



Journal of Islamic Propagation

Volume 3 ● No 7 ● Spring & Summer 2022

Skills of Stress Management in Propagation

Esrafil Sobhani*

Abstract

The rhythm of environmental changes in the propagation atmosphere is constantly changing for clerics propagating the religion, and this change of atmosphere has relationship with the presentation method, model, and way of presenting the content. In normal conditions, this relationship leads to natural stress, and in abnormal conditions and an unknown environment, it will result in additional pressure and stress for the propagators. Most psychologists consider normal stress harmless and excessive stress leads to the loss of mental hygiene and mental health. This research is based on the method of description and analysis of library data. The findings suggest that among the issues and problems of propagation in an unknown atmosphere for the propagators, in excessively stressful conditions, is the reduction of efficiency and impact on the audience. For this purpose, stress management in propagation and speech can increase productivity and effectiveness. Considering the importance of reducing and managing stress in propagation, in this article, the causes and reasons of stress in propagation are examined and solutions are provided.

Keywords

Propagation stress, stress management, job stress, propagator.

* PhD in Fiqh (Islamic Jurisprudence) and fundamentals of Islamic law. is.sobhani28@gmail.com



دو فصلنامه علمی - تخصصی

سال سوم، شماره هفتم، بهار و تابستان ۱۴۰۱

مهارت مدیریت استرس در تبلیغ

اسرافیل سبحانی*

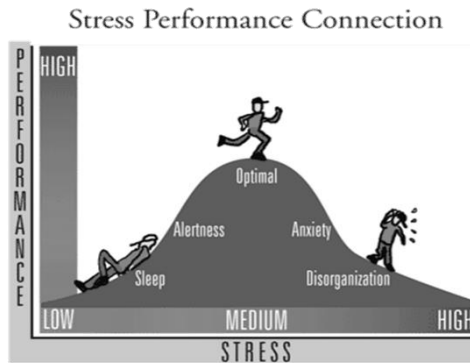
چکیده

آهنگ تغییرات محیطی در فضای تبلیغی، برای روحانیون مبلغ پیوسته در حال تغییر است و این تغییر فضا، با شیوه ارائه، مدل و الگوی ارائه مطالب، ارتباط دارد. این ارتباط در شرایط عادی، استرس طبیعی را به دنبال دارد و در شرایط غیرعادی و فضای ناشناخته، فشار و استرس مضاعفی را برای مبلغان در پی خواهد داشت. بیشتر روان‌شناسان استرس طبیعی را بدون مشکل دانسته و استرس بیش از حد را منجر به از بین رفتن بهداشت روان و سلامت روان می‌دانند.

این پژوهش، بر اساس روش توصیف و تحلیل داده‌های کتابخانه‌ای تدوین شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد، از جمله مسائل و مشکلات تبلیغ در فضای ناشناخته برای مبلغ، در شرایط استرس‌زای بیش از حد، کاهش بازدهی و اثرگذاری بر روی مخاطبان است که به همین منظور، مدیریت استرس در تبلیغ و سخنرانی می‌تواند افزایش بهره‌وری و اثرگذاری را موجب شود. با توجه به اهمیت بحث کاهش و مدیریت استرس در تبلیغ، در این نوشتار، علل و زمینه‌های ایجادکننده استرس در تبلیغ مورد بررسی قرار گرفته و راهکارهایی ارائه شده است.

کلیدواژگان: استرس تبلیغی، مدیریت استرس، استرس شغلی، مبلغ.

مقدمه



یکی از وظایف ذاتی روحانیون، تبلیغ مبانی و آموزه‌های اسلام ناب محمدی صلی الله علیه و آله می‌باشد که بعد از گذراندن دوره‌های تحصیلی در حوزه، مجوز تبلیغ از سوی نهادهای تبلیغ حوزوی و... برای مبلغ صادر شده، در نهایت، فرد به منطقه، نهاد و... اعزام

می‌گردد. در واقع، می‌توان این تبلیغ را یکی از شغل‌های^۱ (وظایف) اصلی روحانیت دانست و تبعاً این شغل هم مانند مشاغل دیگر، آسیب‌ها و مسائل خاص خود را دارد که یکی از آنها استرس شغلی است. استرس شغلی، مسئله‌ای است که جویندگان کار باید به آن توجه عمیقی داشته و در فرآیند کاریابی خود، مسائل عاطفی و روانی ناشی از شغل مورد نظر را مورد توجه قرار دهند (الوانی، ۱۳۷۶، ص ۱۲۴). همان‌طوری که استرس شغلی آثار منفی (Distress) به دنبال دارد، می‌تواند دارای پیامدهای مثبت (Eustress) هم باشد. شرایط موجود جامعه، مشکلات فرارو، توقعات مخاطبان از روحانیون مبلغ، پیشرفت تکنولوژی و... باعث شده است که افراد دچار هیجان‌ها، تنش‌ها، نگرانی‌ها و بیم و امیدهای گوناگونی شوند که گاه با ظرفیت جسمانی و روانی آنها سازگار نیست (علوی، ۱۳۷۱، ص ۲۷۳). فشار عصبی معمولاً وقتی ایجاد می‌گردد که فرد با چالش، تهدید و یا تحولی مواجه گردد و بین توان فرد برای انجام کار و کارخواسته شده از وی، توازن وجود نداشته باشد (هریسون، ۱۳۸۵، ص ۱۴۷).

