

شاخص‌های ارتباطات اجتماعی
در جامعه اسلامی

حسن یوسف زاده و همکاران

انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

۱۳۹۴

این پژوهش با حمایت مالی مرکز بررسی‌های استراتژیک ریاست جمهوری در سال ۱۳۹۲ در مرکز پژوهش‌های کاربردی اقتصادی اجتماعی قدر به انجام رسیده است.

عنوان و نام پدیدآور	: شاخص‌های ارزش‌های اجتماعی در جامعه اسلامی / مؤلف حسن یوسف‌زاده، ... [و دیگران].
مشخصات نشر	: قم: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی ... مرکز پژوهش‌های کاربردی اقتصادی اجتماعی قدر ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۴۴۲ ص.
شابک	: ۹۶۵-۹۶۶-۹۶۷-۹۶۸-۹۶۹ یال
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا.
یادداشت	: مؤلفان حسن یوسف‌زاده، رفیع‌الدین اسماعیل، داود بشیرزاده، علیرضا بشیری، محمدرضا زالی، اسماعیل صابرکیوج، مریم علوی.
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۴۱۷ - ۴۴۲.
موضوع	: روابط اجتماعی -- جنبه‌های مذهبی - اسلام.
موضوع	: ارتباط -- جنبه‌های اخلاقی.
موضوع	: ارتباط -- جنبه‌های مذهبی - اسلام.
شناسه افزوده	: یوسف زاده، حسن،
شناسه افزوده	: مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی .
رده‌بندی کنگره	: ش BP۲۳۰/۲
رده‌بندی دیویی	: ۴۸۳/۲۹۷
شماره کتاب‌شناسی ملی	: ۴۰۵۸۴۹۹



۱۱۹۲

شماره ردیف

شماره موضوعی جامعه‌شناسی-۳۷

۱۳۹۴-۵۷

■ شاخص‌های ارتباطات اجتماعی در جامعه اسلامی

● تألیف: حسن یوسفزاده و دیگران

● ناشر: انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی

● چاپ: نگارش

● نوبت و تاریخ چاپ: اول، پاییز ۱۳۹۴

● شمارگان: ۱۰۰۰

● قیمت: ۱۸۰۰۰ تومان

● دفتر مرکزی: قم، خیابان شهداء، کوی ممتاز، پلاک ۳۸

● تلفن و نمابر: ۰۲۵-۳۷۷۴۲۳۲۶

● شعبه مؤسسه امام خمینی (ره): قم، بلوار امین، بلوار جمهوری اسلامی، مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی (ره)

● تلفن: ۰۲۵-۳۲۱۱۳۶۲۹

● آفتاب پنهان: ۰۹۱۹۲۵۱۱۰۳۶

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۴۱۱-۹۶۵-۱

کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است



فهرست مطالب

۱۷	سخن مرکز
۱۹	پیش گفتار

فصل اول

الیات

۳۱	۱-۱- تعریف مفاهیم
۳۲	۱. شاخص
۳۶	۲. ارتباط
۳۸	۳. ارزش
۳۹	۴. هنجار
۴۱	۵. ادب
۴۵	۶. اخلاق
۴۷	۷. حقوق
۴۸	۸. تکلیف
۵۰	۹. رابطه اخلاق و حقوق
۵۲	۱۰. تفاوت اخلاق و فقه
۵۷	۲-۱- الزامات شاخص سازی در عرصه ارتباطات اجتماعی
۵۷	۱-۲-۱- مفهوم‌شناسی ارتباطات
۵۸	۱-۲-۲- تعیین مولفه‌های ارتباط



- ۵۹ ۱-۲-۳- توجه به هدف ارتباط
- ۶۰ ۱-۲-۴- ضرورت ارتباط
- ۶۱ ۱-۲-۵- گونه‌شناسی ارتباط:
- ۶۲ ۱-۲-۶- ترسیم ساحت‌های ارتباط
- ۶۳ ۱-۲-۷- نظام‌وارگی ارتباطات اسلامی
- ۶۶ ۱-۲-۸- و کارکردهای ارتباطات

فصل دوم

ارتباطات خویشاوندی

- ۷۳ ۱-۲- مفهیم
- ۷۴ ۱-۲- اهمیت
- ۷۵ ۱-۲-۲- دارای و خوب فقهی
- ۷۷ ۱-۲-۲- سوال از رحم در قیامت
- ۷۷ ۱-۲-۲- از نشانه‌های دینداری
- ۷۷ ۱-۲-۲- مایه آرامش و افزایش عمر
- ۷۹ ۱-۲-۲- عامل کاهش ناپهنجاری‌های اجتماعی
- ۸۲ ۱-۲-۲- مانع گسست‌های ناشی از تحرک اجتماعی
- ۸۳ ۱-۲-۲- عامل تسهیل‌کننده فرایند جامعه‌پذیری
- ۸۴ ۱-۲-۲- عامل همبستگی اجتماعی
- ۸۴ ۱-۲-۲- قلمرو صله رحم
- ۸۵ ۱-۲-۴- اصول حاکم بر روابط خویشاوندی
- ۸۶ ۱-۲-۴- اصل احسان
- ۸۸ ۱-۲-۴- اصل تقدم مصالح معنوی بر مادی
- ۸۹ ۱-۲-۴- اصل سلسله مراتبی
- ۹۰ ۱-۲-۴- اصل رعایت اولویت



فصل سوم

ارتباطات همسایگی

- ۱-۳- تعریف همسایه در اسلام ۹۷
- ۲-۳- جایگاه همسایه در اسلام ۹۹
- ۱-۲-۳- احسان به همسایه به مثابه عبادت خدا ۹۹
- ۲-۲-۳- حسن همسایه‌داری، نشانه‌ی ایمان ۱۰۱
- ۳-۲-۳- حسن همسایه‌داری موجب آمرزش گناهان ۱۰۱
- ۴-۲-۳- همسایه به مثابه جان آدمی ۱۰۲
- ۵-۲-۳- سوال از همسایه در قیامت ۱۰۲
- ۶-۲-۳- اهمیت همسایه در خرید خانه: ۱۰۳
- ۳-۳- گونه‌شناسی همسایگان (رأی‌ل‌حظ حقوق) ۱۰۳
- ۴-۳- اصول حاکم بر روابط همسایگی ۱۰۴
- ۱-۴-۳- اصل عدالت ۱۰۴
- ۱-۱-۴-۳- بالا نبردن دیوار ۱۰۵
- ۲-۱-۴-۳- اجتناب از تجاوز به حریم خصوصی همسایه ۱۰۶
- ۲-۱-۴-۳- اجتناب از سلب امنیت همسایه ۱۰۹
- ۲-۴-۳- اصل احسان ۱۱۰
- ۱-۲-۴-۳- تعارف غذا و اهدای میوه ۱۱۲
- ۲-۲-۴-۳- قرض دادن ۱۱۳
- ۳-۲-۴-۳- صبر بر آزار همسایه ۱۱۵
- ۴-۲-۴-۳- نصیحت همسایه ۱۱۶
- ۵-۲-۴-۳- حسن معاشرت ۱۱۶
- ۵-۳- کارکردهای اجتماعی نظام حقوق همسایگی ۱۱۷

