

ارتباط اسلامی و سرمایه اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران

دکتر محمدعلی حسین زاده^۱

چکیده

هر فردی در ارتباط با دیگران است که وجود حقیقی خود را پیدا می کند و اسلام، به عنوان یک دین الهی، به مقوله ارتباط بسیار توجه دارد و دید انسان را نسبت به دنیای پیرامون خود و جهان گسترش داده و در این مسیر راه کارهای ارتباطی مرثری را نیز به انسان ارائه کرده است. این درحالی است که وجود ارتباط مثبت و کار آمد میان اعضای جامعه اسلامی، عاملی در جهت ایجاد شبکه اجتماعی که حامل سرمایه اجتماعی است می شود. این مقاله ضمن اشاره به عناصر ارتباطی جامعه اسلامی و مفهوم سرمایه اجتماعی، به ارائه مؤلفه های ارتباطی اسلامی که به تقویت سرمایه اجتماعی در جمهوری اسلامی ایران و ارتباط میان اعضای جامعه اسلامی منجر می شود، می پردازد. واژه های کلیدی: ارتباط، ارتباط اسلامی، عناصر ارتباطی، سرمایه اجتماعی، جمهوری اسلامی

مقدمه

دین، با تمامی ابعاد فردی و اجتماعی حیات انسان در ارتباط است، ارتباطات نیز نوعی تجلی ویژگی های فردی و اجتماعی انسان در بعد اجتماعی است. ارتباطات در اسلام دارای جایگاه ویژه و متعالی است زیرا بدون ارتباطات جامعه ای وجود نخواهد داشت و دینی نمی تواند اشاعه پیدا کند اسلام ارتباطی، به معنی ظرفیت های ذاتی اسلام در زمینه های مختلفی چون اخلاقیات معیارها، اصول و روش های مختلفی است که می تواند انسان را از طریق ارتباط با مبدأ وجود به مرحله ی تکامل واقعی برساند که دارای هویت ارتباطی بالایی است.

^۱ دکترای مدرسی انقلاب اسلامی و عضو هیات مدیره انجمن علمی انقلاب اسلامی ایران

شهید مرتضی مطهری درسخرانی های خود در پی بیان این مسئله بود که خطابه و نویسندگی به عنوان وسایل ارتباطات از برکات اسلام بوده است. زیرا اسلام اولین تمدن در تاریخ است که ارتباطات شفاهی و کتبی را در یک مسیر واحد به هم پیوند دارد. لوازم صنایع ارتباطات آن دوران را نیز اسلام و تمدن اسلامی به جهان معرفی کرد، تولید و صنعت کاغذ، کتابداری و کتابخانه داری هم از طریق اسلام به اروپا منتقل گردید. مطهری، موضوع خطابه را یکی از سنت های اسلامی مطرح کرده است و آن را در برگزاری نماز جمعه اطلاع رسانی در جامعه بسیج و آگاهی دادن به مسلمانان و ارتباط بین آنها در جامعه اسلامی، بسیار حائز اهمیت می داند.

ارتباط در فرهنگ اسلامی دارای جایگاه معتبری است که ترقی آموزه های دین و ارزش های انسانی و ارتباطی، مدیون این ابزار مهم و اثر گذار است، اسلام، عصاره یک تلاش ارتباطی و تکاپوی تاریخی است که می تواند انسان را به حد اعلای عزت، عظمت و اخلاقیات برساند و موعود اطلاعات و پیام رسانی نوینی است که برای اولین بار از سوی خداوند بر حضرت محمد(ص) نزول یافته است و از قلب او به تمام بندگان عالم رسیده است. اولین جلوه اطلاع رسانی در آیه مبارکه «اقرأ بسم ربك الذی خلق» تجلی یافته است.

همه انبیای بزرگ در مقام خبر رسان و انوار دهندگان آمده اند تا انسان ها را از خبری عظیم مطلع سازند و پیام هایی را خطاب به انسان ها، بری تضمین سعادت و سلامت زندگی فردی و اجتماعی شان به آنها برسانند.

مفهوم ارتباط

ارتباط به مفهوم ربط دادن و تبیین چیزی به چیز دیگر و پیوند و پیوستگی است. ارتباط عبارت است از مجموعه وسایلی که انسان و دیگر موجودات زنده برای مبادله نیات، خواسته ها و نیازهای خود فراهم آورده و بدین وسیله تفهیم و تفاهم میان خود و دیگران را میسر ساخته است. انسان موجودی است که ناگزیر از ارتباط با دیگران است.

هر فردی فقط درارتباط با دیگران وجود دارد و به تنهایی هیچ است. درارتباط است که هستی حقیقی خود را باز می یابد. ویلبر ثرام، درتعریف جامع خود از ارتباط چنین می گوید: «مفهوم ارتباط درواقع هماهنگ شدن فرستنده وگیرنده در رابطه با یک پیام ویژه است».

مفهوم ارتباط دراسلام

درقرآن کریم، تمامی پیوستگی ها، مراقبت ها و آمادگی ها ، دلگرمی ها و مربوط شدن ها، با لفظ (رابطه) توضیح داده شده . از این واژه ، لغات، «ارتباط» و «ارتباطات» درزبان فارسی از آن اخذ شده است. این واژه درسوره مبارکه آل عمران آیه ۲۰۰ آمده است؛ «ای کسانی که ایمان آورده اید، صبور باشید ، یکدیگر را به برد باری سفارش کنید وبهم مربوط باشید. ... » واژه های هم خانواده با واژه «رابطه» مانند «ربطنا» و «لیربط» نیز درسوره های مختلف آمده است.

خداوند در قرآن کریم خطوط اساسی و کلی زندگی انسان را دراین جهان درچهار مقوله ارتباطی ترسیم کرده است که عبارتند از :

۱- رابطه انسان با خود : انسان قبل از آنکه به عنوان عضوی از جامعه مورد توجه باشد، به صورت تنها مورد خطاب واهمیت قرآن است، خود را نکشید که خداوند نسبت به شما مهربان است» .

دراسلام براهمیت شناخت انسان از خویش واصلاح و تربیت خود بسیار سفارش شده است.

۲- رابطه انسان با انسان (همنوع): قرآن کریم ، انسان را در رابطه با دیگران مطرح نموده است و او را موجودی مسئول و متعهد نسبت به دیگران می داند. انسان قرآنی انسانی اجتماعی است.

پیامبر (ص) می فرمایند: رهبانیت و گوشه گیری دراسلام نیست).

۳- رابطه انسان با طبیعت و جهان هستی (ملموس):

قرآن و اسلام در ارتباط انسان با طبیعت سفارش برآبادانی زمین آلوده نکردن طبیعت و حفظ سلامتی محیط پرداخته است. همچنین خداوند در طبیعت نشانه هایی که حامل پیام هایی برای انسان ها است قرار داده است.