با پیشرفت تکنولوژی، عوامل استرس‌زا هم بیشتر شده‌اند. استرس در همه طبقات اجتماعی جامعه دیده می‌شود و مختص افراد خاصی نیست و حذف آن از زندگی، امکان‌پذیر نمی‌باشد. نگرانی مبلغان در مورد پیشرفت تکنولوژی، کهنه شدن معلومات، اطلاعات و اثرگذاری آن روی

۱. از بعد معنوی و سبک زندگی طلاب و فضلاء محترم، تبلیغ آموزه‌های دینی اسلام، شغل نبوده و به عنوان یک وظیفه دینی تلقی شده است، ولی برای فهم مطلب و رساندن مفهوم استرس در تبلیغ، نویسنده به ناچار با نگاه تطبیقی، این وظیفه را در قالب شغل دیده است.

مخاطبان، از جمله مواردی است که به افزایش استرس در مبلغان منجر می‌گردد. تحقیقات نشان داده که با افزایش استرس، سیستم دفاعی بدن تضعیف و شماری از گلوبول‌های سفید که عامل دفاعی بدن هستند، از بین می‌روند (فقهی فرمند، ۱۳۸۲، ص ۵۴۲).

امروزه استرس، تقریباً واژه‌ای متداول شده و همگان با مفهوم آن آشنا بوده و یا آن را تجربه کرده‌اند و دلایل غیرقابل انکار، بیانگر این واقعیت است که بر سلامت جسمی، روانی، رفتار و شیوه انجام کار، آثار منفی و غیرقابل جبرانی می‌گذارد که برای فرد پرهزینه می‌باشد. بدین دلیل، بحث استرس در مدیریت رفتار مبلغان، از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است (فخیمی، ۱۳۸۳، ص ۲۶۹). از سویی، شرایط جامعه، توقعات مخاطبان با توجه به رشد تکنولوژی و پیچیدگی رفتار، به خودی خود، استرس بیشتری را همراه دارد. از این رو، سطح استرس علاوه بر تفاوت میزان استرس وارد شده به افراد، به دلیل تفاوت‌های شخصیتی و... هم متفاوت بوده و نیاز به تبیین و توصیف بیشتر و دقیق‌تری دارد تا تأثیرگذاری و هدفمندی بهتری از سوی مبلغان دینی به وجود آید.

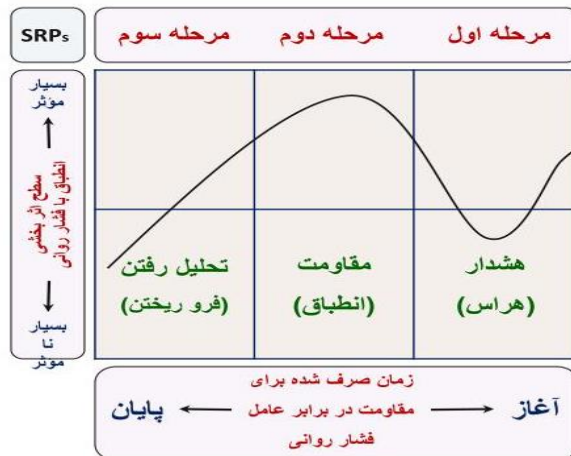
ادبیات پژوهش

الف. استرس

استرس، وضعیت و حالتی است که از دخالت متغیرات مختلف روانی فیزیولوژیکی بر دو عامل محیط کار و سلامتی جسمی و احساسی فرد بروز می‌کند که مجموعه‌ای از واکنش‌های عمومی و شخصی نسبت به عوامل ناسازگار و غیرمنتظره محیط است که موجب اختلال در سیستم سازگاری و تطبیق بدن آدمی با محیط خارجی می‌گردد و او را وادار می‌کند با اتخاذ روش جنگ یا گریز، با خطر مقابله نموده و یا از آن دور شود. بررسی‌های جدید و تئوری‌های جامع استرس، بر تعامل فرد و محیط تأکید دارد و واکنش فرد در برابر استرس، به تفسیر و ارزیابی آگاهانه و یا ناآگاهانه، اهمیت حوادث زیان‌آور، تهدیدآمیز و دارای چالش بستگی دارد (دایر، ۱۳۸۰، ص ۱۸). گرچه فشار عصبی به اشکال متفاوتی تعریف شده، ولی وجه مشترک اکثر تعاریف، این است که علت ایجاد فشار عصبی، وجود محرک به صورت فیزیکی یا روانی است و فرد به طریقی خاص نسبت به آن واکنش نشان می‌دهد.