فصل چهارم

ارتباطات دوستانه

- ۱-۴- تعریف دوستی ۱۳۴



- ۱۳۵ ۲-۴- ضرورت دوستی
- ۱۳۷ ۳-۴- اهمیت دوستان
- ۱۳۷ ۱-۳-۴- دوستی به مثابه اطاعت
- ۱۳۸ ۲-۳-۴- اثرپذیری نفس
- ۱۳۹ ۳-۳-۴- نقش دوست در سعادت انسان
- ۱۴۱ ۴-۲-۴- شفاعت دوستان
- ۱۴۱ ۴-۴-قسام دوستان
- ۱۴۳ ۴-۴- دوستی‌های نکوهدیده
- ۱۴۴ ۶-۴- اصول حکم در روابط دوستی میان مومنان
- ۱۴۴ ۱-۶-۴- خدای بودن دوستی‌ها
- ۱۴۶ ۱-۶-۴- اخلاق و صفات الهی در روابط دوستانه
- ۱۴۶ ۲-۱-۶-۴- محبت و اولیاء خدا
- ۱۴۷ ۳-۱-۶-۴- تأکید بر ایمان در دوستی
- ۱۴۷ ۲-۶-۴- خیرخواهی
- ۱۴۸ ۱-۲-۶-۴- مساعدت مالی
- ۱۴۸ ۲-۲-۶-۴- دعا در حق دوستان
- ۱۴۹ ۳-۲-۶-۴- نصیحت به هنگام ارتکاب گناه
- ۱۵۰ ۳-۶-۴- حسن معاشرت
- ۱۵۰ ۱-۳-۶-۴- وفاداری
- ۱۵۱ ۲-۳-۶-۴- تکریم

فصل پنجم

ارتباطات مومنانه (مومن با وصف عام ایمان)

- ۱۵۷ ۱-۵- تعریف مفاهیم
- ۱۵۸ ۲-۵- جایگاه مومن و حقوق او
- ۱۶۱ ۳-۵- ویژگی‌های عام مومن در حوزه روابط اجتماعی
- ۱۷۲ ۱-۳-۵- جمع بندی ویژگی‌های اجتماعی مومن از دیدگاه روایات

- ۱۷۲ ۵-۳-۱-۱- خیرخواهی
- ۱۷۶ ۵-۳-۱-۲- برخورد نیک و پسندیده با دیگران
- ۱۸۱ ۵-۳-۱-۳- عدم ارتکاب اعمال زشت و ناروا
- ۱۸۳ ۵-۳-۱-۴- جلب و حفظ دوستی، احترام و محبت برادران دینی
- ۱۸۴ ۵-۳-۱-۵- دوستی و ارتباطات هدف دار و معقول
- ۱۸۶ ۵-۳-۱-۶- پایبندی به تعهدات
- ۱۸۶ ۵-۳-۱-۷- عفو و حلم
- ۱۸۷ ۵-۳-۱-۸- حیاء
- ۱۸۸ ۵-۴- وجوب یا استحباب موکد اصول عام

فصل ششم

ارتباطات میان فرهنگی

- ۲۰۰ ۶-۱- تعریف ارتباطات میان فرهنگی
- ۲۰۱ ۶-۲- اصول حاکم بر ارتباطات میان فرهنگی
- ۲۰۱ ۶-۲-۱- اصل تولی و تبری
- ۲۰۴ ۶-۲-۱-۱- توجه به تنوع مخاطب
- ۲۰۷ ۶-۲-۱-۲- نهی از شرکت در مجالس کافران
- ۲۰۷ ۶-۲-۱-۳- نهی از هم‌رازی با کافران
- ۲۰۸ ۶-۲-۱-۴- نهی از ازدواج با کافران
- ۲۰۹ ۶-۲-۱-۵- جداسازی کافران محارب از سایر کافران
- ۲۰۹ ۶-۲-۱-۶- رد هدیه مشرکان
- ۲۱۰ ۶-۲-۲- اصل دعوت
- ۲۱۱ ۶-۲-۲-۱- دعوت به توحید
- ۲۱۲ ۶-۲-۲-۲- دعوت به فطرت
- ۲۱۴ ۶-۲-۲-۳- دعوت به موعودگرایی
- ۲۱۶ ۶-۲-۳- اصل تحریم سلطه سیاسی (نفی سییل)
- ۲۱۹ ۶-۲-۳-۱- تحریم‌های اجتماعی



- ۲۲۱ ۲-۳-۲-۶- تحقیر اجتماعی
- ۲۲۳ ۳-۳-۲-۶- محدودیت‌های فرهنگی
- ۲۲۴ ۴-۲-۶- اصل رعایت اصول انسانی و اخلاقی
- ۲۲۷ ۱-۴-۲-۶- عدالت
- ۲۳۰ ۲-۴-۲-۶- احسان
- ۲۳۶ ۳-۴-۲-۶- احترام متقابل
- ۲۳۶ ۱-۳-۴-۲-۶- احترام به مقدسات
- ۲۳۷ ۲-۳-۴-۲-۶- احترام به فرهنگ
- ۲۳۸ ۳-۳-۴-۲-۶- احترام به آزادی

فصل هفتم

بابط میان مبلغ و مخاطب

- ۲۴۷ ۱-۷- مفهوم‌شناسی تبلیغ
- ۲۵۱ ۲-۷- تبلیغ به مثابه یک حرفه:
- ۲۵۳ ۳-۷- ارتباطات حرفه‌ای تبلیغ:
- ۲۵۴ ۴-۷- اصول حاکم بر رفتار مبلغ دینی
- ۲۵۴ ۱-۴-۷- تقوا
- ۲۵۵ ۱-۱-۴-۷- پرهیز از هوای نفس خود:
- ۲۵۷ ۲-۱-۴-۷- پرهیز از تبلیغ به خاطر خود:
- ۲۵۷ ۲-۱-۴-۷- پرهیز از تبلیغ به خاطر دیگران:
- ۲۵۷ ۲-۱-۴-۷- پرهیز از تبلیغ به خاطر دنیا و مطامع مادی:
- ۲۶۰ ۲-۱-۴-۷- پرهیز از کتمان حق:
- ۲۶۱ ۲-۴-۷- صداقت و راست‌گویی:
- ۲۶۲ ۱-۲-۴-۷- عامل بودن به علم و گفتار خود:
- ۲۶۶ ۲-۲-۴-۷- اعتقاد گوینده به سخن خود:
- ۲۶۶ ۳-۴-۷- بصیرت
- ۲۶۷ ۱-۳-۴-۷- موقعیت‌شناسی

