

کارکرد تربیتی رسانه؛ گفتمان نوین ارتباطی مبتنی بر اندیشه اسلامی در ایران

حامد فروزان*

سیدرضا نقیب السادات**

تاریخ دریافت: ۱۳۹۵/۱۰/۰۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۵/۱۲/۰۲

چکیده

ارتباطات تربیت محور مفهومی نوینی است، که از مفاهیم دوگانه ارتباطات انسانی و تربیت دینی الهام گرفته است. با نگرش در مفهوم ارتباطات انسانی از نوع اسلامی می‌توان به این موضوع اذعان نمود که غالباً در برقراری ارتباطات اعم از چهره به چهره، حضوری، غیرمستقیم، فردی، اجتماعی و... می‌توان مسائلی نظیر رشد، تعالی، تربیت و هدایت را مشاهده نمود. از دیگر سو، واقعیت نیز تداعی کننده این موضوع است که رسانه های نوین اعم شبکه های اجتماعی موبایلی و رسانه های کلاسیک، نه تنها در ارائه ارتباطاتی که مبتنی بر تربیت (دینی) افراد جامعه باشد، اقدامی نکرده اند، بلکه بعضاً

* دکتری علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی (نویسنده مسئول). hamed.forouzan@yahoo.com

** استادیار گروه علوم ارتباطات دانشگاه علامه طباطبایی. naghibulsadat@yahoo.com

خود عامل مهمی در ترویج و گسترش بحران‌های اخلاقی و تربیتی به شمار می‌روند. بنابراین، نویسندگان درصدد ارائه پاسخی متقن بدین سؤال اساسی می‌باشند که مفهوم ارتباطات تربیت محور چیست؟ و در ادامه این مفهوم مبتنی بر چه شاخص‌هایی است؟ نتایج پژوهش که بر اساس تحلیل نخبگی یا سوات و بهره‌گیری از مطالعات کتابخانه‌ای و ابزار پرسشنامه‌ای تدوین گردیده‌اند، ۲۲ مؤلفه اصلی را در راستای طراحی مدل ارتباطات تربیت محور احصاء نموده‌اند. سپس مؤلفه‌ها و با استفاده از تکنیک QSPM مورد تحلیل و ارزیابی دقیق واقع شدند و پس از تبیین و اولویت‌بندی متغیرها، طرح‌واره ارتباطات تربیت محور دینی تدوین گردید. نظریه‌های مورد استفاده در این مقاله، مبتنی بر نظریه‌های تربیت اسلامی علامه مطهری و ارتباطات دینی پروفیسور حمید مولانا است.

واژه‌های کلیدی: ارتباطات، تربیت، طرح‌واره، جامعه اسلامی، تحلیل نخبگی

۱- طرح مسئله و تعریف آن

حیات اجتماعی محصول ارتباط انسان‌هاست. وجود حقیقی هر جامعه‌ای با پیدایش اولین شبکه روابط انسانی آغاز می‌شود و بر مبنای همین روابط بقای آن استمرار می‌یابد (ذاکر، ۱۳۸۱: ۲۶). از آنجاکه هر نوع ارتباط اجتماعی موجب تغییر رفتار و روحیات می‌شود، در روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی از آن به‌عنوان عامل تربیت نام‌برده می‌شود به همین سبب، ارتباطات انسانی زمینه درک متقابل و تعامل بین افراد را فراهم می‌آورد و درک متقابل از یکدیگر سبب گسترده‌تری ارتباطات انسانی می‌گردد. بدین صورت ارتباط انسان‌ها موجب پیوستگی فعالیت‌ها و ظهور یک میدان اجتماعی می‌شود که افکار و عواطف همگان را در تعامل با یکدیگر قرار می‌دهد. در این راستا، چارلز

کولی^۱ جامعه‌شناس آمریکایی معتقد است، اصولاً انسان‌ها در تعامل عاطفی و ارتباط اجتماعی با یکدیگر انسان می‌شوند (آزاد، ۱۳۸۷: ۷۶-۷۷). معمولاً در هر ارتباط گروهی، برای حفظ تجانس و همسانی، یک فرد یا چند فرد برجسته و ممتاز را به‌عنوان ناظر و مراقب (مربی) بر استمرار پیوندها و جهت‌دهی به فعالیت‌ها برمی‌گزینند و این عمل ضریب موفقیت و اطمینان را توسعه می‌بخشد، در نتیجه فرد خود را کاملاً به گروهی می‌سپارد تا بتواند در کنار آن به اهداف فردی و اجتماعی خود برسد (مهر علی، ۱۳۸۴: ۳۹). بدین صورت کارهای گروهی اگر طبق اصول و قواعد مشترک انجام شود و همه اعضا آن را محترم بشمارند، می‌تواند در تحقق اهداف بزرگ اجتماعی و آمال تاریخی نقش و تأثیر عظیمی ایجاد نماید. ارتباطات هدفمند انسان‌ها، تحت مدیریت واحد با تمرکز بخشیدن وجهت دادن به قوا و امکانات پراکنده افراد، منبع قدرت خارق‌العاده‌ای ایجاد می‌کند که می‌تواند بزرگ‌ترین موانع را از مسیر خود کنار بزند (نیک زاد، ۱۳۷۹: ۱۶۳). بنابراین تلفیق مفاهیم دوگانه ارتباطات انسانی و تربیت دینی در قالب ارتباطات تربیت محور، حامل ویژگی‌هایی است که در صورت تحقق، نه تنها معضلات تربیتی، ارتباطی، اجتماعی و... را در جامعه اسلامی مرتفع خواهد کرد بلکه دلایل ذیل، لزوم ارتباطات تربیت محور را گریزناپذیر می‌کند:

الف) اساس توسعه جوامع، توسعه انسان است و انسان نیز برای رشد و توسعه خود، نیاز به تربیت عقلانی دارد و این ارتباطات انسانی معقول است که با تربیت عقلانی انسان‌ها، زندگی شایسته و توأم با کامیابی را برای آن‌ها رقم می‌زند.

ب) دستیابی به جامعه‌ای پویا و پرنشاط که در آن انسان‌ها با امید و انگیزه در مسیر رشد و تربیت و توسعه، گام برمی‌دارند، جامعه‌ای که ارتباطات انسانی در آن به دور از اختلالات و آسیب‌های بیان‌شده تحقق می‌یابد و در سایه این سلامت ارتباطی، افسردگی و اضطراب و سوء تفاهمات از آن رخت برمی‌بندد. اگر در جامعه‌ای،

1. Charles Horton Cooley

ارتباطات انسانی معقول فراهم آمد، در آن جامعه انسان‌ها نقش‌های خود را به‌درستی می‌شناسند و می‌دانند در هر نقشی بنا به مقتضیات آن چگونه تکلیف خود را به انجام رسانند که حق کسی ضایع نشود و این‌گونه عدالت در حوزه ارتباطات بین انسان‌ها حاکم می‌شود. نقطه آغازین حرکت به سمت استقرار عدالت واقعی در جوامع نیز، همین‌جاست. اصولاً در جامعه‌ای که عدالت بر مبنای "حیات معقول" وجود نداشته باشد، آزادی نیز مفهومی ندارد، چراکه جامعه تهی از عقلانیت، قدرت بهره‌گیری از این موهبت عظیم را برای رشد و تکامل خود نخواهد داشت. کرامت انسان نیز آنجاست که انسان‌ها حق انسانیت هم را به‌درستی بجای آورند پس دستیابی به این شاخص حیاتی درگرو تربیت عقلانی انسان‌ها است (بهشتی، ۱۳۸۴: ۶۱-۶۲).

ج) با چنین رویکردی، حرکت جامعه اسلامی برای دستیابی به رشد و تربیت حقیقی و پایدار در سایه عدالت، آزادی و کرامت انسانی را می‌باید در "تحول شخصیت انسان‌ها" و تعمیق عنصر ارتباطات جستجو کرد، نه در تغییر و تحول مقطعی در ساختارهای اجرایی و اقتصادی. تبیین ارتباطات انسانی و بسط این گفتمان می‌تواند نقش عظیمی در این تحول و تکامل داشته باشد. چراکه در غیبت ارتباطات انسانی، زندگی انسان‌ها جز رنج و محنت، تضییع حقوق، از بین رفتن اخلاق و مسئولیت اجتماعی، بهره‌گیری نادرست از تعالیم انبیاء الهی و در نهایت افزایش جهل و مرارت انسان‌ها چیز دیگری نخواهد بود. به همین سبب، در سایه این تحول و توسعه شبکه‌های ارتباطاتی، بنیاد مدنی بر پایه اصول انسانی در میان انسان‌ها فارغ از نژاد، قوم، جنس، سن، ثروت و منزلت پایه‌گذاری می‌شود و انسان‌ها و جامعه در مسیر تکامل و تعالی قرار می‌گیرند (کشاورز، ۱۳۸۷: ۹۶).

