

Understanding the Communication Pattern of Quranic Verses and Their Role in Conveying Religious Concepts

Mohammad Hossein Nazimi Ashni¹, Zahedeh Rahmanian², Hossein Gorgani³


Received: 25 March 2025, Accepted: 08 August 2025


Doi: 10.22034/RCC.2025.2056608.1205

Abstract

The Quran contains numerous accounts of interpersonal verbal communication between the prophets, who serve as the finest human role models, and their friends and enemies. These narratives are deeply instructive. When we consider the Quranic principles of speech and manners in various situations, it becomes evident that the Quran is a rich and profound source for enhancing quantitative and qualitative communication skills. It provides guidance for improving interpersonal verbal communication, organizing social interactions, and preventing harm and anomalies within society. What makes the communication methods of the prophets particularly significant is their effectiveness in conveying religious concepts. This article seeks to address the question: What is the impact of communication skills in transmitting religious ideas from the perspective of the Quran and Hadiths? The research method employed in this study is descriptive-analytical content analysis. The findings demonstrate that communication skills, particularly speaking and active listening, play a crucial role in human interactions and the effective transmission of religious messages. The Quran and hadiths have emphasized the importance of generous speech, politeness in speech, and the positive effect of facial expressions in creating effective communication. Quranic role models, such as Prophets and Imams, employ various communication methods (logical reasoning, kindness, warning, and encouragement) and provide practical models, effectively educating and guiding society. This research demonstrates that practical communication skills not only enhance individual and social relationships but also play a crucial role in conveying religious concepts and guiding people towards both worldly and eternal happiness. Distancing from these models can lead to social unrest, while returning to these principles can strengthen faith, morality, and healthy social relationships.

Keywords: Communication skills, Preaching religion, Prophets' mission, Quran, Hadiths

1. Assistant Professor, Department of Theology Education, Farhangian University, Tehran, Iran (Corresponding Author). Email: m.h.nazemi@cfu.ac.ir  0000-0002-1732-6061

2. Assistant Professor, Department of Psychology and Counseling Education, Fatemeh Zahra Campus, Farhangian University, Tehran, Iran. Email: z.rahmaniyan@cfu.ac.ir  0000-0002-0471-9691

3. Graduate of Level Three, Seminary of Semnan Province, Iran. Email: h.gorgani@gmail.com

نقش الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی

محمدحسین ناظمی اشنی^۱، زاهده رحمانیان^۲، حسین گرگانی^۳

دریافت: ۱۴۰۴/۰۱/۰۵، پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۱۰

DOI: 10.22034/RCC.2025.2056608.1205

چکیده

قرآن کریم منبع غنی برای افزایش سطح کمی و کیفی مهارت‌های ارتباطی و بهبود ارتباطات کلامی میان‌فردی در راستای ساماندهی، بهسازی و پیشگیری از آسیب‌ها و ناهنجاری‌های جامعه است. آنچه شیوه‌های مهارت ارتباطی پیامبران را اهمیت می‌دهد، تأثیر این مهارت در انتقال مفاهیم دینی است. بدین سبب این مقاله در پی پاسخ به این پرسش است که «تأثیر مهارت‌های ارتباطی در انتقال مفاهیم دینی از نظر قرآن و روایات چگونه است؟» در این تحقیق روش پژوهش به صورت توصیفی تحلیلی محتوایی است. یافته‌ها نشان می‌دهند که مهارت‌های ارتباطی، به‌ویژه صحبت‌کردن و گوش‌دادن فعال، نقش کلیدی در تعاملات انسانی و انتقال مؤثر پیام‌های دینی دارند. قرآن و روایات بر اهمیت گفتار کریمانه، ادب در کلام و تأثیر مثبت حالات چهره در ایجاد ارتباطات مؤثر تأکید کرده‌اند. الگوهای قرآنی مانند پیامبران و امامان، با استفاده از روش‌های متنوع ارتباطی (استدلال منطقی، مهربانی، انذار و تشویق) و ارائه الگوهای عملی، نقش مؤثری در تربیت و هدایت جامعه ایفا کرده‌اند. این پژوهش نشان می‌دهد که مهارت‌های ارتباطی مؤثر نه تنها به بهبود روابط فردی و اجتماعی کمک می‌کنند، بلکه در انتقال مفاهیم دینی و هدایت انسان‌ها به سوی سعادت دنیوی و اخروی نیز نقش اساسی دارند. فاصله گرفتن از این الگوها می‌تواند به نابسامانی‌های اجتماعی منجر شود، درحالی‌که بازگشت به این اصول می‌تواند ایمان، اخلاق و روابط سالم را در جامعه تقویت کند.

کلیدواژه‌ها: اسوه‌های قرآنی، الگوی ارتباطی، مهارت‌های ارتباطی، تبلیغ دین، رسالت پیامبران


۱. استادیار، گروه آموزش الهیات، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران (نویسنده مسؤل).

Email: m.h.nazemi@cfu.ac.ir

 0000-0002-1732-6061

۲. استادیار، گروه آموزش روانشناسی و مشاوره، پردیس فاطمه‌الزهرا، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران.

Email: z.rahmaniyan@cfu.ac.ir

 0000-0002-0471-9691

۳. دانش‌آموخته سطح سه، حوزه علمیه استان سمنان.

Email: h.gorgani@gmail.com

مقدمه و بیان مسئله

ارتباطات بین‌فردی از مؤلفه‌های اساسی زندگی انسان از بدو تولد تا مرگ است، اما افراد زمان کمی را صرف بهبود این روابط می‌کنند. رشد توانمندی‌های انسان و تداوم حیات اجتماعی در گرو افزایش کیفیت روابط بین‌فردی است (مهدوی و سجادی، ۱۴۰۱). قرآن کریم به موضوع ارتباطات، به‌ویژه ارتباطات کلامی، اهمیت ویژه‌ای داده است^۱ (الرحمن/ ۴-۱). این موضوع در ادیان ابراهیمی، به‌خصوص اسلام، جایگاه محوری دارد. ارتباطات کلامی نقش حیاتی در کاهش ناهنجاری‌های فردی و اجتماعی ایفا می‌کند، به‌ویژه در عصر حاضر که دنیا به «دنیای ارتباطات» تبدیل شده است. ارتباطات کلامی میان فردی از اهمیت بالایی برخوردار است و بیشتر وقت انسان‌ها در طول روز صرف ارتباطات گفتاری (گوش دادن و سخن گفتن) می‌شود (فرهنگی، ۱۴۰۲). مهارت‌های ارتباطی ابزارهای ضروری برای زندگی سالم و سازنده هستند که به افراد کمک می‌کنند تا با دیگران تعامل مثبت و سازنده داشته باشند و نقش خود را در جامعه به خوبی ایفا کنند، بدون اینکه به خود یا دیگران آسیب برسانند (علوی‌زاده، ۱۴۰۱). این مهارت‌ها از منظر روایات شامل ایجاد ارتباط (مانند سلام کردن، خوش‌رویی، گوش دادن فعال و هدیه دادن) و حفظ ارتباط (مانند صداقت، اظهار محبت، رعایت انصاف و رازداری) هستند (مجلسی، ۱۳۹۰: ۹۶، ج ۷۵). همچنین، ارتباط با خدا از طریق دعا، نماز و وحی^۲، (الأعراف/ ۲۰۵) و ارتباط با دیگران با رعایت اصولی مانند صداقت، همدلی و تواضع توصیه شده است^۳ (الشوری/ ۵۱). بعلاوه، روایات بر اهمیت تشکر، وفای به عهد و رفتار محبت‌آمیز در استحکام روابط از میان مهارت‌های ارتباطی تأکید کرده‌اند (مجلسی، ۱۳۹۰). آموزش مهارت‌های ارتباطی با رویکرد دینی می‌تواند به بهبود تعاملات اجتماعی و انجام متعادل حقوق و وظایف کمک کند (مهدوی و سجادی، ۱۴۰۱). لذا، قرآن با تأکید بر اهمیت ارتباطات بین‌فردی، به‌ویژه ارتباطات کلامی، آن را زیربنای رشد انسانی و حیات اجتماعی می‌داند. در عصر ارتباطات که کیفیت تعاملات انسانی نقش مهمی در کاهش آسیب‌های فردی و اجتماعی دارد، الگوهای رفتاری پیامبران در قرآن کریم—از جمله صداقت، همدلی، تواضع، وفای به عهد، سلام کردن، خوش‌رویی و گوش دادن فعال—به‌عنوان شیوه‌هایی عملی برای تقویت روابط سالم مطرح می‌شوند.

این الگوها با تلفیق ارتباط با خدا و انسان‌ها، تعادلی میان وظایف فردی و اجتماعی ایجاد می‌کنند. بنابراین، به‌کارگیری این مهارت‌ها با رویکردی مبتنی بر آموزه‌های قرآنی، پاسخی مؤثر به چالش‌های ارتباطی جهان معاصر است و می‌تواند به استحکام اجتماعی و انتقال مؤثرتر مفاهیم دینی بینجامد. قرآن بر اهمیت بلاغت، فصاحت و سازگاری گفتار با شرایط مخاطب نیز تأکید دارد (دهخدا، ۱۳۷۷). در سیره معصومان^۴ و قرآن کریم، مهارت‌های ارتباطی به‌ویژه در قالب آداب معاشرت و ارتباطات کلامی^۵ مورد توجه قرار گرفته‌اند (شریفی، ۱۳۹۶). زبان، مهم‌ترین ابزار تعامل اجتماعی، وجه تمایز انسان از دیگر حیوانات است و فهم ماهیت آن به فهم ماهیت انسان کمک می‌کند (باطنی، ۱۴۰۰: ۵۲۷). در تفکر اسلامی، زبان و زبان‌شناسی اهمیت ویژه‌ای دارند، زیرا قرآن به عنوان کتاب آسمانی، از اعجاز زبانی و بیانی برخوردار است. قرآن نه تنها ارتباط کلامی را از مهم‌ترین ابزارهای ارتباطی معرفی می‌کند، بلکه خود نیز حاصل ارتباط کلامی بین خداوند و پیامبر اکرم (ص) است^۶ (الرحمن/ ۴-۱). قرآن کریم به عنوان منبع وحیانی، اصول و روش‌های ارتباطات کلامی را به‌طور گسترده بیان نموده است و بر اهمیت آن در کاهش مشکلات فردی و اجتماعی تأکید کرده است (علق/ ۱۶؛ قلم، ۱۷). همچنین ارتباطات کلامی، به‌ویژه در دنیای امروز که به عصر ارتباطات معروف است، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و بیشتر وقت انسان‌ها در تعاملات گفتاری صرف می‌شود (فرهنگی، ۱۴۰۲). قرآن با شروع آیات خود به ارتباط کلامی^۸ (الرحمن/ ۴-۱) و تأکید بر ابزارهایی مانند قلم، اهمیت این موضوع را نشان می‌دهد (قلم، ۱). بررسی روش‌های ارتباط کلامی در قرآن می‌تواند در تبلیغات دینی و بهبود ارتباطات انسانی مؤثر باشد (علق/ ۱۹؛ قلم، ۱۱). آیات قرآن الگوهایی برای ارتباطات کلامی میان فردی ارائه می‌دهند و گزارش‌های زیادی از تعاملات کلامی پیامبران با دوستان و دشمنانشان در قرآن آمده است (احزاب/ ۲۱؛ ممتحنه/ ۴ و ۶^۹). این گزارش‌ها و آداب قرآنی سخن گفتن در موقعیت‌های مختلف، منبعی غنی برای بهبود مهارت‌های ارتباطی و کاهش آسیب‌های اجتماعی هستند (علوی‌زاده، ۱۴۰۱). لذا، مهارت‌های ارتباطی کلامی نه تنها در ایجاد روابط، بلکه در حفظ و تقویت آنها نیز نقش حیاتی دارند و برای ترویج مهارت‌های ارتباطی و تعیین نظامی مناسب، باید به دستورات الهی توجه

اصول قرآنی‌اند. در همین راستا، پژوهش حاضر با هدف طراحی نظام ارتباطی برگرفته از این سرمشق‌ها، به دنبال کاهش آسیب‌های ارتباطی و بهبود انتقال هدفمند مفاهیم دینی در جامعه است. به همین دلیل هدف از این پژوهش شناخت الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی و نقش آن در انتقال مفاهیم دینی است.

