

الگوی ارتباطات انسانی مطلوب در فرهنگ اسلامی

چکیده

برخی نظریات به نقش برجسته ارتباطات و نقش آفرینی آن در پیدایش، حفظ یا تحوّل و انتقال فرهنگ اشاره می‌کنند. در ابعاد گوناگون سیاست‌گذاری فرهنگی نیز لازم است به این مقوله توجه جدی‌تری بشود. این مقاله درصدد است با تبیین اهمیت و جایگاه ارتباطات در تحقق فرهنگ دینی، به ارائه ابعاد کلی الگوی ارتباطات انسانی - اسلامی بپردازد. بدین منظور، با روش کیفی - تحلیلی، ضمن بازخوانی نقش ارتباطات در فرهنگ دینی، محوریت توحید و ولایت در ارتباطات انسانی مطلوب دینی تبیین می‌گردد. بر اساس تحلیل این نوشتار، توحید محور اصلی نظام معنایی فرهنگ دینی است و بدین‌روی، ابعاد گوناگون ارتباطات نیز باید در جهت تحقق آن ترسیم شود. از سوی دیگر، چون ولایت ظرف تحقق توحید است، ارتباطات مطلوب دینی باید با توجه به درجه دین‌داری افراد و تولا و تبرّا شکل گرفته، بر اساس آن اجرا شود و سایر حیثیات مخاطب و ساحاتی که ارتباط در آن محقق می‌شود به عنوان قیودی بر آن ملاحظه شود. با توجه به جایگاه برجسته ارتباطات در تحقق فرهنگ دینی، لازم است این مسئله در مراحل گوناگون سیاست‌گذاری و آموزش عمومی جامعه مد نظر سیاست‌گذاران قرار گیرد.

■ واژگان کلیدی

ارتباطات انسانی، فرهنگ، سیاست‌گذاری، توحید، تولا و تبرّا.

پرتال جامع علوم انسانی

سجاد مهدی‌زاده

دکتری فرهنگ و ارتباطات، دانشگاه باقرالعلوم (ع)
sajadm61@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۴/۸/۱۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۴/۱۲/۳

۱. مقدمه

انسان موجودی اجتماعی است که حیات مطلوبش در گرو ارتباط با سایر افراد جامعه است و هویت واقعی‌اش در اجتماع ظهور می‌یابد. به باور علامه طباطبائی، اجتماعی بودن انسان از امور فطری است که به اثبات نیازی ندارد (طباطبائی، ۱۳۸۵، ج ۴، ص ۱۴۴-۱۴۵). به کار رفتن واژگانی مثل «شعب»، «امت»، «طایفه» و «ملت» دربارهٔ اجتماع و جامعه در قرآن و ذکر احکام فقهی، اجتماعی، حقوقی و اخلاقی فراوان نیز بیانگر عمق اهتمام معارف دینی به امور اجتماعی است (جوادی آملی، ۱۳۸۸، ص ۳۱-۳۸)

سبک زندگی اسلامی به عنوان ساحتی مهم از فرهنگ، ابعاد متعددی دارد که به یقین، یکی از مهم‌ترین آنها سبک ارتباطی افراد در جامعهٔ دینی است. از سوی دیگر، بازتولید، رشد و تعالی فرهنگ در یک جامعه، به تعامل و تضارب در درون آن جامعه نیازمند است و آنچه بستر این تعامل را فراهم می‌کند ارتباطات و به‌ویژه ارتباطات انسانی بین افراد آن جامعه است. با توجه به تعامل تنگاتنگ فرهنگ و ارتباطات، دین نیز برای بازتولید و نشر نظام معنایی، اعتقادات و ارزش‌های بنیادین خود، دست به ارائهٔ نظام ارتباطات انسانی خاصی زده است. بر این اساس، در منابع اسلامی سفارش‌های متعددی در خصوص نحوهٔ ارتباطات انسانی، به‌ویژه ارتباطات میان‌فردی، به چشم می‌خورد و دربارهٔ شیوه‌ها و اصول رفتار اجتماعی اسلامی با گروه‌های درون‌دینی و برون‌دینی، در حوزه‌های اخلاق، احکام و فقه تجویزهای متعددی وجود دارد.

بدین‌روی، یک عرصهٔ مهم برای تصحیح و هدایت فرهنگ، سیاست‌گذاری در ساحت ارتباطات در آن جامعه است و در تمام مراحل چرخهٔ سیاست‌گذاری عمومی، چه «شناخت مسئله» و چه «تدوین راه حل» و حتی «بازخورد و ارزیابی» این مسئله باید مطرح نظر قرار گیرد. در شناخت و انتخاب مسئله‌ها، «اولویت‌گذاری» و «فهم نظام‌مند» از اهمیت بسیاری برخوردار است و حاکمیت برای حل انبوهی از مسائل اجتماعی و فرهنگی به ناچار باید آنها را اولویت‌بندی کند. توجه به الگوی ارتباطی مطلوب دینی، موجب بهبود در فرایند برطرف کردن انواع نیازهای اقتصادی، اجتماعی، و عاطفی افراد یک جامعه خواهد شد؛ همچنان که بسیاری از مشکلات و آسیب‌های اجتماعی و فرهنگی از قبیل خشونت، انحرافات جنسی، اعتیاد، مسائل خانوادگی مستقیم یا غیرمستقیم به

مسئله «ارتباطات» بازگشت دارد. بنابراین سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی برای اصلاح و ارتقا جایگاه ارتباطات انسانی می‌تواند مسیری مهم جهت ارتقا و رفع مشکلات خرد و کلان فرهنگی تلقی شود. بر این اساس، هم در ترسیم وضع مطلوب و فرهنگ ایده‌آل و هم در طراحی سنجه‌های ارزیابی فرهنگی برای آسیب‌شناسی وضعیت موجود و همچنین در ارائه راه‌کار و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، بازخوانی و نگرش جدی‌تر به ارتباطات انسانی، به‌ویژه ارتباطات میان‌فردی، ضروری است. با تدوین و مشخص شدن محورها و چارچوب‌های رفتاری مطلوب ارتباطی، امکان شاخص‌سازی برای پیمایش و ارزیابی رفتارهای اجتماعی در حوزه ارتباطات انسانی مطلوب فراهم خواهد شد. در زمینه ارتباطات انسانی - اسلامی، آثار متعددی نگارش شده، ولی این آثار بیشتر در حوزه اخلاقی - تربیتی بوده و نگاه کلان اجتماعی و نگاه فرهنگی بدان کمتر مد نظر بوده است. در این نوشتار، ابتدا مفهوم «فرهنگ» و «ارتباطات» و سپس نسبت این دو بررسی می‌شود و در ادامه، اهمیت و کارکرد ارتباطات انسانی، بخصوص در نگاه دینی و بالآخر ارتباطات میان‌فردی تبیین خواهد شد. همچنین استخراج قواعد حاکم بر ارتباطات میان‌فردی در فهم اولویت‌های اصلی سیاست‌گذاری فرهنگی در سطح کلان ارتباطات اجتماعی می‌تواند اثرگذار باشد. بدین‌روی، در ادامه، با مروری سریع بر نگاه دینی به هسته مرکزی فرهنگ، و دال‌های مرکزی آن، نمایی کلی از ساختار ارتباطات انسانی اسلامی ارائه خواهد شد.

۱۰۱

۲. بررسی مفاهیم

۲-۱. فرهنگ

از آنچه امروزه به عنوان «فرهنگ» یاد می‌شود، تعاریف متعددی ارائه شده و تاکنون درباره تعریف، محدوده و عناصر تشکیل‌دهنده آن دیدگاه‌های گوناگونی مطرح گردیده است. کروبر و کلوکهون در مطالعات خود درباره معانی «فرهنگ»، شش دسته‌بندی اصلی در خصوص تعاریف توصیفی، تاریخی، هنجاری، روان‌شناسی، ساختاری و ژنتیکی از فرهنگ مطرح کرده‌اند (اسمیت،

۱۳۸۷، ص ۱۵-۱۶)

از جمله رویکردهای پرطرفدار و مشهور، تعریف «فرهنگ» به مصادیق است. برای نمونه، ادوارد تایلور می‌نویسد:

فرهنگ مجموعه پیچیده‌ای است که شامل معارف، معتقدات، هنرها، صنایع، فنون، اخلاق، قوانین، سنن و بالاخره تمام عادات و رفتار و ضوابطی است که فرد به عنوان عضو، از جامعه خود فرامی‌گیرد، و در برابر آن جامعه، وظایف و تعهداتی را برعهده دارد. (روح‌الامینی، ۱۳۷۲، ص ۱۷-۱۸).

