجاد روابط مؤثر و حفظ سلامت روانی و اجتماعی افراد ایفا می‌کنند. بهبود مهارت‌های ارتباطی، به ویژه گوش دادن فعال و استفاده مناسب از کلمات، می‌تواند به موفقیت در روابط فردی و حرفه‌ای کمک کند (علوی زاده، ۱۴۰۱، ص ۲۹).

#### ۱-۲-۴- مهارت‌های ارتباطی:

مهارت‌های ارتباطی به توانایی انتقال مؤثر اطلاعات اشاره دارد و نقش مهمی در بهبود روابط فردی و تجاری ایفا می‌کند. ارتباط شامل تولید، انتقال و دریافت پیام است و می‌تواند به اشکال مختلف کلامی و غیرکلامی انجام شود. عناصر کلیدی آن شامل فرستنده، گیرنده و موانع ارتباطی هستند. مهارت‌های ارتباطی ویژگی‌هایی مانند تفهیم، تفاهم و تسهیم دارند و شامل گونه‌های مختلفی از جمله ارتباط

خصوصی، جمعی، ملی، فراملی، مکتوب، غیر مکتوب، سازمانی، نمادین و کلامی و غیر کلامی می‌شوند. زبان بدن نیز نقش مهمی در انتقال پیام دارد (فرهنگی، ۱۴۰۲، ص ۳۴)

#### ۴-۱-۳- الگو و اسوه:

الگو به معنای طرح، سرمشق، نمونه و مدل است و در علوم مختلف مانند تعلیم و تربیت، روان‌شناسی اجتماعی و علوم اجتماعی کاربرد دارد (فرهنگی، ۱۴۰۲، ص ۳۲). در متون دینی، الگو با واژه‌های «أسوه» و «قدوه» بیان می‌شود. أسوه در قرآن و روایات به معنای پیروی، اقتدا و الگو بودن است (راغب اصفهانی، ۱۳۹۵، ص ۳۶). در قرآن، پیامبر (ص) به عنوان اسوه حسنه معرفی شده است (احزاب/۲۱؛ ممتحنه/۴ و ۶). قدوه نیز به معنای پیروی از رهبران و سنت‌های حسنه است و در روایات و قرآن به کار رفته است (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۱۳، ص ۳۲۰؛ نهج البلاغه، خ ۱۱۰؛ انعام/۹۰).

#### ۴-۱-۴- قرآن و مهارت‌های ارتباطی کلامی در انتقال مفاهیم دینی

۴-۱-۴-۱- مفهوم ارتباط در قرآن: ارتباط کلامی در قرآن محدود به انسان‌ها نیست و شامل ارتباط خدا با موجودات، ملائکه، شیطان و حتی ارتباط در بهشت و جهنم می‌شود. قرآن نحوه ارتباط با تمام مراتب هستی را آموزش می‌دهد و برای متکلمان و مستمعان باید‌ها و مشخصه‌هایی را بیان کرده است (شریفی، ۱۳۹۶، صص ۱۵۲-۱۵۳).

۴-۱-۴-۲- ارتباط با خود: انسان تنها موجودی است که با خود آگاهی و توانایی گفتگو با خود (حدیث نفس) مجهز است. درون انسان دو "خود" وجود دارد: یکی انسانی (تقوا) و دیگری حیوانی (فجور). انسان باید در مواجهه با وسوسه‌ها، خود تقوا را انتخاب کند (شمس/۸). خودسازی پیش‌نیاز حضور مثبت در اجتماع است (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۵، ص ۴۵).

۴-۱-۴-۳- ارتباط با خدا: انسان به‌طور فطری به وجود خدا گرایش دارد (عنکبوت/۶۵). ارتباط با خدا از طریق دعا، نماز و دیگر عبادات صورت می‌گیرد (الأعراف/۷۲۰۵). خداوند از طریق وحی، حجاب یا رسولان با انسان ارتباط برقرار می‌کند (الشوری/۸۵). ارتباط با خدا نیازمند روحی پاک و آماده است (النساء/۹۱۶۴).

۴-۱-۴-۴- ارتباط با دیگران: انسان موجودی اجتماعی است و نیازهایش در زندگی جمعی برطرف می‌شود. ارتباطات کلامی در قرآن بر پ/ بلاغت و فصاحت استوار است و باید با مقتضای حال مخاطب سازگار باشد (دهخدا، ۱۳۷۷، ج ۱۱، ص ۱۷۴۷۶). قرآن بر اهمیت ارتباطات کلامی میان فردی تأکید کرده و آن را به‌عنوان ابزاری برای انتقال مفاهیم دینی معرفی می‌کند.

#### ۴-۱-۵- مهارت‌های ارتباطی کلامی در انتقال مفاهیم دینی از منظر روایات

#### ۴-۱-۵-۱- مهارت‌های ایجاد ارتباط:

سلام‌کردن و مصافحه: سلام و دست‌دادن اولین گام در ایجاد ارتباط است و باید با روی خوش انجام شود (نساء/۸۶).

۱. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

۲. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَأُبْرَأِيكَ وَبِرِيءٍ مِّنْ شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴) لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَمَن يَتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (۶)

۳. إِنَّ أَفْضَلَ مَا تَوَسَّلَ بِهِ الْمُتَوَسِّلُونَ إِلَى اللَّهِ سُبْحَانَهُ وَتَعَالَى: الْإِيمَانُ بِهِ وَبِرَسُولِهِ، وَ الْجِهَادُ فِي سَبِيلِهِ فَإِنَّهُ ذُرْوَةُ الْإِسْلَامِ

۴. أَوْلَيْكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبِهَدَاهُمْ أَقْتَدِهِ قُلْ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا دَعْوَى لِّلْعَالَمِينَ (۹۰)

۵. فَالْهَمَّهُمَا فُجُورُهَا وَتَقْوَاهَا

۶. فَإِذَا رَكِبُوا فِي الْفُلِّكَ دَعَا اللَّهَ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ إِذَا هُمْ يُشْرِكُونَ (۶۵)

۷. وَأَذْكُرُ رَبِّكَ فِي نَفْسِكَ تَضَرُّعًا وَخِيفَةً وَدُونَ الْجَهْرِ مِنَ الْقَوْلِ بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ وَلَا تَكُنْ مِنَ الْغَافِلِينَ (۲۰۵)

۸. وَمَا كَانَ لِنَبِيٍّ أَنْ يَكَلِّمَهُ اللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِيَ بِإِذْنِهِ مَا يَشَاءُ إِنَّهُ عَلِيُّ حَكِيمٌ (۵۱)

۹. وَرُسُلًا قَدْ قَصَصْنَاهُمْ عَلَيْكَ مِن قَبْلُ وَرُسُلًا لَّمْ نَقْصُصْهُمْ عَلَيْكَ وَكَلَّمَ اللَّهُ مُوسَى تَكْلِيمًا (۱۶۴)

۱۰. وَإِذَا حُيِّمْتُمْ بِنَجْيَةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنِ مِمَّا أُرْدُواهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَى كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا (۸۶)

خوش رویی: خوش رویی و تبسم باعث جذب دیگران و ایجاد ارتباط صمیمی می شود (قلم/ ۱۴؛ کریمی، ۱۴۰۲: ۴۵).  
فروتنی و تواضع: تواضع و فروتنی در برخورد با دیگران باعث جلب محبت و ایجاد ارتباط می شود (شعراء/ ۲۱۵؛ اسرا، ۲۴؛ نهج البلاغه، نامه ۴۶).

