



Journal of Islamic Propagation

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

The Role of Life Skills in Propagation

Hamed Mirzakhani*

Abstract

In order to carry out a proper and principled propagation, in addition to the appropriate selection of speech topics and knowledge of the principles of propagation and speech, obtaining basic knowledge and information to start a propagation is an obvious thing for propagators. For this purpose, life skills training should be provided for propagators, so that they do not face problems in the path of propagation just because of a series of inconsistencies in propagation environments. Because in the first steps of propagation, because of lack of familiarity with the propagation environment, the propagators are faced with issues that arise in different and new environments immediately after the beginning of the propagation. This article aims to explain the role of life skills in the field of propagation and its importance. Now, the main question is what are the effects and fruits of life skills in propagation. In this article written in a descriptive method, we intend to study the role of life skills in propagation. The findings of this article suggest that by learning life skills, propagators can use effective methods to improve the quality of their propagation and acquire the necessary skills to have better and more effective propagation.

Keywords

Life skills, religion propagation, arena of propagation, conscious propagation.

* Fourth level (PhD) student of Islamic Seminary of Qom, researcher of Pure Imams Jurisprudence Center.
mirzakhanihamed@gmail.com



نقش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ

حامد میرزاخان*

چکیده

برای انجام یک تبلیغ مناسب و اصولی، علاوه بر انتخاب مناسب موضوعات سخن و آگاهی از اصول تبلیغ و سخنرانی، به‌دست‌آوردن دانش و اطلاعات اولیه جهت شروع یک تبلیغ، برای مبلغان امری بدیهی است. برای این منظور، باید آموزش مهارت‌های زندگی برای مبلغان پیش‌بینی شود، تا در مسیر تبلیغ به‌صرف یک‌سری ناسازگاری‌ها در محیط‌های تبلیغی، باعث مشکل نشوند؛ چراکه مبلغان در گام‌های اول تبلیغ، به دلیل عدم آشنایی کافی با محیط تبلیغ، با مسائلی دست‌به‌گریبان هستند که بلافاصله بعد از شروع تبلیغ، در محیط‌های مختلف و جدید بروز می‌کند. هدف از این مقاله، بیان نقش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ و اهمیت آن می‌باشد. حال، سؤال اصلی این است که مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ چه تأثیرها و ثمره‌هایی دارد. در این مقاله که به روش توصیفی نگاشته شده، برآن هستیم نقش مهارت‌های زندگی را در عرصه تبلیغ مورد مطالعه قرار دهیم. یافته‌های این نوشتار، آن است که با یادگیری مهارت‌های زندگی، مبلغان می‌توانند با استفاده از روش‌های مؤثر، کیفیت تبلیغ خود را ارتقا داده و مهارت‌های لازم برای داشتن تبلیغ بهتر و مؤثرتر را به‌دست آورند.

کلیدواژه‌گان: مهارت‌های زندگی، تبلیغ دین، عرصه تبلیغ، تبلیغ آگاهانه.

مقدمه

نقش و آموزش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ، بسیار مهم است؛ زیرا مبلغان ممکن است به دلیل مسائلی چون: درگیری‌ها، مشکلات منطقه‌ای تبلیغ، حجم مسئولیت تبلیغی و مراجعه مردم به مبلغان، دچار مشکلات مختلفی گردند. آموزش مهارت‌های زندگی به مبلغان، باعث توانمند شدن آنان در مواجهه با مشکلات و گرفتاری‌ها می‌شود. مهارت‌های زندگی، شامل «مجموعه‌ای از توانایی‌هاست که زمینه سازگاری و رفتار مثبت و مفید را فراهم می‌آورد. این توانایی‌ها، فرد را قادر می‌سازد تا مسئولیت‌های اجتماعی خود را بپذیرد و بدون لطمه زدن به خود و دیگران، با خواسته‌ها، انتظارات روزانه، به‌ویژه در روابط بین فردی، به شکل مؤثرتری روبه‌رو شود» (طارمیان، ۱۳۷۸، ص ۲۱).

یکی از کاربردهای اصلی علم روان‌شناسی، کاربرست اصول آن در یافتن شیوه‌های نوین زندگی، پیشگیری از مسائل و مشکلات فردی، خانودگی، شغلی و اجتماعی و ارتقای سلامت و سازگاری است. برنامه آموزش مهارت‌های زندگی، از جمله کاربردهای روان‌شناسی در عرصه‌های مختلف فردی و اجتماعی است که با هدف ارتقای سطح بهداشت جسمانی و روانی و پیشگیری از آسیب‌های جسمانی، روانی و اجتماعی اجرا می‌شود. مهارت‌های زندگی، به عنوان یک رویکرد مبتنی بر تغییر رفتار یا شکل‌دهی رفتار تعریف می‌شود که میان سه حوزه: دانش، نگرش و مهارت توازن برقرار می‌کند (عاشوری، ۱۳۹۴، ص ۳۱).

در زمینه مهارت‌های زندگی، کتاب‌های مفصلی و کاملی نگاشته شده است؛ ولی تاکنون مقاله یا کتابی در زمینه اهمیت مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ نگاشته نشده است. بنابراین، پژوهشگر در این مقاله، برآن است تا نقش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ را تبیین کرده، با روشن‌سازی و اهمیت آموزش این مهارت‌ها، توانایی مبلغان را در این زمینه بالا برده، تا اثرگذاری تبلیغی آنان بیشتر شود و تبلیغ آگاهانه صورت بگیرد.