۴- رابطه انسان با خداوند و ماوراء الطبیعه (جهان غیر محسوس):

این شکل از ارتباط ، شکل های قبلی را تحت تأثیر قرار می دهد، انسان به شکل های مختلف می تواند با خداوند ارتباط برقرار کند، نماز، دعا، خواندن قرآن و مانند اینها که بیانگر نوعی ارتباط بین انسان و خداوند هستند. برخی متفکران مسلمان ، قرآن را نوعی دیالوگ یا گفتگوی دوجانبه و پیوسته میان انسان و خداوند می دانند.

روش ارتباطی پیامبر(ص)

نخستین آیه نازل شده بر پیامبر (ص) «إقرأ باسم ربك الذي خلق» بود. کلمه إقرأ بر جنبه وهویت ارتباطی دین اسلام تأکید دارد. پیامبر (ص) پس از دریافت رسالت خود از طریق وحی و از جانب خداوند در ابتدا به دعوت مخفی پرداختند که در آن زمان شیوه ی ارتباطی بصورت مستقیم ، فردی و چهره به چهره را برگزیدند اما در مرحله ی گسترش دعوت خود، به شیوه ارتباطی گروهی روی آوردند و در پی گسترش ارتباط اسلامی و تماس با زائران خانه خدا و یافتن راه هایی برای ارتباط با خارج از مکه بودند پیامبر (ص) برای رسیدن به این امر ابتدا سران قبایل مختلف را دعوت به ارتباط و دوستی می کردند و با تأثیر گذاشتن بر روی آنها تبع افراد آن قبیله نیز با ایشان همراه می شدند (جریان دومرحله ای ارتباط) پیامبر (ص) بعد از برپایی حکومت خویش به فکر گسترش ارتباطی در خارج از مرزهای جغرافیایی دوست خویش بودند. این امر نشان دهنده جهانی بودن دین اسلام است که در قرآن کریم نیز به صراحت به آن اشاره شده

است «وما ارسلناک إلا رحمه للعالمین» (انبیاء ۱۰۷)

«وماتورا نفرستادیم ، مگر رحمتی برای همه جهانیان»

همچنین تمامی آیات قرآن که با خطاب عام «یا ایها الناس» (ای همه مردم) آغاز می شود، شاهدی برجھانی بودن پیام اسلام و قرآن است.

ابزارهای ارتباطی پیامبر (ص)

نوشتن نامه :

پیامبر (ص) از شیوه ی ارتباط مکتوب ، بویژه در مدینه، بهره ی زیادی بردند، ایشان با نوشتن نامه سران برخی کشورها و قبایل آنها را دعوت به اسلام و ارتباط گسترده تر می کردند و از این شیوه ی ارتباطی مرثر برای گسترش دعوت و رسالت خود بهره می بردند. ایجاد نهادها و نمادهای جدید ارتباطی :

پیامبر (ص) در شیوه ی ارتباطی خود از جمله اقدامات مؤثر و مهمی که انجام دادند ، وضع شعائر دینی و ابتکار نهادها و نمادهایی بود که تا آن زمان رواج نداشت ، مانند مسجد، نماز، اذان، اقامه، منبر و... بویژه اذان و اقامه که از مؤثرترین روش ها محسوب می شد زیرا بدلیل تکرار و اینکه هر روز پنج بار تکرار می شود نوعی القاء در مخاطب و ایجاد می کرد و بسیاری از باورها و ارزش های دینی و اسلامی را بصورت کوتاه و موجز مورد تأکید قرار می دادند. شعر، قصه، خطابه و مانند اینها از ابزارهای مهم محسوب می شدند.

بهره گیری از ایام حج:

پیامبر (ص) از مراسم حج و تماس با تازه واردان به مکه و عرضه ی پیام خود بر قبایل مختلف بهره فراوان می بردند و برای رسیدن به این منظور از روش گفتگوی منطقی و بحث های استدلالی با آنها ارتباط مرثری برقرار می کردند. این روش ارتباطی پیامبر، عاملی مرثر برای جذب بسیاری از افراد برای پذیرش دین اسلام و ایجاد زمینه هایی برای هجرت های مختلف پیامبر نیز شد و این بیانگر نوعی ارتباط دوستانه دوجانبه می باشد. ایشان در ایام حج شناسایی افراد ی که در قبیلۀ خود نفوذ و احترام فراوانی داشتند می پرداختند ، با آنها ارتباط برقرار می کردند تا به اسلام روی آورند. پذیرش پیام اسلام از

سوی آنها در واقع تضمینی قطعی برای پذیرش از سوی بسیاری افراد دیگر در قبیله آن فرد بود.

حضور مستقیم در بین مردم و ایراد سخنرانی :

پیامبر (ص) با حضور خود در اجتماعات مختلف، زمینه های صحبتها ، بحث ها و برخوردهای ارتباطی مناسب را ایجاد می کردند و به این طریق عامل برقراری ارتباط مستقیم و مرثر با افراد مختلف می شدند. همچنین خطبه ها و سخنرانی های پیامبر در هنگام نماز جمعه و مراسم های مختلف از شیوه های ارتباطی مرثر ایشان محسوب می شود.

هجرت:

هجرت مسلمانان به حبشه از روش های ارتباطی مرثری در اسلام محسوب می شود که عاملی مهم برای گسترش مرزهای ارتباطی اسلامی و تلاشی برای انتشار اسلام در دوران پیامبر (ص) بوده است.

اعزام مبلغ: پیامبر، مبلغانی که توانایی خواندن قرآن ، بیان احکام و ارزش های اسلامی را داشتند و دارای بیان و ارتباط با نفوذی نیز بودند را به همراه بیعت کنندگان از شهر یثرب ، می فرستادند تا به عمیق سازی دعوت خود پردازند. این شیوه دارای بار ارتباطی و تبلیغی بسیار بالایی بوده است.

روش های ارتباطی استفاده شده توسط پیامبر(ص) و مسلمانان برای رسیدن به هدف های ارتباطی خود را می توان به دو گونه ارتباط کلامی و غیر کلامی و هر کدام از آنها را به دو دسته ارتباطات عمدی و غیر عمدی، آگاهانه و یا نا آگاهانه تقسیم کرد. گونه ای که در ابتدای انتقال پیام های اسلام، ارتباطات بصورت غیر کلامی بوده است به این شکل که رفتار مسلمانان به لحاظ ساده زیستی ، شجاعت ، پاکدامنی ، تقوا و مانند اینها، بسیاری از ایرانی ها و رومی ها را جذب کرده و در شرایطی که تازه مسلمانان هنوز آمادگی و برنامه های مناسب برای انتقال پیام دین را پیدا نکرده اند بصورت غیر عمدی و نا آگاهانه به

انتقال مرثر پیام اسلام پرداخته اند اما در مراحل بعد و با لاتر دعوت و ارتباط اسلامی ، ارتباط کلامی که بصورت عمدی و برنامه ریزی شده نیز بوده است گسترش می یابد و شامل موارد مختلفی می باشد که پیشتر به آنها اشاره شده است و به این شکل زمینه های ارتباطی بسیار مرثری با دیگران فراهم می آمده است.