د) اساسی‌ترین ابزار برای دستیابی به ارتباطات انسانی با ایجاد تحول در شخصیت انسان‌ها، آموزش و تربیت است. در جوامع پیچیده کنونی جز از طریق آموزش و تربیت نمی‌توان انسان‌ها را برای زندگی و موفقیت در آن آماده نمود. منظور از آموزش، آنچه که امروز در مدارس و دانشگاه‌ها مشاهده می‌شود نیست، بلکه

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرح‌واره ... ۱۴۱

اعتقادی بنیادین، مبنی بر فراگیری در تمام سالیان زندگی است تا انسان‌ها، جهان هستی را آن‌گونه که باید، درک کنند و بکار گیرند. با چنین رویکردی در مهندسی یک نظام آموزشی، دانشجو در محیط دانشگاه قبل از هر چیز، درس زندگی می‌آموزد و کارگر در محیط کار با آموزش‌های مداوم، ارتباطات خانوادگی و مهارت‌های زندگی خود را بهبود می‌بخشد و اصناف گوناگون همه‌ساله از ارتباطات انسانی مطلوب‌تری برخوردار می‌شوند. آموزشی که فضای آن فقط برای تربیت انسان‌های تک‌بعدی، آن‌هم در یکسری محیط بسته به کار می‌رود، جامعه را از رشد و توسعه بازمی‌دارد و انسان‌ها را در بحران‌های گوناگون و متعدد عصر کنونی رها می‌سازد (دهقانی، ۱۳۹۱: ۳۷).

ه) در جهان آینده که انسان‌ها محصور در مرزهای جغرافیایی نیستند، تنها چیزی که می‌تواند فضای صلح و آرامش را برای بشریت به ارمغان آورد تا در سایه آن انسان‌ها در مسیر توسعه مادی و معنوی قرار گیرند، "ارتباطات انسانی مبتنی بر تربیت" است. با این مقدمات به طرح سؤالات اصلی و فرعی پژوهش کنونی مبادرت خواهیم نمود. مؤلفه‌های اصلی طرح‌واره (مدل) ارتباطات تربیت محور مبتنی بر اندیشه اسلامی در ایران کدامند؟ با نگرش در مفهوم ارتباطات انسانی از نوع اسلامی می‌توان به این موضوع اذعان نمود که غالباً در برقراری ارتباطات اعم از چهره به چهره، غیرمستقیم، فردی، اجتماعی و... می‌توان به دو نوع کلی ارتباط پی برد. در هر دو نوع از این ارتباطات مسائلی نظیر رشد، تعالی، تربیت و هدایت و... را به‌وضوح می‌توان مشاهده نمود (خانمحمدی و رحیمی، ۱۳۹۱: ۵۹).

۲- ضرورت و اهمیت تحقیق

ارتباطات تربیت محور تحقیقی است که از زاویه نگاه علم ارتباطات، به مقوله تربیت می‌نگرد. در واقع ارتباطات تربیتی ورود علم ارتباطات به حوزه علم تربیت است. چراکه به عقیده نویسندگان اساساً تربیت بر مبنای ارتباطات است. ارتباطات مربی و

متربی و تأثیرات این دو بر یکدیگر. بنابراین، این مقاله از نوع میان‌رشته‌ای بوده و در تعامل علم ارتباطات و علم تربیت است. بنابراین مباحث مطرح‌شده در آن می‌تواند جدید و جذاب باشد. فرضیه اصلی و اساسی که بناست در این تحقیق به بوته آزمایش گذارده شود این است که بر اساس اندیشه اسلامی و در جامعه اسلامی، ارتباطات میان اعضا خصلتی چندبعدی دارد که هدفمند و مسئولیت‌ساز می‌باشد که هدف غایی آن تربیت افراد جامعه اسلامی می‌باشد. از سویی دیگر، واقعیت انکارناشدنی این است که چنانچه جامعه ایران بخواهد مجموعه‌ای از افراد جامعه را باهدف تربیت و رشد اعضای آن مبتنی بر دیدگاه اسلامی ایجاد کند نیازمند طراحی نوینی از ارتباطات انسانی است که در این طرح عامل اصلی، توجه به شاخص‌های ارتباطی با مبانی دینی می‌باشد. به دیگر سخن، برخی از ضرورت‌هایی که منجر به انجام این پروژه تحقیقاتی شد، به شرح ذیل می‌باشند:

- ۱- عدم طراحی طرح‌واره (مدل) ارتباطی تربیت محور مبتنی بر اندیشه‌های ناب اسلامی،
- ۲- تأثیرات ارتباطات انسانی بر میزان توسعه سرمایه‌های اجتماعی نوجوانان و جوانان ایرانی،
- ۳- حضور اندیشه‌ها و سازوکارهای غیردینی در ارتباطات تربیت محور،
- ۴- تأکیدات مکرر رهبر معظم انقلاب برای تحول در برنامه‌های تربیتی و فرهنگی کشور و جایگاه حساس آن در ارتباطی تربیت محور،
- ۵- ارتباطات تربیت محور دینی به‌منزله الگوی کارآمد بر تحول نظام تربیتی و آموزشی جامعه ایران.

در رابطه با اهداف مقاله حاضر باید اذعان نمود که نخستین و مهم‌ترین هدف مقاله کنونی تدوین طرح‌واره (مدل) ارتباطی تربیت محور با استفاده از مبانی دینی (اسلامی) در جامعه ایران می‌باشد. به‌عبارتی دیگر، بر اساس مبانی دینی، ارتباطات میان افراد باهدف تربیت و رشد صورت می‌پذیرد، از سویی دیگر، تربیت نیز نوعی ارتباط

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرح‌واره ... ۱۴۳

میان مربی و متربی می‌باشد و این رابطه دوسویه در قالب ارتباطات انسانی صورت می‌گیرد. بنابراین نخستین و مهم‌ترین هدف پژوهش کنونی، تدوین و تبیین طرح‌واره ارتباطی تربیت محور دینی می‌باشد. در ادامه برخی از مهم‌ترین اهداف فرعی این پژوهش عبارتند از:

- تلاش در جهت تبیین و برشماری مهم‌ترین شاخص‌های تأثیرگذار بر روند توسعه ارتباطات تربیتی در نظام اسلامی (ایران)،
- تلاش در جهت تبیین تأثیرات ارتباطات تربیت محور دینی بر میزان گسترش ارتباطات مستقیم، چهره به چهره و حضوری،
- تلاش در راستای تبیین فواید ارتباطات تربیت محور با استفاده از مبانی دینی در صورت تحقق یافتن در نظام اسلامی - ایرانی.

۳- چارچوب نظری

در راستای تبیین و تدوین هر چه بهتر ارتباطات تربیت محور در نظام اسلامی (ایران) از نظریه تربیت اسلامی علامه مطهری و اصول شش‌گانه ارتباطات دینی پروفیسور حمید مولانا استفاده شده است. در خصوص چرایی استفاده از تئوری‌های مذکور باید اذعان نمود از آنجا که ارتباطات تربیت محور دینی مقوله ارتباطات و تربیت را در درون شبکه‌ای بزرگ و جامع بررسی می‌نماید، پس می‌بایست از تئوری‌های تلفیقی‌ای بهره برد تا به نوعی مفاهیم کلان دوگانه ارتباطات و تربیت را پوشش دهد. بنابراین در ذیل به اجمال به تئوری‌های سه‌گانه خواهیم پرداخت:

۳-۱- نظریات علامه مطهری در زمینه تربیت اسلامی:

علامه مطهری در عصری که اقبال عمومی به مسائل مربوط به انسان و تمرکز مکاتب گوناگون بر محوریت اومانیسم در حوزه اندیشه و عمل، بیش از هر زمان دیگر

خودنمایی می‌کرد، در جایگاه اسلام‌شناس آگاه به زمان و عالم به فرهنگ اسلام ناب، دیدگاه‌های اسلام را از زوایای گوناگون درباره انسان تبیین و به زیبایی تفسیر کرده است، مانند آنچه که وی درباره آفرینش انسان، دو ساحتی و دوبعدی بودن انسان، اصالت روح، بینش‌ها و گرایش‌های انسان، هدف و غایات انسان، استعداد و قوا و نیروهای انسانی، تربیت انسان، نوع ارتباط انسان با سایر پدیده‌ها و خدا و... بیان کرده است (حاجی صادقی، ۱۳۸۲: ۹۶).

هدف غایی تربیت اسلامی، پرورش انسان مقرب الهی است که شاکله دینی در وجود او به‌طور کامل شکل بگیرد و رفتارهای دینی ریشه‌دار از او سرزنند. فلسفه خلقت بشر را نیز در همین نکته می‌توان یافت که خداوند انسان را برای این آفرید که او به‌وسیله تربیت صحیح، کمال یابد و به سرمنزل مقصود برسد. با علم به این هدف غایی، تربیت اسلامی اهمیت و جایگاه خاصی پیدا می‌کند. تربیت اسلامی به ایجاد وضعیت مناسبی اطلاق می‌شود که زمینه را برای بروز و ظهور استعدادهای فطری آدمی فراهم می‌کند و او را بالنده‌تر و کمال‌یافته‌تر می‌سازد. هر زمان فرصت و امکان برای فعلیت یافتن استعدادها فراهم می‌شود، آن زمان قداست و ارزش پیدا می‌کند. تربیت اسلامی نیز به دلیل ارتباطش با فطرت الهی انسان، ارزش و اهمیت والایی پیدا می‌کند و به علم مقدسی تبدیل می‌شود. هرچند تربیت در مفهوم کلی مقوله‌ای باارزش است تربیت اسلامی به دلیل انتساب به اسلام قداست پیدا می‌کند. بر این اساس ورود به عرصه تربیت اسلامی به اصول و قواعد ویژه نیاز دارد. علامه مطهری به‌عنوان اندیشمندی اسلامی در خصوص اصول تعلیم و تربیت اسلامی، مسائلی را مطرح کرده است که بررسی و ارائه آن‌ها می‌تواند فضای فکری مشخصی را در تربیت اسلامی به وجود آورد و به کاوشگران عرصه تعلیم و تربیت یاری رساند. مهم‌ترین اصول تربیتی اسلامی مورد نظر علامه مطهری را می‌توان به‌صورت ذیل برشمرد:

۱- اصل مسئولیت‌پذیری مربی در تربیت متربیان،

۲- اصل ارتباط میان تربیت با معنویت،

۳- اصل ارتباط دوسویه فرد و اجتماع،

۴- اصل تأکید به تربیت دوره کودکی،

۵- اصل انسانیت دوستی،

۶- اصل بهره‌گیری از اراده (مطهری، ۱۳۷۴: ۷۸-۷۷).