برخی اندیشمندان نیز بر نظام معنایی و معرفتی فرهنگ تمرکز دارند. به تعبیر برخی، فرهنگ «معرفت و شناختی است که مردم جهت تعبیر و تفسیر رفتار اجتماعی به کار می‌گیرند. این معرفت، اکتسابی و تا حدی در میان افراد مشترک است» (اسپردلی و مک‌کوردی، ۱۳۷۲، ص ۲۶) یکی از محققان نیز با توجه به مبانی حکمت اسلامی، معتقد است:

فرهنگ، بخشی از معرفت است که در ذهنیت مشترک افراد و یا جامعه و یا در زیست‌جهان افراد وارد شده است. مراد از معرفت در این عبارت، تنها آگاهی ذهنی، تصویری یا تصدیقی نیست؛ مراد معنای عامی است که احساس، عاطفه، گرایش، اعتقاد، عادات و آداب را نیز فرامی‌گیرد. هر نوع آگاهی هنگامی که صورتی جمعی پیدا کند در قلمرو فرهنگ واقع می‌شود. فرهنگ در این تعریف، عقاید، آگاهی‌ها، ارزش‌ها، هنرها، آداب و عاداتی را شامل می‌شود که از طریق تعلیم و تعلم منتقل شده و صورتی جمعی پیدا می‌کند. (پارسانیا، ۱۳۹۰، ص ۴۱-۴۲)

۲-۲. ارتباطات انسانی

از یک منظر، می‌توان گفت: دنیای امروز دنیای ارتباطات و اطلاعات است و زندگی همه انسان‌ها به نحوی به ارتباطاتش بستگی داشته، و از آن متأثر است. هر مکتب و اندیشمندی بر اساس فرانظریه‌های ذهنی خود و منظرهای گوناگون، پدیده «ارتباطات» را تحلیل کرده است. «ارتباطات» حوزه فکری گسترده، اما فاقد انسجامی است که هیچ توافق جهانی بر سر نظریه عمومی آن وجود ندارد. بدین‌روی برخی برای دسته‌بندی نظریات، در خصوص چگونگی شکل‌گیری حوزه نظریه ارتباطات، و اینکه چگونه نظریه ارتباطات از سنت‌های فکری متمایزی نشئت گرفته است که دیدگاه‌های متفاوتی را درباره نظریه «ارتباطات» ارائه می‌دهند، بحث می‌کنند. (لیتل جان، ۲۰۰۹، ص ۹۵۸-۹۶۳)

در خصوص واژه «ارتباطات انسانی»^۱ نیز تعاریف عام و خاصی قابل طرح است. در یک تعریف عام، ارتباطات انسانی شامل این موضوعات می‌شود: ۱. ارتباط انسان با انسان؛ ۲. ارتباط انسان با ماشین؛ و ۳. ارتباط انسان با حیوان. (محسنیان راد، ۱۳۹۲، ص ۳۶۹-۳۷۱). در تعریفی محدودتر نیز «ارتباطات انسانی» فقط ارتباط انسان با انسان، اعم از ارتباط فرد با فرد، ارتباط گروهی، و ارتباط جمعی را شامل می‌شود. اما در تحلیلی که این نوشتار بر آن تأکید دارد، «ارتباطات انسانی» در مقابل «ارتباطات جمعی» است. در یک نحوه تقسیم‌بندی، ارتباطات شامل ارتباطات «سنتی» و «مدرن یا رسانه‌ای» می‌شود. ارتباطات سنتی نیز به طور عمده، به «ارتباطات انسانی»، «چهره به چهره» و «بی‌واسطه» فردی و گروهی اطلاق می‌شود. با وجود توسعه رسانه‌های نوین و از بین رفتن کارکرد گذشته ارتباطات سنتی در جوامع امروز، ارتباطات سنتی هنوز هم از نفوذ و اعتبار خاصی برخوردار است؟ زیرا به طبیعت انسانی و نیازهای عاطفی و معنوی او نزدیک‌تر است. ارتباطات نوین نیز هر جا براساس زیرساخت‌های ارتباطات سنتی شکل گرفته، موفق‌تر و کارآمدتر بوده است. (فرقانی، ۱۳۸۲، ص ۷)

مهم‌ترین سطوح متعارف ارتباطات انسانی نیز عبارت است از: ارتباطات درون فردی، میان فردی، درون گروهی، میان گروهی، سازمانی، ملی، منطقه‌ای و جهانی. همچنان که ارتباطات جامعه بر ارتباطات انسانی استوار است. ارتباط میان فردی^۲ نیز محوری‌ترین سطح ارتباطات انسانی است. ارتباط «میان فردی»، ارتباطی است مستقیم بین دو تن یا تعدادی بیشتر از افراد که در مجاورت فیزیکی قرار دارند. طی این ارتباط، تمام حواس پنج‌گانه می‌تواند به کار گرفته شود. این ارتباط بین یک شخص با شخص دیگری برقرار می‌شود. هدف از قراری این نوع ارتباط ردّ و بدل کردن اطلاعات، درک بهتر یکدیگر، تأمین نیازهای اجتماعی و یا حل تعارضات و اختلافات است. در این نوع ارتباط، نقش فرستنده و گیرنده پیام مدام جابه‌جا می‌شود و بازخورد، فوری و بدون واسطه است. اهمیت ارتباط میان فردی تا آنجاست که ارتباط میان فردی در تمام سطوح ارتباطی و حتی ارتباطات جمعی محوریت دارد و همچنین فرهنگی‌ترین سطح ارتباطات پس از ارتباط

1. Human communication.

2. Interpersonal Communication.

درون فردی، ارتباطات «میان فردی» است؛ زیرا شامل ارتباطات کلامی و نیز غیر کلامی می شود (فیاض، ۱۳۸۹، ص ۱۷)

یکی از پتانسیل های متمایز کننده ارتباطات میان فردی یا همان ارتباطات انسانی به معنای خاص، بهره مندی آن از رفتارهای «ارتباطات غیر کلامی»^۱ در کنار ارتباطات کلامی است. اهمیت این نوع ارتباطات از آنجاست که مطابق تحقیقات، هم از نظر صحت و صداقت بر ارتباطات کلامی ارجحیت دارد و هم معمولاً درصد بیشتر و دقیق تری از اطلاعات را به مخاطب منتقل می کند. (یحیایی ایله ای و تاولی، ۱۳۸۵، ص ۲۷-۲۸) بدین روی، گاهی رفتار غیر کلامی مؤثرتر از کلمات در فرایند ارتباط نقش ایفا می کند و این چیزی است که ارتباطات با واسطه رسانه معمولاً در آن نقصان دارد.

البته برخی محققان با ارائه الگوی «ارتباطات همگرایانه سنتی- مدرن» معتقدند: ارتباطات میان فردی و ارتباطات جمعی به عنوان دو بعد مهم ارتباطات انسانی، باید با یکدیگر ارتباطی متعامل داشته باشند. در این نوع نگاه سیستمی، ارتباطات انسانی، یک فرایند مستمر تلقی می شود که با سایر عناصر حیات بشری در حال تعامل است تا نیازهای انسانی را پاسخ گوید و انسان همه مجاری ارتباطی، اعم از رسانه ای و میان فردی را به کار می گیرد تا نیازهای فردی و اجتماعی خود را تأمین کند. (ر.ک: باهنر، ۱۳۸۶)

لازم به یادآوری است که برخی از صاحب نظران بین دو واژه «رابطه»^۲ و «ارتباط»^۳ تفاوت قایل شده اند. ولی همان گونه که درباره تعریف «ارتباط» و دایره شمول آن اتفاق نظری نیست و هر کسی به بعدی از آن اشاره داشته و آن را به صورت عام و گسترده یا محدود تعریف کرده است (محسنیان راد، ۱۳۹۲، ص ۵۰-۵۵)، در این زمینه نیز تحلیل واحدی ارائه نشده است. با این حال، برخی نظریه پردازان، مثل واتزلویچ با تعبیر «سطح محتوایی» و «سطح رابطه ای»، جوزف دویتو با تعبیر «جنبه رابطه ای» و «جنبه محتوایی»، یا دیلارد با تعبیر «پیام های محتوایی» و «پیام های رابطه ای» به این تمایز اشاره داشته اند. همگان نیز بر این مسئله متفق اند که «ارتباط»

1. Non-Verbal communication.

2. Relation.

3. Communication.

و «رابطه» با یکدیگر درهم آمیختگی و همراهی دارند و ارتباط در بستر یک رابطه محقق می‌شود (محسنیان‌راد، ۱۳۹۱، ص ۷۱-۷۳). به نظر می‌رسد با توجه به رابطه تنگاتنگ این دو مفهوم، می‌توان در بحث‌های سیاست‌گذاری فرهنگی، «ارتباطات» را به معنای عامی به کار برد که مفهوم «رابطه» را نیز شامل شود و در عین توجه به جنبه ارتباطی، به بستر تحقق آن و روابط هم توجه گردد.

