



Journal of Islamic Propagation

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

Communication Skills in Propagation

Hassan Bahmani*

Abstract

Propagators are the guardians of the religious and cultural thoughts of the society, and propagation is an eternal art, which is shown on the board of existence with the persistent efforts of propagators. In the process of propagation, the skill of communicating with the audience plays a significant role in the success of the propagator and the effectiveness of his words. Therefore, communication techniques are very important in the propagation of religion. The present research was conducted with the aim of achieving the techniques of communication skills in the propagation of religion. In order to achieve this goal, the concept of skill, communication, propagation and communication skills has been explained via the descriptive-analytical method, then by searching religious texts and psychological sciences, the best and most efficient methods of communication skills in propagation has been found. The findings of this study are based on the fact that communication skills are of two types; verbal and non-verbal. The types of verbal communication skills that are more prominent in propagation include clarity and comprehensibility of speech, appropriateness of speech, honesty, gratefulness, and praise for good deeds, and the non-verbal communication skills needed by the preacher include things such as ignoring, grooming, active listening, looking, and humility.

Keywords

Communication skills, religion propagation, verbal skills, non-verbal skill.

* Master's student in psychology and researcher at Shams Educational and Research Institute. h.bahmani1993@gmail.com.



مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ

حسن بهمنی *

چکیده

مبلغان مرزداران اندیشه‌های دینی و فرهنگی جامعه هستند و تبلیغ، هنری است جاودانه، که با تلاش پیگیر مبلغان، بر تابلوی هستی به نمایش در می‌آید. در فرآیند تبلیغ، مهارت ارتباط با مخاطب، نقش بسزایی در موفقیت مبلغ و تاثیرگذاری کلام او دارد. از این رو تکنیک‌های ارتباطی در تبلیغ دین، از اهمیت شایانی برخوردار است. پژوهش حاضر با هدف دستیابی به تکنیک‌های مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ دین، انجام شده است. برای رسیدن به این هدف، با روش توصیفی-تحلیلی، ابتدا مفهوم مهارت، ارتباط، تبلیغ و مهارت‌های ارتباطی، تبیین شده، سپس با جست‌وجوی در متون دینی و علوم روانشناختی، جهت یافتن بهترین و کارآمدترین روش‌های مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ، اقدام شده است. یافته‌های این پژوهش بر این اساس است که، مهارت‌های ارتباطی، بر دو گونه است؛ کلامی و غیر کلامی؛ آن دسته از مهارت‌های ارتباطی کلامی که در تبلیغ، ظهور و بروز بیشتری دارد شامل شفاف و قابل فهم بودن سخن، شایستگی سخن، صداقت، تشکر و ستایش در برابر کار نیک هستند و مهارت‌های ارتباطی غیر کلامی مورد نیاز مبلغ، شامل مواردی نظیر تغافل، آراستگی ظاهری، گوش دادن فعال، نگاه کردن و تواضع و فروتنی می‌شود.

کلیدواژگان: مهارت‌های ارتباطی، تبلیغ دین، مهارت کلامی، مهارت غیرکلامی.

مقدمه

ارتباطات انسانی بخش عمده‌ای از زندگی هر فرد را تشکیل داده و حیات اجتماعی انسان بدون آن امکان پذیر نیست. «رانکین»، پژوهشگر پیشگام علم ارتباطات، به این نتیجه رسیده است که حدود ۷۰٪ زمان بیداری افراد در ارتباطات می‌گذرد (فرهنگی، ۱۳۷۳، ص ۵۳). یکی از مهم‌ترین ابعاد انسان، ارتباطات او با دیگران است که از طریق آن، دانش‌ها و مهارت‌های بشر در جوامع کوچک و بزرگ از خانواده گرفته تا جامعه بین‌المللی، جا به جا و به دیگر انسان‌ها منتقل می‌گردد. مطالعات مربوط به ارتباطات - به صورت یک علم مستقل - در دهه‌های اخیر تحولات قابل توجهی داشته و پژوهش‌های خوبی در این زمینه صورت گرفته است از جمله کتاب «مهارت‌های ارتباطی» نوشته الیزابت کونکه، یا کتابی دیگر با همین عنوان نوشته محمدمسعود احمدی، «روانشناسی مهارت‌های ارتباطی» اثر جواد شادی و مقالاتی همچون «مهارت‌های ارتباطی در سیره رضوی» نوشته احسان نامدار جویمی، «مهارت‌های ارتباطی در قرآن» اثر عنایت‌الله شریفی، اما هیچکدام با رویکرد ارتباطات تبلیغی نگارش نشده است.

در طول تاریخ، ارتباطات تبلیغی مورد توجه همه انبیاء علیهم‌السلام به ویژه نبی مکرم اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله‌وسلم و ائمه اطهار علیهم‌السلام بوده است. اولین انسان که نقش پیامبری نیز داشت، با دریافت وحی، مأموریت یافت علاوه بر اینکه رابطه‌ی خویش را با «خود» و با «خدا» براساس آموزه‌های وحیانی تنظیم کند، پیام خدا را نیز به دیگر انسان‌ها برساند و با برقراری ارتباط با آنان، پیام خداوند را «تبلیغ» کند و بدون هیچ کاستی، آن را به دیگر مخاطبان ابلاغ نماید. بنابراین، ارتباطات و تبلیغات دینی، پیشینه‌ای به قدمت خلقت انسان دارد، زیرا انسان، مخاطب دین است. رفتار تبلیغی انبیاء الهی علیهم‌السلام نیز نشان می‌دهد که آنان همواره با تمام ظرفیت ممکن برای انجام رسالت اصلی خود - که همان تبلیغ ارزش‌های الهی و دعوت مردم به توحید و پرهیز از شرک و طاغوت است - با همه انسان‌ها ارتباط برقرار می‌کرده‌اند و به ابزارها، قالب‌ها، شیوه‌های تبلیغی و فنون نفوذ و تأثیرگذاری متناسب با موقعیت‌های خود، توجه ویژه‌ای داشته‌اند، تفاوت معجزات انبیاء و تناسب آن‌ها را با وضعیت اجتماعی و فرهنگی جامعه خود، می‌توان در همین راستا تحلیل کرد. با توجه به حدیث شریف نبوی که «علما وارثان پیامبرانند» (دیلمی، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۴۲)، می‌توان گفت وظیفه علما و روحانیون در راستای استمرار همان وظیفه، مسئولیت و رسالت پیامبران و

انمه عَلَيْهِ السَّلَام است؛ به عبارت دیگر، رسالت و مسئولیت روحانیت، رسالتی تمام عیار، از جنس و سنخ رسالت اولیای خداست، لیکن با مراتبی خفیف‌تر. این رسالت مهم، مستلزم ارتباط با مردم و جامعه است، خصوصاً در عصر حاضر که همه ما ناگزیر از برقراری ارتباط با دیگران هستیم، چگونگی برقراری ارتباط خوب و نتیجه‌بخش در امر تبلیغ، از اهمیت زیادی برخوردار است. تبلیغ وقتی موجب هدایت می‌شود، که مخاطب ابتدا به حرف مبلغ گوش دهد، لذا مبلغ باید بتواند ارتباط مثبتی با مخاطب برقرار کند، سپس به بیان معارف دین بپردازد؛ برای ورود به اندیشه و باور مخاطب به جهت تاثیر گذاری، راهی جز یادگیری و بکارگیری مهارت‌های ارتباطی نیست. تا کنون از خود پرسیده‌اید چرا برخی از طلاب به خوبی توانسته‌اند با مخاطب خویش، ارتباط برقرار کنند و موفقیت‌های تبلیغی خوبی کسب کنند، اما بعضی دیگر، پس از مدت‌ها از حضور در منطقه تبلیغی، هنوز نتوانسته‌اند رابطه‌ای صمیمی با اهالی ایجاد کنند؟ پاسخ به این پرسش در حل این مسئله است که چگونه بین دو نفر ارتباط برقرار می‌شود؟ و یا به عبارت دیگر، با چه روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌توان با دیگران ارتباط برقرار کرد؟

با توجه به نقش مهم مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ و همچنین جایگاه آن در تعالیم اسلامی، سعی خواهیم کرد روش‌ها و تکنیک‌های مهارت‌های ارتباطی را در متون مقدس و همچنین دستاوردهای علوم تجربی، بررسی و آن‌ها را به گونه‌ای بیان کنیم که برای مبلغان محترم، کاربردی باشد.