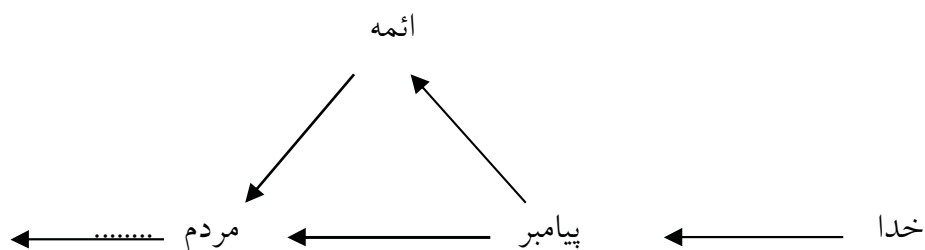
عناصر ارتباط اسلامی

خداوند در کنار تمامی نشانه های طبیعی که در جهان خلقت قرار داده است ، کتاب خود قرآن را نیز از طریق فرشته وحی بر پیامبر خود ، نازل کرده است که در آن پیام و محتوایی با نهاد الفاظ وجود دارد. در این ارتباط فرستنده خداوند، جبرئیل واسطه ی ارتباط و پیامبر (ص) نیز گیرنده پیام خداوند است این مسیر ارتباطی ادامه پیدا می کند و پیامبر خود به فرستنده پیام تبدیل می شود و پیام اسلام را به دیگران منتقل می سازند. پیش از هر نوع بحث از مدل ارتباطی ، ابتدا موضوع عناصر ارتباطی پیش می آید که در این نوشتار به بررسی عناصر ارتباطی اسلامی که شامل ، فرستنده ، پیام ، وسیله ارتباطی ، گیرنده و باز خورد می باشد پرداخته می شود.

فرستنده پیام

نخستین منبع پیام اسلامی ، خداوند متعال است که پیام و دستورات خویش را در قالب وحی بر قلب پیامبران خود نازل کرده اند و برای ابلاغ پیام خویش آنها را برگزیده است. پیامبران نیز در سطحی دیگر و در ارتباط انسان با انسان نقش فرستنده و منبع پیام را ایفا می کنند و به ابلاغ پیام هایی که از منبع اولیه (خداوند متعال) دریافت کرده اند، می پردازند. در اسلام ، هر فردی که مخاطب پیام وحی قرار می گیرد در سطحی دیگر خود به یک منبع فرستنده تبدیل می شود و فرستندگان اسلامی ، از قشر ، طبقه ، نژاد یا جنس خاص و معینی نیستند.

در ارتباط اسلامی ، فرستنده بعد از خداوند ، پیامبر (ص) و ائمه (ع) ، هر فرد یا عده ای از افراد می توانند باشند.



یک ارتباط اسلامی باید دارای ویژگی های خاص و مهمی باشد تا بتواند به بهترین شکل به اهداف ارتباطی خود دست یابد زیرا قصد دارد در ریشه ای ترین و اساسی ترین مسائل زندگی مخاطبان خود اثر بگذارد به همین خاطر باید با آمادگی بالا و اعتماد به نفس فعالیت های ارتباطی خود را دنبال کند و اقدامات خود را از هر گونه ناامیدی، ناتوانی و یأس دور کند مانند پیامبر اکرم (ص) که با دیدن آن همه آزار و اذیت ها، نا امید نشده و ارتباط دینی خود را هر چه بیشتر گسترش دادند. در واقع اعتماد به نفس بالای یک ارتباط گر، اعتماد به نفس بالای مخاطبان را به همراه خواهد داشت.

همچنین یک ارتباط گر اسلامی با مخاطبان زیاد و متنوع تری رو به رو است به همین خاطر نیاز به اتخاذ تصمیم های بزرگ تر یدارد و این امر به همفکری با دیگران نیاز دارد. آگاهی از نظرات دیگران و شنیدن و توجه کردن به انتقادات آنها ضروری است. یک ارتباط گر اسلامی برای رسیدن به موفقیت باید دارای تفکر انتقادی و مشورتی باشد تا به این شکل زمینه برای پذیرش اهداف او توسط مخاطبان نیز فراهم شود فرستنده در ارتباط اسلامی باید به ایجاد یک ارتباط قوی میان خود و مخاطب بپردازد و همواره رابطه عاطفی زمینه ساز رابطه رفتاری - فکری و شناختی است. زیرا اگر مخاطب، احساس ارتباط با ارتباط گر نداشته باشد به او، سخنان او، نوشته های او نیز توجهی نخواهد داشت. برای توسعه ی ارتباط اسلامی باید ابتدا به ایجاد ارتباط مثبت پرداخت.

یکی دیگر از ویژگی های مهمی که ارتباط گر در یک ارتباط اسلامی باید آن را دارا باشد توانایی او در الگو پردازی و الگو زدایی است و برای انجام مأموریت ارتباطی - اسلامی خود باید ترتیب الگویی را خوب بشناسد. خداوند در قرآن برای مومنان الگوپردازی می کند و می فرماید: «مؤمنان رستگارانند، آنان که در نمازشان خشوع دارند، از لغو و بیهوده روی می گردانند، زکات می پردازند، دامان خود را از بی عفتی حفظ می کنند و.....»

قرآن به مسلمانان می گوید: «پیامبر خدا برای شما الگویی شایسته است». ارتباط گر اسلامی علاوه بر الگو سازی باید به الگو زدایی نیز پردازد به این معنی که شخصیت های منفی را به گونه ای ترسیم می کند که نوعی نگرش منفی نسبت به آن شخصیت در مخاطبان ایجاد می شود.

ارتباط گر اسلامی برای موفقیت در رسیدن به اهداف ارتباطی خود باید گستره ی وجودی مخاطبان خود را به خوبی بشناسد. اینکه مخاطب او چه کسی است و چه ویژگی هایی دارد. بسیار حائز اهمیت است. قرآن در این زمینه می فرماید: تمام مردم، مخاطب ارتباط دینی هستند. به همین خاطر ابتدا باید مخاطب و سوابق فردی و گروهی ظرفیت های عاطفی و شناختی او سن، جنس، طبقه اجتماعی و سایر ویژگی های او را به خوبی شناخت و متناسب با موقعیت و شرایط او با او ارتباط مؤثر اسلامی برقرار کرد.