۳. نسبت ارتباطات و فرهنگ

«فرهنگ» و «ارتباطات» در تعاملی تنگاتنگ با یکدیگر هستند، تا جایی که برخی فرهنگ را دارای حیثیتی کاملاً ارتباطی دانسته‌اند (فیاض، ۱۳۸۹، ص ۱۹). برای تبیین نسبت فرهنگ و ارتباطات و فهم نقش برجسته ارتباطات در فرهنگ، از چند منظر می‌توان وارد بحث شد. با توجه به معنایی که از فرهنگ و ارتباطات ارائه شد، می‌توان گفت: ارتباطات قلب و نیروی محرک فرهنگ است؛ زیرا معانی، که درون‌مایه و محور اصلی فرهنگ‌اند، از طریق ارتباطات بین افراد جامعه منتشر و تسهیم می‌شوند. از این‌رو، ارتباطات می‌تواند با تسهیم اطلاعات و معانی، یک فرهنگ را بازتولید یا تثبیت کند یا به لحاظ زمانی، از نسلی به نسلی و از منظر مکانی، فرهنگی را از یک حوزه جغرافیایی به حوزه‌ای دیگر منتقل کند. به میزانی که معانی منتقل شده از سوی افراد جامعه پذیرفته و دریافت گردد آن فرهنگ منتقل شده است.

بنابراین، فرهنگ امری مبتنی بر ارتباط‌مداری، یعنی ارتباط اشخاص در درون یک گروه، ارتباط میان گروه‌ها و ارتباط میان عقاید و بینش‌هاست. فرهنگ با هویت و آرمان‌ها و نمادها و ساختارها و رسومی پیوند دارد که به برقراری ارتباط بین انسان‌ها کمک می‌کند (رائو و والتون، ۱۳۸۸، ص ۲). ارتباط به عنوان محور فرهنگ و حیات جمع، محدوده‌ای بس وسیع دارد که دربرگیرنده تمام صور روابط انسانی است. هر قدر بر پیچیدگی حیات اجتماعی افزوده شود، ارتباطات انسانی نیز پیچیده‌تر می‌شود. این پیچیدگی با توجه به گستردگی و تنوع چند برابر می‌شود (ساروخانی، ۱۳۸۱، ص ۱۱-۲۱)

علاوه بر آنچه بیان شد، برخی نظریات فرهنگی نیز بر اساس تحلیل مسئله ارتباط، به تحلیل فرهنگ می‌پردازند. اندیشمندان متعددی به مسئله ارتباطات به مثابه امری فرهنگی توجه کرده‌اند.

البته با گسترش رسانه‌های نوین و هر چه بیشتر رسانه‌ای شدن فرهنگ، اندیشمندان بیشتری به تحلیل ارتباطات در بستر فرهنگ توجه کرده‌اند. برای نمونه، هابرماس اهمیت ارتباط در فرهنگ و جامعه را تا آنجا می‌داند که مسیر پیشنهادی‌اش را برای تحقق جامعه مطلوب، «اصلاح ارتباطات» معرفی می‌کند و برای رهایی از تنگناهای مدرنیته، راه کار عقلانیت ارتباطی را ارائه می‌دهد. از دیدگاه او، کنشگران باید بتوانند بدون تحریف، مبتنی بر استدلال و بدون اجبار، با یکدیگر ارتباط داشته باشند (ن.ک: هابرماس، ۱۳۸۴). فردیناند تونیس نیز ریشه جامعه جدید را در انواع تازه ارتباط می‌داند. او دوگانه «گمین شافت» و «گزل شافت» را مطرح می‌کند. «گمین شافت» نشان‌دهنده اشتراک اجتماعی و «گزل شافت» نمایانگر جامعه است. روابط گمین شافت با پیوندهای نزدیک، صمیمانه، شخصی، همکاری و اعتماد متقابل مشخص می‌شود. اما روابط گزل شافت بر رقابت، نفع شخصی، کارایی، پیشرفت و تخصص مبتنی است و با افزایش شهرگرایی، روابط نوع گزل شافت گسترش می‌یابد (کوئن، ۱۳۸۸، ص ۱۰۳).

۱۰۶

یکی دیگر از راه‌های شناخت اهمیت و کارکردهای ارتباطات در فرهنگ، مطالعه آسیب‌های این عرصه است. در صورت بی‌توجهی به قواعد ارتباطات مطلوب، فرهنگ یک جامعه از جهات متعددی دچار آسیب می‌شود. گاهی آسیب‌های فرهنگی ناشی از محتواهای مخرب و منحرف است و در بین اعضای یک جامعه مبادله می‌شود، و گاهی این آسیب‌ها ناشی از اختلال در روند انتقال یا تولید معناست. اختلال در فرایند ارتباط موجب عدم انتقال صحیح فرهنگی، چه از لحاظ زمانی و چه مکانی، خواهد شد. در بعد زمانی، جامعه با اختلال در ارتباطات خانوادگی و اجتماعی، با شکاف نسل‌ها مواجه می‌شود و در بعد مکانی، در انتقال فرهنگی از جامعه‌ای به جامعه دیگر و ارتباطات میان فرهنگی داخلی و خارجی دچار مشکل می‌شود. این اختلال‌ها و عدم تحقق ارتباطات صحیح موجب می‌شود فرهنگ‌های بیگانه به صورت جایگزین، جای خالی معانی و نمادهای فرهنگ دینی را پر کند و با استفاده از ظرفیت رسانه‌ها و ارتباطات دیگر، با معانی غیر صحیح و نمادها و مظاهر فرهنگی غیردینی به فضای بین‌الذهانی افراد جامعه وارد شود.

امروزه گسترش روزافزون و همه‌جانبه فناوری‌های ارتباطات، اعم از رسانه‌های جمعی و یا ارتباطات مجازی و شبکه‌های اجتماعی، توجه جامعه را از جریان اصلی ارتباطات انسانی منحرف کرده است. شبکه‌های اجتماعی برخط با وجود تسهیل ارتباطات و قابلیت‌های خاص، موجب کم‌رنگ شدن یا انحرافات در ارتباطات چهره به چهره شده است (برای نمونه، ر.ک ماتوسیتز، ۲۰۰۷، ص ۲۱-۳۴). از این رو، یکی از مهم‌ترین مشکلات این رسانه‌ها فارغ از محتوا و معانی به اشتراک گذارده در حوزه فرهنگ یا اثرات فرهنگی فناوری آنها، خطر جای‌گزینی ارتباطات میان فردی با ارتباطات مجازی و از دست رفتن پتانسیل ارتباطات غیر کلامی و بیان احساسات در میان افراد یک جامعه است.

بنابراین، ارتباطات سرچشمه فرهنگ، محمل تحول، انتقال و تکامل آن است. هیچ فرهنگی بدون ارتباطات، قادر به بقا نیست و هر فرهنگی به وسیله نظام ارتباطی‌اش، خود را بازتولید می‌کند. یک فرهنگ معانی، مفاهیم و حتی الفاظ و قالب‌های ارتباطی را مشخص می‌کند؛ چنان‌که جامعه سنتی ابزارهای سنتی و جامعه نوین ابزارها و رسانه‌های نوین را به کار می‌گیرد و ترویج می‌دهد.

۱۰۷

۴. ارتباطات در فرهنگ دینی

۴-۱. گستردگی توجه به تنظیم ارتباطات انسانی در اندیشه اسلامی

یکی از مسائل مهم در تمام ادیان، به‌ویژه دین اسلام، توجه به مسئله ارتباطات بین انسان‌هاست که با توجه به ارتباط تنگاتنگ فرهنگ و دین با ارتباطات، نقشی مهم در گسترش و تعمیق یا ابتدال و به انحراف کشیدن فرهنگ جوامع خواهد داشت. دین برای اصلاح و جهت‌دهی ارتباطات متعدد انسان، الگوها و قواعد و آدابی ارائه می‌دهد؛ تا جایی که حتی رشد و نمو دین‌داری ناظر به کیفیت و مطلوبیت ارتباطات اجتماعی فرد می‌شود.