در بحث مذکور، استرس به عنوان بازخورد رفتاری فرد برای سازگاری نسبت به محرکی که

الزامات فیزیکی و روانی گسترده‌ای برای فرد به وجود می‌آورد، در نظر گرفته شده که فرد، خود را به روش‌های متعدد با شرایط توأم با فشار روانی تطبیق می‌دهد و محرک‌هایی که عامل ایجاد استرس فیزیکی یا روانی محسوب می‌شوند، زمانی به وجود می‌آیند که فرد احساس کند از او چیزی خواسته شده که از عهده انجام آن بر نخواهد آمد (گریفین، ۱۳۷۴، ص ۴۵). اصولاً استرس با نوعی قیدوبند یا خواسته‌هایی همراه است که مانع رسیدن فرد به چیزی می‌شود که مورد نظر یا تمنای وی بوده و یا از دست رفته است. برای اینکه استرس به صورت واقعی درآید، نخست باید نتیجه کار نامشخص یا نامطمئن باشد و دوم آنکه نتیجه باید از اهمیت زیادی برخوردار باشد. پس، استرس زمانی وجود خواهد داشت که تردید یا عدم اطمینان وجود داشته باشد و کسانی که نسبت به بُرد و باخت نامطمئن هستند، دارای بیشترین میزان استرس می‌باشند. اگر نتیجه بی‌اهمیت باشد، در آن صورت هیچ استرسی وجود نخواهد داشت (نوری، ۱۳۷۷، ص ۴۶). استرس، یک حالت ارگانیکی است که معمولاً با افزایش تنفس، افزایش فشارخون و ضربان قلب، پریدگی رنگ چهره، تنش و انقباض عضلانی و نشستن عرق سرد بر پیشانی همراه می‌باشد و تحت شرایط مناسب می‌تواند موجب تغییرات در عملکرد جسمانی شود (آزاد، ۱۳۷۴، ص ۱۱۶). در واقع، استرس حالتی دینامیکی است که هر فرد با آن در حالات منفی و یا مثبت مواجه شده و با کشش‌های عصبی و مسائل روانی فیزیولوژیکی تشدید می‌گردد و موقع مواجهه فرد با آن، تلاش در تطابق کلی با عامل فشارزا شروع می‌شود (راندل، ۱۳۷۷، ص ۲۴) که شامل سه مرحله ذیل می‌باشد:



۱. مرحله هشدار: آغاز

فشار عصبی یا مرحله اعلام خطر (کورمن، ۱۳۸۴، ص ۲۲۸).

۲. مرحله مقاومت:

مرحله مقاومت فرد با توان‌های فیزیکی و احساسی خود در برابر آثار منفی عامل فشارزا (میرکمالی، ۱۳۷۷،

ص ۸۵).

۳. مرحله فرسودگی: مرحله‌ای که فرد به مدت طولانی در معرض عامل استرس‌زا قرار

می‌گیرد و برای مبارزه با آن، ناتوان است (فدوی، ۱۳۷۷، ص ۵۵).

افزایش هوشیاری، افزایش آگاهی، تلاش زیاد	سطح ۱ (ملایم)	مرحله اخطار
برای کاهش اضطراب، افزایش تطابق	سطح ۲ (متوسط)	
احساس تهدید، زودرنجی و تحریک‌پذیری	سطح ۲ (متوسط)	مرحله مقاومت
احساس طاقت‌فرسایی، بی‌توجهی انتخابی، افسردگی	سطح ۳ (شدید)	
احساس بی‌حمایتی، احساس ترس، نگرانی	سطح ۳ (شدید)	مرحله فرسودگی
وحشت، از دست دادن کنترل، اختلال شخصیت، ازدست دادن تفکر منطقی، از دست دادن رابطه منطقی با واقعیت و دیگران، گسستگی و بیماری	سطح ۴ (وحشت)	

ب. تبلیغ

تبلیغ، در لغت به معنای «رسانیدن، رساندن پیغام یا خبر»، «موضوعی را به اطلاع عموم رسانیدن» و ایصال و رساندن است (عمید، ۱۳۷۵، واژه «بلغ»). واژه «تبلیغ»، از ریشه «بلوغ» و «بلاغ» به معنای رساندن کامل پیام، خبر، اندیشه و سخن به دیگری است (محمدی‌ری‌شهری، ۱۳۸۰، ص ۱۷). تبلیغ، در معنای مصطلح و مفهوم کلی آن، عبارت است از: رساندن پیام به دیگری از طریق برقراری ارتباط به منظور ایجاد دگرگونی در بینش و رفتار او که بر سه عنصر اصلی: پیام‌دهنده، پیام‌گیرنده و محتوای پیام مبتنی است (رهبر، ۱۳۹۳، ص ۸۰). در تبلیغ می‌توان به مدل‌های متفاوت آن، مانند: تبلیغ چهره‌به‌چهره، تبلیغ از طریق فضای مجازی و... هم اشاره کرد.