پیام

پیام، آن چیزی است که از فرستنده به گیرنده فرستاده می شود و در واقع اساس ارتباط است. در واقع هدف اصلی یک فرستنده از ایجاد ارتباط انتقال پیام به مخاطبان خود است. برای تضمین پذیرش یک پیام توسط مخاطبان باید به شکل پیام و محتوای آن و نحوه ی ارائه آن توجه زیادی داشت. در ارتباط اسلامی نیز به این مسئله بسیار توجه شده است که پیام باید واضح و مبین باشد. «وما علی الرسول إلا البلاغ المبین». یکی از عوامل تأثیر گذار در روش های ارتباطی پیامبران و انبیاء انتخاب پیام مناسب بوده است. قرآن عالی ترین نمونه یک پیام ارتباطی اسلامی است. در متون مختلف ویژگی های متعددی برای یک پیام ارتباطی اسلامی بر شمرده اند. به عنوان نمونه یک پیام ارتباطی باید خصوصیات زیر را داشته باشد:

- ۱- زیبا و هنر مندانه باشد. ۲- قابل فهم باشد. ۳- مستند باشد. ۴- ایجاد امیدهای کاذب نکند. ۵- متناسب با نیازهای فرد و جامعه بصورت توأمان باشد. ۶- روشن و واضح باشد. ۷- حامل ارزش های با اهداف و تأثیرات بلند مدت باشد. ۸ - دارای محتوایی مثبت باشد.

خداوند، منبع اصلی پیام دینی بطور اعم است که پیام های خود را با رمزهایی که خود به آنها آیه می گویند، برای تمامی بشر فرستاده است که به دو نوع کلامی و غیر کلامی قابل تقسیم هستند. خداوند آیات غیر کلامی خود را در نشانه های طبیعی مانند آسمانها، زمین ، باد ، باران و..... در طول تاریخ حیات بشریت برای همه انسان ها قرار داده است که برای فهم و درک آن توسط انسان نیاز به هیچ واسطه ای نیست. پیام کلامی خداوند نیز که همان قرآن است. حامل رمزهای کلامی است که دارای اعجاز بیانی بالایی است و پیامی است که مخاطب آن تمام انسان هاست و برای سعادت آنها طرح ریزی شده است.

وسیله ارتباطی

اسلام دربدو تولد خود، نیازمند وسایل ارتباطی بود و برخی وسایل ارتباطی مانند شعر، خطابه، منبر و مانند اینها را برای ترویج و رسیدن به اهداف خود را به خدمت گرفت. اسلام به ابداع و بکار گیری برخی گونه های جدید ارتباطی مانند قرآن ، سنت ، اذان و غزوات ، روابط دوستانه و شخصی ، مسجد، حج و مانند اینها پرداخت. در ذیل به برخی از ابزارهای ارتباطی اسلامی به تفصیل می پردازیم.

مسجد:

درفرہنگ اسلامی ، مسجد، جایگاه بسیاری از فعالیت های اجتماعی ، سیاسی ، فرهنگی و عبادی است که با مفاهیمی مانند قداست، وحدت نوع دوستی ، ظلم ستیزی، و مانند اینها توأم بوده است. مسجد الحرام قبله مسلمانان است، مسجد کوفه و مسجد النبی جایگاه سیاسی و ستاد عملیاتی بودند. مساجد، سرمایه ای حیاتی و مؤثر در زمینه ی توسعه ارتباطی اسلام است.

منبر:

منبر از یک طرف با مسجد و از طرف دیگر با سخنرانی، ارتباط مستقیم دارد. در گذشته اقوام مختلف تمایل زیادی برای هنر نمایی زبانی داشتند و در این مسیر، خطیب به ستودن مفاخر قبیله اش می پرداخت.

منبر از جهت پایگاه حکومتی نیز اهمیت فراوان داشته، پیامبر (ص) بارها در مکان بلندی ایستاده آموزش می داند و حکم می رانند. امروزه، در عصر جدید نیز منبر کاربردهایی دارد، از جمله اینکه در حکومت های دینی، مجرای ارتباطی فرمان روا محسوب می شود. در طول تاریخ منبر معمولاً نقش ضد استعمار داشته است و نمونه های آن را در نهضت مشروطیت و انقلاب اسلامی ایران در بسیاری کشورهای اسلامی دیگر می توان مشاهده کرد. دانیل سرنر درباره تفاوت منبر با رسانه های گروهی موارد زیر را ذکر کرده است:

۱- تهیه و ارسال پیام منبر، کار یک فرد است در حالی که در رسانه ها باید چندین نفر این کار را انجام دهند.

۲- هر دو دارای نقش های تفریحی، آموزشی، خبری و... هستند اما هر کدام به صورت جداگانه ای این کار را انجام می دهند.

۳- مخاطبان منبر به لحاظ فیزیکی در کنار هم قرار دارند اما مخاطبان رسانه های گروهی الزاماً کنار هم نیستند.

۴ - کانال پخش منبر به یک کانال خاص محدود است اما در رسانه ها اینطور نیست.

سخنرانی:

سخنرانی به منبر خیلی شبیه است و اکثر ویژگی های آن را نیز دارای می باشد. منبر نوعی سخنرانی است اما سخنرانی لزوماً منبر نیست و ممکن است غیر از مسائل دینی و علوم دینی شامل سخنرانی علمی، آموزشی فرهنگی و... باشد. در اسلام از این ابزار ارتباطی بسیار بهره برداری شده است. پیامبر در آغاز مرحله ی گسترده کردن دعوت خود

به بالای کوه صفا رفتند و با صدای بلند قریش را فرا خواندند و از سخنرانی به عنوان نخستین ابزار علنی ارتباطی بهره بردند.

تعزیه:

در این نوع ارتباط اسلامی، اندیشه های خواص در قالب احساسات خاصی به عموم مردم منتقل می شود. شخصیت های استفاده شده در تعزیه از هر سن، جنس طبقه اجتماعی، جایگاه مذهبی و..... هستند و از این رو، مخاطبان زیادی را با ویژگی های مختلف به خود جلب می کند. تعزیه می تواند باز نمایی بسیاری از جریانات دینی را در برگیرد یکی از بهترین کانال های ارتباطی اسلامی محسوب می شود.

گیرنده پیام

یک پیام ارتباطی پس از آنکه مراحل مختلف را طی کرد، به مخاطب یا مخاطبان می رسد. خداوند در قرآن می فرماید که تمام مردم، مخاطب ارتباط دینی هستند. خداوند، گاهی تمام مردم گاهی قوم یا نژاد خاصی گاهی از مؤمنان و گاهی از اشخاص خاصی سخن می گوید و آنها را مخاطب خود قرار می دهند.

۱- تمامی مردم در آیه هایی که با «یا ایها الناس آغاز می شود: «یا ایها الناس قد جاءکم الرسول بالحق من ربکم فآمنوا خیر لکم».