پیشینه پژوهشی

ادبیات پژوهشی نشان‌دهنده تمایل زیاد پژوهشگران به بررسی مهارت‌های ارتباطی، به‌ویژه از منظر اسلامی است. کوهستانی، رضوی دوست، حسین موسوی، و زارعی (۱۴۰۱) در پژوهشی نشان داد امام حسن عسکری^(ع) با ایجاد شبکه‌های ارتباطی مؤثر، شیعیان را هدایت می‌کردند. مهارت‌هایی مانند تواضع، بخشش و صبر از جمله اصول ارتباطی ایشان بود. مطالعه علوی زاده (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که دنیادوستی مبلغان می‌تواند به کاهش اثرگذاری تبلیغات دینی و حتی انحراف مردم از دین منجر شود. واعظی، طوفان فرد، و سعادت‌مند (۱۴۰۱) در مقاله‌ای به تحلیل مفهوم گفت‌وگو و پرسشگری در آموزه‌های حضرت علی^(ع) پرداخته و نشان می‌دهد که گفت‌وگو و پرسشگری در اسلام به عنوان ابزاری برای آگاهی‌بخشی و انتقال دانش مورد تأکید قرار گرفته است. مطالعه بهجت پور و احمدی پرتو (۱۴۰۱) نشان می‌دهد که قرآن با رویکردی تدریجی و کل‌نگر، به تغییر ساختارهای ذهنی و عینی جامعه برای بهبود جایگاه زنان اقدام کرده است. پژوهش نظریه‌ی و فلاح‌زاده (۱۴۰۰) نشان داد امام حسن عسکری^(ع) در دوران امامت خود با چالش «باور به امامت» مواجه بود و برای حل این مشکل از الگوی «تبلیغ کانونی» استفاده کرد. این الگو شامل هفت گام بود: کنترل بیت امامت در سامرا، استفاده از ظرفیت تبلیغی خلیفه عباسی، ارائه کرامات، ترمیم شبکه تبلیغاتی، اعلام راهبرد تبلیغی، بهره‌گیری از ابزارهای تبلیغی و نظارت بر اجرا. این اقدامات منجر به یکپارچگی جامعه امامیه در پذیرش امامت ایشان شد. در مطالعه شریفی، خوانین‌زاده و خلعتبری لیمایی (۱۳۹۶) روش‌های تبلیغی امام رضا^(ع) را بر اساس آیه ۱۲۵ سوره نحل بررسی شد و نشان دادند که ایشان از روش‌های شناختی (تقویت آگاهی مردم از طریق تبیین مبانی اسلام، استفاده از برهان و استدلال، و تأکید بر خردورزی)، عاطفی (به‌کارگیری عواطف مانند

کرد. بعلاوه، بررسی الگوهای ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی از آن‌رو اهمیت دارد که قرآن، زبان را نه تنها ابزار اصلی تعامل اجتماعی، بلکه عامل تمایز انسان و واسطه دریافت وحی معرفی می‌کند. با تأکید بر عنصری مانند بلاغت، فصاحت، و تطبیق گفتار با شرایط مخاطب، قرآن نمونه‌هایی عملی از ارتباطات پیامبران ارائه می‌دهد که بر اصولی چون صداقت، رعایت شأن مخاطب و استفاده هدفمند از ابزارهایی مانند قلم استوارند. این الگوها، به‌ویژه در دنیای امروز که ارتباطات نقش محوری در زندگی فردی و اجتماعی دارند، می‌توانند به کاهش آسیب‌های ارتباطی، ارتقای تبلیغ دینی و بهبود تعاملات انسانی کمک کنند. در نتیجه، تحلیل این الگوها نه فقط به فهم عمیق‌تر دین می‌انجامد، بلکه امکان طراحی نظام ارتباطی مؤثری بر پایه آموزه‌های قرآنی برای پاسخ به نیازهای ارتباطی معاصر را نیز فراهم می‌سازد.

همچنین قرآن الگوهای ارتباطی پیامبران را به عنوان اسوه‌های انسانی و سرمشق‌های رفتاری و اخلاقی ارائه می‌کند و بر تأثیر مهارت‌های ارتباطی آنان در انتقال مفاهیم دینی تأکید می‌نماید (احزاب/۱۳؛ ممتحنه/۴ و ۶۱۴)؛ همان‌طور که رسالت اصلی پیامبران الهی، ابلاغ پیام الهی به بهترین شیوه ممکن بوده است (مائده/۶۷). آنان از ابزارها و شیوه‌های مختلف، از جمله زبان حرکات و اشارات، برای انتقال مؤثر مفاهیم دینی استفاده کرده‌اند (فرهنگی، ۱۴۰۲: ۳۲)؛ لذا از منظر دینی، رعایت اصول ارتباطات کلامی می‌تواند به بهبود تعاملات اجتماعی و انتقال مؤثر مفاهیم دینی کمک کند. بعلاوه، قرآن کریم با معرفی پیامبران به عنوان الگوهای رفتاری و اخلاقی، بر اهمیت مهارت‌های ارتباطی کلامی و غیرکلامی آنان در انتقال مؤثر پیام الهی تأکید می‌کند. این اسوه‌ها با بهره‌گیری از اصولی چون بلاغت، فصاحت، تناسب گفتار با شرایط مخاطب و استفاده از ابزارهای متنوع ارتباطی، نقش مهمی در هدایت دینی و اجتماعی ایفا کرده‌اند. از آنجا که رسالت اصلی پیامبران، ابلاغ دقیق و مؤثر وحی بوده، تحلیل شیوه‌های ارتباطی آنان می‌تواند ضمن تعمیق فهم دینی، راهکارهایی عملی برای بهبود تعاملات اجتماعی در دنیای معاصر ارائه دهد. این الگوها با تأکید بر صداقت، انعطاف‌پذیری و توجه به نیازهای مخاطب، زمینه‌ساز کاهش سوءتفاهم، تقویت همبستگی اجتماعی و ارتقای اثربخشی تبلیغ دینی بر پایه

و حکمت تکرار» اهداف داستان‌های قرآنی (آموزشی، اخلاقی و تبلیغی) و ویژگی‌های منحصر به فرد آنها (الهی بودن، واقع‌گرایی و تعادل) را بررسی می‌کند. حکمت تکرار داستان‌ها در قالب ۱۶ مورد تحلیل شده است، از جمله تأکید بر پیام‌های کلیدی، تطبیق با مخاطبان مختلف و تقویت یادآوری آموزه‌ها.

به‌طور کلی پیشینه پژوهشی، ضرورت بررسی نقش الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی را از جنبه‌های نظری، دینی و اجتماعی تقویت می‌کند. بر اساس آیات قرآن و سیره معصومان^(ع)، پیامبران به عنوان الگوهای برتر ارتباطی معرفی شده‌اند که با مهارت‌های کلامی و غیرکلامی، پیام الهی را متناسب با مخاطبان و شرایط انتقال داده‌اند. این الگوها بیانگر یک نظام ارتباطی هدفمندند که هم به محتوای پیام (مانند صداقت و توحیدمحوری) و هم به روش انتقال آن (مانند انعطاف‌پذیری و توجه به مخاطب) توجه دارند. در جهان امروز که به دهکده‌ای ارتباط محور تبدیل شده، این الگوها می‌توانند راهکارهایی عملی برای کاهش آسیب‌های ارتباطی و ارتقای انتقال مفاهیم دینی فراهم آورند. مقاله حاضر، با تمرکز بر الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی، در پی پاسخ به این پرسش است که چگونه می‌توان از شیوه‌های ارتباطی پیامبران برای پاسخ‌گویی به نیازهای ارتباطی جوامع معاصر بهره گرفت. این پیشینه، چارچوب نظری پژوهش را شکل می‌دهد، چراکه مبانی دینی، ضرورت اجتماعی و چشم‌انداز روش‌شناختی آن را به‌طور منسجم تبیین می‌کند و تلاشی است برای ایجاد پیوندی میان آموزه‌های وحیانی و چالش‌های ارتباطی امروز. پژوهش حاضر باهدف شناخت الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی و نقش آن در انتقال مفاهیم دینی با ۷ نوآوری کلیدی از تحقیقات پیشین متمایز می‌شود: ۱- بررسی نظام‌مند الگوهای ارتباطی اسوه‌های قرآنی (پیامبران، ائمه، شخصیت‌های برجسته) به‌جای تمرکز بر یک فرد یا دوره تاریخی خاص، جهت استخراج اصول مشترک. ۲- کشف ساختار یکپارچه ارتباطی (ترکیب ابعاد شناختی، عاطفی، رفتاری، کلامی و غیرکلامی) به‌جای بررسی روش‌های پراکنده. ۳- تحلیل نقش الگوهای ارتباطی در درک، پذیرش و نهادینه‌سازی آموزه‌های دینی، با ایجاد پیوند بین علوم ارتباطات و تعلیمات دینی. ۴- استخراج الگوها از متن قرآن (نه صرف سیره معصومان) برای دستیابی به مفاهیم

محبت، تکریم شخصیت، موعظه و مخاطب‌شناسی) و رفتاری (تغییر رفتارهای نامناسب و تثبیت رفتارهای مطلوب از طریق ارائه الگو، خطابه، مجادله به احسن، امر به معروف و نهی از منکر، تقیه، سفر به مراکز علمی و تربیت شاگردان) برای تبلیغ اسلام و مذهب شیعه استفاده می‌کردند. پژوهش شریفی (۱۳۹۶) بر اساس آموزه‌های قرآنی، مهم‌ترین مهارت‌های رفتاری (مانند اعتمادآفرینی، تعاون، تواضع، مدارا، عفو و احسان) و مهارت‌های کلامی (مانند سلام، سخن شایسته و پرهیز از سخنان زشت) را بررسی کرد. همچنین، مهارت‌های غیرکلامی مانند مهارت‌های چهره‌ای، ارتباط چشمی، گریستن و خندیدن نیز مورد تأکید قرار گرفتند. عباسی مقدم (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «مقایسه شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی چهره‌های قرآنی با روش‌های تبلیغ امروزی»، به مقایسه مهارت‌های ارتباطی پیامبران و معصومان^(ع) با روش‌های مدرن تبلیغ پرداخته است.

صالح و همکاران (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «تاب‌آوری روانی مسلمانان در پاندمی» و مطالعه بر روی خانواده‌های مسلمان در سولاوسی جنوبی نشان می‌دهد اعمال مذهبی (مانند تلاوت قرآن، الگوبرداری از پیامبر) به افزایش تاب‌آوری روانی در پاندمی کمک کرده است. این فعالیت‌ها تعاملات خانوادگی را بهبود بخشیده و حل تعارضات را تسهیل کرده‌اند. روسلی، اسنایاتی و راملی (۲۰۲۴) در پژوهشی با عنوان «مدیریت چالش‌های چندفرهنگی در آچه با رویکرد ارتباطات اسلامی» نشان می‌دهد که استفاده از اصول اسلامی (مانند تسامح، اخوت اسلامی و شورا) در برنامه‌های تبادل فرهنگی، به کاهش تنش‌های بین ساکنان و مهاجران کمک کرده است. زبان مشترک دینی به عنوان پایه‌ای برای تقویت احترام متقابل عمل می‌کند. حسین، علی و خورشید (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «نقش دین در ساختن شخصیت از دیدگاه اسلامی» نشان دادند که آموزه‌های اسلامی مبتنی بر قرآن و حدیث، نقش محوری در شکل‌گیری شخصیت افراد از طریق تقویت ارزش‌هایی مانند عدالت، صداقت و تواضع دارند. نهادهای مذهبی، خانواده و جامعه با استفاده از مکانیسم‌هایی مانند الگوسازی و آموزش، به پرورش اخلاق کمک می‌کنند. چالش‌های مدرن (مانند تضاد ارزش‌های سنتی و مدرن) نیز مورد بررسی قرار گرفته‌اند. بلخی و جلیلی (۲۰۲۳) در پژوهشی با عنوان «داستان‌های قرآنی: اهداف، ویژگی‌ها

گفتار، توجه به مخاطب) و موفقیت در انتقال مفاهیم دینی می‌پردازد. به عنوان مثال، تحلیل می‌کند که چگونه سازگاری گفتار پیامبران با شرایط فرهنگی مخاطبان، در پذیرش پیام الهی تأثیرگذار بوده است. در رویکرد محتوایی، با تمرکز بر متن قرآن و تفاسیر، محتوای آیات مربوط به تعاملات پیامبران (مانند داستان حضرت ابراهیم، موسی، یا محمد (ص)) از منظر زبان‌شناسی و ارتباطات بررسی می‌شود. این بخش شامل استخراج مضامین ارتباطی (همدلی، صداقت، استفاده از استعاره) از آیات است. برای گردآوری اطلاعات و داده‌ها از روش‌های کتابخانه‌ای، اسنادی و فیش‌برداری از کتب، مجلات و سایت‌های تخصصی اینترنتی استفاده شده است. در روش کتابخانه‌ای از منابع اولیه (مراجعه به قرآن کریم، تفاسیر معتبر (مانند المیزان، نمونه)، و کتب حدیثی (بحارالانوار، اصول کافی) برای استخراج آیات و روایات مرتبط با مهارت‌های ارتباطی پیامبران) و منابع ثانویه (استفاده از مقالات علمی، کتب تخصصی ارتباطات دینی، و مطالعات میان‌رشته‌ای (الهیات-ارتباطات) برای استناد به نظریه‌های موجود-در فهرست منابع آمده است استفاده شده است. در روش اسنادی، تحلیل اسناد تاریخی و سیره‌نامه‌ها (مانند سیره ابن هشام) جهت بررسی تطبیقی شیوه‌های ارتباطی پیامبران در بافتار تاریخی-فرهنگی عصر نزول انجام شد. در روش فیش‌برداری، ثبت نظاممند داده‌ها در قالب دسته‌بندی موضوعی (مثلاً «استفاده از قیاس در گفتار پیامبران»، «تأثیر زبان بدن در انتقال مفاهیم») و کدگذاری محتوایی (برچسب‌زنی مفاهیم کلیدی مانند «هماهنگی گفتار با مخاطب») انجام گردید. جست‌وجوی کلیدواژه‌های «مهارت‌های ارتباطی»، «ارتباط کلامی»، «تبلیغ»، «انتقال مفاهیم دینی»، «قرآن» و «پیامبران» در این منابع انجام و اطلاعات مورد نیاز جمع‌آوری و تحلیل شده است. ابزارها و معیارهای تحلیل شامل استفاده از ابزارهایی مانند MAXQDA برای سازمان‌دهی داده‌ها، ایجاد شبکه‌های معنایی، و شناسایی الگوهای تکرارشونده، روش تفسیر متن از طریق بهره‌گیری از هرمنوتیک قرآنی برای فهم لایه‌های معنایی آیات مرتبط با ارتباطات و تحلیل مقایسه‌ای از طریق مقایسه الگوهای ارتباطی پیامبران با نظریه‌های مدرن ارتباطات (مانند نظریه سازگاری ارتباطی) برای یافتن نقاط اشتراک و افتراق انجام شد. اعتبارسنجی پژوهش به شیوه روایی محتوایی (تطابق داده‌های استخراج‌شده با آیات قرآن