روش تحقیق

در پژوهش حاضر، با مراجعه به منابع روان‌شناختی، مدیریت سازمان‌ها و... به روش توصیفی و تحلیلی، سعی شده مفاهیم و ادبیات پژوهش مورد بررسی قرار گرفته و برای تحلیل واقعی‌تر مسئله استرس در مبلغان، روش دلفی و مصاحبه با تعدادی از روحانیون که به مناطق مختلف، نهادها، سازمان‌ها و... از سوی دفتر تبلیغات اسلامی و... اعزام شده‌اند، مدنظر قرار گرفته است. فرضیه و گزاره مورد بررسی این پژوهش، واکاوی استرس مبلغان اعزامی بوده که آیا در زمان تبلیغ و ارائه سخنرانی استرس داشته‌اند؟ آیا استرس موجود در زمان تبلیغ، مانع فعالیت‌های تبلیغی شده است یا خیر؟ با فرض تأثیر استرس بر مبلغان آیا با شیوه‌های مدیریت استرس جهت کاهش آثار منفی استرس آشنایی داشته‌اند یا خیر؟ در ادامه بحث، به این سؤالات پاسخ داده شده است.

استرس در تبلیغ

طی مصاحبه با برخی از مبلغان اعزامی به مناطق مختلف، خصوصاً کسانی که برای دفعات اول به تبلیغ اعزام می‌شوند، اکثراً اذعان دارند که میزان استرسی که تجربه کرده‌اند، بیشتر از زمانی است که در مرحله‌های بعدی اعزام تجربه نموده‌اند. همچنین، اذعان داشته‌اند مناطقی که برای اولین بار اعزام می‌شده‌اند، میزان استرس وارده بیشتر از منطقه شناخته‌شده برای مبلغان بوده است. استرس شغلی و تنیدگی روحی، واژه‌هایی هستند که معمولاً به جای یکدیگر استفاده می‌شوند؛ ولی یک معنا ندارند. استرس شغلی، برای پیشرفت در ارتقای سازمانی لازم است؛ اما وقتی از حد لازم فراتر رفت، به تنیدگی روحی منجر می‌شود و از آنجا که واکنش فرد در برابر میزان نامناسبی از فشار بر روان و جسم است، به رشد شغلی و... نمی‌انجامد. برخی افراد از عهده فشارهای شدیدی که در زندگی بر آنها وارد می‌شود، برمی‌آیند؛ درحالی‌که برخی دیگر، به سرعت می‌شکنند. خصوصیات فرد مانند: سن، جنسیت، عوامل خارجی موجود در محیط کار از قبیل: عوامل فیزیکی و شغلی، در شمار عوامل ایجادکننده تنیدگی روحی محسوب می‌شوند؛ زیرا در میزان فشار و نیز در نتایج، تأثیرگذارند (مشبکی، ۱۳۷۶، ص ۴۵).

طی بررسی‌های میدانی و با روش دلفی (مصاحبه‌ای)، عواملی که به صورت عمومی به

استرس در تبلیغ منجر می‌شوند، به شرح ذیل می‌باشد:

۱. کافی نبودن آموزش برای افزایش توانایی در سخنوری؛

۲. عدم اعتماد به نفس یا عزت نفس پایین؛
۳. مطالعه بیش از حد و تحت فشار گذاشتن ذهن و ایجاد هراس اجتماعی؛
۴. محیط نامناسب و نبود امکانات لازم مانند سیستم‌های صوتی و یا سروصدای مزاحم؛
۵. نبود توازن علمی و سنی بین مخاطبان و سختی در ارائه مطالب؛
۶. نبود برآورد مناسب جمعیتی منطقه، قبل از زمان حضور در منطقه تبلیغی.