تعاریف و مفاهیم

۱. مهارت

مهارت در لغت در معانی چیرگی (proficiency)، صلاحیت (competence) و متخصص شدن (expertise) به کار رفته است (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۱). مهارت‌ها در یک دسته بندی کلی به دو دسته تقسیم می‌شوند:

۱-۱. مهارت‌های نرم؛ این مهارت باعث می‌شود روابط طولانی‌تر و با کیفیت‌تری با دیگران برقرار کنید و شامل مهارت‌های ارتباطی، مهارت‌های بین فردی، بهره احساسی، اخلاق حرفه‌ای، رهبری و مدیریت افراد، ارتباطات اثربخش، خلاقیت، تفکر تحلیلی، انعطاف‌پذیری، حل مسئله، رهبری و تیم‌سازی است. این مهارت، غیر فنی، ناملموس و مهارت‌های خاص

شخصیتی است که قوت یک فرد را به عنوان یک رهبر، یک شنونده، یک مذاکره کننده و یا یک میانجی در رفع تضاد مشخص می‌سازد (خنیفر، ۱۳۹۷، ص ۱۱). در این پژوهش منظور ما از مهارت، مهارت‌های نرم هستند.

۲-۱. مهارت‌های سخت؛ این مهارت به ظرفیت‌های فنی مرتبط با وظایف حرفه‌ای در یک حوزه شغلی ارتباط دارد. مهارت‌های سخت معمولاً به اکتساب دانش و شناخت اولیه‌ی آن حوزه خاص مرتبط هستند، مانند مهارت‌های اجرایی و فنی (همان).

۲. ارتباط

برای ارتباط تعریف‌های بسیار زیادی ارائه شده است، لیکن تعریفی که مورد اتفاق همه صاحب نظران علوم ارتباط باشد، بیان نشده است. می‌توان کم توجهی و جوان بودن این رشته را علت این امر دانست (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۳۹). اما تنودور کلونگر علت تعریف ناپذیری ارتباطات را در مباحث علمی و پژوهشی ناشی از این امر می‌داند که «فعل (Communicate to)» به معنای «ارتباط برقرار کردن»، در واژگان عام به خوبی جا افتاده است. بنابراین، ارائه تعریفی واحد از آن به راحتی امکان پذیر نخواهد بود (لیتل جان، استیفن، ۱۳۸۴، ترجمه مرتضی نوربخش، ص ۳۵). علاوه بر این علل، می‌توان گفت واژه ارتباط به دلیل تداخل در علوم مختلف، دستخوش تعاریفی صنفی شده است؛ از جمله اینکه در علم نشانه‌شناسی و مردم‌شناسی آمده است که «ارتباطات معنا را برای چرخش در سطح اجتماع به وجود می‌آورند یا ساختار می‌بخشند» (فیاض، ۱۳۸۹، ص ۳۴۰). همچنین از دیدگاه علم روانشناسی نیز ارتباط، «فراگردی است حاوی تمام شرایطی که متضمن انتقال معنی باشد». آخرین تعریف که برگرفته از علوم ارتباطات اجتماعی است، همان تعریف مد نظر این پژوهش می‌باشد که عبارت است از اینکه، واژه ارتباط در معنای «انتشار، انتقال اطلاعات و اندیشه‌ها، ایجاد همبستگی‌های اجتماعی و اشتراکات فکری می‌باشد» (محسنیان راد، ۱۳۸۲، ص ۴۵).

۳. تبلیغ

واژه تبلیغ، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ» به معنای رساندن کامل پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری است و «مبلِّغ»، کسی است که با همه توان، تلاش می‌کند تا مواد تبلیغی همراه خود را به مقصد نهایی که اندیشه و دل مخاطب است، برساند (محمدی ری شهری، ۱۳۹۲، ج ۱۵، ص ۷).

ریشه اصلی آن از آیات قرآن گرفته شده و کاربردهای قرآنی آن در معنای لغوی «رساندن» است، با این حال معمولاً کاربرد این واژه در فضای فرهنگی فعلی ایران محدود به فعالیت‌های طلاب و روحانیون حوزه‌های علمیه می‌شود. همان‌طور که جان اسپوزیتو در دانشنامه اسلام آکسفورد نیز اشاره می‌کند، تبلیغ یک واژه قابل جایگزین با «دعوت» (تبلیغ یک ایمان و عقیده) است که در کاربردهای جدید و نوین آن بکار می‌رود (امیری، ۱۳۹۷، ص ۲۳۸).

۴. مهارت‌های ارتباطی

«مهارت‌های ارتباطی-اجتماعی به رفتارهایی گفته می‌شود که شالوده ارتباط‌های موفق و رو در رو را تشکیل می‌دهد» (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۵۲). همچنین مهارت‌های ارتباطی به منزله آن دسته از مهارت‌هایی هستند که به واسطه آنها افراد می‌توانند درگیر تعامل‌های بین فردی و فرایند ارتباط شوند؛ فرایندی که افراد در طی آن، اطلاعات، افکار و احساسات خود را از طریق مبادله کلامی و غیر کلامی با یکدیگر در میان می‌گذارند (اعتمادی، ۱۳۹۴، ص ۱۴۴). بر اساس تعاریف بیان شده، می‌توان مهارت‌های ارتباطی را به دو دسته تقسیم کرد: مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیر کلامی.

مهارت‌های ارتباطی در تبلیغ

زیست اجتماعی از ضروریات زندگی بشری است که از فطرت او سرچشمه می‌گیرد و دین مقدس اسلام به عنوان یک آیینی که با فطرت انسان مطابقت دارد، رهبانیت و گوشه‌گیری را محکوم می‌کند (نوری، ۱۴۰۸ق، ج ۱۴، ص ۱۵۵). شریعت اسلام نسبت به ارتباطات میان فردی و گروهی در همه موقعیت‌ها و فرصت‌ها عنایت ویژه دارد، به خصوص عباداتی چون: حج، نمازهای جمعه و جماعت. دستورات و برنامه‌های دقیقی برای حدود ارتباط، ایجاد، تثبیت، توسعه و چگونگی آن ارائه داده است؛ به همین جهت می‌توان اسلام را دینی کاملاً ارتباطی-تبلیغی دانست؛ از آنجا که رسالت روحانیت تبلیغ معارف ارزشمند اسلام است، مبلغ باید توانایی خود را نسبت به مهارت‌های ارتباطی تبلیغی افزایش دهد و کلیه فنون و تکنیک‌های مورد نیاز را فرا گیرد و به بهترین شیوه ممکن، قدرت برقراری ارتباط با دیگران را کسب کند.