فرا تاریخی و کاربردی در جوامع امروزی. ۵- ترکیب تحلیل محتوای قرآن، مطالعات تاریخی و نظریه‌های ارتباطی مدرن (مانند ارتباطات اقناعی) جهت ارائه چارچوب نظری جدید. ۶- ارائه راهکارهای عملی برای چالش‌هایی مانند فضای مجازی، چندفرهنگی بودن و نسبی‌گرایی، مانند کاهش شکاف نسلی یا مقابله با شبهات نوپدید. ۷- بررسی تعامل پیچیده ابعاد مختلف ارتباطی (شناختی، عاطفی، رفتاری و...) برای درک مکانیسم تأثیرگذاری ارتباطات دینی. این پژوهش با ارائه الگویی نظام‌مند و قرآن‌بنیان، هم در حوزه آکادمیک و هم در طراحی برنامه‌های آموزشی مبلغان، بهینه‌سازی رسانه‌های دینی و حل چالش‌های ارتباطی امروز کاربرد دارد. نوآوری اصلی آن، ایجاد پلی بین میراث قرآنی و دانش روز ارتباطات است. این رویکرد نوآورانه از آنجا که مهارت‌های ارتباطی را نه تنها از جنبه اجتماعی، بلکه از منظر دینی و معنوی نیز مورد بررسی قرار داده، به‌ویژه در زمینه دین‌شناسی و روانشناسی اجتماعی نوآوری دارد. لذا با توجه به خلأ پژوهشی مطالعه حاضر در صدد پاسخگویی به این سؤال است که: بر اساس آیات قرآن و سیره معصومان (ع)، مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی کدامند؟ تفاوت‌ها و شباهت‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی با شیوه‌های ارتباطی رایج در عصر حاضر چیست؟ الگوهای قرآنی در سازگاری گفتار با شرایط مخاطب (فرهنگ، موقعیت، و سطح درک) چه اصولی را ارائه می‌دهند؟ مهارت‌های کلامی و غیرکلامی (مانند زبان حرکات، اشارات، و بلاغت) در تعاملات پیامبران با مخاطبان، چگونه به انتقال مؤثر مفاهیم دینی کمک کرده است؟

روش تحقیق

در این تحقیق، روش پژوهش به صورت توصیفی-تحلیلی-محتوایی است. در حیطه توصیفی، پژوهش با هدف تبیین ویژگی‌ها و مؤلفه‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی، به توصیف نظام‌مند شیوه‌های کلامی و غیرکلامی پیامبران در قرآن و منابع مرتبط می‌پردازد. این بخش شامل شناسایی آیات، روایات، و گزاره‌های مرتبط با مهارت‌های ارتباطی در متون دینی است. در رویکرد تحلیلی، پس از گردآوری داده‌ها، پژوهش به کشف روابط علی و معنایی بین مؤلفه‌های الگوی ارتباطی (مانند بلاغت، انعطاف در

و حفظ سلامت روانی و اجتماعی افراد ایفا می‌کنند. بهبود مهارت‌های ارتباطی، به‌ویژه گوش دادن فعال و استفاده مناسب از کلمات، می‌تواند به موفقیت در روابط فردی و حرفه‌ای کمک کند (علوی‌زاده، ۱۴۰۱).

۲- مهارت‌های ارتباطی: مهارت‌های ارتباطی به توانایی انتقال مؤثر اطلاعات اشاره دارد و نقش مهمی در بهبود روابط فردی و تجاری ایفا می‌کند. ارتباط شامل تولید، انتقال و دریافت پیام است و می‌تواند به اشکال مختلف کلامی و غیرکلامی انجام شود. عناصر کلیدی آن شامل فرستنده، گیرنده و موانع ارتباطی هستند. مهارت‌های ارتباطی ویژگی‌هایی مانند تفهیم، تفاهم و تسهیم دارند و شامل گونه‌های مختلفی از جمله ارتباط خصوصی، جمعی، ملی، فراملی، مکتوب، غیرمکتوب، سازمانی، نمادین و کلامی و غیرکلامی می‌شوند. زبان بدن نیز نقش مهمی در انتقال پیام دارد (فرهنگی، ۱۴۰۲).

۳- الگو و اسوه: الگو به معنای طرح، سرمشق، نمونه و مدل است و در علوم مختلف مانند تعلیم و تربیت، روان‌شناسی اجتماعی و علوم اجتماعی کاربرد دارد (فرهنگی، ۱۴۰۲: ۳۲). در متون دینی، الگو با واژه‌های «أسوه» و «قدوه» بیان می‌شود. أسوه در قرآن و روایات به معنای پیروی، اقتدا و الگو بودن است (راغب اصفهانی، ۱۳۹۵). در قرآن، پیامبر (ص) به عنوان اسوه حسنه معرفی شده است (احزاب/۱۶: ۲۱؛ ممتحنه/۴ و ۶). قدوه نیز به معنای پیروی از رهبران و سنت‌های حسنه است و در روایات و قرآن به کار رفته است (مجلسی، ۱۳۹۰: ۳۲۰، ج ۱۳؛ نهج البلاغه، خ ۱۱۰^{۱۸}؛ انعام/۹۰^{۱۹}).

۴- قرآن و مهارت‌های ارتباطی کلامی در انتقال مفاهیم دینی

۱- مفهوم ارتباط در قرآن: ارتباط کلامی در قرآن محدود به انسان‌ها نیست و شامل ارتباط خدا با موجودات، ملائکه، شیطان و حتی ارتباط در بهشت و جهنم می‌شود. قرآن نحوه ارتباط با تمام مراتب هستی را آموزش می‌دهد و برای متکلمان و مستمعان باید‌ها و مشخصه‌هایی را بیان کرده است (شریفی، ۱۳۹۶: ۱۵۲-۱۵۳).

۲- ارتباط با خود: انسان تنها موجودی است که با خودآگاهی و توانایی گفت‌وگو با خود (حدیث نفس) مجهز است. درون انسان دو «خود» وجود دارد: یکی انسانی (تقوا) و دیگری حیوانی (فجور). انسان باید در

و منابع معتبر تفسیری)، پایایی (استفاده از روش مثلث‌سازی (ترکیب داده‌های کتابخانه‌ای، اسنادی، و تحلیل محتوا) برای اطمینان از عینیت نتایج) و بازبینی خبرگان (ارائه یافته‌ها به اساتید حوزه ارتباطات دینی و دریافت بازخورد برای اصلاح تحلیل‌ها) تأیید شد. این روش پژوهش با ترکیب روش‌های کیفی (تحلیل محتوا) و منابع دینی-تاریخی، امکان کشف الگوهای ارتباطی نهفته در متون مقدس را فراهم می‌کند. همچنین، رویکرد میان‌رشته‌ای آن (ترکیب الهیات و ارتباطات) به پژوهش عمق نظری و کاربردی می‌بخشد.

ملاحظات نظری

بخش اول: کلیات

۱- ارتباط کلامی: ارتباط کلامی یکی از مهم‌ترین و پرکاربردترین اشکال ارتباطی در زندگی انسان است که شامل صحبت کردن و گوش دادن می‌شود. این دو مهارت مکمل یکدیگرند و در موقعیت‌های مختلف، افراد نقش گوینده و شنونده را به‌طور متناوب ایفا می‌کنند. مهارت‌های ارتباط کلامی عبارت‌اند از: ۱. صحبت کردن: شامل استفاده از کلمات مناسب، جذاب و قابل فهم برای انتقال پیام است. انتخاب کلمات درست می‌تواند احساسات و عواطف مخاطب را تحت تأثیر قرار دهد. ۲. گوش دادن: یک مهارت حیاتی است که نیازمند توجه فعال و همدلی با گوینده است. گوش دادن واقعی به معنای درک دقیق پیام و مشارکت در فرایند ارتباط است (محسنیان راد، ۱۴۰۱: ۲۶). انواع ارتباط شامل: الف- کلامی: از طریق گفتار و نوشتار. ب- غیرکلامی: شامل زبان بدن، اشارات و رفتارها می‌شود. ارتباط بین فردی به تعاملات بین دو یا چند نفر اشاره دارد و شامل گفت‌وگو، مذاکره و تبادل اطلاعات است. این نوع ارتباط پویا و هدفمند است و بر اساس اعتماد و هم‌گرایی شکل می‌گیرد (فرهنگی، ۱۴۰۲: ۳۱). ارتباطات بین فردی نقش مهمی در سلامت روان و کیفیت زندگی افراد دارد (مهردوی و سجادی، ۱۴۰۱: ۹). از چالش‌های ارتباطی می‌توان به موارد زیر اشاره نمود: ۱- برخی مدیران و افراد در مهارت‌های شنیداری و گوش دادن فعال دچار مشکل هستند. ۲- استفاده نادرست از کلمات می‌تواند به تعارض و دشمنی منجر شود (کوهستانی و همکاران، ۱۴۰۱: ۳۴). در نتیجه ارتباط کلامی و غیرکلامی به عنوان ابزارهای اصلی تعاملات انسانی، نقش کلیدی در ایجاد روابط مؤثر

اظهار محبت: ابراز محبت به دیگران باعث استحکام روابط می‌شود (کلینی، ۱۳۹۹: ۳۲، ج ۴، ح ۱۰).

رعایت انصاف و عدالت: رعایت انصاف و عدالت در برخورد با دیگران باعث حفظ ارتباط می‌شود (نهج البلاغه، نامه ۳۱۹^{۳۱}).

دیدار و ملاقات: ملاقات و دیدار با دوستان و آشنایان باعث حفظ روابط می‌شود (مجلسی، ۱۳۹۰: ۳۵۲، ج ۷۴، ح ۲۰؛ کلینی، ۱۳۹۹: ۵۳۰، ج ۴، ح ۱).

نیکی در برابر بدی: پاسخ به بدی با نیکی باعث از بین رفتن کینه‌ها و حفظ ارتباط می‌شود (فصلت، ۳۴^{۳۲}).

تغافل: نادیده گرفتن خطاهای دیگران باعث حفظ روابط می‌شود (فرقان، ۷۲/۶۳^{۳۳}؛ باطنی، ۱۴۰۰: ۵۲۷).

رازداری: حفظ اسرار دیگران باعث جلب اعتماد و حفظ ارتباط می‌شود (نراقی، ۱۳۹۹: ۵۲۷؛ مجلسی، ۱۳۹۰: ۱۴، ج ۱۶).

تشکر و ستایش: قدردانی از خوبی‌های دیگران باعث حفظ روابط می‌شود (نساء/ ۸۶^{۳۴}).

وفای به عهد: پایبندی به پیمان‌ها باعث حفظ اعتماد و ارتباط می‌شود (مجلسی، ۱۳۹۰: ۹۶ و ۷۵، ح ۲۰).

رفق و مدارا: نرمی و تحمل در برخورد با دیگران باعث حفظ روابط می‌شود (نراقی، ۱۳۹۹).

تواضع: فروتنی در برخورد با دیگران باعث حفظ ارتباط می‌شود (طبرسی، ۱۳۸۴: ۴۶).

این فصل به بررسی مهارت‌های ارتباطی کلامی از منظر قرآن و روایات پرداخته و تأکید می‌کند که این مهارت‌ها نه تنها در ایجاد ارتباط، بلکه در حفظ و استحکام آن نیز نقش اساسی دارند.

یافته‌ها

الف- اسوه و الگوهای قرآنی

سؤال اول: بر اساس آیات قرآن و سیره معصومان (ع)، مهم‌ترین مؤلفه‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی در انتقال مفاهیم دینی کدام‌اند؟

۱- ضرورت اتخاذ شیوه اسوه‌نمایی (روش الگویی)

روش الگویی از مؤثرترین شیوه‌های تربیت، ارشاد و تبلیغ است. محمد قطب در «روش تربیت اسلامی» بر اهمیت سرمشق عملی تأکید دارد (محمد قطب، ۱۳۸۹: ۲۵۱ -

مواجهه با وسوسه‌ها، خود تقوا را انتخاب کند (شمس/ ۸۱۰). خودسازی پیش‌نیاز حضور مثبت در اجتماع است (مجلسی، ۱۳۹۰: ۴۵، ج ۵).