مطابق آیات قرآن (آل عمران: ۱۵۹) و تبیین اندیشمندان، یکی از علل عمده نفوذ و گسترش دین اسلام نظام ارتباطی و رفتاری اسلام و البته شخصیت و نحوه معاشرت پیامبر اکرم صلی الله علیه و آله بوده است (مطهری، ۱۳۸۸، ص ۱۷۳-۱۷۴). همچنین بخش عمده‌ای از اخلاق اسلامی مثل ایثار، گذشت، تواضع، حسن برخورد و مهربانی نیز صرفاً در زندگی اجتماعی و عرصه ارتباطات میان فردی امکان

ظهور و بروز خواهد داشت. از این رو، نگاه دینی بر لزوم ارتباطات انسانی تأکید دارد^۱ و از تفرقه، اختلاف و قطع روابط نهی می‌کند.^۲

در منابع روایی، ابواب و فصول متعددی با عناوینی مثل «الحب فی الله و البغض فی الله» یا «کتاب المعاشرة» یا «حقوق الاخوان» در زمینه ارتباطات انسانی به چشم می‌خورد. برای نمونه، در جلد چهارم کتاب *اصول کافی*، فصلی با عنوان «کتاب معاشرت» وجود دارد که آداب اجتماعی و نحوه سلام دادن، نامه‌نگاری، حقوق همسایه و همسفر، اشخاص مسن، اهل ذمه و حتی نحوه نشستن را ذکر کرده است. مباحث گسترده‌ای نیز درباره دوستی و دشمنی برای خدا، برادری مؤمنان با یکدیگر، آداب برخورد اهل ایمان با یکدیگر و سایر مسلمانان وارد شده است (نک. حرّ عاملی، ۱۳۸۵، ج ۱۶، ب ۱۷ / مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۶۶، ب ۳۶ / مجلسی، ۱۴۰۴، ج ۲۷، ب اول / ابن بابویه، ۱۳۸۱، ج ۱، ب ۱۱۹ / برقی، ۱۳۷۱، ج ۱، ب ۳۴).

علاوه بر این، در سیره پیشوایان اسلام علیهم‌السلام به نمونه‌های متعددی برمی‌خوریم که از ارتباطات «غیر کلامی» برای انتقال مفاهیم دینی و ارتباط با سایرین استفاده کرده‌اند. حالات و اوصافی مثل «لین»، «معروف»، و «سدید»، که در قرآن و روایات برای «گفتار» به چشم می‌خورد، به سبب تأثیری که این حالات در «معنای ارتباطی» دارد، می‌توانند در شمار ارتباطات «غیر کلامی» قرار گیرند. بدین روی، به نظر می‌رسد دستورها و رفتارهای گوناگونی در روایات و سیره پیامبر اکرم و اهل بیت علیهم‌السلام توصیه شده است که این نوع توصیه‌ها را می‌توان در مقوله رفتارها و ارتباطات غیر کلامی طبقه‌بندی کرد. گشاده‌رویی و لبخند به هنگام دیدار دوستان، نحوه خندیدن، عصبانیت و حالت چهره، نحوه ارتباط چشمی با مخاطب، مصافحه و معانقه و ارتباط لمسی با مخاطب، معطر و نظیف بودن در هنگام برخورد با مؤمنان، نحوه حرکت، راه رفتن، نشستن، نحوه توجه به مخاطب در حین گفت‌وگو، و لزوم داشتن طیب کلام و لحن نرم و آرام از جمله این نمونه‌هاست که به فراوانی در منابع روایی به چشم می‌خورد (نک. طباطبائی، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۳۱۵؛ ج ۶، ص ۴۳۳-۴۵۹ / همچنین ر.ک. همو، ۱۳۸۳).

۱. (یا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اصْبِرُوا وَصَابِرُوا وَرَابِطُوا وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ). (آل عمران: ۲۰۰)
 ۲. (وَلَا تَكُونُوا كَالَّذِينَ تَفَرَّقُوا وَاخْتَلَفُوا مِنْ بَعْدِ مَا جَاءَهُمُ الْبَيِّنَاتُ وَأُولَئِكَ لَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ). (آل عمران: ۱۰۵)

۴-۲. نسبت ارتباطات و فرهنگ اسلامی

با توجه به تعریفی که از «فرهنگ» ارائه شد، درون هر فرهنگ برخی مفاهیم و معانی وجود دارد که نقش کلیدی دارند و وقتی وارد زیست‌جهان و عرصه آگاهی بشر شوند دیگر حوزه‌های ادراکی و معرفتی را تحت‌الشعاع خود قرار می‌دهند (پارسانیا، ۱۳۸۴، ص ۸۶). اگر هسته بنیادین هر فرهنگی را نظام معنایی آن در نظر بگیریم، با توجه به آموزه‌های دینی، «توحید» روح و بنیان نظام معنایی فرهنگ اسلامی خواهد بود، علامه طباطبائی در این باره می‌نویسند:

توحید، اصلی است که با همه اجمالی که دارد، متضمن تمامی تفصیلات و جزئیات معانی قرآنی است؛ چه معارفش و چه شرایعش. و به عبارتی، اصلی است که اگر شکافته شود همان تفصیلات می‌شود، و اگر آن تفصیلات فشرده شود به این اصل واحد برگشت می‌کند» (طباطبائی، ۱۳۸۵، ج ۱۰، ص ۲۰۰)

اگر هدف نهایی دین تحقق توحید در تمام شئون زندگی فردی و اجتماعی انسان باشد، فرهنگ مطلوب فرهنگی است که اعضای جامعه در تمام ابعاد، ملتزم به قواعد و جهان‌بینی توحیدی و مصداق «حَتَّى تَكُونَ أَعْمَالِي وَ أَوْرَادِي كَلِّهَا وَرِدَا وَ أَحَادًا وَ حَالِي فِي خِدْمَتِكَ سَرْمَدًا» باشند. هر قدر شئون زندگی انسان بیشتر رنگ الهی یا به تعبیر قرآنی، «صِبْغَةَ» الله داشته باشد آن فرهنگ و جامعه دینی‌تر و اسلامی‌تر خواهد بود؛ زیرا ارتباطات به مثابه قلب تپنده معانی دینی و به‌ویژه معارف توحیدی را در یک جامعه بین اعضای آن باز تولید می‌کند.

از سوی دیگر، مطابق معارف دینی، بین توحید و ولایت نسبتی وثیق برقرار است و ظرف تحقق توحید تنها با ولایت محقق می‌شود. در منابع فلسفی و عرفانی و نصوص دینی، بر تلازم توحید با ولایت و امامت سخن رفته است. ولایت مهم‌ترین پیش‌نیاز امامت و امام حلقه اتصال خدا و خلق است. از این رو، در روایات، «ولایت» اساس و محور همه اعمال و رفتارها خوانده شده است (حرّ عاملی، ۱۳۸۵، ج ۱، ص ۱۸). مفهوم «ولایت» (به کسر واو) در لغت نیز مفهومی دوطرفه و دارای سنخ ارتباطی است (جوادی آملی، ۱۳۸۶، ج ۱، ص ۲۲۵). در قرآن هم ولایت در رابطه طرفینی خداوند و بندگانش استعمال شده است (بقره: ۲۵۷ / شوری: ۲۸ / انعام: ۱۴ / کهف: ۴۴)

همچنین یکی از محورهای جهان بینی دینی وجود حق و باطل در نظام هستی و تقابل و نبرد این دو جریان با یکدیگر است. افراد با توّلا و تبرّاً در حقیقت، با ولایت الهی یا شیطانی نسبت و سنخیت پیدا کرده، به آن ولایت قرب پیدا می کنند. فرد با توّلا و تبرّاً خود را ذیل ولایت امام متوّلاً قرار داده و به نسبت توّلاّی قلبی و عملی اش، تحت ولایت آن امام قرار می گیرد. پس فرد با ارتباطاتش یا تحت ولایت شیطانی (أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى النَّارِ) (قصص: ۴۱)، قرار می گیرد و در عمل و حقیقت باطنی به سمت ظلمات و باطل می رود، یا با توّلا نسبت به حق، به قلب و التزام رفتاری، تحت ولایت خداوند می رود و از تاریکی ها به سوی عالم نور هدایت می شود (بقره: ۲۵۷) بر همین اساس، التزام به ولایت در دو محور ایجابی و سلبی، یعنی توّلا و تبرّاً میسر می شود. علاوه بر تأکید عقل و منطق بر التزام به توّلا و تبرّاً، نصوص متعددی بر این تلازم تأکید دارند. برائت مکمل و بلکه لازمه عقلانی ولایت و محبت اهل بیت علیهم السلام است و اصولاً بدون تبرّاً، توّلا حاصل نخواهد شد و این دو، دو روی سکه واحد ولایت مداری هستند. نقش توّلا و تبرّاً در پذیرش اعمال صالح، محوری است و شرط اساسی پذیرش اعمال صالح خواهد بود و بدون آن، گویا شخص هیچ عمل خیری انجام نداده است (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۲۷، ص ۶۳ و ۱۹۹). از این رو، مطابق روایات حبّ و بغض معیار دین داری شمرده شده است (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۶۵، ص ۶۳ / نیز ر.ک. کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ب «الحب فی الله والبغض فی الله»)

