



جمهوری اسلامی ایران
مدیریت حوزه‌های علمیه استان قم
رساله علمی سطح ۳

تدوین اصول مخاطب‌شناسی بر اساس تحلیل محتوای نامه‌های امیرالمؤمنین (ع) در نهج البلاغه

استاد راهنما: حجت الاسلام والمسلمین دکتر مسعود آذربایجانی

مشاور: حجت الاسلام والمسلمین دکتر علی نصیری

محقق: سید مهدی تقوی

سال تدوین ۱۳۹۵

چکیده

مسئله هدایت انسان فلسفه اصلی خلقت و هدف ارسال رسل و انزال کتب می باشد. از سوی دیگر آحاد انسانها مخاطب انبیاء و کتب آسمانی هستند به همین دلیل در نظر گرفتن ظرفیت و شرایط هر انسانی از جهت توان فکری روحی، جسمی، اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی که در امر هدایت او تأثیر گذار است ضروری است. فلذا رسولان الهی از دل اقوام خود برانگیخته می شوند و کتب آسمانی نیز به زبان آن قوم نازل می شد تا رعایت این خصوصیات به بهترین شکل انجام پذیرد. بدیهی است که متون دینی ما اعم از قرآن و حدیث- با لحاظ تفاوت آن دو- در قله بلاغت بوده و همچنین سنت و سیره پیامبر اکرم و اهل بیت علیهم السلام بهترین تناسب را با مخاطبین خود در گفتار و رفتار و لفظ و معنا به همراه داشته اند که با تحقیقات روشمند می توان مجموعه ارزشمندی از مبانی، اصول، قواعد و تکنیک های مخاطب شناسی را استخراج نمود که این داده ها با توجه به تنوع و تفاوت های بسیار زیاد مخاطبین اسلام ناب و انقلاب اسلامی ایران در داخل و خارج کشور از جدیدترین نیازهای زمانه می باشد. یکی از بهترین متون دینی که می تواند در این جهت مورد دقت فراوان قرار گیرد نامه های حضرت علی (ع) در نهج البلاغه می باشد به جهت داشتن مخاطبان خاص و اعم از دوستان، دشمنان و توده ها می توان در زمینه استخراج اصول مخاطب شناسی بهره های فراوانی برد این رساله با روش توصیفی تحلیلی محتوا در صدد استخراج این اصول از نامه های نهج البلاغه بر آمده است. با استخراج این اصول (با محدودیت های این رساله) و مقایسه آن با مهمترین اصول مخاطب شناسی در چهار رشته روانشناسی اجتماعی، رسانه و تبلیغ و بلاغت، شباهت ها و هماهنگی های فراوانی در عین وجود برخی تفاوت های مهم یافت شد. مهمترین ویژگی که می توان وجه تمایز اصول مخاطب شناسی در نامه ها نهج البلاغه با سایر علوم بیان کرد مربوط به فلسفه و هدف مخاطب شناسی می باشد از آنجا که در این نامه ها هدف اصلی از مخاطب شناسی تسهیل در امر هدایت است برخی از مباحث که در سایر علوم مهم شمرده می شود اینجا کم اهمیت و برخی از مباحث که در آن علوم کم اهمیت شمرده می شود اینجا مهم ارزیابی می گردد. این مسئله بویژه در مخاطب شناسی در امر رسانه به چشم می آید چرا که رسانه عمدتاً به دنبال جلب رضایت مخاطب برای ادامه حیات می باشد و همچنین در عرصه تبلیغات غیر دینی نیز این امر صادق است اما در نهج البلاغه از مخاطب شناسی مهم خبری نیست لذا اصول مخاطب شناسی در نهج البلاغه بر مبانی روشن و محکم استوار است. که می توان با تکیه با آن مبانی و اصول به یک نظام مخاطب شناسی خاص دست یافت.

کلید واژگان: مخاطب شناسی، اصول مخاطب شناسی، نامه های نهج البلاغه، مخاطب شناسی دوستان، مخاطب شناسی دشمنان، مخاطب شناسی توده ها و تحلیل محتوا.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول.....
۱	کلیات.....
۲	مقدمه.....
۲	بیان مسئله.....
۳	ضرورت پژوهش.....
۴	هدف.....
۵	پیشینه تحقیق.....
۷	محدودیت‌های این پژوهش.....
۸	روش.....
۸	مفهوم شناسی.....
۸	ساختار پژوهش.....
۹	فصل دوم.....
۹	مبانی نظری.....
۱۰	گفتار یک: مخاطب شناسی در علوم انسانی.....
۱۰	۱- انسان شناسی.....
۱۰	۱-۱- بحران انسان شناسی معاصر و ابعاد آن.....
۱۰	۱-۲- طبیعت مشترک انسانی.....
۱۱	۱-۳- برخی از دیدگاه‌های دانشمندان علوم انسانی غربی درباره سرشت انسان.....
۱۲	۲- مخاطب شناسی.....
۱۲	۱-۲- مخاطب شناسی در علم روان شناسی اجتماعی.....
۱۳	۱-۲-۱- تعریف روان شناسی اجتماعی.....
۱۳	۱-۲-۲- ادراک اجتماعی.....