۲-۳- ارتباطات دینی از منظر پروفیسور حمید مولانا:

در ارتباطات دینی، پیام و اطلاعات که محتویات هرگونه ارتباطاتی را ارائه می‌دهد، خنثی و بی‌ارزش نیست. این مهم‌ترین تفاوت میان ارتباطات دینی و غیردینی می‌باشد. در سنت اسلامی، کلمه ارتباطات، به معنای انضباط ذهن یا هر رفتار قابل‌ستایش است که یک فرد را برتری می‌دهد. در ارتباطات غیردینی، نظریات گوناگون ریشه می‌دواند و ارتباطات را به وجود می‌آورد. اولین و بنیادی‌ترین نگرش نسبت به ارتباطات در اسلام، نظریه توحید است (پورنقدی، ۱۳۸۸: ۱۴). این واژه به معنای وحدت، پیوستگی و هماهنگی تمام اجزای جهان می‌باشد. به این ترتیب، یکی از اساسی‌ترین محورهای ارزشی و اخلاقی ارتباطات، در دنیای اسلام به وجود آمده است. یگانگی پروردگار، وجود هدف در خلقت و رهایی و آزادی نوع بشر از قیدوبند عبودیت ما سوی الله و در یک کلمه، نظریه توحید، هرگونه ارتباط و پیوند فکری، فرهنگی، اقتصادی، و سیاسی که بشر را تحت سلطه مخلوق درآورد را مردود می‌شمارد. الگوی ارتباطات اسلام به ربوبیت اعتقاد دارد. به موجب اصل توحید، ویران کردن ساختارهای فکری مبتنی بر نژادپرستی، قوم‌گرایی، خویشاوندی و سلطه‌جویی از اصول ارتباطات اسلام است. بدین معنا که در انواع گوناگون ارتباطات درونی، میان فردی، گروهی، عمومی، جمعی، میان فرهنگی و غیره می‌باید این اصل حاکم باشد. چنانچه این اصل در ذهنیت ما به وجود نیاید، در حقیقت اصل دیگری به وجود آمده است. چراکه سخن گفتن بدون ذهنیت غیرممکن است (حقیقی، ۱۳۹۲: ۱۹).

دومین اصل تعیین‌کننده مرزهای اخلاقی و ارتباطات اسلامی، مسئله امر به معروف و نهی از منکر است. مفهوم ضمنی و آشکار این اصل، مسئولیت فردی و گروهی برای آماده ساختن نسل آینده برای پذیرش احکام اسلامی و اعمال آن‌هاست. ارتباطات دینی در اینجا و الگوی آن در اسلام با مسئولیت هدایت و ارشاد همراه است. هدایت و ارشاد یکی از اصول ارتباطات است. بدون این اصل، در اسلام ارتباطات مفهوم خود را از دست می‌دهد. این آیه قرآن به خوبی به تشریح این معنا می‌پردازد: "ای رسول ما، خلق را به حکمت و قرآن دعوت کن و بهترین شیوه‌ها را از طریق مناظره بیان کن." ما به ارتباطاتی دعوت شدیم که بدون هدف نیست. و سؤال اصلی در اینجا این است که هدف چیست؟ قطعاً هدف همان ارشاد و هدایت به سمت وسوی اصل توحید است. یکی از مفاهیم خاص نظریه مسئولیت اجتماعی در ارتباطات دینی از نظریه امر به معروف و نهی از منکر نشأت می‌گیرد. همیشه در غرب اصلی به نام اصل مسئولیت اجتماعی وجود داشته است. این نکته که آن‌ها این اصل را از کجا آورده‌اند و چه کسانی بنیانگذاران این اصل بوده‌اند خود نیازمند مبحثی مجزا است. آیا جان لاک بنیانگذار این اصل بود و یا ژان ژاک روسو؟ و یا افلاطون؟ اگر ما از فرهنگ و دین خود شناخت صحیحی به دست نیاوریم بی‌شک اسیر مفاهیمی می‌شویم که آن‌ها در الگوهای ارتباطات وارد کردند (مولانا، ۱۳۸۷: ۵).

سومین و چهارمین مفهوم بنیادین، مفاهیم شهادت و جهاد است. مفاهیم شهادت و جهاد در ارتباطات اسلامی را تنها زمانی می‌توان به درستی درک و فهم کرد که نظریه تحصیل خیر و سعادت و دوری از شر به خوبی شناخته شود. از منظر چارچوب ارتباطی و از منظر اخلاق اسلامی، شهادت و جهاد را نمی‌توان بر پایه شفاعت و وساطت تبیین کرد. بلکه باید در چارچوب اصل علیت و نه صرفاً به عنوان وساطت معنوی به فهم آن‌ها پرداخت. کوتاه‌سخن آنکه از منظر ارتباطات دینی و اسلامی، شهادت بدون جهاد و تبلیغ در راه خدا معنا ندارد. اگر جهاد فی سبیل الله نباشد، قطعاً

در حال جهاد در راه مکتب دیگری غیر از اسلام و راه حق است. پنجمین مفهوم بنیادین در ارتباطات دینی مفهوم امت یا جامعه بزرگ اسلامی است. مفهوم امت از مناظر ملی یا سیاسی فراتر از مفهوم سیستم ملت دولت مدرن است. باید اضافه کرد مفهوم امت تعیین‌کننده حوزه مخاطبین است. حوزه مخاطبین در الگوی ارتباطات معمولی ریاضی یا سیاسی و یا اجتماعی، بستگی به جغرافیا، نژادپرستی و تاریخ دارد. لیکن زمانی که مفهوم امت طرح می‌شود در واقع با یک جامعه اعتقاداتی روبه‌رو هستیم که عامل جغرافیا از آن جدا می‌شود. همچنین در خبر، عامل جغرافیا فاقد اهمیت است و مسئله اعتقادات از اهمیت شایانی برخوردار می‌شود. یکی از مهم‌ترین جنبه‌های امت این است که اسلام میان افراد به‌عنوان اعضای یک جامعه تمایز قائل نمی‌شود. نژاد، قومیت، قبیله پرستی، ناسیونالیسم و عوامل جغرافیایی کمترین نقشی در تمایز افراد ندارد. ما مسلمانان هرگز ملیت را انکار نمی‌کنیم اما باید اذعان داشت که هرگز ملیت بر ارتباطات ما حاکم نخواهد بود. بلکه در این روابط، اعتقادات، باورها و درجات گوناگون توحید افراد موجب تمایز آن‌ها می‌شود. این فرد و روابط او با جامعه است که دارای ارزش می‌باشد. اما این رابطه به‌خودی‌خود هدف نیست. باید ارتباط فرد و جامعه با خداوند معلوم باشد. پروردگار در قرآن می‌فرماید: "ای مردم! ما شما را نخست از مرد و زن آفریدیم." چرا باید این‌گونه تفاوت‌های ظاهری وجود داشته باشد؟ آیا جز برای شناخت یکدیگر است؟ در این میان کسی برتر است که باتقواتر است. اما آیا جامعه بدون ارتباطات می‌تواند وجود داشته باشد؟ قطعاً پاسخ منفی است. تاریخ ارتباطات همگام با تاریخ خلقت بشر است. علم و ابزار ارتباطات در عصر رنسانس در اروپا به وجود آمد و بعد از آن رشد یافت. لیکن ارتباطات یک‌مرتبه خاص در تاریخ بشریت همچون کشاورزی و اقتصاد نیست. این اشتباه بزرگ تاریخ جامعه‌شناسی غرب است که معتقدند انسان از دوره قبل از کشاورزی به دوره کشاورزی قدم گذاشت و سپس وارد دوره صنعتی و... شد و هم‌اکنون در عصر ارتباطات و اطلاعات قرار دارد.

چراکه خلقت بشر با ارتباطات آغاز شد و باید گفت ارتباطات از ابتدای خلقت انسان بوده و تاکنون ادامه یافته است. اشتباه فاحش غربیان در این است که آن‌ها ارتباطات را با "داده" اشتباه می‌کنند، حال آنکه ارتباطات یک جریان است. آنچه که در قرون اخیر گسترش یافته داده‌ها و ابزارها است و نه ارتباطات. غربیان به این نکته توجه نکرده‌اند که در عصر کنونی ارتباطات غیرمفید گسترش یافته است و با بی‌دقتی، این اصل را وارد اقتصاد و پروسه مدرنیزاسیون نیز نمودن (رئوفی، ۱۳۸۹: ۱۰۲).