مفهوم‌شناسی تبلیغ دین

نخستین مفهوم در این مقاله، تبلیغ دینی است. این عبارت، ترکیبی است از دو واژه «تبلیغ» و «دین» که هر یک جداگانه نیاز به مفهوم‌شناسی مفصلی دارند و پرداختن به آنها نیازمند بحثی جداگانه‌ای است؛ اما اجمالاً می‌توان گفت تبلیغ، در لغت یعنی رساندن پیام یا خبر و موضوعی

به اطلاع مردم (معین، ۱۳۶۴، ذیل «تبلیغ»). در لغت عربی نیز مشتقات ریشه «بلغ»، به معنای ایصال و رساندن به کار رفته است (جوهری، ۱۴۰۷ق، ذیل «بلغ»). به اعتقاد بعضی از صاحب‌نظران، تبلیغ در اصطلاح، کوشش عمدی است که برخی افراد یا گروه‌ها با بهره‌گیری از وسائل ارتباطی برای مهارکردن، شکل دادن یا تغییر نگرش افراد دیگر گروه‌ها انجام می‌دهند (هاستی، ۱۳۷۲، ص ۳۴). بر اساس تعریف دیگر، «تبلیغ، عبارت است از روش یا روش‌های به‌هم‌پیوسته [در قالب یک مجموعه] برای بسیج کردن و جهت‌دادن نیروهای اجتماعی و فردی از طریق نفوذ در شخصیت، افکار و عقاید و احساسات آنها برای رسیدن به یک هدف مشخص. این هدف، ممکن است سیاسی، نظامی، فرهنگی و... و مشروع و نامشروع باشد» (زورق، ۱۳۶۹، ص ۸).

تبلیغ دین نیز در اصطلاح تعاریف خاصی دارد؛ از جمله در «فرهنگ لغت انگلیسی آکسفورد» تبلیغ مذهبی، به این معانی آمده است: فرستادن معلمان مذهبی برای آنکه مردم را به آیین جدید در آورند، گروهی که از طرف کلیسا برای گسترش دین خاصی به یک سرزمین بیگانه اعزام می‌شوند (Oxford Advanced Learner's, 2000: p.3332). عده‌ای در تعریف تبلیغ دینی گفته‌اند: تبلیغ اسلامی، نوعی خاص از ارتباط است که گاهی با هدف آموزش، گاهی اقناع و گاهی برای به عمل واداشتن مخاطب انجام می‌گیرد (کاویانی، ۱۳۹۲، ص ۳۷).

بنابراین، نکته بسیار مهمی که در تعریف تبلیغ وجود دارد، این است که تبلیغ در جوهره و سرشت خود، مشتمل بر نوعی تغییر و دستکاری است؛ زیرا هدف از تبلیغ، به‌طور کلی، ایجاد انگیزش در مخاطب برای عمل و تغییر است. شاید نتوان اطلاعات را به طور واقعی و طبیعی و همان‌گونه که در دسترس عموم مخاطبان است، ارائه کرد. از همین رو، تبلیغ، آموزش صرف نیست و در هرگونه تبلیغی، نوعی دستکاری در واقعیت‌ها وجود دارد (فصیحی، ۱۳۹۸، ص ۴۰).

مفهوم‌شناسی مهارت‌های زندگی

مفهوم «مهارت‌های زندگی»، در معانی مختلف به‌کار رفته است:

- الف. مهارت‌های مربوط به امر معاش، مانند اینکه چگونه فرد مشغول کاری می‌شود.
- ب. مهارت‌های مراقبت از خود، مانند مصرف غذاهای سالم، درست مسواک زدن و... .
- ج. مهارت‌هایی که برای پرداختن به موقعیت‌های پُرخطر زندگی استفاده می‌شود؛ مانند نه گفتن به فشار جمع جهت استفاده از مواد مخدر (فتحعلی لوسانی، ۱۳۹۴، ص ۵). این تعریف، از جامعیت بیشتری برخوردار می‌باشد.

بنابراین، آموزش مهارت‌های زندگی ارتقای سازگاری فرد ابتدا با خودش و سپس با دیگران و محیطی است که در آن زندگی می‌کنند. این مهارت‌ها به ما می‌آموزند که در طول زندگی، به‌ویژه موقعیت‌های پُرخطر چگونه عاقلانه و صحیح رفتار کنیم؛ زیرا قدرت سازگاری افراد در جامعه انسانی برابر نیست. در یک محیط مشابه اجتماعی، برخی انسان‌ها، توان مقابله با مشکلات و انتظارها را در اندک‌زمانی از دست می‌دهند و خیلی زود در دام انزوا و افسردگی با عملکرد نامناسب (رفتار ضد اجتماعی، تخریبی و مانند اینها)، گرفتار می‌شوند. در مقابل، عده‌ای با اندیشه و تحلیل موقعیت، به رفتاری سازگارانه و همراه با تحمل رو می‌آورند. آنان همواره به راه‌های مؤثر و مفید می‌اندیشند و به‌درستی می‌دانند که راهی برای حل مسئله وجود دارد (میرزاخان، ۱۳۹۹، ص ۴).