- ۲۶۹ بهره‌گیری مناسب از شیوه‌ها و فرصت‌های تبلیغی: ۲-۳-۴-۷
- ۲۷۱ پرهیز از همنشینی با ظالم: ۳-۳-۴-۷
- ۲۷۲ آلت دست و نشانه تأیید اهل باطل قرار نگرفتن: ۴-۳-۴-۷
- ۲۷۲ پرهیز از قبول صلّه و هدیه بی حساب از هر کسی: ۵-۳-۴-۷
- ۲۷۳ صبر و استقامت: ۴-۴-۷
- ۲۷۴ مواضع صبر: ۱-۴-۴-۷
- ۲۷۶ عوامل و زمینه‌های تقویت روحیه صبر و استقامت: ۲-۴-۴-۷
- ۲۷۸ صراحت و شفافیت: ۵-۴-۷
- ۲۷۹ دانش (علم و آگاهی): ۶-۴-۷
- ۲۸۱ امانت‌داری: ۷-۴-۷
- ۲۸۲ محبت و مهریابی: ۸-۴-۷
- ۲۸۴ تواضع و فروتنی: ۹-۴-۷
- ۲۸۸ بهره‌گیری مناسب از شیوه‌ها و فرصت‌های تبلیغی: ۱۰-۴-۷

فصل نهم

مدیر و زیرمجموعه

- ۳۰۶ مفهوم‌شناسی: ۱-۸
- ۳۰۷ رفتار سازمانی: ۱-۱-۸
- ۳۰۸ رفتار سازمانی در اسلام: ۲-۱-۸
- ۳۰۸ رفتار حرفه‌ای: ۳-۱-۸
- ۳۰۹ اخلاق حرفه‌ای: ۴-۱-۸
- ۳۱۰ مدیر و مدیریت: ۵-۱-۸
- ۳۱۱ اصول حاکم بر ارتباطات حرفه‌ای مدیر در اسلام: ۲-۸
- ۳۱۱ اصل خدایی بودن روابط: ۱-۲-۸
- ۳۱۱ مقدم داشتن اطاعت خداوند بر همه اطاعت‌ها: ۱-۱-۲-۸
- ۳۱۱ انجام فرمان خدا در میان مردم: ۲-۱-۲-۸
- ۳۱۲ احساس مسئولیت برابر خداوند: ۳-۱-۲-۸



- ۳۱۲ ۸-۲-۱-۴- اختصاص بهترین وقت برای عبادت.
- ۳۱۳ ۸-۲-۱-۵- یاد خداوند و موعظه مردم.
- ۳۱۳ ۸-۲-۱-۶- طلب یاری از خدا.
- ۳۱۳ ۸-۲-۲- اصل عدالت.
- ۳۱۵ ۸-۲-۲-۱- عدالت فردی.
- ۳۱۸ ۸-۲-۲-۲- عدالت اجتماعی.
- ۳۱۹ ۸-۲-۱-۲- ابعاد و شاخص‌های عدالت اجتماعی در مدیر.
- ۳۲۰ ۱. اعطای حقوق.
- ۳۲۳ ۲. مساوات و عدم تبعیض.
- ۳۲۶ ۳. اعدا مال.
- ۳۲۷ ۴. توازن.
- ۳۲۷ ۵. انصاف.
- ۳۲۹ ۸-۲-۳- اصل مردم‌داری.
- ۳۳۰ ۸-۲-۳-۱- شاخص‌ها مردم‌داری در مدیریت اسلامی.
- ۳۳۰ ۸-۲-۳-۱-۱- حسن خلق و خوش‌خوئی با مردم.
- ۳۳۱ ۸-۲-۳-۲- آسان گرفتن بر مردم.
- ۳۳۱ ۸-۲-۳-۳- رسیدگی شخصی و مستقیم (مرا به بهره) به امور مردم.
- ۳۳۱ ۸-۲-۳-۴- برخورد متواضعانه با مردم.
- ۳۳۲ ۸-۲-۳-۵- برآوردن نیاز مردم با سرعت و بدون تاخیر.
- ۳۳۲ ۸-۲-۳-۶- نرمی و مدارا با زیردستان و مردم.
- ۳۳۳ ۸-۲-۳-۷- گشاده رویی و خشنود کردن مردم.
- ۳۳۳ ۸-۲-۳-۸- دوستی و انس و الفت با مردم.
- ۳۳۴ ۸-۳-۲-۹- ساده زندگی کردن.
- ۳۳۵ ۸-۲-۳-۱۰- معاشرت نیکو با مردم.
- ۳۳۶ ۸-۲-۳-۱۱- خود را در معرض دسترسی مردم قرار دادن.
- ۳۳۶ ۸-۲-۳-۱۲- عدم اجبار مردم (احترام به آراء مردم).

- ۳۳۷ ۸-۲-۳-۱-۱۳- عدم اجحاف به مردم
- ۳۳۷ ۸-۲-۳-۱-۱۴- بخشش اشتباهات مردم
- ۳۳۸ ۸-۲-۳-۱-۱۵- توجه به زیر دستان و خدمت به آنان
- ۳۳۸ ۸-۲-۳-۱-۱۶- پرهیز از مشاجره و خصومت با مردم
- ۳۳۸ ۸-۲-۴- اصل شایسته‌سالاری
- ۳۳۹ ۸-۲-۴-۱- تعریف شایسته‌سالاری
- ۳۴۰ ۸-۲-۴-۲- ضرورت شایسته‌سالاری
- ۳۴۰ ۸-۲-۴-۱- شاخص‌های شایسته‌سالاری
- ۳۴۱ ۸-۲-۴-۳-۱- ایمان و تقوا
- ۳۴۱ ۸-۲-۴-۳- تعهد و امانتداری
- ۳۴۲ ۸-۲-۴-۳-۲- علم و تخصص
- ۳۴۳ ۸-۲-۴-۴- مهارت و توانایی
- ۳۴۵ ۸-۲-۴-۵- تجربه و آزمودگی
- ۳۴۶ ۸-۲-۴-۶- حسن پیشینه
- ۳۴۶ ۸-۲-۴-۷- بصیرت
- ۳۴۷ ۸-۲-۴-۸- هوش و استعداد
- ۳۴۸ ۸-۲-۵- اصل خیرخواهی و نصیحت
- ۳۴۹ ۸-۲-۵-۱- نشانه‌های فرد خیرخواه و نصیحت‌کننده
- ۳۵۰ ۸-۲-۵-۲- شاخص‌های خیرخواهی در مدیر
- ۳۵۰ ۸-۲-۵-۱- تلاش برای صلح دادن و رفع اختلاف میان مردم
- ۳۵۰ ۸-۲-۵-۲- رازداری
- ۳۵۱ ۸-۲-۵-۳- رفع مشکلات خانواده‌های مجموعه مدیریتی خود
- ۳۵۱ ۸-۲-۵-۴- راهنمایی و آگاهی بخشی
- ۳۵۲ ۸-۲-۵-۵- نیکی به زیردستان
- ۳۵۲ ۸-۲-۶- اصل نظم
- ۳۵۲ ۸-۲-۶-۱- برنامه‌ریزی