ششمین اصلی که در اینجا باید تبیین شود، مفهوم "تقوا" است. به‌عنوان فضیلت و به‌عنوان یک عنصر مهم در چارچوب ارتباطات دینی، تقوا چه در سطح فردی و چه در سطح اجتماعی تقریباً در همه اعمال یک مسلمان عنصری است اساسی. الگوی ارتباطات و جامعه اسلامی الگوی وحی و تقواست و نه الگوی اطلاعات و داده‌ها. این اسلام و نظریه‌هایی چون تقواست که تعیین‌کننده دایره‌های اطلاعاتی است و نه بالعکس. هفتمین و آخرین مفهوم، مفهوم امانت در اسلام می‌باشد. مفهوم امانت، آزادی و مسئولیت را در انسان حفظ کرده و صحت و اعتبار متون پیام در ارتباطات اسلامی را تضمین می‌کند. در مفهوم امانت مأموریت خلافت به انسان واگذار شده است و با واردکردن مفهوم امانت در الگوی ارتباطات دینی و اسلامی، گامی سترگ در جهت هرچه اسلامی‌تر کردن ارتباطات خویش برداشته‌ایم (مولانا، ۱۳۸۷: ۱۲). با تلفیق تئوری‌های تربیت اسلامی علامه مطهری و ارتباطات دینی پروفیسور مولانا، نویسندگان مقاله حاضر درصدد اثبات این موضوع می‌باشند که دین اسلام، از ارتباطات افراد جامعه به‌عنوان ابزاری مهم در تحقق تربیت دینی آنان بهره می‌برد و در واقع همین عامل، یکی از مهم‌ترین و اصلی‌ترین تفاوت‌های ماهوی ارتباطات دینی و غیردینی می‌باشد. در ارتباطات دینی، تربیت افراد جامعه و هدایت آنان را می‌توان هدف اصلی دانست، لکن چنین هدفی در ارتباطات غیردینی نمی‌توان یافت.

۴- پیشینه پژوهش

در خصوص پیشینه پژوهش باید افزود اصولاً تحقیقات و پروژه‌های علمی که در رابطه با ارتباطات تربیت محور صورت پذیرفته باشد، وجود ندارد. البته ذکر این نکته مهم است که تعداد بسیار زیادی پژوهش، اعم از کتب، مقالات و رساله‌های دانشجویی در زمینه‌های ارتباطات انسانی و تربیت دینی صورت پذیرفته‌اند لکن ارتباطات تربیت محور موضوع نوین و کاملاً بدیع در این راستا به شمار می‌رود. با این حال، در اینجا به برخی از مهم‌ترین پژوهش‌های صورت گرفته مرتبط با بحث اشاراتی خواهیم نمود:

- حجت‌الله بیات در پژوهشی با عنوان "دین و ارتباطات"^۱ انسان معتقد است دین که همان پیام، قانون، برنامه و آیینی است که از مبدأ هستی سرچشمه می‌گیرد، مخاطبش انسان است و کاملاً ماهیت و کاربردهای ارتباطی دارد. مهم‌ترین بخشی که ماهیت و کارکرد ارتباطی دین را به‌خوبی آشکار می‌کند، معارفی است که انواع و حدود ارتباطات انسان را تبیین می‌نماید. با توجه به جایگاه انسان در نظام آفرینش و مسیری که خداوند در قالب دین برای سعادت او ترسیم کرده است، مهم‌ترین بخش‌های معارف دینی به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم به تبیین، تنظیم و مدیریت ارتباطات او پرداخته است، زیرا همه زندگی انسان در ارتباطات او خلاصه می‌شود و دین نیز حامل پیام‌هایی است که آیین چگونه زیستن و ارتباط برقرار کردن را می‌آموزد.

- علی آدمی و صباغ کلجاهی در تحقیقی با عنوان "معناداری در جهان ارتباطات"^۲ سعی نمودند تا مهم‌ترین نظریات برخی از اندیشمندان ارتباطات را موردتعمیل قرار دهند. چگونگی ارتباط رسانه‌ها با عامل فرهنگ و همچنین نقش آن‌ها در شکل‌دهی به شخصیت انسان‌ها و نحوه ارتباط انسان‌ها با یکدیگر از خلال رسانه‌ها

۱- حجت‌الله بیات، دین و ارتباطات انسان، مجله حدیث و اندیشه، بهار و تابستان ۱۳۹۲، شماره ۱۵.

۲- علی آدمی و صباغ کلجاهی، معناداری در جهان ارتباطات، نشریه تحقیقات فرهنگی ایران، پاییز ۱۳۹۱، دوره

۵، شماره ۳.

از جمله عواملی بودند که این مقاله دغدغه بررسی آن‌ها را داشت. از آنجایی که جهانی‌شدن یا به تعبیر بعضی از اندیشمندان، جهانی‌سازی، خصوصاً در حوزه اقتصاد، مهم‌ترین ویژگی و مشخصه جهان امروز است، عامل رسانه ارتباط تنگاتنگی در گسترش این مقوله بازی می‌کند و از آنجاکه دین به‌طور قابل‌توجهی چه به‌صورت ایجابی و چه به‌صورت سلبی از جهانی‌شدن که رسانه نقش کاتالیزور را در آن دارند، تأثیر می‌گیرد، پژوهش نویسندگان، ارتباط بین دین، رسانه و وضعیت معناداری در جهان ارتباطات را بررسی می‌کند.

۵- روش‌شناسی پژوهش

۵-۱- تعاریف متغیرها:

الف- ارتباطات انسانی: در چارچوب میان‌کنش‌های انسانی ارتباطات به شکل‌های گوناگونی وجود دارد. هرکدام از این شکل‌ها در بافت‌های متفاوت روی می‌دهند. نخستین شکل ارتباطات "درون فردی یا ارتباط با خود" است. به بیان ساده ارتباطات درون فردی زمانی روی می‌دهد که فردی با خودش ارتباط برقرار می‌کند. در واقع ارتباطات درون فردی همان ندای درونی یا صدای ذهن است که هر فردی در موقعیت‌های گوناگون روزمره آن را می‌شنود. ارتباط درون فردی، هرچند شکلی فردی از ارتباط است اما بر میان‌کنش‌های فردی در شکل‌های دیگر ارتباطات تأثیر می‌گذارد. مثلاً فردی که قصد سخنرانی دارد پیش از سخنرانی در مورد صحبت‌هایی که می‌خواهد به زبان بیاورد، نحوه آغاز سخنرانی و چیزهای دیگر فکر می‌کند (آدمی و کلجاهی، ۱۳۹۱: ۸۳). شکل دیگر ارتباط انسانی، ارتباطات دونفره یا میان فردی است. البته تفاوت ظریفی میان ارتباطات دونفره و میان فردی وجود دارد، هرچند در بسیاری از موارد آن‌ها را به‌جای هم به کار می‌برند. آن تفاوت این است که ارتباطات میان فردی در برخی موقعیت‌ها ممکن است میان بیشتر از دو نفر روی بدهد. اما به بیان ساده ارتباطات دونفره تبادل اطلاعات یا معنا میان دو نفر است، مانند هر شکلی از ارتباط میان دو فرد در

موقعیت‌های گوناگون روزمره (مثلاً گفتگوی علمی دو نفر). گاهی این ارتباط شکل نوشتاری پیدا می‌کند مانند تبادل نامه میان دو فرد. گاهی نیز با واسطه وسایل الکترونیکی مانند تلفن ممکن می‌شود که به آن ارتباط نقطه‌به‌نقطه نیز می‌گویند گاهی نیز این ارتباط به واسطه کامپیوترها و شبکه‌های ارتباطی مبتنی بر کامپیوتر ممکن می‌شود که به آن ارتباط میان فردی با واسطه کامپیوتر می‌گویند، مانند تبادل ایمیل یا گفتگو (چت) از طریق اینترنت. شکل سوم ارتباطات انسانی، گروه‌های کوچک است. هر فرد روزانه در گروه‌های کوچک گوناگونی با دیگران ارتباط برقرار می‌کند. خانواده، جمع‌های دوستانه، گروه همکاران، تیم‌های ورزشی و... نمونه‌هایی از گروه‌های کوچک هستند. در گروه‌های کوچک تمامی اعضا فعال هستند و در فرایندهای ارتباطی درون گروه (کم یا زیاد) مشارکت دارند. در عین حال در گروه‌های کوچک ممکن است در موقعیت‌های گوناگون یکی از اعضای گروه رهبری گروه را بر عهده بگیرد (لطفی، ۱۳۹۱: ۸۱-۸۲).

شکل چهارم ارتباطات عمومی است. در ارتباطات عمومی گروه بزرگ‌تر از آن است که همه اعضا در فرایندهای ارتباطی مشارکت داشته باشند. شکل‌هایی از ارتباطات عمومی در کلاس‌های درس، سخنرانی‌ها و مانند این‌ها روی می‌دهد. یکی از ویژگی‌های مهم ارتباطات عمومی این است که میزان مشارکت اعضا در این شکل از ارتباط برابر نیست. معمولاً یک (یا در مواردی چند نفر) به شکل فعال در فرایندهای ارتباطی شرکت می‌کنند و دیگر اعضا دریافت‌کننده پیام هستند یا مشارکت محدودی دارند، مانند کلاس‌های درس که معلم تدریس می‌کند. شکل پنجم و آشنای ارتباطات انسانی، ارتباطات جمعی است. ارتباطات جمعی از طریق رسانه‌های جمعی روی می‌دهد. رسانه‌های جمعی شامل روزنامه‌ها، مجله‌ها، رادیو و تلویزیون، کتاب، صنعت سینما، اینترنت و بازی‌های کامپیوتری می‌شود. محتوای ارتباطات جمعی معمولاً از سوی سازمان‌های رسانه‌ای بزرگ (خصوصی، عمومی یا دولتی) آماده و منتشر یا پخش می‌شوند، هرچند امروزه شبکه‌های کامپیوتری و تکنولوژی‌های نوین ارتباطی تولید و

انتشار محتواها برای گروه‌های کوچک و در برخی موارد افراد را تسهیل کرده است. (لطفی، ۱۳۹۱: ۸۷).

