

تدبیر مدیریت

ارتباطات ۱

سید محمود بهشتی نژاد

مقدمه:

توانمندی لازم را جهت پیشبرد اهداف مقدس دین داشته باشند، لازم است ارتباط تبلیغی آن‌ها با مخاطبین خود بر اساس معیارهای شناخته شده باشد. از طرف دیگر به جرأت می‌توان ادعا کرد که در جامعه ما مدیریت ضعیف و سوء مدیریت‌ها، ضربه‌های سهمگینی را بر پیکر جامعه وارد کرده است، در حالی که با مدیریت صحیح و قوی می‌توان در عرصه‌های گوناگون اقتصادی، صنعتی، سیاسی و فرهنگی به پیشرفت‌های شگرفی دست یافت. روحانیت ما نیز باید به این باور

یکی از وظایف و رسالت‌های اصلی روحانیت، تبیین و تبلیغ معارف اسلامی برای اقشار مختلف بشری است. موفقیت در این مسئولیت خطیر، آگاهی داشتن مبلّغین را نسبت به ظرافت‌های ارتباطی با مردم می‌طلبد؛ زیرا بدون برقرار کردن ارتباط مناسب با افراد جامعه، امر تبلیغ به خوبی شکل نمی‌گیرد. به عبارت دیگر تبلیغ مؤثر و سازنده، رابطه مستقیم با چگونگی ارتباط با مردم دارد؛ از این رو اگر مبلّغین بخواهند

برسد که در شرایط پیچیده کنونی، بدون مدیریت صحیح نمی‌تواند نابسامانی‌های فرهنگی جامعه را سامان بخشد. امروزه در دنیا مسأله چگونگی تنظیم ارتباطات، اهمیت ویژه‌ای پیدا کرده است، به گونه‌ای که در دانش مدیریت، «مدیریت ارتباطات» جایگاه بلندی را به خود اختصاص داده است.

اگر چه پسیرامون «مدیریت ارتباطات» از نظر علمی کم و بیش کتاب‌هایی تدوین شده است، ولی - علی‌رغم بررسی‌های صورت گرفته - تحقیقی که در آن دیدگاه اسلام مطرح شده باشد، به دست نیامد؛ بنابراین با توجه به اهمیت موضوع و نقش کلیدی آن در ایجاد تحول در نظام تبلیغی و ارتباطی روحانیت، حقیقتاً خلأ چنین پژوهشی احساس می‌شد و به دنبال آن، تحقیق حاضر بر اساس گزاره‌های دینی و اصول علمی شکل گرفت.

در این نوشتار - که به صورت سلسله مباحث تقدیم می‌شود - پس از

بیان کوتاهی پیرامون اهمیت تبلیغ، «فرایند ارتباطات» مطرح شده و سپس به بحث از «کانال‌های ارتباطی» و «موانع ارتباطات» پرداخته می‌شود، و سرانجام «ارتباطات اثربخش» مورد بحث قرار می‌گیرد.

اهمیت تبلیغ

شاید در ابتدا به نظر برسد که تبلیغ دین کار ساده‌ای است و به آسانی می‌توان پس از گذراندن مقدماتی کوتاه، معارف اسلامی را برای مردم تبیین کرد؛ ولی با مراجعه به متون دینی، چنین برداشت می‌شود که تبلیغ دین، کاری مشکل و پیچیده است.

موسی بن عمران رضی الله عنه در وادی مقدس، با وحی الهی مواجه می‌شود، بعد از آن از طرف خداوند مأموریت پیدا می‌کند که پیام الهی را به فرعون و فرعونیان ابلاغ کند؛ در چنین شرایطی احساس می‌کند که بار سنگین و رسالت فوق‌العاده مشکلی بر دوش او گذاشته شده است، از این رو یک سلسله تقاضاهایی از خداوند دارد، از

پیام الهی بخواهد در عقل‌ها نفوذ کرده، دل‌ها و احساسات را به تسخیر خود در آورده و جامعه را به حرکت وادار سازد و انسان‌های خطا کار را بیدار، و در مواردی اشک انسان‌های تشنه معنویت و کمال را جاری کند، کار مشکلی است.^۲

البته دشواری مسؤولیت تبلیغ نباید موجب شود که روحانیت، از این حرکت انسان ساز دست بردارد؛ بلکه باید با همتی بلند و تلاشی مردانه مقدمات آن را آموخت و با مدیریتی قوی این مسیر پرفراز و نشیب را با موفقیت پیمود.