مهارت‌های زندگی و هدف از آموزش آنها

در حال حاضر، مهارت‌های زندگی عنوانی برای آن دسته از آموزش‌هایی است که به افراد یاد می‌دهد چگونه با چالش‌های زندگی روزمره مواجه شوند (عالسوند، ۱۳۸۶، ص ۴۳). سازمان بهداشت جهانی، اولین بار در اوت ۱۹۹۳ میلادی (دهم مردادماه ۱۳۷۲)، برنامه‌ای با عنوان «آموزش مهارت‌های زندگی» با همکاری یونیسف ارائه کرد. این آموزش‌ها به تدریج به عنوان یک دستورعمل برای بهبود وضعیت زندگی افراد به فرهنگ کشورهای راه یافت. این سازمان، بر آموزش ده مهارت تأکید دارد که به شرح زیر مطرح شده‌اند:

الف. مهارت‌های خودآگاهی و همدلی؛

ب. مهارت‌های ارتباط بین فردی و اجتماعی؛

ج. مهارت‌های تصمیم‌گیری و حل مسئله؛

د. مهارت‌های تفکر خلاق و تفکر انتقادی؛

ه. مهارت‌های مقابله با هیجانات و استرس (سازمان بهداشت جهانی، ۱۳۷۷).

اهداف آموزش مهارت‌های زندگی، نیل به توانایی‌ها و قابلیت‌های زیر بیان شده است:

۱. کسب خودآگاهی (خودارزشیابی و عزت نفس).

۲. برقراری ارتباط با دیگران که از جمله مهم‌ترین آنها، توانایی گوش دادن به صحبت‌های

دیگران است.

۳. توانایی همکاری، مانند: توانایی فعالیت و کار مشترک تا رسیدن به هدف مشترک گروهی.
 ۴. توانایی تصمیم‌گیری سنجیده در تمام سطوح زندگی و تبلیغی، بر اساس جمع‌آوری اطلاعات صحیح، سازماندهی و ارزشیابی آن و نتیجه‌گیری از آنها.
 ۵. توانایی مذاکره، مانند رسیدن به توافق با دیگران و بستن قرارداد.
 ۶. توانایی مدیریت دیگران با افراد، مانند توانایی گریز از برخورد، روش‌های میانجی‌گری در درگیری، مواجهه با درگیری و مجادله؛ به طوری که کمترین انرژی روحی را از دست بدهد و بیشترین بهره را از نیروی خلاق خود ببرد.
 ۷. توانایی روشن ساختن ارزش‌های اعتقادی، مانند توانایی تشخیص مجموعه ارزش‌ها و اعتقادات شخصی و داشتن انعطاف لازم برای تصحیح ارزش‌ها و اعتقادات خود و پذیرش آرا و نظرات دیگران.
 ۸. توانایی پرهیز از خطر (توانایی پرهیز از سوء استفاده و خطرهای شخصی در شکل‌های گوناگون).
- در واقع، «یونیسف» از آموزش مهارت‌های زندگی و کسب توانایی‌های فوق‌الذکر، اهداف خاصی را مدنظر دارد؛ از جمله: احساس مسئولیت در برابر خود، دیگران و در برابر تصمیم‌ها، احترام به خود و دیگران، برقراری رابطه مناسب با دیگران و توانایی اندیشیدن همراه با استدلال، «تفکر انتقادی و ارزشیابی انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری صحیح و منطقی مثبت بر اساس آن تفکر» (جمعی از نویسندگان، ۱۳۷۸، ص ۶۷).

نقش مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ

آگاهی کافی از مهارت‌های زندگی و به کار بردن آن در پیشگیری اولیه از آسیب‌های احتمالی در محیط‌های تبلیغی، در برخورد با مردم و مشکلات منطقه تبلیغی، تأثیرگذار است. آموزش با تأکید بر ایجاد تغییر در سه حیطه از یادگیری (آگاهی، نگرش و عملکرد) در مبلغان که در محیط‌های جدید تبلیغی و یا برای اولین بار پا در عرصه تبلیغ عمومی و یا تخصصی می‌گذارند، بیشترین اثربخشی را دارد و باعث می‌شود از آسیب‌های عرصه تبلیغ کاسته و یا پیشگیری گردد. طبق تعریفی که از مهارت‌های زندگی بیان گردید، پذیرش مسئولیت‌های اجتماعی، تصمیم‌گیری‌های صحیح و حل تعارض‌ها، تأثیر فراوانی دارد. دستیابی

به این اهداف در عرصه تبلیغ، عملاً امکان‌پذیر نیست؛ مگر آنکه افراد از مهارت‌های اساسی به اندازه کافی آگاه باشند و در این مورد به آنها آموزش داده شود (اقتباس از زارعی، ۱۳۹۶، ص ۷۴).