۲- یک قوم یا نژاد خاص مانند آیه هایی که بنی اسرائیل یا قوم لوط را خطاب قرار داده است: «واذ قال موسی لقومه یا قوم لهم تأذوننی وقد تعلمون انی رسول الله الیکم».

۳- مؤمنان در آیه هایی که با «یا ایها الذین آمنوا» معین شده اند: «یا ایها الذین آمنوا ان تتقوا الله یجعل لکم فرقاناً»

۴- آیاتی که یک شخص معین را مخاطب قرار داده است: «یا ایها النبی حرص المؤمنین علی القتال».

مخاطبان پیام اسلام تمامی مردمان از زمان ظهور اسلام، تا پایان تاریخ می باشند. در ابتدا مخاطبان اسلام، اقوام و خویشان پیامبر بودند، سپس دایره ی دعوت گسترش یافت و مردم

مکه، بعد مردم حبشه و مدینه را دربرگرفت بعد از دهه ی اول هجرت پیامبر، ارتباط اسلامی مخاطبان زیادی در غرب و شرق جهان، پیدا کرد.

درک مخاطبان از پیام ارتباطی اسلامی، بستگی به عوامل زیادی دارد مانند محتوای و شکل پیام، عوامل محیطی هوش، استعداد، تجارب گیرنده و مانند اینها، این عوامل شخصیتی و محیطی مخاطبان در پذیرش و عدم پذیرش پیام توسط آنها تأثیرات مهمی برجای می گذارند. پیامبر(ص) هیچ گاه با مخاطبان مختلف به روش واحد برخورد نمی کردند و متناسب با ویژگی های مخاطب ارتباط با او را پیش می بردند. یکی از عوامل مهم پذیرش پیام توسط مخاطبان، نقش تعیین کننده چهره های سرشناس و مورد احترام در یک ارتباط اسلامی است.

پیامبر (ص) از چهره های مهم و محترم قریش بودند و کافران و مشرکان مکه قبل از بعثت نیز ایشان را «امین» می نامیدند و این امر در پذیرش پیام ایشان توسط مخاطبان جدید ارتباط اسلامی بسیار مرثر بوده است. همچنین ایشان در ارتباطات خود نیز این عامل را رعایت می کردند و ابتدا به ایجاد ارتباط با رهبران و رؤسای قبایل می پرداختند زیرا مورد احترام و تأیید افراد قبایل نیز بودند. این امر یکی از ویژگی های مهم و اساسی مخاطبان که همان تعلقات گروهی است را نشان می دهد، انسان موجودی اجتماعی است و بخش زیادی از زندگی خود را در گروه ها می گذراند مانند خانواده گروه مذهبی قبایل و... در یک شبکه گروهی به جای یک نفر بر چند نفر اثر می گذاریم. اگر بر رهبر گروه اثر بگذاریم بر همه گروه تأثیر گذاشته ایم.

بازخورد

اگر فرستنده پیام، پس فرست مخاطبان خود را دریافت کند و نتیجه ی آن را در ارسال پیام های بعدی خود بکار ببرد عمل «بازخورد» انجام شده است. محاسبه ی نفس و ارزیابی مداوم برنامه ها یک اصل مسلم اسلامی است که بیانگر لزوم جایگاه بازخورد در فعالیت های ارتباطی است. امام کاظم (ع) می فرمایند «هر کس نفس خود را هر روز به محاسبه نکشاند از مانیست».

درارتباط شفاهی و مستقیم و چهره به چهره مانند منبر، روابط دوستانه مستقیم، سخنرانی و مانند اینها به راحتی می توان پس فرست مخاطبان را دریافت کرد و در ادامه کار ارتباطی از آن بهره جست به عنوان نمونه اگر یک ارتباط گر اسلامی در ارائه سخنرانی خود، احساس کند که مخاطبانش ابراز خستگی می کنند پس فرست مخاطبان می تواند با ذکر یک داستان یا نکته لطیف، مجدداً توجه آنها را به خود جلب کند (باز خورد). با توجه به اینکه ارتباطات در صدر اسلام ساده و مستقیم بوده است. بهره گیری از عامل بازخورد در ارتباط اسلامی نیز پیچیدگی امروز را نداشته است اما در حال حاضر و با توجه به گستردگی ارتباط اسلامی یک عامل مهم تضمین کننده موفقیت ارتباط اسلامی توجه به پارامتر بازخورد است.

یکی از مقوله های ارتباطی همانطور که در ابتدای این نوشتار آورده شده، ارتباط انسان با هممنوع خود است و از این رو، انسان نسبت به دیگران دارای تعهدات، وظایف و مسئولیت های می باشد مانند اینکه در رابطه با دیگران بر اساس عدالت و مهربانی رفتار کند یا اگر میان مسلمانان اختلاف افتاد، هر فرد وظیفه دارد در رفع آن بکوشد، این نوع ارتباط انسان با دیگران که رابطه ی مثبت و تقویت می کند عاملی برای افزایش سرمایه اجتماعی در جامعه می باشد در ادامه ی این نوشتار به بررسی سرمایه اجتماعی در جامعه ی اسلامی ارتباطی می پردازیم.

مفهوم سرمایه اجتماعی

سرمایه اجتماعی در دهه های ابتدائی قرن بیستم ابداع شد. این واژه برای نخستین بار در نشان دادن چگونگی تأثیر گذاری خانواده بر آموزش بکار رفت. اما امروزه در حوزه های مختلف، گسترش یافته است. یکی از مشکلاتی که همواره در مورد مفهوم سرمایه اجتماعی وجود دارد، نبود تعریف واحد و جامع و قابل قبولی از این واژه است به همین خاطر به تعریف برخی صاحب نظران که دارای اعتبار بیشتری در این زمینه است می پردازیم.

پیروردیو، یکی از اولین صاحب نظران در موضوع سرمایه اجتماعی است که شبکه و روابط نهادینه شده را اساس تعریف خود قرار داده است. او معتقد است که سرمایه اجتماعی به صرف عضویت در گروه به فرد تعلق می گیرد. و دربرگیرنده ی روابط اجتماعی ارزشمند میان آدمهاست. بوردیو برای تولید سرمایه اجتماعی به خانواده توجه ویژه ای داشته است. زیرا از جمله روابطی است که دارای مقبولیت و احترام است و این امر فشاء سرمایه اجتماعی است. او بعدها تعریف خود را گسترش داده و آن را چنین تعریف کرد: «سرمایه اجتماعی عبارت است از مجموعه منابع فیزیکی یا غیر فیزیکی در دسترس فرد یا گروهی که دارای شبکه نسبتاً با دوامی از روابط نهادینه شده با آشنایی های دوجانبه و محترم هستند».