۱. مهارت ارتباطی کلامی

زبان مهم‌ترین عامل ارتباطی انسان و کلام ساده‌ترین و کاربردی‌ترین وسیله تبادل و تفاهم انسان‌ها به شمار می‌رود. این نوع خاص از ارتباط را می‌توان چنین تعریف کرد «انتقال افکار، احساسات، خواسته‌ها و آنچه در ذهن فرستنده می‌گذرد به مخاطب یا مخاطبان خود و متقابلاً شنیدن افکار و احساسات آن‌ها» (اسکندری، ۱۳۹۳، ص ۶) ارتباط کلامی، شامل کلماتی است که بر زبان می‌آوریم، اگر کلمات در مکان مناسب خود به کار برده شوند به سرعت بر جسم و روح افراد تأثیر می‌گذارند. مثلاً بیان الفاظ دلپذیر، موجب می‌شود شخص مقابل با متانت به سخن ما گوش فرا دهد. اما عبارات‌های مغرضانه و کینه‌جویانه اغلب خشم فرد را بر می‌انگیزد و در نهایت روابط را به دشمنی و تعارض و نبرد می‌کشاند (سجادی پور، ۱۳۸۶، ص ۲۹). برای برقراری ارتباط کلامی، عوامل تأثیر گذاری وجود دارد که شامل موارد زیرند:

۱-۱. شفاف و قابل فهم بودن

گاهی دشواری کلمات باعث می‌شود که در معانی آن‌ها ابهام ایجاد شود، مانند اینکه افراد از زبانی استفاده کنند که فقط برای گروه خاصی قابل فهم باشد، یا اینکه در تخصص و حرفه‌ای خاص تکلم کنند. در این صورت است که پیام برای مخاطب اختلال معنایی به وجود می‌آورد و در فرآیند ارتباطات، اخلاص به وجود آید. گاهی متخصصان رشته‌های مختلف فراموش می‌کنند که افرادی که سطح دانش آن‌ها در زمینه‌های تخصصی، محدود می‌باشد ممکن است معنای واژه‌های فنی مورد استفاده توسط آن‌ها را درک نکنند، به عنوان مثال برخی از روحانیون جلسات مردمی را با کلاس‌های درسی اشتباه می‌گیرند و در سخنرانی‌های خود از اصطلاحات علمی حوزوی استفاده می‌کنند، غافل از اینکه این گونه صحبت کردن نه تنها نتیجه مثبت ندارد، بلکه در مخاطبین ایجاد ملالت و خستگی می‌کند و چه بسا نتیجه معکوس داشته باشد. امیرالمومنین علی علیه السلام در روایتی می‌فرمایند «نیکوترین سخن آن است که به نظم، نیکو زیور یابد و همگان آن را بفهمند» (آمدی، ۱۴۱۰، ج ۱، ص ۲۱۲).

بسیاری از مشاجرات و دلخوری‌ها برآمده از شفاف نبودن سخن و مبهم بودن کلام است، فردی که قادر نباشد کلام خود را شفاف بیان کند به طوری که برای دیگران قابل فهم باشد، ممکن است نه تنها به مقصود خود نرسد، بلکه کلام او ناخواسته موجب کج فهمی و دلخوری

دیگران شود. هنگام سخن گفتن، وقتی سخن ما قابل فهم باشد، شنونده مشتاق به گوش دادن است، اما در صورتی که مطالب ناموزون و مبهم باشد برای شنونده خسته کننده و غیر قابل درک بوده و تمایلی به گوش دادن نخواهد داشت. علاوه بر قابل فهم بودن کلام، باید میزان درک و فهم مخاطب نیز در نظر گرفته شود و به اندازه درک و فهم او از کلمات استفاده گردد؛ در غیر این صورت سخنان ما به علت درک نشدن از سوی مخاطب، برای او جذاب نخواهد بود و خسته و دلزده خواهد شد؛ پس باید شرایط سنی، موقعیت روحی و میزان فهم و درک طرف مقابل را در نظر بگیریم. با پیروی از این الگو، ارتباط مؤثرتری را می‌توانیم با دیگران برقرار کنیم و از ایجاد سوء ظن و کج فهمی که حاصلی جز صدمه به روابط بین فردی نخواهد داشت، جلوگیری کنیم. (کریبی، ۱۳۸۹، ص ۱۲)

۲-۱. شایستگی سخن

کمیت و کیفیت سخن و در نظر داشتن معیارهای سخن شایسته و ارزشی، از عوامل مهم برقراری ارتباط است. علامه طباطبائی^{رحمته‌الله} درباره سخن شایسته می‌نویسد «سخن شایسته آن است که از نظر کمی، کیفی و محتوا در چارچوب موازین عقلی و ارزش‌های دینی و آداب و سنن اجتماعی قرار گیرد و شنونده را به پذیرش وادارد» (وطن‌پرست، ۱۳۹۵، ج ۲، ص ۴۶۳) سخن شایسته معیارهایی دارد که عبارتند از:

۱-۲-۱. سلامت و عفت کلام. پرهیز از تعبیرات زننده و کلمات رکیک، مبتذل و ناموزون، از شرایط مهم سخن شایسته است. رعایت این مهم، که خود برخاسته از ادب، عزت نفس و رشد شخصیتی گوینده است، موجب تقویت احترام متقابل و در نتیجه، تأثیر گذاری و جذابیت گفتار می‌گردد (نگارش، ۱۳۹۱، ص ۸۵). در همین راستا، قرآن کریم هنگام یاد کردن یا توصیف اشیاء و مطالب شرم انگیز و خلاف ادب، همواره از تعابیر کنایی استفاده نموده است (بقره ۲۲۲؛ نساء ۲۳ و ۴۳؛ اعراف ۱۸۹).

۲-۲-۱. نرمی و ملایمت. سخنی که با نرمی و عطف همراه باشد، همچون آهنگی گوش نواز، دل نشین و تأثیر گذار است، چرا که عواطف و احساسات مخاطب را به منظور تأثیر گذاری در وی، به کمک می‌گیرد. از این روی، خداوند متعال، به موسی و هارون^{علیهم‌السلام} توصیه نمود که با فرعون به نرمی سخن گویند شاید که حق را بپذیرد (طه ۴۴)، با وجود این، ملایمت در سخن، هنگامی ارزشمند است که با قاطعیت و شفافیت همراه گردد، چرا که نرمی گفتار، ابزار است

برای القای بهتر حق، و آنگاه که موجب زیر پا نهادن بخشی از حق گردد، دیگر ارزش نخواهد بود، بلکه جلوه‌ای از نفاق، تظاهر و گونه‌ای از مدهائنه و چاپلوسی است. بدین سان، سخن شایسته آن است که در عین نرمی و ملایمت، تمامیت حق را پاس دارد و حقیقت را باز گوید (نگارش، ۱۳۹۱، ص ۸۷).