- ۲۵۴ ۸-۲-۶-۲- شاخص‌های برنامه‌ریزی
- ۲۵۴ ۸-۲-۶-۱- تعیین اهداف
- ۲۵۴ ۸-۲-۶-۲- دقت و محکم کاری
- ۲۵۵ ۸-۲-۶-۳- تقسیم کار
- ۲۵۵ ۸-۲-۶-۴- مدیریت وقت
- ۲۵۷ ۸-۲-۷- قاطعیت
- ۲۵۷ ۸-۲-۷-۱- قاطعیت در تصمیم‌گیری
- ۲۵۸ ۸-۲-۷-۲- اتمام حجت قبل از برخورد
- ۲۵۹ ۸-۲-۸- اصل مشورت
- ۲۶۴ ۸-۲-۹- کنترل نظارت
- ۲۶۵ ۸-۲-۹-۱- نظارت
- ۲۶۵ ۸-۲-۹-۱- نظارت استکار
- ۲۶۷ ۸-۲-۹-۲- نظارت نهی

فصل نهم

شاخص‌های ارتباطات رسانه‌ای

- ۳۷۵ ۹-۱- تعریف مفاهیم
- ۳۷۳ ۹-۲- شاخص‌های ایجابی پیام
- ۳۷۷ ۹-۲-۱- شاخص‌های معطوف به هدف
- ۳۷۹ ۹-۲-۱-۱- توحیدمحور
- ۳۸۰ ۹-۲-۱-۲- هدایت‌گری
- ۳۸۲ ۹-۲-۱-۳- گسترش معنویت
- ۳۸۳ ۹-۲-۱-۴- مایه رشد و کمال
- ۳۸۴ ۹-۲-۱-۵- ارزش‌مداری
- ۳۸۵ ۹-۲-۱-۶- تفکرانگیزی
- ۳۸۶ ۹-۲-۱-۷- تنبّه و بیداری
- ۳۸۷ ۹-۲-۲- شاخص‌های معطوف به کارکرد پیام‌های دینی



۳۸۸	۹-۲-۱- آرامش بخشی
۳۸۸	۹-۲-۲- وحدت بخشی
۳۹۱	۹-۲-۳- آگاهی بخشی
۳۹۲	۹-۲-۳-۱- شگردهای آگاهی بخشی
۳۹۲	الف) دعوت به مطالعه تاریخ
۳۹۲	ب) بیان مجادلات تاریخی
۳۹۳	پ) یادآوری تجربه‌های تاریخی اقوام
۳۹۳	ت) دعوت به عبرت‌گیری از آثار تاریخی
۳۹۴	ث) بیان فلسفه تاریخ
۳۹۴	د) شناخت بیوه‌ها بین در تاریخ
۳۹۴	۹-۲-۴- امید بخشی
۳۹۶	۹-۲-۵- تقویت مسئولیت‌پذیری
۳۹۶	۹-۲-۶- اطلاع‌رسانی
۳۹۷	۹-۲-۳- شاخص‌های معطوف به خرد پیام
۳۹۷	۹-۳-۱- حق مدار
۳۹۸	۹-۳-۲- انسجام درونی
۴۰۰	۹-۳-۳- موثق، منطقی و مستدل
۴۰۱	۹-۳-۴- روشن و قابل فهم
۴۰۲	۹-۳-۵- دارای محمل و حامل شایسته
۴۰۳	۹-۳-۶- ابتدای بر حکمت
۴۰۴	۹-۳-۷- در مسیر اندیشه‌ورزی
۴۰۴	۹-۳-۸- وسیله عبرت
۴۰۵	۹-۳-۹- سازگار با فطرت
۴۰۵	۹-۳-۱۰- مردمی بودن
۴۰۸	۹-۳-۱۱- نیکو و شایسته
۴۰۸	۹-۳-۱۲- شیوا و رسا

- ۴۰۸ ۹-۳-۱۳- مختصر و مفید
- ۴۰۹ ۹-۳-۳- شاخص‌های سلبی پیام
- ۴۰۹ ۹-۳-۲- بهتان و تهمت
- ۴۱۰ ۹-۳-۳- دروغ‌پردازی
- ۴۱۰ ۹-۳-۴- مغالطه
- ۴۱۱ ۹-۳-۵- تحریک به گناه
- ۴۱۲ ۹-۳-۶- ایجاد یأس در جامعه
- ۴۱۳ ۹-۳-۷- اشاعه فحشا
- ۴۱۳ ۹-۳-۸- تمسخر و عیب‌جویی
- ۴۱۳ ۹-۳-۹- تجسس و افشای اسرار
- ۴۱۴ ۹-۳-۱۰- غیب‌گویی
- ۴۱۵ ۹-۳-۱۱- تشبیه به کفار
- ۴۱۵ ۹-۳-۱۲- پولسازی به‌عنوان هدف
- ۴۱۷ منابع و مآخذ

www.ketab.ir

سخن مرکر

انقلاب اسلامی ایران مبنی بر هویت اسلامی، با هدف احیای فرهنگ و تمدن اسلامی و ساختن جامعه‌ای پیشرفته که تسخیر کننده سعادت دنیا و آخرت انسان باشد، به وقوع پیوست؛ جامعه‌ای که از آخرین دستاوردهای علمی و فناوری برخوردار شده باشد و آنها را برای نیل به ارزش‌های متعالی اسلام به کار گیرد. رسیدن به چنین هدفی مستلزم داشتن الگویی جامع است. این الگو باید به روشی تدوین شود که از یک سبک زندگی دستیابی افراد جامعه به حیات طیبه را فراهم آورد، و از سوی دیگر، قابلیت آن را داشته باشد که به جهان عرضه شود. بدیهی است که چنین الگویی با آنچه از سوی تمدن غربی عرضه شده و به کشورهای توسعه یافته معرفی شده، تفاوت بنیادین خواهد داشت.