جیمز کلمن، در تعریف خود از سرمایه اجتماعی بر روی ، روابط بین افراد، تأکید کرده است و می گوید: سرمایه اجتماعی از روابط بین افراد یک اجتماع- به ویژه اجتماعات بسته-تشکیل شده است».

رابرت پوتنام مشارکت و اعتبار را دوشاخ اصلی سرمایه اجتماعی می داند که عاملی تسهیل کننده برای سرمایه اجتماعی است. او سرمایه اجتماعی را چنین تعریف می کند: شبکه اجتماعی تشکیل شده از روابط و تعاملات بین گروه های ذی نفع می باشد. سرمایه اجتماعی به اعتبار و شبکه هماهنگ کننده ی فعالیت های اجتماعی انسان باز می گردد و موجب کار آمدی اجتماعی می گردد».

شاخص های رابطه ای سرمایه اجتماعی در اسلام

وجه تمایز سرمایه اجتماعی از بقیه ی انواع سرمایه این است که سرمایه اجتماعی در روابط وجود دارد و نه در اشیاء و افراد منفرد. سرمایه اجتماعی زمانی ایجاد می شود که روابط میان افراد به نحو مطلوب پدید آمده باشد. مؤلفه های ارتباطی عامل ارتباط میان افراد می شود و آن را گسترش می دهد و شبکه اجتماعی ارتباطات میان افراد را گسترده تر می سازد. این شبکه اجتماعی در جامعه ی اسلامی میان برادران ایمانی موجود است.

دومؤلفه ارتباطی متقابل وهنجار، عامل تقویت ارتباط میان افراد وشکل گیری شبکه اجتماعی مرثر، می شوند.

مرور حضور یکپارچه مردم ایثارگر کشور عزیزمان، نشان می دهد در اوج شکل گیری انقلاب اسلامی، همه مردم ما در تمام نقاط میهن پهناورمان در سایه رهبری هوشمند و عالمانه حضرت امام خمینی(ره) و با نقش فعال روحانیت مبارز و آگاه، با اعتماد و تعامل اجتماعی متقابل، دست در دست یکدیگر و با فراموش کردن تمام اختلافات ریز و درشت در همه جنبه های حیات اجتماعی، سیاسی، فرهنگی و مذهبی، یک دل و یک صدا بوده و به تعبیر شیرین و غیر قابل تردیدی «امت واحده» بودند

هنوز خاطره خوش اتحاد بی شایبه آن روزها از یادمان نرفته که چگونه جملگی یک شعار را زمزمه می کردیم و یک هدف مشترک داشتیم و آن سرنگونی رژیم پادشاهی دست نشانده و پیروزی انقلاب اسلامی بود به اعتراف همه مفسران، انقلاب های بزرگ دنیا همین وحدت کلمه و احساس هویت جمعی و گروهی در کنار عوامل مهم دیگر، انقلاب اسلامی سال ۱۳۵۷ را رقم زد. پس این نظام مقدس در پیش زمینه خود از سرمایه اجتماعی، بهره های فراوان برده است

اهتمام جمهوری اسلامی به سرمایه اجتماعی پس از پیروزی انقلاب اسلامی ایران از همان لحظات اولیه پیروزی انقلاب اسلامی، قدرت های استعماری در پی انحراف این حرکت اصیل و الهی بودند؛ حرکتی که بر پایه فطرت اصیل و آزادی خواه ملت ایران استوار بوده و هست. کشور ما در دو سال پیش از آغاز جنگ تحمیلی فرزندان طراح، برنامه ریز و برومندی را هم چون استاد شهید مطهری، شهدای محراب، شهید آیت الله دکتر بهشتی، شهید رجایی، شهید باهنر، شهیدان والامقام حزب جمهوری اسلامی و... از دست داد که اگر بودند و انقلاب اسلامی را همراهی می کردند، امروز کشور ما به گونه متمایزتری در عرصه های داخلی و بین المللی می درخشید و این عزیزان، نقش شگفت انگیزی در ارتباطات وسیع مردم جامعه و تشکیل و تقویت سرمایه اجتماعی داشتند

دشمنان نظام جمهوری اسلامی وقتی از ترور شخصیت های برنامه ریز کشور و خیال خام

شکست انقلاب اسلامی ناکام ماندند به سراغ نوکر بی‌خرد خود در کشور همسایه رفتند و هشت سال جنگ تحمیلی را علیه این کشور عزیز صورت دادند. مردم فهیم ما با همان وحدت کلمه و با پاس‌داشت انگیزه‌های اولیه شکل‌گیری و پیروزی انقلاب اسلامی، به اعتراف تحلیل‌گران امروز دنیا در مقابل همه قدرت‌های زورگو و زیاده‌خواه ایستادند و از جنگ تحمیلی، سرافراز و پیروز بیرون آمدند.

جمهوری اسلامی درمقاطع حساس و سرنوشت‌ساز خود نیز بهره‌های فراوانی از سرمایه اجتماعی برده است. به تعبیری کشور عزیزمان ده سال دفاع مقدس را پشت سر گذاشت. این در شرایطی است که نسل سوم انقلاب اسلامی، اطلاعات بسیار کمی از دو سال دفاع مقدس ۱۳۵۷ و ۱۳۵۸ دارند و با اندیشه‌های سرمایه‌های اجتماعی گرانقدر از دست رفته انقلاب اسلامی کمتر آشنا هستند. نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران که هر گوشه‌اش سرشار از فداکاری فرزندان برومند و بی‌ادعای خویش است در این مسیر با پشتوانه سرمایه اجتماعی حمایت مردمی، گام به پیش نهاده است.

شاخص‌های ایجاد روابط متقابل در جامعه‌ی اسلامی
برخی شاخص‌ها در جامعه اسلامی وجود دارد که عامل تقویت روابط متقابل میان اعضای جامعه می‌شود و گسترش این روابط مهم است که باعث تولید سرمایه اجتماعی می‌شود. این شاخص‌ها عبارتند از:

۱- عوامل دوستی‌زا

اسلام، مخاطبان خود را به رعایت برخی رفتارها توصیه کرده است که عاملی برای ایجاد دوستی و موّدت میان مسلمانان می‌شود و ارتباط میان آنها را به شکل مثبتی گسترش می‌دهد. این مؤلفه‌ها و رفتارها در اسلام بسیار زیاد است، مانند میهمانی دادن، طله‌ی رحم، عدم تمسخر دیگران، هدیه دادن، عیادت از بیماران، حل اختلافات دیگران و ایجاد دوستی میان آنها، خدمت کردن به دیگران، گشاده رویی و..... همه‌ی این امور عامل تقویت روابط و اصلاح جامعه می‌شود.