فرآیند ارتباطات

فرآیند کلی ارتباطات به طوری که در شکل زیر نشان داده شده است، شامل پنج عنصر است که عبارتند از: فرستنده، پیام، وسیله، گیرنده و بازخور. این فرآیند را می‌توان به این

آن جمله می‌گوید: «وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي»؛ «[خدایا] کارم را برای من آسان گردان.» با اینکه حضرت موسی علیه السلام یک انسان معمولی نبود، ولی ماهیت ابلاغ پیام الهی به گونه‌ای است که حتی موسای پیامبر هم احساس می‌کند پا گذاشتن در این مسیر، کار سنگینی است، از این رو از پروردگار خود استمداد می‌طلبد.

می‌توان گفت که سرّ دشواری تبلیغ پیام الهی در مفهوم و حقیقت آن نهفته است؛ زیرا در واقع تبلیغ عبارت است از: دعوت مردم به سوی حق، حرکت دادن مردم به سوی خدا، جدا کردن بشر از خود و رساندن او به حق، نجات دادن انسان‌ها از خودخواهی و خودپرستی و آراسته کردن آن‌ها به حق خواهی و حقیقت‌پذیری. طبیعی است تحقق بخشیدن به چنین مفاهیم ارزشمندی نمی‌تواند کار ساده‌ای باشد.

در حقیقت، مبلغ دین باید با ابلاغ پیام الهی در عقل‌ها، دل‌ها و احساسات مردم نفوذ کند، و روشن است که اگر

۱- طه/۲۶.

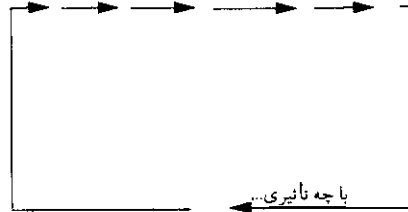
۲- ر.ک: سیری در سیره نبوی، مرتضی مطهری، تهران: انتشارات صدرا، چاپ پنجم، پاییز ۱۳۶۷، صص ۱۹۶-۱۷۸.

عبارت دیگر، وقتی مخاطبین، اعتماد و اطمینان به سخنران داشته باشند و برای او احترام قائل شوند، با دقت بیشتری به سخنان او گوش فرا می‌دهند؛ در نتیجه پیام او را به گونه‌ای دریافت می‌کنند که هماهنگ یا حداقل نزدیک به مقصود اوست. بر عکس، چنانچه گوینده مورد اعتماد مخاطب نباشد، او توجه لازم به سخنان گوینده نمی‌کند و در مواردی سعی می‌کند کلام او را زیر ذره بین بگذارد و عملاً معانی و مفاهیمی را دنبال می‌کند که مورد نظر گوینده نبوده است.

بسیاری از تبلیغات امروز دشمنان بر علیه روحانیت دقیقاً در جهت کاهش اعتماد مردم و در نتیجه عدم پذیرش پیام‌های دینی آنان است. بر این اساس برای مبلغین ضروری است که با کسب ویژگی‌های لازم، بر اعتبار و موقعیت خود بیفزایند. کسانی که بخواهند به این مقصود دست یابند، لازم است به کسب برخی از ویژگی‌ها بپردازند که ذیلاً مورد بحث قرار می‌گیرد:

صورت خلاصه کرد؛ چه کسی... چه می‌گوید... به چه طریق... به چه کسی... با چه تأثیری.

به چه کسی... به چه طریق... چه می‌گوید... چه کسی...