گوش سپردن: گوش دادن فعال و همراه با توجه به سخنان دیگران، از مهارت های مهم در ایجاد ارتباط است (نهج البلاغه، خطبه ۱۹۳)  
پسندیدگی در گفتار: گفتار نیکو و شیوا باعث جذب دیگران و ایجاد ارتباط می شود (طباطبایی، ۱۳۷۴، ج ۱، ص ۲۳۰۹؛  
محسنیان راد، ۱۴۰۱، ص ۲۴).

هدیه دادن: هدیه دادن باعث ایجاد محبت و از بین بردن کینه ها می شود (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۷۵، ص ۴۵).

#### ۴-۵-۲- مهارت های حفظ ارتباط:

صداقت: راست گویی و صداقت در گفتار و رفتار باعث حفظ اعتماد و ارتباط می شود (توبه/ ۱۹).  
اظهار محبت: ابراز محبت به دیگران باعث استحکام روابط می شود (کلینی، ۱۳۹۹، ج ۴، ص ۳۲، ح ۱۰).  
رعایت انصاف و عدالت: رعایت انصاف و عدالت در برخورد با دیگران باعث حفظ ارتباط می شود (نهج البلاغه، نامه ۳۱۹).  
دیدار و ملاقات: ملاقات و دیدار با دوستان و آشنایان باعث حفظ روابط می شود (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۷۴، ص ۳۵۲، ح ۲۰؛ کلینی،  
۱۳۹۹، ج ۴، ص ۵۳۰، ح ۱).

نیکی در برابر بدی: پاسخ به بدی با نیکی باعث از بین رفتن کینه ها و حفظ ارتباط می شود (فصلت، ۷۳۴).  
تغافل: نادیده گرفتن خطاهای دیگران باعث حفظ روابط می شود (فرقان، ۷۲، ۶۳؛ باطنی، ۱۴۰۰، ص ۵۲۷).  
رازداری: حفظ اسرار دیگران باعث جلب اعتماد و حفظ ارتباط می شود (نراقی، ۱۳۹۹، ص ۵۲۷؛ مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۱۶، ص ۱۴).  
تشکر و ستایش: قدردانی از خوبی های دیگران باعث حفظ روابط می شود (نساء/ ۸۶).  
وفای به عهد: پایبندی به پیمان ها باعث حفظ اعتماد و ارتباط می شود (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۷۵، ص ۹۶، ح ۲۰).  
رفق و مدارا: نرمی و تحمل در برخورد با دیگران باعث حفظ روابط می شود (نراقی، ۱۳۹۹، ص ۵۲۷).  
تواضع: فروتنی در برخورد با دیگران باعث حفظ ارتباط می شود (طبرسی، ۱۳۸۴، ص ۴۶).  
این فصل به بررسی مهارت های ارتباطی کلامی از منظر قرآن و روایات پرداخته و تأکید می کند که این مهارت ها نه تنها در ایجاد ارتباط، بلکه در حفظ و استحکام آن نیز نقش اساسی دارند.

#### یافته های پژوهش

#### ۵-۱- الف- اسوه و الگوهای قرآنی

۱. وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ (۴)
۲. وَاخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ (۲۱۵)
۳. وَاخْفِضْ لَهُمَا جَنَاحَ الذَّلْمِ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا (۲۴)
۴. وَ اخْفِضْ لِلرَّعِيَّةِ جَنَاحَكَ وَ ابْسُطْ لَهُمْ وَجْهَكَ وَ أَلِنْ لَهُمْ جَانِبَكَ، وَ أَسِ بِبَنِيهِمْ فِي اللَّحْظَةِ وَ النَّظَرَةِ وَ الْإِشَارَةِ وَ التَّجْيِةِ، حَتَّىٰ لَا يَطْمَعُ الْعُظَمَاءُ فِي حَيْفِكَ وَ لَا يَتَأَسَّ الصَّعَفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ.
۵. فَالْمُتَّقُونَ فِيهَا هُمْ أَهْلُ الْفَضَائِلِ؛ مَنْطِقُهُمُ الصَّوَابُ وَ مَلْبَسُهُمُ الْإِقْتِصَادُ وَ مَسْتَهْجُهُمُ التَّوَّاضُعُ، غَضُوا أَبْصَارَهُمْ عَمَّا حَزَمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ وَ وَقَفُوا أَسْمَاعَهُمْ عَلَى الْعِلْمِ النَّافِعِ لَهُمْ، نَزَلَتْ أَنْفُسُهُمْ مِنْهُمْ فِي الْبَلَاءِ كَأَنِّي نَزَلْتُ فِي الرَّخَاءِ
۶. وَ قَالَ (عليه السلام) لِابْنِهِ مُحَمَّدِ بْنِ الْحَنَفِيَّةِ: يَا بَنِيَّ، إِنِّي أَخَافُ عَلَيْكَ الْفَقْرَ، فَاسْتَعِذْ بِاللَّهِ مِنْهُ؛ فَإِنَّ الْفَقْرَ مَنْقَصَةٌ لِلدِّينِ، مَدْهَشَةٌ لِلْعَقْلِ، دَاعِيَةٌ لِلْمَقْتِ.
۷. وَلَا تَسْتَوِي الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ (۳۴)
۸. وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا (۶۳) وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا (۷۲)
۹. وَإِذَا حِيَّتُمْ بِجَنِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوهَا إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا (۸۶)

سؤال اول: بر اساس آیات قرآن و سیره معصومان (ع)، مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی کدام‌اند؟

### ۱-۱-۵- ضرورت اتخاذ شیوه اسوه‌نمایی (روش الگویی)

روش الگویی از مؤثرترین شیوه‌های تربیت، ارشاد و تبلیغ است. محمد قطب در «روش تربیت اسلامی» بر اهمیت سرمشق عملی تأکید دارد (قطب، ۱۳۸۹، صص ۲۵۱-۲۵۲). اسلام نیز تربیت را بر پایه الگو قرار داده و در تبلیغ، که ابعاد گسترده‌تری دارد، نقش اسوه‌ها پررنگ‌تر می‌شود. از آنجا که تبلیغ فرآیندی تربیتی در مقیاس اجتماعی است، شخصیت‌های دینی تأثیر عمیقی بر مخاطبان می‌گذارند و تقدس آن‌ها اعتبار این روش را در هدایت تقویت می‌کند (زورق، ۱۳۸۹، ص ۸۳).