۳- ارتباط با خدا: انسان به‌طور فطری به وجود خدا گرایش دارد (عنکبوت/ ۶۵^{۳۱}). ارتباط با خدا از طریق دعا، نماز و دیگر عبادات صورت می‌گیرد (الأعراف/ ۲۰۵^{۳۲}). خداوند از طریق وحی، حجاب یا رسولان با انسان ارتباط برقرار می‌کند (الشوری/ ۵۱^{۳۳}). ارتباط با خدا نیازمند روحی پاک و آماده است (النساء/ ۱۶۴^{۳۴}).

۴- ارتباط با دیگران: انسان موجودی اجتماعی است و نیازهایش در زندگی جمعی برطرف می‌شود. ارتباطات کلامی در قرآن بر پ/ بلاغت و فصاحت استوار است و باید با مقتضای حال مخاطب سازگار باشد (دهخدا، ۱۳۷۷). قرآن بر اهمیت ارتباطات کلامی میان فردی تأکید کرده و آن را به عنوان ابزاری برای انتقال مفاهیم دینی معرفی می‌کند.

۵- مهارت‌های ارتباطی کلامی در انتقال مفاهیم دینی از منظر روایات

۱- مهارت‌های ایجاد ارتباط: سلام کردن و مصافحه: سلام و دست دادن اولین گام در ایجاد ارتباط است و باید با روی خوش انجام شود (نساء/ ۸۶^{۳۵}).

خوش‌رویی: خوش‌رویی و تبسم باعث جذب دیگران و ایجاد ارتباط صمیمی می‌شود (قلم/ ۴^{۳۶}؛ کریمی، ۱۴۰۲: ۴۵).

فروتنی و تواضع: تواضع و فروتنی در برخورد با دیگران باعث جلب محبت و ایجاد ارتباط می‌شود (شعراء/ ۲۱۵^{۳۷}؛ اسرا، ۲۴^{۳۸}؛ نهج البلاغه، نامه ۴۶^{۳۹}).

گوش سپردن: گوش دادن فعال و همراه با توجه به سخنان دیگران، از مهارت‌های مهم در ایجاد ارتباط است (نهج البلاغه، خطبه ۱۹۳^{۳۰}؛ طبرسی، ۱۳۸۴).

پسندیدگی در گفتار: گفتار نیکو و شیوا باعث جذب دیگران و ایجاد ارتباط می‌شود (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۲۳۰۹، ج ۱؛ محسنیان‌راد، ۱۴۰۱: ۲۴).

هدیه‌دادن: هدیه‌دادن باعث ایجاد محبت و از بین بردن کینه‌ها می‌شود (مجلسی، ۱۳۹۰: ۴۵، ج ۷۵).

۲- مهارت‌های حفظ ارتباط: صداقت: راست‌گویی و صداقت در گفتار و رفتار باعث حفظ اعتماد و ارتباط می‌شود (توبه/ ۱۹).

۲۵۲). اسلام نیز تربیت را بر پایه الگو قرار داده و در تبلیغ، که ابعاد گسترده‌تری دارد، نقش اسوه‌ها پررنگ‌تر می‌شود. از آنجا که تبلیغ فرایندی تربیتی در مقیاس اجتماعی است، شخصیت‌های دینی تأثیر عمیقی بر مخاطبان می‌گذارند و تقدس آنها اعتبار این روش را در هدایت تقویت می‌کند (زورق، ۱۳۸۹: ۸۳).

۲- انواع اسوه‌های قرآنی

قرآن کریم الگوها را در سطوح مختلفی معرفی می‌کند:

- ۱- الگوهای جامع (مانند پیامبر اسلام؛ احزاب/ ۳۵۲)؛
- ۲- الگوهای چندبُعدی (مانند ابراهیم و نوح که در جنبه‌های مختلف زندگی نمونه‌اند؛ ممتحنه/ ۳۶۴).
- ۳- الگوهای فردی و گروهی (مانند اصحاب کهف به عنوان جماعت هدایت‌شده؛ شعراء/ ۳۷۵؛ بروج/ ۳۸؛ دهر/ ۳۹۵)؛
- ۴- الگوهای کوتاهمدت و بلندمدت (از مؤمن آل فرعون تا پیامبرانی با رسالت چندصدساله؛ مریم/ ۴۰۵۶). (شکل ۱)

۳- تنوع شیوه‌های اسوه‌های قرآنی

اسوه‌های قرآنی باتوجه به مخاطب و شرایط، از روش‌های متنوعی مانند سخنرانی، موعظه، تعلیم، تشویق، و هشدار استفاده می‌کردند. پیامبر اسلام (ص) با بهره‌گیری از فرصت‌های اجتماعی (مانند حج) و ابزارهای ارتباطی زمان خود (مانند نامه‌نگاری)، پیام الهی را منتقل می‌کرد. این انعطاف‌پذیری نشان‌دهنده سازگاری روش الگویی با نیازهای متغیر جامعه است (ابن هشام، ۱۳۹۲: ۳۱-۳۲).

۴- ابعاد روش الگویی

این روش دارای دو بُعد کلیدی است: الف) الگو بودن مبلغ؛ مبلغ باید خود تحسّم عملی آموزه‌هایی باشد که تبلیغ می‌کند؛ چراکه هماهنگی گفتار و کردار، مقبولیت پیام او را افزایش می‌دهد. ب) معرفی الگوهای دیگر: بهره‌گیری از نمونه‌های تاریخی یا معاصر (مانند پیامبران، امامان یا انسان‌های صالح) می‌تواند الهام‌بخش جامعه باشد و مسیر رفتاری صحیح را نمایان سازد. ترکیب این دو بُعد، نه تنها بر اثربخشی تبلیغ می‌افزاید، بلکه جامعه را نیز به سوی رفتارهای مطلوب سوق می‌دهد (رجایی، ۱۳۷۹: ۱۱۷).

۵- ویژگی‌ها و مزایای روش الگویی

- تبلیغ غیرمستقیم و ملموس از طریق رفتار الگوها (طباطبایی، ۱۳۷۴: ۱۳۴).
- انسجام مکتبی: ترکیب آموزه‌های نظری با نمونه‌های عملی (مانند قرآن و سیره پیامبر؛ کریمی، ۱۴۰۲: ۳۴۱).
- جلوگیری از انحرافات با ایجاد فضای ایمانی از طریق حضور الگوهای صالح (سالاری‌فر، ۱۴۰۲: ۵۹).
- قابلیت الگوبرداری به دلیل بشری بودن اسوه‌ها (نه فرابشری بودن؛ کُهِف/ ۴۱۱۰).
- اثبات امکان‌پذیری تعالیم دینی در عمل (مانند زندگی پیامبران؛ نساء/ ۴۱۶۵). (شکل ۲)

۷- عصمت و تقسیم‌بندی اسوه‌ها

الگوهای معصوم (پیامبران و امامان) به دلیل مصونیت از خطا، الگوهای ایدئال هستند. الگوهای غیرمعصوم (مانند مؤمن آل فرعون) باوجود احتمال خطا، به دلیل زندگی در



شکل ۲. قدرت الگوهای عملی در تبلیغ دینی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴).



شکل ۱. ویژگی‌های الگوهای قرآنی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴).

ویژگی‌ها و رفتارهایشان شناسانده می‌شوند؛ مانند مؤمنان در آیه ۷۸ سوره مؤمن که بدون ذکر نام، به عنوان الگوهایی از ایمان و تقوا معرفی شده‌اند (مؤمن/۷۸^{۴۷}). از سوی دیگر، اسوه‌ها تنها به افراد محدود نمی‌شوند، بلکه جماعت‌ها و گروه‌هایی نیز به عنوان الگوهای رفتاری در قرآن مطرح شده‌اند. نمونه‌هایی چون اصحاب کهف و اصحاب اخدود، که به عنوان گروه‌هایی مؤمن در برابر آزمون‌ها و سختی‌ها ایستادگی کردند، از جمله این جماعت‌های اسوه هستند



شکل ۳. تأثیر و اهمیت الگوهای قرآنی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴).

جدول ۱. نقدی بر الگوهای ارتباطی و تبلیغی اسوه‌های قرآنی.

نوع مهارت	نوع نقد	محتوای نقد
کلیات: روش‌های متنوع در تبلیغ قرآنی	مزایا	ارتباط مؤثر، انعطاف‌پذیری، افزایش مشارکت، گستره جامع تبلیغ، تأثیر بیشتر
	معایب	احتمال سردرگمی، نیاز به منابع زیاد، خطر تفسیر نادرست، چالش‌های ثبات، مسائل حساسیت فرهنگی
روش الگوی عملی در تبلیغ (شامل تبلیغ مبتنی بر الگو، ارائه نمونه، هماهنگی گفتار و کردار، استفاده از مثال‌های پیامبر)	مزایا	مؤثر در شکل‌دهی رفتار، تقویت یادگیری مشاهده‌ای، تأثیر قوی‌تر در هدایت، هماهنگی گفتار و عمل، افزایش اعتبار، ارائه راهنمایی عملی، استفاده از مثال‌های روشن و قابل درک
	معایب	محدود به کیفیت و دسترس‌پذیری الگوها، امکان سوءتعبیر، نیاز به الگوهای مستمر و مثبت، وابستگی بالا به شخصیت مبلغ، خطر ایدئال‌سازی، تفاوت‌های فرهنگی و کاربرد محدود

شرایط مشابه با مردم، الهام‌بخش‌ترند. قرآن گروه‌ها (مانند اصحاب کهف) و افراد را به عنوان اسوه معرفی می‌کند تا جامعیت الگوها را نشان دهد (قرائتی، ۱۳۹۷: ۷۷).

۸- تقسیم‌بندی‌ها درباره اسوه‌های قرآنی

اسوه‌ها و الگوهای قرآنی به سه دسته اصلی تقسیم می‌شود: ۱. اسوه‌های معصوم و غیر معصوم: اسوه‌ها را می‌توان به دو دسته کلی معصوم و غیر معصوم تقسیم کرد: ۱- اسوه‌های معصوم: این گروه شامل چهره‌هایی است که از خطا و گناه مصون‌اند و به عنوان الگوهای کامل در هدایت انسان‌ها شناخته می‌شوند. از جمله این اسوه‌ها: الف- پیامبران: پیام‌آوران الهی که از سوی خداوند برای هدایت بشر برانگیخته شده‌اند و در قرآن کریم از آنان به عنوان اسوه‌های برجسته یاد شده است. ب- غیر پیامبران معصوم: مانند امامان شیعه که اگرچه پیامبر نبوده‌اند، اما دارای مقام عصمت بوده و در هدایت مردم نقش داشته‌اند. ۲- اسوه‌های غیر معصوم: این دسته شامل افرادی است که گرچه از مقام عصمت برخوردار نیستند، اما با ایمان، تقوا و پیروی از تعالیم انبیاء به درجات بالای معنوی رسیده و شایسته الگوگیری‌اند. نمونه‌هایی از این افراد در قرآن و تاریخ اسلام وجود دارند.

۲. اسوه‌های تمام‌عیار و اسوه‌های ناحیه‌ای (یک‌جانبه یا چندجانبه): در قرآن، تنها پیامبر اسلام حضرت محمد (ص) به عنوان اسوه‌ای تمام‌عیار و همه‌جانبه معرفی شده است که تمامی ویژگی‌های اخلاقی، معنوی و تبلیغی را داراست (احزاب/۲۱، ۲۳). دیگر اسوه‌های قرآنی در یک یا چند بُعد خاص نظیر صبر، عبادت، یا جهاد الگو هستند، نه در تمام جنبه‌ها. برای مثال، حضرت ابراهیم (ع) به عنوان اسوه براءت از مشرکین معرفی شده است (ممتحنه/۴۴)، یا پیامبر اسلام (ص) در برخی آیات به طور خاص به عنوان الگوی صبر و جهاد و دعوت توصیف شده‌اند (قلم/۴۵؛ احزاب/۴۵-۴۶). بنابراین، اسوه‌بودن در قرآن دارای مراتب است و تنها حضرت محمد (ص) مصداق اسوه‌ای کامل و جامع است. (شکل ۳)

۳. اسوه‌های بانام، بی‌نام، فردی و جمعی در قرآن: اسوه‌های قرآنی را می‌توان از دو جهت مورد توجه قرار داد: از یک‌سو، برخی از این اسوه‌ها با نام مشخص در قرآن معرفی شده‌اند، مانند حضرت ابراهیم، حضرت موسی، حضرت محمد (ص) و دیگر انبیاء. در مقابل، برخی دیگر بی‌نام هستند و تنها با

انتخاب شده و به کار گرفته شده‌اند (وزین پور، ۱۳۸۱: ۵۵).