مدیریت استرس در تبلیغ

با توجه به گسترش عوامل استرس‌زا، موضوع مدیریت استرس در اکثر سازمان‌ها و همچنین در تبلیغ و سخنرانی‌ها، مورد اهتمام قرار گرفته است؛ استرسی که در یک رابطه علت و معلولی کار می‌کند و چنانچه علت یا علل آن از بین نروند، معلول نیز از بین نخواهد رفت. از این جهت، می‌توان اذعان داشت تقلیل و رفع فشار عصبی مبلغ که در مجامع عمومی دارای اهمیت می‌باشد و عدم رفع این مسئله، موجب ایجاد پیامدهای منفی در روان مبلغ می‌شود؛ زیرا فشار روانی تحت تأثیر موقعیت مبلغ، وی را از کنش معمولی منحرف ساخته، به نوعی پاسخ انطباقی می‌رساند که از طریق ویژگی‌های شخصی یا فرایندهای روان‌شناختی تحقق می‌یابد (مشبکی، ۱۳۷۶، ص ۱۱۵). با توصیف و تبیین وضعیت اجتماعی، سیاسی و فرهنگی کشور و ظهور و بروز توقعات و انتظارات مردم در اصلاح روش حکمرانی از روحانیون، به خصوص در سال‌های اخیر، روحانیونی که در نهادها، سازمان‌ها، مساجد و... مشغول به فعالیت تبلیغی بودند، طبق مصاحبه و گفت‌وگوهای متعدد با آنها، نوعی از استرس اجتماعی را تجربه کرده‌اند که نیاز به ایجاد سازوکار مناسبی برای کاهش استرس آنها باشد؛ همچون دریافت سؤالات مکرر، زیر سؤال بردن ساختار روحانیت، سمت و سوی اشکالات حاکمیت به روحانیت و مواردی که در تبلیغ از سوی مخاطبان درخواست پاسخ صورت می‌گیرد. در مدیریت یا کاهش استرس مبلغان اعزامی به مناطق کم‌برخوردار، علاوه بر آموزش مقدماتی و پیشرفته مدیریت استرس به آنها و حتی خانواده‌های آنان، اقداماتی مانند: تغذیه صحیح، ورزش، استفاده از تعطیلات، مدیریت زمان، تقویت مبانی دینی و... هم نیاز می‌باشد. تفاوت‌های فردی و همچنین نوع شغل افراد، واکنش‌های متفاوت به استرس را نشان می‌دهد. از این رو، لازم است هر فردی متناسب با شرایط خود، روش منحصر به فردی را انتخاب کند. به‌طور کلی، فنون مدیریت استرس به دو نوع ذیل

تقسیم می‌شود:

الف. مسئله‌محور؛

ب. احساس‌محور.

در فنون مسئله‌محور، شناسایی اصل مسئله‌ای که روی روح و روان مبلّغ تأثیر گذاشته و موجب استرس می‌باشد، مهم است. مبلّغ باید بداند که در شرایطی که قرار گرفته است، چه مسئله‌ای باعث استرس وی شده تا بتواند منشأ و ریشه آن را حل کند و به تعبیر دقیق‌تر، با مهارت حلّ مسئله که یکی از مهارت‌های دهگانه مورد تأیید سازمان بهداشت جهانی است، آشنا باشد. در این صورت است که مبلّغ برای تغییر شرایط تلاش می‌کند؛ برای مثال، مبلّغ اقدام به تغییر محلّ سخنرانی، دسته‌بندی مخاطبان بر اساس سن، جنسیت، تحصیلات و... نموده تا استقلال تبلیغی‌اش را افزایش دهد.

در فنون احساس‌محور، مبلّغ باید هیجان‌ات و احساسات خوشایند و ناخوشایند خود را بشناسد تا در مدیریت هیجان‌ات خویش، دست برتری داشته باشد. احساسات انسان در وضعیت‌های مختلف (خوشایند و ناخوشایند)، نیاز به شناخت و آگاهی بیشتری دارد که در خودآگاهی هیجان‌ات مورد بحث قرار گرفته و می‌تواند مبلّغ در این صورت، برای کاهش تنش احساسی، بدون دستکاری در تغییر شرایط تلاش مضاعفی می‌کند و احساسات خود را کنترل و مدیریت کرده، به شکل مطلوب‌تری با غلبه بر استرس محیطی و... سخنرانی و تبلیغ بهتری داشته باشد. در این روش، مبلّغ برای افزایش استقلال در سخنرانی، بدون تکیه به مخاطبان، احساسات خویش را در مورد مدل تبلیغ و روش‌های آن تغییر می‌دهد. روش مسئله‌محور، معمولاً «ستیز» و روش احساس‌محور، «گریز» نامیده می‌شود که هر یک بسته به شرایط به‌کار برده می‌شود (انکینسون، ۱۳۸۰، ص ۴۹۶).