### ۱-۲-۵- انواع اسوه‌های قرآنی

قرآن کریم الگوها را در سطوح مختلفی معرفی می‌کند: ۱- الگوهای جامع (مانند پیامبر اسلام؛ احزاب/۲۱)؛ ۲- الگوهای چندبُعدی (مانند ابراهیم و نوح که در جنبه‌های مختلف زندگی نمونه‌اند؛ ممتحنه/۲۴). ۳- الگوهای فردی و گروهی (مانند اصحاب کهف به عنوان جماعت هدایت‌شده؛ شعراء/۳۰؛ بروج/۴۸؛ دهر/۵۵)؛ ۴- الگوهای کوتاه‌مدت و بلندمدت (از مؤمن آل فرعون تا پیامبرانی با رسالت چندصدساله؛ مریم/۶۵).



شکل ۱- ویژگی‌های الگوهای قرآنی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

### ۱-۳-۵- تنوع شیوه‌های اسوه‌های قرآنی

اسوه‌های قرآنی با توجه به مخاطب و شرایط، از روش‌های متنوعی مانند سخنرانی، موعظه، تعلیم، تشویق، و هشدار استفاده می‌کردند. پیامبر اسلام (ص) با بهره‌گیری از فرصت‌های اجتماعی (مانند حج) و ابزارهای ارتباطی زمان خود (مانند نامه‌نگاری)، پیام الهی را منتقل می‌کرد. این انعطاف‌پذیری نشان‌دهنده سازگاری روش الگویی با نیازهای متغیر جامعه است (ابن هشام، ۱۳۹۲، صص ۳۱-۳۲).

۱. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

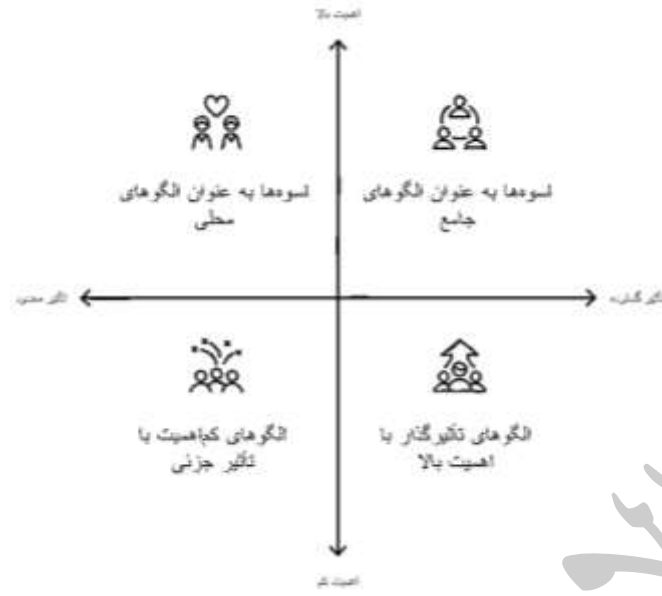
۲. قَدْ كَانَ لَكُمْ آسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا أُسْغِرُكَ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴)

۳. قَالُوا لَا صَبْرَ لَنَا إِلَّا إِيَّ رَبَّنَا مُتَّقِلِينَ (۵۰)

۴. وَمَا نَقَمُوا مِنْهُمْ إِلَّا أَن يُؤْمِنُوا بِاللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ (۸)

۵. إِنَّ الْأَبْرَارَ يَشْرَبُونَ مِن كَأْسٍ كَانَ مِزَاجُهَا كَافُورًا (۵)

۶. وَادْكُرْ فِي الْكِتَابِ إِدْرِيسَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا



شکل ۲- تاثیر و اهمیت الگوهای قرآنی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

#### ۴-۱-۵- ابعاد روش الگویی

این روش دو بُعد کلیدی دارد؛ ولی ترکیب این دو بُعد، تأثیر تبلیغ را افزایش می‌دهد و جامعه را به سمت رفتارهای صحیح سوق می‌دهد. الف- الگو بودن مبلّغ: مبلّغ باید خود نمونه عملی آموزه‌ها باشد تا گفتارش مقبولیت یابد (مطابقت گفتار و کردار). ب- معرفی الگوهای دیگر: ارائه نمونه‌های تاریخی یا معاصر (مانند پیامبران، امامان، یا افراد صالح) برای الهام بخشی به جامعه (رجایی، ۱۳۷۹، ص ۱۱۷).

#### ۵-۱-۵- ویژگی‌ها و مزایای روش الگویی

- تبلیغ غیر مستقیم و ملموس از طریق رفتار الگوها (طباطبایی، ۱۳۷۴، ص ۱۳۴).
- انسجام مکتبی: ترکیب آموزه‌های نظری با نمونه‌های عملی (مانند قرآن و سیره پیامبر؛ کریمی، ۱۴۰۲، ص ۳۴۱).
- جلوگیری از انحرافات با ایجاد فضای ایمانی از طریق حضور الگوهای صالح (سالاری فر، ۱۴۰۲، ص ۵۹).
- قابلیت الگوبرداری به دلیل بشری بودن اسوه‌ها (نه فرابشری بودن؛ کهف/۱۱۰).
- اثبات امکان‌پذیری تعالیم دینی در عمل (مانند زندگی پیامبران؛ نساء/۲۱۶۵).

۱. قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِّثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهُ وَاحِدٌ فَمَن كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا (۱۱۰)  
 ۲. رُسُلًا مُّبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِنَاسٍ لِّئَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حُجَّةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا (۱۶۵)



شکل ۳- قدرت الگوهای عملی در تبلیغ دینی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

### ۱-۷-۵- عصمت و تقسیم‌بندی اسوه‌ها

الگوهای معصوم (پیامبران و امامان) به دلیل مصونیت از خطا، الگوهای ایده‌آل هستند. الگوهای غیر معصوم (مانند مؤمن آل فرعون) با وجود احتمال خطا، به دلیل زندگی در شرایط مشابه با مردم، الهام‌بخش‌ترند. قرآن گروه‌ها (مانند اصحاب کهف) و افراد را به‌عنوان اسوه معرفی می‌کند تا جامعیت الگوها را نشان دهد (قرآنی، ۱۳۹۷، ص ۷۷).

### ۱-۸-۵- تقسیم‌بندی‌ها درباره اسوه‌های قرآنی

اسوه‌ها و الگوهای قرآنی به شش دسته اصلی تقسیم می‌شود:

۱-۸-۱-۵- پیامبران و غیر پیامبران: پیامبران به‌عنوان اسوه‌های الهی شناخته می‌شوند که به مقام‌های نبوت و رسالت نائل شده‌اند.

برخی شخصیت‌ها نیز در قرآن وجود دارند که در عبادت و خدمت به دین نمونه هستند؛ اما مقام نبوت ندارند.