- ۱۳..... ۱-۲-۱-۲ راه‌های اساسی ارتباط غیر کلامی
- ۱۴..... ۲-۲-۱-۲ علائم غیر کلامی در اسلام
- ۱۵..... ۳-۲-۱-۲ اسناد
- ۱۵..... ۱-۳-۲-۱-۲ برخی از نظریه های اسناد
- ۱۷..... ۲-۳-۲-۱-۲ منابع اساسی خطا در اسناد
- ۱۸..... ۳-۱-۲ نگرش
- ۱۹..... ۱-۳-۱-۲ سنجش نگرش
- ۱۹..... ۲-۳-۱-۲ عوامل شکل گیری نگرش
- ۲۰..... الف) یاد گیری اجتماعی
- ۲۱..... ب)- مقایسه های اجتماعی
- ۲۲..... ۴-۳-۱-۲ تغییر نگرشها
- ۲۲..... تغییر نگرش‌های دیگران (اثر متقاعدسازی):
- ۲۴..... ۴-۱-۲ نفوذ
- ۲۴..... ۱-۴-۱-۲ همنوایی (همرنگی)
- ۲۵..... چرا همنوایی می‌کنیم؟
- ۲۵..... ۲-۴-۱-۲ متابعت (اجابت)
- ۲۶..... ۳-۴-۱-۲ اطاعت از مراجع قدرت
- ۲۶..... قدرت و ارتباط
- ۲۷..... ۳- مخاطب شناسی در علم رسانه
- ۲۷..... ۱-۳- تعریف مخاطب رسانه ای
- ۲۸..... ۲-۳- ماهیت دوگانه مخاطب
- ۲۸..... ۳-۳- روان‌شناسی رسانه و رابطه آن با اصول مخاطب شناسی
- ۲۸..... ۱-۳-۳ نظریه های تأثیر رسانه بر مخاطب
- ۳۱..... ۲-۳-۳ مخاطب هدف یا وسیله
- ۳۱..... ۳-۳-۳ آینده مخاطب رسانه‌ای
- ۳۱..... ۴-۳-۳ رابطه روان‌شناسی اجتماعی و روانشناسی رسانه
- ۳۲..... الف) دیدگاه‌های مبتنی بر مخاطب منفعل
- ۳۲..... ب) برخی دیدگاه‌های مبتنی بر مخاطب فعال و سرسخت
- ۳۲..... ج) برخی دیدگاه‌های مبتنی بر مخاطب هوشمند

۳۵	۴- مخاطب شناسی در علم تبلیغ
۳۵	۴-۱- تعریف تبلیغات
۳۶	۴-۲- رابطه تبلیغات و علوم روانشناسی و رسانه
۳۶	۴-۳- ضرورت و جایگاه تبلیغات
۳۶	۴-۴- مؤلفه‌ها، مراحل، ارزیابی و ابزارهای تبلیغ
۳۶	۴-۴-۱- مؤلفه های تبلیغ
۳۷	۴-۴-۲- مراحل تبلیغ
۳۷	۴-۵- قانون مندهای روان‌شناختی پیام‌گیرنده
۳۸	۴-۵-۱- قانون مندهای روان‌شناختی تحولی
۳۸	۴-۵-۱-۱- اصول مخاطب شناسی کودکان
۳۸	الف) کودکی و شکل‌گیری سبک زندگی
۳۹	ب) کودک و ظرفیت‌های عاطفی
۳۹	ج) کودک و ظرفیت‌های شناختی
۴۰	۴-۵-۱-۲- اصول مخاطب شناسی نوجوانان و جوانان
۴۱	۴-۵-۱-۳- اصول مخاطب شناسی بزرگسالان
۴۲	۴-۵-۲- قانون مندی های روان شناختی پیام گیرنده (جنبه های غیر تحولی)
۴۳	۴-۵-۲-۱- توجه به فرهنگها
۴۴	۴-۵-۲-۲- هوش عاطفی
۴۵	۴-۵-۲-۳- مخاطبان زن و مرد
۴۵	۴-۵-۲-۴- گروه‌های مخاطب
۴۶	۵- علم بلاغت
۴۶	۵-۱- همگانی بودن علم بلاغت
۴۷	۵-۲- مطابقت با مقتضای حال مخاطب
۴۸	۵-۳- جایگاه مخاطب‌شناسی در علم بلاغت
۴۹	۵-۴- بلاغت یکی از وجوه اعجاز قرآن و نهج‌البلاغه
۴۹	۵-۵- اندک بودن عالمان علم بلاغت
۵۱	گفتار دوم : نهج البلاغه و تحلیل محتوا
۵۱	۱- آشنایی با نهج البلاغه