برخی از پرکاربردترین و مهم‌ترین این شیوه‌ها شامل:

۱. بیان صریح عقاید: به‌وضوح اعلام کردن حقیقت و بیزاری از شرک (مثلاً هود/۴۹۵).
۲. مهربانی و دلسوزی: بر اساس رحم و محبت نسبت به دیگران (مثلاً هود/۵۲۹).
۳. استدلال و منطق قاطع: استفاده از دلایل منطقی برای اقناع مردم (مثلاً نمل/۶۴۵).
۴. نصیح و خیرخواهی: ابراز صداقت و دلسوزی در راه هدایت (شعر/۱۶۸).
۵. یادآوری نعمت‌های الهی: اشاره به نعمات خداوند برای جلب توجه مردم به حقیقت (مثلاً مائده/۵۳۲).
۶. مقایسه و تشویق: مقایسه مفاهیم و تشویق به اقدامات مثبت (صافات/۵۹۶).
۷. انذار و هشدار: هشدار به خطرات و عواقب ناشی از بی‌توجهی (نوح/۵۵۱).
۸. هجرت برای تبلیغ: جابه‌جایی به مناطق جدید برای گسترش دعوت (شعر/۵۲۱).
۹. پاسخ نرم به تهمت‌ها: مواجهه با تهمت‌ها با مدارا و پاسخ‌های منطقی (اعراف/۵۶۱).
۱۰. عدم درخواست پاداش: تأکید بر رایگان بودن پیام الهی (هود/۵۸۵).
۱۱. مرحله‌بندی دعوت: ارائه تدریجی پیام در مراحل مختلف (حجر/۵۹۴).
۱۲. استفاده از فرصت‌ها: استفاده از تمام ظرفیت‌ها برای تبلیغ (یوسف/۳۹).
۱۳. امیدبخشی: امید دادن به مردم در شرایط سخت (اعراف/۱۲۸).
۱۴. براءت از شرک: براءت از شرک و مشرکان (انعام/۲۷۸).

در دنیای امروز، تنوع و پیچیدگی شیوه‌های ارتباطی و تبلیغاتی، با پیشرفت فناوری و ابزارهای مدرن همراه شده و تأثیر چشم‌گیری بر ابعاد مختلف زندگی انسان گذاشته است. برخی از این روش‌ها در تبلیغات معاصر، ریشه در تکنیک‌های قدیمی دارند و بسیاری از آنها در قرآن کریم و سیره انبیاء الهی نیز به چشم می‌خورند؛ البته با تفاوت در هدف، غایت و محتوا. در تبلیغات الهی، این شیوه‌ها در خدمت حقیقت، اخلاق، و هدایت انسان‌ها هستند، در حالی که جریان‌های باطل و استکباری از آنها در جهت

(کهف/۱۱۰۴۸). این تقسیم‌بندی‌ها فهم بهتر و عمیق‌تری از الگوهای قرآنی و شیوه‌های گوناگون هدایت الهی از طریق ارائه اسوه‌های متنوع را فراهم می‌کنند.

در نتیجه، روش الگویی در قرآن، ترکیبی از نظریه و عمل است که با ارائه نمونه‌های متنوع (از معصوم تا غیر معصوم، فردی تا گروهی)، امکان هدایت همه اقشار جامعه را فراهم می‌کند. موفقیت این روش در گروه دو عامل است: الگو بودن مبلغ و معرفی اسوه‌های الهی که با فطرت انسان هماهنگی دارند. این روش نه تنها در تربیت فردی، بلکه در اصلاح اجتماعی نیز کارآمد است.

ب. شیوه‌های ارتباطی کلامی و مقایسه آن با روش ارتباطی پیامبران

سؤال دوم: تفاوت‌ها و شباهت‌های الگوی ارتباطی اسوه‌های قرآنی با شیوه‌های ارتباطی رایج در عصر حاضر چیست؟ در این بخش به بررسی شیوه‌های ارتباطی کلامی و جایگاه آن در روش‌های ارتباطی پیامبران از منظر قرآن و روایات اسلامی می‌پردازیم. با نگاهی به منابع دینی درمی‌یابیم که ارتباط کلامی بخش مهم و اصلی از شیوه‌های پیامبران در ابلاغ پیام الهی بوده است، هرچند در کنار آن از ابزارهای غیرکلامی نیز بهره گرفته‌اند. این تحلیل در چهار بخش اصلی انجام شده است:

۱. شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی اسوه‌های قرآنی در مقایسه با دنیای امروز

پیامبران در دعوت به حق از شیوه‌های متنوعی بهره می‌بردند که متناسب با شرایط فرهنگی، اجتماعی و زمانی هر عصر بوده است. این شیوه‌ها که از میان بیش از ۲۵۰ مدل مختلف استخراج شده‌اند، گویای عمق و گستردگی روش‌های دعوت انبیا هستند. از جمله این شیوه‌ها می‌توان برای مثال به گفت‌وگوی عقلانی و پرسش‌محور (مانند شیوه حضرت ابراهیم علیه‌السلام)، موعظه و انذار همراه با دلسوزی (مانند شیوه حضرت نوح علیه‌السلام)، استفاده از معجزه برای اتمام حجت (مانند حضرت موسی و حضرت عیسی علیهما‌السلام)، برقراری ارتباط چهره‌به‌چهره و حضور میان مردم (روش عمومی اکثر پیامبران)، بهره‌گیری از داستان و مثل برای انتقال مفاهیم عمیق. هر یک از این روش‌ها، در قالب شرایط خاص آن زمان و با توجه به نوع مخاطبان،

و آرام‌سازی یا تهییج افکار در موقعیت‌های خاص، از این روش بهره برده‌اند.

۱۰. تکرار: تکرار پیام‌ها برای تأثیرگذاری عمیق‌تر. نمونه‌هایی از این روش در سوره‌های مختلف قرآنی بارز است.

۱۱. تظاهر به آزادمنشی: ارائه ظاهر بی‌طرفانه و آزاداندیش برای جذب مخاطب. این شیوه بیشتر از سوی جریان‌های باطل استفاده می‌شود، اما اصل دعوت به تفکر آزاد و مسئولانه در قرآن (نظیر آیات «أفلا يتدبرون») با رویکردی راستین ارائه شده است، نه با هدف فریب.

جدول ۲. مقایسه شیوه‌های تبلیغی اسوه‌های قرآنی با دنیای امروز.

مقایسه محور	شیوه‌های تبلیغی اسوه‌های قرآنی	روش‌های تبلیغات مدرن امروز
شباهت‌ها	- روش مستقیم: بیان صریح حقیقت - استدلال منطقی و احتجاج - تدریجی بودن دعوت - فضا سازی ذهنی با داستان و مثال - تکرار هدفمند پیام - برانگیختن احساسات برای تأثیر عمیق	- پیام‌های ساده و شعارهای مستقیم - استفاده از منطق برای متقاعدسازی - کمپین‌های چندمرحله‌ای - روایت برند و ایجاد نیاز ذهنی - تکرار شعارها و نمادها - تحریک احساسات مخاطب (غم، ترس، لذت)
تفاوت‌ها	- هدف: هدایت و نجات انسان - صداقت کامل و پرهیز از فریب - اخلاق تبلیغی قوی و انصاف - بدون چشم‌داشت مادی - پیام‌های پایدار و جاودانه	- هدف: فروش، سودآوری و نفوذ بازار - گاهی اغراق یا فریب - استفاده از فریب بصری و جنگ روانی - انگیزه‌های مالی و برندی‌نگ - پیام‌های مصرف‌گرا و ناپایدار
مزایا	- اصالت و صداقت در محتوا - اخلاق‌مداری - تأثیر پایدار و عمیق - تناسب با فطرت انسانی - تنوع روش‌ها متناسب با شرایط	- سرعت انتقال پیام با رسانه‌های دیجیتال - پوشش گسترده مخاطبان - بهره‌مندی از فناوری‌های نوین - انعطاف‌پذیری و شخصی سازی پیام - ایجاد تعامل دوطرفه و بازخورد
معایب	- سرعت پایین انتقال پیام - محدودیت جغرافیایی مخاطب - عدم دسترسی به ابزارهای مدرن - نیاز به حضور مستقیم و مقیاس‌پذیری کمتر	- تمرکز صرف بر اهداف مادی - استفاده از شبه‌استدلال و گمراهی - به‌کارگیری دروغ و اغراق - بمباران اطلاعاتی و خستگی ذهنی - تبدیل مخاطب به ابزار مصرفی

اغوا، فریب و گمراهی بهره می‌گیرند.

در ادامه، برخی از شیوه‌های رایج تبلیغی ذکر می‌شود که اغلب آنها (جز موارد ۵ و ۶) در قرآن و سیره پیامبران الهی نیز به کار رفته‌اند (کریمی، ۱۴۰۲؛ باطنی، ۱۴۰۰):

۱. روش مستقیم: انتقال پیام به صورت ساده، شفاف و بدون پیچیدگی. این شیوه به صورت گسترده در قرآن و کلمات معصومین علیه‌السلام یافت می‌شود (مانند: «قُلْ هُوَ اللَّهُ أَحَدٌ...»).

۲. روش استدلالی: اقتناع مخاطب از طریق استدلال و برهان. این روش از ارکان اساسی دعوت پیامبران است (نظیر احتجاجات حضرت ابراهیم و گفت‌وگوهای قرآنی).

۳. شبه‌استدلال: ارائه استدلال ظاهری فاقد بنیان منطقی. هرچند پیامبران از این شیوه استفاده نکرده‌اند، اما در قرآن، نمونه‌هایی از استفاده مخالفان از آن آمده است (مانند مغالطات فرعون).

۴. روش تدریجی: انتقال تدریجی پیام و آماده‌سازی ذهنی مخاطب؛ نمونه‌هایی از این رویکرد در مراحل نزول تدریجی قرآن و دعوت مرحله‌ای پیامبر اسلام صلی‌الله‌علیه‌وآله مشهود است.

۵. روش شرطی: پیوند دادن پیام تبلیغی با عامل نامربوط برای ایجاد تغییر در رفتار مخاطب. این شیوه در تبلیغات الهی جایگاهی ندارد و بیشتر در تبلیغات مدرن و روان‌شناسی رفتاری کاربرد دارد.

۶. دعایه و جنگ روانی: استفاده از شایعات، دروغ، و تحریک احساسات برای تأثیرگذاری روانی و جهت‌دهی افکار عمومی. هرچند استفاده از دروغ و شایعه از سوی پیامبران مردود بوده، اما اصل بهره‌گیری از ابزارهای روانی و تحریک احساسات (مانند تهییج عاطفی مؤمنان در جنگ‌ها) در برخی مقاطع دفاعی و نبردهای حق علیه باطل، مشاهده می‌شود.

۷. روش نفی و اثبات: رد ادعاهای مخالف و اثبات دیدگاه درست. این روش به‌وضوح در شیوه‌های قرآنی، مانند مقابله با شرک و اثبات توحید، دیده می‌شود.

۸. طرح ناگهانی: ارائه پیام کوتاه و مؤثر به صورت غافل‌گیرکننده. در برخی آیات و روایات، این شیوه برای بیدارسازی ذهن مخاطب به کار رفته است.

۹. جوسازی (فضاسازی): ایجاد فضای ذهنی خاص برای پذیرش یک پیام. پیامبران نیز با ایجاد فضای فکری صحیح

دیجیتال و ماهواره‌ای برای دستیابی به مخاطبان جهانی. ویژگی‌های تبلیغات قرآنی شامل موارد زیر است:

۱. توجه به فطرت انسانی: تنظیم پیام‌ها بر اساس سرشت و نیازهای فطری انسان‌ها.
۲. اتکا بر واقعیت‌ها و پرهیز از مبالغه: استوار بودن بر حقیقت و دوری از اغراق و دروغ.
۳. التزام به اخلاق و ارزش‌ها: پایبندی به اصول اخلاقی و دستورات الهی.
۴. نگاه جامع و عاقبت‌اندیشانه: در نظر گرفتن تمامی ابعاد زندگی، از جسم و روح تا دنیا و آخرت.
۵. الگو بودن مبلغان: تأکید بر همخوانی گفتار و رفتار مبلغان به عنوان الگوی دیگران.
۶. احتیاط و توجه به عواقب: سنجیدن پیامدهای بلندمدت تبلیغ و ایجاد تعادل در تأثیر آن.

۳. مقایسه دو شیوه ارتباطی:

۱. تعهد به حقیقت و اخلاق: تبلیغات امروزی همواره پایبند به حقیقت و اخلاق نیستند و گاهی از شیوه‌های غیر اخلاقی و غیر واقعی استفاده می‌کنند؛ در حالی که تبلیغ قرآنی بر پایه صداقت، حقیقت و اصول اخلاقی استوار است.
۲. حکمت و خردمندی: در تبلیغات قرآنی، حکمت و خردمندی اصول اساسی هستند.
۳. پیشگام بودن در عمل: مبلغان قرآنی همیشه در عمل پیشگام بوده و این تأثیر زیادی بر تبلیغات آنان دارد.
۴. نگاه جامع و همه‌جانبه: تبلیغ قرآنی به تمامی ابعاد وجودی انسان - از عقل و احساس تا نیازهای روحی و معنوی - توجه دارد، در حالی که تبلیغات امروزی غالباً سطحی، یک‌سویه و متمرکز بر تحریک احساسات زودگذر یا نیازهای مادی انسان هستند. مقایسه این دو نشان می‌دهد که تبلیغ قرآنی نگاهی عمیق، انسانی و متعالی دارد، اما تبلیغات امروزی بیشتر به دنبال جلب توجه و منافع کوتاه‌مدت‌اند (عباسی مقدم، ۱۳۹۱). مقایسه اصول حاکم بر دو مکتب تبلیغات قرآنی و تبلیغات امروزی در «جدول ۳» آمده است.