۱-۸-۲- اسوه‌های معصوم و غیر معصوم: این تقسیم‌بندی به چهره‌های معصوم مانند پیامبران و امامان شیعه اشاره دارد و در

مقابل، الگوهای غیر معصوم که با پیروی از تعالیم انبیا به تعالی دست یافته‌اند، قرار دارند.

۱-۸-۳- اسوه‌های تمام‌عیار و همه‌جانبه: تنها پیامبر اسلام حضرت محمد (ص) به‌عنوان اسوه‌ای تمام‌عیار شناخته می‌شود که

تمام ویژگی‌های اخلاقی، معنوی و تبلیغی را داراست (احزاب/۲۱).

۱-۸-۴- اسوه‌های یک یا چندجانبه: این دسته از اسوه‌ها، تنها در یک یا چند جنبه خاص نظیر صبر، عبادت، یا جهاد شناخته

می‌شوند، مانند حضرت ابراهیم که اسوه برائت از مشرکین است (قلم/۴؛ احزاب/۴۵-۴۶؛ ممتحنه/۴).

۱-۸-۵- اسوه‌های بانام و اسوه‌های بی‌نام: برخی از اسوه‌ها با ذکر نام در قرآن معرفی شده‌اند، درحالی‌که داستان برخی دیگر

از انبیا و شخصیت‌ها در قرآن ذکر نشده است (مؤمن/۷۸).

۱ لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا

۲ . وَإِنَّكَ لَعَلَىٰ خُلُقٍ عَظِيمٍ

۳ . يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا (۴۵) وَدَاعِبًا إِلَى اللَّهِ بِأَذْنِهِ وَسِرَاجًا مُبِينًا (۴۶)

۴ . قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّىٰ تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا تُشْفِقَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴)

۵-۱-۸-۶- افراد اسوه و جماعت‌های اسوه: علاوه بر فردی بودن اسوه‌ها، برخی گروه‌ها و جماعت‌ها نیز به‌عنوان اسوه برای دیگران معرفی شده‌اند، مانند اصحاب‌کهف و اصحاب‌احدود که نمونه‌هایی از برخورد با سختی‌ها هستند.

این تقسیم‌بندی‌ها به روشن‌تر شدن مفهوم اسوه‌های قرآنی کمک می‌کند و زمینه را برای درک عمیق‌تر این الگوها فراهم می‌آورد.

جدول ۲- نقدی بر الگوهای ارتباطی و تبلیغی اسوه‌های قرآنی

محتوای نقد			نوع نقد		نوع مهارت
تأثیر بیشتر	گستره جامع تبلیغ	افزایش مشارکت	انعطاف‌پذیری	ارتباط مؤثر	مزایا
مسائل حساسیت فرهنگی	چالش‌های ثبات	خطر تفسیر نادرست	نیاز به منابع زیاد	احتمال سردرگمی	معایب
مثال‌های عملی و قابل‌ارتباط	هم‌راستا با آموزه‌های اسلامی	تأثیر قوی‌تر در هدایت و تبلیغ	تقویت یادگیری مشاهده‌ای	مؤثر در شکل‌دهی رفتار	مزایا
وابسته به دردسترس بودن الگو	عدم پوشش تمام نیازهای آموزشی	نیاز به الگوهای مثبت و مستمر	وجود پتانسیل سوءتعبیر	محدود به کیفیت الگو	معایب
رویکرد دوگانه	تأثیر مؤثر	نمونه‌های جامع	الگوی نقش	راهنمایی عملی	مزایا
تفاوت‌های فرهنگی	امکان تفسیر نادرست	دامنه محدود	وابستگی بیش از حد به افراد	پتانسیل عدم سازگاری	معایب
افزایش اعتبار	نمونه‌های واضح	هماهنگی گفتار و عمل	تأثیر غیرمستقیم	نمایش عملی	مزایا
پایه‌سازی جهانی دشوار است	وابستگی بالا به صداقت شخصی	محدود به اعمال قابل مشاهده	پتانسیل برای تفسیر نادرست	نیاز به الگوهای کامل	معایب
افزایش اعتماد	افزایش اعتبار	نشان‌دهنده صداقت	تأثیرگذاری بر دیگران	تبلیغ مؤثر	مزایا
خطر شکست	انتظارات بالا	وجود پتانسیل ریاکاری	نیاز به تلاش مداوم	دشواری در نگهداری	معایب
راهنمایی واضح	موفقیت بلندمدت	افزایش‌پذیرش	اجرای عملی	درک بهتر	مزایا
خطر ایده‌آل‌سازی	کاربرد محدود	وابستگی بیش از حد به نمونه‌ها	احتمال تفسیر نادرست	مشکل در یافتن نمونه‌ها	معایب
ارائه راهنمایی واضح	تشویق به پایبندی	افزایش اعتبار	نشان‌دهنده عملی بودن	تأیید تعالیم	مزایا
خطر ایده‌آل‌سازی	احتمال نادیده‌گرفتن سایر تعالیم	کاربرد محدود	وابستگی بیش از حد به مثال‌ها	امکان تفسیر نادرست	معایب

در نتیجه، روش الگویی در قرآن، ترکیبی از نظریه و عمل است که با ارائه نمونه‌های متنوع (از معصوم تا غیر معصوم، فردی تا گروهی)، امکان هدایت همه اقشار جامعه را فراهم می‌کند. موفقیت این روش در گرو دو عامل است: الگو بودن مبلغ و معرفی اسوه‌های الهی که با فطرت انسان هماهنگی دارند. این روش نه تنها در تربیت فردی، بلکه در اصلاح اجتماعی نیز کارآمد است.

## ۵-۲- شیوه‌های ارتباطی کلامی و مقایسه آن با روش ارتباطی پیامبران

سؤال دوم: تفاوت‌ها و شباهت‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی با شیوه‌های ارتباطی رایج در عصر حاضر چیست؟

در این قسمت به بررسی شیوه‌های ارتباطی کلامی و مقایسه آن با روش‌های ارتباطی پیامبران از منظر قرآن و روایات اسلامی

می‌پردازیم. این تحلیل در چهار بخش اصلی انجام شده است:

## ۲-۵- شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی اسوه‌های قرآنی در مقایسه با دنیای امروز

پیامبران با توجه به شرایط زمانه خود از روش‌های مختلف برای دعوت به حق استفاده می‌کردند. این شیوه‌ها از ۲۵۰ مدل مختلف

استخراج شده‌اند که در این بخش به مهم‌ترین آنها اشاره شده است (وزین‌پور، ۱۳۸۱، ص ۵۵). برخی از این شیوه‌ها شامل:

۱. بیان صریح عقاید: به وضوح اعلام کردن حقیقت و بیزاری از شرک (مثلاً هود/۵۴).
۲. مهربانی و دلسوزی: بر اساس رحم و محبت نسبت به دیگران (مثلاً هود/۲۹).
۳. استدلال و منطق قاطع: استفاده از دلایل منطقی برای اقناع مردم (مثلاً نمل/۶۴).
۴. نصیح و خیرخواهی: ابراز صداقت و دلسوزی در راه هدایت (شعرا/۱۶۸).
۵. یادآوری نعمت‌های الهی: اشاره به نعمات خداوند برای جلب توجه مردم به حقیقت (مثلاً مائده/۲۰).
۶. مقایسه و تشویق: مقایسه مفاهیم و تشویق به اقدامات مثبت (صافات/۶۹).
۷. انذار و هشدار: هشدار به خطرات و عواقب ناشی از بی‌توجهی (نوح/۷).
۸. هجرت برای تبلیغ: جابه‌جایی به مناطق جدید برای گسترش دعوت (شعرا/۵۲).
۹. پاسخ نرم به تهمت‌ها: مواجهه با تهمت‌ها با مدارا و پاسخ‌های منطقی (اعراف/۶۱).
۱۰. عدم درخواست پاداش: تأکید بر رایگان بودن پیام الهی (هود/۵۱).
۱۱. مرحله‌بندی دعوت: ارائه تدریجی پیام در مراحل مختلف (حجر/۹۴).
۱۲. استفاده از فرصت‌ها: استفاده از تمام ظرفیت‌ها برای تبلیغ (یوسف/۱۳۹).
۱۳. امیدبخشی: امید دادن به مردم در شرایط سخت (اعراف/۱۲۸).
۱۴. برائت از شرک: برائت از شرک و مشرکان (انعام/۷۸).

۱. إِنْ نَقُولُ إِلَّا اعْتَرَاكَ بَعْضُ آلِهَتِنَا بِسُوءٍ قَالَ إِنِّي أُشْهِدُ اللَّهَ وَاشْهَدُوا أَنِّي بَرِيءٌ مِمَّا تُشْرِكُونَ (۵۴)

۲. وَيَا قَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مَالًا إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ وَمَا أَنَا بِطَارِدٍ الَّذِينَ آمَنُوا لَأُفَوِّقَهُمْ وَلَكِنِّي أَرَاكُمْ قَوْمًا تَجْهَلُونَ (۲۹)

۳. أَمَنْ يَبْدَأُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ وَمَنْ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ أَلَيْهَ مَعِ اللَّهُ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (۶۴)

۴. قَالَ إِنِّي لِعَمَلِكُمْ مِنَ الْقَالِينَ (۱۶۸)

۵. وَإِذْ قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَعَلَ فِيكُمْ أَنْبِيَاءَ وَجَعَلَكُمْ مُلُوكًا وَآتَاكُمْ مَا لَمْ يُؤْتِ أَحَدًا مِنَ الْعَالَمِينَ (۲۰)

۶. وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ وَمَا تَعْمَلُونَ (۹۶)

۷. إِنَّا أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَى قَوْمِهِ أَنْ أَنْذِرْ قَوْمَكَ مِنْ قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ (۱)

۸. وَأَوْحَيْنَا إِلَى مُوسَى أَنْ أَسْرِ بِعِبَادِي إِنَّكَ مُتَّبَعُونَ (۵۲)

۹. قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَلَكِنِّي رَسُولٌ مِنْ رَبِّ الْعَالَمِينَ (۶۱)

۱۰. يَا قَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ أَجْرِيَ إِلَّا عَلَى الَّذِي فَطَرَنِي أَفَلَا تَعْقِلُونَ (۵۱)

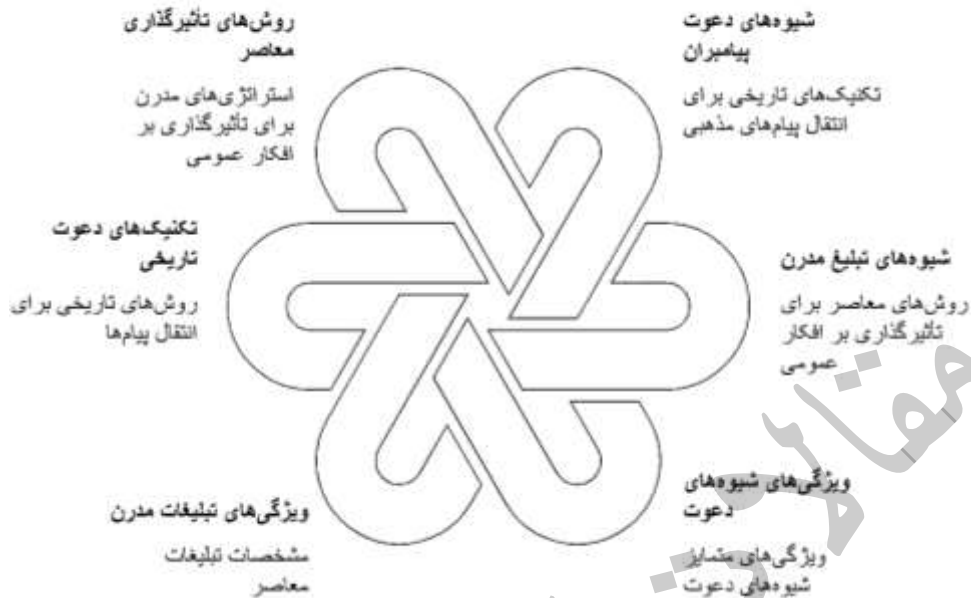
۱۱. فَاصْدَعْ بِمَا تُؤْمَرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ (۹۴)

۱۲. يَا صَاحِبِي السَّحْنُ الْأَبْيَضُ مُمْفَرَّقُونَ خَيْرٌ أَمِ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّازُ (۳۹)

۱۳. قَالَ مُوسَى لِقَوْمِهِ اسْتَعِينُوا بِاللَّهِ وَاصْبِرُوا إِنَّ الْأَرْضَ لِلَّهِ يُورِثُهَا مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَالْعَاقِبَةُ لِلْمُتَّقِينَ (۱۲۸)

۱۴. فَلَمَّا رَأَى السَّمْسُ بَارِعَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَا قَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِمَّا تُشْرِكُونَ (۷۸)

## شیوه‌های دعوت و تبلیغ



شکل ۴ - شیوه‌های دعوت و تبلیغ (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

در دنیای امروز، تنوع و پیچیدگی شیوه‌های ارتباطات و تبلیغات با پیشرفت تکنولوژی و ابزارهای مدرن همراه است. این روش‌ها تأثیر عمیقی بر تمام ابعاد زندگی انسان دارند. از مهم‌ترین مشخصات تبلیغات امروزی، جنبه غیرارزشی و الحادی آن است که به ترویج اندیشه‌های استکباری می‌پردازد. برخی از شیوه‌های تبلیغی رایج عبارت‌اند از:

۱. روش مستقیم: پیام تبلیغی ساده و روشن منتقل می‌شود، بدون استفاده از ابزارهای پیچیده.
۲. روش استدلالی: استفاده از برهان و استدلال برای اقناع مخاطب.
۳. شبه استدلال: تبلیغاتی با ظاهر استدلالی اما بدون محتوای مستدل.
۴. روش تدریجی: ارائه پیام به طور مرحله‌ای و آماده‌سازی مخاطب برای پذیرش آن.
۵. روش شرطی: ارتباط دادن پیام تبلیغی با عامل نامربوط برای تغییر رفتار.
۶. دعایه و جنگ روانی: تحریک احساسات و جهت‌دهی به افکار عمومی با استفاده از شایعات و دروغ‌ها.
۷. روش نفی و اثبات: نفی پیام‌های رقیب و اثبات پیام اصلی.
۸. روش طرح ناگهانی: ارائه سریع و کوتاه پیام برای ایجاد تأثیر آنی.
۹. جوسازی: ایجاد فضایی خاص برای القای پیام خاص.
۱۰. تکرار: استفاده از تکرار برای اقناع مخاطب.
۱۱. تظاهر به آزادمنشی: نمایش بی‌طرفی و آزاداندیشی در تبلیغات به منظور تأثیرگذاری بر مخاطب (باطنی، ۱۴۰۰).