علت اهمیت این مسئله، تأثیرهای تربیتی ارتباطات و محیطهای ارتباطی بر تربیت و شکل گیری اخلاق و فرهنگ افراد جامعه است. در نظام ارتباطی، رابطه حبّی و تربیتی با یک نفر موجب هم سنخی و تناسب خواهد شد و در نتیجه، طبیعتاً سرپرستی و ولایت او را نیز آسان تر و بیشتر قبول خواهد کرد. یک بعد مهم دیگر ضرورت توّلا و تبرّاً، لزوم حفظ سیادت و عزّت اهل ایمان در برابر غیر است و اشاره شد که این مسئله رابطه تنگاتنگی با اثرپذیری فرهنگی - تربیتی دارد و موجب تسریع اثرپذیری خواهد شد. این ملاک بر مبنای واژه «ولایت»، یعنی «سرپرستی و حاکمیت» و همچنین قاعده «نفی سبیل کافر بر مسلمان» قابل استخراج است (نساء: ۱۴۱). مسئله توّلا و تبرّاً، چه در بعد ارتباطات میان فردی و چه در سطح کلان و ارتباطات میان فرهنگی، بین دو گروه یا دو جامعه صادق است. همان گونه که در نگاه فردی ممکن است شخصیتی تحت

غلبه و سیطره روحی و شخصیتی طرف مقابلش قرار بگیرد، جوامع و فرهنگ‌ها نیز از همین قانون پی‌روی می‌کنند. جوامعی که از فرهنگ و معانی ضعیف‌تری بهره‌مند هستند. بیشتر تحت تأثیر طرف مقابل قرار می‌گیرند.

۳-۴. ساختار ارتباطات انسانی مطلوب دینی

گفته شد که حجم گسترده‌ای از دستوره‌های دینی ناظر به ارتباطات انسانی است. البته این دستورها گاهی ناظر به ارتباط به معنای خاص آن، و گاهی ناظر به تعبیر رابطه به عنوان بستر ارتباطات است. از آن‌رو که تمام دستوره‌های دینی تفصیل اصل توحید یا به عبارت دیگر، ولایت‌اند، باید در سطوح و ابعاد گوناگون ظهور و بروز داشته باشند. ارتباطات انسانی نیز باید در خدمت توحید و ولایت و محقق ساختن آن الگوسازی و اجرا شود.

از سوی دیگر - همان‌گونه که تبیین شد - تبعیت از اصل «ولایت» در نظام ارتباطی نیز باید در قالب تولّو و تبرّاً یا همان ارتباطات بر اساس قواعد ایمانی ظهور یابد. دین از اهل ایمان می‌خواهد محور تمام اعمال، از جمله ارتباطاتشان رضایت الهی و توجه به معیارهای دینی باشد ارتباطات فرد مسلمان هدفمندانه و بر اساس محبت و ایمان به خدا شکل گیرد (فتح: ۲۹) به عبارت دیگر، ارتباط با حق از مسیر ارتباط با جامعه توحیدی و اهل ایمان و بر محور تولّو و برقراری ارتباط با ولی خدا میسر می‌شود. پس اگر جامعه دینی در افکار و اعمال فردی و اجتماعی خویش تولّو و تبرّاً نداشته باشد در واقع، مفهوم صحیح دین‌داری را نیافته و به حقیقت توحید نرسیده است.

تولّو و تبرّاً منحصر به امام حق یا باطل نیست، بلکه باید کل جریان حق و همه افراد به میزانی که از حق بهره دارند مورد تولّو و همه جریان باطل و تابعان آن مورد تبرّاً قرار گیرند. دوست داشتن اهل ایمان و به طور کلی، دوست داشتن کسانی که در مسیر حق حرکت می‌کنند، مقتضای آموزه تولّو و تبرّاست؛ چنان‌که از آثار عمومی هر حبّی محبت به متعلقات و منسوبان آن محبوب است. از این‌رو، تولّو و تبرّاً بدون تولّو و تبرّاً نسبت به همه اهل ایمان و کفر، محقق نمی‌شود (حرّ عاملی، ۱۳۸۵، ج ۱۶، ب ۱۷، «وجوب حب المؤمن و بغض الکافر»، ص ۱۸۱)

همان‌گونه که ارتباط با خداوند و عبادت الهی تکویناً و تشریحاً از میسر ولایت محقق می‌شود، رابطه با امام نیز وابسته به اصلاح ارتباط مؤمنان با یکدیگر است. ولایت بین امام و مؤمنان ولایت

طولی و ولایت بین اهل ایمان با مسامحه ولایتی عرضی است. رابطه‌ای که انسان را به قرب الهی می‌رساند، از طریق رابطه با عموم مؤمنان و جامعه ایمانی ایجاد می‌شود. بر همین اساس، نصوص متعددی تصحیح ارتباطات انسانی را مصداق ارتباط با حق یا باطل خوانده‌اند. این روایات به صراحت، بین ارتباط صحیح با اهل ایمان و ارتباط با ولی و ولایت و در ادامه، ارتباط با خدا، رابطه تنگاتنگی برقرار کرده‌اند. برای نمونه، در روایتی می‌فرماید: هیچ‌یک از شما فکر نکند که اگر مؤمنی را شاد کرد فقط او را شادمان ساخته، بلکه به خدا قسم، ما و رسول خدا را شاد کرده است. (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۸۹) یا فرموده‌اند: وقتی برادر مؤمنی نیاز خود را به مؤمنی عرضه می‌کند این عرضه نعمتی است از خداوند که به سوی او فرستاده شده است پس اگر مؤمن نیاز او را برطرف سازد این کار او را به ولایت ما و ولایت خدا متصل می‌کند. (کلینی، ج ۲، ص ۳۶۸ / همچنین ر.ک. مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۶۵، ص ۱۴۹ و ج ۷۱، ص ۲۲۵، ب ۱۵). بدین‌روی، ایجاد، تصحیح و تحکیم ارتباط با جامعه ایمانی نشانه تقویت ارتباط با محور جامعه، یعنی ولی الهی و همچنین ارتباط با خداوند متعال به شمار می‌آید.

روایات متعددی بر نسبت نزدیک تنظیم ارتباط با اهل ایمان و ولایت الهی تأکید دارد. برای نمونه، در روایت آمده است: «هر کس به فردی که از ما بریده است نیکی کند و با شیعه و دوستان ما برود و از دشمنان اهل بیت علیهم‌السلام تعریف کند، نه ما از او بییم، نه او از ماست» (حرّ عاملی، ۱۳۸۵، ج ۱۶، ص ۲۶۵). در جایی دیگر، می‌فرمایند: «هر کس برادر مسلمان خود را تکریم کند خداوند - عزوجل - را اکرام کرده است (ابن بابویه، ۱۴۱۳ق، ج ۴، ص ۱۶). طبق روایات، قطع ارتباط با مؤمن به منزله خروج از ایمان و حتی اسلام، است و لازمه اتصال و ارتباط با ولایت الهی ارتباط با برادر مؤمن است. (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۳۴۵) همچنین تأکید شده است که هر کس نتواند با ما پیوند نیکی داشته باشد با دوستان صالح ما پیوند داشته باشد، تا برای او پاداش ارتباط با ما و نیکی به ما نوشته شود. یا اینکه ملاقات اهل ایمان به مثابه ارتباط با امام معصوم علیه‌السلام تلقی شده است (ابن بابویه، ۱۴۱۳ق، ج ۲، ص ۷۳)

معارف دینی هر نوع وحدت و الفت بین اهل ایمان را موجب قرب به اهل بیت علیهم‌السلام و بالعکس، هر نوع رفتار موجب کدورت و اختلاف بین اهل ایمان را به شدت مذمت کرده‌اند. برای نمونه، امام