۵۱	۱-۱- گردآوری نهج البلاغه
۵۱	۲-۱- انگیزه تألیف
۵۲	۳-۱- تبویب نهج البلاغه
۵۲	۴-۱- اسناد، مدارک و مستدرکات نهج البلاغه
۵۴	۵-۱- نهج البلاغه از منظر فرزندان
۵۵	۶-۱- وجه تسمیه نهج البلاغه:
۵۵	۷-۱- موضوع و محتوای نهج البلاغه
	۸-۱- آیا نامه های نهج البلاغه یا حتی خود نهج البلاغه به تنهایی می تواند به عنوان منبع مخاطب شناسی دین مطرح شود؟
۵۶
۵۶	۲- روش تحلیل محتوا در علوم انسانی
۵۶	۲-۱- فرآیند تحقیق علمی
۵۷	۲-۲- تحقیقات علمی بر اساس هدف
۵۸	۲-۳- تحقیقات توصیفی
۵۹	۳- نگاهی کوتاه به جایگاه مخاطب شناسی در قرآن و حدیث
۶۰	۳-۱- ضرورت رعایت حال مخاطب در حدیث
۶۲	۳-۲- رفق و مدارا با افرادی که از نظر ایمان درجات متفاوتی دارند
۶۴	۳-۳- ضرورت رعایت حال مخاطب در قرآن
۶۵	۳-۳-۱- نگاه محبت آمیز و خیر خواهانه، اساس روابط اجتماعی در اسلام
۶۶	۴-۱- انواع مخاطبان
۶۸	فصل سوم
۶۸	اصول مخاطب شناسی دوستان
۶۹	۱- مصادیق دوستان در نامه های نهج البلاغه
۶۹	۱-۱- فرمانداران
۶۹	۱-۱-۱- اصول مخاطب شناسی فرمانداران
۷۰	۱-۱-۱-۱- اصول شناختی در مخاطب شناسی فرمانداران
۷۰	الف) ایمان به عظمت، سلطنت و قدرت عظیم الهی
۷۱	ب) ایمان قوی به معاد

- ج) درک عظمت مسئولیت و امانت دیدن آن ۷۱
- د) شریک دانستن خلیفه در اعمال فرماندار ۷۲
- هـ) داشتن بینش صحیح و روشن از رابطه دنیا و آخرت ۷۳
- و) داشتن تخصص و تجربه ۷۴
- ز) قدرت شناخت مخاطبان ۷۵
- ح) ضرورت داشتن تشکیلات تخصصی در امر مخاطب شناسی: ۷۶
- ۱-۱-۱-۲- اصول عاطفی در مخاطب شناسی فرمانداران ۷۹
- الف) نسبت به خداوند ۷۹
- ب) نسبت به خود ۸۰
- ج) نسبت به مردم ۸۰
- د) نسبت به دشمنان ۸۱
- هـ) نسبت به کار و مسئولیت ۸۱
- ۱-۱-۱-۳- اصول رفتاری در مخاطب شناسی فرمانداران ۸۲
- الف) اصول رفتاری فرمانداران نسبت به مدیران و کارگزاران و مشاوران ۸۲
- ب) اصول رفتاری فرمانداران نسبت به مردم ۸۳
- ج) اصول رفتاری فرمانداران نسبت به مخالفان و دشمنان ۸۴
- د) اصول رفتاری فرمانداران نسبت به خود ۸۴
- ۱-۱-۱-۴- بررسی فنون ارزیابی فرمانداران با توجه به اصول شناختی، عاطفی و رفتاری ۸۵
- ۱-۱-۱-۴-۱- فنون مخاطب شناسی فرمانداران قبل از انتصاب ۸۶
- الف) حسن سابقه رفتاری و خانوادگی ۸۶
- ب) عدم ملازمت حسن سابقه خانوادگی و رفتاری و بالعکس ۸۷
- ۱-۱-۱-۴-۲- بررسی مصداقی سابقه فرمانداران قبل از انتصاب و استخراج ملاکهای ارزیابی ایشان ... ۸۹
- الف) عزل فرمانداران زمان عثمان ۸۹
- ب) فرمانداران امیر المؤمنین (ع) ۸۹
- ج) نقش اعتقاد به امامت مولا (ع) در انتخاب استانداران ۱۱۰
- ۱-۱-۱-۴-۲- مهمترین ملاکهایی که حضرت بعد از انتصاب، کارگزاران خود را با آن ارزیابی کردند ۱۱۱
- الف) تصرف غیرمجاز در بیت المال ۱۱۱
- ب) زندگی اشرافی و یا رفت و آمد خاص با ثروتمندان ۱۱۱