به دلیل عدم پذیرش چنین مدلی از توسعه یافتگی، مقام معظم رهبری (مد ظله) واژه پیشرفت را به جای توسعه برگزیدند و فرمودند: «ممکن است پیشرفتی که ما می‌گوئیم، با آنچه که امروز از مفهوم توسعه در دنیا فهمیده می‌شود، وجوه مشترکی داشته باشد - که حتماً دارد - اما در نظام واژگانی ما، کلمه پیشرفت معنای خاص خودش را داشته باشد که با توسعه در نظام واژگانی امروز غرب، نیایستی اشتباه بشود. آن چه ما دنبالش هستیم، لزوماً توسعه‌ی غربی - با همان مختصات و با همان شاخص‌ها - نیست.» (بیانات مقام معظم رهبری (مد ظله) در دیدار استادان و دانشجویان کردستان ۱۳۸۸/۲/۲۷)

مرکز پژوهش کاربردی اقتصادی اجتماعی قدر در راستای تحقق مثنویات مقام معظم رهبری (مد ظله) نسبت به تدوین الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت، تمرکز خود را بر تدوین

اهداف، مبانی، راهبردها و شاخص‌های این الگو قرار داد. تحقیق حاضر از مجموعه فعالیت‌های پژوهشی است که به همت جناب حجت الاسلام و المسلمین آقای دکتر حسن یوسف زاده با همکاری آقایان: رفیع الدین اسماعیلی، داود بشیرزاده، علیرضا بشیری، محمدرضا زالی، و سرکار خانم مریم علوی در قلمرو الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت انجام پذیرفته است. راهنمایی‌های استاد ارجمند جناب آقای دکتر داودی و مساعدت‌های اعضای شورای علمی مرکز، آقایان: سیدمحمدکاظم رجایی، نعمت‌اله پناهی، سیدعبدالحمید ثابت، محمدجمال خلیلیان اشکذری، مهدی جایزینیا و حسن یوسف‌زاده در به ثمر رسیدن این اثر کارساز بوده است. از همه این عزیزان صمیمانه سپاسگزاریم. همچنین از معاونت پژوهش و انتشارات مؤسسه آموزشی و پژوهشی امام خمینی صمیمانه سپاسگزاریم و از خدای بزرگ برای آنها اجر و پاداش مسألت می‌کنیم.

مرکز پژوهش کاربردی اقتصادی اجتماعی قدر

پیش گفتار

سخن از «شاخصی» و «شاخص‌سازی» در متن‌های علمی امروز، به‌ویژه علم اقتصاد، اصطلاحی جا افتاده است. عمده‌ترین کاربرد آن بررسی و شناخت وضعیت موجود جوامع در جهت سیاست‌گذاری است. اما در سلسله رشته‌های علوم انسانی در تعریف آن اتفاق نظر وجود ندارد و تعابیر علمای اجتماع از شاخص متعدد است. در عین حال در این مسأله اختلاف نظر وجود ندارد که هم شناخت وضعیت موجود و هم دستیابی به وضعیت مطلوب، براساس شاخص‌ها صورت می‌گیرد. استفاده از شاخص، صرف‌نظر از ماهیت و منبع استخراج آن، امر مطلوبی است؛ چرا که سیاست‌گذاری، برنامه‌ریزی و حرکت به جلو بدون مساعدت از شاخص‌ها در ظاهر غیرممکن می‌نماید.

در اینجا پرسش مهمی مطرح می‌شود: آیا شاخص‌ها، به صورت کلی از بی‌طرفانه، صرفاً وضعیت موجود را توصیف می‌کنند یا در متن آن‌ها توصیه و دستورهای عملی نیز وجود دارد؟ آیا زمانی که ما طبق یک شاخص (مثلاً شاخص تولید ناخالص ملی) صرفاً در رتبه هفدهم جهان قرار داریم و مستمراً یا بسیج کردن همه امکانات کشور تلاش می‌کنیم رتبه خود را بالاتر ببریم، به ارزش‌های سرمایه‌داری غرب، که در این شاخص تعبیه شده است، عمل نمی‌کنیم؟ به تعبیر دیگر، آیا شاخص‌ها صرفاً یک خط کس و ابزار اندازه‌گیری هستند یا نقشی فراتر از آن دارند؟ وجود پرسش‌هایی از این قبیل است که استفاده از شاخص‌های ارائه شده از سوی بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول را با تردید مواجه می‌سازد و این احتمال را پیش روی ما قرار می‌دهد که ممکن است شاخص‌ها محمل ارزش‌های مبتنی بر حرص، طمع و آز

نظام سرمایه‌داری غرب باشند؛ ارزش‌هایی که فقط منافع عده قلیلی از افراد را تامین می‌کنند و بس. و این «عده قلیل»، نیستند جز کسانی که امروزه از آنها تحت عنوان «یک درصدی»‌ها یاد می‌شود.

بهرغم همه تردیدهایی که در مورد کاربرد برخی از شاخص‌های رایج در علوم انسانی وجود دارد، دانشمندان ما حساسیت کافی در قبال آن‌ها نشان نمی‌دهند. این در حالی است که به شکل آشکاری ارزش‌های حاکم بر جامعه اسلامی با ارزش‌های نظام سرمایه‌داری متفاوت و در مواردی متضاد است؛ چرا که «نیازهای تمدن اسلامی، شاخص‌هایی فراتر از این شاخص‌های رایج در علوم انسانی است. دانشمندان جامعه اسلامی باید در مقابل شاخص‌های غرب، بانک جهانی، صندوق بین‌المللی پول، یونسکو، سازمان ملل و نهادهای بین‌المللی غرب، شاخص‌های جامعه خود را بسازند. اغلب این شاخص‌ها باید بازنگری شوند. اگر آنها مثلاً «جی‌دی‌پی» یا شاخص تولید ناخالص داخلی را ملاک رشد گذاشتند، ما شاخص پیشرفت دیگری را ارائه دهیم. «چرا باید منتظر بسیم تا غربی‌ها مسائل زیست محیطی را با جی‌دی‌پی مخلوط کنند و جی‌دی‌پی سبز بسازند و بعد بسیم ادعای ش برویم؟ خود ما می‌توانیم پیشاپیش این‌ها را بسازیم. ما می‌توانیم جی‌دی‌پی‌ای مبتنی بر کرامت انسانی بسازیم. ما می‌توانیم رشدی مبتنی بر عدالت بسازیم. این‌ها شعارهای بزرگ انقلاب اسلامی است و یکایکشان قابل شاخص‌سازی است.» (پیغامی، ۱۳۹).