۱-۲-۳. استواری و سنجیدگی. سخن سنجیده گفتن از صفات پسندیده انسان است و در مقابل بیهوده گویی و هرزه درآیی به کار می‌رود. (تهوری، ۱۳۹۲، ص ۵) اصولاً سخن سنجیده، سخنی است که از سر اندیشه برآید و باعث ارجمندی متکلم گردد. (قاسمی، ۱۳۸۹، ص ۴) در دو آیه مبارکه، خداوند به دو امر اساسی در کنار یکدیگر دستور می‌دهد، یکی تقوای الهی، و دیگری سخن گفتن استوار است (نساء؛ ۹؛ احزاب ۷۰)؛ این امر نشان دهنده‌ی تاثیر ویژه‌ی گفتار انسان، در رسیدن او به سعادت دارد، به گونه‌ای که در ردیف تقوای الهی بیان شده است.

۳-۱. صداقت

صداقت و راستگویی از اعمال نیکوی انسانی و نزد دین و خرد از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است. فطرت پاک انسان ایجاب می‌کند که آدم سالم و متعادل، دل و زبانش یکسو و هماهنگ باشد، ظاهر و باطنش یکی باشد و آنچه را باور دارد بر زبان جاری کند. راستگویی از خصلت‌های برجسته مؤمنان است که در آیات قرآن بر آن تاکید شده است (آل عمران ۱۷؛ مانده ۱۱۹) و همچنین روایات راستگویی را قوی‌ترین پایه ایمان (آمدی، ۱۴۱۰، ج ۱، ص ۸۴)، ملاک دین (همان، ص ۴۱۴) و الهام از سوی خدا (همان، ص ۲۸۸) دانسته‌اند.

آشکارترین معنی صدق، مطابقت سخن با واقعیت خارجی و عینی است. از آن رو که این صدق به عالم ثبوت و واقع مربوط است، بعضی نام آن را صدق ثبوتی گذاشته‌اند؛ بر این اساس، اگر مبلغی سخنی را به دین نسبت دهد که مطابق با واقع نباشد ناصداق خواهد بود. در مقابل، گاهی صدق و کذب به اعتقاد گوینده مربوط است نه به واقع، در این حالت یک مبلغ سخنی را می‌گوید که بدان اعتقاد ندارد. در این صورت، هر چند مفاد ادعای او مطابق با واقع باشد، می‌توان او را کاذب نامید. ارباب بلاغت این معنای صدق و کذب را از آیه نخست سوره منافقون استفاده کرده‌اند. (فضیحی رامندی، ۱۳۹۸، ص ۴۲) معنی سوم صدق و کذب را می‌توان صورتی دانست که مبلغ ادعایی را مطرح کند که برای آن ادعا دلیل و برهانی نداشته باشد. این معنی صدق را می‌توان صدق اثباتی نامید (سلطانی رنایی، ۱۳۹۷، ص ۱۳۴). بنابراین، مبلغ صادق

کسی است که اولاً، سخنش مطابق با واقع باشد، ثانیاً، برای این مطابقت، گواه و مدرک داشته باشد و ثالثاً، خودش نیز بدان معتقد باشد.

آثار ارزنده هر پدیده‌ای بستگی به ارزش و اهمیت آن دارد و چون راستی از اهمیت بالایی برخوردار است، آثار ارزشمند و نیکویی دارد که برخی از آن‌ها اشاره می‌شود: ۱. همراهی خدا (آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۲۸۸) ۲. حکمت (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۱، ص ۲۱۵) ۳. اصلاح امور (لیثی واسطی، ۱۳۷۶، ص ۴۵۲) ۴. بزرگی مقام (آمدی، ۱۴۱۰ق، ج ۱، ص ۴۴۶) ۵. خیر دنیا و آخرت (همان ص ۱۲۳).

۴-۱. تشکر و ستایش در برابر کار نیک

از دیگر فنون برقراری و حفظ ارتباط، سپاسگزاری و قدردانی از زحمات و خوبی‌های دیگران است. به طوری که انسان اگر از کسی نیکی دید، یا کمکی به او ارزانی داشت، اظهار ادب نموده، از او تشکر کند و در صدد جبران آن احسان برآید و با این کار، موجب فزونی محبت و صمیمیت گردد (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۶۳)، خداوند متعال می‌فرماید: «زمانی که به شما تحیتی گفته شد، پاسخ آن را با بهتر از آن دهید یا (حداقل) با همانند آن پاسخ گوئید که خداوند حساب همه چیز را دارد» (نساء ۸۶). معمولاً مردم در منطقه تبلیغی به روحانی اظهار لطف می‌کنند و با دادن هدایا، محبت خود را نشان می‌دهند، بر اساس این آیه، مبلغ نباید از کنار کار نیک دیگران بی‌توجه بگذرد، بلکه یا بهتر از آن و یا همانند آن را پاسخ دهد، متأسفانه دیده شده برخی کار نیک دیگران را وظیفه و خدمت به خود می‌دانند و به همین دلیل، حتی از تشکر زبانی دریغ می‌ورزند و با این رفتار ناپسند، موجب سردی روابط می‌شوند، پس روحانی مبلغ باید با بهره‌گیری از این مهارت، پاسخ نیکی دیگران را بدهد و یا حتی اگر نمی‌تواند جبران خوبی او را کند، حداقل از او تشکر کرده، در حقیقت دعا کند و با این عمل رابطه بین خود و آن‌ها را حفظ نمایند؛ چرا که امام علی علیه السلام می‌فرماید «سپاس‌گزاری از کسی که از تو خشنود است، موجب وفاداری بیشتر او می‌شود، و تشکر کردن از کسی که از تو ناخشنود است، سبب مهربانی او نسبت به تو می‌شود» (تمیمی آمدی، ۱۴۱۰، ۴۰۷؛ آخوندی، ۱۳۸۲، ص ۱۱۲).^۱

۱. «شكرك للراضی عنك یزیده رضا و وفاء، شكرك للساخط علیك یوجب لك منه صلاحا و تعطفًا.»

۲. مهارت ارتباطی غیرکلامی

ارتباط غیر کلامی که آن را «زبان اشاره» یا «زبان خاموش» نیز می‌نامند، عبارت از کلیه رفتارهایی است که آگاهانه یا نا آگاهانه در حضور دیگران ابراز می‌شوند و یا توسط دیگران درک می‌گردند. به عبارت دیگر، اگر پیام‌ها به صورت علائم یا رمزهای غیر کلامی انتقال یابند، آن را ارتباط غیر کلامی می‌گویند (شاه ولی، ۱۳۸۲، ص ۳۱)؛ الیزابت کونکه در کتاب مهارت‌های ارتباطی می‌گوید: مردم اغلب تمام آنچه را که فکر و احساس می‌کنند بر زبان نمی‌آورند، برای دریافت مفهوم کامل چیزی که انتقال می‌دهند، باید توجه خاصی به رفتارهای غیر کلامی آن‌ها داشته باشند (کونکه، ۱۳۹۶، ص ۷۵)؛ مثال‌هایی از این نوع ارتباط عبارت‌اند از زبان اشاره، تکان‌های بدن، حالات بدن، صدا و آوا، لباس، تماس‌های چشمی، حالات صورت و... (شفیعی، ۱۳۹۹، ص ۵۱)، در فضای تبلیغی، یک‌سری مهارت‌های ارتباطی غیرکلامی هستند که علاوه بر موارد ذکر شده، مبلغ باید به آن‌ها نیز، توجه ویژه‌ای داشته باشد، که عبارتند از:

۱-۲. تغافل

یکی دیگر از مواردی که لازمه حفظ روابط اجتماعی به شمار می‌رود، تغافل است؛ تغافل، یعنی انسان چیزی را بداند و از آن آگاه باشد ولی با اراده و عمد، خود را غافل نشان دهد و وانمود کند که از آن آگاه نیست (اسماعیلی ایولی، ۱۳۸۸، ص ۱۴۱)؛ اگر مبلغ دین که وظیفه تربیت نفوس را بر عهده دارد، این مهارت مهم ارتباطی را به‌جا و در مورد صحیح استفاده کند، نتیجه مثبت می‌دهد و در تربیت انسان‌ها، حسن اثر می‌گذارد؛ و اگر نابجا و در غیر مورد واقع شود نه تنها اثر مفید ندارد؛ بلکه در بعضی از مواقع مضر و زیان بخش خواهد بود. پس تغافلی که در تعالیم دینی ممدوح شناخته شده و اولیای اسلام پیروان خود را به رعایت آن تشویق کرده‌اند، تغافلی است که ناشی از عقل، مصلحت و هوشیاری باشد همانگونه که امام سجاد علیه السلام می‌فرماید «مصلحت همزیستی سالم و معاشرت با مردم در پیمان‌ه ای است که دو سوم آن هوشیاری و یک سوم آن تغافل باشد» (حرانی، ۱۳۸۴، ج ۱، ص ۳۵۹)، این روایت در واقع ضمن تاکید بر تغافل مثبت، از تغافل منفی بر حذر می‌دارد. ابتدا تاکید به هوشیاری و ترک غفلت می‌کند و سهم آن را دو سوم می‌داند که مفهومش این است که انسان نباید از مسایل مهم زندگی و حوادث پیرامونش بی‌خبر بماند، بلکه باید با کمال دقت، مراقب آنچه که خیر و صلاح او در آن است، باشد؛ از سوی دیگر

نسبت به اموری که لازم است مورد بی‌اعتنایی و بی‌توجهی قرار گیرد، دستور به تغافل می‌دهد، مانند، مخفی کردن عیوب پنهانی دیگران، که کار پسندیده‌ای است. اگر یک روحانی به دنبال پیدا کردن عیوب مخاطبانش باشد ولو به قصد اصلاح، بدیهی است عیوب فراوانی آشکار می‌شود چرا که زندگی انسان‌ها خالی از امور ناصواب نیست، اگر جزئیات زندگی دیگران را با کنجکاو و دقت پیدا کند و آن‌ها را مورد بازخواست قرار دهد، زندگی برای خودش تلخ و دوستان از اطراف او پراکنده می‌شوند. در حدیثی نورانی امیرالمومنین علیه السلام فرمودند: «کسی که تغافل و چشم‌پوشی از بسیاری امور نکند، زندگی برای او ناگوار خواهد شد» (آمدی، ج ۱، ح ۹۱۴۹)؛ برای فهم بهتر اهمیت این مهارت مهم به بعضی از فواید آن اشاره می‌شود: ۱. فراهم شدن زمینه اصلاح (بحرانی، ۱۳۶۳، ج ۲۰، ص ۷۵۷) ۲. حفظ کرامت شخص مقابل (یوسف ۱۳) ۳. پی بردن به اشتباه (ابن شهر آشوب مازندرانی، ۱۳۷۹ق، ج ۳، ص ۴۰۰) ۴. بالا رفتن منزلت تغافل کننده (حرانی، ۱۳۸۴، جلد ۱، ص ۲۲۴).

۲-۲. آراستگی ظاهری

آراستگی ظاهری مبلغ، از پیام‌رسان‌های غیرکلامی است و عامل مهمی در زمینه‌سازی برای مقبولیت بیشتر آموزه‌های تربیتی دارد، پاکیزگی علاوه بر اینکه تأثیر بسزایی که در سلامت شخصی و اجتماعی دارد، موجب دلپذیری و جلب نظر بینندگان می‌شود؛ کسی که می‌خواهد دیگران را با عملش به ارزش‌های الهی فراخواند و در هدایت و تربیت آنان سهیم باشد باید در حد امکان به پاکی و آراستگی ظاهری خود اهمیت دهد. روان‌شناسان اجتماعی این امر را عامل موثری در کارایی پیام‌دهی می‌دانند. (جباری، ۱۴۰۰، ص ۱۳۴) پیشوایان معصوم علیهم السلام همواره سفارش می‌کردند که آراستگی ظاهری، باعث خشنودی خداوند متعال می‌شود. از اینرو امام صادق علیه السلام فرمودند «خداوند متعال، زیبایی و خودآرایی را دوست دارد و از ژولیده نشان دادن خود و اظهار فقر کراهت دارد. هرگاه خداوند به بنده‌اش نعمتی بدهد، دوست دارد اثر آن را در او ببیند؛ عرض شد: چگونه؟ فرمود: لباس تمیز بپوشد، از بوی خوش استفاده کند، خانه‌اش را گچ و سفید کند، و آلودگی‌هایش را برطرف سازد» (دیلمی، ۱۴۱۲ق، ج ۱، ص ۱۹۵). اهمیت این موضوع تا جایی است که خداوند دستور به آراسته بودن هنگام عبادت و نماز می‌دهد (اعراف ۳۱).

نکته‌ای که باید دقت شود این است که میزان زیبایی لباس و آراستگی آن باید متناسب با محل تبلیغ و ظاهر مردم آنجا باشد. طبیعی است که نوع پوشش روحانی در زندگی روستایی که

خاک مزرعه بر لباس ساکنان آن نشسته، با تبلیغ در منطقه شهری متفاوت است. فراموش نکنید که این زیبایی ظاهر برای جذب مخاطبان است و نباید باعث ایجاد سوء تفاهم نسبت به شما شود. آراستگی ظاهری در چند چیز جلوه می‌کند:

۲-۲-۱. پوشیدن لباس مرتب و تمیز. خوش لباسی یک میل درونی است. آراستگی لباس از پوشیدن نوع لباس مهم‌تر است. خداوند به پیامبر ﷺ می‌فرماید: «و لباس خویشان را پاک کن» (مدرثر ۴). زیرا جامه‌ی پاکیزه، غم و اندوه را می‌زداید (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۴۴۴). روحانی باید ظاهری مناسب و قابل قبول داشته باشد و از ژولیدگی پرهیزد. حضرت علی علیه السلام می‌فرماید «خودآرایی از اخلاق مؤمنان است» (آمدی، ج ۱، ص ۶۳) البته مبلغ باید دقت کند که از این رفتار او اشرافیت برداشت نشود.

۲-۲-۲. رسیدگی به موی سر و صورت. موی سر یکی از جلوه‌گرترین اجزای بدن است، پیراستن و آراستن موهای سر و صورت و تمیز نگاه داشتن و مرتب کردن آن‌ها، بر آراستگی آدمی می‌افزاید. امام صادق علیه السلام می‌فرماید: «از زیباترین زیبایی‌ها، موی نیکو و قشنگ است (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۶۱۵)، شانه کردن مو، آسان‌ترین روش آراستگی است. به فرموده امام صادق علیه السلام (موی زیبا از پوشش‌های خداست. پس آن را گرامی بدارید) (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۳، ص ۸۳).