گویا استرس پدیده‌ای است که وقتی اتفاق افتاد، باید به آن واکنش نشان داد. روش واکنشی به استرس، هزینه‌بر است و معایبی همچون کاهش عملکرد، کاهش بهره‌وری و کاهش تأثیرگذاری بر روی مخاطبان را به دنبال دارد. روش واکنشی با معایب ذکر شده، یکی از روش‌های درمانی است؛ اما می‌توان با استرس به صورت فعال برخورد کرد؛ مثلاً به جای اینکه منتظر بمانیم تا استرس اتفاق بیفتد، عوامل استرس‌زا، استرس و پیامدهای آن را کنترل می‌نماییم. این روش، روش پیشگیری است. بر این اساس، سه نوع راهبرد که هر کدام می‌تواند به صورت فردی یا

غیرفردی به کار گرفته شود، وجود خواهد داشت:

۱. پیشگیری از استرس‌زاهای؛
۲. پیشگیری از استرس؛
۳. پیشگیری و درمان پیامدهای استرس.

راهبردهای پیشگیری از استرس‌زاهای

الف. خوش‌بینی اکتسابی

خوش‌بینی، یک سبک تفکر و نوعی نگرش به جهان هستی است که افراد بر اساس آن، وقایع را خوب و مثبت تفسیر می‌کنند. این سبک تفکر، در مقابل بدبینی است و به صورت ذاتی و فطری، در انسان‌ها نهاده نشده است؛ بلکه اکتسابی و آموختنی است. افراد خوش‌بین، به وقایع استرس‌زای ناگوار به عنوان عوامل موقتی و محدود می‌نگرند و امیدوارند که شرایط سخت به سرعت سپری شود. افراد خوش‌بین قادرند تفکرات بدبینانه را از خود دور سازند و آسیب زیادی از استرس نبینند. در میان برخی از مبلغان می‌توان افراد را به دو دسته خوش‌بین و بدبین تقسیم کرد و استرس آنها را در شرایط مختلف تبلیغی مورد سنجش قرار داد. از سویی، افراد مبلغ خوش‌بین، طی مصاحبه‌های صورت‌گرفته، استرس بسیار کمتری را تجربه کرده و در مقابل، افراد بدبین به دلیل سوء ظن زیاد نسبت به شرایط اجتماعی، استرس افزون‌تری را تجربه کرده‌اند.

ب. مدیریت وقت

مدیریت زمان، به مبلغ برای استفاده مؤثر از زمان کمک می‌کند. کسی که زمان را مدیریت می‌کند، الزاماً کسی نیست که کار بیشتری را انجام می‌دهد؛ بلکه فعالیت‌های مناسب را در زمان مناسبی انجام می‌دهد. الویت‌بندی مطالب و دسته‌بندی آنها، بهترین روش برای استفاده اثربخش از زمان است که مبلغ با تنظیم وقت می‌تواند در کاهش استرس خود نقش اساسی ایفا کند. رها بودن زمان و عدم دسته‌بندی مطالب و از بین رفتن اثربخشی مطالب، خود باعث استرس می‌شود.

ج. مدیریت اوقات فراغت در تبلیغ

اوقات فراغت در زمانی‌هایی که برنامه سخنرانی و تبلیغ در مناطق اعزامی وجود ندارد، فرصتی

برای تجدید قوا و استراحت و رهایی از فشار روانی بر مبلغ است. برخی از افراد، اوقات فراغت را اتلاف وقت می‌دانند. این تفکر، موجب استرس می‌شود و تبعاً کسانی که این اوقات را خوب مدیریت می‌کنند، در ارائه سخنرانی خود هم موفق‌ترند.

د. طراحی مجدد برنامه

برنامه‌ای که مبلغ در آنها کار بیش از حد، کار کمتر از حد ظرفیت، یکنواختی و از خود بیگانگی زیاد را تجربه می‌کند، باید به صورت مجدد طراحی شوند. در طراحی مجدد، باید همه فنون چرخش برنامه و غنی‌سازی به کار گرفته شود. استقلال در تصمیم‌گیری، یکی از متغیرهایی است که موجب کاهش یا افزایش استرس می‌شود. برخی از اوقات، دخالت افراد غیرمتخصص در تبلیغ، منجر به افزایش تنش روانی و استرس می‌شود که باید در این گونه موارد، جلوی دخالت در برنامه‌ریزی را گرفت و مستقلاً برنامه‌ریزی کرد.

ه. شناخت منطقه و ارتباطات

وجود کانال‌های ارتباطی متنوع و مورب، به پیشگیری از استرس کمک می‌کند. ارتباطات بالا به پایین، بالقوه مخزن استرس است. فرهنگ منطقه قوی و بالا، به انسجام بیشتر مردم منجر شده و باعث راحتی فعالیت تبلیغی است. در مقابل، فرهنگ ضعیف و پایین، به جای انسجام در برخی از مواقع، به تعارض می‌انجامد که خود یکی از عوامل استرس‌زاست.

راهبردهای فردی پیشگیری از استرس

الف. عوامل وضعیتی - شخصی

وضعیتی (شادمانی یا خستگی) که مبلغ در آن قرار گرفته است و صفات شخصی (کانون کنترل، عزت نفس، تجربه، خودباوری و خوش‌بینی)، در تعامل با هم بر چگونگی ادراک استرس تأثیر می‌گذارند.