با آگاهی کافی از مهارت‌های زندگی و در نتیجه به کار بردن آنها در عرصه تبلیغ، مبلغان قادر می‌شوند تا تعارض‌های خود را نسبت به محیط تبلیغی به نحو سازنده‌ای حل نمایند و بر هیجانات منفی و استرس غلبه کنند. این امر، بهداشت روانی بهتری را به دنبال دارد. آگاهی و به کارگیری مهارت‌های زندگی، بر رسوم مناطق مختلف و همچنین بر عموم مردم با افکار و سلیقه‌های گوناگون، تأثیر می‌گذارد و تغییرات شناختی و رفتاری را به دنبال دارد. این امر، خودبه‌خود مقاومت فرد را در برابر فشارهای درونی بیشتر می‌کند. مهارت‌های زندگی، انسان را آماده مقابله با مشکلات می‌کند و موجب مقاوم‌تر شدن شخصیت فرد، افزایش بینش نسبت به عرصه تبلیغ، افزایش مهارت در اداره محیط تبلیغی و برقراری ارتباط مؤثر با محیط و اطرافیان می‌شود. در نتیجه، فرد با آگاهی همه‌جانبه، به مقابله مؤثر با مشکلات غیرقابل اجتناب زندگی می‌پردازد و زمینه لازم برای حفظ و تأمین سلامت وی فراهم می‌شود. آگاهی از مهارت‌های زندگی، باعث می‌شود که فرد با روش تصمیم‌گیری صحیح و حل مسئله آشنا شود و در نتیجه، تردید در تصمیم‌گیری کمتر می‌شود و مبلغ می‌تواند استرس را مهار و روش کارآمدی را برای مقابله با آن به کار برد. در این حال، فرد سعی می‌کند که بر عامل استرس تسلط یابد و از شیوه مسئله‌مدار بیشتر استفاده کند. آگاهی از مهارت‌های زندگی، باعث تقویت مهارت‌های اجتماعی، منبع کنترل درونی و خودپنداره فرد در جهت مثبت خواهد شد و فرد در مهارت‌های هیجانی، راهبرد متناسب و مطلوبی را با عامل استرس‌زا در پیش می‌گیرد (نجفی و همکاران، ۱۳۹۱، ص ۱۶۴).

با مهارت‌های زندگی می‌توان به افراد آموخت که هر تجربه‌ای، آموزنده نیست و بدون در نظر گرفتن عواقب هرکار، نباید به انجام آن کار اقدام کرد (احمدی طهورسلطانی، ۱۳۹۲، ص ۱۵۳).

نمونه‌هایی از مهارت‌های زندگی در عرصه تبلیغ

۱. مهارت تصمیم‌گیری

بدون شک، تصمیم‌گیری، یکی از مهم‌ترین مهارت‌های زندگی می‌باشد؛ چراکه افراد همواره باید یک راه را از میان راه‌های گوناگون انتخاب کنند؛ اما اگر برای اخذ تصمیم، مهارت کافی نداشته باشند، قادر به تصمیم‌گیری نخواهند بود و در نتیجه، تعارض‌ها و تنش‌های ناشی از آن را

تحمل خواهند کرد یا با تصمیم‌گیری غیرمنطقی و نادرست، دچار مشکلات عدیده‌ای می‌شوند. در تبلیغ، یکی از نکات بسیار مهم، تصمیم‌گیری و اعلام نظرها در محیط تبلیغی می‌باشد. تصمیم‌گیری، از همان زمان انتخاب محلّ تبلیغی تا روز پایانی تبلیغ، مورد توجه است. انتخاب صحیح محیط و مکان تبلیغ، با شناخت و بررسی اولیه، نقش بسزایی در روند اجرا و اثرگذاری در آن محیط دارد.

برای آنکه تصمیم‌گیری و انتخاب، به بهترین نحو و با کمترین احتمال خطا انجام شود، نیازمند طی کردن گام‌هایی است که عبارت‌ند از از:

- تهیه فهرستی از انتخاب‌ها و مقایسه آنها باهم (انتخاب محل‌های تبلیغی مختلف و فهرست کردن آن و انتخاب مورد مناسب بعد از مقایسه و بررسی).

- مشورت با افرادی که در گذشته انتخاب‌هایی موفق داشته‌اند (مشورت با افرادی که در محیط‌های تبلیغی موفق بوده‌اند).

- جمع‌بندی نتایج حاصل از مشورت با افراد موفق و ناموفق، و بازنگری دوباره در معایب و محاسن انتخاب‌هایمان، و در نهایت، تصمیم‌گیری (جمع‌بندی مشورت‌های گرفته‌شده از مبلغان قبلی و شناخت از محیط‌های تبلیغی مدنظر و به‌دست آوردن محیط تبلیغی مناسب) (خنیفر و پورحسینی، ۱۳۹۱، ص ۴۵؛ پورجعفر، ۱۳۸۸، ص ۵۶).

۲. مهارت حلّ مسئله

حلّ مسئله، فرایندی است که خود فرد آن را هدایت می‌کند و سعی می‌نماید راه‌حل‌های مؤثر و سازگارانه‌ای برای مسائل زندگی (زندگی روزمره، تبلیغی و شغلی) خود پیدا کند. بدین ترتیب، حل مسئله، یک فرایند آگاهانه، منطقی و هدفمند است. برخورداری از توانایی لازم برای حلّ موفقیت‌آمیز مسائل، موجب می‌شود تا اعتمادبه‌نفس افراد بیشتر شده، احساس ارزشمندی بیشتری پیدا کنند؛ ولی اگر فاقد مهارت‌های لازم برای حلّ مشکل باشند، از روش‌های نامناسب و معیوب برای حلّ مسائل خود استفاده می‌کنند و در سازگاری با محیط اطراف، دچار مشکل شده، بهداشت روانی آنها تهدید خواهد شد.

زندگی، یک فرصت است که روزانه فرصت‌های کوچک و بزرگی را برای ما به ارمغان می‌آورد. گاهی به دست آوردن این فرصت‌ها، برای انسان مشکل و دشوار است. حلّ مشکلات

پیش روی انسان در عرصه زندگی و تبلیغی، تأثیر سازنده‌ای در ایجاد اعتماد به نفس و کسب آرامش و به خصوص اثربخشی بهتری در تبلیغ دارد و به انسان نیرویی ویژه و انگیزه‌ای مناسب برای مواجهه سازنده با مشکلات هدیه می‌نماید. توانایی حل مسئله از نظر اندیشمندان، در بالاترین سطح از فعالیت‌های شناختی انسان قرار دارد و به یک سری فعالیت‌های تخصصی و دارا بودن بسیاری از توانمندی‌های شخصیتی، نیاز دارد.