۲-۲-۳. بوی خوش و عطرزدن. بوی خوش و عطر زدن از اخلاق پیغمبران است. (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۶، ص ۵۱۱) همچنین امام رضا علیه السلام استفاده از عطر را باعث انبساط روحی دانسته و می‌فرماید: «چهار چیز است که دل را باز می‌کند و غم را از بین می‌برد: عطر زدن، عسل خوردن، سواری کردن و به سبزه نظر کردن. (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۳، ص ۱۴۱)

۲-۳. گوش دادن فعال

فرایند کشف رمز و تعبیر و تفسیر پیام‌های کلامی را به طور فعال «شنود موثر» می‌گویند. (رضائیان، ۱۳۷۲، ص ۶۳) منظور از شنود موثر همان گوش دادن فعال یا گوش دادن موثر است. در این نوع گوش دادن بر خلاف گوش دادن‌های سرسری و عادی، شنونده تمام حواس و حضور خود را جمع می‌کند تا علاوه بر درک معانی گفتار گوینده، منظور و تعبیر پشت کلام ظاهری گوینده نیز پی برده و با او ارتباط سازنده‌ای برقرار سازد؛ در گوش دادن فعال، شنونده فعالانه وارد همه صحنه گفتگو شده و با دادن پاسخ‌ها و بازخورهای به موقع و مناسب به گوینده در تداوم

گفتار گوینده با او همراهی می‌نماید؛ این نوع گوش دادن هنر و فن خاصی است و قطعاً مهارت‌های خاصی را ایجاب می‌کند که آموختنی است. (میرزایی اهرنجانی، ۱۳۷۳، ص ۲۲)

حرف زدن، راحت‌تر و فراگیری و کنترل آن نیز ساده‌تر است؛ ولی گوش دادن سخت و غیر ملموس است به طوری که انسان معمولی، یک شنونده ضعیف است چون گوش دادن فعال، یک عمل پیچیده می‌باشد؛ این مهارت مانند بسیاری از مهارت‌های ارتباطی، یک فرآیند دو طرفه است؛ یعنی کافی نیست که شنونده فقط سراپا گوش باشد و تمام حواس خود را به سخنان گوینده معطوف دارد؛ بلکه برای اطمینان از درک مطلب، باید استنباط خود را نیز به او منتقل کند (شاه ولی، ۱۳۸۲، ص ۳۱). یکی از توانایی‌های مورد نیاز یک مبلغ، برای تأثیر گذاری بر مخاطب، مهارت گوش دادن فعال است، به گونه‌ای که قبل از گوش دادن به حرف طرف مقابل از نصیحت کردن، مقایسه کردن، سرزنش کردن و قضاوت کردن بپرهیزد؛ برای فراگیری این مهارت مهم، از روش‌های زیر می‌توان بهره گرفت؛

۱. پیش از هر چیز، قیافه و شکل خود را متناسب با وضعیت مرتب کنید؛ بدین معنی که روبروی گوینده قرار بگیرید و هوشیار باشید. از سوی دیگر از آنچه که ممکن است استنباط منفی یا قیافه گرفته را برای گوینده تداعی کند مانند شل و ول بودن، دست‌ها را ضربدری قرار دادن، روی برگرداندن، شانه‌ها را بالا انداختن، همچنین از قیافه‌ی تهاجمی ب‌خود گرفتن، مانند دست‌ها را به کمر زدن یا چانه را جلو دادن، اجتناب کنید. ۲. همیشه حرکات خود را تحلیل کنید. تحقیقات نشان می‌دهد حرکات باز و رسا به سخنران احساس راحتی می‌دهد. حرکات عصبی مانند تمیز کردن ناخن‌های انگشتان، در هم کردن انگشتان پا نگه داشتن دست‌ها روی صورت یا نزدیک آن معمولاً گوینده را ناراحت می‌کند. ۳. حالت‌های چهره شما نیز مهم است. از قیافه خشک و بی‌روح، سخت و خشن اجتناب ورزید. با علاقه نگاه کنید، ابروهایتان را بالا و پایین ببرید، گاهی لبخندی بزیند یا سرتان را به علامت تأیید تکان دهید. ۴. شاید مهمترین علامت توجه و گوش دادن، تماس چشمی باشد. البته از افراط و تفریط باید اجتناب شود و نباید به کسی خیره شد که از آن تعبیر رفتار تهاجمی بشود و از طرف دیگر نباید به طور مستمر به این طرف و آن طرف، بالا و پایین نگاه کرد که به عدم علاقه تفسیر گردد. (رضائیان، ۱۳۷۲، ص ۶۶)

۲-۴. نگاه کردن

مطالعه درباره تماس چشمی را در ارتباطات، «ارتباطات بصری» یا «ارتباطات چشمی»

نامیده‌اند (شریفی، ۱۳۹۶، ص ۱۷۳) ناگفته پیداست که چشم‌ها، مهم‌ترین وسیله پیوند ما با جهان محسوس و اصلی‌ترین دریچه ورود مفاهیم و داده‌ها به جهان نهران ذهن و روان ما هستند؛ چشم‌ها همواره منبع ارزشمند اطلاعاتی درباره حالت‌های عاطفی بوده‌اند؛ در حالی که سایر اجزای چهره را می‌توان تحت کنترل خود درآورد؛ اما چشم‌ها یکی از قسمت‌هایی هستند که کمترین کنترل را می‌توان بر آن‌ها اعمال داشت؛ در نتیجه، چشم‌ها و نواحی که آن‌ها را احاطه کرده‌اند، نسبت به سایر قسمت‌های صورت، اطلاعات دقیق‌تری را درباره حالت‌های عاطفی آشکار می‌کنند. (رضایی، ۱۳۹۳، ص ۶۲) نگاه یکی از ابزارهای مهم در ارتباط غیر کلامی است؛ این‌ها، انتقال می‌یابد. (جباری، ۱۴۰۰، ص ۱۲۹) به همین دلیل، به چند نوع نگاه کردن، که در برقراری ارتباط مثبت کاربرد دارد، اشاره می‌کنیم:

۲-۴-۱. نگاه توأم با مهر، عاطفه و محبت. این نگاه بهترین وسیله برای جلب دوستان و ایجاد محبوبیت در قلوب دیگران است؛ نگاه عمیقی که با لبخند و خوش رویی آمیخته باشد در کسب محبت و علاقه بسیار مؤثر است (کریمی، ۱۳۸۹، ص ۲۲) نگاه روحانی به مردم باید همراه با مهر و عطوفت باشد، رسول خدا ﷺ می‌فرماید: «نگاه کردن مرد با ایمان به صورت برادر مسلمان خود از روی محبت و علاقه، عبادت است» (حرانی، ۱۳۸۴، ج ۱، ص ۲۸۲).

۲-۴-۲. نگاه از روی خشم و غضب. دیگران از این نوع نگاه می‌ترسند و به این وسیله مردم تهدید می‌شوند. این نگاه از دیدگاه معصومان علیهم‌السلام مذموم است. امام صادق علیه‌السلام در مورد این نوع نگاه می‌فرماید: «هر کس به مومنی نظری کند که او را بترساند، خدا او را در قیامت بترساند» (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۶۸) نگاه‌های تند و خشن موجب آزردن دیگران و آسیب به روابط بین فردی خواهد شد.

۲-۴-۳. نگاه تمسخرآمیز و از روی استهزاء. این نوع نگاه از نظر اسلام بسیار زشت و ناپسند است و از گناهان به شمار آمده است. قرآن کریم نگاه با گوشه چشم و مسخره آمیز را از ویژگی‌های کفار می‌داند (مطففین ۳۰).