جامعه اسلامی شاخص‌های خاص خودش را دارد. نمی‌توان شاخص‌های ساخته شده غربی را به همان شکل در جامعه اسلامی اجرا کرد. غرب غربی خود فلسفه تاریخ تعریف کرده است. اندیشه‌های فلسفه تاریخ در فرایند توسعه فوق‌العاده اثرگذار بوده است. ایده‌های فلسفه تاریخ، ایده‌های توسعه را پیش می‌برد. غرب بر اساس فلسفه تاریخ، بنده و آرمان‌شهرهای خود را شکل داده و در جهت دستیابی به آن، راهبردهای خود را تنظیم کرده است. اما پیروزی انقلاب اسلامی در ایران نشان داد حرکت تاریخ تک‌خطی نیست و بنیادهای نظری فلسفه تاریخی که غرب برای دنیا تعریف کرده، سست شده‌اند. از نگاه اسلام، پایان تاریخ، «کمونیسم» و یا «لیبرالیسم» نیست؛ بلکه فروپاشی جبهه کفر در رویارویی با جبهه حق است. به همین دلیل انتقال از واژه «توسعه» به «پیشرفت» لازم است. شاخص‌های جامعه اسلامی در ارتباط با پیشرفت معنی پیدا می‌کنند. نقش واژه «پیشرفت» در ترکیب «الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت»، تعیین هدف و جهت‌گیری الگوی اسلامی - ایرانی است. الگوی اسلامی - ایرانی به صرف

تمتایز بودنش از الگوهای رایج دنیا تدوین نمی‌شود؛ این الگو به صورت کاملاً هدفمند برای دستیابی به پیشرفت، به معنای واقعی کلمه، تدوین می‌شود و به همین دلیل است که به جای واژه جا افتاده «توسعه» از اصطلاح «پیشرفت» استفاده شده است. روشن است که الگویی با وصف اسلامیت با «پیشرفت» سازگار است نه با «توسعه». از این رو واژه پیشرفت با هوشمندی تمام از سوی طراح و معمار بزرگ «الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت» مطرح گردیده است. چنانچه از واژه «توسعه» استفاده می‌شد، تمایز این الگو با سایر الگوها به ایرانیت آن باز می‌گشت. یعنی همان‌طور که به عنوان مثال، مالزی برای خودش الگویی ارائه کرده، ایران هم الگویی متناسب با خود را طراحی کرده است. در این صورت ترکیب «الگوی اسلامی - ایرانی توسعه» در تضاد می‌نمود؛ چرا که «اسلامیت» در ذات خود با «توسعه»، که برخاسته از نظام معنایی سکولار است، سرناسازگاری دارد. برفردار توسعه فقط به ساحت دنیایی انسان توجه دارند و چه بسا توجه به معنویت را مانعی بر سر راه خود تلقی کنند. دست کم این است که گفته شود توسعه تنها به برخی از نیازهای بشر می‌پردازد، اما معرفت یکی از مولفه‌های مهم «پیشرفت» است.

با تحلیل اصطلاح «پیشرفت» به این نکته مهم دست پیدا می‌کنیم که پیشرفت، حرکت از وضعیت موجود به سمت وضعیت مصوب (یعنی بسوی اهداف) است. این حرکت باید به صورت کاملاً آگاهانه صورت گیرد و گام‌های رو به جلو با توجه به اهداف تعریف شده تنظیم گردد. بنابراین پیشرفت شامل تبیین وضعیت مطلوب، تحلیل وضعیت موجود، و ترسیم راهبرد حرکت خواهد بود و به هر میزان که به اهداف تعریف شده دست بیابیم، به همان میزان پیشرفت حاصل خواهد شد. پس، پیشرفت یک نقطه نیست؛ بلکه گامی مثبتی است که در جهت دستیابی به اهداف محقق می‌گردد. میزان دوری یا نزدیکی ما به پیشرفت را «شاخص»‌ها نشان می‌دهند. ما نیازمند شاخص‌هایی هستیم که میزان نزدیکی یا دوری توسعه خود به اهداف تعریف شده را بسنجیم. به عنوان مثال، در عرصه سیاسی نیازمند شاخص‌هایی مثل «بصیرت»، «ولایت‌مداری» و مانند آن هستیم تا بگوییم بصیرت و ولایت‌مداری جامعه اسلامی ما نسبت به پنج سال قبل، کمتر یا بیشتر شده است. در عرصه اقتصادی نیازمند شاخص «گردش مالی حلال» هستیم. «گردش مالی حرام» هزاران معضل اقتصادی، فرهنگی و سیاسی برای کشور ما بیار آورده است. ... اگر نتوانیم گردشهای حلال را رصد کنیم و نتوانیم شاخص‌سازی کنیم، خدای نکرده باید زمانی هم بگوییم سنت الهی با ما شوخی ندارد و اگر چرخش لقمه حلال، خوب نباشد افرادی را تولید می‌کند که ندای حق را نشنوند و چه بسا رهبر حق را هم از بین ببرند و



طغیان کنند و فتنه راه بیفتد.

نتیجه این می‌شود که نباید نگاه به شاخص، صرفاً نگاه پسینی و توصیفی باشد. شاخص‌ها حامل مبانی، ارزش‌ها و اهداف توسعه هستند. توسعه از عمیق‌ترین لایه‌ها تا رویین‌ترین جنبه‌ها در همه ساحت‌های اجتماعی را دربر می‌گیرد. کاربرد هر شاخص، یعنی تن دادن به مبانی و ارزش‌های نهفته در آن، دانشمندان و سیاستمداران غربی با آگاهی کامل دست به شاخص‌سازی زده‌اند. «وقتی غرب می‌خواهد مطلبی را اعمال کند و واقعیت مطلوبی را اقامه کند، از شاخص‌ها استفاده می‌کند. مثلاً سرمایه‌داری به صورت کاملاً ایدئولوژیک و ارزشی برای خودش حساب و کتاب کرده که محیط مناسب برای کسب و کار باید این خصوصیات را داشته باشد. از این رو پاره‌ای از شاخص‌های شان الگوی ارزشی سرمایه‌دارانه دارند که نه تنها در پی توصیف وضع موجود است، بلکه در پی توصیه نیز می‌باشد. لذا این شاخص‌ها را در کشورها اجرا می‌کنند و به ایران می‌گویند که ما در تودرتو رتبه شصتم قرار داری. ایران هم تمام دستگاه‌هایش را بسیج می‌کند تا خودش را از شصتم، چهام برساند. کارکرد شاخص در اینجا، کارکرد توصیفی نیست بلکه کارکرد توصیه‌ای است.

آن‌جا که پای مسائل فرهنگی و اجتماعی به‌میان کشیده می‌شود، حساسیت نسبت به شاخص‌ها و وزن آنها باز هم بیشتر می‌شود. این حساسیت به دلیل تمایز ویژه‌ای است که میان جامعه اسلامی و غیر آن وجود دارد. به‌عنوان نمونه، در شاخص‌های فرهنگی موجود به سرانه سینما، سرانه کتب منتشر شده، سرانه سالن‌های ورزشی و مانند آن اشاره می‌شود. ولی در صورتی که حساسیت لازم از سوی متولیان فرهنگی وجود داشته باشد، شاخص‌های مهم‌تر با وزن‌های بیشتری نیز مطرح می‌شود. در نگاه اسلامی «تقوا»، «عدالت»، «کرامت»، «احسان»، «صله رحم»، «حسن همسایه‌داری»، «انفاق»، «تکافل» و ... نیز از شاخص‌های مهم اجتماعی فرهنگی به شمار می‌روند. فرض کنید «انفاق» در کشور ما یک شاخص فرهنگی اقتصادی است. می‌خواهیم ببینیم شاخص انفاق در کشور ما به کدام سمت می‌رود؟ من به عنوان مدیر جامعه و نظریه‌پرداز این جامعه که خودم را در جامعه ایران مسئول می‌دانم، باید به گونه‌ای مستمر در هر لحظه جامعه خودم را در حوزه‌های مختلف رصد کنم. باید هر گونه تغییر در این متغیرها و شاخص‌ها برای من نشانه‌هایی داشته باشد. یا فرض کنید ما علاقمندیم که سیاست مبتنی بر عدالت را در حوزه مسکن اجرا کنیم و طرح‌هایی هم اجرا می‌کنیم، اما این سوال همیشه باقی می‌ماند که سیاست‌های ما در حوزه مسکن، چقدر ما را به عدالت نزدیک یا از آن دور کرده است؟ باید