در متون دینی ما، برای رهایی از مشکلات و حل آنها، بر توکل و استعانت از خداوند متعال بسیار تأکید شده است:

امام علی علیه السلام می‌فرماید: «قُلْ عِنْدَ كُلِّ شِدَّةٍ: (لَا حَوْلَ وَلَا قُوَّةَ إِلَّا بِاللَّهِ الْعَلِيِّ الْعَظِيمِ) تَكْفَهَا» (مجلسی، ج ۷۴، ص ۲۷۲): «در هنگام سختی و مشکل، بگو: «نیرو و قدرتی جز قدرت خدای والا و بزرگ نیست.» آن سختی، از میان می‌رود.»

- امام رضا علیه السلام می‌فرماید: «رَأَيْتُ أَبِي علیه السلام فِي الْمَنَامِ، فَقَالَ: يَا بُنَيَّ، إِذَا كُنْتَ فِي شِدَّةٍ فَأَكْثِرْ أَنْ تَقُولَ: (يَا رُوْفُ يَا رَحِيمُ) وَ الَّذِي تَرَاهُ فِي الْمَنَامِ كَمَا تَرَاهُ فِي الْيَقَظَةِ» (ابن طاووس، ج ۱، ص ۳۳۳): «پدرم را در خواب دیدم: فرمود: پسر! هرگاه در سختی و گرفتاری بودی، جمله «یا رُوْفُ یا رحیم» را فراوان بگو. آنچه در خواب می‌بینی، چنان است که در بیداری می‌بینی.»

برخی از مشکلات پیش روی انسان، راه‌حل‌های ساده و برآمده از دانسته‌ها و تجربیات قبلی ما دارند؛ اما آن دسته از مشکلات که به راحتی و سهولت قابل حل نیستند، بیانگر این امر هستند که پیدا کردن راه حل آنها، در حوزه دانش و تجربه فرد نیست و باید اطلاعات جدید کسب شود. در این حال، باید مفهوم درست و صحیحی از مشکل ارائه شود و به حل مشکل به صورت عمیق و دقیق نگریده شود و یا اینکه از اطلاعات پیشین در ترکیبی جدید و متناسب با موقعیت بهره گرفته شود (خنifer و پورحسینی، ۱۳۹۱، ص ۵۶؛ زارعی، ۱۳۹۶، ص ۸۳).

گاه در تبلیغ و به خصوص در محیط‌ها و عرصه‌های جدید تبلیغی، مبلّغ با مسائل و مشکلاتی روبه‌رو می‌شود که اگر بتواند این مشکلات را به طور صحیح و درست حل نماید، باعث رشد خود و اثربخشی در تبلیغ می‌گردد. این امر، با یادگیری فرایند حل مسئله انجام می‌گیرد.

افراد فاقد توان حل مسئله، در مواجهه با مشکلات و موقعیت‌های نیازمند تصمیم‌گیری، احساس درماندگی و ناامیدی می‌کنند و نمی‌توانند پیامد تصمیمات خود را پیش‌بینی نمایند و به

جای مواجهه با مشکلات، مرتب خود و دیگران را سرزنش می‌کنند. در مقابل، افراد با توان بالا در حل مسئله، هنگام مواجهه با روزهای سخت و مشکلات به وجود آمده در تبلیغ و غیرتبلیغ، به جای سردرگمی و ناامیدی، سعی می‌کنند به گونه‌ای منطقی با مشکلات برخورد نمایند (Gazioğlu, Cane, ۲۰۱۵، ص ۴۶؛ قربانی و جمعه نیا، ۱۳۹۰، ص ۵۰؛ ساویز و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۰۸).

۳. مهارت تفکر خلاق

تفکر، عملی ذهنی است و زمانی مطرح می‌شود که انسان با مسئله‌ای مواجه است و می‌خواهد آن را حل کند. در این هنگام، در ذهن تلاش برای حل مسئله آغاز می‌گردد که این تلاش ذهنی را تفکر می‌نامند. تفکر خلاق، شیوه‌ای از تفکر است که به کمک آن برای حل مسئله، راه‌حل‌های متنوعی به دست می‌آید. بدین ترتیب، احتمال دستیابی به مناسب‌ترین راه‌حل، بالا می‌رود. تفکر خلاق، مهارت پایه برای حل مسئله و تصمیم‌گیری است و باعث می‌شود افراد به ماورای تجاربشان بنگرند (Gazioğlu, Canelb, ۲۰۱۵، ص ۴۸؛ ساویز و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۱۰؛ زارعی، ۱۳۹۶، ص ۸۵). قدرت تفکر آفریننده و خلاق، فرد را قادر می‌سازد تا انتخاب‌های گوناگون خود را کشف کند و در نتیجه، از بن‌بست‌های زندگی خارج شود (خنیفر و پورحسینی، ۱۳۹۱، ص ۶۵).