ب- تربیت دینی (اسلامی): تربیت دینی فرایندی است که آدمی را برای نحوه خاصی از حیات مهیا می‌سازد. به عبارتی دیگر، تربیت دینی به منظور آشنا ساختن افراد با جریان کسب معرفت ایمانی و عقاید دینی، پذیرش سنت‌ها و اعمال دینی، توجه به ملاحظات اخلاقی و رفتاری مورد تأیید دین و به عبارت دیگر، ایجاد یا پرورش ایمان در افراد صورت می‌پذیرد. گریمیت در این زمینه می‌نویسد: "تعلیم و تربیت مذهبی به فعالیت‌هایی اشاره دارد که موجب پرورش ایمان در افراد می‌شود، به خصوص فعالیت‌هایی که به وارد ساختن یا آشنا کردن کودکان و نوجوانان به هسته اصلی معرفت به ایمان و عقاید ایمانی و... منجر می‌شود" (تولیت، ۱۳۸۴: ۲۰۹-۲۱۰). هدف تربیت دینی آن است که افراد جامعه را در فهم دین یاری رساند، تا آن‌ها بتوانند آگاهانه درباره آن بیندیشند. بنابراین تنها راه سعادت‌مند شدن انسان، بهره‌مندی او از تعلیم و تربیت دینی است. در تربیت اسلامی، جهان‌بینی و نظام ارزشی و شاخص‌های ویژه‌ای حاکم است که آن را از دیگر نظام‌های تربیتی متمایز می‌سازد. این شاخص‌ها و ویژگی‌ها ضرورتاً می‌بایست از متون اسلامی یعنی آیات و روایات اخذ شود و اینجاست که ما در تعریف تربیت اسلامی بی‌نیاز از متون اسلامی نیستیم و بدون مراجعه به آن‌ها نمی‌توانیم تعریفی واقع‌بینانه از تربیت اسلامی ارائه دهیم. بنابراین با در نظر گرفتن واقعیت تربیت و با لحاظ بعد اسلامی آن، می‌توان تعریف زیر را برای تربیت اسلامی ارائه کرد: "تربیت اسلامی عبارت است از فعالیت هدفمند و دوسویه میان مربی و متربی بر اساس جهان‌بینی و نظام ارزشی اسلام به منظور کمک به متربی در راستای تحقق بخشیدن به قابلیت‌های وی و پرورش شخصیت او در جنبه‌های گوناگون فردی، اجتماعی، جسمانی، عاطفی، اخلاقی، عقلانی و...". این تعریف درصدد معرفی تربیت اسلامی است که برای توضیح و تفصیل بیشتر باید به بیان ویژگی‌ها و شاخص‌های لازم در آن حیطه اقدام نمود (رشید پور، ۱۳۸۰: ۲۹-۳۰).

۲-۵- روش و تکنیک تحقیق:

روش تحقیق نیز مبتنی بر تحلیل نخبگی یا سوات با استفاده از ابزار پرسشنامه می‌باشد. و تکنیک تحقیق نیز استفاده از ماتریس QSPM می‌باشد. حجم نمونه مشتمل بر شصت نفر بوده است. روش نمونه‌گیری بر اساس اشباع نظری می‌باشد و در نهایت سطح تجزیه و تحلیل اطلاعات در سطح فردی و خرد انجام گرفته است. برآورد حجم نمونه بر اساس اشباع نظری می‌باشد.

۶- تجزیه و تحلیل داده‌ها

الف- گام اول- شناسایی انواع شاخص‌ها:

در گام نخست، مهم‌ترین شاخص‌های مرتبط با دو مفهوم ارتباطات انسانی و تربیت دینی را از طریق روش داده‌کاوی به دست آوردیم که در نهایت ۵۹ شاخص اصلی از بطن آن استخراج گردید که در جدول ذیل طبقه‌بندی نموده‌ایم:

جدول ۱- استخراج شاخص‌های ارتباطات و تربیت

شاخص	شاخص	شاخص	شاخص
اعتمادسازی	همپوشانی و همگرایی	نظارت و کنترل	عدم وجود واسطه
امنیت مداری	تحریف و تغییر	تبیین مخاطرات	شناخت ریشه تفاوت‌ها
شناخت کنش و واکنش‌ها (تعامل)	میزان تأثیرگذاری	پویایی	میزان تعمیم‌پذیری
محدودیت تعداد مربیان	میزان آزادی عمل مربیان	عدم وجود واسطه	گفتمان سازی
احیای روش‌های آموزشی و تربیتی	هویت‌سازی و هویت بخشی	شناخت انگیزه‌ها	بصیرت و معرفت متریبان از سوی مربیان
قابلیت نوآوری و ابداع	نخبه پروری		

ب- گام دوم- تفکیک انواع شاخص‌ها:

در گام دوم، شاخص‌های اصلی ۵۹ گانه را در دو جدول و در قالب ارتباطات و تربیت تفکیک نمودیم:

- لایه اول، ارتباطات: در این پژوهش تعریفی که از ارتباطات انسانی بیان می‌گردد به‌عنوان فرایند انتقال پیام از فرستنده به گیرنده به‌شرط همسان بودن معانی بین آن‌ها است. معنا در علم ارتباط شامل مفاهیم ذهنی و احساسات هر دو می‌شود. ارتباطات انسانی فرایندی است که در آن معنا بین افراد تعریف و به اشتراک گذاشته می‌شود (Watzlawick, 2000: 62). ارتباط به یک فرستنده، پیام و گیرنده در نظر گرفته شده نیاز دارد، هرچند گیرنده نیاز ندارد. حضورداشته باشد یا از منظور فرستنده برای برقراری ارتباط در زمان ارتباط آگاه باشد، بنابراین ارتباطات می‌تواند در سرتاسر مسافت‌های گسترده زمانی و مکانی رخ دهد (Rogers, 2011: 14). ارتباطات نیازمند آن است که بخش‌های ارتباط ناحیه‌ای از مشترکات ارتباطی را به اشتراک بگذارند. دسته‌بندی ۲۸ گانه‌ای را برای معرفی مؤلفه‌های برگزیده ارتباطات انسانی مشخص نمودیم که هر یک از آن‌ها خود شامل مجموعه‌ای از زیر شاخص‌ها بوده و در مجموع به ۸۴ مورد اصلی اشاره گردید.

جدول ۲- شاخص‌ها و زیرشاخه‌های ارتباطات انسانی در بخش ارتباطات تربیت محور دینی

شماره	شاخص	زیر شاخص
۱	اعتمادسازی	پیوستگی
		گشودگی
		همپوشانی
۲	امنیت مداری	همگرایی
		ثبات
		آرامش

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرح‌واره ... ۱۵۵

نظم	پویایی	۳
چارچوب مندی		
برنامه‌ریزی		
تعامل مندی	شناخت کنش و واکنش‌ها (تعامل)	۴
الهام بخشی		
رفتار مداری		
علاق و سلايق	شناخت ریشه تفاوت‌ها	۵
باور داشت‌های قلبی		
بسترهای ذهنی		
شناخت بهتر	عدم وجود واسطه	۶
آشنایی بیشتر		
اجتماعی شدن بالاتر		
مثبت‌گرایی	همپوشانی و همگرایی	۷
به اشتراک گذاشتن علاقه‌مندی‌ها		
محتوا سازی		
سواستفاده های شخصی	تحریف و تغییر	۸
جعل		
ترویج اکاذیب		
خودشناسی	میزان تأثیرگذاری	۹
خودآگاهی		
تقویت تعلم و یادگیری		
منع گسترش فساد	نظارت و کنترل	۱۰
اجرای درست برنامه‌ها		
تحقق اهداف		
مدیریت استرس	تبیین مخاطرات	۱۱
شناخت عوامل اخلال‌گر		
احتیاط مداری		
فراگیری	میزان تعمیم‌پذیری	۱۲
حمایت‌گری		
توسعه توانمندی		

- لایه دوم، تربیت اسلامی: بر اساس نظریه علامه مطهری تربیت یعنی استعداد‌های درونی را که بالقوه در یک شی موجود است به فعلیت درآوردن و پروردن، بنابراین، تربیت فقط در مورد جاندارها یعنی گیاه، حیوان و انسان صادق است و اگر در مورد غیر جاندار این کلمه را به کار ببریم مجازاً به کار برده‌ایم نه این که به مفهوم واقعی آنشی را پرورش داده‌ایم (مطهری، ۱۳۷۴: ۲۹). دسته‌بندی ۳۱ گانه ای را برای معرفی مؤلفه‌های برگزیده تربیت اسلامی مشخص نمودیم که هر یک از آن‌ها خود شامل مجموعه‌ای از زیر شاخص‌ها بوده و در مجموع به ۹۳ مورد اصلی اشاره گردید.