اندازه‌گیری کنیم و بگوییم وضع موجود، نسبت به آنچه که قبلاً بوده، اینقدر بهتر شده است. اساساً شاخص‌های اسلامیت یک مسکن کدامند؟ با کدام شاخص‌ها شهر اسلامی از غیر آن متمایز می‌شود؟ چگونه می‌توان مشخص نمود که شهرسازی ما در جهت اسلامی شدن پیش می‌رود؟ ما در توصیف وضعیت‌های موجودمان یا آسیب‌شناسی وضع موجود نیازمند شاخصیم. دلیل عدم شکل‌گیری بسیاری از مسائل در حوزه علوم انسانی، این است که توصیف‌های دقیقی از واقعیت‌های جامعه خود نداریم. توصیف‌های دقیقی از معضلات و مشکلاتمان نداریم. بسیاری از شاخص‌ها در عرصه علوم انسانی به مفهوم اعم و علوم انسانی اسلامی به مفهوم اخص، اصلاً توسط راکز شاخص‌سازی ما تولید نمی‌شود. اگر بخواهیم شاخص‌های غربی را اجرا کنیم، چه ساسی پارامتر دارد و اگر بخواهیم بومی‌اش کنیم باید حذف و اضافاتی هم به نسبت انجام شود (همان).

بنابراین انتقال از توسعه به پیشرفت، مرهون تحول جدید، بینش جدید و نظریه‌های جدیدی است که دگرگونی در بنیادهای اجتماعی، بنیاد اخلاقی، بنیاد نظام فکری و بنیاد تکنولوژی اجتماعی (دانش) - را بدنیال داشته باشد. نگاه تمدنی، اندیشه دینی باید در همه عرصه‌های زندگی رسوخ کند. اسلام در مرحله نظر، یک منظوم و نظام است. در مرحله عینیت و تحقق نیز باید با کلیت خود محقق شود. اگر به دین اسلام به عنوان یک «نظام» نگاه کنیم، قابلیت حضور آن در همه عرصه‌های زندگی را مشاهده خواهیم کرد. به عبارتی القاعده می‌تواند شاخص‌های جایگزین برای شاخص‌های موجود پیشنهاد کند و یا در جهت ترمیم نقائص آنها حرفی برای گفتن داشته باشد.

دغدغه‌هایی از این سنخ سبب شد مروری اجمالی بر آموزه‌های اسلامی داشته باشیم و تا جایی که در توانمان بود و نیروی کار و بودجه‌های سالانه اجازه می‌داد در چند حوزه، طرح‌هایی پژوهشی را با هدف استخراج شاخص‌های الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت آغاز کنیم و به ترتیب اولویت برخی از آنها را در دستور بررسی قرار دادیم. از جمله «شاخص‌های نظم و انضباط اجتماعی»، «شاخص‌های خانواده مطلوب»، «شاخص‌های شهرسازی و معماری اسلامی»، و «شاخص‌های ارتباطات اجتماعی از منظر اسلام». شاخص‌های نظم و انضباط اجتماعی از منطق چینش عناصر شناختی، گرایشی و رفتاری در جامعه اسلامی بحث می‌کند. منطق نظم به ما می‌گوید کدام ساختار اجتماعی متناسب با ساختار پیشنهادی اسلام است؟ کدام رفتار، اسلامی و کدام رفتار، غیر اسلامی و در یک جمله، براساس نگاه اسلامی، کدام رفتار بهنجار و کدام

نابهنجار است؟

شاخص‌های خانواده مطلوب از الگوی روابط حاکم بر تعامل میان اعضای خانواده از نگاه اسلامی بحث می‌کند و در صدد ارائه شاخص‌های یک خانواده مطلوب برآمده است. به‌طور قطع، نقش خانواده در الگوی اسلامی-ایرانی پیشرفت کاملاً برجسته است. در بیانات مقام معظم رهبری آمده است که: «اگر در جامعه‌ای خانواده مستحکم شد، آن جامعه به صلاح خواهد رسید و نجات پیدا خواهد کرد. اگر خانواده‌ای نبود، بزرگترین مصلحین هم بیایند نمی‌توانند جامعه را اصلاح کنند. هر کشوری که در آن بنیان خانواده مستحکم باشد، بسیاری از مشکلات اخلاقی و منقبت به برکت خانواده سالم برطرف می‌شود و یا اصلاً بوجود نمی‌آید. اگر در جامعه‌ای خانواده سالم و سرمد داشته باشد، آن جامعه موارث فرهنگی خودش را به صورت صحیح منتقل خواهد کرد (بیانات در خطبه عقد: ۷۲/۷۱۴) در حقیقت، سرمایه‌گذاری برای ارتقای جایگاه خانواده و بهبودی خانواده، بیشترین منافع را بدنبال خواهد داشت. اما خانواده مطلوب کدام است و چه شاخص‌هایی دارد؟ اسلام چه توصیه‌هایی را برای تنظیم روابط میان اعضای خانواده ارائه می‌دهد؟

نمودهای ارزش‌شناختی، روان‌شناختی، جامعه‌شناختی، زیبایی‌شناختی و مانند آن پیش از همه در فضای کالبدی، یعنی: شهرسازی و معماری اسلامی متبلور می‌شود. «چون معماری، محسوس‌ترین نماد زندگی است.» (از بیانات «مرکز مذهب انقلاب در اجتماع بزرگ مردم قم، ۱۳۸۹/۷/۲۷). فضای کالبدی از آنجا که صریح‌ترین نمودن‌تر از ساحت‌های دیگر اجتماعی ارزش‌های حاکم بر جامعه را به تصویر می‌کشد، اهمیت بسیار پیدا می‌کند. ساختار کالبدی و معماری یک شهر نمایش‌دهنده هویت افراد ساکن آن شهر و طراحان آن شهر است. شهر اسلامی رسانه جامعه اسلامی است. معماری اسلامی رسانه جامعه اسلامی است. همچنان که غرب از همه فرصت‌ها برای نمایاندن خود بهره برده، همه چیز این عالم را رسانه تجدد و مدرنیته قرار داده است، در جامعه اسلامی این روند باید معکوس شود؛ یعنی همه چیز رسانه اسلام و نگاه اسلامی گردد و شهر بهترین کالبد برای این تقابل‌های هویتی دنیای غرب و دنیای اسلام است. به هر حال علاوه بر این‌که یکی از عرصه‌های تمایز جامعه اسلامی از غیر آن مربوط به کالبد و فیزیک آن است که در شهرسازی و معماری خود را نشان می‌دهد، انجام درست تعاملات اجتماعی نیز تا حد زیادی به بسترهای کالبدی مناسب وابسته است. به‌طور خلاصه این‌که معماری عرصه‌ی بروز روحیه‌ها، حالت‌ها، آرمان‌های انسان‌ها و نیز عرصه تلاقی