باز خور

در ذیل به تشریح هر یک از این عناصر پرداخته می‌شود:

فرستنده پیام

اولین مرحله از فرآیند ارتباطات، مربوط به فرستنده پیام است. در واقع، مبلغین نقش فرستنده پیام را ایفا می‌کنند؛ زیرا آن‌ها هستند که پیام دین را به گوش افراد جامعه می‌رسانند. یکی از عواملی که در این مرحله می‌تواند نقش مهمی داشته باشد، اعتبار و شخصیت فرستنده پیام است؛ بدین معنا که اگر گوینده پیام از نظر دریافت‌کننده پیام (مخاطب) اعتبار زیادی داشته باشد، پیام او جدی گرفته شده و مورد قبول قرار می‌گیرد. به

۱- مهارت‌های علمی

می‌گیری.^۱

یکی از عواملی که اعتبار فرستنده پیام را افزایش می‌دهد، مهارت‌های علمی و میزان دانش اوست. انسان به طور طبیعی برای افرادی که در حیطه کاری خود، تخصص و دانش لازم را دارا هستند احترام و اعتبار ویژه‌ای قائل است و سعی می‌کند از نظر کارشناسی آن‌ها در آن زمینه استفاده کند؛ ولی اگر فردی بخواهد در فضاهایی که تخصص ندارد، اظهار نظر کند و آن را در قالب پیام ارسال کند، مخاطبین او نه تنها به سخنانش گوش نداده و ترتیب اثر نمی‌دهند، بلکه اعتماد آن‌ها به او سلب می‌شود، به گونه‌ای که حتی در مواردی که در حیطه تخصصی اوست، آمادگی پذیرش سخنانش را ندارند. در این رابطه امیرالمؤمنین (علیه السلام) می‌فرماید: «لَا تَقُلْ مَا لَا تَعْلَمُ فَتُتَهَمَ بِأَخْبَارِكَ بِمَا تَعْلَمُ؛ چیزی را که نمی‌دانی نگو، در غیر این صورت نسبت به گزارشات در آنچه که می‌دانی، مورد اتهام قرار

برخی از مبلغین عادت کرده‌اند در هر عرصه‌ای وارد شوند و درباره هر موضوعی اظهار نظر کنند و فکر می‌کنند باید به هر سؤالی در هر زمینه‌ای پاسخ دهند، ولو اینکه در آن زمینه مطالعه و دانش لازم را نداشته باشند؛ در حالی که اگر انسان درباره موضوعی بدون اطلاع کافی سخن بگوید، این کار سبب می‌شود که دیگران به سخنان او در سایر موارد نیز با دید شک و تردید بنگرند؛ در نتیجه برنامه‌های تبلیغی او تأثیر لازم را در جامعه نخواهد داشت.

مبلغی که پیوسته با مردم ارتباط دارد باید با مطالعات گسترده و عمیق، دانش خود را در عرصه‌های گوناگون گسترش دهد تا از طرفی مجبور نباشد که مرتب اظهار بی‌اطلاعی نسبت به موضوعاتی که مطرح می‌شود بکند، و از طرف دیگر سخنانش بر پایه‌های

۱- غرر الحکم و درر الکلم، عبد الواحد آمدی، ح ۱۰۴۲۶.

علمی محکم، استوار باشد.

۲- قدرت بیان

معمولاً کسانی که در ارائه و پرورش موضوع و متقاعد ساختن دیگران تبحر دارند، در ایجاد ارتباط مؤثر و مفید موفقترند. چه بسیار دانشمندان فرزانه‌ای که توان بیان اندیشه‌های خود را حتی در برابر جمع محدودی ندارند و چه بسیار کسانی که با مؤونه اندک علمی، به خاطر قدرت بیان خود، مخاطبان زیادی را جذب کلام و بیان زیبای خود می‌کنند.

نقش قدرت بیان در ارسال پیام، آنقدر اهمیت دارد که جناب موسای پیغمبر علیه السلام هنگامی که به پیامبری مبعوث می‌شود، از خداوند تقاضای داشتن بیان رسا و گویا می‌کند. او در خطاب به خدای متعال می‌گوید: ﴿وَاحْتَلَلْ عُقْدَةً مِنْ لِسَانِي يَفْقَهُوا قَوْلِي﴾^۱؛ «[خدایا!] گره را از زبان من باز کن تا سخن مرا درک کنند.»