(ص ۴۵)

در نتیجه، تبلیغات امروزی اغلب غیرارزشی و الحادی هستند و در خدمت منافع استکباری قرار می‌گیرند، در حالی که تبلیغات قرآنی بر پایه حقیقت، اخلاق، و هدایت استوار است.

۵-۳- اصول حاکم بر شیوه‌های ارتباطی دو مکتب

سؤال سوم: الگوهای قرآنی در سازگاری گفتار با شرایط مخاطب (فرهنگ، موقعیت، و سطح درک) چه اصولی را ارائه می‌دهند؟

ویژگی‌های تبلیغات امروزی شامل موارد زیر است:

۱. استفاده از وسایل مشروع و غیر مشروع: ترکیب ابزارهای مجاز و غیر مجاز بدون تعهد به اخلاق.
  ۲. عدم تعهد به حقیقت: قربانی شدن حقیقت در برابر اهداف خاص، همراه با اغراق و بزرگ‌نمایی.
  ۳. جدایی از معنویت: بی‌توجهی به دین و ارزش‌های معنوی، در خدمت منافع استکباری.
  ۴. عدم هماهنگی حرف و عمل: ناهماهنگی میان گفتار و رفتار مبلغان.
  ۵. توجه به هوس‌ها: تمرکز بر تحریک لذت‌های مادی و هوس‌های نفسانی.
  ۶. دامنه وسیع: نفوذ در تمامی ابعاد زندگی انسانی.
  ۷. استفاده گسترده از فناوری: بهره‌گیری از رسانه‌های دیجیتال و ماهواره‌ای برای دستیابی به مخاطبان جهانی.
- ویژگی‌های تبلیغات قرآنی شامل موارد زیر است:

۱. توجه به فطرت انسانی: تنظیم پیام‌ها بر اساس سرشت و نیازهای فطری انسان‌ها.
۲. اتکا بر واقعیت‌ها و پرهیز از مبالغه: استوار بودن بر حقیقت و دوری از اغراق و دروغ.
۳. التزام به اخلاق و ارزش‌ها: پایبندی به اصول اخلاقی و دستورات الهی.
۴. نگاه جامع و عاقبت‌اندیشانه: در نظر گرفتن تمامی ابعاد زندگی، از جسم و روح تا دنیا و آخرت.
۵. الگو بودن مبلغان: تأکید بر همخوانی گفتار و رفتار مبلغان به‌عنوان الگوی دیگران.
۶. احتیاط و توجه به عواقب: سنجیدن پیامدهای بلندمدت تبلیغ و ایجاد تعادل در تأثیر آن.

### ۵-۳-۱- مقایسه دو شیوه ارتباطی:

۱. تعهد به حقیقت و اخلاق: تبلیغ قرآنی بر پایه حقیقت و اخلاق استوار است، اما تبلیغات امروزی ممکن است از شیوه‌های غیر اخلاقی و غیر واقعی استفاده کند.
  ۲. حکمت و خردمندی: در تبلیغات قرآنی، حکمت و خردمندی اصول اساسی هستند.
  ۳. پیشگام بودن در عمل: مبلغان قرآنی همیشه در عمل پیشگام بوده و این تأثیر زیادی بر تبلیغات آنان دارد.
  ۴. نگاه جامع و همه‌جانبه: تبلیغ قرآنی به تمام ابعاد انسانی توجه دارد، در حالی که تبلیغات امروزی غالباً سطحی و یک‌سویه هستند.
- در نهایت، تبلیغات قرآنی بر اساس حقیقت، اخلاق و فطرت انسانی است، در حالی که تبلیغات امروزی ممکن است از شیوه‌های نادرست و گمراه‌کننده استفاده کند (عباسی مقدم، ۱۳۹۱، ص ۵۳).



شکل ۵- درک شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی قرآنی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

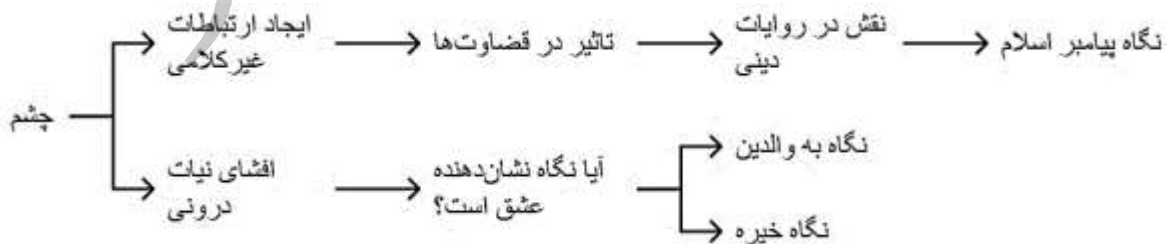
۵-۴- نقش رفتارهای کلامی در ارتباطات انسانی از منظر قرآن و روایات

سؤال چهارم: مهارت‌های کلامی و غیرکلامی (مانند زبان حرکات، اشارات، و بلاغت) در تعاملات پیامبران با مخاطبان، چگونه به انتقال مؤثر مفاهیم دینی کمک کرده است؟

۵-۴-۱- انواع رفتارهای کلامی در متون و منابع اسلامی

سیما و چهره در آینه آیات و روایات دینی: قرآن کریم به ارتباطات کلامی و غیرکلامی توجه ویژه‌ای دارد و حالات چهره را به‌عنوان ابزاری برای انتقال پیام‌های هیجانی مانند ترس، خشم، عشق، شادی و غیره معرفی می‌کند. آیات قرآن بر اهمیت خواندن حالات چهره برای تشخیص نیازهای افراد تأکید دارند (بقره/۲۷۳). همچنین، آراستگی ظاهر به عنوان عاملی مؤثر در تقویت روابط اجتماعی و محبوبیت نزد خداوند مطرح شده است. ائمه معصومین (ع) نیز بر آراستگی و زیبایی ظاهر تأکید کرده‌اند، اما هشدار داده‌اند که این آراستگی نباید از حد اعتدال خارج شود (کلینی، ۱۳۹۹، ج ۲، ص ۱۸۸).