جدول ۳- شاخص‌ها و زیرشاخه‌های تربیتی در بخش ارتباطات تربیت محور

زیر شاخص	شاخص	ردیف
نیازمحوری	محدودیت تعداد مربیان	۱
ممنوعیت دوشغله بودن مربیان		
نظارت سختگیرانه و بازخواست مداوم از مربیان		
اصالت کار تشکیلاتی	میزان آزادی عمل مربیان	۲
ضرورت وجود انعطاف		
روش‌های متعدد آموزش		
ارتباط مستقیم میان مربی و متربی	عدم وجود واسطه	۳
حضور همیشگی مربیان در کنار متربیان		
آموزش مستمر متربیان از سوی مربیان		
شناخت واقعیت‌ها	گفتمان سازی	۴
به فعلیت درآوردن		
مسئولیت اجتماعی		
اصل حکمت جویی	احیای روش‌های آموزشی و تربیتی	۵
آگاهی و هوشمند سازی افراد		
آموزش از پائین به بالا		

القای ضرورت‌ها	هویت‌سازی و هویت بخشی	۶
پاسخگویی به نیاز متریان		
مقاومت در برابر تهاجم فرهنگی		
توسعه ادراک انسانی	شناخت انگیزه‌ها	۷
تدوین ارزش‌های محوری		
تبیین مخاطرات		
شناسایی نیروهای توانمند	بصیرت و معرفت متریان از سوی مربیان	۸
تأکید بر شایسته‌سالاری		
تعیین مسیر حرکت و جهت پیشرفت		
الگوسازی	قابلیت نوآوری و ابداع	۹
تسهیل در حل مشکلات		
توسعه فرهنگ کار جمعی		
شکل‌گیری خرد و هویت جمعی	نخبه پروری	۱۰
کادر سازی و پرورش نیرو		
بسیج منابع		

ج- گام سوم- استفاده از تحلیل نخبگی (SWOT):

پس از تفکیک شاخص‌های ارتباطات و تربیت در جداول سه‌گانه اکنون با استفاده از تحلیل "SWOT" در ابتدا به تفکیک عوامل درونی و بیرونی و سپس تبیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها و در نهایت در راستای رتبه‌بندی شاخص‌های طراحی‌شده و ارزش‌گذاری آن‌ها به تدوین پرسشنامه خواهیم پرداخت که در جدول‌های صفحه بعد بدین صورت می‌باشند:

جدول ۴- تفکیک عوامل درونی و بیرونی شاخص‌های ارتباطات تربیت محور

عوامل بیرونی	عوامل درونی
عدم شناخت ریشه تفاوت‌ها	اعتمادسازی
وجود واسطه	نخبه پروری
میزان تعمیم‌پذیری	شناخت کنش و واکنش‌ها (تعامل)
تبیین مخاطرات	امنیت مداری
	محدودیت تعداد مربیان
	پویایی
	میزان تأثیرگذاری
	همپوشانی و همگرایی
	تحریف و تغییر
	نظارت و کنترل
	شناخت انگیزه‌ها
	بصیرت و معرفت متریبان از سوی مربیان
	قابلیت نوآوری و ابداع
	احیای روش‌های آموزشی و تربیتی
	هویت‌سازی و هویت بخشی
	گفتمان سازی

جدول ۵- ماتریس ارزیابی نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای ارتباطات تربیت محور

فرصت‌ها:	نقاط قوت:
- نظارت و کنترل هوشمند،	- اعتمادسازی مناسب از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطاتی،
صیرت و معرفت متریبان از سوی مربیان ،	شناخت و پرورش نیروهای نخبه از طریق شبکه‌سازی،
قابلیت نوآوری و ابداع،	پویایی مناسب‌تر از طریق شبکه‌سازی ارتباطات انسانی،
هویت‌سازی و هویت بخشی ،	شناخت بهتر و جامع‌تر کنش‌ها و واکنش‌ها (تعامل) از طریق شبکه‌سازی،
احیای روش‌های آموزشی و تربیتی،	میزان اثرگذاری در سطح وسیع از طریق شبکه‌سازی،
ایجاد امنیت در سطحی وسیع،	گفتمان سازی،
	شناخت دقیق‌تر از انگیزه‌ها و توانایی‌های افراد از طریق شبکه‌سازی ارتباطات،
تهدیدات:	نقاط ضعف:
عدم شناخت ریشه تفاوت‌ها،	محدودیت تعداد مربیان،
تحریف و تغییر،	عدم وجود واسطه
عدم تبیین مخاطرات	میزان تعمیم‌پذیری

د- گام چهارم- طرح پرسشنامه:

پس از تبیین نقاط قوت، ضعف، فرصت‌ها و تهدیدها، پرسش‌نامه تدوین می‌گردد. در واقع طرح پرسشنامه به‌منظور تبیین میزان اهمیت شاخص‌های استخراج شده می‌باشد تا در نهایت بتوان راهبردهای مشخصی را تدوین نمود.

پس از دریافت پاسخنامه‌ها از سوی پاسخ‌دهندگان و تحلیل داده‌های حاصل از پرسشنامه‌ها با استفاده از ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و خارجی به تبیین میزان اهمیت هر یک از شاخص‌ها مبادرت نموده و طبق جدول ذیل داده‌ها تفکیک و مشخص و نمره نهایی عوامل داخلی و خارجی نیز تعیین گردیدند:

جدول ۶- ماتریس ارزیابی عوامل داخلی

امتیاز موزون	میانگین رتبه	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین ضریب اهمیت	گویه
۰,۵۶۱	(۳-۴)	(۰-۰,۱)	(۰-۱)	نقاط قوت
۰,۶۳۰	۳,۳	۰,۰۵۸	۰,۵۸	اعتمادسازی مناسب از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطاتی،
۰,۶۱۰	۳,۴۱	۰,۰۶۱	۰,۶۱	نظارت و کنترل هوشمند،
۰,۵۵۷	۳,۵۰	۰,۰۵۵	۰,۵۵	شناخت و پرورش نیروهای نخبه از طریق شبکه‌سازی،
۰,۷۴۴	۳,۳۷	۰,۰۶۷	۰,۶۷	بصیرت و معرفت متریبان از سوی مربیان،
۰,۶۷۳	۳,۴۳	۰,۰۷۱	۰,۷۱	پویایی مناسب‌تر از طریق شبکه‌سازی ارتباطات انسانی،
۰,۶۸۹	۳,۲۳	۰,۰۵۹	۰,۵۹	قابلیت نوآوری و ابداع،

امتیاز موزون	میانگین رتبه	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین ضریب اهمیت	گویه
۰,۱۲۵	(۱-۲)	(۰-۰,۱)	(۰-۱)	نقاط ضعف
۰,۱۱۴	۱,۶۹	۰,۰۶۲۱	۰,۶۲۱	محدودیت تعداد مربیان،
۰,۲۷۳	۱,۷۶	۰,۰۳۵۵	۰,۳۵۵	عدم وجود واسطه
۰,۱۱۶	۱,۵۲	۰,۰۸۷۷	۰,۸۷۷	میزان تعمیم‌پذیری
نمره نهایی عوامل داخلی: ۱,۶				

جدول ۷- ماتریس ارزیابی عوامل خارجی

امتیاز موزون	میانگین رتبه	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین ضریب اهمیت	گویه
۰,۱۵	(۳-۴)	(۰-۰,۱)	(۰-۱)	فرصت‌ها
۰,۱۶	۳,۳۶	۰,۰۴۷	۰,۴۷	شناخت بهتر و جامع‌تر کنش‌ها و واکنش‌ها (تعامل) از طریق شبکه‌سازی،
۰,۲	۳,۴۷	۰,۰۵۱	۰,۵۱	هویت‌سازی و هویت بخشی،
۰,۱۸	۳,۲۱	۰,۰۴۳	۰,۴۳	میزان اثرگذاری در سطح وسیع از طریق شبکه‌سازی،
۰,۲۵	۳,۳	۰,۰۵۷	۰,۵۷	احیای روش‌های آموزشی و تربیتی،
۰,۲۱	۳,۱۹	۰,۰۳۷	۰,۳۷	گفتمان سازی،
۰,۱۹	۳,۷۸	۰,۰۳۲	۰,۳۲	ایجاد امنیت در سطحی وسیع،
۰,۱۳	۳,۵۱	۰,۰۴۶	۰,۴۶	شناخت دقیق‌تر از انگیزه‌ها و توانایی‌های افراد از طریق شبکه‌سازی ارتباطات،

امتیاز موزون	میانگین رتبه	ضریب اهمیت نرمالیزه شده	میانگین ضریب اهمیت	گویه
تهدیدها				
	(۱-۲)	(۰-۰,۱)	(۰-۱)	عدم شناخت ریشه تفاوت‌ها،
۰,۴۸	۱,۶	۰,۰۶۳	۰,۶۳	تحریف و تغییر،
۰,۵۲	۱,۲	۰,۰۴۳	۰,۴۳	عدم تبیین مخاطرات
مجموع نهایی: ۱,۴				

ه- گام پنجم - استفاده از ماتریس داخلی - خارجی:

ماتریس داخلی - خارجی^۱: در نهایت ماتریس داخلی - خارجی از تلفیق ماتریس ارزیابی عوامل داخلی و ماتریس ارزیابی عوامل خارجی به دست می‌آید و نتیجه آن، راهبرد اتخاذی را نشان می‌دهد. با توجه به نتایج کسب‌شده از ماتریس‌های بالا، ماتریس داخلی - خارجی به شکل زیر ترسیم می‌شود.