فرهنگ، دین، هنر و فن است و به بیانی ساده، معماری تبلور فرهنگ و اندیشه انسان و تجلی عمیق ارزش‌های هر ملت است. شهرسازی و معماری اسلامی در حکم آینه‌ای است که یک ملت می‌تواند خود را در آن مشاهده کند. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در این باره می‌فرماید: «باید هم مردم خودمان و هم کسانی که وارد این شهرها می‌شوند، همه نشانه‌های توجه به نماز و اقامه نماز را در شهر اسلامی، به خصوص در شهرهایی مثل تهران، شهرهای بزرگ کشور، ببینند و احساس کنند؛ نشانه‌های اسلامی باید واضح و آشکار باشند؛ کما اینکه در مهندسی‌های ما باید نشانه‌های اسلامی آشکار باشد. صهیونیست‌ها در هر جای دنیا خواستند ساختمان بسازند، سعی کردند به جوری آن علامت نحس ستاره داود را روی آن ساختمان تثبیت کنند... ما مسلمان‌ها باید در همه کارهایمان نشانه‌های اسلامی را، مهندسی اسلامی را مراعات کنیم» (بخشی از فرمایشات حضرت آیت‌الله خامنه‌ای). طرح «شاخص‌های شهرسازی و معماری اسلامی» از میان بیست و پنج عنصر شهر، پنج عنصر، یعنی: مسجد، خانه، بازار، راه و آرامگاه را انتخاب کرده و شاخص‌های اسلامت آنها را بررسی می‌کند. سایر عناصر در فازهای بعدی بررسی خواهد شد.

شاخص‌های ارتباطات اجتماعی از منظر اسلام نیز با نگاهی به جغرافیای ارتباطی انسان در عرصه اجتماعی، تعاملات فرد با افراد دیگر، اعضای خانواده، خویشاوندان، همسایگان، دوستان، مومنان با وصف عام ایمان، مسلمانان، اهل کتاب، کفار و مشرکین) را مطرح نظر قرار داده است. تعاملات اجتماعی در جامعه اسلامی بر اصول اخلاقی و ارزش‌های متخذ از دین استوار است. برای رعایت این اصول و ارزش‌ها شاخص‌هایی تعیین دارد که میزان انطباق و عدم انطباق با آنها را نشان می‌دهد. ارتباطات دین‌مدارانه از راه‌های اصلی الیه‌ای برای الگوی اسلامی ایرانی پیشرفت در حوزه اجتماعی فرهنگی است. فرهنگ دینی امروزه نهادینه کردن ارزش‌های اخلاقی، در حوزه‌های خاص نیز ورود پیدا کرده و از طریق ارائه قواعد لازم، به تنظیم رفتارها و تعاملات اجتماعی افراد می‌پردازد. تنظیم رفتارها و ارائه قواعد رفتاری نیز متأثر از همان اصول اخلاقی پیش‌گفته است. ورود دین به حوزه‌های خاص و فرهنگ‌سازی در آن حوزه‌ها و تنظیم رفتارهای انسانی، که از آن به گسترش ارتباطات دین‌مدارانه تعبیر کردیم، از راهبردهای مهمی است که رسوخ فرهنگ دینی به تعاملات اجتماعی را تسهیل می‌کند که در حقیقت خود یکی از شاخص‌های پیشرفت به شمار می‌رود. از این رو، برای دستیابی به این مهم نیز باید الگوهای رفتاری حوزه‌های خاص اجتماعی وجود داشته باشد.



مانند الگوی ارتباطات خانوادگی، الگوی ارتباطات خویشاوندی، الگوی ارتباطات همسایگی، الگوی ارتباطات حرفه‌ای، الگوی ارتباطات رسانه‌ای، الگوی ارتباطات آیینی، الگوی وحدت و اخوت اسلامی، الگوی ارتباط با بیگانگان، الگوی گردشگری دینی و ...

بر خود فرض می‌دانم که از حمایت‌های بی‌دریغ و دلسوزانه جناب آقای دکتر پرویز داودی، مشاور عالی رئیس جمهور وقت و رییس مرکز بررسی‌های راهبردی ریاست جمهوری و نیز قائم مقام آن مرکز جناب آقای احمدرضا انصاری به دلیل پیگیری‌های مجدانه و مستمرشان، و حجج اسلام آقایان مهدی رجایی‌نیا، رییس پژوهشگاه بین‌المللی المصطفی (ص) و سیدمحمدکاظم رجایی، رییس مرکز پژوهش کاربردی اقتصادی اجتماعی قدر، صمیمانه قدردانی کنم که اگر حمایت‌ها و پشتیبانی فکری و معنوی ایشان نمی‌بود، این کار به سرانجام نمی‌رسید.

همچنین از جناب دکتر سیدحسین شرف‌الدین (عضو هیأت علمی موسسه آموزشی و پژوهشی امام خمین) را که حضور پررنگ، جدی و عالمانه ایشان در جلسات تبادل نظر همه طرح‌های پژوهشی، و همچنین مطالعه دقیق گزارش‌های پیشرفت کار و ارائه نظرات لازم، در موفقیت و پیشرفت کار نقش بسزایی داشته است قدردانی ویژه می‌نمایم.

نیز از همکاران عزیزم، آقایان: اسماعیل صابر کیوج، علیرضا بشیری، رفیع‌الدین اسماعیلی، محمدرضا زالی، داود بشیرزاده و و خانم بریم علوی همچنین از سیدمحمدعلی غمامی و داود خسروی (به دلیل ارائه پیشنهادات مفید در جهت هر دو بخش کار) تشکر می‌نمایم.

امیدواریم با پرداختن به یکی از مهم‌ترین بحث‌های روز، گوشه‌ای از دین خود را به مردم، که صاحبان اصلی این نظامند، ادا کرده باشیم و در این راستا سرباز کسانی خواهیم بود که با نقدها و تذکرات مشفقانه‌شان ما را قرین لطف خویش سازند.

حسن یوسف‌زاده