رفتارهای چشم و نوع نگاه از منظر آیات و روایات: چشم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباط غیرکلامی، نقش کلیدی در انتقال پیام‌های درونی و عواطف انسان دارد. نگاه می‌تواند احساسات، نیت و حتی قضاوت‌های افراد را نشان دهد. قرآن و روایات به اهمیت نگاه و تماس چشمی در ایجاد اعتماد و ارتباط مؤثر اشاره کرده‌اند (احزاب/۱۹). نگاه گرم و صمیمانه پیامبر (ص) و ائمه (ع) به مخاطبان نشان نمونه‌ای از این رفتار است (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۶، ص ۷۳؛ کلینی، ۱۳۹۹، ج ۲، ص ۶۷۱).



شکل ۶- نقش چشم در ارتباطات انسانی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

۱. أَشْحَهُ عَلَيْكُمْ فَإِذَا جَاءَ الْخَوْفُ رَأَيْتَهُمْ يُنْظَرُونَ إِلَيْكَ تَدُورُ أَعْيُنُهُمْ كَالَّذِي يُغَسِّي عَلَيْهِ مِنَ الْمَوْتِ فَإِذَا ذَهَبَ الْخَوْفُ سَلَقُوكُمْ بِاللَّسِنَةِ حِدَادٍ أَشِحَّةً عَلَى الْخَيْرِ أُولَئِكَ لَمْ يُؤْمِنُوا فَأَحْبَطَ اللَّهُ أَعْمَالَهُمْ وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا (۱۹)

زبان تن یا رفتارهای اندامی از منظر آیات و روایات: حرکات بدن، به‌ویژه حرکات دست، نقش مهمی در انتقال مفاهیم و ایجاد ارتباط دارند. معصومین (ع) از حرکات دست و اندام برای تأکید بر مفاهیم استفاده می‌کردند. رفتارهای جسمانی مانند تواضع، عفت و حرکات متواضعانه در قرآن و روایات مورد توجه قرار گرفته‌اند (مجلسی، ۱۳۹۰، ج ۲۳، ص ۱۳۰؛ شعرا/ ۲۱۵؛ فرقان/ ۲۶۳).

تن و لحن کلام و صدا؛ لحن کلام یکی از عوامل مهم در ارتباطات است که می‌تواند احساسات و نیت درونی افراد را نشان دهد. قرآن به اهمیت لحن کلام در تشخیص منافقان و حفظ سلامت اجتماعی اشاره می‌کند. (شکل ۷) لحن محبت‌آمیز و گفتار نیکو از توصیه‌های مهم در روایات است (قصص/ ۲۵؛ محمد/ ۴۳۰؛ احزاب/ ۳۲).



شکل ۷- نمودار رفتارهای غیرکلامی در متون اسلامی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴)

در نتیجه، در اسلام، هماهنگی بین گفتار و رفتار و رعایت اخلاق در ارتباطات از اهمیت بالایی برخوردار است و شیوه‌های ارتباطی پیامبران نه تنها برای زمان خود، بلکه برای امروز نیز الگوهای ارزشمندی هستند که می‌توانند در مقابل تبلیغات گمراه‌کننده امروزی قرار گیرند.

### نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناخت الگوهای ارتباطی اسوه‌های قرآنی و نقش آنها در انتقال مؤثر مفاهیم دینی انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهند که دو مهارت صحبت کردن و گوش دادن فعال، به‌عنوان عناصر محوری و مکمل در فرایند ارتباطی، بیشترین سهم را در تعاملات انسانی دارند. تحلیل نتایج حاکی از آن است که انتقال مفاهیم دینی، صرفاً از طریق محتوای پیام محقق نمی‌شود، بلکه فرایند ارتباطی (چگونگی بیان و دریافت) نقشی تعیین‌کننده دارد. الگوهای قرآنی باتکیه بر مهارت‌های کلامی و شنیداری توأم با خردورزی، راهکاری جامع برای ایجاد ارتباطات عمیق و پایدار در جوامع انسانی ارائه می‌دهند. علاوه بر موفقیت پیامبران در انتقال پیام، نه در تکیه بر یک روش، بلکه در تنوع ابزارهای ارتباطی و انطباق با شرایط مخاطب ریشه دارد. امروزه بازخوانی این الگوها می‌تواند به طراحی نظام‌های تربیتی و ارتباطی بین فرهنگی کمک کند که هم به «عقلانیت» احترام می‌گذارند و هم «قلب‌ها» را مخاطب قرار می‌دهند. علاوه بر آن، مهارت‌های ارتباطی در اسلام، پلی بین سنت و مدرنیته است. از یک سو، ریشه در متون اصیل دینی دارد و از سوی دیگر، پاسخگوی نیازهای پیچیده جوامع امروزی است. تربیت «نسل مؤمن و ارتباط‌پذیر» تنها با تبدیل این آموزه‌ها به برنامه‌های عملی و نهادینه در سیستم‌های آموزشی، رسانه‌ای، و فرهنگی محقق می‌شود. این فرایند نه تنها به تحکیم روابط اجتماعی کمک می‌کند، بلکه هویت اسلامی را در عصر جهانی شدن به‌عنوان الگویی زنده و کارآمد بازتعریف می‌کند. از جمله پیشنهادها پژوهش حاضر تلفیق آموزه‌های اسلامی با

۱. وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ (۲۱۵)

۲. وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا (۶۳)

۳. فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرَ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقِصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ (۲۵)

۴. وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْتَهُمْ بِسِيمَاهُمْ وَلِنَعْرِفَنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ (۳۰)

۵. يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسَنَّا كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنِ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَخْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا (۳۲)

روش‌های آموزشی نوین برای تقویت مهارت‌های ارتباطی در سطوح فردی و اجتماعی از دوران کودکی، با استفاده از رسانه‌ها و تألیف کتب بین‌رشته‌ای است.

## ملاحظات اخلاقی پیروی از اصول اخلاق پژوهش

نویسندگان اصول اخلاقی را در انجام و انتشار این پژوهش علمی رعایت نموده‌اند و این موضوع مورد تأیید همه آن‌هاست.

## تعارض منافع

نویسندگان این مقاله اعلام می‌دارند که در انجام این پژوهش هیچ‌گونه تضاد منافع وجود ندارد.

## حمایت مالی

نویسندگان اظهار می‌دارند که در روند تهیه و نگارش این مقاله، هیچ‌گونه بودجه، گرنت یا حمایت مالی دیگری دریافت نکرده‌اند.

## سپاسگزاری

از معاونت محترم پژوهشی حوزه علمیه قم به خاطر همکاری در اجرای پژوهش حاضر سپاسگزاری می‌شود. از داوران محترم به خاطر ارائه نظرهای ساختاری و علمی سپاسگزاری می‌شود.