ج) داشتن روحیه متکبرانانه و احساس قدرت از مسئولیت ۱۱۲

د) تمایل به دشمن یا ضعف در شناختن دشمن و جهاد با او ۱۱۴

ه) ناتوانی در حفظ امنیت در پرداختن به امور غیرموظف ۱۱۴

فصل چهارم ۱۱۷

اصول مخاطب‌شناسی دشمنان ۱۱۷

۱- دشمنان حضرت علی(ع) در نامه‌های نهج‌البلاغه ۱۱۸

۱-۱- معاویه ۱۱۸

۱-۱-۱- مهمترین اصول مخاطب‌شناسی حضرت (ع) از معاویه قبل از خلافت ۱۱۹

۱-۱-۱-۱- سوء سابقه عملی ۱۱۹

فنون مخاطب‌شناسی حضرت از معاویه ۱۲۰

الف) اسلام آوردن معاویه از سر اکراه ۱۲۰

ب) نقش معاویه در قتل عثمان ۱۲۱

ج) همکاری با جابران ظالم و حکومت ظالمانه ۱۲۲

۱-۱-۲- سوء سابقه خانوادگی ۱۲۳

۲-۱-۱- مخاطب‌شناسی حضرت از معاویه بعد از خلافت ۱۲۴

۲-۱- معاویه و عاص ۱۲۷

اصول مخاطب‌شناسی حضرت(ع) از عمر بن عاص ۱۲۷

۳-۱- طلحه و زبیر ۱۲۹

۱-۳-۱- مخاطب‌شناسی طلحه و زبیر قبل از خلافت مولا(ع) ۱۲۹

۲-۳-۱- اصول و فنون مخاطب‌شناسی حضرت از طلحه و زبیر بعد از خلافت ۱۳۲

۱-۲-۳-۱- نقش مخاطب‌شناسی در پیش‌بینی حوادث ۱۳۴

۴-۱- خوارج ۱۳۵

۱-۴-۱- اصول مخاطب‌شناسی حضرت از خوارج ۱۳۵

۵- جمع بندی: برخی از اصول کلی مخاطب‌شناسی دشمن ۱۳۹

فصل پنجم ۱۴۵

اصول و فنون مخاطب‌شناسی توده‌ها ۱۴۵

۱- اهمیت مخاطب شناسی توده ها.....	۱۴۶
۲- اصول مخاطب شناسی اهل کوفه	۱۴۷
۳- اصول مخاطب شناسی اهل بصره	۱۵۴
۳-۱- ضعف شدید فرهنگی اهل بصره	۱۵۶
۴- اصول مخاطب شناسی اهل شام	۱۵۹
۵- اصول مخاطب شناسی اهل مصر	۱۶۳
۵-۱- ارزیابی حضرت از اهل مصر	۱۶۳
۵-۲- اهل مصر بهتر از اهل کوفه	۱۶۶
۶- برخی از اصول مهم مخاطب شناسی توده ها.....	۱۶۷
۷- تقسیم بندی کلی توده ها	۱۶۹
۸- شباهتهای مردم مصر با مردم ایران	۱۶۹
جمع بندی رساله	۱۷۳
اصول مهم مخاطب شناسی در نامه های حضرت امیر(ع)	۱۷۳
الف: خداشناسی(توحید).....	۱۷۳
ب) یقین به صدور فعل از مخاطب	۱۷۴
ج) علم و اختیار	۱۷۴
د) اصل تفاوت انسان ها اعم از جسمی و روحی	۱۷۵
ه) خودشناسی	۱۷۶
و) دنیا طلبی یا آخرت طلبی و مخاطب شناسی	۱۷۷
ز) اصل محبت اصل حسن ظن و و اصل حریت:	۱۷۸
نتایج و پیشنهادات	۱۸۱
محدودیت ها:	۱۸۲
کاربردها	۱۸۲
فهرست منابع فارسی و عربی	۱۸۴