خلاقیت، صفتی از اوصاف الهی است و مهارت تفکر خلاق، به همان حکمت‌های الهی بر می‌گردد که ما را در تصمیم‌گیری‌ها و حل مسائل یاری می‌نماید؛ یعنی پایه اصلی تفکر خلاق را اندیشه و کمک گرفتن از راه‌حل‌های خارج از دنیای تجربه شامل می‌گردد. این امر، سبب می‌شود تجربه جدیدی به وجود آید؛ مشروط بر آنکه مبتنی بر آگاهی و شناخت باشد. خالق هستی که اولین خلاق عالم است، در سوره انعام آیه ۱۰۴ می‌فرماید:

«قَدْ جَاءَكُمْ بَصَائِرٌ مِنْ رَبِّكُمْ فَمَنْ أَبْصَرَ فَلِنَفْسِهِ وَمَنْ عَمِيَ فَعَلَيْهَا وَمَا أَنَا عَلَيْكُمْ بِحَفِيظٍ؛
پروردگارتان به شما ادراک داده است. هرکه از روی بصیرت می‌نگرد، به سود اوست و هرکه چشم بصیرت بر هم نهد، به زیان اوست و من نگهدارنده و نگهبان شما نیستم.»

استفاده از مهارت تفکر خلاق در عرصه تبلیغ، یعنی کشف بهترین راه حل برای مسائل به وجود آمده در تبلیغ. این روش، باعث می‌شود در عرصه‌های مختلف تبلیغی، بتوان از بن‌بست‌های احتمالی خارج شد و بهترین تبلیغ را برای خود با اثرگذاری بیشتر رقم زد؛ برای مثال، می‌توان به تبلیغ در مراکز آموزش و پرورش اشاره نمود که یک مبلغ در مواجهه با یک

مسئله، بهترین راه حل را انتخاب کند؛ مثلاً زمانی که مبلغ با یک سؤال و مشکل در بین دانش آموزان روبه‌رو می‌شود و جواب آن شبهه را نمی‌داند، با مهارت تفکر خلاق که در خود به وجود آورده، می‌تواند این شبهه را به یک مسابقه تبدیل نماید و به دانش‌آموزی که بهترین پاسخ را بیان کند، جایزه‌ای بدهد و خود راهی برای پیدا کردن بهترین جواب را پیدا نماید.

۴. مهارت تفکر نقاد

تفکر، طریقی برای معنادار کردن رابطه‌های میان رخدادها، مفاهیم، اصول و اشیاست و تفکر انتقادی، برخلاف تصور عامه که آن را صرفاً در ایرادگیری می‌بینند، اندیشیدن درباره شیوه تفکر خود است؛ به تعبیری، تفکر انتقادی را مهارت تحلیل عینی اطلاعات و تجارب معرفی کرده‌اند. در تفکر انتقادی، ابتدا عوامل مؤثر بر رفتارها و نگرش‌ها مشخص می‌شود و آنگاه مورد ارزشیابی قرار می‌گیرد؛ به عبارتی، اطلاعات مناسب از تجربیات تحلیل می‌شوند و سپس سعی می‌شود مهارت‌های تفکر به بهترین شکل به کار گرفته شود و ارزش‌های اجتماعی اثرگذار بر رفتار شناسایی شوند. به کمک تفکر انتقادی، فشار ناشی از تعارض‌های باورهای خام کاهش می‌یابد و تفکر پخته و رشدیافته‌ای شکل می‌گیرد و بهداشت روانی شخص، کمتر تحت آسب جدی قرار می‌گیرد (Gazioğlu, Canelb, ۲۰۱۵، ص ۲۴؛ سلویز و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۹۸؛ زارعی، ۱۳۹۶، ص ۸۵).

آیه ۸ سوره مبارکه حج، به نظر، یکی از کلیدی‌ترین آیات در خصوص اهمیت و توجه به تفکر انتقادی و مذمت فقدان این ویژگی در عقل و اندیشه بشری است. در این آیه، خداوند متعال می‌فرماید:

«وَمِنَ النَّاسِ مَن يَجَادِلُ فِي اللَّهِ بِغَيْرِ عِلْمٍ وَلَا هُدًى وَلَا كِتَابٍ مُّنبِئٍ (سوره حج، آیه ۸)؛ و از [میان] مردم، کسی است که در باره خدا بدون هیچ دانش و بی‌هیچ رهنمود و کتاب روشنی به مجادله می‌پردازد.»

رفتار گروهی که بدون هیچ‌گونه دانش و هدایتی، به مجادله در موضوع خداوند می‌پردازند، نکوهش می‌شود. روشن است، مردمی که در مهم‌ترین امر خود چنین می‌کنند، در سایر موارد چه خواهند کرد و به چه نتیجه‌ای خواهند رسید! تفکر انتقادی، تلاش برای ارزشیابی منطقی و قابل اطمینان است و منظور از کلمه انتقادی در اینجا، نگاه تیزبینانه است؛ نه نگاه گله‌مندانه و

شکایت‌آمیز؛ به بیان دیگر، بالا رفتن از نردبان گفتمان و سنجش‌هاست و تمکین نمودن در برابر بهترین آنهاست، تا ببینیم چه چیزی را می‌توانیم منطقی‌تر باور کنیم و چه چیزی را نمی‌توانیم بپذیریم و در واقع، یعنی شنیدن سخن‌ها و پذیرفتن بهترین آنها، و اینکه هیچ حقیقتی به جز تعالیم وحی کامل نیست.