## فهرست منابع

- قرآن‌الکریم (ناصر مکارم شیرازی، مترجم).  
 نهج‌البلاغه (محمد دشتی، مترجم).  
 ابن هشام، عبدالملک بن هشام. (۱۴۳۴ق). السیرة النبویه. دارالمعرفه باطنی، محمدرضا. (۱۴۰۰). درباره زبان (مجموعه مقالات). انتشارات آگاه.  
 بلخی، محمداسماعیل لیبی؛ و جلیلی، محمدنعیم. (۱۴۰۲). داستان‌های قرآنی: اهداف، ویژگی‌ها و حکمت تکرار. پشاور اسلامیکوس، (۱)۱۴، ۶۸-۴۶.  
 بهجت‌پور، عبدالکریم؛ و احمدی پرتو، محمدتقی. (۱۴۰۱). تحلیل رویکرد تنزیلی در حل مسئله اجتماعی در قرآن با محوریت مسئله زن. قرآن و علوم اجتماعی، (۸)۲، ۱۴۲-۱۶۳.  
 حسین، شاکر؛ علی، محمدرضان؛ و خورشید، موداسیر. (۱۴۰۲). نقش دین در ساختن شخصیت از دیدگاه اسلامی. مجله مطالعات دینی و اجتماعی، (۲)۳، ۱۴۵-۱۲۹.  
<https://doi.org/10.53583/jrss06.08.2023>  
 حرعاملی، محمد. (۱۴۲۸ق). وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه. نشر کتابچی.  
 دهخدا، علی‌اکبر. (۱۳۷۷). لغت نامه دهخدا. دانشگاه تهران.  
 راغب اصفهانی، حسین بن محمد. (۱۴۳۷ق). مفردات الفاظ قرآن کریم (حسین خدایپرست، مترجم). نوید اسلام قم.  
 رجایی، محمدخلیل. (۱۴۲۰ق). معالم البلاغه در معانی و بیان و بدیع. انتشارات دانشگاه شیراز.  
 روسلی، روسلی؛ اسناییاتی، اسناییاتی؛ و راملی، انگرینی. (۱۴۰۳). مدیریت چالش‌های چندفرهنگی در آچه با رویکرد ارتباطات اسلامی. محرک، (۲)۷، ۲۹۹-۲۸۳.  
<https://doi.org/10.37680/muharrrik.v7i2.6571>  
 زکریایی، محمدعلی. (۱۳۹۰). فرهنگ مطهر مفاهیم، اصطلاحات و تعابیر علوم انسانی - دینی از دیدگاه شهید مرتضی مطهری. انتشارات جامعه و فرهنگ.  
 زورق، محمدحسن. (۱۳۸۹). ارتباطات و آگاهی (مفاهیم، مبانی و روش‌ها). انتشارات سروش.  
 سالاری‌فر، محمدرضا؛ و همکاران. (۱۴۰۲). روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی. پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.  
 شریفی، عنایت‌الله. (۱۳۹۶). مهارت‌های ارتباطی در قرآن. پژوهشنامه معارف قرآنی (آفاق دین). (۳۰)۸، ۱۵۱-۱۸۴.  
<https://doi.org/10.22054/rjqk.2017.8724>  
 شریفی، عنایت‌الله؛ خوانین‌زاده، محمدحسین؛ و خلعتبری لیمایی، حسام‌الدین. (۱۳۹۶). روش‌های تبلیغی امام رضا (ع). فرهنگ رضوی، (۱۹)۵، ۱۷۶-۱۴۹.  
 صالح، آجیرالدین؛ و همکاران. (۱۴۰۳). تاب‌آوری روانی مسلمانان در پاندمی. مجله بین‌المللی دین، (۱۰)۵، ۴۸۰۴-۴۸۱۸.

طباطبایی، محمدحسین. (۱۳۷۴). ترجمه تفسیر المیزان (محمدباقر موسوی همدانی، مترجم). انتشارات اسلامی. طبرسی، حسن بن فضل. (۱۳۸۴). مکارم الاخلاق. دارالهدی.

عباسی مقدم، مصطفی. (۱۳۹۱). مقایسه شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی چهره‌های قرآنی با روش‌های تبلیغ امروزی. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، ۱۳(۱۸)، ۱۱۳-۱۴۴. علوی‌زاده، سید محمد. (۱۴۰۱). باز پژوهی آسیب‌های دنیادوستی بر روابط اجتماعی مبلغان دین از منظر قرآن و روایات. قرآن و علوم اجتماعی، ۲(۸)، ۸۲-۱۰۹.

فرهنگی، علی‌اکبر. (۱۴۰۲). ارتباطات انسانی. رسا.

قرآتی، محسن. (۱۳۹۷). تفسیر نور. مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.

قطب، محمد. (۱۳۸۹). روش تربیتی اسلام و کاربرد عملی آن (محمود ابراهیمی، مترجم). اراس.

کریمی، یوسف. (۱۴۰۲). روانشناسی شخصیت. نشر ویرایش.

کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۳۹۹). اصول کافی (عباس به نژاد، مترجم). انتشارات آرایه.

کوهستانی، ام‌البنین؛ و همکاران. (۱۴۰۱). مهارت‌های ارتباطی انسان با هم‌نوعان در سبک زندگی توحیدی از منظر امام حسن عسکری (ع). قرآن و علوم اجتماعی، ۲(۴)، ۱۰-۳۶.

<https://doi.org/1022064/arc.2023.350729.1107>

مجلسی، محمدباقر. (۱۴۳۲ق). بحارالانوار. انتشارات دارالاحیاء التراث العربی.

محمّدیان‌راد، مهدی. (۱۴۰۱). ارتباط شناسی. انتشارات سروش.

مهدوی، فاطمه؛ سجادی، مرضیه سادات. (۱۴۰۱). تأثیر آموزش مهارت‌های ارتباطی در بهبود روابط زوجین با تأکید بر مبانی اسلامی. پژوهش‌های اسلامی جنسیت و خانواده، ۵(۸)، ۹-۲۷.

نراقی، احمد. (۱۳۹۹). معراج السعادة. به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی).

نظریبگی، مریم؛ و فلاح‌زاده، احمد. (۱۴۰۰). امام حسن عسکری (ع) و حل چالش «اثبات امامت» بر اساس الگوی تبلیغ کانونی. فصلنامه علمی شیعه‌شناسی، ۱۹(۷۳)، ۱۰۹-۱۳۴.

doi: 10.22034/shistu.2021.530630.2055

واعظی، سید حسین؛ طوفان فرد، خدیجه؛ و سعادت‌مند، زهره. (۱۴۰۱). بررسی جایگاه و مفهوم گفتگو و پرسشگری در آموزه‌های حضرت علی (ع). پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی، ۳۰(۵۷)، ۱۱۷-۱۵۰.

وزین پور، نادر. (۱۳۸۱). بر سمنند سخن. انتشارات فروغی.

مفاهیم دینی