در نتیجه، تبلیغ قرآنی با رویکردی انسانی، عمیق و اخلاق‌محور، در پی رشد واقعی انسان است، در حالی که تبلیغات امروزی اغلب به دنبال تأثیر سطحی، کسب منافع زودگذر و بی‌توجه به پیامدهای معنوی و اخلاقی هستند.

در نتیجه اسوه‌های قرآنی در انتقال پیام‌های خود، بر محتوا و اخلاق تأکید دارند و پیام‌ها را با عمقی فرهنگی، روان‌شناختی و انسان‌محور عرضه می‌کنند. در مقابل، در تبلیغات مدرن، ابزار و فناوری بر محتوا غلبه یافته‌اند و اغلب اهداف تجاری برجسته می‌شوند، که گاه از اصول اخلاقی فاصله می‌گیرند. با این حال، روش‌ها و ابزارهای مورد استفاده به خودی خود نه خوب‌اند و نه بد، بلکه ارزش آنها به هدف و محتوایی بستگی دارد که از طریق آنها منتقل می‌شود. بنابراین، نمی‌توان صرفاً به دلیل کاربرد این شیوه‌ها در تبلیغات مدرن، آنها را غیر اخلاقی یا الحادی دانست؛ چراکه بسیاری از این روش‌ها ذاتاً خنثی‌اند و بسته به نحوه بهره‌برداری، می‌توانند در مسیر خیر یا شر قرار گیرند. پیامبران الهی نیز در راستای هدایت و آگاهی‌بخشی انسان‌ها، از ابزارهای ارتباطی مختلف بهره گرفته‌اند. از این رو، اشتباه گرفتن ابزار با هدف می‌تواند به قضاوتی نادرست منجر شود. آن‌چه موجب انحراف در تبلیغات سلطه‌گرانه می‌شود، نه روش‌ها، بلکه اهداف فریبنده و محتوای ضد ارزشی آن‌هاست؛ در حالی که تبلیغات الهی، حتی با بهره‌گیری از روش‌های مشابه، در خدمت هدایت، نجات و رشد معنوی انسان قرار دارد.

۲- اصول حاکم بر شیوه‌های ارتباطی دو مکتب

سؤال سوم: الگوهای قرآنی در سازگاری گفتار با شرایط مخاطب (فرهنگ، موقعیت، و سطح درک) چه اصولی را ارائه می‌دهند؟

ویژگی‌های تبلیغات امروزی شامل موارد زیر است:

۱. استفاده از وسایل مشروع و غیر مشروع: ترکیب ابزارهای مجاز و غیرمجاز بدون تعهد به اخلاق.
۲. عدم تعهد به حقیقت: قربانی شدن حقیقت در برابر اهداف خاص، همراه با اغراق و بزرگ‌نمایی.
۳. جدایی از معنویت: بی‌توجهی به دین و ارزش‌های معنوی، در خدمت منافع استکباری.
۴. عدم هماهنگی حرف و عمل: ناهماهنگی میان گفتار و رفتار مبلغان.
۵. توجه به هوس‌ها: تمرکز بر تحریک لذت‌های مادی و هوس‌های نفسانی.
۶. دامنه وسیع: نفوذ در تمامی ابعاد زندگی انسانی.
۷. استفاده گسترده از فناوری: بهره‌گیری از رسانه‌های

جدول ۳. مقایسه اصول حاکم بر شیوه‌های ارتباطی قرآنی و امروزی

موضوع مقایسه	تبلیغات قرآنی	تبلیغات امروزی
پابندی به حقیقت و اخلاق	مبتنی بر صداقت، واقع‌گرایی و اصول اخلاقی	بی‌توجه به اخلاق، بهره‌گیری از دروغ، اغراق و ابزارهای غیرمشروع
مبنای پیام‌ها	مبتنی بر فطرت، عقل و نیازهای واقعی و معنوی انسان	تحریک هوس‌ها، احساسات سطحی و نیازهای مادی
هدف‌مندی و جهت‌گیری	توجه به دنیا و آخرت، رشد و تعالی انسان	کسب سود، قدرت یا جلب توجه سریع بدون در نظر گرفتن پیامدهای معنوی یا اخلاقی
رفتار مبلغان	هماهنگی گفتار و عمل، الگو بودن در رفتار	عدم انطباق گفتار با عمل، استفاده ابزاری از پیام
نگاه به انسان	نگاه جامع به انسان (جسم، روح، عقل، فطرت)	نگاه ابزاری و مصرف‌گرایانه به انسان
استفاده از ابزار و فناوری	استفاده هدفمند و اخلاقی از ابزارها	استفاده گسترده از فناوری بدون در نظر گرفتن پیامدهای اخلاقی یا انسانی
نحوه تأثیرگذاری	با حکمت، تأنی و توجه به عواقب تبلیغ	فوری، سطحی و با هدف تأثیر سریع و زودگذر

آراستگی و زیبایی ظاهر تأکید کرده‌اند، اما هشدار داده‌اند که این آراستگی نباید از حد اعتدال خارج شود (کلینی، ۱۳۹۹: ۱۸۸، ج ۲).

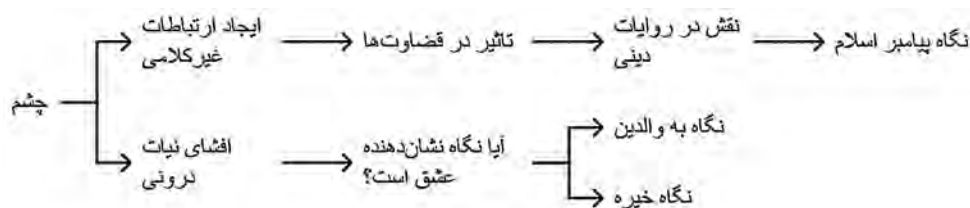
رفتارهای چشم و نوع نگاه از منظر آیات و روایات: چشم به عنوان یکی از مهم‌ترین ابزارهای ارتباط غیرکلامی، نقش کلیدی در انتقال پیام‌های درونی و عواطف انسان دارد. نگاه می‌تواند احساسات، نیت و حتی قضاوت‌های افراد را نشان دهد. قرآن و روایات به اهمیت نگاه و تماس چشمی در ایجاد اعتماد و ارتباط مؤثر اشاره کرده‌اند (احزاب/ ۱۹۶۳). نگاه گرم و صمیمانه پیامبر (ص) و ائمه (ع) به مخاطبانشان نمونه‌ای از این رفتار است (مجلسی، ۱۳۹۰: ۷۳، ج ۶؛ کلینی، ۱۳۹۹: ۶۷۱، ج ۲).

زبان تن یا رفتارهای اندامی از منظر آیات و روایات: حرکات بدن، به‌ویژه حرکات دست، نقش مهمی در انتقال مفاهیم و ایجاد ارتباط دارند. معصومین (ع) از حرکات دست و اندام برای تأکید بر مفاهیم استفاده می‌کردند. رفتارهای جسمانی مانند تواضع، عفت و حرکات متواضعانه در قرآن و روایات

۴. نقش رفتارهای کلامی در ارتباطات انسانی از منظر قرآن و روایات

سؤال چهارم: مهارت‌های کلامی و غیرکلامی (مانند زبان حرکات، اشارات، و بلاغت) در تعاملات پیامبران با مخاطبان، چگونه به انتقال مؤثر مفاهیم دینی کمک کرده است؟

انواع رفتارهای کلامی در متون و منابع اسلامی سیما و چهره در آینه آیات و روایات دینی: قرآن کریم به ارتباطات کلامی و غیرکلامی توجه ویژه‌ای دارد و حالات چهره را به عنوان ابزاری برای انتقال پیام‌های هیجانی مانند ترس، خشم، عشق، شادی و غیره معرفی می‌کند. آیات قرآن بر اهمیت خواندن حالات چهره برای تشخیص نیازهای افراد تأکید دارند (بقره/ ۲۷۳). همچنین، آراستگی ظاهر به عنوان عاملی مؤثر در تقویت روابط اجتماعی و محبوبیت نزد خداوند مطرح شده است. ائمه معصومین (ع) نیز بر



شکل ۴. نقش چشم در ارتباطات انسانی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴).



شکل ۵. نمودار رفتارهای غیرکلامی در متون اسلامی (تحلیل محتوای پژوهش حاضر، ۱۴۰۴).

ارتباطی (چگونگی بیان و دریافت) نقشی تعیین‌کننده دارد. الگوهای قرآنی باتکیه بر مهارت‌های کلامی و شنیداری توأم با خردورزی، راهکاری جامع برای ایجاد ارتباطات عمیق و پایدار در جوامع انسانی ارائه می‌دهند. بعلاوه، موفقیت پیامبران در انتقال پیام، نه در تکیه بر یک روش، بلکه در تنوع ابزارهای ارتباطی و انطباق با شرایط مخاطب ریشه دارد. امروزه بازخوانی این الگوها می‌تواند به طراحی نظام‌های تربیتی و ارتباطی بین فرهنگی کمک کند که هم به «عقلانیت» احترام می‌گذارند و هم «قلب‌ها» را مخاطب قرار می‌دهند. علاوه بر آن، مهارت‌های ارتباطی در اسلام، پلی بین سنت و مدرنیته است. از یک سو، ریشه در متون اصیل دینی دارد و از سوی دیگر، پاسخگوی نیازهای پیچیده جوامع امروزی است. تربیت «نسل مؤمن و ارتباط‌پذیر» تنها با تبدیل این آموزه‌ها به برنامه‌های عملی و نهادینه در سیستم‌های آموزشی، رسانه‌ای، و فرهنگی محقق می‌شود. این فرایند نه تنها به تحکیم روابط اجتماعی کمک می‌کند، بلکه هویت اسلامی را در عصر جهانی شدن به عنوان الگویی زنده و کارآمد بازتعریف می‌کند. از جمله پیشنهادها پژوهش حاضر تلفیق آموزه‌های اسلامی با روش‌های آموزشی نوین برای تقویت مهارت‌های ارتباطی در سطوح فردی و اجتماعی از دوران کودکی، با استفاده از رسانه‌ها است.

مورد توجه قرار گرفته‌اند (مجلسی، ۱۳۹۰: ۱۳۰، ج ۲۳؛ شعرا/ ۲۱۵^{۶۴}؛ فرقان/ ۶۳^{۶۵}).

تن و لحن کلام و صدا: لحن کلام یکی از عوامل مهم در ارتباطات است که می‌تواند احساسات و نیت درونی افراد را نشان دهد. قرآن به اهمیت لحن کلام در تشخیص منافقان و حفظ سلامت اجتماعی اشاره می‌کند. (شکل ۵) لحن محبت‌آمیز و گفتار نیکو از توصیه‌های مهم در روایات است (قصص/ ۶۶^{۲۵}؛ محمد/ ۶۳^{۳۰}؛ احزاب/ ۶۸^{۳۲}). در نتیجه، در اسلام، هماهنگی بین گفتار و رفتار و رعایت اخلاق در ارتباطات از اهمیت بالایی برخوردار است و شیوه‌های ارتباطی پیامبران نه تنها برای زمان خود، بلکه برای امروز نیز الگوهای ارزشمندی هستند که می‌توانند در مقابل تبلیغات گمراه‌کننده امروزی قرار گیرند.

نتیجه‌گیری

این پژوهش با هدف شناخت الگوهای ارتباطی اسوه‌های قرآنی و نقش آنها در انتقال مؤثر مفاهیم دینی انجام شد. یافته‌ها نشان می‌دهند که دو مهارت صحبت کردن و گوش دادن فعال، به عنوان عناصر محوری و مکمل در فرایند ارتباطی، بیشترین سهم را در تعاملات انسانی دارند. تحلیل نتایج حاکی از آن است که انتقال مفاهیم دینی، صرفاً از طریق محتوای پیام محقق نمی‌شود، بلکه فرایند

پی‌نوشت‌ها

۱. الرَّحْمَنُ (۱) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (۲) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)
۲. وَأَذِّنْ رَبِّكَ فِي نَفْسِكَ تَضَرُّعًا وَخِيفَةً وَدُونَ الْجَهْرِ مِنَ الْقَوْلِ بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ وَلَا تَكُنْ مِنَ الْغَافِلِينَ (۲۰۵)
۳. وَمَا كَانَ لِنَبِيٍّ أَنْ يَكَلِّمَهُ اللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِيَ بِيَدَيْهِ مَا يَشَاءُ إِنَّهُ عَلِيُّ حَكِيمٍ (۵۱)

۵. الرَّحْمَنُ (۱) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (۲) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)
۶. اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