۲- اصل توبه ی اجتماعی

اسلام به مخاطبان خود دستور داده است که با مسلمانانی که دچار گناه شده اند و توبه کرده اند ، تعامل مناسب برقرار کنند و به آنها کمک شود که به شبکه اجتماعی اسلام باز گردند.

روابط با آنها باید مبنی بر احترام متقابل و به دور از هر گونه به رخ کشیدن گناهشان باشد. در این نوع تفکر ، سوء سابقه مطرح نمی شود و افراد از حقوقی همیشگی خود در جامعه مانند استخدام ، ازدواج ، ارتباط دوستانه و مانند اینها مانند گذشته برخوردار هستند. اسلام به این امر سفارش کرده است و اگر غیر از این عمل شود و فرد گناهکار بعد از توبه همچنان مورد بی اعتمادی از طرف جامعه و افراد قرار گیرد، این امر آثار مخربی بر سرمایه اجتماعی خواهد داشت زیرا فرد احساس تعلق خود به جامعه و گروه های مثبت را از دست خواهد داد و ارتباط او با دیگران تضعیف خواهد شد.

۳- یکپارچگی امت اسلامی

در اسلام، همه افراد از هر ملیت، زبان، نژاد، جنس و طبقه اجتماعی ، برادر یکدیگر محسوب می شوند. به همین خاطر شبکه اجتماعی در اسلام بسیار گسترده و درهم تنیده است. در قرآن از مسلمانان با واژه ی امت یاد شده که این واژه ، تداعی کننده یکپارچگی میان آنهاست و این امر نوعی مسئولیت و تعهد افراد نسبت به یکدیگر را می رساند. پیامبر اکرم (ص) در رساندن این مفهوم به دیگران می فرمایند که «مؤمنان همچون یک روح هستند» .

شاخص های ایجاد هنجار در جامعه ی اسلامی

در اسلام، هنجارهای زیادی وجود دارد که سبب رشد و توسعه ی سرمایه اجتماعی می شود. این هنجارها برای مسلمانان ، الگوی مهم و کاملی تلقی می شود که رفتار و ارتباط مرثر آنها با دیگران را در جامعه اسلامی تضمین می کند. هنجار همان الگوی نهادینه شده در جامعه ی برای ایجاد رفتار خاص می باشد.

۱- عدالت

وجود عدالت در جامعه اسلامی از مبانی مهم سرمایه اجتماعی است. این هنجار این معنا را می‌رساند که «هر آنچه برای خود می‌پسندی برای دیگران هم بپسند و هر آن چه که برای خود نمی‌پسندی برای دیگران هم نپسند». خداوند در قرآن نیز به این موضوع پرداخته است و می‌فرماید: «آیا جزای نیکی جز نیکی است؟» معنای ذکر شده از عدالت و آیه شریفه هر دو بر این امر دلالت دارند که افراد باید در مقابل رفتار مثبت دیگران، حتماً واکنش مثبتی داشته باشند و این امر تعامل مثبت میان اعضای جامعه را تضمین می‌کند و سرمایه اجتماعی را گسترش می‌دهد.

نیکی کردن دیگران باید جبران شود و این یک وظیفه برای مسلمانان در اسلام است. اسلام تلافی بدی را مجاز می‌داند اما ذکر می‌کند که بخشش و عفو اشتباهات دیگران پسندیده تر است. در اسلام این امر آمده است که باید در برابر هر ظلمی، مقابله کرد و جلوی گسترش ظلم را در جامعه گرفت و این امر باید در مسیر عدالت محقق شود. اسلام، به عدالت توجه ویژه‌ای دارد و به مسلمانان دستور داده است که در صورت نیاز به یاری مظلومان بشتابند و اجازه ندهند عدالت توسط ستمکاران نقض گردد. همچنین سفارش می‌کند که برخلاف عدالت سخن نگویند، حتی اگر گفتار عادلانه به زیان خود و خانواده‌شان باشد.

۲- فرهنگ ایثار و شهادت

این هنجار خاص اسلام است و به این امر مثبت اشاره دارد که افراد به رفتار مثبت با دیگران دست بزنند حتی اگر رفتار مناسبی از رطف مقابل نمی‌بینند و با بخشش و گذشت با دیگران رفتار کنند و از خود ایثار با خرج دهند، این امر سرمایه اجتماعی را در جامعه اسلامی حفظ می‌کند. از طرفی این هنجار اسلامی به این امر اشاره دارد که افراد دارای از خود گذشتگی باشند و بتوانند در صورت لزوم از آن چیزی که به آن علاقه دارند، بگذرند. ایثار در هر شکل آن، موجب خودسازی تکامل، شخصیتی و روحی افراد می‌شود و در رابطه‌ی آن‌ها با دیگران و تحکیم وحدت در جامعه‌ی اسلامی بسیار موثر است.

عده ای از مال و فرصت و حق خود در جامعه می گذرند و عده ای دیگر ایتار را در حد علی خود یعنی بذل جان و شهادت در راه خدا انجام وظیفه می نمایند

۳-تزاید خوبی

اسلام، همواره به مسلمانان این هنجار را تزریق می کند که در برابر هراتبای مثبت از طرف دیگران، یک قدم جلوتر بروند و رابطه را محکم تر و قوی تر سازند. این عامل رابطه ی مسلمانان را هر روز بهتر از دیروز شکل می دهد. خداوند در قرآن می فرماید: «و چون به شما تحیت و درودی گفته شد، شما تحیتی نیکوتر از آن یا همانند آن را بگوئید، که بی تردید خداوند حسابرس همه چیز است».

هنجار تزاید خوبی همچنین به این نکته اشاره دارد که پاسخ دادن بدی با خوبی یا همان نیکی کردن در مقابل بدی دیگران، عامل جلب اعتماد افراد به یکدیگر می شود و بدی را در جامعه کاهش و خوبی را افزایش می دهد. ارتباط بین افراد در جامعه را به سمتی مثبت پیش می برد و سرمایه اجتماعی در جامعه اسلامی را نیز گسترش می دهد.

نتیجه گیری

انسان، موجودی است ارتباط گر و جستجو گر و این در ذات نهاد انسان نهفته است و جزء لاینفک وجودی اوست. هنگامی که سیرت قوی اجتماعی انسان را مورد توجه قرار می دهیم، می بینیم که انسان به نسبت استعداد و ذاتی خود، وسایلی یافته و می کوشد از ابزارها، نمادها، و راه های مختلف به برقراری ارتباط مناسب با دیگران و جهان پیرامون خود پردازد.

خداوند نیز به عنوان خالق تمام جهان و بشریت این بعد ارتباطی انسان را حائز اهمیت دانسته و در کتاب و در طبیعت خود نشانه هایی کلامی و غیر کلامی بسیاری برای هدایت انسان به سمت داشتن ارتباط مرثر با دیگران قرار داده است که نوعی اعتماد میان اعضای جامعه ایجاد می کند و این امر سرمایه اجتماعی را در جامعه تقویت می کند.