در حقیقت موسی علیه السلام از خدا می‌خواهد که به او توان تفهیم و تبیین

معارف الهی داده شود، تا بتواند پیامی را که به او وحی می‌شود، با بیان شیوا برای مردم بیان کند. به عبارت دیگر، از پروردگار خود تقاضا می‌کند: خدایا رابطه‌ای بین من و مردم برقرار کن که آن‌ها مطالب و معارف را آن گونه که تو می‌خواهی از من دریافت کنند، نه اینکه من نتوانم حقیقت را بیان کنم؛ در نتیجه من چیزی بگویم و آن‌ها پیش خود، چیز دیگری را برداشت کنند.

اساساً مغلق، پیچیده و در لفافه سخن گفتن و اصطلاحات زیاد به کار بردن، در تبلیغ پیامبران الهی وجود نداشت و آن چنان واضح و روشن سخن می‌گفتند که برای همه قابل استفاده بود. پیغمبر اسلام صلی الله علیه و آله نیز اگر در کلامش، حقیقتی بود که آیندگان به آن دست می‌یافتند و مردم آن زمان نمی‌فهمیدند؛ ولی تمام آن‌هایی که در مجلس حضرت نشسته بودند به اندازه خودشان می‌فهمیدند. خطبه‌های علی علیه السلام با آن اوج و عظمتی که دارد، در

عین حال خطبه‌هایی است که همان کسانی هم که در مجلس سخنرانی ایشان حضور داشتند، به اندازه ظرفیت خود از این سخنان استفاده می‌کردند و آن را می‌فهمیدند!.

برخی آنچنان بی‌نظم و نامرتب سخن می‌گویند و یا قلم می‌زنند که مخاطبین خود را ناراحت و بیزار می‌کنند، و بعضی نیز آنچنان در دنیای الفاظ و اصطلاحات پیچیده غرق می‌شوند که دیگران به مفهوم کلام آن‌ها راه نمی‌یابند؛ در حالی که امیر بیان، علی علیه السلام معیار سخن و کلام زیبا و شیوا را این‌گونه بیان می‌کند:

«أَحْسَنُ الْكَلَامِ مَا زَانَهُ حُسْنُ النَّظَامِ وَفَهْمُهُ الْخَاصُّ وَالْعَامُّ؛ زیباترین سخن، آن کلامی است که نظام نیکو آن را زینت بخشد و خاص و عام آن را بفهمند.»^۱

بنابراین، گوینده باید از طرفی ساختار سخنرانی خود را به گونه‌ای شکل دهد که از انسجام و نظم خوبی برخوردار باشد؛ یعنی موضوع سخن دقیقاً مشخص و ورود و خروج در

بحث روشن باشد و از طرف دیگر محتوای مطالب قابل استفاده برای همه مستمعین باشد، بدین معنا که خواص، ضمن بهره بردن از کلام گوینده نتوانند اشکال اساسی به آن وارد کنند، و عوام نیز به اندازه ظرفیت خود مطالب را درک کنند.

در این قسمت از مقاله بحث‌هایی چون اهمیت تبلیغ، فرایند ارتباطات و یکی از عناصر آن که عبارت از فرستنده پیام بود مورد بحث قرار گرفت و دو ویژگی فرستنده پیام یعنی مهارت‌های علمی و قدرت بیان تبیین گردید. در ادامه این مقاله، دیگر عناصر فرایند ارتباطات و سپس موضوعاتی چون «کانال‌های ارتباطی»، «موانع ارتباطات» و «ارتباطات اثربخش»، مورد بحث و بررسی قرار خواهد گرفت.

ادامه دارد...

۱- ر.ک: سیری در سیره نبوی، صص ۱۹۸-۱۹۶.

۲- غررالحکم و دررالکلم، ج ۳، ص ۳۰۴.