۷. ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ
۸. الرَّحْمٰنُ (۱) عَلَّمَ الْقُرْآنَ (۲) خَلَقَ الْإِنْسَانَ (۳) عَلَّمَهُ الْبَيَانَ (۴)
۹. أَقْرَأُ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ
۱۰. ن وَالْقَلَمِ وَمَا يَسْطُرُونَ
۱۱. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا
۱۲. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا تُشْفِقَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴) لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَ مَنْ يُتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (۶)
۱۳. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا
۱۴. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا تُشْفِقَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴) لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَ مَنْ يُتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (۶)
۱۵. يَا أَيُّهَا الرَّسُولُ بَلِّغْ مَا أُنزِلَ إِلَيْكَ مِن رَّبِّكَ وَإِن لَّمْ تَفْعَلْ فَمَا بَلَغْتَ رِسَالَتَهُ وَاللَّهُ يَعْصُمُكَ مِنَ النَّاسِ إِنْ اللَّهُ لَا يَهْدِي الْقَوْمَ الْكَافِرِينَ
۱۶. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا
۱۷. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا تُشْفِقَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴) لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِيهِمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَ مَنْ يُتَوَلَّ فَإِنَّ اللَّهَ هُوَ الْغَنِيُّ الْحَمِيدُ (۶)
۱۸. إِنَّ أَفْضَلَ مَا تَوْسَّلُ بِهِ الْمُتَوَسِّلُونَ إِلَى اللَّهِ سُحَّانَهُ وَتَعَالَى: الْإِيمَانُ بِهِ وَبِرَسُولِهِ، وَالْجِهَادُ فِي سَبِيلِهِ فَإِنَّهُ ذُرْوَةُ الْإِسْلَامِ
۱۹. أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَى اللَّهُ فَبُهْدَاهُمْ آفَتَهُمْ فَلَا آسَأَلُكُمْ عَلَيْهِمْ أَجْرًا إِنْ هُوَ إِلَّا ذِكْرٌ لِلْعَالَمِينَ (۹۰)
۲۰. فَالْهَمَّهَا فَجُورَهَا وَتَقْوَاهَا
۲۱. فَإِذَا رَكِبُوا فِي الْفُلِكِ دَعَاوُ اللَّهِ مُخْلِصِينَ لَهُ الدِّينَ فَلَمَّا نَجَّاهُمْ إِلَى الْبَرِّ إِذَا هُمْ يُشْرِكُونَ (۶۵)
۲۲. وَأَذْكُرُ رَبِّكَ فِي نَفْسِكَ تَضَرُّعًا وَخِيفَةً وَدُونَ الْجَهْرِ مِنَ الْقَوْلِ بِالْغُدُوِّ وَالْآصَالِ وَلَا تَكُنْ مِنَ الْغَافِلِينَ (۲۰۵)
۲۳. وَمَا كَانَ لِيُبَشِّرَ أَنْ يَكَلِّمَهُ اللَّهُ إِلَّا وَحْيًا أَوْ مِنْ وَرَاءِ حِجَابٍ أَوْ يُرْسِلَ رَسُولًا فَيُوحِيَ بآذنيه مَا يَشَاءُ إِنَّهُ عَلِيُّ حَكِيمٌ (۵۱)
۲۴. وَرَسُولًا قَدْ فَصَّصْنَا لَهُمْ عَلَيْكَ مِن قَبْلُ وَرَسُولًا لَمْ نَقْضُصْهُمْ عَلَيْكَ وَكَلَّمَ اللَّهُ مُوسَى تَكْلِيمًا (۱۶۴)
۲۵. وَإِذَا حُيِّبْتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوها إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيُّ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا (۸۶)
۲۶. وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ (۴)
۲۷. وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ (۲۱۵)
۲۸. وَأَخْفِضْ لَهْمًا جَنَاحَ الدَّلِّ مِنَ الرَّحْمَةِ وَقُلْ رَبِّ ارْحَمْنَاهُمَا كَمَا رَبَّيْتَنِي صَغِيرًا (۲۴)
۲۹. وَأَخْفِضْ لِلرَّعِيَّةِ جَنَاحَكَ وَابْسُطْ لَهُمْ وَجْهَكَ وَ أَلِنْ لَهُمْ جَانِبَكَ، وَ أَسِرْ بَيْنَهُمْ فِي اللَّحْظَةِ وَ النَّظَرَةِ وَ الْإِشَارَةِ وَ التَّحِيَّةِ، حَتَّى لَا يَطْمَعُ الْعُظَمَاءُ فِي حَيْفِكَ وَ لَا يَبْئَسَ الصَّعَفَاءُ مِنْ عَدْلِكَ.
۳۰. فَالْمُتَّقُونَ فِيهَا هُمْ أَهْلُ الْفَضَائِلِ؛ مَنْطِقُهُمُ الصَّوَابُ وَ مَلْبَسُهُمُ الْاِفْتِصَادُ وَ مَشْتَبُهُمُ التَّوَّاضُعُ، غَضُوا أَبْصَارَهُمْ عَمَّا حَرَّمَ اللَّهُ عَلَيْهِمْ وَ وَقَفُوا أَسْمَاعَهُمْ عَلَى الْعِلْمِ النَّافِعِ لَهُمْ، تَزَلَّتْ أَنْفُسُهُمْ مِنْهُمْ فِي الْبَلَاءِ كَالَّذِي تَزَلَّتْ فِي الرَّخَاءِ
۳۱. وَ قَالَ (عليه السلام) لِأَبِيهِ مُحَمَّدِ بْنِ الْحَنَفِيَّةِ: يَا بَنِي، إِيَّيْ أَخَافُ عَلَيْكَ الْفَقْرَ، فَاسْتَعِذْ بِاللَّهِ مِنْهُ؛ فَإِنَّ الْفَقْرَ مُتَّفَعٌ لِلدِّينِ، مَدْهَسَةٌ لِلْعَقْلِ، دَاعِيَةٌ لِلْمَقْتِ.
۳۲. وَلَا تَسْتَوِ الْحَسَنَةُ وَلَا السَّيِّئَةُ ادْفَعْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ فَإِذَا الَّذِي بَيْنَكَ وَبَيْنَهُ عَدَاوَةٌ كَأَنَّهُ وَلِيٌّ حَمِيمٌ (۳۴)
۳۳. وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا (۶۳) وَالَّذِينَ لَا يَشْهَدُونَ الزُّورَ وَإِذَا مَرُّوا بِاللَّغْوِ مَرُّوا كِرَامًا (۷۲)
۳۴. وَإِذَا حُيِّبْتُمْ بِتَحِيَّةٍ فَحَيُّوا بِأَحْسَنَ مِنْهَا أَوْ رُدُّوها إِنَّ اللَّهَ كَانَ عَلِيُّ كُلِّ شَيْءٍ حَسِيبًا (۸۶)
۳۵. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا
۳۶. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا تُشْفِقَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴)
۳۷. قَالُوا لَا صَبِيرَ إِنَّا إِلَى رَبِّنَا مُنْقَلِبُونَ (۵۰)
۳۸. وَمَا تَقَمُّوا مِنْهُمْ إِلَّا أَنْ يُؤْمِنُوا بِاللَّهِ الْعَزِيزِ الْحَمِيدِ (۸)
۳۹. إِنَّ الْأَبْرَارَ يَشْرَبُونَ مِنْ كَأْسٍ كَانَ مِزَاجُهَا كَافُورًا (۵)
۴۰. وَأَذْكُرُ فِي الْكِتَابِ إِدْرِيسَ إِنَّهُ كَانَ صِدِّيقًا نَبِيًّا
۴۱. قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُوحَى إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهٌ وَاحِدٌ فَمَن كَانَ يَرْجُو لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا (۱۱۰)
۴۲. رُسُلًا مُبَشِّرِينَ وَمُنذِرِينَ لِئَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عَلَى اللَّهِ حِجَةٌ بَعْدَ الرُّسُلِ وَكَانَ اللَّهُ عَزِيزًا حَكِيمًا (۱۶۵)
۴۳. لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُو اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ كَثِيرًا
۴۴. قَدْ كَانَتْ لَكُمْ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ فِي إِبْرَاهِيمَ وَالَّذِينَ مَعَهُ إِذْ قَالُوا لِقَوْمِهِمْ إِنَّا بُرَآءُ مِنكُمْ وَمِمَّا تَعْبُدُونَ مِن دُونِ اللَّهِ كَفَرْنَا بِكُمْ وَبَدَا بَيْنَنَا وَبَيْنَكُمُ الْعَدَاوَةُ وَالْبَغْضَاءُ أَبَدًا حَتَّى تُؤْمِنُوا بِاللَّهِ وَحَدُّهُ إِلَّا قَوْلَ إِبْرَاهِيمَ لِأَبِيهِ لَا تُشْفِقَنَّ لَكَ وَمَا أَمْلِكُ لَكَ مِنَ اللَّهِ مِن شَيْءٍ رَبَّنَا عَلَيْكَ تَوَكَّلْنَا وَإِلَيْكَ أَنْتَبْنَا وَإِلَيْكَ الْمَصِيرُ (۴)
۴۵. وَإِنَّكَ لَعَلَى خُلُقٍ عَظِيمٍ

۴۶. يَا أَيُّهَا النَّبِيُّ إِنَّا أَرْسَلْنَاكَ شَاهِدًا وَمُبَشِّرًا وَنَذِيرًا (۴۵) وَدَاعِبًا إِلَى اللَّهِ بِإِذْنِهِ وَسِرَاجًا مُنِيرًا (۴۶)
۴۷. وَهُوَ الَّذِي أَنْشَأَ لَكُمُ السَّمْعَ وَالْأَبْصَارَ وَالْأَفْئِدَةَ قَلِيلًا مَّا تَشْكُرُونَ
۴۸. قُلْ إِنَّمَا أَنَا بَشَرٌ مِثْلُكُمْ يُوحَىٰ إِلَيَّ أَنَّمَا إِلَهُكُمُ إِلَهُ وَاحِدٌ فَمَن كَانَ يَرْجُوا لِقَاءَ رَبِّهِ فَلْيَعْمَلْ عَمَلًا صَالِحًا وَلَا يُشْرِكْ بِعِبَادَةِ رَبِّهِ أَحَدًا (۱۱۰)
۴۹. إِن تَقُولُوا إِلَّا اعْتَرَاكَ بَعْضُ آلِهَتِنَا سُبُوهُ قَالَ إِنِّي أَشْهَدُ بِاللَّهِ وَاشْهَدُوا أَنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ (۵۴)
۵۰. يَا قَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ مَالًا إِنْ أُجْرِيَ إِلَّا عَلَى اللَّهِ وَمَا أَنَا بِطَارِدٍ الَّذِينَ آمَنُوا إِنَّهُمْ مُلَاقُوا رَبِّهِمْ وَلَكِنِّي أَرَاكُمْ قَوْمًا تَجْهَلُونَ (۲۹)
۵۱. أَمَّنْ يَبْدَأُ الْخَلْقَ ثُمَّ يُعِيدُهُ وَمَنْ يَرْزُقُكُمْ مِنَ السَّمَاءِ وَالْأَرْضِ أَلَيْهَ مَعِ اللَّهُ قُلْ هَاتُوا بُرْهَانَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ صَادِقِينَ (۶۴)
۵۲. قَالَ إِنِّي لَعَمَلِكُمْ مِنَ الْقَالِينَ (۱۶۸)
۵۳. وَإِذْ قَالَ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ يَا قَوْمِ اذْكُرُوا نِعْمَةَ اللَّهِ عَلَيْكُمْ إِذْ جَعَلَ فِيكُمْ أَنْبِيَاءَ وَجَعَلَكُمْ مُلُوكًا وَآتَاكُمْ مَا لَمْ يُؤْتِ أَحَدًا مِنَ الْعَالَمِينَ (۲۰)
۵۴. وَاللَّهُ خَلَقَكُمْ وَمَا تَعْمَلُونَ (۹۶)
۵۵. إِنَّا أَرْسَلْنَا نُوحًا إِلَىٰ قَوْمِهِ أَنْ أَنْذِرْ قَوْمَكَ مِن قَبْلِ أَنْ يَأْتِيَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ (۱)
۵۶. وَأَوْحَيْنَا إِلَىٰ مُوسَىٰ أَنْ أَسْرِ بِعِبَادِي إِنَّكَ مُتَّبَعُونَ (۵۲)
۵۷. قَالَ يَا قَوْمِ لَيْسَ بِي ضَلَالَةٌ وَلَكِنِّي رَسُولٌ مِّن رَّبِّ الْعَالَمِينَ (۶۱)
۵۸. يَا قَوْمِ لَا أَسْأَلُكُمْ عَلَيْهِ أَجْرًا إِنْ أُجْرِيَ إِلَّا عَلَى الَّذِي فَطَرَنِي أَفَلَا تَتَّقُلُونَ (۵۱)
۵۹. فَاصْلَعْ يَمَا تُوَمَّرُ وَأَعْرِضْ عَنِ الْمُشْرِكِينَ (۹۴)
۶۰. يَا صَاحِبِي السَّجَنُ الْأَرْبَابُ مُتَّفِقُونَ خَيْرٌ أَمِ اللَّهُ الْوَاحِدُ الْقَهَّارُ (۳۹)
۶۱. قَالَ مُوسَىٰ لِقَوْمِهِ اسْتَعِينُوا بِاللَّهِ وَاصْبِرُوا إِنَّ الْأَرْضَ لِلَّهِ يُورِثُهَا مَنْ يَشَاءُ مِنْ عِبَادِهِ وَالْعَاقِبَةُ لِلْمُتَّقِينَ (۱۲۸)
۶۲. فَلَمَّا رَأَى السَّمْسُ بَارِغَةً قَالَ هَذَا رَبِّي هَذَا أَكْبَرُ فَلَمَّا أَفَلَتْ قَالَ يَا قَوْمِ إِنِّي بَرِيءٌ مِّمَّا تُشْرِكُونَ (۷۸)
۶۳. أَسْحَةٌ عَلَيْكُمْ فَإِذَا جَاءَ الْخَوْفُ رَأَيْتَهُمْ يُنظَرُونَ الْبَيْتُكَ تَدُورُ أَعْيُنُهُمْ كَالَّذِي يُغْشَىٰ عَلَيْهِ مِنَ الْمَوْتِ فَإِذَا ذَهَبَ الْخَوْفُ سَلَقُوكُمْ بِالسِّنَةِ حِدَادٍ أَشْحَةً عَلَى الْخَيْرِ أَوْلَيْتُكُمْ لَمْ يُؤْمِنُوا فَأَحْبَطَ اللَّهُ أَعْمَالَهُمْ وَكَانَ ذَلِكَ عَلَى اللَّهِ يَسِيرًا (۱۹)
۶۴. وَأَخْفِضْ جَنَاحَكَ لِمَنِ اتَّبَعَكَ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ (۲۱۵)
۶۵. وَعِبَادُ الرَّحْمَنِ الَّذِينَ يَمْشُونَ عَلَى الْأَرْضِ هَوْنًا وَإِذَا خَاطَبَهُمُ الْجَاهِلُونَ قَالُوا سَلَامًا (۶۳)
۶۶. فَجَاءَتْهُ إِحْدَاهُمَا تَمْشِي عَلَى اسْتِحْيَاءٍ قَالَتْ إِنَّ أَبِي يَدْعُوكَ لِيَجْزِيَكَ أَجْرٌ مَا سَقَيْتَ لَنَا فَلَمَّا جَاءَهُ وَقَصَّ عَلَيْهِ الْقِصَصَ قَالَ لَا تَخَفْ نَجَوْتَ مِنَ الْقَوْمِ الظَّالِمِينَ (۲۵)
۶۷. وَلَوْ نَشَاءُ لَأَرَيْنَاكَهُمْ فَلَعَرَفْتَهُمْ بِسِيمَاهُمْ وَلَتَعْرِفَنَّهُمْ فِي لَحْنِ الْقَوْلِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ أَعْمَالَكُمْ (۳۰)
۶۸. يَا نِسَاءَ النَّبِيِّ لَسْتُنَّ كَأَحَدٍ مِنَ النِّسَاءِ إِنْ اتَّقَيْتُنَّ فَلَا تَحْضَعْنَ بِالْقَوْلِ فَيَطْمَعَ الَّذِي فِي قَلْبِهِ مَرَضٌ وَقُلْنَ قَوْلًا مَعْرُوفًا (۳۲)