سرمایه اجتماعی همان وجود ارتباط عمیق و گسترده میان افراد جامعه است. روابط عمیق به معنای وجود اعتماد است و گستردگی روابط در جامعه نشانه‌ی وجود شبکه اجتماعی و ارتباطات متقابل در جامعه است. بعد ارتباطی سرمایه اجتماعی، ارتباط میان افراد را مورد تأکید دارد. ارتباط متقابل انسانی اگر بر مبنای اعتماد شکل گیرد، سرمایه اجتماعی را در خانواده رهبری و سازمان ایجاد می‌کند. دوسویه بودن رابطه بسیار اهمیت دارد زیرا ارتباط یکسویه، بی دوام است و سرمایه اجتماعی را نمی‌تواند پدید آورد. سرمایه اجتماعی با داد و ستد میان روابط انسانی ایجاد می‌شود. اسلام برخی مؤلفه‌های ارتباطی را در بحث ارتباط متقابل اعتماد آفرین را معرفی کرده است که شامل، عوامل دوستی‌زا تفکر یکپارچگی امت اسلامی و اصل توبه اجتماعی می‌باشد.

یکی دیگر از ابعاد ارتباطی سرمایه اجتماعی در اسلام هنجار است. هنجارهایی که نوعی روابط میان انسان‌ها را بر اساس اعتماد تنظیم کنند می‌توانند در تولید سرمایه اجتماعی نقش داشته باشند. در اسلام، برخی هنجارها وجود دارند که عامل تقویت سرمایه اجتماعی و ارتباط مرثر میان اعضای جامعه اسلامی می‌شوند و الگویی در اختیار مسلمانان برای تنظیم رفتار خود با دیگر افراد قرار می‌دهند. این هنجارها شامل، عدالت، فرهنگ ایثار و شهادت و تزاید خوبی است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی، با درایت عمیقی خود همیشه به خوبی نسبت به اوضاع اجتماعی ایران اسلامی استحضار داشته و همگان را به «وحدت کلمه» که رمز پیروزی انقلاب اسلامی است دعوت کرده‌اند. و شایسته است در این شرایط حساس، همگان ندای رهبر عزیز، حکیم و فرزانه انقلاب اسلامی را لبیک گفته و اختلافات حزبی و گروهی را وانهاد و به اعتلای کشور عزیزمان و وحدت کلمه و انسجام اسلامی بیندیشیم. و نیک بدانیم که دولت‌های استعمار پیشه و زورمدار غربی، سر سوزنی به فکر مردم ما نیستند و تنها به مصالح و افزایش قدرت و ثروت خود می‌اندیشند. تجربه افغانستان، عراق و دیگر کشورهای منطقه، درس عبرتی است که به ما هشدار می‌دهد از بی‌تفاوتی سیاسی حذر کرده و نظام مقدس جمهوری اسلامی ایران و دولت خدمتگزاران را حمایت کنیم. هرچند که ممکن است هر کدام از ما ناکامی‌ها و

دلخوری‌های بجا و یا نابجایی داشته باشیم، اما باید در اوضاع کنونی تنها به استقلال، آزادی و جمهوری اسلامی، ایرانی مقتدر و قدرتمند در تمامی عرصه‌ها، وحدت کلمه و تقویت سرمایه اجتماعی بیندیشیم.

اعضای جامعه اسلامی و نهادهای مختلف در آن می‌توانند برای تقویت ارتباطی جامعه اسلامی و افزایش میزان سرمایه اجتماعی به برنامه ریزی‌های صحیح در جهت عملی کردن و نهادینه سازی این هنجارها در جامعه بپردازند. و با گسترش و ترویج فرهنگ ایثار و شهادت، روحیه عدالت طلبی و ارتباط متقابل کارآمد، شبکه‌های اجتماعی عمیقی را در جامعه پیاده سازی کنند تجربه ۳۵ ساله انقلاب اسلامی ایران نیز، نشان می‌دهد نظام جمهوری اسلامی مرهون یکی از مهمترین عوامل تداوم و پایداری خود یعنی حمایت‌های مردمی و به تعبیر نگارنده این نوشتار، ارتباط و انباشت و توسعه «سرمایه اجتماعی» است

پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی
پرتال جامع علوم انسانی

منابع

۱. تبلیغ اسلامی ودانش ارتباطات اجتماعی /محسن خندان/نشر مرکز چاپ ونشر سازمان تبلیغات اسلامی /بهار ۱۳۷۴
۲. روان شناسی وتبلیغات (با تأکید برتبلیغ دینی) /محمد کاویانی -قم : پژوهشگاه حوزه ودانشگاه : ۱۳۸۶
۳. منبع قدرت نرم: سرمایه اجتماعی دراسلام/تألیف محسن رواداری « نشر : تهران ، دانشگاه اما صادق(ع) ۱۳۸۹
۴. تعامل دین وارتباطات /حسن بشیر: نشر: تهران : دانشگاه امام صادق (ع) ۱۳۸۷
۵. محسنیان راد/ مهدی (۱۳۶۹) ارتباط شناسی ، تهران سروش
۶. حکیم، سید محمد باقر (۱۳۷۷) وحدت اسلامی ازدیدگاه قرآن وسنت. عیدالهادی فقهی زاده .تهران: تبیان
۷. محمد حسین طباطبایی ،ترجمه تفسیر المیزان ، سید محمد باقر موسوی همدانی ، قم:دفتر انتشارات اسلامی جامعه ی مدرسین حوزه عصمیه قم ، ۱۳۷۴.
۸. ناصر مکارم شیرازی ، تفسیر نمونه تهران ، دارالکتب الاسلامیه ، ۱۳۷۴.
۹. شیوه های فرهنگی -ارتباطی پیامبر(ص) درعهد کلی /دکتر حسن الویری
۱۰. ارتباطات میان فرهنگی دردهه های نخستین اسلامی /دکتر محسن الویری
۱۱. نقش اجتماعی رسانه ها درنظام اسلامی معاصر/ دکتر حسام الدین آشقا
۱۲. تعامل دین و رسانه از دیدگاه حقوق/ دکتر محسن اسماعیلی
۱۳. ارتباطات درجامعه متکثر فرهنگی /دکتر ناصر باهنر
۱۴. برنامه های دینی تعریز پول ودریافت مخاطبان /دکتر ناصر باهنر
۱۵. کیان تاج بخش، سرمایه اجتماعی ، اعتماد، دموکراسی وتوسعه، تهران: نشر شیرازه ۱۳۸۵
۱۶. محسن رنانی ، «سرمایه اجتماعی ، شرط الازم برای توسعه» ، اندیشه صادق ، ۱۳۸۲.