۲,۵ ۱,۶

امتیاز ماتریس عوامل خارجی:

استراتژی تغییر جهت	استراتژی تهاجمی	۲,۵
استراتژی تدافعی	استراتژی تنوع	۱,۴

راهبردهای WO	راهبردهای SO
با توجه به محدودیت تعداد مربیان، از طلبه‌ها و تعداد بیشتر دانشجویان و افراد باتجربه تر گروه‌ها استفاده شود	اعتمادسازی مناسب از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطی، شناخت و پرورش نیروهای نخبه از طریق شبکه‌سازی،
با تخصیص بخشی از فعالیت‌های تربیتی افراد در مدرسه از افت تحصیلی نوجوانان و جوانان حاضر در شبکه‌ها جلوگیری به عمل آید، به عبارتی دیگر مدرسه خود نوعی مربی	پویایی مناسب‌تر از طریق شبکه‌سازی ارتباطات انسانی، شناخت بهتر و جامع‌تر کنش‌ها و واکنش‌ها

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرح‌واره ... ۱۶۳

<p>حاضر و ناظر بر فعالیت‌های تربیتی افراد باشد تا هم از افت تحصیلی آنان جلوگیری شود و هم تربیت افراد بهتر و بهینه‌تر اجرا گردد.</p> <p>از تعداد ناظرین بر شبکه‌های تربیتی کاسته و وظیفه نظارت را به خود متریان بسپارند.</p> <p>منابع لازم را می‌توان از طریق خود افراد حاضر در گروه، نهادهای فرهنگی-مذهبی همچون پایگاه‌های بسیج و ... تهیه نمود</p> <p>ارائه برنامه‌های تربیتی باید از جذابیت‌ها و تنوع برخوردار باشد. مثلاً اردوهای نظامی، فرهنگی، اردوهای راهیان نور و ...</p> <p>استراتژی و برنامه یک شبکه باید از سوی افراد آن شبکه، به صورت مقطعی (مثلاً یک ساله) و با اندیشه دستیابی به یک هدف کلان و معین باشد.</p> <p>مربیان از دیگر افراد شبکه در راستای شناخت بهتر از متریان بهره گیرند. مثلاً از دوستان و یا حتی خانواده متربی، برخی از خصوصیات روانی و اخلاقی و توانمندی‌های وی را جویا شوند.</p> <p>ایجاد شورای بسیج نیروها در شرایط بحرانی با مدیریت مربیان هر شبکه</p>	<p>(تعامل) از طریق شبکه‌سازی، میزان اثرگذاری در سطح وسیع از طریق شبکه‌سازی،</p> <p>گفتمان سازی،</p> <p>شناخت دقیق‌تر از انگیزه‌ها و توانایی‌های افراد از طریق شبکه‌سازی ارتباطات،</p>
<p>راهبردهای WT</p>	<p>راهبردهای ST</p>
<p>نظارت کامل و پیوسته بر فعالیت‌های شبکه‌ای برخوردار قاطع و صریح با شبکه‌های غیر تربیتی منع فعالیت شبکه‌های تربیتی غیردینی در کشور</p>	<p>ایجاد شورای بسیج نیروها در شرایط بحرانی با مدیریت مربیان هر شبکه گسترش دامنه ارتباطات با خانواده متریان و</p>

<p>تقلید از دیگر شبکه‌ها و تطبیق آن با مبانی تربیتی دینی</p>	<p>دعوت از آنان در برخی از جلسه‌ها شناسایی و معرفی دانش آموزان نخبه مدارس از سوی مدیران مدرسه و دیگر متریان حاضر در گروه به مربیان شبکه‌های تربیتی شناسایی و ایجاد نوعی ارتباطات نامحسوس در قبال افراد و نیروهای مخمل فعالیت‌های تربیتی-فرهنگی معرفی شبکه‌های پویا و فعال به نهادهای بالاتر جهت دریافت سمت‌های اجرایی بهتر</p>
--	--

پس از تعیین تمامی راهبردهای لازم، در نهایت می‌بایست اولویت‌بندی راهبردها نیز صورت بگیرد. تعیین اولویت راهبردها به این علت است که بتوان راهکارهای دستیابی به هدف مورد نظر با سرعت و کیفیت بالاتری انجام گیرد. جدول ذیل اولویت‌بندی راهبردها را نشان می‌دهد.

جدول ۸- تعیین راهبردهای مناسب و اولویت آن‌ها

کد	راهبرد	اولویت	جذابیت
SO1	اعتمادسازی مناسب از طریق ایجاد شبکه‌های ارتباطاتی	۱	۵/۹۹
SO2	شناخت و پرورش نیروهای نخبه از طریق شبکه‌سازی	۲	۵/۹۶
SO3	پویایی مناسب‌تر از طریق شبکه‌سازی ارتباطات انسانی	۳	۵/۹۱
SO4	شناخت بهتر و جامع‌تر کنش‌ها و واکنش‌ها (تعامل) از طریق شبکه‌سازی	۴	۵/۸۸
SO5	میزان اثرگذاری در سطح وسیع از طریق شبکه‌سازی، گفتمان‌سازی	۵	۵/۸۱
SO6	شناخت دقیق‌تر از انگیزه‌ها و توانایی‌های افراد از طریق شبکه‌سازی ارتباطات	۶	۵/۷۰

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرح‌واره ... ۱۶۵

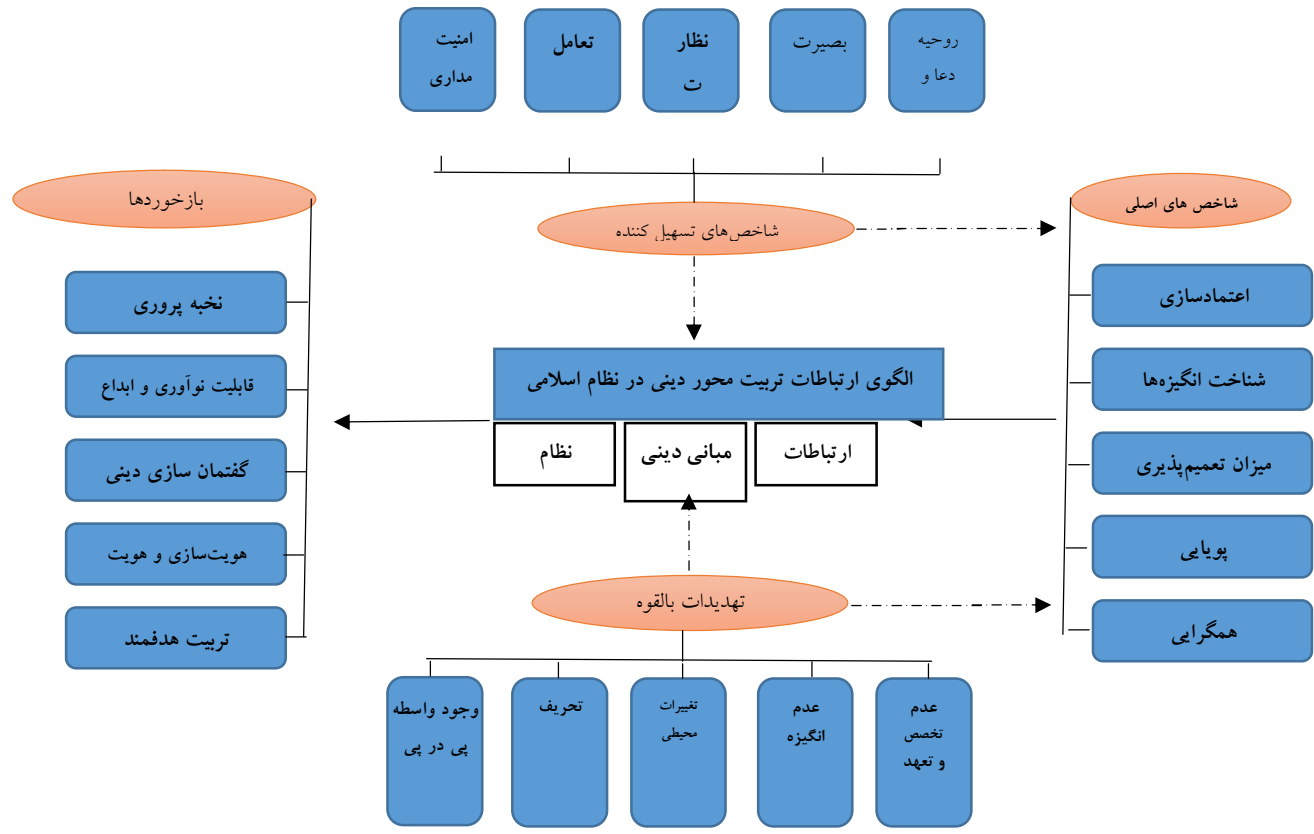
۵/۵۷	۷	با توجه به محدودیت تعداد مربیان، از طلبه‌ها و تعداد بیشتر دانشجویان و افراد باتجربه تر گروه‌ها استفاده شود	WO1
۵/۵۰	۸	با تخصیص بخشی از فعالیت‌های تربیتی افراد در مدرسه از افت تحصیلی نوجوانان و جوانان حاضر در شبکه‌ها جلوگیری به عمل آید، به عبارتی دیگر مدرسه خود نوعی مربی حاضر و ناظر بر فعالیت‌های تربیتی افراد باشد تا هم از افت تحصیلی آنان جلوگیری شود و هم تربیت افراد بهتر و بهینه‌تر اجرا گردد.	WO2
۵/۴۴	۹	از تعداد ناظرین بر شبکه‌های تربیتی کاسته و وظیفه نظارت را به خود متریان بسپارند.	WO3
۵/۴۱	۱۰	منابع لازم را می‌توان از طریق خود افراد حاضر در گروه، نهادهای فرهنگی-مذهبی همچون پایگاه‌های بسیج و تهیه نمود	WO4
۵/۳۸	۱۱	ارائه برنامه‌های تربیتی باید از جذابیت‌ها و تنوع برخوردار باشد. مثلاً اردوهای نظامی، فرهنگی، اردوهای راهیان نور و	WO5
۵/۳۵	۱۲	استراتژی و برنامه یک شبکه باید از سوی افراد آن شبکه، به صورت مقطعی (مثلاً یک‌ساله) و با اندیشه دستیابی به یک هدف کلان و معین باشد.	WO6
۵/۳۰	۱۳	مربیان از دیگر افراد شبکه در راستای شناخت بهتر از متریان بهره گیرند. مثلاً از دوستان و یا حتی خانواده متربی، برخی از خصوصیات روانی و اخلاقی و توانمندی‌های وی را جویا شوند.	WO7
۵/۱۸	۱۴	ایجاد شورای بسیج نیروها در شرایط بحرانی با مدیریت مربیان هر شبکه	ST1
۵/۱۱	۱۵	گسترش دامنه ارتباطات با خانواده متریان و دعوت از آنان در برخی از جلسه‌ها	ST2
۵/۰۸	۱۶	تبلیغات وسیع متریان در منزل، دوستان، آشنایان از تأثیرات بهینه شبکه‌های تربیتی	ST3