۲-۴-۴. نگاه بی‌توجهانه. در این نوع نگاه، تعامل صورت نمی‌گیرد، فقط به فرد اجاز می‌دهد که از حضور دیگری آگاهی یابد. اما برای باز کردن باب گفتگو توقعی نداشته باشد (محمودی، ۱۳۹۵، ص ۲۱۱). بنابراین، پس لزوم دقت در نوع نگاه این است که هر یک از حرکات

چشم بیان کننده معنا و مفهومی خاص است که می‌تواند هم موجب جذب و هم موجب طرد دیگران شو. (کریمی، ۱۳۸۹، ص ۲۲).

۵-۲. تواضع و فروتنی

تواضع در لغت به معنای «تذلل و فروتنی» (ابن منظور، ۱۴۱۴ق، مادة «وضع») و در اصطلاح، عبارت است از شکسته نفسی که انسان خود را برتر از دیگران نداند (نراقی، ۱۳۷۸، ص ۲۳۷). وجود چنین حالتی در فرد ضمن اینکه باعث می‌شود، دیگران را بزرگ و گرامی بدارد، خود شخص هم دارای رفعت می‌شود؛ چنانکه پیغمبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ فرمودند «هیچ کس تواضع نکرد مگر اینکه خدا او را بلند مرتبه کرد» (طوسی، ۱۴۱۴ق، ص ۵۶). تواضع و فروتنی را می‌توان یکی از مهارت‌های تبلیغی نام برد، چرا که مبلغ متواضع و فروتن، می‌تواند مردم را به دور خود جمع کند؛ از آنجا که قرآن کریم تواضع را نفی تکبر می‌داند (مکارم شیرازی، ۱۳۷۴، ج ۱۵، ص ۱۴۸) غالباً مخاطبان از اطراف مبلغ «مغرور» و «متکبر» پراکنده می‌شوند؛ در حالی که اگر مبلغ صفت «تواضع و فروتنی» را در خود رشد داده باشد، به فرموده امام صادق عَلَيْهِ السَّلَام «موجب جلب محبت مردم می‌شود» (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۵، ص ۲۲۹) و می‌تواند مردم را پروانه وار به دور خود جمع کرده و با محبت چون شمع برایشان نورافشانی کند.

این خصلت موجب نشر ارزش‌ها، مایه شرافت و کرامت، زینت انسان‌های والا، موجب وقار و آرامش، موجب رفعت مقام، جوشش چشمه‌های حکمت در روح و روان، دوستی و سلامتی، و فور نعمت، اسلحه نیرومند در برابر نیرنگ‌های ابلیس و باعث افزایش عقل و درایت می‌باشد، روایات متعددی که از پیامبر اکرم صَلَّى اللهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ و امامان معصوم عَلَيْهِمُ السَّلَام نقل شده، بیانگر این مطلب است. (محمدی ری شهری، ۱۳۸۴، ج ۱۳، ص ۲۲۰ تا ۲۲۴) رمز موفقیت انسان‌های متواضع در ایجاد برقراری ارتباط با دیگران، به کارگیری مهارت‌هایی است که افراد متکبر از آنها محروم هستند. از جمله این مهارت‌ها عبارتند از:

۱. پیش دستی در سلام کردن (مجلسی، ۱۴۰۳ق، ج ۷۳، ص ۱۲) ۲. عدم توقع ستایش ۳. نشستن در پایین مجلس (حر عاملی، ۱۴۱۴ق، ج ۸، ص ۴۸۹) ۴. پرهیز از جدال و بحث بیهوده (حر عاملی، ۱۴۱۴ق، ج ۸، ص ۴۸۹) ۵. آرامش و وقار در راه رفتن (فرقان ۶۳). به دلیل بهره‌گیری از چنین مهارت‌ها و رفتارهای پسندیده است که افراد در کنار انسان‌های فروتن، احساس آرامش می‌کنند و از ایجاد رابطه با آنها استقبال می‌کنند.

نتیجه گیری

تبلیغ مؤثر و سازنده، رابطه مستقیم با چگونگی ارتباط با مردم دارد؛ از این رو اگر مبلغین بخواهند توانمندی لازم را جهت پیشبرد اهداف مقدس دین داشته باشند، لازم است ارتباط تبلیغی آن‌ها با مخاطبین خود بر اساس معیارهای شناخته شده باشد.

مهارت‌های ارتباطی که از آن‌ها به منظور برقراری ارتباط و تعامل با یکدیگر استفاده می‌شود، دو گونه‌اند: کلامی و غیر کلامی؛ مهارت ارتباطی کلامی از طریق گفتگو و بکاربردن کلمات و واژه‌ها ایجاد می‌گردد؛ و مهمترین مولفه‌های آن که در تبلیغ ظهور و بروز بیشتری دارد شامل صداقت، شایستگی سخن، تشکر کردن و ستایش دیگران در برابر کار نیک هستند و مهارت‌های ارتباطی غیر کلامی با فرایند انتقال معنا از طریق زبان بدن؛ چهره، ارتباط جسم و حرکات هر یک از اعضا توصیف می‌شود. که از آن، به عنوان زبان خاموش نیز یاد می‌شود؛ و مهمترین مولفه‌های آن، تغافل، آراستگی ظاهری، گوش دادن فعال، نگاه کردن و تواضع و فروتنی است. از آنچه گفته شد به روشنی معلوم است که حضرات معصومین (علیهم‌السلام) تلاش داشته‌اند تا با بهره‌گیری از انواع روش‌ها، معارف توحیدی و حقایق دینی را، برای مخاطبان خود بازگو نمایند و برای رسوخ هر چه بهتر کلام خود در اعماق روح مؤمنان و برای ماندگاری هر چه بیشتر آن، در کنار سخنانشان (پیام کلامی)، با رفتار و جلوه‌های بصری (پیام‌های غیر کلامی)، بهره می‌گرفتند و در این کار به توفیقات بی‌مانندی دست یافته‌اند. پس از سپری شدن قرن‌ها این شیوه هنوز برای ما جذابیت و تازگی دارد. روحانیت شیعه نیز با به دوش داشتن علم رسالت تبلیغ معارف دین، باید از این متد و روش در جهت هدایت و سعادت جامعه بهره بگیرند.