رضا علیه السلام ضمن حدیثی مفصل، پس از توصیه شیعیان به رفتارهای ارتباطی الفت‌دهنده، مثل راست‌گویی و ادا‌ی امانت و اجتناب از مجادله، توصیه می‌کنند که اهل ایمان با یکدیگر رفیق باشند و به همدیگر روی خوش نشان دهند که این کار موجب تقرب‌شان به سوی اهل بیت: خواهد شد. اگر ارتباط گیرنده با یکی از دوستان اهل بیت علیهم السلام ارتباط برقرار کند گویی به امام علیه السلام تقرب پیدا کرده است، و در نقطه مقابل، تصریح شده اگر به این امور توجه نشود و کسی دوستی از دوستان اهل بیت: را بیازارد یا بدخواهی او به دل گیرد، از ولایت ائمه اطهار: بیرون رود و از این ولایت بهره‌ای نخواهد برد (مفید، ۱۴۱۳ق، ص ۲۴۷). در روایتی دیگر، امام علیه السلام ارتباطات نامطلوب را نشانه خباثت باطن معرفی کرده، می‌فرماید: «شما برادر دینی یکدیگرید و آنچه میان شما جدایی انداخته درون پلید است، به این سبب، باری از دوش همدیگر بر نمی‌دارید و برای هم خیرخواهی نمی‌کنید و به هم بذل و بخشش نمی‌کنید و با هم دوستی نمی‌ورزید» (شریف رضی، ص ۱۶۸)

در روایاتی نیز شیعیان به سبب ضعیف بودن سطح ارتباطات و رسیدگی نکردن به فقرای بین خودشان توبیخ شده‌اند (کلینی، ج ۲، ص ۱۷۳). البته این مسئله منحصر به ارتباط با فقرا نیست، بلکه مطلق ارتباطات مطمح نظر امام است. در روایت مشابهی، امام به صراحت، علاوه بر مسئله ارتباط با فقرا، مساوات در ارتباطات و حتی گذشت از خطایای یکدیگر در ارتباطات میان فردی را به عنوان ملاک شیعه بودن معرفی می‌کنند (همان، ص ۱۷۳). در روایاتی نیز تصریح شده که تغییر رابطه امام با مؤمنان دایر مدار رابطه مؤمنان با یکدیگر است. برای نمونه، در روایتی، اسحاق بن عمار نقل کرده است: من ثروتمند شدم و در مقابل منزلم نگرهبانی گذاشتم که فقرا را بازمی‌گرداندند. سالی خدمت امام صادق علیه السلام در مکه رفتم، دیدم که حضرت با روی عبوس با من رفتار می‌کنند. از ایشان پرسیدم: چه چیزی من را نزد شما تغییر داده است؟ حضرت جواب دادند: چون حال و شیوه ارتباط تو با اهل ایمان تغییر کرده است (مجلسی، ۱۴۰۴ق، ج ۵، ص ۳۲۴).

از سوی دیگر، گفته شد که محبت و رفتارهایی که به نحوی منجر به محبت می‌شود، به‌ویژه همنشینی و معاشرت، که ارتباطاتی نزدیک است، موجب تأثیر در بینش و نحوه نگاه طرفین ارتباط نیز خواهد شد. به تعبیر روایات، انسان در حقیقت، بر دین و روش دوستانش زندگی می‌کند؛ بدین‌روی، باید در نحوه معاشرت، به‌ویژه دوست‌یابی و معاشرت، دقت کرد (طوسی، ۱۴۱۴ق،

ص ۵۱۸)؛ زیرا اهل ایمان ممکن است تحت تأثیر عقاید و نگاه ناصحیح اهل باطل (عقیدتی یا رفتاری) قرار بگیرند. از این رو، افراد جامعه اسلامی باید از همنشینی با فاسقان یا کفار اجتناب ورزند و در شیوه ارتباطاتشان بین مؤمنان و اهل باطل فرق بگذارند. مسلمان نباید با گناه کاران طرح دوستی بریزد؛ زیرا گناه کار عمل خود را برای او زیبا جلوه می دهد و دوست دارد او را نیز همانند خود سازد (حرّ عاملی، ۱۳۸۵، ج ۲، ص ۲۶۹ و ۲۷۰). بر همین اساس، قرآن کریم مکرراً از اینکه مسلمانان ولایت کفار را بپذیرند، منع نموده است (آل عمران: ۲۸). خداوند در آیات متعددی، ولایت میان مؤمنان و کافران را نفی کرده است. اهل ایمان از یک سو، باید با یکدیگر بر اساس محبت و رحمت ارتباط بگیرند، و از سوی دیگر، ارتباطاتشان با اهل کفر بر اساس عزّتمندی باشد (فتح: ۲۹ / مائده: ۵۴). قرآن تأکید دارد افراد جامعه دینی نباید به جای مؤمنان، کافران را دوست و سرپرست خود بگیرند (آل عمران: ۲۸) و با آنها رابطه ولایی برقرار کنند (نساء: ۸۹ و ۱۳۹ / مائده: ۵۱). البته قرآن مسلمانان را از رفتار دوستانه با کافران باز نمی دارند، ولی آنها را از تولا و پذیرش برتری و خودباختگی در برابر کافران بر حذر می دارد (ممتحنه: ۸).

از نگاه دینی، الگوی ارتباطی یک انسان مؤمن و یک جامعه مسلمان با نظام های ارتباطی دیگر متفاوت است. مؤمن باید دارای جاذبه و دافعه بوده و حد و مرزی داشته باشد تا جایگاه او را نسبت به اهل ایمان و اهل نفاق و کفر و شرک مشخص سازد (ن.ک: مطهری، ۱۳۷۹ و ۱۳۸۱). البته حدود دقیق جاذبه یا دافعه و یا حتی اعمال خشونت یا ابراز محبت با مخاطبان ظریف و ملاحظاتی دارد که در روایات متعدد، تحلیل شده است. با تحلیل آداب و رفتارهای توصیه شده در منابع روایی و قرآنی و با استخراج و نظام مند کردن اصول عام و خاص حاکم بر آن، رابطه توصیه های رفتاری با نظام هنجاری تولا و تبرّا و در نهایت، ارتباط آن با نظام معنایی فرهنگ اسلامی، یعنی ولایت و توحید، می توان الگویی جامع ارائه داد.

بنابراین، تولا و تبرّا باید در تمام کنش ها و عملکردهای فردی و اجتماعی - ارتباطاتی افراد جامعه اثرگذار باشد. در این نظام ارتباطی، تمام انسان ها به عنوان مخلوقات و مظاهر خداوند مطرح می شوند، سپس با معیار میزان ایمان و قربشان به خداوند دسته بندی می شوند. با توجه به اصل «تولا و تبرّا» و نگاه ایمان محور، مخاطبان ارتباط بر اساس شاخصه های متفاوتی تقسیم بندی

می‌شوند. مردم عادی، دوستان، اهل ایمان، ولیّ امر مسلمانان، خانواده و ارحام، اهل کتاب، اهل نفاق و گناه‌کاران ... همگی طبقات گوناگون جامعه اسلامی‌اند. جامعه مطلوب ایمانی جامعه‌ای است که بر اساس محبت خدا و محبت نسبت به یکدیگر شکل بگیرد و مردم خود را برادر یکدیگر بدانند. (حجرات: ۱۰) و در نتیجه، تا سر حد ایثار، نسبت به یکدیگر محبت بورزند.

۴-۴. نقش حیثیات مخاطبین در ارتباطات

لازم به ذکر است که تأکید بر مسئله ولایت و تولّو و تبرّاً منافاتی با توجه به سایر حیثیات مخاطبان ارتباط ندارد، بلکه مطابق روایتی، «عالم را باید برای عملش اکرام کرد، و پیر تجربه آموخته را برای کثرت سن و تجاربش، و نیکوکار و خیرخواهان را برای خیر و احسان، و سلطان را برای سلطنتش» می‌توان نتیجه گرفت که هر کس را به خاطر حیثیت و مزیت‌هایی که دارد، باید تکریم کرد. به عبارت دیگر، هر کس در او جهتی کمالی وجود دارد، باید به خاطر آن کمال، گرامی داشته شود.^۱ از این رو، با تحلیل نصوص، طبقات و معیارهای دیگری نیز برای طبقه‌بندی مخاطبان به دست می‌آید که مؤید عقلی و اجتماعی نیز دارد. علاوه بر معیار میزان التزام افراد به دین‌داری، مؤلفه‌هایی مثل همسایگی و خویشاوندی نیز سبب تمایز مخاطبان و در نتیجه، لزوم اتخاذ کنش‌ها و آداب متفاوت ارتباطی خواهد شد. همچنین برخی آداب ارتباطی در گستره ساحات حضور اجتماعی انسان بروز بیشتری دارد.