در مجموع، این تفکر، بهره‌گیری از راهبردها و مهارت‌های شناختی به منظور بالا بردن بازده مطلوب رفتارها، به‌خصوص رفتار در محیط تبلیغی است. واجدان این نوع تفکر، دارای شفافیت مواضع، تصحیح نگرش‌ها و کاهش فشار ناشی از تعارض‌ها و باورهای تحمیلی هستند. افراد و مبلغان دارای تفکر انتقادی، فضای خالی بین خطوط را می‌فهمند و نیز برای آنها تعریف و مفهوم خاصی دارند (اقتباس از: خنیفر و پورحسینی، ۱۳۹۱، ص ۴۶). ورود مبلغ در فضاهای مختلف تبلیغی و بیان موضع شفاف خود، بسیار اهمیت دارد؛ زیرا روحانی مبلغ، تأثیرگذاری بالایی در افکار جامعه دارد و می‌تواند تأثیر بسیار مهمی را در جامعه بگذارد و نگرش‌های اشتباه افراد را با بیان موضع انتقادی و دقیق، اصلاح نماید.

۵. توانایی برقراری ارتباط مؤثر

یکی دیگر از مهارت‌های بسیار مهم در عرصه تبلیغ، مهارت برقراری ارتباط مؤثر در محیط تبلیغی است. ارتباط، میان دو یا چند نفر اتفاق می‌افتد و ما مبلغان در عرصه تبلیغ با افراد مختلفی ارتباط برقرار می‌کنیم؛ اما مسئله قابل توجه، این است که هر ارتباطی به احساس رضایتمندی و موفقیت منجر نمی‌شود. ارتباط بین فردی، فرایندی است که به وسیله آن، اطلاعات و احساسات خود را از طریق پیام‌های کلامی و غیرکلامی با دیگران در میان می‌گذاریم و طی آن، افراد می‌توانند عقاید، نیازها، خواسته‌ها و هیجان‌های خویش را ابراز کنند و به‌نوعی احساس رضایت دست یابند؛ به عبارت دیگر، این مهارت به معنای ابراز احساسات، نیازها و نظرهای فردی به صورت کلامی و غیرکلامی است (ساویز و همکاران، ۱۳۸۹، ص ۱۰۰؛ زارعی، ۱۳۹۶، ص ۸۶).

یکی از عوامل مهم ارتباط، توانایی شخصی در ابراز وجود است. ابراز وجود، باعث گرفتن حق خود و ابزار عقاید و احساسات و افکار خویش به‌طور مستقیم و صادقانه است؛ به نحوی که در این حق‌خواهی و تکاپو برای رسیدن به خواسته‌های خویش، حقوق دیگران نیز محترم

شمرده شود. نقش صحیح مبلغ در این مهارت و در این موقعیت، از آن جهت مهم تلقی می‌شود که با شناخت صحیح خویش و لزوم روابط مؤثر اجتماعی:

- شخص قادر به تشخیص حقوق و منافع خود می‌شود، تا بر اساس آن عمل کند.
- بدون ترس و واهمه و بدون اضطراب، بر حق خود پا می‌فشارد.
- بتواند احساسات و عواطف واقعی خویش را ابراز نماید.
- و در همه حال، بدون فراموش کردن حق دیگران، به مطالبه حق خود اقدام نماید (خنیفر و پورحسین، ۱۳۹۱، ص ۵۶؛ زارعی، ۱۳۹۶، ص ۸۶).

۶. ایجاد و حفظ روابط بین فردی

توانایی ایجاد روابط بین فردی، به طوری که از نظر جامعه ارزشمند و منطبق بر عرف جامعه، محیط تبلیغ و در عین حال، سودمند برای خود و دیگران باشد، یک مهارت اساسی در تبلیغ می‌باشد (پورجعفر، ۱۳۸۸، ص ۵۶؛ قربانی و جمعه‌نیا، ۱۳۹۰، ص ۱۱۴؛ زارعی، ۱۳۹۶، ص ۸۷).

از منظر قرآن، معیار روابط بین فردی و فامیلی و اجتماعی، ایمان و اعتقادات و سنت‌های برگرفته از آن و شیوه زندگی و تعاملات بزرگان و اولیای الهی است. اسلام همواره به رعایت آداب معاشرت و تواضع و روابط مناسب بین فردی و اجتماعی اهتمام دارد؛ چنان‌که در آیه ۲۷ سوره نور بر این مهم تأکید می‌نماید:

«يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَدْخُلُوا بُيُوتًا غَيْرَ بُيُوتِكُمْ حَتَّى تَسْتَأْذِنُوا وَتُسَلِّمُوا عَلَىٰ أَهْلِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَّكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ؛ ای کسانی که ایمان آورده‌اید، به خانه‌هایی که خانه‌های شما نیست، داخل مشوید تا اجازه بگیرید و بر اهل آن سلام گوئید. این، برای شما بهتر است. باشد که پند گیرید.»

و یا در آیه ۲۸ همین سوره می‌فرماید:

«فَإِنْ لَمْ تَجِدُوا فِيهَا أَحَدًا فَلَا تَدْخُلُوهَا حَتَّىٰ يُؤْذَنَ لَكُمْ وَإِنْ قِيلَ لَكُمْ ازْجِعُوا فَازْجِعُوا هُوَ أَزْكَىٰ لَكُمْ وَاللَّهُ بِمَا تَعْمَلُونَ عَلِيمٌ؛ و اگر کسی را در آن نیافتید، پس، داخل آن مشوید تا به شما اجازه داده شود و اگر به شما گفته شد: «برگردید»، برگردید که آن برای شما سزاوارتر است و خدا به آنچه انجام می‌دهید، داناست.»