ب. ارزیابی شناختی از استرس

این راهبرد، به چگونگی ادراک مبلغ از استرس اشاره دارد. افراد بر اساس ادراک خود از واقعیت عمل می‌کنند؛ نه خود واقعیت. ممکن است استرسی وجود نداشته باشد؛ ولی فرد احساس استرس کند و برعکس.

ج. فنون سازگاری

اگر عوامل وضعیتی - شناختی و ارزیابی شناختی از استرس مثبت باشد و فرد استرس را ادراک کند، فنون سازگاری مثبت است. وقتی موقعیت و قدرت فرد برای فایق آمدن بر استرس مطلوب باشد، فن ستیز، کارسازتر است. فن سازگاری گریز یا اجتناب، به معنای این است که برخوردی با مسئله صورت نگیرد. اگر این فنون مؤثر نباشند، باید از راهبردهای درمان پیامدها استفاده کرد.

د. مشاوره‌های روانی

در مواقع نیاز و ضرورت، روان‌شناسان و روان‌پزشکان کمک می‌کنند که مبلّغ ادراک خود را نسبت به شرایط تغییر دهد و بر عوامل استرس‌زا غلبه نماید.

راهبردهای پیشگیری و درمان پیامدهای استرس

الف. آرام‌سازی و تناسب اندام

فنون آرام‌سازی، شامل: تمرین تنفس، آرام‌سازی عضلانی، آرام‌سازی فکری و مدیتیشن می‌شود. آرام‌سازی عضلانی، تلاشی آگاهانه برای کشش و رهاسازی عضلات همراه تنفس عمیق است. ورزش، روش مناسبی برای تناسب اندام و پیشگیری و مقابله با استرس است. ورزش‌های هوازی، باعث می‌شود که قلب آهسته‌تر کار کند و آسیب‌های ناشی از استرس سریع‌تر بهبود یابد. برنامه‌های تناسب اندام، روش مناسبی برای کاهش فشار روانی بوده، عملکرد و رضایت فرد را افزایش می‌دهد.

ب. مراقبه

مراقبه، افکار انسان را به خارج از وجود خود جهت می‌دهد. مراقبه، اکتسابی است و باید به طور آگاهانه و فعال یاد گرفته شود. در مطالعه‌ای که روی زنان و مردان بین سنین ۵۵ تا ۸۵ سال صورت گرفته است، یافته‌ها نشان داده، مراقبه به طور معناداری فشارخون آنها را کاهش داده بود. در برخی از روایات، به مراقبه از جنبه معنوی هم توصیه‌هایی شده که می‌تواند برای ترمیم روحی و روانی فرد مؤثر واقع شود.

ج. رژیم غذایی

رژیم غذایی، به طور غیرمستقیم بر استرس مؤثر است. رژیم غذایی مناسب، یک روش

غیردارویی و غیرجراحی است که به سلامت فرد کمک می‌کند و وی را در برابر استرس‌زاها مقاوم‌تر می‌کند.

د. بازخورزیستی (فیزیولوژیک)

این روش، برای شناسایی و کنترل علائم استرس مثل انقباض عضلات و فشار خون بالا به‌کار می‌رود. در این روش، علائم استرس توسط دستگاه به نشانه‌های قابل تشخیص تبدیل می‌گردد و برای کاهش استرس، با استفاده از فنون آرام‌سازی و مراقبه اقدام می‌شود و توان فرد را برای حل مسئله افزایش می‌دهد.

ه. خودگشودگی

این راهبرد، یکی از بهترین راه‌ها برای درمان استرس است. شخص وقایع استرس‌زا و مشکلاتش را برای فردی که مورد اعتماد وی است تعریف می‌کند. در این حالت، نوعی تخلیه ذهنی شکل می‌گیرد که می‌تواند در کاهش استرس مفید باشد.

و. درمان پزشکی

هرچقدر این بیماری‌ها مزمن‌تر شوند، درمان آنها سخت‌تر است. تبعاً آخرین درمان برای همه مسائل و مشکلات روانی و جسمی، درمان پزشکی می‌باشد. در مواردی که فرد کنترل عصبی خود را از دست می‌دهد، یا مدیریت تکانه‌های عصبی را ندارد، مدیریت استرس ندارد که به بروز اختلالاتی مانند افسردگی مزمن، فوبیا و... می‌انجامد. در این حال، باید به روان‌پزشک یا متخصصان علوم شناختی مراجعه کرد.