بر اساس آنچه بیان شد و با توجه به اهمیت و لزوم تولّو و تبرّاً در ارتباطات، می‌توان گفت: محوریت تمام ارتباطات انسانی در یک جامعه دینی، باید مبتنی بر معیارهای دینی و ولایی شکل بگیرد؛ به این صورت که تمام حیثیات و شرایط خاص مخاطب از قبیل سن، جنسیت، و ارتباط خویشاوندی یا همسایگی و یا ساحاتی که رابطه بین افراد در آن محقق می‌شود، همگی به عنوان قیودی در کنار ملاک التزام مخاطبان به حق و امور دینی ملاحظه شود. این ملاحظات موجب تشدید یا تخفیف تولّو یا تبرّاً نسبت به مخاطب خواهد شد. برای نمونه، نحوه مواجهه با مخاطب اهل کتاب یا کافر حربی، اگر از جنبه سنی کودک باشد، متفاوت از بزرگسال است؛ همچنان که روایات متعددی بر تکریم و احسان به والدین هر چند کافر (کلینی، ۱۴۰۷ق، ج ۲، ص ۱۶۲) و یا

تکریم مضاعف اهل ایمان اگر میهمان باشند و یا اگر ساحت ارتباطی ایشان تعلیم و تربیت باشد، تأکید کرده است (نوری، ۱۴۰۷ق، ج ۱۶، ص ۲۶۰).

۵. جمع‌بندی و نتیجه‌گیری

با توجه به تأکید نظریه‌پردازان بر مقوله ارتباطات و نقش و تأثیر آن در فرهنگ و نیز اهمیت تصحیح ارتباطات میان‌فردی در ساحت زندگی و از سوی دیگر، تأکید فوق‌العاده معارف دینی بر ارتباطات، جایگاه و نقش آن در مسائل فرهنگی تبیین شد. با توجه به اهمیت فوق‌العاده ارتباطات انسانی در بازتولید فرهنگ دینی، نیازمند توجه جدی‌تری به این عرصه در تمام مراحل سیاست‌گذاری فرهنگی و مطالعات ارتباطی هستیم.

بر اساس آنچه بیان شد، برای تحکیم و تثبیت فرهنگ یا انتقال یا تغییر و اصلاح فرهنگی، باید به شاهراه حوزه ارتباطات انسانی توجه جدی‌تری شود. با توجه به اهمیت مسئله‌شناسی به عنوان گام اول سیاست‌گذاری و توجه به ابعاد گوناگون و اولویت‌بندی در آن، باید نگاه بنیادی‌تری به ارتباطات. همچنین برای ترسیم وضع مطلوب و فرهنگ ایده‌آل و همچنین برای طراحی سنجه‌های ارزیابی فرهنگی برای آسیب‌شناسی وضعیت موجود و همچنین در ارائه راه‌کار و سیاست‌گذاری‌های فرهنگی، نیازمند نگرشی جدی‌تر به موضوع ارتباطات انسانی، به‌ویژه ارتباطات میان‌فردی، هستیم. این در حالی است که بی‌توجهی به اهمیت نقش ارتباطات انسانی موجب تمرکز محققان داخلی بر مطالعات رسانه‌ای و کاستی‌های پژوهشی و سیاست‌گذاری فرهنگی - تربیتی در عرصه ارتباطات سنتی و انسانی شده است.

سلامت نظام ارتباطی موجب سلامت فرهنگ جامعه خواهد شد. در برخی نظریات غربی، مثل اندیشه هابرماس، مهم‌ترین شاخصه سلامت جامعه، سلامت ارتباطی معرفی شده است. ولی معیار او در رهایی و ارتباط آزاد در عقلانیت ارتباطی، چیزی جز فرهنگ عمومی یا عقل عرفی نیست. اما در مقابل، در منابع اسلامی، با حجم گسترده‌ای از آموزه‌ها برای تعیین معیارهایی ثابت و متقن برای سلامت ارتباطی مواجهیم. با توجه به آنکه دین‌داری، چه در عرصه فردی و چه ساحت اجتماعی و فرهنگی به نحوی از مسیر ارتباطات انسانی محقق می‌گردد، برای تحقق یک فرهنگ

دینی، نیازمند دستیابی و التزام به الگویی جامع و منسجم از دستورات و ملاکات دینی هستیم. روشن شد که در یک منظر، دین مقوله‌ای ارتباطی است و حجم گسترده توصیه‌های دینی مطرح شده در عرصه ارتباطات و معاشرت اجتماعی نشانگر اهتمام دین به جزئیات و ابعاد گوناگون ارتباطات انسانی است. در نگاه دینی، «توحید» به مثابه نظام معنایی فرهنگ اسلامی و روح کلی حاکم بر فرهنگ اسلامی است که از طریق اصول و ارزش‌ها در احکام و آداب اجتماعی اشراب می‌شود. همان‌گونه که توحید و ولایت در ارتباطات انسانی و ارتباطات چهره به چهره تک تک افراد جامعه اسلامی ظهور می‌کند، التزام به ارتباطات انسانی دینی نیز موجب بازتولید و تثبیت لایه‌های درونی‌تر، یعنی ارزش‌ها و باورهای دینی در فرهنگ یک جامعه می‌شود.

با توجه به آنچه بیان شد، ظرف تحقق توحید، ولایت است و التزام به ولایت در ارتباطات اجتماعی از طریق تولا و تبراً محقق می‌شود. بنابراین، قاعده کلی حاکم بر ارتباطات انسانی، هم باید متکی بر تولا باشد و هم تبراً باشد تا التزام به ولایت و توحید محقق شود. به عبارت دیگر، الگوی ارتباطات انسانی دینی بر اساس تولا و تبراً، مسیری برای تحقق فرهنگ توحیدی است و تمام رفتارهای انسانی، از جمله ارتباطات باید برای تحقق توحید طراحی و اجرا شوند. اگر افراد جامعه ایمانی به همدیگر محبت کرده، ارتباطات مطلوبی برقرار کنند در واقع، به اهل بیت (علیهم السلام) نزدیک‌تر خواهند شد. به عبارت دیگر، دستیابی به حقیقت ولایت امام معصوم (علیه السلام) به ارتباط با مؤمنان وابسته است. بدین‌روی، محوریت تمام ارتباطات انسانی در یک جامعه دینی، باید بر اساس معیارهای دینی و ولایی شکل بگیرد، به این صورت که تمام حیثیات و شرایط خاص مخاطب از قبیل سن، جنسیت، ارتباط خویشاوندی یا همسایگی و یا ساحاتی که در آن رابطه بین افراد محقق می‌شود همگی به عنوان قیودی در کنار ملاک دین و ایمان مخاطبان ملاحظه می‌شود. در این الگو، از مفاهیمی همچون ایثار، همدلی، تکریم و تواضع، تا رفتارهایی مانند دعا و لعن و هدیه دادن در یک ساختار به هم پیوسته و منسجم قابل تحلیل خواهد بود.

ارتباطات انسانی و به‌ویژه ارتباطات میان‌فردی یکی از محورهای مهم حیات دینی به شمار می‌رود و بستر تحقق فرهنگ دینی در جامعه خواهد بود و باید با طراحی الگوی ارتباطات انسانی - اسلامی، ارزش‌ها و قواعد بر اساس ملاکات دینی رتبه‌بندی شوند و با تدوین و مشخص شدن

چارچوب‌های رفتاری مطلوب، امکان شاخص‌سازی برای پیمایش و ارزیابی رفتارهای اجتماعی در حوزه ارتباطات انسانی مطلوب فراهم می‌آید، و البته چون عرصه ارتباطات انسانی در ساحات گوناگونی ظهور عینی دارد، قابلیت بالایی برای استخراج شاخصه مبتنی بر آن وجود دارد.

با فراهم آمدن این شاخص‌ها، خلأهای فرهنگی و رفتاری موجود، چه در عرصه دین‌داری شخصی افراد و چه در سطح کلان جامعه و برای مطالعه و داوری فرهنگ موجود، دقیق‌تر قابل احصا و ریشه‌یابی خواهد بود. همچنین در حاشیه دست‌یابی به الگوی ارتباطات میان‌فردی اسلامی، بستری برای نقد و تحلیل الگوهای مشابه در دنیای امروز نیز فراهم می‌شود. همچنین با دست‌یابی به الگوی ارتباطات میان‌فردی و شاخص‌های کلی آن، می‌توان الگوی کلی و سیاست‌های ارتباطات انسانی در سایر سطوح آن، یعنی ارتباطات درون‌گروهی، ارتباطات میان‌گروهی، سازمانی، میان‌فرهنگی و حتی در حوزه ارتباط جمعی را نیز تا حدی شناسایی کرد.