در آیات دیگر نیز می‌فرماید: «هرگاه مؤمنان را به سوی خدا و پیامبرش فراخوانند، تا میان آنها

داوری کنند، سخنشان جز این نیست که می‌گویند: شنیدیم و فرمان بردیم. اینان همان رستگارانند و هرکس از خدا و پیامبرش اطاعت کند و از خدا بترسد و از او پروا نماید، پس، آنان همان کامیاب‌ها هستند» (نور، آیه ۵۰ و ۵۱).

کیفیت روابط بین فردی به شکل‌های گوناگون می‌تواند به بهتر یا بدتر شدن امر تبلیغ بینجامد؛ از جمله این افراد می‌توان به نمونه‌های ذیل اشاره کرد: ۱. روابط با بزهکاران؛ ۲. روابط با گروه‌ها و احزاب سیاسی و اجتماعی؛ ۳. ارتباط با مسئولان و بزرگان محیط تبلیغی.

نتیجه

به‌طورکلی، می‌توان گفت که مهارت‌های زندگی به مجموعه‌ای از توانایی‌های افراد گفته می‌شود که زمینه سازگاری و رفتار مثبت و مفید را فراهم می‌آورد و به فرد کمک می‌کند تا مسئولیت‌ها و نقش اجتماعی خود را بپذیرد و به شکل مؤثری عمل کند؛ یعنی اول خود و جایگاه خویش را بشناسد و سپس، باور کند و بعد از آن، به شکل مؤثر ظاهر شود. مهارت‌های زندگی، از آن جهت مؤثر و مفید تلقی می‌شوند که فرد را قادر می‌سازد تا دانش، نگرش و ارزش‌های وجودی خود را به توانایی‌های واقعی و عینی تبدیل کند و بتواند از نیروهای وجودی در جهت شادابی و شادکامی و ایجاد زندگی مثبت برای خود و دیگران در محیط تبلیغ بهره‌گیری نماید و این، یعنی احساس بودن و گام برداشتن به سوی شدن. مبلّغی که از مهارت‌های زندگی بهره کامل دارد، به احراز موفقیت‌هایی نایل می‌شود و در جهت کاهش آسیب‌های تبلیغی توانمند خواهد بود. همان‌طور که بیان گردید، مهارت‌های زندگی در امر تبلیغ، یعنی برخورد شایسته با مشکلات و حلّ مسائل، کسب ارتباطات مؤثر فردی و اجتماعی که در مجموع، می‌تواند تأثیر بسیار بالایی در ارتقای سطح تبلیغی هر مبلّغ داشته باشد و باعث اثرگذاری بیشتر در محیط تبلیغی با اجرای و یادگیری مهارت‌های زندگی داشته باشند.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. ابن طاووس، علی بن موسی، بی تا، مهج الدعوات، بی نا، قم.
۳. پورجعفر، مزدک، ۱۳۸۸، مهارت‌های زندگی، گامی به سوی پیشگیری از اعتیاد، تهران، همایش دانش.
۴. جمال عاشوری، زهرا معمری و حسین سعیدی، ۱۳۹۴، «تأثیر آموزش مهارت‌های زندگی بر خودکارآمدی و عملکرد خانواده در زنان سرپرست خانوار»، فصلنامه مددکاری اجتماعی، ۴ (۳): ۲-۳۶.
۵. جمعی از نویسندگان، ۱۳۷۸، دفتر آموزش ابتدائی، آموزش مهارت‌های زندگی، تهران، وزارت آموزش و پرورش.
۶. خنیفر، حسین و پورحسینی، مژده، ۱۳۹۱، مهارت‌های زندگی، قم، انتشارات هاجر.
۷. زارعی مته‌کلایی، الهه، تابستان ۱۳۹۶، «مهارت‌های زندگی و پیشگیری از اعتیاد»، نشریه سلامت اجتماعی و اعتیاد، ش ۱۴: ۶۹-۹۶.
۸. سازمان بهداشت جهانی، ۱۳۷۷، برنامه آموزش مهارت‌های زندگی، ترجمه: ربابه نوری قاسم‌آبادی و محمد خانی، تهران، بهزیستی.
۹. ساویز، احمد؛ بخت‌آزما، محمدحسن؛ صفری، جهانگیر؛ کاکاوند، عیسی؛ ارشی، حسین؛ اصغرنژاد، علی‌اصغر؛ محمدزاده، راضیه و نیلوفری، شهناز، ۱۳۸۹، آموزش مهارت‌های زندگی و خانواده، تهران، دانشگاه علم و صنعت ایران.
۱۰. طارمیان، فرهاد و همکاران، ۱۳۷۸، مهارت‌های زندگی، تهران، انتشارات تربیت.
۱۱. غلاسوند، فریبا، ۱۳۸۶، مهارت‌های زندگی با رویکرد دینی، تهران، سروش هدایت.
۱۲. قربانی، علیرضا و جمعه‌نیا، سکینه، ۱۳۹۰، «نقش آموزش مهارت‌های زندگی در پیشگیری از آسیب‌های اجتماعی؛ با تأکید بر اعتیاد به مواد مخدر»، فصلنامه دانش انتظامی گلستان، ۵ (۲): ۲۴-۴۸.
۱۳. مجلسی، محمدباقر، ۱۴۰۳ق، بحار الأنوار، بیروت، دار إحياء التراث العربی.

14. Gazioglu, A. E. İ & Canelb, A. N, 2015, A School-Based Prevention Model in the Fight against Addiction: Life Skills Training, Addicta: The Turkish Journal on Addictions, 2(2):