منابع

۱. قرآن کریم
۲. آخوندی، مصطفی. (۱۳۸۲). اخلاق مدیریت (ج ۱). تهران: کوثر غدیر.
۳. آمدی، عبدالواحد بن محمد. (۱۴۱۰ق). غررالحکم (ج ۱). قم: دار الکتب الاسلامی.
۴. ابن شهر آشوب مازندرانی، محمدبن علی. (۱۳۷۹ق). مناقب آل ابی طالب علیهم السلام (ج ۳). چاپ اول. قم: علامه.
۵. ابن منظور، محمدبن مکرم. (۱۴۱۴ق). لسان العرب. بیروت: دار صادر.
۶. اسکندری، کریم. (۱۳۹۳). نقش ارتباط و مهارت‌های ارتباطی در دوران حکومت حضرت علی علیه السلام. پژوهش‌نامه علوی، (۲).
۷. اسماعیلی ایولی، علی. (۱۳۸۸). روش‌های تربیتی در سیره امام سجاد علیه السلام. معرفت، (۱۴۱).
۸. اعتمادی، عذرا. (۱۳۹۴). بررسی رابطه مهارت‌های ارتباطی با صمیمیت زناشویی. پژوهش‌های علوم شناختی رفتاری، (۲).
۹. امیری، مجتبی. (۱۳۹۷). برآوردی از پیامدهای روندهای دینداری در آینده تبلیغ دین. مطالعات فرهنگ - ارتباطات، (۴۵).
۱۰. بحرانی، عبدالله. (۱۳۶۳). عوالم العلوم (ج ۲۰). قم: مدرسه امام مهدی علیه السلام.
۱۱. تمیمی آمدی، عبدالواحد، (۱۴۱۰)، غرر الحکم و درر الکلم، تصحیح سید مهدی رجائی، قم: دار الکتب الاسلامی، چاپ دوم.
۱۲. تهوری، نرگس. (۱۳۹۲). تحلیل درون مایه‌های تربیتی در بهارستان جامی. معرفت، (۱۹۱).
۱۳. جباری، کریم. (۱۴۰۰). تاثیر ارتباط‌های غیر کلامی (زبان بدن) در تعلیم و تربیت اسلامی، فصلنامه سبک زندگی اسلامی با محوریت سلامت، (۱).
۱۴. حر عاملی، محمدبن الحسن. (۱۴۱۴ق). وسائل الشیعه (ج ۸). قم: موسسه آل البيت علیهم السلام لاحیاء التراث.
۱۵. حرانی، ابومحمد. (۱۳۸۴). تحف العقول. قم: آل علی.
۱۶. خنیفر، حسین. (۱۳۹۷). مهارت‌های نرم برای فارغ التحصیلان فنی و حرفه‌ای. فصلنامه

مهارت آموزی، (۲۴).

۱۷. دیلمی، حسن بن محمد. (۱۳۸۵). غرر الاخبار و درر الآثار في مناقب ابي الائمہ الاطهار (ج ۱). قم: دلیل ما

۱۸. دیلمی، حسن بن محمد. (۱۴۱۲ق). ارشاد القلوب (ج ۱). قم: الشریف الرضی.

۱۹. رضایی، ایرج. (۱۳۹۳). نقش رفتارهای غیرکلامی در ارتباطات انسانی از منظر آیات و روایات اسلامی. بصیرت و تربیت اسلامی، (۳۱).

۲۰. رضائیان، علی. (۱۳۷۲). گوش شنوا زیر بنای مهارت ارتباطی. دانش مدیریت، (۲۱).

۲۱. سجادی پور، فریده سادات. (۱۳۸۶). اثر بخشی فراگیری مهارت های ارتباطی بر اساس برنامه سازمان بهداشت جهانی بر میزان سازگاری دانش آموزان دختر دبیرستانی مراکز شبانه روزی بهزیستی استان تهران. دانشگاه علامه طباطبایی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی.

۲۲. سلطانی زنانی، محمد. (۱۳۹۷). تحلیل مفهوم دعوت مآذون در تبلیغ آموزه های دینی بر اساس دو ویژگی حق و صدق. فصلنامه علمی ترویجی در حوزه اخلاق، (۵۱).

۲۳. شاه ولی، منصور. (۱۳۸۲). بررسی کارکردهای مهارت های غیر کلامی و گوش دادن موثر در تحقق وظایف و بهبود روابط انسانی در سازمان. مجله علوم اجتماعی و انسانی، (۱).

۲۴. شریفی، عنایت الله. (۱۳۹۶). مهارت های ارتباطی در قرآن. پژوهشنامه معارف قرآنی، (۳۰).

۲۵. شفیعی، صابر. (۱۳۹۹). بررسی مهارت های ارتباطی دانش آموزان. مجله پژوهش های معاصر در علوم و تحقیقات، (۱۴).

۲۶. فرهنگی، علی اکبر. (۱۳۷۳). مبانی ارتباطات انسانی (چاپ اول). تهران: تایمز.

۲۷. فصیحی رامندی، مهدی. (۱۳۹۸). صداقت در عرصه تبلیغ دین بررسی چند چالش اخلاقی. فصلنامه علمی ترویجی در حوزه اخلاق، (۳۴).

۲۸. فیاض، ابراهیم. (۱۳۸۹). تعامل دین فرهنگ و ارتباطات. تهران: نشر بین الملل.

۲۹. قاسمی، رضا. (۱۳۸۹). بازتاب مضامین اخلاقی کلام امام علی علیه السلام در شعر سعیدی شیرازی. فصلنامه اخلاق، (۱۹).

۳۰. کریمی، مرضیه. (۱۳۸۹). بررسی مهارت های ارتباطی بین فردی در سیره معصومان علیهم السلام. دو فصلنامه تربیت اسلامی، (۱۰).

۳۱. کریمی، یوسف. (۱۳۹۸). روانشناسی شخصیت. تهران: ویرایش.
۳۲. کلینی، یعقوب. (۱۴۰۷ق). اصول کافی (ج ۲، تحقیق علی اکبر غفاری). تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۳۳. کونکه، الیزابت. (۱۳۹۶). مهارت‌های ارتباطی (چاپ اول، ترجمه حسین سلیمانی). تهران: آوند دانش.
۳۴. لیتل جان، استیفن. (۱۳۸۴). نظریه‌های ارتباط (ترجمه مرتضی نوربخش و اکبر میرحسینی). تهران: جنگل.
۳۵. لیشی واسطی، علی بن محمد. (۱۳۷۶). عیون الحکم. قم: دارالحديث.
۳۶. مجلسی، محمدباقر. (۱۴۰۳ق). بحارالانوار (ج ۷۵). بیروت: دار احیاء التراث العربی.
۳۷. محسنیان راد، مهدی. (۱۳۸۲). ارتباط شناسی. تهران: انتشارات نبوی.
۳۸. محمدبن حسن، طوسی. (۱۴۱۴ق). امالی. قم: دارالثقافه.
۳۹. محمدی ری شهری، محمد. (۱۳۸۴). میزان الحکمه (ج ۱۳). قم: دارالحديث.
۴۰. محمدی ری شهری. (۱۳۹۲). دانشنامه قرآن و حدیث (ج ۱۵). قم: دارالحديث.
۴۱. محمودی، مریم. (۱۳۹۵). ارتباط‌های غیر کلامی در روایت‌های تاریخ بیهقی. فصلنامه کاوش‌نامه، (۳۲).
۴۲. مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۷۴). تفسیر نمونه (ج ۱۵). تهران: دارالکتب الاسلامیه.
۴۳. میرزایی اهرنجانی، حسن. (۱۳۷۳). مهارت و هنر خوب گوش دادن. دانش مدیریت، (۲۴).
۴۴. نراقی، احمد. (۱۳۷۸). معراج السعاده. قم: هجرت.
۴۵. نگارش، هادی. (۱۳۹۱). راهکارهای پیشبرد فرهنگ عمومی از دیدگاه قرآن کریم با تاکید بر مولفه‌های گفتار اخلاق و پوشش. تهران: مرکز مطالعات راهبردی شورای عالی انقلاب فرهنگی.
۴۶. نوری، حسین بن محمدتقی. (۱۴۰۸ق). مستدرک الوسائل (ج ۱۴). بیروت: موسسه آل البيت علیهم‌السلام لإحياء التراث.
۴۷. وطن‌پرست، رضا؛ ایروانی، جواد. (۱۳۹۵). فرهنگ روابط اجتماعی در آموزه‌های اسلامی (ج ۲). مشهد: دانشگاه علوم اسلامی رضوی.