نتیجه

از جمله عواملی که به استرس مبلغان در محیط‌ها و مناطق تبلیغی منجر می‌شود، ناآشنایی کلی یا جزئی با منطقه اعرامی، سطح تحصیلات، فرهنگ، وضعیت اجتماعی مخاطبان و... می‌باشد که بر ایجاد استرس مؤثر است. این وضعیت و ناآشنایی، به طور طبیعی، فشارهای عصبی و جسمی بر عملکرد تبلیغی مبلّغ تأثیر گذاشته و مانند آفتی، نیروهای فرد مبلّغ را کاهش می‌دهد. از سویی، فشار روانی روی مبلغان و نوع بازخورد آنها با توجه به تفاوت‌های فردی، متفاوت بوده و این مسئله، نیاز به بررسی میزان استرس واردشده و بازخورد مبلّغ دارد.

با توجه به اهمیت کارکرد و بهره‌وری و اثرگذاری مبلغ در تبلیغ، آموزش و یاددهی و یادگیری راهبردهای کاهش و مدیریت استرس توسط خود فرد و سازمان اعزام‌کننده، می‌تواند به بهره‌وری بهتر و بیشتر مبلغ بینجامد. با این بیان، سازمان اعزام‌کننده مبلغ می‌تواند با برگزاری دوره‌های مدیریت استرس به صورت کارگاهی، آموزشی و... نقش بسزایی در کاهش استرس داشته باشد تا هدف تعیین‌شده از اعزام مبلغان برآورده شود و به بهره‌وری و تأثیرگذاری مثبت روی مخاطبان منجر گردد.

منابع

۱. قرآن کریم.
۲. اتکینسون، ری‌تال، ۱۳۸۰، روانشناسی هیلگارد، ترجمه: محمدتقی براهنی و همکاران، تهران، انتشارات رشد.
۳. الوانی، مهدی، ۱۳۷۶، مدیریت عمومی، چاپ دهم، تهران، نشر نی.
۴. ابن‌شعبه حرانی، تحف العقول، ترجمه: محمدصادق حسن‌زاده، قم، نشر آل‌علی علیه‌السلام.
۵. دایر، وین، ۱۳۸۰، «عظمت خود را دریابید»، ترجمه: محمدرضا آل‌یاسین، روزنامه همشهری، ۱۳۸۰/۴/۲۸.
۶. رهبر، محمدتقی، ۱۳۹۳، پژوهشی در تبلیغ، قم، انتشارات بوستان کتاب.
۷. علوی، امین‌الله، ۱۳۷۱، روانشناسی مدیریت و سازمان، تهران، انتشارات مرکز آموزش مدیریت دولتی.
۸. عمید، حسن، ۱۳۷۵، فرهنگ لغت فارسی، تهران، انتشارات امیرکبیر.
۹. غفوریان، هما، ۱۳۷۷، «عوامل استرس‌زا در مدیران»، مجله تدبیر، ش ۸۶.
۱۰. فحیمی، فرزاد، ۱۳۸۳، مدیریت رفتار سازمانی، تهران، نشر هستان.
۱۱. فدوی، عارفه، ۱۳۷۷، «ارگونومی و بهره‌وری»، مجله تدبیر، ش ۸۶.
۱۲. فقهی فرهمند، ناصر، ۱۳۸۲، مدیریت پایای سازمان، تبریز، انتشارات فروش.
۱۳. کاظمی، مهدی، ۱۳۷۵، «مهندسی انسانی»، مجله تدبیر، ش ۶۲.
۱۴. کورمن، اراهام، ۱۳۸۴، روانشناسی صنعتی و سازمانی، ترجمه: حسین شکرکن، تهران، نشر رشد.
۱۵. گریفین، مورهد، ۱۳۷۴، رفتار سازمانی، ترجمه: مهدی الوانی و غلامرضا معمارزاده، تهران، انتشارات مروارید.
۱۶. محمدی‌ری‌شهری، محمد، ۱۳۸۰، تبلیغ بر پایه قرآن و حدیث، قم، انتشارات دار‌الحدیث.
۱۷. مشبکی، اصغر، ۱۳۷۶، «فشار شغلی و تنیدگی روحی»، فصلنامه مدیریت دولتی، ش ۳۸.
۱۸. میرکمالی، محمد، ۱۳۷۷، فشار روانی در سازمان و مدیریت، فصلنامه دانش مدیریت، ش ۳۹ و ۴۰.
۱۹. نوری، حسین. ۱۳۲۰، مستدرک الوسائل، جلد ۳، قم، نشر آل‌البیت علیهم‌السلام.
۲۰. نوری، نورالدین، ۱۳۷۷، «بررسی سطح استرس ناشی از عوامل سازمانی و رابطه آن با عملکرد مدیران و سرپرستان»، پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته مدیریت بازرگانی، دانشگاه فردوسی مشهد.
۲۱. هریسون، کارترین، ۱۳۸۵، بهبود بهره‌وری کارکنان، ترجمه: شهرام میرزایی و همکاران، تهران، انتشارات ترمه.