با توجه به محوریت ارتباطات انسانی و به‌ویژه ارتباطات میان‌فردی و قابلیت‌های متعدد آن، بخصوص جنبه‌های روحی-عاطفی‌اش، لازم است در عرصه مطالعات رسانه‌ای و سیاست‌گذاری فرهنگی، بر اساس ضرورت تقویت ارتباطات میان‌فردی و قواعد اسلامی آن عمل شود. به عبارت دیگر، یکی از شاخص‌های مهم ارزیابی یک رسانه یا فناوری، نحوه تعامل و تأثیر آن بر ارتباطات انسانی مطلوب است. روشن است با پاک‌سازی فضا و نشر معانی متعالی در شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات مجازی، کارکرد روابط چهره به چهره جبران نخواهد شد. با این نگاه، به الگوی همگرایی بین ارتباطات چهره به چهره و ارتباطات با واسطه رسانه نزدیک خواهیم شد.

منابع

قرآن کریم.

۱. صدوق محمد بن علی ابن بابویه، (۱۳۸۰)، *علل الشرائع*، ترجمه سید محمد جواد ذهنی تهرانی، قم، مؤمنین.
۲. _____، (۱۴۱۳ق)، *من لایحضره الفقیه*، تصحیح علی اکبر غفاری، ج دوم، قم، دفتر تبلیغات اسلامی.
۳. سید ابن طاووس، علی بن موسی، (۱۴۰۰ق)، *الطرائف فی معرفة مذاهب الطوائف*، قم، .
۴. اسپرلی، جیمز پ. و دیوید مک‌کوردی، (۱۳۷۲)، *پژوهش فرهنگی: مردم‌نگاری در جوامع پیچیده*، ترجمه بیوک محمدی، تهران، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی.

۵. اسمیت، فیلیپ، (۱۳۸۷)، درآمدی بر نظریه فرهنگی، ترجمه حسن پویان، تهران، دفتر پژوهش‌های فرهنگی.
۶. باهنر، ناصر، (۱۳۸۶)، رسانه‌ها و دین: از رسانه‌های سنتی تا تلویزیون، تهران، سروش.
۷. برتون، رولان، (۱۳۸۰)، قوم‌شناسی سیاسی، ترجمه ناصر فکوهی، تهران، نشر نی.
۸. برقی، احمد بن محمد، (۱۳۷۱)، المحاسن، ج دوم، قم، دارالکتب الاسلامیه.
۹. پارسانیا، حمید، (۱۳۸۴)، فرهنگ؛ طول، عرض، عمق: مروری بر ظرافت‌های مدیریت فرهنگی، ماهنامه سوره، ش ۱۹.
۱۰. _____، (۱۳۹۰)، نسبت علم و فرهنگ، در روش‌شناسی انتقادی حکمت صدرایی، قم، کتاب فردا.
۱۱. _____، (۱۳۸۷)، نسبت علم و فرهنگ، فصلنامه راهبرد فرهنگ، ش ۲.
۱۲. جوادی آملی، عبدالله، (۱۳۸۸)، جامعه در قرآن، قم، اسراء.
۱۳. _____، (۱۳۸۶)، ادب فتاویٰ مقربان (شرح زیارت جامعه کبیره)، قم، اسراء.
۱۴. حرّ عاملی، محمد بن حسن، (۱۳۸۵)، وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه، بیروت، مؤسسه آل البیت.
۱۵. حسن‌زاده آملی، حسن و مهدی الهی قمشه‌ای، (۱۳۸۵)، ده مقاله در حکمت عملی یا اخلاق مرتضوی، صد کلام از کلمات قصار سید الموحّدین امیرالمؤمنین امام علی علیه السلام، قم، الف لام میم.
۱۶. مفید، محمد بن محمد، (۱۴۱۳ق)، الإختصاص، قم، نشر المؤتمر العالمی لالفیه الشیخ المفید.
۱۷. راتناواتی، محداسرف، (۱۳۸۰)، عوارض فرهنگی آموزش زبان انگلیسی به عنوان زبان دوم یا زبان خارجی، ترجمه عبدالرزاق حیاتی، نامه فرهنگ، ش ۳۹.
۱۸. راثو، ویجاریندرا و مایکل والتون، (۱۳۸۸)، فرهنگ و کنش عمومی، ترجمه علی بختیاری‌زاده، تهران، پژوهشکده مطالعات فرهنگی و اجتماعی.
۱۹. روح‌الامینی، محمود، (۱۳۷۲)، زمینه فرهنگ‌شناسی، تألیفی در انسان‌شناسی فرهنگی و مردم‌شناسی، تهران، عطّار.
۲۰. ساروخانی، باقر، (۱۳۸۱)، جامعه‌شناسی ارتباطات، تهران، اطلاعات.
۲۱. شریف رضی، محمد حسین، (۱۴۱۴ق)، نهج البلاغه، قم، انتشارات هجرت.
۲۲. طباطبائی، سید محمدحسین، (۱۳۸۵)، تفسیر المیزان، ترجمه سید محمد باقر موسوی همدانی، قم، دفتر انتشارات اسلامی.
۲۳. _____، (۱۳۸۳)، سنن النبی صلی الله علیه و آله (آداب زندگی پیامبر صلی الله علیه و آله)، ترجمه

- لطیف راشدی، قم، انتشارات وحدت بخش.
۲۴. طوسی، محمد بن حسن، (۱۴۱۴ق)، *الأمالی*، تصحیح مؤسسة البعثة، قم، دار الثقافة.
۲۵. علم الهدی، عبدالرسول، (۱۳۹۱)، *ارتباط عقیفانه در تلویزیون و سینما*، تهران، دانشگاه امام صادق علیه السلام.
۲۶. فرقانی، محمدمهدی، (۱۳۸۲)، *درآمدی بر ارتباطات انسانی در ایران*، تهران، مرکز مطالعات و تحقیقات رسانه‌ها.
۲۷. فیاض، ابراهیم، (۱۳۸۹)، *ایران آینده به سوی الگویی مردم‌شناختی برای ابرقدرتی ایران*، چ دوم، تهران، پژوهشگاه فرهنگ و هنر و ارتباطات.
۲۸. _____، (۱۳۸۹)، *تعامل دین، فرهنگ و ارتباطات: نگاهی مردم‌شناختی*، تهران، سازمان تبلیغات اسلامی.
۲۹. کلینی، محمد بن یعقوب، (۱۴۰۷ق)، *الکافی*، چ چهارم، تهران، الإسلامیه.
۳۰. کوئن، بروس، (۱۳۸۸)، *درآمدی به جامعه‌شناسی*، ترجمه محسن ثلاثی، تهران، توتیا.
۳۱. گرانیپه، بهروز، (۱۳۷۷)، *فرهنگ و جامعه (چند دیدگاه تحلیلی درباره فرهنگ عمومی)*، تهران، شریف.
۳۲. مجلسی، محمد باقر، (۱۴۰۳ق)، *بحار الأنوار*، چ دوم، بیروت، دار إحياء التراث العربی.
۳۳. محسنیان‌راد، مهدی، (۱۳۹۱)، *ارتباطات انسانی*، تهران، سمت.
۳۴. _____، (۱۳۹۲)، *ارتباط‌شناسی ارتباطات انسانی (میان فردی، گروهی و جمعی)*، چ سیزدهم، تهران، سروش.
۳۵. مطهری، مرتضی، (۱۳۸۱)، *ولاءها و ولایت‌ها*، تهران، صدرا.
۳۶. _____، (۱۳۸۸)، *سیره نبوی*، تهران، صدرا.
۳۷. نوری، حسین، (۱۴۰۸)، *مستدرک الوسائل*، قم، مؤسسه آل البيت.
۳۸. هابرماس، یورگن، (۱۳۸۴)، *نظریه کنش ارتباطی*، ترجمه کمال پولادی، تهران، *روزنامه ایران*.
۳۹. یحیایی ایله‌ای، احمد و مهرداد تاوتلی، (۱۳۸۵)، *تشریفات هتل*، تهران، آذربرزین.
40. Matusitz, Jonathan, (2007), "The Implications of the Internet for Human Communication", *JITI. Journal of Information Technology Impact*, Vol. 7, No. 1.
41. Stephen W. Littlejohn, Karen A. Foss, (2009), editors *Encyclopedia of Communication Theory*.