فهرست منابع

- قرآن الکریم (۱۳۹۲ش/۱۴۳۴ق/۲۰۱۳م)، ترجمه فارسی آیت الله مکارم شیرازی، تهران: عابدزاده.
- محمدبن حسین شریف‌الرضی (۱۳۸۷ش/۱۴۲۹ق/۲۰۰۸م)، نهج‌البلاغه، ترجمه محمد دشتی، تهران: الهادی.
- ابن هشام، عبدالملک بن هشام (۱۳۹۲ش/۱۴۳۴ق/۲۰۱۳م)، السیره النبویه، ج ۲، بیروت: دارالمعرفه.
- باطنی، محمدرضیا (۱۴۰۰ش/۱۴۴۲ق/۲۰۲۱م)، درباره زبان (مجموعه مقالات)، تهران: انتشارات آگاه، تهران.
- بلخی، محمداسماعیل لیبی؛ جلیلی، محمدنعیم (۱۴۰۲ش/۱۴۴۴ق/۲۰۲۳م)، داستان‌های قرآنی: اهداف، ویژگی‌ها و حکمت تکرار، پشاور اسلامیکوس، ۱۴ (۱)، ۴۶-۶۸، <https://zenodo.org/record/8242680>.
- بهجت‌پور، عبدالکریم؛ احمدی پرتو، محمدتقی (۱۴۰۱ش/۱۴۴۳ق/۲۰۲۲م)، تحلیل رویکرد تنزیلی در حل مسئله اجتماعی در قرآن با محوریت مسئله زن، قرآن و علوم اجتماعی، ۸: ۱۴۲-۱۶۳، <http://noo.rs/XG7KG>.
- حسین، شاکر؛ علی، محمد رمضان؛ خورشید، موداسیر (۱۴۰۲ش/۱۴۴۴ق/۲۰۲۳م)، نقش دین در ساختن شخصیت از دیدگاه اسلامی، مجله مطالعات دینی و اجتماعی، ۳ (۲)، ۱۲۹-۱۴۵، <https://doi.org/10.53583/jrss06.08.2023>.
- حراملی، محمد (۱۳۸۶ش/۱۴۲۸ق/۲۰۰۷م)، وسائل الشیعه الی تحصیل مسائل الشریعه، تهران: نشر کتابچی.
- دهخدا، علی اکبر (۱۳۷۷ش/۱۴۱۸ق/۱۹۹۸م)، لغت‌نامه دهخدا، زیر نظر محمد معین و جعفر شهیدی، تهران: دانشگاه تهران.
- راغب اصفهانی، حسین بن محمد (۱۳۹۵ش/۱۴۳۷ق/۲۰۱۶م)، مفردات الفاظ قرآن کریم، ترجمه حسین خداپرست، قم: نوید اسلام قم.
- رجایی، محمدخلیل (۱۳۷۹ش/۱۴۲۰ق/۲۰۰۰م)، معالم البلاغه در معانی و بیان و بدیع، شیراز: انتشارات دانشگاه شیراز، شیراز.
- روسلی، روسلی؛ اسناییاتی، اسناییاتی؛ راملی، انگرینی (۱۴۰۳ش/۱۴۴۵ق/۲۰۲۴م)، مدیریت چالش‌های چندفرهنگی در آچه با رویکرد ارتباطات اسلامی، محرک، ۷ (۲)، ۲۸۳-۲۹۹، <https://doi.org/10.37680/muharrrik.v7i2.6571>.
- زکریایی، محمدعلی (۱۳۹۰ش/۱۴۳۲ق/۲۰۱۱م)، فرهنگ مطهر؛ مفاهیم، اصطلاحات و تعبیر علوم انسانی-دینی از دیدگاه شهید مرتضی مطهری، تهران: انتشارات جامعه و فرهنگ.

- زورق، محمدحسین (۱۳۸۹/ش۱۴۳۱/ق۱۴۳۱/م۲۰۱۰)، *ارتباطات و آگاهی (مفاهیم، مبانی و روش‌ها)*، تهران، انتشارات سروش.
- سالاری فر، محمدرضا؛ آذربایجانی، مسعود؛ کاویانی آرانی، محمد؛ موسوی اصل، سیدمهدی (۱۴۰۲/ش۱۴۴۴/ق۱۴۴۴/م۲۰۲۳)، روان‌شناسی اجتماعی با نگرش به منابع اسلامی، قم: پژوهشگاه حوزه و دانشگاه.
- شریفی، عنایت‌الله (۱۳۹۶/ش۱۴۳۸/ق۱۴۳۸/م۲۰۱۷)، مهارت‌های ارتباطی در قرآن، *پژوهشنامه معارف قرآنی (آفاق دین)*، ۸ (۳۰): ۱۵۱-۱۸۴.
- شریفی، عنایت‌الله؛ خوانین‌زاده، محمدحسین؛ خلعتبری لیمایی، حسام‌الدین (۱۳۹۶/ش۱۴۳۸/ق۱۴۳۸/م۲۰۱۷)، روش‌های تبلیغی امام رضا (ع)، فرهنگ رضوی، ۵ (۱۹): ۱۷۶-۱۴۹.
- صالح، آپچرال‌الدین؛ مریسنگان، حبیبی؛ عبدالله، سوپرمن؛ حمید، هریبانتی؛ جاینتی، سولونیا (۱۴۰۳/ش۱۴۴۵/ق۱۴۴۵/م۲۰۲۴)، تاب‌آوری روانی مسلمانان در پاندمی، *مجله بین‌المللی دین*، ۵ (۱۰): ۴۸۰۴-۴۸۱۸. <https://doi.org/10.61707/pdgedk27>.
- طباطبایی، محمدحسین (۱۳۷۴/ش۱۴۱۵/ق۱۴۱۵/م۱۹۹۵)، *ترجمه تفسیر المیزان*، ترجمه محمدباقر موسوی همدانی، قم: انتشارات اسلامی.
- طبرسی، حسن بن فضل (۱۳۸۴/ش۱۴۲۶/ق۱۴۲۶/م۲۰۰۵)، *مکارم الاخلاق*، ج ۱، قم: دارالهدی.
- عباسی مقدم، مصطفی (۱۳۹۱/ش۱۴۳۳/ق۱۴۳۳/م۲۰۱۲)، مقایسه شیوه‌های ارتباطی و تبلیغی چهره‌های قرآنی با روش‌های تبلیغ امروزی، *مطالعات فرهنگ - ارتباطات*، ۱۳ (۱۸ (مسلسل ۵۰)): ۱۱۳-۱۴۴. <https://sid.ir/paper/213608/fa>.
- علوی‌زاده، سید محمد (۱۴۰۱/ش۱۴۴۳/ق۱۴۴۳/م۲۰۲۲)، باز پژوهی آسیب‌های دنیادوستی بر روابط اجتماعی مبلغان دین از منظر قرآن و روایات، *قرآن و علوم اجتماعی*، ۸: ۸۲-۱۰۹. <http://noo.rs/4Ax6k>.
- فرهنگی، علی‌اکبر (۱۴۰۲/ش۱۴۴۴/ق۱۴۴۴/م۲۰۲۳)، *ارتباطات انسانی*، تهران: رسا.
- قرآنی، محسن (۱۳۹۷/ش۱۴۳۹/ق۱۴۳۹/م۲۰۱۸)، *تفسیر نور*، تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- قطب، محمد (۱۳۸۹/ش۱۴۳۱/ق۱۴۳۱/م۲۰۱۰)، *روش تربیتی اسلام و کاربرد عملی آن*، ترجمه محمود ابراهیمی، تهران: اراس.
- کریمی، یوسف (۱۴۰۲/ش۱۴۴۴/ق۱۴۴۴/م۲۰۲۳)، *روانشناسی شخصیت*، تهران: نشر ویرایش.
- کلینی، محمد بن یعقوب (۱۳۹۹/ش۱۴۴۱/ق۱۴۴۱/م۲۰۲۰)، *اصول کافی*، ج ۲، مترجم: عباس به نژاد، تهران: انتشارات آرایه.
- کوهستانی، ام‌البین؛ رضوی دوست، غلامرضا؛ موسوی، سید محمدحسین؛ زارعی، محمد (۱۴۰۱/ش۱۴۴۳/ق۱۴۴۳/م۲۰۲۲)، مهارت‌های ارتباطی انسان با هم‌نوعان در سبک زندگی توحیدی از منظر امام حسن عسکری (ع)، *قرآن و علوم اجتماعی*، ۸: ۱۰-۳۶. <http://noo.rs/heGs>.
- مجلسی، محمدباقر (۱۳۹۰/ش۱۴۳۲/ق۱۴۳۲/م۲۰۱۱)، *بحارالانوار*، بیروت: انتشارات دارالاحیاء التراث العربی.
- محسنیان‌زاد، مهدی (۱۴۰۱/ش۱۴۴۳/ق۱۴۴۳/م۲۰۲۲)، *ارتباط‌شناسی*، تهران: انتشارات سروش.
- مهدوی، فاطمه؛ سجادی، مرضیه سادات (۱۴۰۱/ش۱۴۴۳/ق۱۴۴۳/م۲۰۲۲)، تأثیر آموزش مهارت‌های ارتباطی در بهبود روابط زوجین با تأکید بر مبانی اسلامی، *پژوهش‌های اسلامی جنسیت و خانواده*، ۵ (۸): ۲۷-۹.
- نراقی، احمد (۱۳۹۹/ش۱۴۴۱/ق۱۴۴۱/م۲۰۲۰)، *معراج السعاده*، مشهد: به نشر (انتشارات آستان قدس رضوی).
- نظریبگی، مریم و فلاح‌زاده، احمد (۱۴۰۰/ش۱۴۴۲/ق۱۴۴۲/م۲۰۲۱)، امام حسن عسکری (ع) و حل چالش «اثبات امامت» بر اساس الگوی تبلیغ کانونی، *فصلنامه علمی شیعه‌شناسی*، ۱۹ (۷۳): ۱۰۹-۱۳۴. [doi:10.22034/shistu.2021.530630.2055](https://doi.org/10.22034/shistu.2021.530630.2055).
- واعظی، سید حسین؛ طوفان فرد، خدیجه؛ سعادت‌مند، زهره (۱۴۰۱/ش۱۴۴۳/ق۱۴۴۳/م۲۰۲۲)، بررسی جایگاه و مفهوم گفت‌وگو و پرسشگری در آموزه‌های حضرت علی (ع)، *پژوهش در مسائل تعلیم و تربیت اسلامی*، ۳۰ (۵۷): ۱۱۷-۱۵۰.
- وزین پور، نادر (۱۳۸۱/ش۱۴۲۳/ق۱۴۲۳/م۲۰۰۲)، *برسمند سخن*، تهران: انتشارات فروغی.