۵/۰۲	۱۷	شناسایی و معرفی دانش آموزان نخبه مدارس از سوی مدیران مدرسه و دیگر مربیان حاضر در گروه به مربیان شبکه‌های تربیتی	ST4
۵	۱۸	ایجاد رقابت میان شبکه‌های تربیتی گوناگون	ST5
۴/۹۶	۱۹	شناسایی و ایجاد نوعی ارتباطات نامحسوس در قبال افراد و نیروهای مخمل فعالیت‌های تربیتی-فرهنگی	ST6
۴/۹۳	۲۰	معرفی شبکه‌های پویا و فعال به نهادهای بالاتر جهت دریافت سمت‌های اجرایی بهتر	ST7
۴/۸۱	۲۱	نظارت کامل و پیوسته بر فعالیت‌های شبکه‌ای	WT1
۴/۷۵	۲۲	برخورد قاطع و صریح با شبکه‌های غیرتربیتی	WT2
۴/۶۱	۲۳	منع فعالیت شبکه‌های تربیتی غیردینی در کشور	WT3
۴/۵۰	۲۴	تقلید از دیگر شبکه‌ها و تطبیق آن با مبانی تربیتی دینی	WT4

ماتریس برنامه‌ریزی راهبردی کمی

ی- گام ششم- تدوین طرح‌واره (مدل) ارتباطات تربیت محور دینی:

در نهایت، بر اساس هدف پژوهش که طراحی الگوی شاخص‌های ارتباطات تربیت محور مبتنی بر اندیشه اسلامی در ایران می‌باشد و همچنین بر اساس شاخص‌ها و میزان اهمیت و تکرارپذیر آنان از که منتج از پاسخ به پرسشنامه و تحلیل از سوی نخبگان علمی و دانشگاهی صورت گرفته است که شکل مدل طراحی شده به صورت صفحه بعد ارائه می‌گردد.



نتیجه گیری

واقعیت این است که وجود حقیقی هر جامعه‌ای با پیدایش ارتباطات انسانی آغاز می‌شود و بر مبنای همین روابط بقای آن استمرار می‌یابد. به لحاظ روان‌شناسی اجتماعی، انسان‌ها نیاز اساسی به داشتن ارتباطات معنوی و عاطفی با دیگر هم‌نوعان خویش دارند. اگر نیاز معنوی به برقراری ارتباط با هم‌نوع نبود، یقیناً روح تعاون و تشریک‌مساعی در میان انسان‌ها ادامه پیدا نمی‌کرد. با توجه به نقش وسیع و عمیق ارتباطات انسانی در حیات اجتماعی در طول تاریخ، بشر از همه نوع وسایل و ابزار سود جسته تا آن را در همه قلمرو زندگی توسعه بخشد. ارتباط انسان‌ها سبب انتقال افکار، توانایی‌ها، عواطف و موارد بسیار دیگر شده و مسائل تربیتی، اجتماعی، فرهنگی و معنوی آنان را همچون یک ظروف مرتبطه به همدیگر مرتبط می‌سازد. از آنجاکه هر نوع ارتباط اجتماعی موجب تغییر رفتار و روحیات می‌شود، در روان‌شناسی اجتماعی و جامعه‌شناسی از آن به‌عنوان عامل تربیت نام‌برده می‌شود به همین سبب، ارتباطات انسانی زمینه درک متقابل و تعامل بین افراد را فراهم می‌آورد و درک متقابل از یکدیگر نیز ارتباطات انسانی را شدت می‌بخشد. همچنین، ارتباطات پیوسته انسانی موجب همانندسازی و هماننداندیشی و همانند خواهی می‌گردد. در خصوص آثار تربیتی ارتباطات انسانی نیز باید اذعان نمود که اصولاً وابستگی فرد به اجتماع و فعالیت در پرتو اهداف مشترک آن نه‌تنها برای تأمین منافع فرد ضرورت دارد، بلکه از لحاظ روانی بر اصلاح یا تحول رفتار او نقش مؤثری خواهد داشت. معمولاً در هر ارتباط گروهی، برای حفظ تجانس و همسانی، یک فرد یا چند فرد برجسته و ممتاز را به‌عنوان ناظر و مراقب (مربی) بر استمرار پیوندها و جهت‌دهی به فعالیت‌ها برمی‌گزینند و این عمل ضریب موفقیت و اطمینان را توسعه می‌بخشد، در نتیجه افراد خود را کاملاً به گروهی می‌سپارد تا بتواند در کنار آن به اهداف فردی و اجتماعی خود برسد. مقاله حاضر، پژوهشی در راستای طراحی و تدوین الگوی ارتباطات تربیت محور انسانی در جامعه اسلامی (ایران) بوده است. الگویی که در بطن خود مشتمل بر دو رویکرد کلان مسائل

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرح‌واره ... ۱۶۹

تربیت اسلامی که برگرفته از عقاید و نظریه‌های شهید مطهری و نیز مبانی ارتباطات دینی مبتنی بر اندیشه‌ها و نظریه‌های پروفیسور حمید مولانا بوده است. با نگرش در مفهوم ارتباطات انسانی از نوع اسلامی می‌توان به این موضوع اذعان نمود که غالباً در برقراری ارتباطات اعم از چهره به چهره، حضوری، غیرمستقیم، فردی، اجتماعی و... می‌توان به دو نوع کلی ارتباط پی برد. در هر یک از انواع ارتباط، نه تنها مسائلی نظیر رشد، تعالی، تربیت و هدایت و... را به‌وضوح می‌توان مشاهده نمود، بلکه وجود شبکه‌ای از ارتباطات را می‌توان از این روابط استحصاء نمود. در نهایت نویسندگان، سؤال اصلی این مقاله را با مبنا قرار دادن این فرضیه که بر اساس مبانی دینی، ارتباطات میان افراد جامعه ماهیتی تربیتی دارند که این ارتباطات به‌صورت شبکه‌ای در جریان می‌باشد و با تدوین طرح‌واره (مدل) ارتباطات تربیت محور بر اساس مبانی دینی پاسخ داده‌اند.

منابع

- آزاد، اسدالله. (۱۳۸۷). مفهوم ارتباطات و اطلاعات و میانکش بین آن‌ها. *مجله کتابداری و اطلاع‌رسانی*، شماره ۱۱.
- بهشتی، احمد. (۱۳۸۴). *تربیت از دیدگاه اسلام*. قم: ایران.
- پورنقدی، بهزاد. (۱۳۸۸). اخلاق در فناوری اطلاعات و آسیب‌شناسی اخلاق ارتباطات. *نشریه اخلاق در علوم و فناوری*، شماره ۴.
- حاجی صادقی، عبدالله. (۱۳۸۲). انسان کامل در اندیشه مطهر. *مجله قیاسات*، شماره ۳۱.
- حقیقی، محمدرضا. (۱۳۹۲). نقش شبکه‌های مجازی در توسعه رسانه‌های اجتماعی. *مجله روابط عمومی*، شماره ۸۶.

- خانمحمدی، کریم و رحیمی، داود. (۱۳۹۱). درآمدی بر ارتباطات اسلامی در جامعه دینی، از علم دینی تا ارتباطات دینی. *مجله گلستان قرآن*، شماره ۷۳.
- دهقانی، رحیم. (۱۳۹۱). تربیت عقلانی، محور اساسی در تبلیغ دینی. *مجله پژوهشنامه تربیت تبلیغی*، شماره ۱.
- ذاکر، عبدالله. (۱۳۸۱). اصول ارتباطات انسانی و روابط عمومی. *مجله روابط عمومی*، شماره ۲۳.
- رئوفی، محمود. (۱۳۸۹). مؤلفه‌های هویت دینی. *مجله دین و ارتباطات*، شماره ۳۷.
- کشاورز، سوسن. (۱۳۸۷). شاخص‌ها و آسیب‌های تربیت دینی. *مجله تربیت اسلامی*، شماره ۶.
- مولانا، سید حمید. (۱۳۸۸). *در نسبت دین و ارتباطات، درآمدی بر کتاب دین در عصر رسانه نوشته استوارت هوور*. ترجمه: علی عامری مهابادی، فتاح محمدی و اسماعیل اسفندیار، قم: مرکز پژوهش‌های اسلامی صداوسیما.
- مطهری، مرتضی. (۱۳۷۴). *تعلیم و تربیت در اسلام*. تهران: صدرا.
- مهر علی، حمیدرضا. (۱۳۸۴). توسعه ارتباطات جمعی و امنیت ملی. *مجله دانش انتظامی*، شماره ۲۴.
- نیکزاد، محمود. (۱۳۷۹). *مشاوره گروهی*. تهران: کیهان.
- Creswell, J. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods, Approaches*,
- Denscombe, Hartyn. (2001). *The Good Research Guide: for small scale social research projects*, Philadelphia; Biddies publication.
- Golafshani, N. (2003). *Understanding reliability and validity in qualitative research*. The qualitative report, Vol 8, No 4.

ارتباطات تربیت محور دینی؛ تدوین طرحواره ... ۱۷۱

- Rogers, E. (2015). *A History of Communication Study: A Biographical Approach* Ed10, New York: Free Press.
- Watzlawick, B. (2000). *Pragmatics of human communication*, Ed11, NewYork: Norton press.
- Woodside, A and Wilson, E. (2003). case study research methods for theory building, *Journal of Business& Zndustrial Marketing*, vol. 18, No.6.